



جامعة القدس المفتوحة
فلسطين



الجامعة الأردنية
الأردن

المؤتمر العلمي الدولي السادس المشترك

مستجدات العلوم الإدارية والاقتصادية ودورها في تحسين أداء المؤسسات

تحت رعاية

أ.د. رئيس الجامعة الأردنية أ.د. رئيس جامعة القدس المفتوحة

بتنظيم من كلية الأعمال في الجامعة الأردنية (عمان / الأردن)
وكلية العلوم الإدارية والاقتصادية في جامعة القدس المفتوحة (فلسطين)

2018 / 7 / 5 - 3

في رحاب الجامعة الأردنية
عمان / الأردن

الأوراق البحثية / المجلد الأول





المؤتمر العلمي الدولي السادس المشترك
مستجدات العلوم الإدارية والاقتصادية
ودورها في تحسين أداء المؤسسات



المؤتمر العلمي الدولي السابع المشترك

مستجدات العلوم الإدارية والاقتصادية ودورها في تحسين أداء المؤسسات

بتنظيم من كلية الأعمال في الجامعة الأردنية (عمان / الأردن)
وكلية العلوم الإدارية والاقتصادية في جامعة القدس المفتوحة (فلسطين)

2018 / 7 / 5 - 3

في رحاب الجامعة الأردنية
عمان / الأردن

الأوراق البحثية: المجلد الأول

تحرير

الدكتور يوسف أبوفارة

الدكتور زياد قنام

الدكتور سامر الدحيات

الدكتورة آلاء العاني

الدكتورة آمال الحيلة

الدكتور صلاح صبري

أ.إبراهيم عليان

لجان المؤتمر

اللجنة التحضيرية للمؤتمر:

- ا. د. رفعت الشناق / رئيس اللجنة التحضيرية/ عميد كلية الأعمال / الجامعة الأردنية.
- د. آلاء الشخشير/ نائب رئيس اللجنة التحضيرية/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. ديانا ابو غنمي/ نائب رئيس اللجنة التحضيرية / الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. سامر الدحيات / الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. جمانة الزعبي/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. رشدي القواسمة/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. سلامة سالم/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. تغريد سعيغان/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. وليد الشواقفة/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. عبد الحكيم أخو رشيدة/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. بشار أبو خلف/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. حمزة الموالي/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. دانا قاقيش/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. زيد عبيدات/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. محمود المقابلة / الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. محمد تلالوة/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. عبد القادر الدراويش/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. سلمان الديراوي/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. فضل عيدة/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. صبري مشتهى/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. جلال شببات/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. نور الأقعر/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- السيدة رهام المحيسن/ الجامعة الأردنية/ الأردن.

اللجنة العلمية للمؤتمر:

- د. يوسف أبوفارة/ رئيس اللجنة العلمية/ عميد كلية العلوم الإدارية والاقتصادية / جامعة القدس المفتوحة / فلسطين
- أ. د. رفعت الشناق/ عميد كلية الأعمال / الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. سامر الدحيات/ نائب رئيس اللجنة العلمية/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. مروان درويش/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. ديانا ابو غنمي/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. آلاء الشخشير/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- أ. د. سمير أبو زنيد/ جامعة الخليل/ فلسطين.
- د. زياد قنام/ جامعة القدس/ فلسطين.

- د. سائد الكوني/ جامعة النجاح الوطنية/ فلسطين.
- د. حمزة الموالي/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. إبراهيم عوض/ جامعة القدس/ فلسطين.
- أ. د. محمود الجعفري/ جامعة القدس/ فلسطين.
- د. أياد التميمي/ جامعة البترا/ الأردن.
- د. نافع عساف/ جامعة فلسطين التقنية/ فلسطين.
- أ. د. ذياب جرار/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. عبد الحكيم أخو رشيدة/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- أ. د. فتح الله غانم/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. محمود المقابلة/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. تغريد سعيوفان/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. وليد الشواقفة/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. بشار أبو خلف/ الجامعة الأردنية/ الأردن.
- د. شاهر عبيد/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- أ. د. فريد كورتل/ جامعة سكيكدة/ الجزائر.
- أ. د. ماجد صبيح/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. عمر الصليبي/ جامعة القدس/ فلسطين.
- أ. د. كمال رزقي/ جامعة البليدة/ الجزائر.
- د. فادي قطان/ جامعة بيت لحم/ فلسطين.
- د. عطية مصباح/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. شريف أبو كرش/ الجامعة العربية الأمريكية/ فلسطين.
- د. عبد الفتاح الشملة/ جامعة النجاح الوطنية/ فلسطين.
- د. إسلام عبد الجواد/ جامعة النجاح الوطنية/ فلسطين.
- د. آمال الحيلة/ جامعة فلسطين التقنية/ فلسطين.
- د. سهيل سلطان/ جامعة بيرزيت/ فلسطين.
- د. يوسف حسان/ جامعة بيرزيت/ فلسطين.
- د. مجدي الكبجي/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. حسين عبد القادر/ جامعة الاستقلال/ فلسطين.
- د. عبد الحميد شعبان/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. جميل النجار/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
- د. الحسين الرامي/ جامعة أكادير/ المغرب.
- د. الحسين أبودرار/ جامعة أكادير/ المغرب.
- د. سامح العطوط/ جامعة النجاح الوطنية.
- د. أحمد حرز الله/ جامعة القدس/ فلسطين.
- د. عودة مشاركة/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.

كلمة رئيس اللجنة التحضيرية



أ.د. رفعت الشناق
الجامعة الأردنية

أنه لمن حسن الطالع أن أرحب بكم في هذا الحرم الجامعي، ويسرني أن التقيكم في رحاب كلية إدارة الأعمال حاضنة هذا المؤتمر العلمي الكبير وبمناسبة بدء فعاليات المؤتمر العلمي الدولي السابع المشترك الذي تنظمه كلية الأعمال في الجامعة الأردنية وكلية العلوم الإدارية والاقتصادية في جامعة القدس المفتوحة بعنوان "مستجدات العلوم الإدارية والاقتصادية ودورها في تحسين أداء المؤسسات" والذي ينعقد خلال الفترة 3-4/ 2018/7.

وحيث ان كلية الاعمال تسعى دوما الى مواكبة المستجدات والتطورات في العملية التعليمية وبمختلف اشكالها وصورها، جاءت هذه الشراكة مع جامعة القدس المفتوحة لتلبية لطموحات الكلية في تحقيق المزيد من التفاعل والتواصل مع الباحثين والأكاديميين مع اخواننا في الوطن العربي الكبير، وفي ضوء هذه الشراكة فقد تم عقد هذا المؤتمر العلمي الذي يمثل تظاهرة وحدتاً علمياً بارزاً، حيث يشارك فيه عدد كبير من العلماء والباحثين والدارسين والقياديين والممارسين على امتداد الوطن العربي الكبير، من مشرقه الى مغربه ...، يلتئمون في هذا الحرم الجامعي، حاملين معهم علومهم وخبراتهم وتجاربهم حول مستجدات العصر، وما يحمله من فرص وتحديات للمؤسسات وللنظم العربية في المجالات الادارية والمالية والمعلوماتية، وكيفية التعامل معها في حوار فكري وعصف ذهني تسوده أجواء الديمقراطية الحققة.

وتماشيا مع توجيهات جلالة الملك عبد الله الثاني المعظم في رفد المسيرة التعليمية في مؤسساتنا العلمية، فقد حرصت كلية الاعمال على الوصول الى اعلى المستويات من الكفاءة المتميزة على جميع الصعد، من عمق تجربتها، وتراكم خبراتها، وجودة خططها الدراسية، وكفاءة هيئتها التدريسية، وجدية طلبتها، وتميز خريجها، وديمقراطية إدارتها، وهذا يؤهلها لتلعب دورا طليعيا في مجال تخصصاتها وبرامجها. وقد نشأت الكلية بالتزامن مع نشأة جامعتنا العريقة، وهي تعدّ ثاني أكبر كلية في الحرم الجامعي، وتأسست كلية الأعمال في عام 1965 (ميلادي) حيث كان عدد الطلبة المقبولين في ذلك العام (228) طالبا وطالبة، وها هي تحتضن اليوم حوالي خمسة آلاف طالب وطالبة، وقد رفدت الكلية السوق المحلي والعربي والعالمي بخبرات وكفاءات الآلاف من خريجها على مدى الخمسين سنة الماضية، واستطاعت الكلية خلال هذه الرحلة الطويلة أن تطور خططها وبرامجها نحو الأفضل، لتواكب المتطلبات والمستجدات المحلية والعالمية، وتمنح الكلية الآن درجة الدكتوراه في اقتصاد الأعمال ودرجة الماجستير في عشر تخصصات وتمنح درجة البكالوريوس في سبع تخصصات.

يشهد عالمنا الحاضر اليوم الكثير من التغيرات والمستجدات مثل العولمة وما تحمله من منافسة، والتسارع التكنولوجي الهائل، وثورة المعلومات، وثورة الاتصالات والمواصلات، وتفجر المعرفة والتطور في تقنيات التعليم، والجودة الشاملة في مجال التعليم العالي، وهذا يستدعي التعامل معها بفعالية، والاستفادة من كل الخبرات والمعارف لمواكبتها بكفاءة. لذا دأبت كلية الأعمال على تجذير رؤيتها بوضع خطط مستقبلية تشمل كثيرا من القضايا، أهمها الحصول على الاعتمادية العلمية (AACSB)، وتحقيق القيمة المضافة لكل مخرجاتها، وتنمية وتطوير قدرات طلبتها على المستوى الأكاديمي، واستخدام جميع وسائل التعلم والابتكار المتاحة لتحقيق اهداف الكلية المرجوة. وأشكر الضيوف الكرام على قدومهم الى الأردن – بلدهم الثاني، وأقول لهم لقد حللتم بين ظهرانينا اخوة أعزاء، وضيوفاً مكرمين، وباحثين متميزين، هاجسكم على الدوام إثراء العلم ورفد مسيرة التنمية والتطوير واستشراف المستقبل الواعد، متمنياً لمؤتمركم التوفيق والنجاح.

وأخيراً وليس آخراً، فإنني وبإسم القائمين على هذا المؤتمر أشكر رئاستي الجامعتين على رعاية هذا المؤتمر، وأشكر القائمين عليه الذين لم يألوا جهداً في عقده: إعداداً وتنظيماً وتنفيذاً، سائلاً العلي القدير أن يحفظكم جميعاً ويسدد على طريق الخير خطاكم، وأن يحفظ الأردن بقيادة جلالة الملك عبد الله الثاني ابن الحسين المعظم وكذا بقية أقطار وطننا العربي الكبير..

كلمة رئيس اللجنة العلمية



الدكتور يوسف أبوفارة
جامعة القدس المفتوحة

بجهود المخلصين من الكوادر الأكاديمية في الجامعة الأردنية وجامعة القدس المفتوحة، وبدعم وتأييد كامل من رئاسة الجامعة الأردنية ورئاسة جامعة القدس المفتوحة، يعقد هذا المؤتمر العلمي الدولي المشترك الجديد بمشاركة بحثية واسعة من الباحثين من عشرات الجامعات، وبحضور شرائح واسعة من المهتمين بموضوعات هذا المؤتمر.

لقد جاءت فكرة هذا المؤتمر من النقاشات المكثفة التي دارت بين الكوادر البحثية والأكاديمية التي شاركت في المؤتمر المشترك الأخير بين الجامعتين الذي عقد في رحاب الجامعة الأردنية خلال العام 2017 حول الحوكمة والتنمية الإدارية والاقتصادية، وخلال تلك النقاشات اقترح علينا يومها الأستاذ الدكتور رفعت الشناق (عميد كلية الأعمال في الجامعة الأردنية ورئيس اللجنة التحضيرية للمؤتمر) أن نعقد مؤتمرا علميا دوليا جديدا يتناول مستجدات العلوم الإدارية والاقتصادية، ويناقش ويدرس ويحلل تأثيرات هذه المستجدات وانعكاساتها على أداء المؤسسات العامة والخاصة، والدور الجوهري الذي يمكن أن تلعبه وتضطلع به هذه المستجدات إذا أحسنت هذه المؤسسات استخدامها واستثمارها والإفادة منها، ونوقشت هذه الفكرة، ولاقت قبولا واستحسانا كبيرين، وأدرجت هذه الفكرة ضمن توصيات ذلك المؤتمر.

وبالفعل، فقد تم إقرار فكرة المؤتمر من عمادتي الكليتين، وجرى تبنيها ودعمها من رئاسة الجامعة الأردنية ورئاسة جامعة القدس المفتوحة، وتم الإعلان عن هذا المؤتمر ضمن محاور مختلفة تناولت المستجدات في مجال إدارة الأعمال، والمستجدات في مجال الإدارة العامة، والمستجدات في مجال الاقتصاد، والمستجدات في مجال التسويق، والمستجدات في مجال العلوم المالية والمصرفية والمحاسبية، والمستجدات في مجال نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، والمستجدات المرتبطة بالمسؤولية الأخلاقية والاجتماعية والبيئية، وغيرها من المستجدات ذات الصلة بالعلوم الإدارية والاقتصادية، مع التركيز على تناول تأثيرات وانعكاسات هذه المستجدات على الأداء المؤسسي.

وقد حرصنا، كما هي العادة في كل مؤتمراتنا المشتركة وغير المشتركة، على تشكيل لجنة علمية من الكفاءات والكوادر البحثية من عدة جامعات، ومن تخصصات وتوجهات بحثية مختلفة، وحرصنا على إشراك أعضاء اللجنة العلمية في التحضيرات العلمية للمؤتمر منذ البداية، حيث شاركوا معنا في تحديد المحاور الرئيسة والمحاور الفرعية لهذا المؤتمر، وتم تحكيم الأوراق البحثية بدرجة كاملة من الشفافية والموضوعية، وتعلمون أن عملية التحكيم صعبة ومعقدة في ظل العدد الكبير من الأوراق البحثية التي تصل إلى إدارة المؤتمر. وكنا نتمنى قبول أكبر عدد ممكن من الأوراق البحثية المقدمة للمؤتمر والتي تحقق الشروط المقررة، لكن كما تعلمون هناك دوما قيود ومحددات لوجستية تحكم نشاطاتنا وأعمالنا البحثية والأكاديمية.

لقد أصبح هذا المؤتمر العلمي الدولي تقليدا بحثيا علميا أكاديميا نفخر به، فهو يؤسس لمستقبل واعد وعلاقات بحثية وأكاديمية أكثر استدامة، ويعزز ويضع أسسا راسخة لمنظومة تفاعل وتعاون بحثي وأكاديمي بين الكوادر البحثية من مختلف الأقطار، وكذلك بين هذه الكوادر، من جهة، والمؤسسات بأشكالها المختلفة والمجتمع من جهة أخرى.

ويحظى هذا المؤتمر العلمي الدولي المشترك بأهمية كبيرة تنبع من تناوله لمجالات واسعة من المستجدات في العلوم الإدارية والاقتصادية بتفرعاتها وجوانبها ومحاورها المتنوعة، ومن تركيزه على إبراز وكشف دور هذه المستجدات في إحداث فروق وتأثيرات إيجابية وجوهرية في

الأداء المؤسسي. وقد جاء هذا المؤتمر ليكون تجمعاً علمياً وأكاديمياً للباحثين وأصحاب القرار ومديري المؤسسات من دول مختلفة لعرض بحوثهم ودراساتهم وتجاربهم العملية ضمن موضوعات ومحاوّر هذا المؤتمر.

وتنبع الرسالة الأساسية لهذا المؤتمر من حرص إدارة المؤتمر في الجامعة الأردنية وجامعة القدس المفتوحة على الربط بين الأدبيات والنظريات الأكاديمية من جهة، والواقع العملي والتطبيقي من جهة أخرى، ويأتي ذلك من خلال استقطاب البحوث والدراسات والخبرات والتجارب التي تحقق هذه الرسالة.

ومن المتوقع أن تحقق المساهمات البحثية والتجارب العملية المقدمة إلى المؤتمر قيمة مضافة تحقق الفائدة للباحثين والمشاركين وتنعكس إيجاباً على المؤسسات المختلفة التي تتبنى مخرجات هذا المؤتمر الدولي المشترك.

ويهتم هذا المؤتمر بنقل وتبادل الخبرات والمعرفة العلمية والأكاديمية بين الباحثين والمشاركين، ويركز على تعزيز منظومة الشراكة المهنية مع المؤسسات وإثراء إدارتها بالمعرفة العلمية المتجددة التي تساعد هذه المؤسسات في تطوير أدائها.

وقد نجح المؤتمر في تحفيز الباحثين للاطلاع على آخر المستجدات في حقول تخصصهم، وتقديم مشاركات بحثية تسهم في التنمية والبناء المؤسسي. ومن المأمول أن ينجح في توجيه أصحاب القرار في المؤسسات إلى الاستفادة من المستجدات الإدارية والاقتصادية في تطوير مؤسساتهم وتحسين أداء هذه المؤسسات بحيث تكون أكثر قدرة على تلبية احتياجات الزبائن والمجتمع وتحقيق أهدافها الاستراتيجية.

أهمية المؤتمر:

تكمن أهمية هذا المؤتمر العلمي الدولي المشترك في أنه يتناول المستجدات في العلوم الإدارية والاقتصادية بتفرعاتها وجوانبها ومحاورها المتنوعة، ويهتم بالتعرف على دور هذه المستجدات في إحداث فروق وتأثيرات ايجابية وجوهرية في أداء المؤسسات بأشكالها المختلفة. وقد جاء هذا المؤتمر ليكون تجمعاً علمياً وأكاديمياً للباحثين وأصحاب القرار ومديري المؤسسات من دول مختلفة لعرض بحوثهم ودراساتهم وتجاربهم العملية ضمن موضوعات ومحاوّر هذا المؤتمر.

إن الرسالة الأساسية لهذا المؤتمر تنبع وتنطلق من حرص إدارة المؤتمر في الجامعة الأردنية وجامعة القدس المفتوحة على الربط بين الأدبيات والنظريات الأكاديمية من جهة، والواقع العملي والتطبيقي من جهة أخرى، وبأني ذلك من خلال استقطاب البحوث والدراسات والخبرات والتجارب التي تحقق هذه الرسالة.

ومن المتوقع أن تحقق المساهمات البحثية والتجارب العملية المقدمة إلى المؤتمر قيمة مضافة تحقق الفائدة للباحثين والمشاركين وتنعكس إيجاباً على المؤسسات المختلفة التي تتبنى مخرجات هذا المؤتمر الدولي المشترك.

أهداف المؤتمر:

يسعى هذا المؤتمر المشترك إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من خلال المناقشات والمشاركات البحثية التي يتلقاها من الباحثين والمشاركين ضمن محاوره المختلفة، وأهم هذه الأهداف:

- نقل وتبادل الخبرات والمعرفة العلمية والأكاديمية بين الباحثين والمشاركين من الدول المختلفة في حقول العلوم الإدارية والاقتصادية المختلفة من خلال عرض الأوراق البحثية والتجارب العملية حول آخر المستجدات الإدارية والاقتصادية.
- تعزيز منظومة الشراكة المهنية مع المؤسسات وإثراء إدارتها بالمعرفة العلمية المتجددة التي تساعد هذه المؤسسات في تطوير أدائها.
- تحفيز الباحثين للاطلاع على آخر المستجدات في حقول تخصصهم، وتقديم مشاركات بحثية تسهم في التنمية والبناء المؤسسي.
- توجيه المؤسسات نحو أهمية المستجدات الإدارية والاقتصادية في تطوير وتحسين مخرجاتها وأدائها في كل المجالات، وتحقيق متطلبات التنمية المستدامة.

محاور المؤتمر:

المحور الأول: المستجدات الإدارية وانعكاساتها في الأداء المؤسسي:

- مستجدات إدارة الصراعات التنظيمية.
- مستجدات إدارة الوقت والانجاز.
- مستجدات تنمية الموارد البشرية وتطبيقاتها الإستراتيجية.
- الاتجاهات الحديثة في استقطاب الكفاءات ودورها في تحسين الأداء المؤسسي.
- التفويض الفاعل وانعكاسه في بناء القيادات الناجحة.
- إعادة هندسة العمليات وأبعادها ومحاورها ومرتكزاتها ومؤشرات تطبيقها.
- مستجدات إدارة التغيير في ظل عالم غير ثابت.
- الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة وانعكاسها في تميز المؤسسات.

- الأساليب الحديثة في معالجة الفاقد وعلاقته بمستويات الأداء.
- مستجدات إدارة الجودة والتميز والأيزو.
- مستجدات إدارة الانتاج والعمليات.
- مستجدات الادارة الرشيقة.
- مستجدات ريادة الأعمال وادارة المشاريع (الصغيرة والمتوسطة والكبيرة).
- الاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات غير الربحية وانعكاسها في الأداء المؤسسي.
- الاتجاهات الحديثة في التعاطي مع الاغتراب الوظيفي في المؤسسات.
- تطوير منظومة العدالة التنظيمية في المؤسسات ودورها في تحسين الأداء المؤسسي.
- مستجدات الإدارة والقيادة الجامعية.
- الاتجاهات الحديثة في القيادة المؤسسية.
- الاتجاهات الحديثة في مكافحة الفساد الإداري.
- فلسفة الإدارة بالاستثناء وأهميتها وأبعادها وأثرها في تنمية الخصائص الريادية.
- الإدارة بالتجوال وأهدافها ومتطلباتها ومجالاتها وتطبيقاتها ودورها في تحسين الأداء المؤسسي.
- الابتكارات في الأعمال وإدارة المؤسسات.
- الاتجاهات الحديثة في تبسيط إجراءات العمل.
- الإدارة التحويلية ودورها في تحسين الأداء المؤسسي.

المحور الثاني: المستجدات التسويقية وانعكاساتها في الأداء المؤسسي:

- الاتجاهات الحديثة في بناء الميزة التنافسية المستدامة.
- التسويق المستدام.
- التسويق الفيروسي.
- التسويق الأخلاقي.
- مستجدات التسويق الأخضر.
- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق والعلاقات العامة المؤسسية.
- مستجدات التسويق الالكتروني والميزة التنافسية.
- التسويق عبر الهاتف النقال (الموبايل).
- مستجدات نظم المعلومات التسويقية وتطبيقاتها في المؤسسات.
- الابتكارات التسويقية.
- الاتجاهات الحديثة في تحسين جودة خدمات المرافق العامة.
- تصميم وترويج المناهج التعليمية وفق احتياجات أسواق العمل.

المحور الثالث: المستجدات المالية والمحاسبية وانعكاساتها في الأداء المؤسسي:

- الإبداع والابتكار في عمليات التمويل.
- التمويل التقليدي وتطبيقاته في المؤسسات.
- التمويل الإسلامي وتطبيقاته في المؤسسات.
- مستجدات إدارة الأزمات المالية والاقتصادية.

- المستجندات في الإدارة المالية ودورها في تحسين أداء المؤسسات.
- الصيرفة الالكترونية وتحسين أداء المؤسسات.
- السلوك المالي وتحسين أداء المؤسسات.
- الهندسة المالية وتحسين أداء المؤسسات.
- مستجندات المحاسبة المالية ودورها في تحسين أداء المؤسسات.
- الاتجاهات الحديثة في الافصاح والشفافية ضمن الممارسات المحاسبية ودورها في تحسين أداء المؤسسات.
- المستجندات في المعايير المحاسبية الدولية ودورها في تحسين أداء المؤسسات.
- الابتكارات التمويلية والاستثمارية والمحاسبية ودورها في تحسين أداء المؤسسات.
- مستجندات نظم المعلومات المحاسبية ودورها في تحسين أداء المؤسسات.
- المستجندات في اساليب المحاسبة الادارية ودورها في تحسين أداء المؤسسات.
- الاتجاهات الحديثة في الرقابة المالية وانعكاسها في الأداء المؤسسي.
- دور المعايير المحاسبية الدولية في مكافحة المحاسبة الاحتياطية (الإبداعية).

المحور الرابع: المستجندات الاقتصادية و انعكاساتها في الأداء المؤسسي:

- اقتصاديات التكنولوجيا الخضراء.
- اقتصاديات الريادة.
- مستجندات إدارة البيانات والمعلومات الاقتصادية.
- مستجندات السياسة الاقتصادية (السياسة المالية، السياسة النقدية...).
- الاتجاهات الحديثة في التخطيط التنموي والسياسات التنموية.
- الاقتصاد الرقمي وتطبيقاته في البلاد العربية.
- تحديات الاقتصاد الرقمي في البلاد العربية.
- استراتيجيات التحول إلى الاقتصاد الرقمي.
- مؤشرات الاقتصاد الرقمي.
- رأس المال البشري والاقتصاد الرقمي.
- التنمية الاقتصادية المستدامة ودورها في تحسين أداء المؤسسات.
- العولمة الاقتصادية ودورها في تحسين أداء المؤسسات.
- الاقتصاد الأخضر ودوره في تحسين أداء المؤسسات.
- دور البحث العلمي في التنمية الاقتصادية.
- مستجندات الاقتصاد العائلي.
- التحديات العملية للبحوث الاقتصادية والإدارية
- الابتكارات الاقتصادية.

المحور الخامس: المستجندات التكنولوجية و انعكاساتها في الأداء المؤسسي:

- الذكاء الاقتصادي وتطبيقاته وانعكاسه في الأداء المؤسسي.
- مواكبة المؤسسات للتطورات التكنولوجية.
- الإدارة الالكترونية ودورها في الفاعلية والكفاءة المؤسسية.

- المنظمات الافتراضية.
- مستجدات نظم المعلومات الاستراتيجية وانعكاسها في الأداء المؤسسي.
- الأنظمة الذكية وتحسين أداء المؤسسات.
- التنظيم السحابي للمنظمات (Cloud Computing for Organization)
- مستجدات تكنولوجيا التعليم وحاجات المؤسسات لها.
- النقود الالكترونية "الافتراضية" واستخداماتها كعملة معتمدة في الحكومات الالكترونية.
- منظمات الأعمال الحديثة ومستجدات إدارة المعطيات الضخمة (Big DATA) ومخازن المعطيات الضخمة (Data warehouse).
- الابتكارات التكنولوجية.
- آليات اندماج منظمات الأعمال في سلسلة الأعمال الافتراضية.

المحور السادس: المسؤولية الأخلاقية والبيئية للمؤسسات وانعكاساتها في الأداء المؤسسي:

- المسؤولية الأخلاقية وتطبيقاتها في المؤسسات.
- المسؤولية البيئية وتطبيقاتها في المؤسسات.
- نماذج رائدة في أخلاقيات العمل.
- المؤسسات بين تحديات الأداء المالي والبيئي.
- عرض تجارب متميزة في مجال الأداء البيئي.
- مستجدات الأيزو في المجال البيئي.
- المعايير البيئية والتنمية المستدامة.
- الإفصاح البيئي.
- القياس المحاسبي للتكاليف البيئية.
- أخلاقيات الأعمال في مواجهة الفساد.

ت	الورقة البحثية	الباحث / الباحثون	الصفحة
1	المعيار الدولي التاسع لإعداد التقارير المالية ومدى الالتزام به من قبل المصارف في فلسطين: الفرص والتحديات	الدكتور مروان جمعة درويش	1-19
2	دور معايير التقارير المالية الدولية في الحد من ممارسة أساليب المحاسبة الإبداعية	د. مروان محمد أبو هلال	20-31
3	أثر استخدام أساليب المحاسبة الادارية الاستراتيجية والتقليدية على الربحية في الشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان(دراسة تحليلية)	د. صلاح الدين النصور د. سيما عارف أبو كركي د. ريم خالد مطاحن	32-50
4	دور حوكمة الشركات في الحدّ من المحاسبة الإبداعية وتأثيرها على جودة البيانات المالية(دراسة نظرية)	د. كامل حسين أبو كوك الباحثة هبة محمد خميس	51-65
5	الحوكمة كآلية لتطوير الرقابة المالية القبلية على المؤسسات الحكومية في الجزائر-المراقبة المالية على الجماعات المحلية نموذجاً-	الدكتور عوالي بلال الأستاذ الدكتور رزيق كمال	66-78
6	دراسة قياسية لتأثير مخرجات الجامعات على التنمية الصناعية صناعة المواد الصيدلانية في الأردن نموذجاً	د. ليلى شيخة د. أحمد شكيب كاهية	79-94
7	إدارة الجودة الشاملة في دوائر البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية وعلاقتها بالتميز البحثي	د. وفيق حلمي الأغا د. إبراهيم عبد سليم عابدين	95-113
8	البقطة الاستراتيجية نظام معلومات احترازي يساهم في مواجهة الأزمات الاقتصادية	الدكتور كرومي سعيد	114-123
9	الخصائص العالمية المؤهلة للمدير العربي لإدارة الأزمات في ظل العولمة:دراسة استطلاعية تحليلية في عينة من المؤسسات المصرفية في الجزائر والأردن	د. بواشري امينة	124-134
10	مستوى تطبيق الإدارة الالكترونية في كلية التربية -قميس من منظور أعضاء هيئة التدريس والموظفين	الباحثة إيمان الفايدي	135-147
11	من الوظائف التقليدية الى الوظائف الالكترونية للإدارة	الأستاذ الدكتور زرار العياشي الباحثة غياد كريمة	148-160
12	دور الإدارة الالكترونية في تنمية الأداء الإداري	د. خضراوي الهادي الباحثة لكحل عائشة	161-170
13	معوقات تطبيق الإدارة الالكترونية في المنظمات العراقية دراسة استطلاعية لأراء عينة من رؤساء الاقسام ومدراء الشعب في المديرية العامة للتربية في محافظة نينوى	الدكتور رأفت عاصي العبيدي أضواء كمال الجراح	171-183
14	أثر تبني الحكومة الالكترونية في الحدّ من الفساد المالي والإداري – دراسة حالة الدول العربية-	د. أمين بن سعيد د. نادية عبد الرحيم د. أحمد مخلوف	184-201
15	العوامل المؤثرة في مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية بالتطبيق على الشركات المدرجة بسوق العراق للأوراق المالية	الباحثة إنصاف محمود باشي الباحث احمد وجيه الدباغ	202-218
16	اعتماد انموذج ITIL كخارطة طريق لحوكمة خدمات تكنولوجيا المعلومات دراسة حالة في شركة speedway لتوزيع خدمات الانترنت/محافظة كركوك	د. محمد مصطفى حسين حسن الباحثة ندوى خزعل العبيدي	219-233

234-252	د. أنهار خيرالدين محمد د. ندى كشمولة	دور المواطنة التسويقية في تبني تطبيق أبعاد التسويق الأخضر في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية في محافظة نينوى	17
253-266	د. آمال موتريفي د. بركة بلاغماس د. رشيدة عداد	التسويق متعدد المستويات: آلية للتوجه نحو الاستقلالية المالية	18
267-278	د. نزهان السامرائي الباحث مصطفى كامل يوسف الكنعاني	دور الموقع الإلكتروني في تسويق المنتج السياحي دراسة لبعض التجارب العربية من ضمنها العراق	19
279-297	د. نوال يونس المراد د. روعة محمود الزرري	دور الالتزامات الأخلاقية في تعزيز المزيج التسويقي الابتكاري: دراسة تحليلية لآراء عينه من مدراء ورؤساء اقسام الشركة العامة لصناعة الألبسة الجاهزة	20
298-306	الباحثة قرزیز أنوار	الاتصالات التسويقية للمؤسسات الخدمية - دراسة ميدانية لوكالات السياحة والسفر-	21
307-321	د. بوهرين فتيحة د. طبائية سليمة أ.د. عبد السلام أبو طينجة	مؤشر الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للبنوك: دراسة مقارنة بين البنك الإسلامي الأردني وبنك البركة الجزائري	22
322-342	أ.د. أكرم احمد الطويل م.د. مأرب حازم الغضنفري الباحث احمد عبدالستار الطالبي	أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وأثرها في تعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية دراسة استطلاعية في عدد من الشركات الصناعية الصغيرة في محافظة نينوى	23
343-354	الباحث فارس صلاح نجم عبد الله الباحثة وجدان حسن حمودي	مدى توافر أبعاد المسؤولية الاجتماعية بالاعتماد على الموصفة الدولية ISO- 26000 دراسة تحليلية في شركة اسياسيل للاتصالات والانترنت في محافظة نينوى	24
355-372	د. عماد محمد أبو عجيبة الباحث محمد حسني الرماح	معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي	25
373-395	د. آمال خدامية	المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية بالمنطقة الصناعية وإشكالية تحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة مؤسسة فرتيال (عناية/الجزائر)	26
396-418	د. معن وعد الله المعاضيدي الباحث عمر سالم عزيز المولى	دور عمليات الاستراتيجية الخضراء في تعزيز المسؤولية الاجتماعية الاستراتيجية: دراسة حالة في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية /نينوى	27
419-438	د. يوسف مامش د. إبراهيم بوطالب	دراسة استطلاعية لأثر تطبيق معيار التقرير المالي الدولي رقم 16 (IFRS16) على جودة ملائمة المعلومة المالية في بيئة الأعمال الجزائرية من منظور المهنيين المحاسبين - حالة الشركات المستأجرة	28
439-456	د. سائلة الطيب خليفة سالم	أثر تقلبات معدل الصرف على النمو الاقتصادي في ليبيا: دراسة تحليلية خلال الفترة من 1980-2010	29
457-474	الباحث نور الدين رافع	الاتجاهات الحديثة للمعايير المحاسبية الدولية نحو تأكيد الإفصاح والشفافية في القوائم المالية وتحسين أداء المؤسسات	30
475-486	أ.د. بن عمارة نوال الباحثة جقيدل رشيدة الباحث بن عمارة طاهر	نموذج إحصائي لتقييم السلامة المالية لشركات التأمين: دراسة على عينة من التأمينات العامة في الجزائر للفترة (2013-2015)	31

487-501	د. أمّنة علي الكردي	الحاجة الى الاستدامة في التعليم المحاسبي: دليل من الأردن	32
502-511	الدكتور محمد أحمد عباينة الدكتور محمد حسين الزغول	أخلاقيات العمل المصرفي ودورها في تحسين أداء المؤسسات المالية الإسلامية - دراسة تأصيلية	33
512-531	د. منى مسغوني د. كرام محمد الأخضر	القيمة المشتركة كآلية تحفيز للشركات متعددة الجنسيات في اعتماد ابعاد المسؤولية الاجتماعية	34
532-549	هيا عابدين	أبعاد تدريب الموارد البشرية وعلاقتها في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة بنك فلسطين	35
550-571	الباحثة هدى قاسم حردان العقيدات الأستاذ الدكتور محمد حسين ابو نصار	أثر تطبيق الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية على ربحية الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان	36
572-583	فاطمة الزهراء كراشنة	المنظمة المتعلمة: التوجه الإداري الحديث لبلوغ التميز المؤسسي	37
584-598	د. احمد مخلوف الباحثة لونيس حنان	دور الإفصاح والشفافية في تحقيق جودة التقارير المالية	38
599-613	د. أسى نعيم محمد ياغي	تأثير الجدارات وتحسين الجودة في تفوق الأداء في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين	39
614-633	الباحثة إيمان عبدوس	أثر الصيرفة الإلكترونية في تعزيز جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة الجزائر	40
634-647	د. حاجي كريمة	إدارة جودة الخدمات الصحية في المؤسسات العمومية الاستشفائية الجزائرية	41
648-658	الباحث خليل زغدي الباحثة وفاء بن سيدي إبراهيم	حوكمة المؤسسات كمؤشر للتنمية المستدامة: دراسة حالة الجزائر	42
659-675	الباحث شعبي مصطفى الباحثة سليمة مالية	الأساليب الحديثة للمحاسبة الإدارية ودورها في تحسين أداء المؤسسات	43
676-691	د. قاضي نجاة الباحثة زروقي نسرين	دوافع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الخدمة السياحية في الجزائر	44
692-706	د. أسماء سفاري د. أسماء دردور	اتجاهات التأثير للمعرفة التسويقية في الأداء التسويقي عبر العناصر الأساسية لإدارة المعرفة (دراسة ميدانية على عينة من البنوك التجارية لولاية قسنطينة)	45

الأوراق البحثية

المعيار الدولي التاسع لإعداد التقارير المالية ومدى الالتزام به من قبل المصارف في فلسطين: الفرص والتحديات

الدكتور مروان جمعة درويش
جامعة القدس المفتوحة / فلسطين

ملخص:

هدفت هذه الورقة البحثية إلى التعرف على المعيار الدولي التاسع لإعداد التقارير المالية ومدى الالتزام به من قبل المصارف في فلسطين، وتحديد الفرص التي يمكن أن تحصل عليها إدارات المصارف من جراء تطبيق هذا المعيار، والتحديات والمعوقات التي تقف أمام تطبيقه، حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف هذه الورقة البحثية، وذلك من خلال تصميم استبانة وتوزيعها على عينة عشوائية قوامها (80) مبحوث من العاملين في مجال المحاسبة والتدقيق في المصارف العاملة في فلسطين، ومكاتب تدقيق الحسابات، وبعض أساتذة الجامعات الفلسطينية (تخصص المحاسبة والمالية)، وبعد التحليل الإحصائي للإجابات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، توصلت هذه الورقة البحثية إلى أن هناك التزاماً فعلياً من قبل محاسبي المصارف بتطبيق المعيار الدولي التاسع بدل المعيار المحاسبي الدولي رقم (39) عند إعداد التقارير ونشرها، حيث يحقق ذلك آثاراً ومزايا عديدة للمصارف في فلسطين، مع وجود ضعف في استخدام المعيار الدولي التاسع بما يتناسب مع بيئة المصارف في فلسطين، إذ يجب عدم استخدامه كما هو، إنما يعاد تكييفه بما يتلاءم والبيئة الفلسطينية.

كلمات مفتاحية: المعايير المحاسبية الدولية، المعيار الدولي التاسع، المصارف في فلسطين.

مقدمة :

تعتبر المعايير الدولية لتقارير الإفصاح المالي الأساس التي تبنى عليها المصارف والشركات قوائمها المالية بشكل يعزز الشفافية، والشمول، والموضوعية، حيث تشكل هذه المعايير نقطة انطلاق بناء وتطوير نظام محاسبي ومالي يستجيب ويواكب المستجدات والمتغيرات في عالم المال والاعمال، ويقدم تصوراً لما يمكن أن تتصف به بيئة الاعمال لتكون التقارير المالية أكثر شفافية وافصاحاً ويضع اجراءات واليات عمل دقيق لانجاح هذا التحول بما يواكب المستجدات الدولية في هذا المجال.

وقد عمل مجلس معايير المحاسبة الدولية IASB على وضع معايير محاسبية دولية مقبولة من قبل معظم الدول وقابله للتطبيق، كما انه قام بالعمل بشكل عام على تطوير وتوافق الانظمة والمعايير المحاسبية الدولية والجراءات المتعلقة بإعداد القوائم المالية، حيث عمل على وضع أكثر من (41) معيار دولي تنظم العمليات التجارية ومنها المعيار التاسع لإعداد التقارير المالية الذي جاء ليعديل على المعيار المحاسبي رقم (39) الادوات المالية – الاعتراف والقياس، ويعالج اوجه الخلل والقصور والثغرات التي كان يحويها، خصوصاً في شأن تقييمات الاستثمارات في الشركات التابعة والزميلة غير المسعرة او غير المدرجة والتي كانت تمثل اكبر بند للتحايل في اظهار الارباح ، حيث كانت الشركات تقوم بتقييم الاستثمارات في الشركات التابعة والزميلة لها غير المسعرة او غير المدرجة بلا اسس واقعية او علمية دقيقة. ومن هنا جاءت اهمية هذه الورقة لمتابعة احدث التعديلات في المعايير والمتمثلة في المعيار الدولي التاسع لإعداد التقارير المالية، ودورها في الوصول الى الهدف المنشود من إعداد وعرض القوائم المالية، واستكشاف التحديات والفرص المتعلقة بتبني هذا المعيار خصوصاً وأنه قد أصبح واجب التطبيق اعتباراً من 2018/1/1.

مشكلة الدراسة :

وتتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي: ما مدى التزام المصارف في فلسطين بتطبيق المعيار الدولي التاسع لإعداد التقارير المالية؟ ومن هذا السؤال الرئيس تتفرع الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو المعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية؟
- الى اي مدى مدى هناك ضرورة الى إلزام المهنيين (المحاسبين) في المصارف في فلسطين بتطبيق معايير المحاسبة الدولية؟
- ما مدى الالتزام الفعلي لدى محاسبي المصارف بتطبيق المعيار الدولي التاسع عند إعداد بياناتها المنشورة في فلسطين؟
- ما مدى امتلاك المهنيين (المحاسبين) للمعارف والخبرات الفنية اللازمة لتطبيق المعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية؟
- هل يتناسب استخدام المعيار الدولي التاسع مع بيئة المصارف في فلسطين؟
- ما هي الفرص المترتبة على تطبيق المصارف في فلسطين للمعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية؟
- ما هي التحديات والمعوقات لتطبيق المصارف في فلسطين للمعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية ؟

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة الى تسليط الضوء على المعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية من حيث مضمونه والحاجة إليه، وكذلك ايجابيات ومعوقات الالتزام به، خصوصاً وأنه قد أصبح واجب التطبيق اعتباراً من 2018/1/1. أما الجزء العملي أو الميداني، فيهدف إلى الكشف عن:

- مدى ضرورة إلزام المهنيين (المحاسبين) في المصارف في فلسطين على تطبيق معايير المحاسبة الدولية.
- مدى التزام المصارف في فلسطين بالمعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية.
- مدى امتلاك المهنيين (المحاسبين) للمعارف والخبرات الفنية اللازمة لتطبيق المعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية.
- مدى تناسب المعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية مع بيئة المصارف في فلسطين.
- الفرص المترتبة على تطبيق المصارف في فلسطين للمعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية؟
- التحديات والمعوقات لتطبيق المصارف في فلسطين للمعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية ؟

اهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة (بقسمها النظري والعملي) من كونها إحدى الوسائل التي توفر معلومات هامة وقيمة للمهتمين بموضوع المعايير الدولية. وهو موضوع بالغ الأهمية وتزداد أهميته يوماً بعد يوم خاصة بعد انتشار مفهوم العولمة، ومن جهة أخرى، فإن سلطة النقد الفلسطينية تفرض على المصارف والمؤسسات المالية استخدام معايير المحاسبة الدولية الصادرة عن لجنة معايير المحاسبة الدولية في اعداد حساباتها الختامية المعدة للنشر. بل أن سلطة النقد الفلسطينية نفسها تستخدم معايير المحاسبة الدولية في إعداد حساباتها المالية السنوية، ومن هنا تظهر أهمية تطبيق المعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية من قبل المصارف في فلسطين والفرص والتحديات لتطبيق هذا المعيار خصوصاً وأنه قد أصبح واجب التطبيق اعتباراً من 2018/1/1، حيث يتوقع أن تفيد نتائج هذه الدراسة، التي تعتبر من الدراسات القليلة التي تناولت الموضوع، القائمون على المصارف في تحديد موقف مصارفهم من تطبيق هذا المعيار، والاستفادة من الفرص وتجنب التحديات والمعوقات من تطبيقه.

فرضيات الدراسة:

لقد تم الاعتماد على مجموعة من الفرضيات للإجابة على جزء من أسئلة الدراسة وتحقيق أهدافها وهي:

- الفرضية الأولى: لا يتم الاعتراف والقياس عن العمليات التي تتم وفقاً لمتطلبات المعيار الدولي التاسع في المصارف في فلسطين.
- الفرضية الثانية: لا يوجد التزام في المصارف في فلسطين بمتطلبات المعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية
- الفرضية الثالثة: لا يحقق الالتزام بالمعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية أية فرص ومزايا للمصارف في فلسطين
- الفرضية الرابعة: لا توجد معوقات تحد من تطبيق المعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية في المصارف في فلسطين.

حدود الدراسة :

تتمثل حدود الدراسة في ما يلي:

- الحدود المكانية: تم اختيار فروع المصارف في المحافظات الشمالية في فلسطين (الضفة الغربية).
- الحدود الزمانية: تم اجراء الدراسة خلال النصف الاول من عام 2018
- الحدود البشرية: تم اختيار عينة الدراسة ممن لهم علاقة بالمحاسبة والمالية والتدقيق ولديهم اطلاع على المعايير المحاسبية الدولية .

الاطار النظري للدراسة:

اولا: صناعة معايير المحاسبة والتقارير المالية الدولية:

لتؤدي أي مهنة دورها ينبغي ان تكون منظمة ومحددة لأهدافها في إطار محيطها، وقد سارت مهنة المحاسبة في هذا الاتجاه فبعد ما كان هناك تنوعاً في الممارسات المحاسبية واختيار عشوائي للطرق والقواعد المحاسبية بما يخدم مصالح الادارة، ظهرت الحاجة الى ضبط هذه الممارسات على المستوى المحلي وهذا من خلال المنظمات الخاصة او الحكومية، مما استوجب البحث عن حلول للمشاكل المحاسبية التي طرأت مع هذا المشهد. ولهذا الغرض ظهر لجنة معايير المحاسبة الدولية IASC سنة 1972 والتي كان هدفها اصدار معايير محاسبة دولية، حيث تطورت هذه الهيئة من حيث قبولها ونوعية المعايير التي تصدرها، كما شهدت هذه المنظمة إعادة هيكلة سنة 2001 تحت اسم مجلس معايير المحاسبة الدولية IASB وهذا نظراً للتحديات التي اصبحت تواجهها هذه المنظمة من حيث اتساع رقعة تطبيق هذه المعايير، حيث تجاوز حينها عدد الدول لأكثر من 100 دولة تطبق او تقبل هذه المعايير الدولية بالاضافة الى التحديات العالمية الاخرى الناتجة عن زيادة اندماج الاقتصاد العالمي وعلى وجه الخصوص في جانبه المالي، حيث اصبحت بورصات العالم أكثر ترابطاً، مما زاد الحاجة لمعلومات أكثر دقة تحظى بالقبول العالمي، الامر الذي دعم قبول هذه المعايير في مختلف أرجاء العالم (مقدم، 2016).

على هذا الاساس دخل المجلس المذكور مع مجلس معايير المحاسبة المالية للولايات المتحدة الامريكية FASB في اتفاقية تعاون منذ سنة 2002 تهدف الى تقليل الاختلافات على المدى القصير والدخول في استراتيجية طويلة الامد توجت بتبني الولايات المتحدة الامريكية للمعايير المحاسبية والتقارير المالية الدولية سنة 2015، كما تم تبني هذه المعايير من طرف دول الاتحاد الاوروبي سنة 2015. من جهة اخرى عقد مجلس معايير المحاسبة الدولية عدة اتفاقيات تعاون مع مختلف الهيئات الوطنية والاقليمية والدولية من اجل ترسيخ العمل وفق المعايير والعمل على تحسينها وتنفيذها بأعلى جودة ممكنة (مقدم، 2016).

ثانيا: لمحة عن المعايير المحاسبية الدولية

يمثل الهدف من اصدار معايير المحاسبة الدولية احداث تجانس في الممارسات المحاسبية على مستوى دول العالم بما يمكن من اجراء المقارنات لمحتويات القوائم المالية وبما يخدم اهداف مستخدميها على وجه الخصوص في ظل حرية التجارة العالمية وهو الامر الذي تطلب قيام الاتحاد الدولي للمحاسبة لتوجيه الهيئات المهنية التي تتمتع بعضويتها الى الاسترشاد بهذه المعايير عند صياغة معايير المحاسبة في الدول التي تنتهي اليها مع تطوير تطبيقها . ويعرف المعيار المحاسبي بأنه مقياس او نموذج اساسي يهدف الى تحديد اساس الطريقة السليمة لتحديد وقياس وعرض عناصر القوائم المالية وتأثير العمليات والأحداث والظروف على المركز المالي للمنشأة ونتائج اعمالها ، ويرتبط كل معيار محاسبي في العادة بعنصر محدد من عناصر القوائم المالية (روايح و قحام، 2008) . ولكي تساعد المعايير المحاسبية الدولية على ترشيد القرارات المالية يجب ان تتمتع بالخصائص التالية (روايح و قحام، 2008):-

- ان تكون قابله للتحقق والتطبيق .
- ان تكون في متناول مستخدميها وفي الوقت المناسب .

- ان تكون قابله للمقارنة .
- ان تكون واضحة ومفهومة .
- ان تكون دقيقة ويمكن الاعتماد عليها وتطبيقها .

ويتم تحديد الجهة التي تستفيد من المعلومات المحاسبية من خلال تحديد الخواص الواجب توافرها في هذه المعلومات من حيث الشكل والمحتوى وحتى طريقة العرض. حيث ان هناك فرق في امكانيات المستخدمين، وتصنف الجهات المستفيدة من المعلومات والتقارير المالية المنشورة الى ستة اصناف اساسية هي (حمدان، 2012):

- مجموعة المساهمين في ملكية المشروع بمن فيهم المساهمون الحاليون والمتوقعون في المستقبل وحملة السندات القابلة للتحويل الى راس المال.
- مجموعة المقرضين بمن فيهم حملة السندات الحاليين والمتوقعين وكذلك الدائنين الذين يمولون المشروع على شكل قروض مضمونة او غير مضمونة.
- مجموعة الموظفين بمن فيهم الادارة والمحاسبين .
- مجموعة المحللين والاستشاريين بمن فيهم المحللون الماليون والاقتصاديون والاحصائيون والباحثون وغيرهم.
- الحكومة بأجهزتها ذات العلاقة، كمصلحة الضرائب والوزارات والدوائر المعنية بالإشراف على الامور التجارية والصناعية والسلطات المحلية .
- الجمهور بشكل عام بما في ذلك دافعي الضرائب والمستهلكين والأحزاب السياسية وجمعيات حماية المستهلك وجماعات الضغط الديني .

ولكي تفي البيانات المالية المنشورة باحتياجات مستخدميها في مجالات الاستثمار والتمويل يجب توفر شرطين اساسيين وهما (حمدان، 2012):-

- ان تتسم المعلومات التي توفرها تلك البيانات بالمصدقية ، ليكون بالإمكان الوثوق بها والاعتماد عليها في عملية اتخاذ القرار .
- ان تكون المعلومات قابلة للمقارنة ، وذلك كي تحوز المؤشرات المشتقة منها على قبول عام بحيث يمكن استخدامها اساساً لتقييم اداء المصارف والوقوف على مركزها المالي وإجراء المقارنات بقدر كبير من الموضوعية .

ثالثاً: نبذة عن المعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية:

يعتبر إصدار هذا المعيار ضمن استراتيجية مجلس معايير المحاسبة الدولية التي يتبناها وهي التطوير المستمر لمعاييرهِ إضافة الى خارطة الطريق طويلة المدى الناتجة عن الاتفاقية مع مجلس معايير المحاسبة المالية الأمريكي، والتي كانت من بينها توحيد الجهود فيما يخص تحسين وتقليل الاختلافات والتعقيدات التي تتميز بها محاسبة الادوات المالية، الا ان ما ميز الاسراع في اصدار المعيار هو الضغوطات الناتجة عن الازمة المالية سنة 2008 والتي كانت محاسبة الادوات المالية من بين أكثر المتهمين في زيادة تعجيل وتفاقم اسباب هذه الازمة، مما فرض على المجلسين (IASB,FASB) القيام بإجراءات خاصة لمعالجة هذه النقائص، حيث تم تشكيل لجان وموائد مستديرة تعمل على هذا الجانب، وقد حيث اعلن المجلسان عن وجوب الاسراع في تحسين محاسبة الادوات المالية، مع تحفظهم على الاتهامات التي مست عجز معيار المحاسبة الدولية رقم (39) على تلبية الاحتياجات الجديدة التي تميزت بها ممارسات الاعمال فيما يخص الادوات المالية (مقدم، 2016). وفي شهر اذار 2008 قام مجلس معايير المحاسبة الدولية (IASB) ومجلس معايير المحاسبة المالية الأمريكي (FASB) بنشر ورقة نقاش مشتركة تحت عنوان (تخفيض التعقيدات المرتبطة بالادوات المالية) حيث قرر (IASB) بأن يتم تطوير هذا المشروع وفقاً لثلاثة مواضيع قامت اللجان المشكلة بالعمل عليها، حيث تم الاعلان عن انتهاء المشروع في 24 /7/ 2014 على ان يتم بدء تطبيق متطلبات هذا المعيار في 1 /1/ 2018 مع السماح بإمكانية التطبيق المبكر (مقدم، 2016). وقد تضمنت استراتيجية التطوير المحاور التالية (مقدم، 2016):

- المحور الأول : التصنيف والقياس: تم نشره في شهر 11/2009 حيث تعلق الامر بالمتطلبات والتزامات الاصول المالية كما شهد هذا الجانب اضافة اخرى في شهر 10/2010، حيث لم تشهد هذه النقطة تغيير عن ما كان في معيار المحاسبة الدولي رقم 39 ما عدا فيما يخص التغييرات التي ادخلت على خيار القيمة العادلة للالتزامات المالية لمعالجة قضية المخاطر الائتمانية الخاصة. حيث قرر مجلس معايير المحاسبة الدولية ان الموعد الالزامي للتطبيق يبدأ من 1/1/2015 وهذا من اجل ان يسمح بوقت كاف للتحضير لتطبيق المعيار الجديد إضافة لانتظار اكتمال المراحل الأخرى للمشروع. حيث شهد هذا الجزء من المشروع تعديلات اخرى اقرها المجلس في شهر 11/2011، وفي شهر 2/2014 تم الانتهاء من التعديلات التي اقرها المجلس.
- المحور الثاني: انخفاض القيمة: يعتبر موضوع انخفاض القيمة وتوقيت وكيفية الاعتراف بها من الامور التي شهدت جدلاً كبير بين المتخصصين من المهنيين والاكاديميين وهذا نظراً للخسائر التي شهدتها قيمة الادوات المالية مع انفجار الازمة المالية، وعلى هذا الاساس فقد كان على مجلس معايير المحاسبة الدولية إعادة النظر في الممارسات المطبقة في هذا المجال، وفي 31/1/2011 قام مجلس معايير المحاسبة الدولية ومجلس معايير المحاسبة الأمريكية بنشر مسودة من اجل التعليق حول مقترحات محاسبة انخفاض القيمة للاصول المالية ، وهذا لغاية 31/4/2011 ، وفي 7/3/2013 نشر المجلس المقترحات المنقحة بعد التعليقات الاولى حول تدني قيمة الادوات المالية، والذي يهدف الى تحديد نموذج الاعتراف بخسائر القيمة والتوقيت المناسب للاعتراف، وفي 2/2014 نشر مجلس معايير المحاسبة الدولية الصيغة النهائية لهذا الجزء من معيار التقارير المالية الدولية رقم 9 (IFRS 9).
- المحور الثالث: محاسبة التحوط: يمثل النموذج الجديد إجراء إصلاح كبير لمحاسبة التحوط التي تؤيد المعالجة المحاسبية مع انشطة إدارة المخاطر، وتمكين الكيانات لتعكس بشكل افضل هذه الانشطة في بياناتها المالية، حيث ستؤدي هذه التحسينات الى توفير معلومات افضل حول إدارة المخاطر وتأثير محاسبة التحوط على البيانات المالية.
- رابعاً: التحسين في المحاسبة على الأصول: عمل مجلس معايير المحاسبة الدولية IASB على وضع معايير محاسبية دولية مقبولة من قبل معظم الدول وقابله للتطبيق، ومنها المعيار التاسع لاعداد التقارير المالية الذي جاء ليعدل على المعيار المحاسبي رقم (39) الادوات المالية – الاعتراف والقياس، ويعالج اوجه الخلل والقصور والثغرات التي كان يحويها، وفيما يلي اهم جوانب التحسين التي تمت للوصول الى المعيار التاسع (يوسف، 2015):

جدول 1: التحسين في المحاسبة عن الأصول المالية

المعيار الدولي التاسع لإعداد التقارير المالية	معيار المحاسبة الدولي (39)
التصنيف والقياس	
تصنف الأصول المالية ضمن فئتي قياس. ويستند التصنيف الى الطريقة التي يتم فيها ادارة الاداة (نموذج عمل المنشأة) بالإضافة الى شروط التدفق النقدي التعاقدي المتعلقة بها. وتحدد الفئة التي يتم تصنيف الاصول ضمنها فيما اذا كان يتم قياسها بصورة مستمرة بالتكلفة المطفأة أو القيمة العادلة.	يتطلب معيار المحاسبة الدولي (39) تصنيف الأصول المالية ضمن واحدة من أربع فئات، لكل منها معايير تصنيف ومتطلبات قياس مختلفة خاصة بها. تجمع معايير التصنيف بين طبيعة الاداة وطريقة استخدامها ونية الادارة. ويتضمن معيار المحاسبة الدولي 39 'قواعد مشوهة' تجبر المنشأة على اعادة التصنيف بالقيمة العادلة من خلال الربح أو الخسارة لجميع الأصول المالية المحتفظ بها حتى تاريخ الاستحقاق إذا تم بيع جزء غير بسيط منها قبل تاريخ استحقاقها.
خسارة تدني القيمة	
نتيجة لنموذج التصنيف الجديد	يتطلب معيار المحاسبة الدولي 39 تقييم خسارة التدني في قيمة الأصول المالية المقاسة بالقيمة العادلة من خلال الدخل الشامل الآخر وخسارة التدني في قيمة فئتي الأصول المالية المقاسة بالتكلفة المطفأة.
● ان الأصول المالية الوحيدة التي تخضع لخسارة التدني هي الأدوات المقاسة بالتكلفة المطفأة.	هنالك عدة نماذج مختلفة لتقييم خسارة التدني.
● يمكن عكس خسائر التدني في القيمة.	بعض خسائر تدني قيمة الأصول المالية لا يمكن عكسها.

المشتقات الضمنية	
ان للعقد المركب (وهو عقد اساسي غير مشتق يشتمل على مشتقة ضمنية) متطلبات مختلفة. حيث يتم قياس العقود المركبة بعدة طرق: • البعض بالقيمة العادلة من خلال الربح أو الخسارة. • فصل البعض الى جزأين، يقاس احدهما (المشتقة الضمنية) بالقيمة العادلة من خلال الربح أو الخسارة ويتم قياس الجزء الآخر (عقد أساسي غير مشتق) بالتكلفة المطفأة أو كعقد تنفيذي باستخدام محاسبة الاستحقاق • فئة ثالثة يتم المحاسبة عنها اما كعقد واحد أو على أساس التقسيم الى جزأين، وفقا لاختيار الإدارة.	ينطبق هذا المعيار على العقد المختلط اذا كان العقد الاساسي اصل مالي: • لا يتم فصل العقد المختلط عندما يكون العقد الأساسي عبارة عن أصل مالي. • يتم تصنيف هذه العقود بمجملها وفقا لمعايير تصنيف الأصول المالية الأخرى. لا يوجد أي تغيير في طريقة المحاسبة عن العقود المختلطة إذا كان العقد الأساسي عبارة عن التزام مالي أو بند غير مالي.
القيمة العادلة من خلال دخل شامل آخر	
لا يشمل معيار المحاسبة الدولي 39 عرض بديل للاستثمارات الاستراتيجية في أدوات الملكية.	يتوفر عرض بديل للاستثمارات الاستراتيجية في أدوات الملكية. • عند الاعتراف الاولي تستطيع المنشأة، في حال تحقيق الشروط قيد التغيير في القيمة العادلة في الدخل الشامل الاخر. • يتم عرض توزيعات الأرباح المحصلة من هذه الاستثمارات في حساب الارباح أو الخسائر. • لا يسمح بتدوير المكاسب والخسائر بين حساب الربح والخسارة وبين الدخل الشامل الاخر لهذه الاستثمارات.
الاستثناء المتعلق بقياس الاستثمارات في أدوات الملكية التي ليس لها سعر سوق بالتكلفة	
يتضمن معيار المحاسبة الدولي 39 استثناء من قواعد القياس فيما يخص أدوات حقوق الملكية التي ليس لها سعر سوق (والمشتقات المرتبطة بهذه الأدوات والتي يجب تسويتها من خلال تسليم هذه الأدوات) والتي لا يمكن قياس قيمتها العادلة بصورة موثوقة بها. ويتم قياس هذه الأصول المالية بالتكلفة.	يجب ان يتم قياس جميع الاستثمارات في أدوات الملكية بالقيمة العادلة. للتخفيف من المخاوف المتعلقة بشأن القدرة على قياس بعض هذه الاستثمارات بالقيمة العادلة فإن المشروع المتعلق بقياس القيمة العادلة سيعمل على توفير دليل للتطبيق وذلك: • لمساعدة المنشآت على كيفية قياس مثل هذه الأصول • تحديد الظروف التي تمثل فيها تكلفة أدوات الملكية القيمة العادلة لها.

ومن هنا فان المعيار الدولي للتقارير المالية 9 IFARS هو معيار يربط المعالجة المحاسبية بأنشطة إدارة المخاطر ويعمل بشكل اساسي على قياس الاصول والالتزامات المالية، من خلال تناول ثلاثة جوانب رئيسية تتمثل في تصنيف وقياس الاصول Classification and Measurement، وقياس الخسائر Impairment، ومحاسبة التحوط Hedge Accounting، وذلك بهدف رفع مستويات الامان والوصول لمستوى اعلى من الملاءة المالية للبنوك، والقدرة على مواجهة المخاطر المحتملة، وذلك من خلال بناء نموذج جديد لتكوين مخصصات خسائر القروض على اساس خسائر الائتمان المتوقعة. ويستلزم تطبيق هذا المعيار قيام المصارف بما يلي:

- تقييم كل الأدوات المالية التي ستتأثر بمبدأ القياس الجديد، وبالتالي تحتاج إلى إجراء التعديلات اللازمة على الأنظمة المحاسبية.
- هناك عدد من المجالات ستتطلب الاجتهاد والتفسير من قبل معدي البيانات المالية والمحاسبين القانونيين (مدقي الحسابات) وعلى سبيل المثال ما إذا كان نموذج الأعمال (Business Model) يدار بطريقة نشطة من أجل تحقيق التغير في القيمة العادلة.
- الأدوات المالية التي أعيد تصنيفها باستخدام " التعديلات على التصنيف وفقا لمعيار المحاسبي الدولي رقم (39) " قد تحتاج إلى إعادة تصنيفها مرة أخرى إلى مبدأ القيمة العادلة، وهذا يعتمد على نموذج الأعمال وخصائصه

- إن إعادة تصنيف شرائح من ديون الأوراق المالية سيكون معقدا لأنها ستخضع للفحص الكامل من خلال النظر في مجموعة الموجودات .

خامسا: فوائد تطبيق المعيار الدولي التاسع للتقارير المالية:

هناك مجموعة من الفوائد التي يمكن تحقيقها من تطبيق المصارف للميار الدولي التاسع لإعداد التقارير المالية منها على سبيل الحصر: (البطاوي، 2017)

- من حيث الودائع: سيعزز ثقة المودعين في البنوك لأنها توفر ضمانات أكثر وحماية اوفر من السابق وهو ما يمكن البنوك من توفير السيولة والوفاء بالتزاماتها.
- أما من ناحية القروض: فإنها ستؤدي الى تعزيز الدراسة السليمة لملاء العملاء الائتمانية مما يمثل حماية للبنوك من اية مخاطر تتعلق بعدم وفاء المقترضين لالتزاماتهم المالية،
- ان تطبيق هذا المعيار سوف يكون له آثار مهمة على البنوك فيما يتعلق باحتساب مخصصات الاضمحلال ومكونات معيار كفاية رأس المال، كما يساهم في إدخال مفاهيم اوسع واشمل في إدارة المخاطر.
- ان احد اكبر الفوائد التي سيرسخها المعيار التاسع كبح جماح الشركات المنحرفة عن نشاطاتها التشغيلية الأصلية، لأنه سيلزم الشركات غير المالية بتسجيل ارباح وخسائر محافظتها الاستثمارية ضمن حقوق الملكية مما سيجبرها على التركيز على نشاطاتها التشغيلية ، حيث ستظهر تأثيرات ذلك فقط على بند الأرباح والخسائر، وهو ما سيعالج اخطاء كثيرة استمرت لسنوات.
- يعزز المعيار من مستوى الشفافية في الموازنات، في اظهار الأرقام بشفافية، اذ سيلزم البنوك والشركات بتقديم كشف ارباح وخسائر شامل قبل ان يتم تصنيف أي خسائر على حقوق الملكية، حتى يبين مدى تأثير الخسائر في البيانات قبل احتسابها ضمن حقوق المساهمين.
- وتتطلب هذه الفوائد وجود هيكل وإجراءات حوكمة سليمة لدى البنوك لضمان تحقيق تطبيق سليم لمفاهيم المعيار.

سادسا: تحديات تطبيق المعيار الدولي التاسع للتقارير المالية:

هناك مجموعة من الفوائد التحديات التي تواجه المصارف من تطبيق للميار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية منها على سبيل الحصر: (البطاوي، 2017):

- ضرورة تعزيز التنسيق بين الوحدات المالية المتخصصة "إدارات المخاطر والائتمان والمالية وتكنولوجيا المعلومات".
- ضرورة تحقيق التكامل والتوافق بين البيانات المالية والمخاطر.
- تحديات جمع وحفظ البيانات التاريخية الضرورية لوضع النماذج الخاصة بالخسائر المتوقعة.
- تحديات البنية التحتية وانظمتها ومنهجيات وادلة عمل وتقنيات تقييم المخاطر والسياسات المحاسبية.
- قد يؤدي تطبيق المعيار الى قيام بعض البنوك بتكوين قدر اكبر من المخصصات وهو من شأنه ان يؤدي الى التأثير على الأرباح وبالتبعية التأثير على رأس المال والذي قد يؤدي بدوره الى ضعف قدرة البنوك على الاقراض النظامي
- وهذه التحديات تتطلب رفع قدرات العاملين ومهاراتهم ومواكبتهم لمستجدات العمل المصرفي على المستوى الدولي، وكذا تدعيم دور إدارات البحوث للوقوف على السيناريوهات الاقتصادية المستقبلية تمهيداً لاعداد نماذج خسائر الائتمان المتوقعة.

دراسات سابقة

هناك العديد من الدراسات التي تناولت جوانب مختلفة ذات علاقة بموضوع الدراسة ، وفيما يلي تلخيص لأهم الدراسات السابقة والتي تعتبر الأكثر قرباً لموضوع الدراسة.

أولاً: دراسات سابقة باللغة العربية

دراسة عرنوق (2014) بعنوان: أثر التحول إلى تطبيق المعيار الدولي لإعداد التقارير المالية رقم 9 في قياس الأدوات المالية للمصارف المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية. هدفت الدراسة إلى تعريف أثر التحول إلى تطبيق المعيار الدولي لإعداد التقارير المالية رقم 9 "التصنيف والقياس" (IFRS9) في قياس الأدوات المالية للمصارف المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية وذلك من خلال تحليل البيانات المالية لهذه المصارف ومقارنتها، وقد توصل الباحث إلى أن التحول إلى تطبيق المعيار 9 "التصنيف والقياس" يؤثر جوهرياً في: قيمة الأدوات المالية المتاحة للبيع الذي يجعل قيمتها صفرًا، بسبب إعادة تصنيفها إما تحت الاستثمارات المالية المحتفظ بها للمتاجرة، أو الاستثمارات المالية المحتفظ بها حتى تاريخ الاستحقاق في حال كانت أدوات دين. وقيمة الأدوات المالية المحتفظ بها للمتاجرة، باستثناء حالة إعادة تصنيف الاستثمارات المالية في أدوات الدين المتاحة للبيع إلى استثمارات مالية محتفظ بها حتى تاريخ الاستحقاق. وقيمة الأدوات المالية المحتفظ بها حتى تاريخ الاستحقاق في حال أُعيد تصنيف تلك الاستثمارات المالية في أدوات الدين المتاحة للبيع إلى الاستثمارات المالية المحتفظ بها حتى تاريخ الاستحقاق. كذلك توصل الباحث إلى أن التحول إلى تطبيق المعيار IFRS9 "التصنيف والقياس" في المصارف المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية لا يؤثر جوهرياً في: قيمة نتائج أعمال السنوات السابقة للمصارف المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية في السيناريوهات كلها، وقيمة الالتزامات المالية كونها تتماشى مع متطلبات المعيار IFRS9.

دراسة (العيسى، 2012) بعنوان: مدى تطبيق المعيار الدولي لإعداد التقارير المالية السابع: الأدوات المالية: الإفصاحات – دراسة ميدانية على البنوك الأردنية. هدفت هذه الدراسة إلى تقييم مدى التزام التقارير المالية الصادرة عن البنوك الأردنية بأحكام المعيار الدولي لإعداد التقارير المالية السابع، حيث لخص الباحث المعيار على شكل مفردات يتوجب الإفصاح عنها ثم أجريت عملية مسح للتقارير المالية للبنوك الأردنية لمعرفة مدى إظهار هذه المفردات. وقد أظهرت الدراسة التزام التقارير المالية المنشورة عن البنوك الأردنية بمتطلبات المعيار وتلتزم كذلك بمتطلبات القوانين والأنظمة والتعليمات ذات العلاقة، حيث تراوح مستوى الإفصاح من 14% إلى 100%. كما تبين أن هناك تبايناً بنسب الإفصاح من بنك لآخر. وقد أوردت الدراسة عدد من التوصيات التي من شأنها رفع مستوى التزام البنوك بتطبيق أحكام المعيار فيما يتعلق بالإفصاح عن الفقرات التي تم الالتزام بها بنسبة ضئيلة، منها: تطوير السياسات الرقابية وتحقيق المرونة والكفاءة ومتابعة رقابة البنوك، توفير برامج التدريب والتعليم المستمر لمعايير المحاسبة ومعايير إعداد التقارير الدولية، وأهمية الالتزام بها، وتشجيع إجراء البحوث والدراسات المتعلقة بتطبيق أحكام هذه المعايير.

دراسة الحلو (2009) بعنوان: مدى التزام الشركات المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية بتطبيق معيار المحاسبة الدولي رقم (39) "الاعتراف والقياس". هدفت هذه الدراسة إلى دراسة وقياس وتحليل مدى التزام الشركات المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية بمعيار المحاسبة الدولي رقم (39) "التصنيف والقياس"، إذ صمم استبيان ووزع على عينة الدراسة المتمثلة بالشركات المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية البالغ عددهم 34 شركة بواقع استبانتين لكل شركة، وخلصت الدراسة إلى أن الشركات المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية تلتزم بمتطلبات معيار المحاسبة الدولي رقم (39)، وذلك من وجهة نظر الإدارات المالية للشركات، كما أن الشركات تحقق مزايا من تطبيق متطلبات تشمل تحسين القرارات لمستخدمي القوائم المالية، وزيادة كفاءة القوائم المالية، ومساعدة الشركات في تسجيل معاملاتها، وكذلك مساعدة الشركات على تصنيف الأدوات المالية بطريقة منظمة وسليمة، وذلك على الرغم من وجود معوقات تحد من تطبيق المعيار والمتمثلة في عدم وجود دورات تدريبية تتعلق بمعايير المحاسبة الدولية وكذلك عدم وضوح الدور الذي تقوم به الجمعيات والهيئات المهنية للإشراف على تطبيق المعيار.

دراسة الكبيسي وزلموط (2009) بعنوان: مدى ملائمة بيانات القوائم المالية للمصارف الأردنية لمتطلبات المعيار IAS39 من وجهة نظر المحاسب ومدقق الحسابات. هدفت الدراسة إلى تقييم مدى التزام المصارف الأردنية بمتطلبات المعيار IAS39 في إعداد القوائم المالية، إذ صمم استبيان ووزع على عينة الدراسة المتمثلة بالمحاسبين القانونيين المسموح لهم تدقيق حسابات المصارف الأردنية وبلغ عددهم 355، ومحاسبي المصارف بواقع استبيان لكل مصرف الذي يبلغ عددهم 22 محاسباً. وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية: عدم وجود معايير محلية أو متطلبات تنسجم مع البيئة الأردنية من الناحية الاقتصادية والمالية والاجتماعية، وإنما بقي العمل منصّباً على تطبيق متطلبات معيار المحاسبة الدولية IAS39. ولوحظ تطور فيما يتعلق بالإفصاح عن الأدوات المالية في القوائم المالية، تسجيل أرباح المشتقات والمحاسبة عنها، والإفصاح عن التدفق النقدي الناجم عن أرباح الأدوات المالية. وعدم وجود تعاون مشترك بين الجهات المعنية عن وضع

المعايير وتطبيقها، وأسس الحكومة، ومنظلي سوق المال ، ورجال الأعمال ومستخدمي البيانات المالية عموماً، وكذلك ضعف النظام الرقابي الداخلي والخارجي للمصارف فيما يتعلق بتطبيق متطلبات معايير المحاسبة الدولية عموماً والمعيار 39 خاصة، من أجل ضمان موضوعية البيانات المالية ومدى التزامها بتلك المعايير. والتدخل في فرض اتباع آليات وسياسات معينة كما في الطلب من المصارف بمعالجة فروقات القيمة العادلة للموجودات المتاحة للبيع في قائمة الدخل.

دراسة سابا (2008) بعنوان: مدى قابلية معايير اعداد القوائم المالية الدولية للتطبيق في فلسطين "دراسة استطلاعية للمحاسبين في قطاع غزة". هدفت الدراسة الى تحديد مدى معرفة وتعامل المحاسبين الفلسطينيين مع معايير إعداد القوائم المالية الدولية ، وما هي الايجابيات الناتجة عن تطبيق هذه المعايير؟ وما هي المعوقات التي تحول دون تطبيق هذه المعايير و محاولة إيجاد الحلول لها؟ وقد استخدم أسلوب الاستبانة في جمع البيانات اللازمة ، حيث وزعت الاستبانات على 225 محاسب من فئات مختلفة، أكاديميين، ومحاسبين في مكاتب محاسبة ،محاسبين في شركات مساهمة عامة أو خاصة ، وخلصت نتائج الدراسة إلى انه لا يتم تطبيق معايير اعداد القوائم المالية الدولية بشكل كامل في شركات قطاع غزة ، ويرجع ذلك الى عدة معوقات اهمها: عدم الاعتماد بشكل كبير على التقارير المالية في اتخاذ القرارات في الشركات الفلسطينية ،بالإضافة الى عدم وجود قوانين وتشريعات تلزم الشركات بتطبيق معايير المحاسبة الدولية .

ثانياً: دراسات باللغة الإنجليزية

دراسة Linde & Pedersen (2011) بعنوان: تحليل مقارن بين متطلبات معيار المحاسبة الدولي IAS39 والمعيار الدولي لإعداد التقارير المالية IFRS9. هدفت هذه الدراسة إلى إجراء مقارنة لمتطلبات معيار المحاسبة الدولي IAS39 ومتطلبات المعيار الدولي لإعداد التقارير المالية IFRS9 للمصارف التي تمتلك الحصة الكبرى من تسهيلات القروض الممنوحة في الدانمارك بحسب معايير هيئة الإشراف المالية الدنماركية. إذ جرى تحليل البيانات المالية لهذه المصارف وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن تطبيق متطلبات المعيار IFRS9 لن يحمل في طياته تغييرات جوهرية على فئة القروض كون هذه القروض تقاس أصلاً بالتكلفة المطفأة تحت متطلبات معيار المحاسبة الدولي IAS39، إلا أنه لوحظت فروق جوهرية ناتجة عن التغيير في مداخل الاعتراف بانخفاض القيمة للأصول المالية؛ وذلك عند تطبيق متطلبات المعيار الدولي لإعداد التقارير المالية التي تتطلب الاعتراف بمخصص انخفاض قيمة محفظة القروض للخسائر المحققة والمتوقعة عند وجود حدث يمكن قياس أثره في محفظة القروض لدى تلك المصارف.

دراسة Punda&Lueg (2011) بعنوان : أثر تطبيق المعايير الدولية لاعداد التقارير المالية على بعض المؤشرات المالية في المملكة المتحدة. هدف الدراسة الى بيان الفروق الناتجة عن تبني المعايير الدولية لاعداد التقارير المالية بدلا من معايير المحاسبة المتعارف عليها في المملكة المتحدة حيث حددت في هذه الدراسة النسب المالية التي قد تغيرت جوهرياً نتيجة مثل هذا التبني للمعايير الدولية والمقارنة بينها وبين تلك النسب في دولة أيرلندا أيضاً. وخلصت الدراسة الى انه ومع التقارب بين متطلبات معايير المحاسبة في المملكة المتحدة ومتطلبات المعايير الدولية لاعداد التقارير المالي فان التحول الى المعايير الجولية انتج فروقات جوهرية في بعض الارقام المحاسبية التي تنتج عنها تغييرات جوهرية في بعض الارقام المحاسبية التي تنتج عنها تغييرات جوهرية في بعض النسب المالية للشركات المدرج مثل نسب الربحية في حين كان التغيير طفيفاً في نسبة السعر الى العائد P/E بسبب زيادة الدخل الشامل للشركات بعد تطبيق المعايير الجولية لاعداد التقارير المالية.

دراسة Scrodle & Klein (2011) بعنوان: المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية ومشكلة التعقيد في المعايير. هدفت الدراسة إلى البحث في الفرضية التي تقول: إن تبني المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية يزيد من شفافية الإفصاح لدى الشركات وتزيد من سيولة الشركات المدرجة في هذه الأسواق المالية. إذ جرى التحقق من التغيير في سيولة الأسواق المالية بعد تطبيق المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية من قبل الشركات المدرجة في مثل هذه الأسواق. إذ قُسمت عينة الدراسة إلى مجموعتين الأولى: الدول التي توجد فيها فروقات كبيرة بين متطلبات تطبيق معايير المحاسبة المحلية والمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية والثانية: مجموعة الدول التي تتوافق معاييرها المحلية- إلى حد كبير- مع متطلبات المعايير الدولية. وتم تحليل البيانات المالية للشركات من سنة (2003) حتى نهاية سنة (2008) وذلك على خمسين دولة في أمريكا، وأوروبا، وآسيا، وإفريقيا، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الدول التي لديها درجة أقل من التباين بين معاييرها المحلية والمعايير الدولية قد أظهرت درجات أكبر لزيادة سيولة السوق المالي لديها وزيادة الشفافية الإفصاحات لدى الشركات المدرجة في أسواقها خلال السنوات اللاحقة لتطبيق المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية.

دراسة (Eckes and Hitchins, 2002). The Implementation of IAS 39 in The Banking Industry experience in Germany. هدفت الدراسة إلى الاستفادة من الخبرة الألمانية في التطبيق المبكر لمعايير المحاسبة الدولية. والتي ذكر في الدراسة أنها ستطبق إجبارياً في دول الاتحاد الأوروبي بداية عام 2005. أظهرت الدراسة، ومن خلال خبرة البنوك الألمانية في التطبيق المبكر لمعيار المحاسبة الدولي، IAS 39 الحاجة لسنتين على الأقل من أجل التحول من معايير محاسبة محلية إلى معايير المحاسبة الدولية، بالإضافة لسنتين إضافيتين لبرامج تغطي متطلبات النظام التكنولوجي والتوثيقي المطلوبة، والتي يجب أن تعمل بشكل متوازن حتى تصل إلى التحول التام من النظام القديم إلى الجديد. كما قامت الدراسة بشرح المواضيع المحاسبية الكبيرة المتعلقة بمعيار المحاسبة الدولي IAS 39 من: تصنيف الأدوات المالية، قياس القيمة العادلة للأدوات المالية، محاسبة المشتقات المدمجة ومحاسبة التحوط، وخلصت إلى عدم الاستخفاف بحجم العمل، والوقت، والجهد، والتكلفة المطلوبة لعملية التحول نحو معايير المحاسبة الدولية، وأوصت بالتطبيق المبكر لها.

منهج الدراسة :

من أنسب أساليب ومناهج البحث العلمي لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي وهذا يتطلب الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن إمكانية تطبيق المعيار الدولي التاسع لأعداد التقارير المالية، وما هي المعوقات التي تواجه عملية التطبيق، وما هي الفوائد والآثار الإيجابية التي يمكن أن تحصل عليها المصارف من جراء تطبيق هذا المعيار، وذلك بهدف التحقق من مدى الالتزام الفعلي بالمعيار، ومدى امتلاك المحاسبين في المصارف للمعارف والخبرات الفنية اللازمة لتطبيق ذلك المعيار والسبل المقترحة لتزويدهم بهذه المعارف .

مصادر جمع البيانات:

تم الاعتماد على البيانات الثانوية المتمثلة في (الكتب والأبحاث المنشورة والدوريات المتخصصة والرسائل الجامعية وأوراق العمل والمقالات العلمية)، وقد تم زيارة عدد من المواقع الإلكترونية الخاصة بمجال تطبيق المعايير المحاسبية الدولية . ونظراً لعدم إمكانية تغطية كافة جوانب الدراسة من خلال البيانات الثانوية فقد تم الاستعانة بالبيانات الأولية لسد هذا النقص، حيث تم تصميم استبانة لهذا الغرض وتوزيعها على عينة الدراسة.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تألف مجتمع الدراسة من المحاسبين في المصارف في فلسطين، ومدقي الحسابات، وأساتذة الجامعات الفلسطينية وقد تم اختيار عينة عشوائية منهم بلغ عددها 92 مبحوث.

أداة الدراسة:

تم الحصول على البيانات اللازمة من خلال تصميم استبانة لهذا الغرض، حيث تكونت من قسمين:

- القسم الأول: ويتكون من سؤالين يمثلان معلومات عامة حول: الوظيفة الحالية للمبحوث، وعدد سنوات الخبرة.
- القسم الثاني: يتكون من أربعة محاور رئيسة تتعلق بمدى الالتزام بتطبيق معايير المحاسبة بشكل عام، ومدى الالتزام بتطبيق المعيار الدولي التاسع لأعداد التقارير المالية، ومدى امتلاك المهنيين (المحاسبين) في المصارف للمعارف والخبرات الكفيلة بتطبيق المعيار التاسع، ومدى الاعتقاد بان استخدام المعيار يتناسب مع بيئة المصارف في فلسطين.

صدق الاداة وثباتها

تم عرض الاستبانة على عدد من اعضاء هيئة التدريس في الجامعات الفلسطينية وتم تعديلها بناء على توافق ملاحظاتهم بنسبة 75% تقريباً، وقد تم استخدام طريقة ألفا كرونباخ Alpha Cronbach's لقياس ثبات الاستبانة، وبين جدول رقم (2) أن معاملات الثبات مرتفعة حيث زادت عن 80% لجميع المحاور.

جدول 2: معامل الثبات (طريقة ألفا كرونباخ)

المحور	محتوى المحور	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
الاول	ما مدى إلتزام المهنيين (المحاسبين) في المصارف في فلسطين بتطبيق معايير المحاسبة الدولية؟	7	0.8360
الثاني	ما مدى الإلتزام الفعلي لدى محاسبين المصارف بتطبيق المعيار الدولي التاسع عند إعداد بياناتها المنشورة في فلسطين؟	5	0.8882
الثالث	إلى أي مدى يتوفر لدى المحاسبين في المصارف المعارف العلمية والخبرات الكفيلة بتطبيق المعيار الدولي التاسع؟	5	0.8882
الرابع	هل يتناسب استخدام المعيار الدولي التاسع مع بيئة المصارف في فلسطين؟	5	0.8882
جمع فقرات الاستبانة			0.8979

المعالجة الإحصائية:

تم تفرغ الاستبانة بواسطة برنامج التحليل الإحصائي SPSS ثم اجريت التحليلات الإحصائية المختلفة على هذه البيانات، حيث تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية: النسب المئوية والتكرارات والمتوسطات الحسابية، واختبار ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة، واختبار ستيودنت (t) لاختبار فرضيات الدراسة.

مقياس الاستبانة:

مقياس الاستبانة المستخدم هو مقياس ليكرت الخماسي وقد تم ترميزه حسب التالي:

مدى توفر الفقرة (مقياس ليكرت الخماسي)				
تأييد قوي جدا	تأييد قوي	تأييد متوسط	تأييد ضعيف	تأييد ضعيف جداً
5	4	3	2	1

تم توزيع الاستبانة على عينة مكونة من 92 مبحوث ، أستردها منها 80 استبانة صالحة للتحليل ، وهذه العينة موزعة كالتالي :

جدول 3: الوظيفة الحالية

Cumulative Percent	Valid Percent	Frequency	Valid
42.5	65.0	52	محاسب في مصرف
70.0	20.0	16	موظف في شركة تدقيق حسابات
100.0	15.0	12	أستاذ في إحدى الجامعات الوطنية
	100.0	80	Total

جدول 4: عدد سنوات الخبرة

Cumulative Percent	Valid Percent	Frequency	Valid
17.5	17.5	14	أقل من سنتين
40.0	22.5	18	2 – 5 سنوات
65.0	25.0	20	5-8 سنوات
100.0	35.0	28	أكثر من 8 سنوات
	100.0	80	Total

ويتبين من الجدولين السابقين ان معظم افراد عينة الدراسة هم من موظفي المصارف وبنسبة 65%، فيما كان معظم افراد عينة الدراسة من اصحاب الخبرات التي تزيد عن خمس سنوات وبنسبة 60%، اما اصحاب الخبرات التي تقل عن سنتين فقد بلغت نسبتهم 17.5%، وهذه النتائج (موظفي المصارف ذوي الخبرات العالية) تعطي مصداقية اكبر في الاجابات التي سنحصل عليها على اسئلة الدراسة.

الاجابة على اسئلة الدراسة:

نتائج إجابات الأسئلة ملخصة ادناه:

السؤال الاول : ما مدى اعتقادك بضرورة إلزام المهنيين (المحاسبين) في المصارف في فلسطين بتطبيق معايير المحاسبة الدولية؟

تبين النتائج في جدول رقم (5) ان هناك تأييد قوي يبين ضرورة إلزام المحاسبين في المصارف في فلسطين بتطبيق معايير المحاسبة الدولية وبنسبة 60% من عينة الدراسة.

جدول 5: الى اي مدى تعتقد ضرورة إلزام المهنيين (المحاسبين) في فلسطين بتطبيق معايير المحاسبة الدولية

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid
5.0	5.0	5.0	4	تأييد ضعيف جداً
17.5	12.5	12.5	10	تأييد ضعيف
40.0	22.5	22.5	18	تأييد متوسط
70.0	30.0	30.0	24	تأييد قوي
100.0	30.0	30.0	24	تأييد قوي جداً
	100.0	100.0	80	Total

ونتيجة لوجود تأييد كبير لتطبيق معايير المحاسبة الدولية فقد اكدت الآراء المؤيدة على ضرورة تطبيق معايير المحاسبة الدولية كما هي دون الحاجة لتكييفها بما يتلائم مع البيئة الفلسطينية وبنسبة 66.7% من المؤيدين، فيما اشار 83.3% منهم الى ان تبني تلك المعايير يوفر للبيانات المالية المنشورة للشركات المساهمة المدرجة في السوق المالي قبولاً عالمياً يسهل من تداول أسهمها في أسواق المال الأجنبية، بينما بين 75% منهم ان تبني تلك المعايير يوفر على الجهات المهنية عندنا الجهد و المال اللازمين لإعداد معايير مهنية خاصة بفلسطين، والنتائج المعروضة في الجداول 1-5 الى 3-5 توضح ذلك:

جدول رقم 1.5: يجب عدم تطبيق المعايير كما هي بل بعد تكييفها بما يتلاءم مع البيئة الفلسطينية

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid
33.3	33.3	33.3	16	نعم
100.0	66.7	66.7	32	لا
	100.0	100.0	48	Total

جدول 2.5: تبني تلك المعايير يوفر للبيانات المالية المنشورة للشركات المساهمة المدرجة في السوق المالي قبولاً عالمياً يسهل من تداول أسهمها في أسواق المال الأجنبية

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid
83.3	83.3	83.3	40	نعم
100.0	16.7	16.7	8	لا
	100.0	100.0	48	Total

جدول 3.5: تبني تلك المعايير يوفر على الجهات المهنية عندنا الجهد و المال اللازمين لإعداد معايير مهنية خاصة بفلسطين

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid	
75.0	75.0	75.0	36	نعم	
100.0	25.0	25.0	12	لا	
	100.0	100.0	48	Total	

السؤال الثاني: ما مدى الالتزام الفعلي لدى غالبية محاسبي المصارف بتطبيق المعيار الدولي التاسع بدل المعيار المحاسبي رقم (39) عند إعداد بياناتها المنشورة في فلسطين

تبين النتائج في جدول رقم (6) ان نسبة عدم تأييد التزام المحاسبين بتطبيق المعيار الدولي رقم 9 لاعداد التقارير المالية بدلا من المعيار المحاسبي 39 قد بلغت 45% وزادت بقليل عن نسبة التأييد .

جدول 6: ما مدى الالتزام الفعلي لدى غالبية محاسبي المصارف بتطبيق المعيار الدولي التاسع بدل المعيار رقم (39) عند إعداد بياناتها المنشورة في فلسطين

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid	
7.5	7.5	7.5	6	تأييد ضعيف جدا	
45.0	37.5	37.5	30	تأييد ضعيف	
57.5	12.5	12.5	10	تأييد متوسط	
97.5	40.0	40.0	32	تأييد قوي	
100.0	2.5	2.5	2	تأييد قوي جدا	
	100.0	100.0	80	Total	

وقد بين غير المؤيدين ان اسباب عدم التزام المحاسبين بتطبيق المعيار الدولي رقم 9 لاعداد التقارير المالية بدلا من المعيار المحاسبي 39 هو نتيجة لعدم وجود قانون حكومي يلزمهم بذلك بنسبة 72.2% من عدم المؤيدين، او لرغبة غالبية الإدارات بعدم الالتزام به ، وذلك خشية الحد من حريتها من التحكم بمضمون البيانات المالية المنشورة وحدود الافصاح فيها بنسبة 66.7% منهم ، او لأنه لا يتوفر لدى محاسبي تلك المصارف ما يلزم من المعارف والخبرات لتطبيق ذلك المعيار بنسبة 50.0% منهم، والنتائج المعروضة في الجداول 1-6 الى 4-6 توضح ذلك:

جدول 1.6: لعدم وجود قانون حكومي يلزمهم بذلك

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid	
72.2	72.2	72.2	26	نعم	
100.0	27.8	27.8	10	لا	
	100.0	100.0	36	Total	

جدول 2.6: لرغبة غالبية الإدارات بعدم الالتزام به، وذلك خشية الحد من حريتها من التحكم بمضمون البيانات المالية المنشورة وحدود الافصاح فيها

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid	
66.7	66.7	66.7	24	نعم	
100.0	33.3	33.3	12	لا	
	100.0	100.0	36	Total	

جدول 3.6: لعدم وجود ما يكفي من الجزاءات والغرامات التي تفرض على المخالفين

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid
33.3	33.3	33.3	12	نعم
100.0	66.7	66.7	24	لا
	100.0	100.0	36	Total

جدول 4.6: لأنه لا يتوفر لدى محاسبي تلك المصارف المؤسسات المالية ما يلزم من المعارف والخبرات لتطبيق ذلك المعيار

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid
50.0	50.0	50.0	18	نعم
100.0	50.0	50.0	18	لا
	100.0	100.0	36	Total

السؤال الثالث: إلى أي مدى يتوفر لدى المحاسبين في المصارف المعارف العلمية والخبرات الكفيلة بتطبيق المعيار الدولي التاسع؟

تبين النتائج في جدول رقم (7) ان نسبة عدم تأييد توفر المعارف العلمية والخبرات الكفيلة بتطبيق الأساليب والإجراءات المحاسبية الكفيلة بتطبيق المعيار المحاسبي الدولي التاسع لدى غالبية المحاسبين في المصارف قد بلغت 46.2% وزادت بقليل عن نسبة التأييد .

جدول 7: حسب تقديرك إلى أي مدى يتوفر لدى غالبية المحاسبين في المصارف المعارف العلمية والخبرات الكفيلة بتطبيق الأساليب والإجراءات المحاسبية الكفيلة بتطبيق المعيار المحاسبي الدولي التاسع

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid
10.3	10.3	10.0	8	تأييد ضعيف جداً
46.2	35.9	35.0	28	تأييد ضعيف
61.5	15.4	15.0	12	تأييد متوسط
97.4	35.9	35.0	28	تأييد قوي
100.0	2.6	2.5	2	تأييد قوي جداً
	100.0	97.5	78	Total
		2.5	2	System Missing
		100.0	80	Total

وقد بين غير المؤيدين ان اهم وسائل تحسين معارف وخبرات المحاسبين التي تلزم لتطبيق المعيار الدولي رقم 9 لاعداد التقارير المالية تتمثل في ايلاء عناية كبرى من جانب إدارات المصارف نحو تدريب المحاسبين على تطبيقات المعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية وبنسبة 83.3% منهم، وإعادة النظر في الخطط العلمية وأساليب التدريس في أقسام المحاسبة في الجامعات الفلسطينية والنتائج تشير الى اتجاه يعمق بين الدراسة والتطبيق المهني وبنسبة 94.4% منهم، وتوفير ترجمة جيدة إلى العربية لمعايير المحاسبة الدولية وبنسبة 72.2% منهم، والنتائج المعروضة في الجداول 1-7 الى 4-7 توضح ذلك:

جدول 1.7: ايلاء عناية كبرى من جانب إدارات المصارف نحو تدريب المحاسبين على تطبيقات المعيار المحاسبي الدولي التاسع.

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid
83.3	83.3	83.3	30	نعم
100.0	16.7	16.7	6	لا
	100.0	100.0	36	Total

جدول 2.7 : إعادة النظر في الخطط العلمية وأساليب التدريس في أقسام المحاسبة في الجامعات الفلسطينية، وذلك في اتجاه يعمق بين الدراسة والتطبيق المهني

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid
94.4	94.4	94.4	34	نعم
100.0	5.6	5.6	2	لا
	100.0	100.0	36	Total

جدول 3.7: التشدد في شروط التعيين في المصارف باشتراط أن يكون المتقدم لوظيفة محاسب ملم بمعايير المحاسبة الدولية

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid
27.8	27.8	27.8	10	نعم
100.0	72.2	72.2	26	لا
	100.0	100.0	36	Total

جدول 4.7: توفير ترجمة جيدة إلى العربية لمعايير المحاسبة الدولية

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid
72.2	72.2	72.2	26	نعم
100.0	27.8	27.8	10	لا
	100.0	100.0	36	Total

السؤال الرابع: هل يتناسب استخدام المعيار الدولي التاسع مع بيئة المصارف في فلسطين؟

تبين النتائج في جدول رقم (8) تقارب الآراء حول أن استخدام المعيار الدولي التاسع يتناسب مع بيئة المصارف في فلسطين حيث بلغت نسبة المؤيدين 35% مقابل 37.5% لغير المؤيدين

جدول 8: إلى أي مدى تعتقد أن استخدام المعيار الدولي التاسع يتناسب مع بيئة المصارف في فلسطين

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid
2.5	2.5	2.5	2	تأييد ضعيف جداً
37.5	35.0	35.0	28	تأييد ضعيف
65.0	27.5	27.5	22	تأييد متوسط
95.0	30.0	30.0	24	تأييد قوي
100.0	5.0	5.0	4	تأييد قوي جداً
	100.0	100.0	80	Total

وقد أبدى غير المؤيدين لتناسب المعيار الدولي رقم 9 مع بيئة المصارف في فلسطين بأنه يجب عدم استخدام المعيار الدولي التاسع كما هو، إنما يعاد تكيفه بما يتلاءم والبيئة الفلسطينية بنسبة 86.7% منهم، ولكنهم لم يؤيدوا تصميم معايير محاسبية خاصة بفلسطين ومن ثم استخدامها في إعداد القوائم المالية، ولا استخدام معايير محاسبية أخرى، والنتائج المعروضة في الجداول 8-1 إلى 8-3 توضح ذلك:

جدول 1.8: يجب عدم استخدام المعيار الدولي التاسع كما هو، إنما يعاد تكيفه بما يتلاءم والبيئة الفلسطينية

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid
86.7	86.7	86.7	26	نعم
100.0	13.3	13.3	4	لا
	100.0	100.0	30	Total

جدول 2.8: يجب تصميم معايير محاسبية خاصة بفلسطين ومن ثم استخدامها في إعداد القوائم المالية

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid
40.0	40.0	40.0	12	نعم
100.0	60.0	60.0	18	لا
	100.0	100.0	30	Total

جدول 3.8: يجب استخدام معايير محاسبية أخرى

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	Valid
20.0	20.0	20.0	6	نعم
100.0	80.0	80.0	24	لا
	100.0	100.0	30	Total

اختبار فرضيات الدراسة :

تم استخدام اختبار t للعينات الواحدة عند مستوى الدلالة 0.05 لاختبار جميع الفرضيات، والنتائج مبينة بالجدول رقم (9).

جدول 9: نتائج اختبار (t) لفرضيات الدراسة

المحور	متوسط الاجابة	الانحراف المعياري	النسبة	قيمة t	الدلالة
لا يتم الاعتراف والقياس عن العمليات التي تتم وفقاً لمتطلبات المعيار الدولي التاسع في المصارف في فلسطين .	3.80	0.409	76.01	15.661	0.000
لا يوجد التزام في المصارف في فلسطين بمتطلبات الإفصاح وفقاً للمعيار الدولي التاسع .	4.05	0.580	83.50	13.320	0.000
لا يحقق الالتزام بالمعيار الدولي التاسع أية آثار ومزايا للمصارف في فلسطين	3.99	0.739	80.49	8.330	0.000
لا توجد معوقات تحد من تطبيق معيار المحاسبة الدولي التاسع للمصارف والمؤسسات المالية في فلسطين .	4.45	0.520	88.06	17.671	0.000

تحليل الفرضيات :

نتائج تحليل الفرضيات فيما يأتي:

- الفرضية الاولى : يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات تساوي 3.80، و الوزن النسبي يساوي 76.01% وهي اكبر من الوزن النسبي المحايد " 60 % " وقيمة t المحسوبة تساوي 15.661 وهي اكبر من قيمة t الجدولية والتي تساوي 2.01 ومستوى الدلالة يساوي 0.00 وهو اقل من 0.05 مما يعني رفض الفرضية ، أي ان يتم الاعتراف والقياس عن العمليات التي تتم وفقاً لمتطلبات المعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية في المصارف في فلسطين .
- الفرضية الثانية : يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات تساوي 4.05، و الوزن النسبي يساوي 83.50% وهي اكبر من الوزن النسبي المحايد " 60 % " وقيمة t المحسوبة تساوي 13.320 وهي اكبر من قيمة t الجدولية والتي تساوي 2.01 ومستوى الدلالة يساوي 0.00 وهو اقل من 0.05 مما يعني رفض الفرضية ، أي يوجد التزام في المصارف في فلسطين بمتطلبات الإفصاح وفقاً للمعيار الدولي التاسع .

- الفرضية الثالثة : يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات تساوي 3.99، و الوزن النسبي يساوي 80.49% وهي اكبر من الوزن النسبي المحايد " 60 % " وقيمة t المحوسبة تساوي 8.733 وهي اكبر من قيمة t الجدولية والتي تساوي 2.01 ومستوى الدلالة يساوي 0.00 وهو اقل من 0.05 مما يعني رفض الفرضية ، أي يحقق الالتزام بالمعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية آثار ومزايا للمصارف في فلسطين.
- الفرضية الرابعة : يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع الفقرات تساوي 4.45، و الوزن النسبي يساوي 88.06% وهي اكبر من الوزن النسبي المحايد " 60 % " وقيمة t المحوسبة تساوي 17.671 وهي اكبر من قيمة t الجدولية والتي تساوي 2.01 ومستوى الدلالة يساوي 0.00 وهو اقل من 0.05 مما يعني رفض الفرضية ، أي توجد معوقات تحد من تطبيق المعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية للمصارف في فلسطين .

نتائج الدراسة:

اهم نتائج الدراسة جاءت كما يأتي:

- بينت النتائج أن الأغلبية تؤيد بقوة إلزام المهنيين (المحاسبين) في المصارف في فلسطين باستخدام المعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية . وعندما طلب منهم إظهار رأيهم في أسلوب تطبيقه أجابوا لأهم يرون بأن تبني ذلك المعيار يوفر للبيانات المالية المنشورة للشركات المساهمة المدرجة في السوق المالي قبولاً عالمياً يسهل من تداول أسهمها في أسواق المال الأجنبية ، وان تبني ذلك المعيار يوفر على الجهات المهنية عندنا الجهد والمال اللازمين لإعداد معايير مهنية خاصة بفلسطين، ولكن يجب عدم تطبيق المعيار كما هو بل بعد تكييفه بما يتلاءم مع البيئة الفلسطينية .
- بينت نتائج الدراسة بأن هناك التزام فعلي من قبل محاسبي المصارف بتطبيق المعيار المحاسبي الدولي التاسع بدل المعيار المحاسبي الدولي رقم (39) عند إعداد البيانات ونشرها في فلسطين .
- جاءت الإجابات حول مدى توفر المعارف العلمية والخبرات الكفيلة في تطبيق الأساليب والإجراءات المحاسبية الكفيلة بتطبيق المعيار الدولي التاسع لدى غالبية المحاسبين في المصارف متساوية أي كان هناك توافق ما بين ضعف وتوفر المعرفة لدى المحاسبين في المصارف، ولدى الاستفسار حول مسائل التي يرونها كفيلة بعلاج الضعف ، اقترحوا إعادة النظر في الخطط العلمية وأساليب التدريس في أقسام المحاسبة في الجامعات الفلسطينية ، وذلك في اتجاه يعمق بين الدراسة والتطبيق المهني، وإيلاء عناية كبرى من جانب إدارة المصارف نحو تدريب المحاسبين على تطبيقات المعيار المحاسب الدولي التاسع، وتوفير ترجمة جيدة إلى العربية لمعايير المحاسبة الدولية .
- جاءت الأسباب والمعوقات التي تقف في وجه استخدام ذلك المعيار مرتبة حسب الأولوية :
 - عدم وجود قانون حكومي يلزمهم بذلك .
 - رغبة غالبية الإدارات بعدم الالتزام به ، وذلك خشية الحد من حريتها من التحكم بمضمون البيانات المالية المنشورة وحدود الإفصاح فيها .
 - أنه لا يتوفر لدى محاسبي تلك المصارف والمؤسسات المالية ما يلزم من المعارف والخبرات لتطبيق ذلك المعيار .
 - عدم وجود ما يكفي من الجزاءات والغرامات التي تفرض على المخالفين .
- اشارت الإجابات إلى ضعف استخدام المعيار الدولي التاسع بما يتناسب مع بيئة المصارف في فلسطين ، حيث يجب عدم استخدام المعيار الدولي التاسع كما هو ، إنما يعاد تكييفه بما يتلاءم والبيئة الفلسطينية .
- اكدت نتائج اختبار الفرضيات على انه يتم الاعتراف والقياس عن العمليات التي تتم وفقاً لمتطلبات المعيار الدولي التاسع لإعداد التقارير المالية في المصارف في فلسطين، وانه يوجد التزام في المصارف في فلسطين بمتطلبات الإفصاح وفقاً للمعيار الدولي التاسع، وان الالتزام بالمعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية يحقق آثار ومزايا للمصارف في فلسطين، وانه توجد معوقات تحد من تطبيق المعيار الدولي التاسع لاعداد التقارير المالية للمصارف في فلسطين .

التوصيات :

بناء على النتائج التي قدمتها الدراسة:

- على أقسام المحاسبة في الجامعات الفلسطينية أن تقوم بإعادة النظر في الخطط التعليمية وأساليب تدريس بحيث تركز أكثر على المحاسبة الدولية ومعاييرها.
- نوصي إدارات المصارف بإيلاء عناية كبرى نحو تدريب المحاسبين على تطبيقات المعيار الدولي التاسع وباقي المعايير المحاسبية الدولية.
- نوصي سلطة النقد الفلسطينية وجمعية المحاسبين الفلسطينيين توفير ترجمه جيده إلى العربية للمعيار الدولي التاسع وباقي المعايير المحاسبية الدولية.
- نوصي سلطة النقد الفلسطينية عدم تطبيق المعيار الدولي التاسع وباقي المعايير كما هي بل بعد تكييفها بما يتلاءم مع البيئة الفلسطينية.
- ضرورة الزام جميع المصارف بتطبيق المعايير الدولية وبخاصة المعيار الدولي التاسع لإعداد التقارير المالية (بعد تعديلها لتتناسب مع البيئة الفلسطينية) وفرض عقوبة على من يخالف القوانين
- ختاماً يمكن القول ان معايير المحاسبة الدولية قد وضعت اساساً لتناسب الشركات الغربية والأسواق الغربية وان من الواجب على المنظمات المهنية والباحثين الذين تقع على عاتقهم صياغة معايير المحاسبة الوطنية ان يأخذوا بعين الاعتبار الواقع الثقافي والاقتصادي العربي، وان يتم صياغة المعايير المحاسبية بأسلوب سهل وليس بطريقة النصوص القانونية وذلك حتى يتمكن من فهمها وتطبيقها بما يتناسب مع مصلحة السوق العربي

قائمة المراجع

المراجع العربية:

- البطاوي، آيات، (2017)، تطبيق المعيار الدولي IFRS 9 يعزز ثقة المودعين في البنوك، مقالة منشورة في الاهرام الاقتصادي 2017/10/27.
- تقرير مكتب العيبان والعصيمي وشركاهم، المعيار الدولي التاسع بديلاً للمعيار (39) المحاسبي نهاية 2010، جريدة الأنباء ، الخميس 18 فبراير 2010.
- جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين تصدر النسخة العربية المترجمة من المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية 2011.
- الحلو، عدلي (2000)، مدى التزام الشركات المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية بتطبيق معيار المحاسبة الدولي رقم (39) "الاعتراف والقياس"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الاسلامية، غزة.
- حمدان، مأمون، 2012، مقدمة عن معايير المحاسبة الدولية، كلية الاقتصاد قسم محاسبة جامعة دمشق ، جمعية المحاسبين القانونيين <http://www.shatharat.net/vb/showthread.php?t=1500>
- روابح ليلي، قحام أسامة، (2008) أثر المعايير المحاسبية الدولية على الهياكل المؤسسية للمحاسبة وعلى تسيير المؤسسة، مذكرة تخرج السنة الجامعية 2007-2008.
- سابا، ماجد (2008)، مدى قابلية معايير اعداد القوائم المالية الدولية للتطبيق في فلسطين "دراسة استطلاعية للمحاسبين في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الاسلامية، غزة.
- عرنوق، بهاء غازي، (2014)، أثر التحول الى تطبيق المعيار الدولي لإعلاء التقارير المالية رقم (9) في قياس الادوات المالية للمصارف المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية: دراسة تطبيقية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 30، العدد الاول.

- العيسى، ياسين احمد، (2012)، مدى تطبيق المعيار الدولي لإعداد التقارير المالية السبع: الادوات المالية، الافصاحات، دراسة ميدانية على البنوك الاردنية، المجلة الاردنية في إدارة الاعمال، المجلد 8، العدد 1.
- الكيسي، عبد الستار، زلوط، علا صالح، (2009)، مدى ملائمة بيانات القوائم المالية للمصارف الاردنية لمتطلبات المعيار IAS39 من وجهة نظر المحاسب ومدقق الحسابات، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، جامعة الاسكندرية، العدد 2.
- مقال جريدة القبس استطلاع شركة ديلويت المعيار المحاسبي الدولي التاسع سيحسن البيانات المالية المصرفية 2011/8/27.
- مقدم، خالد، (2016)، معايير المحاسبة والتقارير المالية الدولية وتأثير جماعة الضغط: المعيار الدولي للتقارير المالية رقم (9) الادوات المالية، المحلية الجزائرية للدراسات المحاسبية والمالية عدد 2.

المراجع بالإنجليزية:

- Eckes, B., and Hitchins, J. (2003). The implementation of IAS 39 in the Banking industry, Tackling the key issues in banking and capital markets, pp. 34-39
- Linde, E and Pedersen, J., (2011), A comparative analysis between IAS 39 and IFRS 9- Copenhagen Business School.
- Purda, P. and Lueg R., (2011), The impact of international Financial reporting standard (IFRS) adoption on key financial ratios evidenced from the UK, Aarhus School of Business, United Kingdom.
- Scrodle, N. and Klein, C. , (2011), IFRS and the complexity Hurdle — University of Hohenheim Stuttgart, Germany.

دور معايير التقارير المالية الدولية في الحد من ممارسة أساليب المحاسبة الإبداعية

د. مروان محمد أبو هلال

جامعة القدس المفتوحة / فلسطين

ملخص:

هدفت هذه الورقة البحثية إلى تحديد فاعلية معايير التقارير المالية الدولية في الحد من ممارسة المحاسبة الإبداعية في دول العالم المختلفة، مع التعرض للواقع الفلسطيني في هذا المجال، وقد تمت صياغة مشكلة الدراسة من خلال الأسئلة الآتية: هل تلتزم الشركات المساهمة العامة الفلسطينية بمعايير التقارير المالية الدولية؟ وهل تمارس الشركات المساهمة العامة الفلسطينية المحاسبة الإبداعية؟ وهل تلتزم الشركات المساهمة العامة بمعايير التقارير المالية الدولية؟ تكمن أهمية هذه الورقة البحثية كونها تبحث في موضوع غاية في الأهمية، وهو المحاسبة الإبداعية الذي يدعوه البعض "بالمحاسبة الاحتياطية"، ولا زال محل جدل ونقاش وتنظير في الدراسات والبحوث المحاسبية والإدارية، وتكمن أهمية هذه الورقة أيضاً كونها تتناول أثر ممارسات المحاسبة الإبداعية على الاقتصاد في الدول المختلفة، وتتناول ما تتسم به ممارسة أساليب المحاسبة الإبداعية من تنوع وتشعب وضبابية، ومستويات مخاطرة مرتفعة. كما تكتسب هذه الورقة أهميتها من تناولها لانعكاس معايير التقارير المالية الدولية على الأرباح المعلن عنها. وقد كان المبرر وراء هذه الورقة الحاجة إلى معرفة مدى تطبيق معايير التقارير المالية الدولية من جهة، وتأثير تطبيقها على الحد من ممارسة المحاسبة الإبداعية وموثوقية البيانات المالية، من جهة أخرى. ومن هنا، كان لا بد من التعرف على هذه الأساليب، ودور معايير التقارير المالية الدولية وقدرتها على الحد من ممارسة المحاسبة الإبداعية. وهذه الدراسة نظرية قامت باستعراض العديد من الدراسات السابقة في موضوعي المعايير الدولية، والمحاسبة الإبداعية، والرجوع إلى نتائج وتوصيات بعض هذه الدراسات. وتم اتباع المنهج الاستنباطي للوصول إلى النتائج التوصيات.

وقد توصلت الورقة البحثية إلى العديد من النتائج أهمها: أن توافق معايير المحاسبة الدولية يمكن أن يساهم بقدر كبير في تخفيض طرق التقديرات المحاسبية، ومواجهة أو الحد من التداعيات والآثار السلبية الناجمة عن اتباع إدارة الشركة لأساليب المحاسبة الإبداعية وممارسات إدارة الأرباح. كما أن جودة المحاسبة تتحدد أيضاً بعامل الجدية في اعتماد معيار ما، وليس الاتباع بالتسمية، إلى جانب أنه يجب أن يكون هناك شرعية في إنفاذ المعيار. وهناك دور بارز لهذه المعايير في الحد من الجوانب السلبية وتدعيم الجوانب الإيجابية للمحاسبة الإبداعية. وأثبتت دراسات كثيرة في فلسطين عدم الوضوح والتناقض في مدى التبني لمعايير التقارير المالية الدولية سواء بشكل جزئي أم بشكل كامل وفي مختلف القطاعات الاقتصادية. ولا زال قانون الشركات الأردني رقم 12 لسنة 1964 هو القانون الساري في فلسطين حيث لم يكن وقتها معايير محاسبة دولية، وعليه لا يوجد قانون شركات عصري يتعرض لمعايير المحاسبة الدولية. وقدمت الدراسة عدة توصيات أهمها: ضرورة التنسيق بين الجهات المسؤولة في الدول المختلفة لمواكبة التطورات الجديدة فيما يتعلق بمعايير التقارير المالية الدولية، والحاجة إلى دراسات مستقبلية ومراجعة مناهج المحاسبة وبرامج التدريب على تطبيق المعايير الدولية، والحاجة إلى خطة مجدولة زمنياً من أجل التحول السلس نحو هذه المعايير في فلسطين. وأوصت الدراسة بضرورة الإسراع نحو تشريع قانون شركات يراعي ما تم من تطور على البيئة الاقتصادية والتشريعية والمهنية، ويتم تضمينه مواد تتعلق بالمعايير الدولية للتقارير المالية ويلزم بها، وكذلك لحوكمة الشركات. وغير ذلك من موضوعات حديثة. وأوصت الورقة بإلغاء ما تبقى من بدائل في المعايير المحاسبية السارية المفعول، وضرورة تتبع متخذي القرارات وعموم المستثمرين لتغيرات معايير التقارير المالية الدولية. وأوصت الورقة بأن "تعتبر ممارسات المحاسبة الإبداعية كجريمة خطيرة، وعلى هذا النحو، يتعين على هيئات المحاسبة ومحاكم القانون والسلطات التنظيمية الأخرى أن تعتمد إجراءات عقابية صارمة للغاية لوقف ممارسات المحاسبة الإبداعية غير الأخلاقية". إن مهمة واضعي المعايير المحاسبية ليست سهلة، لأنه يجب عليهم محاربة الخيال بالخيال.

كلمات مفتاحية: معايير المحاسبة الدولية، معايير التقارير المالية الدولية، المحاسبة الإبداعية، إدارة الأرباح، تمهيد الدخل.

المقدمة

تعد القوائم المالية المصدر الرئيسي للمعلومات المفيدة لغرض اتخاذ القرارات الاقتصادية الرشيدة، إن توافر الخصائص النوعية

للمعلومات المحاسبية المعلنة يؤدي إلى مساعدة العديد من الأطراف لاتخاذ قراراتهم الاستثمارية بشكل جيد. وقد تطورت المحاسبة عبر تاريخها الطويل مع التطورات الاقتصادية، إذ تطورت أساليبها ومبادئها وقواعدها استجابة لتلك التطورات، واهتم واضعو المعايير المحاسبية في تقييم المعلومات التي تنتج عن تطبيق الطرائق والسياسات المحاسبية على أساس الأهداف الأساسية المرتبطة بالتقارير والقوائم المالية، إن معايير المحاسبة الدولية تسمح باستخدام طرائق محاسبية بديلة لكثير من عمليات القياس، كطرائق احتساب الاهتلاك، تقييم المخزون، تكوين مخصص الديون المشكوك فيها، تقييم الأدوات المالية، وترجمة العملات الأجنبية، وهكذا في الغالب الأعم بنود القوائم المالية التي توصل التطور المحاسبي لأكثر من معالجة محاسبية لكل منها. ورغم أن هذا التطور للطرائق والسياسات والتقديرية يعد ثراءً فكرياً وعملياً للمحاسبة، ويمثل جانباً في هذا التطور، فقد أفضى إلى احتمال تقديم بيانات لا تعطي صورة دقيقة عن المركز المالي وحسابات الدخل نتاجاً لهذا التعدد من جهة، ولتباين قدرات المحاسبين وتضارب مصالح المستفيدين من المعلومات المحاسبية من جهة أخرى، ولذلك اهتم عدد من دول العالم بوضع وإصدار المعايير المحاسبية لمعالجة مشاكل ذلك الاختلاف، ولمواجهة الأسباب والتطورات الاقتصادية على المستوى الدولي، تم إعداد المعايير الدولية لإعداد التقارير الدولية. وقد ظهر مفهوم المحاسبة الإبداعية في ثمانينات القرن الماضي، إذ عمدت بعض الشركات إلى الإفصاح في القوائم المالية عن معلومات غير دقيقة عن الربح أو المركز المالي للشركة، مما قد ينتج عنه آثار سلبية تؤثر في جودة المعلومات المعلنة، وتعد جميع الإجراءات التي تقوم بها الإدارة للتحكم في كمية ونوعية المعلومات المحاسبية المعلنة في التقارير والقوائم المالية عبارة عن تلاعب، ويكون تحت مسميات مختلفة كإدارة الأرباح، المحاسبة الاحتياطية، المحاسبة الابتكارية، وتمهيد الدخل.

مشكلة الدراسة

تتعدد العوامل التي تؤثر في تحديد الدخل المعلن في القوائم المالية، والتي منها تعدد الطرق المحاسبية في احتساب الاهتلاك للأصول الثابتة القابلة للاهلاك، جرد البضاعة، تطبيق السياسات المحاسبية، التقديرات والتغييرات المحاسبية، الأنظمة والقوانين التي تعمل بموجبها منظمات الأعمال، ومعايير التقارير المالية الدولية، هذه العوامل أدت إلى ظهور مشكلة، ألا وهي استخدام منظمات الأعمال لأساليب المحاسبة الإبداعية، من خلال قيامهم باستغلال العوامل أعلاه بناءً على رغبة مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية والمساهمين، للتأثير على أرقام بنود القوائم المالية للتلاعب في رقم الدخل المعلن فيها. ومن هنا لا بد من التعرف على هذه الأساليب، ودور معايير التقارير المالية الدولية وقدرتها على الحد من ممارسة المحاسبة الإبداعية. ويمكن صياغة مشكلة الدراسة من خلال الأسئلة التالية:

- هل تساهم معايير التقارير المالية الدولية في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية؟.
- هل تمارس الشركات المساهمة العامة المحاسبة الإبداعية بشكل عام والفلسطينية بشكل خاص؟.
- هل تلتزم الشركات المساهمة العامة بمعايير التقارير المالية الدولية؟.

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في تحديد مدى فعالية معايير التقارير المالية الدولية في الحد من ممارسة المحاسبة الإبداعية في الشركات المساهمة العامة في دول مختلفة، ويمكن تحقيق هذا الهدف من خلال الأهداف الفرعية التالية:

- توضيح أهداف ودوافع وأساليب المحاسبة الإبداعية .
- توضيح العلاقة بين معايير التقارير المالية الدولية وممارسة المحاسبة الإبداعية.
- بيان الوضع الفلسطيني في ممارسة أساليب المحاسبة الإبداعية، وبيان مدى التزام الشركات الفلسطينية في معايير التقارير المالية الدولية.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة كونها تبحث في موضوع غاية في الأهمية وهو المحاسبة الإبداعية والذي يدعوه البعض " بالمحاسبة الاحتياطية"،

لا زال محل جدال ونقاش وتنظير في الدراسات والبحوث المحاسبية والإدارة، ولما لممارستها من أثر على الاقتصاد في الدول المختلفة، ولما تسبب به ممارسة أساليب المحاسبة الإبداعية من تنوع وتشعب وضبابية، ومستويات مخاطرة مرتفعة، وتكتسب هذه الدراسة أهميتها من انعكاس معايير التقارير المالية الدولية على الأرباح المعلن عنها.

منهجية الدراسة

تحقيقاً لأهداف ومشكلة الدراسة وأسئلتها ووصولاً لبيان دور معايير التقارير المالية الدولية في الحد من ممارسة أساليب المحاسبة الإبداعية، فإنه سيتم الاعتماد على أسلوب الدراسة النظرية المكتوبة للدراسات والبحوث والكتب التي أجريت وعملت في هذا المجال، وذلك من خلال المنهج الاستنباطي بغرض تحليلها والاستفادة منها في صياغة الجوانب النظرية الملائمة لمعالجة مشكلة الدراسة وللإجابة على أسئلة الدراسة.

الإطار النظري والدراسات السابقة

معايير التقارير المالية الدولية

لقد كان لدى مستخدمي القوائم المحاسبية المالية كل من الحاجات المتطابقة والمتعارضة لأنواع متنوعة من القوائم المالية، ولمواجهة هذه الاحتياجات وللوفاء بمسؤولية الإدارة عن التقرير المالي عن الأصول الموكولة لهم، يقوم المحاسبون بإعداد مجموعة واحدة من القوائم المالية ذات الغرض العام. وبحيث تصور هذه القوائم بصورة عادلة وواضحة وكاملة الموقف المالي ونتائج عمليات المنشأة، وعند إعدادهم للقوائم المالية يواجه المحاسبون المخاطر المحتملة للتحيز وخطأ التفسير، عدم الدقة والغموض، من أجل تخفيض هذه المخاطر حاولت مهنة المحاسبة وضع هيكل نظري يحظى بالقبول العام وتتم ممارسته على نطاق واسع، وبدون هذا الهيكل النظري سيقوم كل محاسب أو منشأة بوضع الهيكل النظري الخاص بها واستخدامه في الممارسة العملية. وقد تبنت مهنة المحاسبة مجموعة عامة من المعايير أطلق عليها في الولايات المتحدة "المبادئ المحاسبية المتعارف عليها"، ونتيجة لانحياز سوق الأسهم عام 1929 "الكساد الكبير" وزيادة عدم الرضا عن التقارير المحاسبية، بذلت الحكومة الفيدرالية وبورصات الأوراق المالية، ومهنة المحاسبة جهوداً كبيرة لتحسين المحاسبة، وأصبح تعدد واحتياجات الأطراف المهنية هو مجال الاهتمام عند وضع المعايير المحاسبية، كما أصبح هناك العديد من المنظمات المهنية والهيئات الحكومية واللوائح التشريعية التي لها أثر هام على وضع المعايير. ونظراً للتطور الاقتصادي في العالم، وظهور الشركات متعددة الجنسيات ومنظمات التجارة العالمية، والعلاقات التجارية المتبادلة بين الدول، أصبح لا بد من إيجاد معايير محاسبة وتدقيق واحدة يمكن تطبيقها في معظم الدول، لتكون أسس القياس والإفصاح المحاسبي موحدة، لتسهيل مقارنة القوائم المالية، ومن ثم اتخاذ القرارات المناسبة حول الاستثمارات المختلفة، وهذا بدوره أدى إلى تكوين لجنة معايير المحاسبة الدولية سنة 1973 في لندن من الهيئات المهنية في عشر دول، وكان هدف هذه اللجنة وضع معايير محاسبية مقبولة من قبل معظم الدول، وقابلة للتطبيق في دول العالم المختلفة، ومنذ ذلك الوقت بدأت تصدر عنها معايير عرفت "بالمعايير المحاسبية الدولية" وقد مرت لجنة المعايير المحاسبية الدولية بمراحل كما يلي (Firas, & Jawad, 2015):

- المرحلة الأولى: وهي مرحلة التأسيس من سنة 1973 – 1989 وخلال هذه المرحلة أصدرت معايير محاسبية تشمل موضوعات كالمخزون، السياسات المحاسبية، الإفصاح، وغيرها. في هذه المرحلة تضمنت المعايير المحاسبية عدة بدائل للمعالجات المحاسبية، كما لم يكن هناك لجنة للتفسيرات ولهذا السبب لم يكن آليات لمراقبة الامتثال.
- المرحلة الثانية: وهي مرحلة التطوير من سنة 1989 – 1995 وهذا المشروع حصل عليه تطويعات تطبيقية وإمكانية المقارنة وتمثلت بعشرة تعديلات على عشرة معايير محاسبية، ولاقت قبولاً لدى المنظمات العالمية وأسواق المال، وتضمنت لبدائل المعالجات المحاسبية.
- المرحلة الثالثة: المعايير الأساسية وهي فترة الشمولية: بعد أن اختتمت هذه الفترة في سنة 1999، وهي مرحلة التوافق مع الهيئات العالمية التي تشرف على الأسواق المالية على عدد من المعايير الشاملة التي ستصدر. وذلك بهدف اعتمادها وقبولها لأهداف مقتضيات الأسواق المالية على الصعيد العالمي. أيضاً، يندرج تحت هذه المعايير الأساسية العالمية حول الأدوات المالية، ضريبة الدخل، الاستثمارات العقارية، انخفاض قيمة الأصول، والمحاسبة الزراعية وغيرها. في هذه المرحلة تم تأسيس لجنة التفسيرات للمعايير المحاسبية.

- المرحلة الرابعة: مرحلة إعادة الهيكلة، بعد الانتهاء من هذه المرحلة في سنة 2002، وكان مراجعة معمقة للجنة المعايير المحاسبية الدولية. وذلك من أجل تعزيز مستوى الإنجاز، وأصبحت العضوية في المجالس واللجان تعتمد على الكفاءة والتأهيل والخبرة. وليس على أساس التمثيل الجغرافي كما كان يعمل به سابقاً، وكذلك يتم إحلال أعضاء في اللجنة للعمل بالتفرغ الكامل وليس على أساس العمل الجزئي، وتم إيجاد مجلس معايير المحاسبة المالية (IASB)، والذي يعمل في ظل لجنة المعايير المحاسبية الدولية، حيث تم تكوين المجلس الاستشاري لمجلس معايير المحاسبة المالية. تشمل عملية إعادة الهيكلة المدرجة خلال هذه الفترة ما يلي:

- إعادة هيكلة البنية التحتية، وإشراك مجلس الإدارة ومجلس الأمناء.
- تشكيل مجلس استشاري للمعايير.
- تم التسجيل باعتبارها غير ربحية في ولاية ديلاوير في أمريكا. وتم تسجيل مجلس المعايير في لندن.
- دستور جديد.
- هدفها ليس تحقيق التوافق فقط وإنما التوحيد.
- تمت إعادة الهيكلة هذه لعدة أسباب منها سرعة نمو الأسواق الرأسمالية الدولية، والمجهودات التي تبذلها الهيئات الدولية والاقليمية في القضاء على العوائق التي تواجهها التجارة العالمية، وزيادة الحاجة إلى وجود معلومات ملائمة وموثوقة بها.

- المرحلة الخامسة: مرحلة التقارير المالية الدولية (معايير الإبلاغ المالية الدولية)، والتي بدأت سنة 2002 وامتت سنة 2005. في هذه المرحلة تغيرت تسمية المعايير المحاسبية الدولية إلى معايير التقارير المالية الدولية (IFRS)، مع بقاء المعايير المحاسبية السابقة سارية المفعول إلى حين تعديلها أو سحبها أو الغائها تدريجياً. وقد تميزت هذه المرحلة بموافقة الهيئة العالمية المشرفة على الأسواق المالية سنة 2002 على مستوى البيانات المالية المعدة وفقاً للمعايير المحاسبية الدولية، وفرضت شروطاً أخرى مثل إظهار معلومات إضافية تبين مدى تأثير هذه المعلومات والإفصاح الإضافي وأخيراً تفسير الاختلافات.

انتشار معايير التقارير المالية الدولية

منذ البدء بوضع التقارير المالية الدولية فقد توسع الاعتراف والاستخدام لهذه المعايير وكما يلي (السعدي، 2010):

- أصدر الاتحاد الأوروبي تشريعاً يفرض به على الشركات المدرجة ببورصات أوروبا تطبيق المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية الدولية في بياناتها المالية الموحدة، بحيث يبدأ سريان تنفيذه اعتباراً من سنة 2005 ليحل محل المعايير الوطنية لهذه الدول.
- هناك توجه عام لتبني المعايير الدولية، ففي سنة 2005 أصبحت هذه المعايير الزامية في بلدان عدة في جنوب شرق آسيا وأسيا الوسطى، أمريكا اللاتينية، جنوب أفريقيا، والشرق الأوسط.
- يقدر أن أكثر من 70 دولة طلبت من شركاتها المدرجة في البورصات الوطنية تطبيق المعايير الدولية عند إعدادها وعرضها للبيانات المالية سنة 2005.
- غالبية الدول العربية تبنت المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية.

ووفق (Wihington, 2005, 11) فإن الدافع المحتمل لتبني معايير التقارير المالية الدولية هو الحاجة إلى لغة كونية للمحاسبة بسبب تنامي عولمة أسواق رأس المال، إذ تسهم هذه المعايير بتسهيل المقارنات بين الشركات العاملة في مختلف البلدان وإن تماسك الحسابات في تلك الشركات سيكون أسهل، كما أن تبني معايير التقارير المالية الدولية سيسهم في تسريع بناء الثقة عند دخولها أسواق رأس المال الدولية، كما يرى (Fry & Chandler, 2007) إن التكيف لمعايير التقارير المالية الدولية في البلدان النامية سيوفر الجهد والوقت المطلوب لتطوير معاييرها المحاسبية الخاصة بها، فضلاً عن أنها تسهم في تحسين تنافسية أسواق رأس المال. المزايا الاستراتيجية والجوهرية لتبني معايير التقارير المالية الدولية:

- الإسهام الفعال في تقدير مستوى المخاطر وعدم التأكد في القرارات الاستثمارية وقرارات التمويل والاقتراض.

- تدعيم قدرة الإدارة على اتخاذ القرار المناسب: إذ تسهم تلك المعايير في تزويد الإدارة بالمعلومات الملائمة لاتخاذ القرارات الإدارية بالتوقيت والجودة والموثوقية العالية (3:2004, Belkai).
- التعريف بمتانة المركز المالي وهو ما يسهم في تحسين قدرة الشركات على إدارة مستويات الأداء والتغيير في المركز المالي (22:2010, IASc).
- تحسين جودة نظام المعلومات المحاسبية ومخرجاته الأمر الذي يحسن من أداء المنظومة في مجال جودة التقارير المالية وسهولة فهمها وإمكانية المقارنة في دعم القرار.

دور مجلس المعايير المحاسبية الدولية في الحد من الممارسات السلبية للمحاسبة الإبداعية

لتحقيق عدة أهداف قرر المجلس استبدال معايير المحاسبة الدولية السابقة بالمعايير الدولية للتقارير المالية وأهمها (الصحيح، 2016):

- التقارب مع معايير المحاسبة الأمريكية.
- تلبية رغبة مجلس الوحدة الاقتصادية بالاتحاد الأوروبي بإصدار معايير محاسبية جديدة تساعد على توحيد التطبيق المحاسبي بين دول الاتحاد الأوروبي.
- الأخذ في الحسبان قيام العديد من دول العالم بإصدار معايير محاسبية محلية تستند على معايير المحاسبة الدولية.
- حدوث بعض التجاوزات والاستغلال السيء من قبل بعض المحاسبين لتلك المعايير عبر استغلالهم لبعض نقاط الضعف الموجودة بالمعايير والتي كان أحد نتائجها ظهور المحاسبة الإبداعية.

وفي ضوء تلك الأهداف قام المجلس بإجراء بعض التعديلات في المعايير السابقة وإصدار معايير جديدة للحد من الجوانب السلبية للمحاسبة الإبداعية ومن أهمها (الخشاي، والدوسري، 2008):

- العمل على إلغاء غالبية البدائل (المعالجة الأساسية) و(المعالجة المسموح بها) في المعايير الجديدة، والاكتفاء بمعالجة محاسبية واحدة وذلك بهدف توحيد المعالجات وعدم فسح المجال للاختبار بين عدة بدائل بحيث تستغل تلك البدائل في تلطيف صورة الدخل أو التغطية على بعض الملاحظات على نشاط الشركة.
- إضافة مرفقات لكل معيار محاسبي يوضح كيفية التطبيق العملي، ويعد هذا الأمر من أهم التغييرات التي طرأت على معايير المحاسبة الدولية الجديدة، إذ كان هنالك صعوبات متعددة في التطبيق العملي للكثير من فقرات المعايير، لصعوبة توضيح كيفية التطبيق السليم لتلك الفقرات حتى من قبل بعض المتخصصين، مما أفسح المجال للبعض للقيام بعمليات تلاعبات أو تحريفات لبعض بنود التقارير المالية بحجة عدم الوضوح أو الفهم السليم للمعيار.
- العمل على إلغاء التناقضات والتعارض الموجود بين بعض المعايير بالإضافة إلى إزالة أي غموض قد يكتنف تلك المعايير الأمر الذي يغلق الباب أمام من يريد أن يستغل تلك التناقضات أو الغموض.
- إدخال التفسيرات الملحق بالمعايير إلى داخل المعايير نفسها بدلاً من فصلها في ملحق خاص بكل معيار.

دور مجلس المعايير المحاسبية الدولية في دعم الجوانب الإيجابية للعمل المحاسبي

تعد المعايير الدولية للتقارير المالية الدولية عملاً إبداعياً في حد ذاتها، وقد أسفر هذا الجهد الكبير للمجلس – بالإضافة إلى جهود لجنة المعايير الدولية السابقة – أن وصلت معايير المحاسبة الدولية التي تم إعدادها وتعديلها حتى سنة 2017 إلى (41) معيار وأصبح عدد المعايير السارية منها (26) معياراً، كما وصلت المعايير الدولية للتقارير المالية (17) معياراً، وكان محصلتها أيضاً دعم الجوانب الإيجابية من خلال (الصحيح، 2016):

- إصدار هذا العدد من المعايير والتفسيرات ساهم بشكل كبير في تحويل الكثير من تلك الجوانب السلبية إلى جوانب إيجابية من خلال ضبط القصور تلك.

- إعداد القوائم المالية بطريقة موحدة أو على الأقل متوافقة في معظم بلدان العالم يتضح من خلال طلب المنظمات المهنية لأعضائها بتطبيق (IFRS)، وقيام بعض البلدان بسن قوانين تلزم الشركات العاملة فيها بتطبيق تلك المعايير.
- الأثر الإيجابي الكبير الذي أسفر عن تطبيق (IFRS) على المقارنة بين القوائم المالية للشركات المتماثلة من دول مختلفة، والذي انعكس بدوره على الاستثمار الدولي وسهولة تنقل الاستثمارات بين الدول وزيادة النمو في التجارة الدولية وتسهيل أعمال الشركات متعددة الجنسية ... الخ.
- قيام المجلس بإصدار معايير جديدة غير موجودة في بعض الدول ومن أهمها المعيار الدولي الخاص بالمنشآت الصغيرة والمتوسطة، والذي يعد من الجوانب الإبداعية للمجلس لتركيزه على شريحة كبيرة من المؤسسات والشركات صغيرة الحجم التي تجد صعوبة في تطبيق المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية الكاملة بالنظر لمحددات الجهد والتكلفة التي لا تستطيع تلك المؤسسات تحمله في ضوء حجمها، إذ عمد المجلس إلى إجراء تخفيض كبير في متطلبات الإفصاح وحذف معايير كاملة لم تضمن فيه. فالمعيار يتكون من خمسة وثلاثين جزء أو ملحق بالمصطلحات المستخدمة في المعيار، فضلاً عن جدول يبين الأصل الذي استخلص منه كل جزء من المعايير الدولية للتقارير المالية الأساسية. فقد استبعد من المعيار معايير حصة السهم من الأرباح، التقارير المالية المرحلية، القطاعات التشغيلية، عقود التأمين، والأصول غير المتداولة المحتفظ بها بغرض البيع. كما خفض هذا المعيار الكثير من متطلبات المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية.

المحاسبة الإبداعية (المحاسبة الاحتياطية)

والتي يطلق عليها ممارسات المحاسبة الاحتياطية (الخلاقية ، الإبتكارية ، الاختلاقية). تعددت تعريفات المحاسبة الاحتياطية ويمكن تناول البعض منها كما يلي:

- تعريف (Amat et al., 1999) : فقد عرفها على أنها "معالجة الأرقام المحاسبية باستغلال الثغرات الموجودة في المبادئ والمعايير المحاسبية والبدائل التي تتيحها، بغرض تحويل القوائم المالية مما يجب أن تكون عليه إلى ما هي معدة من أجله."
- تعريف وليد زكريا (2007): "يعد مصطلح المحاسبة الخلاقية (الإبداعية) من المصطلحات التي تستخدم في تجميل (تحسين) صورة المشروع تجميلاً (تحسيناً) صورياً من خلال إظهار ربحية غير حقيقية أو مركز مالي غير حقيقي للمشروع لأهداف متعددة منها الحصول على تسهيلات ائتمانية من البنوك التجارية، لاسيما إذا كانت هذه المشروعات متعثرة وتخشى أن لا تؤهلها ربحيتها الحقيقية ومركزها المالي الحقيقي للحصول على مثل هذه التسهيلات." من الممكن تعريف المحاسبة الاحتياطية بأنها مجموعة من الاجراءات تقوم المنشأة باستخدامها من خلال منافذ وبدائل السياسات المحاسبية.

وأما اهم دوافع استخدام المحاسبة الإبداعية (مطرواحلي، 2009، ص9) فهي:

- التأثير الايجابي على سمعة الشركة في الأسواق بهدف تحسين القيمة المالية المتعلقة بأدائها.
- التأثير على سعر سهم الشركة في الاسواق المالية حيث تكون الغاية من ذلك تعظيم القيمة المالية ومن ثم تحسين اسعار اسهم تلك الشركات في الاسواق المالية.
- زيادة الاقتراض من البنوك.
- التلاعب الضريبي وذلك عن طريق تخفيض الأرباح والإيرادات وزيادة المصاريف بهدف تخفيض الهامش الضريبي المترتب عليها.
- تحسين الأداء المالي للشركة بهدف تحقيق مصالح شخصية تنعكس إيجاباً على إدارات الشركات لإظهارها بصورة جميلة أمام مجلس الادارة.
- التصنيف المهي وذلك للحصول على تصنيف متقدم للشركة على منافسها في مجال العمل مستندة إلى مؤشرات ومعايير مالية.

أساليب المحاسبة الإبداعية

هنالك العديد من الوسائل والأساليب المستخدمة في المحاسبة الإبداعية (مطر، 2008، ص124) و (kieso, et.al, 2004, p.172):

- أحيانا تتيح القواعد المحاسبية للشركة الاختيار بين عدد مختلف من الوسائل المحاسبية، ولذلك يمكن للشركة أن تختار السياسة المحاسبية التي تعطي الصورة المفضلة عنها.
 - استخدام بعض المدخلات في الحسابات التي ترتبط بالتقييم أو التنبؤ، في هذه الحالة يمكن للمحاسب المبدع أن يتلاعب بالقيمة إما عن طريق الوسيلة التي يتم بواسطتها وضع مجمل للتقييم أو عن طريق اختيار مثن أو مقيم معروف باتخاذ اتجاهها تفاؤليا أو تشاؤميا حسب رغبة المحاسب.
 - يمكن إدخال الصفقات الاصطناعية إما للتلاعب في مبالغ الميزانية أو لتحريك الأرباح بين فترات محاسبية. ويتحقق ذلك عن طريق الدخول في صفقتين أو أكثر متصلتين مع طرف ثالث ميال للمساعدة.
 - التلاعب في توقيت الصفقات بهدف تحديد سنة معينة لتحميلها بالأرباح أو الخسائر لأي هدف يرمي إليه المحاسب وخصوصاً في حال وجود اختلافات واضحة بين القيمة الدفترية وبين القيمة السوقية أو القيمة الحقيقية.
- ويمكن صياغتها كما يلي:

- أسلوب: Big Bath Charges: يرى (Charles W. Mulford & Eugene E. Comiskey, 2002) تقوم الشركات وفقاً لهذا الأسلوب بتنظيف الميزانية، حيث أنه قد تتحقق خسائر في سنة ما، فتعمل الإدارة على التخلص من أى خسائر أخرى قد توجد أو يحتمل وجودها في المستقبل بتحميلها على السنة الحالية، وبالتالي تتخلص الإدارة من كل الخسائر لكي تبدأ في تحسين الأرباح في السنوات القادمة، وذلك قد يرجع إلى إلى المبالغة في تطبيق سياسة الحيلة والحذر التي تقضى بأخذ كل الخسائر المتوقعة في الحسبان، وعدم تسجيل المكاسب المحتملة حتى تتحقق بالفعل، وهو الأمر الذي يخالف مفاهيم الواقعية والمعقولة أو التماثل في تطبيق المبادئ المحاسبية من سنة إلى أخرى في نفس الشركة، كما يؤدي تعمد الإدارة المبالغة في تطبيق سياسة الحيلة والحذر إلى تخفيض متعمد في أرباح السنة الحالية مما يضلل مستخدمي القوائم المالية.
- أسلوب: Cookie Jar Reserves : وفقاً لهذا الأسلوب عندما تحقق المنشأة أرباحاً كبيرة في السنوات الجيدة، فإنها تقوم بتخزين الأرباح في صورة احتياطات لاستخدامها في تغطية النقص في السنوات الرديئة". وهذا يعرف بتمهيد أو تخفيف تقلبات الدخل.
- أسلوب : Creative Acquisition Accounting: يرى (طارق عبد العال ، 2004 م) " أنه قد تستخدم المنشآت محاسبة دمج احتيالية وذلك بالتعسف في حجم الأعباء المتعلقة بالدمج وبقيد أعباء أعلى في وقت الاندماج، فإن مصروفات المستقبل يمكن أن تنخفض "الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الأرباح في المستقبل بأعلى من حقيقتها.
- أسلوب Misapplications of Accounting Principles : والذي يعنى سوء تطبيق المبادئ المحاسبية المتعارف عليها باستغلال المرونة المتاحة فيها، مما يسفر عنه ممارسات خاطئة.

معايير التقارير المالية الدولية والمحاسبة الإبداعية – فلسطين

تبنى الشركات المساهمة العامة والمدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية معايير التقارير المالية الدولية، وهذا من مراجعة الباحث للتقارير المالية السنوية لهذه الشركات، غير أن الأمر بالنسبة للشركات المساهمة الخصوصية وباقي أنواع الشركات من عادية وخلافه غير واضح وبحاجة إلى دراسة وفحص، ومع أن بعض الدراسات الفلسطينية تدعي أنه لا يتم تطبيق هذه المعايير الدولية سواءً بشكل كامل أو بشكل جزئي كدراسة (أبو شربة، 2017)، (عابدين، 2013)، (الطويل، 2013)، (نشوان، 2004)، (العبسي، 2009)، ومع ذلك فإنه يتم ممارسة المحاسبة الإبداعية، إدارة الأرباح، وتمهيد الدخل في الشركات المساهمة العامة الفلسطينية كما أثبتته دراسة (الأشقر، 2010)، (شاهين، 2011)، (أبو هلال، 2011)، ومن خلال مطالعة الدراسات السابقة فإنه لا بد من تبني كامل لمعايير التقارير المالية الدولية في فلسطين ولجميع القطاعات الاقتصادية لأن ذلك سيكون له مؤثرات على تخفيض التلاعبات المحاسبية بأشكالها المختلفة في فلسطين.

دراسات سابقة

دراسة (غنيبي، 2017): هدفت الدراسة إلى إبراز الدور الذي يمكن أن تلعبه معايير المحاسبة المتوافقة في وضع قواعد واضحة لحسم النقاط الخلافية في التناقضات المحاسبية والمعالجات المحاسبية التي تخضع للتقديرات الشخصية ومواجهة ممارسات إدارة الأرباح

وأساليب المحاسبة الإبداعية. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها أن توافق معايير المحاسبة الدولية يمكن أن يساهم بقدر كبير في تخفيض طرق التقديرات المحاسبية ومواجهة أو الحد من التداعيات والآثار السلبية الناجمة عن اتباع إدارة الشركة لأساليب المحاسبة الإبداعية وممارسات إدارة الأرباح. وأوصت الدراسة بتكليف جهة عالمية متخصصة لتكون المسؤولة بشكل أساسي عن صياغة معايير للمحاسبة الدولية المتوافقة، وكذلك التنسيق بين الجهات المسؤولة في الدول المختلفة لمواكبة التطورات الجديدة في هذا الشأن.

دراسة (Abu- Sharbeh, 2017): هدفت الدراسة إلى استكشاف طبيعة المعايير المحاسبية السائدة في فلسطين والتي تستخدم في إعداد القوائم المالية ومدى ملاءمتها للبيئة الفلسطينية وكيفية جسر الهوة بينها من أجل أن تشارك فلسطين العالم بمعايير محاسبية مشتركة وموحدة وهي المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية. توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها أن وجهات نظر أغلبية المستجيبين أن فلسطين مهيأة وناضجة لحد ما للبدء بإحلال المعايير الدولية محل المعايير الأمريكية في البيئة الفلسطينية، وأنه لا توجد فروقات بين وجهات نظر المجموعتين – الأكاديميين، المهنيين - فيما له صلة بمدى جاهزيتهم لقبول المعايير الدولية، أما فيما يتعلق بأهمية المنافع المحتمل أن تكتسبها فلسطين جراء التحول إلى المعايير الدولية، إن غياب الامتحانات المهنية المعدة بناءً على المعايير الدولية كان أحد الأسباب وراء ضعف الإجماع حول قبول المعايير الدولية في فلسطين، وبالمجمل أظهرت نتائج الدراسة مجتمعة القضايا الهامة فيما يتعلق بالتحديات التي تواجهها فلسطين في حالة التحول إلى المعايير الدولية لبناء (الإعداد والعرض) القوائم المالية. قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات، وقد اشتملت على النواحي التالية فيما له علاقة بالمعايير الدولية: الحاجة إلى دراسات مستقبلية ومراجعة مناهج المحاسبة وبرامج التدريب على تطبيق المعايير الدولية، والحاجة إلى خطة مجدولة زمنياً من أجل التحول السلس نحو هذه المعايير.

دراسة (Novit, 2015): هدفت هذه الدراسة لفحص أثر تطبيق المعايير الوطنية مع معايير التقارير المالية الدولية على جودة المحاسبة في أندونيسيا في شركات القطاع المالي والمدرجة في بورصة أندونيسيا. في محاور جودة المحاسبة، إدارة الأرباح، توقيت الاعتراف بالخسائر، والقيمة المناسبة. وأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة بأن هناك ارتباط بين المستحقات والتدفقات النقدية، توقيت الاعتراف بالخسائر لم يكن مؤثر، أما القيمة الملائمة فكان مؤثر عندما يكون بين العائد على السهم أو القيمة الدفترية للسهم. هذه النتائج لها آثار هامة، حيث قواعد المحاسبة المتطابقة من خلال الجودة العالية للمعايير المحاسبية غير كافية لضمان تحسين جودة المحاسبة في الواقع، على الرغم من أن هناك علاقة بين الأرقام المحاسبية وأسعار الأسهم بعد تنفيذ المعايير المحاسبية والتقارب مع المعايير الدولية للتقارير المالية، والذي يشير إلى أن المستثمرين يفكرون في استخدام المعلومات المحاسبية لاتخاذ القرارات الاقتصادية، ولكن نوعية المحاسبة عندما ينظر إليها من إدارة الأرباح والاعتراف بالخسارة في الوقت المناسب انخفضت. بشكل أكبر، قد تشير ممارسة إدارة الأرباح إلى المرونة المتاحة في المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية. عموماً هذه النتائج لا تزال تقدم نتائج مختلطة. ربما يرجع ذلك إلى مجموعة متنوعة من العوامل، بما في ذلك لا تتأثر جودة المحاسبة فقط بجودة المعيار، ولكن أيضاً من خلال تأثيرات الحوافز والبيئة الاقتصادية الأساسية للشركة، ولكن من المرجح أيضاً بسبب الفترة الزمنية المرصودة للغاية، باختصار أي قبل سنتين من اعتماد المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية وستين بعد فترة اعتماد المعايير الدولية للتقارير المالية، لذلك تأثير التبنّي لا يمكن رؤيته كحد أقصى، عامل الجدية في اعتماد معيار هو أيضاً عامل يحدد جودة المحاسبة، يجب اعتبار الشركة إذا كان المتبني جاد أو الإلتزام بالاسم، إلى جانب أنه يجب أن يكون هناك شرعية في إنفاذ المعيار.

دراسة (Srinuan, and Trisati, 2016): كان الهدف من هذه الدراسة هو دراسة ما إذا كانت معايير المحاسبة المتوافقة مع معايير التقارير المالية الدولية (IFRS) تؤثر على ممارسات المحاسبة الإبداعية مثل ممارسات تمهيد الدخل (IS). حيث تم البحث عن خط زمني لإندونيسيا هو قبل التوافق (2007-2008) وبعد التوافق مع المعايير الدولية للتقارير المالية (2009-2010) وتايلند قبل التوافق (2009-2010) وبعد التوافق مع المعايير الدولية للتقارير المالية (2011-2012). الهدف الثاني هو تحديد العوامل المساهمة في تمهيد الدخل، مثل: حجم الشركة والديون. تم استخدام الانحدار اللوجستي والمستخدم مع البيانات المالية للشركات المدرجة في إندونيسيا والبورصة التايلاندية. تظهر النتائج انخفاض ممارسات تمهيد الدخل بعد تطبيق معايير المحاسبة المتوافقة، علاوة على ذلك، فإن الربحية وتمويل الديون لها علاقة كبيرة مع تمهيد الدخل.

دراسة (الصيغ, 2016): هدفت الدراسة إلى عرض مفهوم المحاسبة الإبداعية وأساليبها من وجهات نظر مختلفة، ومركزاً على توضيح جوانبها المختلفة، كما وضح البحث تطور المعايير الدولية للتقارير المالية، ودورها في إلغاء أو على الأقل تخفيض بدائل السياسات

المحاسبية المتاحة في الفكر المحاسبي، ومن أهم النتائج التي توصل لها البحث أن هناك جوانب سلبية وأخرى إيجابية للمحاسبة الإبداعية، وأن هناك دور بارز للمعايير الدولية للتقارير المالية في الحد من الجوانب السلبية وتدعيم الجوانب الإيجابية للمحاسبة الإبداعية، وأوصى البحث بالتوسع في تطبيق المعايير الدولية للتقارير المالية، وأهمية قيام مجلس معايير المحاسبة المالية الدولية بالعمل على إلغاء ما تبقى من بدائل في المعايير المحاسبة السارية المفعول.

دراسة (Try, and Evita, 2015): هدفت الدراسة إلى تقييم فيما إذا كان هناك أي زيادة في جودة التقارير المالية بعد تبني (IFRS) باستعمال المنهج النوعي والذي طوره مركز نجميكن الاقتصادي (NiCE)، تم فحص جودة التقارير المالية قبل تبني (IFRS) عن الفترة من 2009 – 2010، وكذلك فحص جودة التقارير المالية بعد تبني (IFRS) للفترة من 2012 – 2013. توصلت الدراسة إلى أهم النتائج وهي أن تبني (IFRS) زاد من جودة التقارير المالية، وكذلك خصائص المعلومات النوعية، الملائمة، القابلية للفهم، إمكانية المقارنة زادت مستوياتها بعد تبني (IFRS).

دراسة (فلاح، 2012): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين تطبيق معايير التقارير المالية الدولية وتحسين بيئة قياس القيمة العادلة، اهتمت الدراسة بإظهار أهمية تطبيق معايير التقارير المالية الدولية في الأردن ومدى ملاءمتها للبيئة المحاسبية الأردنية، توصلت الدراسة إلى نتائج منها وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق معايير التقارير المالية الدولية وقياس القيمة العادلة، أوصت الدراسة بالعمل على زيادة الوعي لمعدي التقارير المالية في البنوك التجارية الأردنية فيما يتعلق بمعايير التقارير المالية الدولية.

دراسة (الزعبي، والشطناوي، 2012): هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير التغيرات في معايير التقارير المالية الدولية الخاصة بالقياس المحاسبي على جودة خصائص المعلومات المالية الأساسية، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، توصلت الدراسة إلى نتائج منها، إن تغيرات القياس المحاسبي في معايير إعداد التقارير المالية الدولية تؤثر على قرارات مستخدمي المعلومات المالية، أوصت الدراسة بضرورة تتبع متخذي القرارات وعموم المستثمرين لتغيرات معايير التقارير المالية الدولية.

دراسة (Bhasin, 2016): مما يثير الدهشة أن ثغرات قليلة في المعايير المحاسبية توفر مساحة كافية لاستخدام ممارسات المحاسبة الإبداعية (CA). وبالتالي، لا توفر ممارسات CA وجهة نظر "حقيقية ونزيهة" للخدمة، حيث أن الكثير من تحليل الأرقام المالية تتم في نطاق القوانين المعمول بها والمعايير المحاسبية السائدة. وكجزء من هذه الدراسة، تم استخدام منهجية مسح مبنية على الاستبيان، وطُرح 14 سؤالاً بحثياً محدداً، وتم توزيع 120 استبانة على معدي التحضير ومستخدمي الشركة FS. وأخيراً، تم جمع وتحليل 85 رداً من المشاركين باستخدام النسبة المئوية وتكرار المستجيبين. وكشفت الدراسة أن ممارسة CA هي دائما محاولة متعمدة للحصول على ميزة غير ضرورية للمحاسبين والمديرين والشركات. نوصي بأن "تعتبر ممارسات CA كجريمة خطيرة، وعلى هذا النحو يتعين على هيئات المحاسبة ومحاكم القانون والسلطات التنظيمية الأخرى أن تعتمد إجراءات عقابية صارمة للغاية لوقف ممارسات CA غير الأخلاقية".

دراسة (شعباني، 2016): هدفت الدراسة إلى التعرف مفهوم المعايير المحاسبية الدولية وأهميتها، والمحاسبة الإبداعية ودوافعها، ومعرفة طرق الحد من استعمال ممارسات المحاسبة الإبداعية اللا أخلاقية. توصلت الدراسة إلى أن المحاسبة الإبداعية هي سلوك غير أخلاقي، تمارس فيه بعض الإدارات والمؤسسات بعض الطرق والإجراءات للتلاعب المحاسبي عند إعداد قوائمها المالية لدوافع معينة كالحصول على قروض أو تحسين صورة نشاطها. وأوصت الدراسة بخفض مجال اختيار البدائل والمعالجات المحاسبية، والحد من استخدام بعض السياسات المحاسبية، وتفعيل فرضية الثبات، وتفعيل لجان التدقيق في الشركات.

دراسة (زريقات، 2014): هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على أثر الالتزام بتطبيق المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية ومدى ارتباطها بالإفصاح وجودة المعلومات المحاسبية، وانعكاس ذلك على جودة التقارير المالية. توصلت الدراسة إلى أن التزام المؤسسات الاقتصادية بتطبيق المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية يؤدي إلى المزيد من الشفافية والإفصاح وبالتالي تقارير مالية ذات جودة عالية.

دراسة (Laura and Nisulescu, 2013): هدفت هذه الدراسة إلى تقديم بعض طرق تحفيز وتشخيص وتخفيض آليات التلاعب في بيانات المحاسبة المالية، وتم تطبيق الدراسة على الشركات الرومانية، توصلت الدراسة باستنتاجاتها أنه إلى حد كبير تم تأكيد الفرضيات

الأساسية، وكذلك جانب يكشف عن الحاجة إلى الأمان في المحاسبة في المستقبل لتوليد الثقة من خلال تصور أكثر دقة، بدلاً من الزيادات الكبيرة في التلاعبات المحاسبية، ووفقاً لذلك فالشركة الشفافة هي أمانة، حيث أن التوقعات من المحتمل أن تصبح حقيقة، وأن واضعي المعايير على الرغم من أنهم يجب أن يعدوا معايير متجانسة بين جميع الدول، ولكن وبغض النظر عن المعايير والقواعد التي يعدوها، إلا أنه سوف يكون هناك أشخاص يجدون طريقة وثغرات يستغلونها للتحايل على النظام، وبالتالي فإن مهمة واضعي المعايير المحاسبية ليست سهلة.

النتائج

اهم النتائج تظهر ملخصة ادناه:

- أن توافق معايير المحاسبة الدولية يمكن أن يساهم بقدر كبير في تخفيض طرق التقديرات المحاسبية ومواجهة أو الحد من التداعيات والآثار السلبية الناجمة عن اتباع إدارة الشركة لأساليب المحاسبة الإبداعية وممارسات إدارة الأرباح.
- عامل الجدية في اعتماد معيار هو أيضا عامل يحدد جودة المحاسبة، يجب اعتبار الشركة إذا كان المتبني جاد أو الإتياع بالاسم، إلى جانب أنه يجب أن يكون هناك شرعية في إنفاذ المعيار.
- هناك دور بارز للمعايير الدولية للتقارير المالية في الحد من الجوانب السلبية وتدعيم الجوانب الإيجابية للمحاسبة الإبداعية.
- أن تبني (IFRS) زاد من جودة التقارير المالية، وكذلك خصائص المعلومات النوعية، الملائمة، القابلية للفهم، إمكانية المقارنة زادت مستوياتها بعد تبني (IFRS).
- المحاسبة الإبداعية هي سلوك غير أخلاقي، تمارس فيه بعض الإدارات والمؤسسات بعض الطرق والإجراءات للتلاعب المحاسبي عند إعداد قوائمها المالية لدوافع معينة كالحصول على قروض أو تحسين صورة نشاطها.
- إن التزام المؤسسات الاقتصادية بتطبيق المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية يؤدي إلى المزيد من الشفافية والإفصاح وبالتالي تقارير مالية ذات جودة عالية.
- إن واضعي المعايير على الرغم من أنهم يجب أن يعدوا معايير متجانسة بين جميع الدول، ولكن وبغض النظر عن المعايير والقواعد التي يعدوها، إلا أنه سوف يكون أشخاص الذين سيجدون طريقة وثغرات يستغلونها للتحايل على النظام.
- أثبتت الكثير من الدراسات في فلسطين عدم الوضوح والتناقض في مدى التبني لمعايير التقارير المالية الدولية سواء بشكل جزئي أو كامل وفي مختلف القطاعات الاقتصادية.
- لا زال ساري المفعول في فلسطين قانون الشركات الأردني رقم 12 لسنة 1964 حيث لم يكن وقتها معايير محاسبة دولية، وعليه لا يوجد قانون شركات عصري يتعرض لمعايير المحاسبة الدولية.
- لتجنب أو على الأقل تخفيض ممارسة المحاسبة الإبداعية لا بد من إلغاء بدائل المعالجات المحاسبية ومنع اختيار السياسات والتقديرات المحاسبية إلا بموجب هذه المعايير.

التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وحيث أن المحاسبة الإبداعية يتم ممارستها في الشركات الفلسطينية المدرجة في بورصة فلسطين، وفي ضوء معايير التقارير المالية الدولية، وحسب ما ورد في الإطار النظري والدراسات السابقة يوصي الباحث بما يلي:

- التنسيق بين الجهات المسؤولة في الدول المختلفة لمواكبة التطورات الجديدة فيما يتعلق بمعايير التقارير المالية الدولية.
- الحاجة إلى دراسات مستقبلية ومراجعة مناهج المحاسبة وبرامج التدريب على تطبيق المعايير الدولية، والحاجة إلى خطة مجدولة زمنياً من أجل التحول السلس نحو هذه المعايير في فلسطين.
- ضرورة الإسراع بتشريع قانون شركات يراعي ما تم من تطور على البيئة الاقتصادية والتشريعية والمهنية ويتم تضمينه مواد تتعلق بالمعايير الدولية للتقارير المالية ويلزم بها، وكذلك لحوكمة الشركات... إلخ من موضوعات حديثة.

- إلغاء ما تبقى من بدائل في المعايير المحاسبية السارية المفعول.
- ضرورة تتبع متخذي القرارات وعموم المستثمرين لتغيرات معايير التقارير المالية الدولية.
- التوصية بأن "تعتبر ممارسات المحاسبة الإبداعية كجريمة خطيرة ، وعلى هذا النحو ، يتعين على هيئات المحاسبة والمحاكم والسلطات التنظيمية الأخرى أن تعتمد إجراءات عقابية صارمة للغاية لوقف ممارسات المحاسبة الإبداعية غير الأخلاقية".
- تفعيل فرضية الثبات، وتفعيل لجان التدقيق في الشركات.
- إن مهمة واضعي المعايير المحاسبية ليست سهلة، لأنه يجب عليهم محاربة الخيال بالخيال.

المراجع العربية

- أبو طالب، يحيى محمد، (2006)، المحاسبة الدولية وفقاً لأحدث إصدارات معايير المحاسبة المصرية المعدة وفقاً للمعايير الدولية للتقارير المالية في إطار نظرية المحاسبة، ص 205-215.
- أبو هلال، مروان محمد (2011)، بناء نموذج للحد من ظاهرة سلوك تمهيد الدخل في الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية مقارنة مع نموذج ماليزيا، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة عمان العربية، عمان، الأردن.
- الأشقر، هاني (2010)، إدارة الأرباح وعلاقتها بالعوائد غير المتوقعة للسهم، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
- حمادة ، طارق عبد العال، (2011)، المحاسبة الابتكارية، الدار الجامعية، مصر.
- الخشاوي، علي محمود، والدوسري، محسن ناصر، (2008)، المحاسبة الإبداعية ودور المدقق في التحقق من ممارساتها ونتائجها، مسابقة البحوث التاسعة على مستوى جميع قطاعات ديوان المحاسبة، عمان، الأردن، ص 7.
- زريقات، بوبكر (2014)، أثر الالتزام بالمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية على جودة التقارير المالية، الملتقى الدولي حول دور معايير المحاسبة الدولية في تفعيل أداء المؤسسات والحكومات، جامعة ورقلة، الجزائر، يومي 24، 25 نوفمبر.
- سابا، ماجد، (2008)، مدى قابلية معايير إعداد التقارير المالية الدولية للتطبيق في فلسطين" دراسة استطلاعية للمحاسبين في قطاع غزة"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
- السعدي، إبراهيم (2010)، تأثير الأزمة المالية العالمية على المحاسبة والمعايير المحاسبية الدولية، بحث مقدم في المؤتمر الثاني للعلوم المالية والمحاسبية، ص 196-240، جامعة اليرموك، اربد .
- شاهر فلاح العرود ، (2012) م (، منفعة تطبيق معايير التقارير المالية الدولية لتحسين بيئة قياس القيمة العادلة في المصارف التجارية الأردنية، القصيم : جامعة القصيم ، كلية الاقتصاد والادارة ، مؤتمر معايير التقارير المالية الدولية ، التحديات والفرص 1-2 مايو ، مجلة العلوم الادارية والاقتصادية ، العدد 2 ، المجلد 5 – .
- شعباني، لطفي (2016)، المحاسبة الإبداعية من خلال المعايير المحاسبية الدولية وتأثيرها على القوائم المالية، أبحاث الندوة العلمية الثالثة: الإبداع الإداري في العالم العربي – مركز البحث وتطوير الموارد البشرية – رماح – الأردن
- صيام ،احمد زكريا .(2009)، " دور الحاكمية في الحد من تداعيات الأزمة المالية على بورصة عمان"، مجلة علوم انسانية ، العدد 42 ، الشهر 7 .
- صيام أحمد زكريا(2004) "مدى إدراك محلي الائتمان لمخاطر إجراءات المحاسبة الخلاقة وقدرتهم على إدارتها في البنوك التجارية الأردنية.
- الصبح، عبد الحميد، (2016) إشكالية المحاسبة الإبداعية وأثر المعايير الدولية للتقارير المالية عليها، مجلة رماح للبحوث والدراسات، العدد (19)، الأردن، ص ص 321-341.
- الطويل، احمد، (2013)، مدى قدرة الوحدات الاقتصادية الفلسطينية على تطبيق معايير التقارير المالية الدولية، يوم دراسي في الجامعة الإسلامية، غزة.
- عابدين، (2013)، أثر تطبيق المعايير الدولية على القوائم المالية لشركات المقاولات، يوم دراسي في الجامعة الإسلامية، غزة.
- العبسي، بلال، (2009)، أثر المعالجة المحاسبية لتكلفة الاقتراض على المحتوى المعلوماتي للقوائم المالية وفقاً لمعيار المحاسبة الدولي 23، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
- علي عبد الله أحمد شاهين (2011)، إدارة الأرباح ومخاطرها في البيئة المصرفية دراسة تحليلية تطبيقية على المصارف الوطنية الفلسطينية.
- علي عبد الله الزعبي ، حسن محمود الشنطاوي ، (2012) م (، تأثير تغيرات معايير إعداد التقارير المالية الدولية على جودة المعلومات المالية، القصيم : جامعة القصيم ، كلية الاقتصاد والادارة ، مجلة العلوم الادارية والاقتصادية ، مؤتمر معايير التقارير المالية الدولية ، التحديات والفرص 1-2 مايو ، مجلة العلوم الادارية والاقتصادية ، العدد 2 ، المجلد 5 – .

- غنيهي، سامي، (2017)، دور المعايير المحاسبية المتوافقة في مواجهة التقديرات المحاسبية والمحاسبة الإبداعية في منظمات الأعمال، مجلة المحاسبة والمراجعة، المجلد الخامس، عدد 1، ص ص 61-106، مصر.
- مطر، محمد و الحلبي، ليندا حسن، (2009)، " دور مدققو الحسابات الخارجية في الحد من اثار المحاسبة الإبداعية على موثوقية البيانات المالية الصادرة عن الشركات المساهمة الاردنية "المؤتمر العلمي الدولي السابع كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة الزرقاء الخاصة، للفترة من 10-11 نوفمبر، الزرقاء – الاردن.
- مطر، محمد، (2008). "الاتجاهات الحديثة في التحليل المالي والانتماني." دار وائل للنشر، ط 10، عمان، الأردن.
- نشوان، اسكندر، (2014)، تطوير إعداد ونشر القوائم المالية في إطار المعايير المحاسبية الدولية في ضوء التغيرات البيئية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، مصر.

المراجع الأجنبية:

- Abu- Sarbeh(2017)," The Nature of Accounting Standards used in Palestine Financial Reporting", Journal of the American University, Vol:3, No: 1, PP: 1-38.
- Novita, Indrawati,(2017) " The Impact of Convergence with International Financial Reporting Standards (ifrs) IN accounting Quality in Indonesia, Reserch Journal of Financial Accounting , Vol: 60 , No : 4, PP 162-170.
- Bahasin, Madan,(2016)" Survey of Creative Accounting Practices: An empirical Study", Wulfenia Journal, Vol 23, No. 1;pp 143- 162.
- Srinuan, Chalitaa, Trisati, Theresia,(2016)"Convergence of the International Financial Reporting Standards and Creative Accounting Practices in Developing Countries:A Comparative Study between Indonesia and Thailand Listed Firm" Available online at www.buuconference.buu.ac.th.
- Try, Yurisandi, and Evita Puspitasari,(2015) "Financial Reporting Quality- Before and After IFRS Adoption Using Nice Qualitative Characteristic Measurement", WWW.Sciencedirecl. Com.
- Jawad, F.A. & Xia, X. (2015). International financial reporting standards and moral hazard of creative accounting on hedging, International Journal of Finance and Accounting, 4(1), 60-70.
- S,Laura, & Maria, (2013)," Detecting Creative Accounting Practices and their Impact on the Quality of Information Presented in Financial Statements", Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology, Vol. 1, pp; 111- 135.
- Kieso D., Weygand J., (2009). Intermediate Accounting. 13th edition. John Wiley and Sons.
- Frey, N. and Chandler R.(2007),"Acceptance of International Accounting Standard setting: Emerging Economies versus Developed countries", Research in Accounting in Emerging Economies,Vol1.7,pp.147-162.
- Whittington, G. (2005). The adoption of International Accounting Standards in the European Union. European Accounting Review, Vol. 14, No. 14, pp. 127-153.
- International Accounting Standards Board (2010). Member of IASB as in April.
- Belkaoui, Ahmed Riahi, (2005), "Accounting Theory ", Thomson Learning , 5th Edition .
- Amat. O. Gowthorpe C. (2004)، Creative Accounting Nature، Incidence and Ethical Issues، Journal of Economic Literature Classification.
- Mulford. C. E. Comisky. (2002). The Financial Numbers Game. John Wiley & Sons، Inc.

أثر استخدام أساليب المحاسبة الادارية الاستراتيجية والتقليدية على الربحية في الشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان (دراسة تحليلية)

د. صلاح الدين النصور	د. سيما عارف ابوكري	د. ريم خالد مطاحن
شركة مناجم الفوسفات الاردنية	شركة مناجم الفوسفات الاردنية	جامعة الامام عبدالرحمن بن فيصل /
الأردن	الأردن	السعودية

ملخص:

هدفت هذه الورقة البحثية الى التعرف على أثر استخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية على الربحية متمثلة بنسب الربحية (العائد على الأصول والعائد على الاستثمار والعائد على حقوق الملكية والعائد على المبيعات) في الشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان خلال المدة (2010-2015). ولتحقيق أهداف هذه الورقة، فقد تم تصميم استبانة لدراسة المتغيرات المستقلة، حيث تم احتساب المتغير التابع من القوائم المالية المدرجة في بورصة عمان. وتم توزيع (185) استبانة، وخضع منها (130) استبانة صالحة للدراسة وبما نسبته (70.3%)، وقد تمثلت عينة الدراسة بالمديرين الماليين ورؤساء أقسام المحاسبة والمحاسبين الإداريين ومحاسبى التكاليف والمدققين الداخليين. وقد استخدمت هذه الورقة البرنامج الاحصائي (EVIEWS) لإجراء الاختبارات الضرورية للتأكد من ملائمة بيانات هذه الورقة للتحليل الاحصائي ولتقييم الفرضيات، والتي أهمها اختبار الانحدار الخطي المتعدد.

ومن أهم النتائج التي توصلت اليها هذه الورقة أنه يتم تطبيق أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان، مع ملاحظة تطبيق أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية بشكل أكثر من تطبيق أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية، مما يدل على أنه ما زال هناك عدم معرفة كافية بأساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية في الشركات الصناعية المساهمة المدرجة في بورصة عمان. وقد تبين أن الأسلوب الأكثر تطبيقاً من بين أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية هو أسلوب إدارة الجودة الشاملة، ثم يليه أسلوب التحسين المستمر، وكان أقلها تطبيقاً أسلوب 6 سيجما، وقد أظهرت هذه الورقة أن الأسلوب الأكثر تطبيقاً من بين أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية هو أسلوب تحليل نقطة التعادل، وكان أقلها تطبيقاً أسلوب محاسبة المسؤولية. وأشارت النتائج أن أكثر تطبيقاً لأساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية مجتمعة هو أسلوب تحليل نقطة التعادل يليه أسلوب إدارة الجودة الشاملة، وأقلها تطبيقاً أسلوب 6 سيجما وأسلوب الإنتاج في الوقت المحدد. ومن أهم توصيات هذه الورقة التأكيد على ضرورة تسليط الضوء بشكل أكبر على أساليب المحاسبة الإدارية، وخاصة الاستراتيجية، والعمل على زيادة التوعية لأهميتها وفوائدها لمساندة الإدارة في عمليات اتخاذ القرار، وتقديم المعلومات الملائمة. كما أوصت الورقة بتطوير واعتماد برامج تدريب للعاملين، مما ينعكس على تحسين الأداء في جميع جوانب المنظمة، والتركيز في عقد الدورات التدريبية على المديرين الماليين ومتخذي القرار حول أساليب المحاسبة الإدارية وطرق تطبيقها والفوائد التي تعود من تطبيقها، وضرورة مشاركة العاملين في وضع الخطط لتحسين الجودة والأداء، بالإضافة إلى تشجيع الإدارة على حرية الطرح والإبداع والإبتكار وطرق تحسين الأداء وتقديم الحوافز لذلك.

كلمات مفتاحية: التكاليف حسب الأنشطة، إدارة الجودة الشاملة، الإنتاج في الوقت المحدد، بطاقة الأداء المتوازن، 6 سيجما، التكلفة المستهدفة، هندسة القيمة، التحسين المستمر، محاسبة المسؤولية، أساليب المحاسبة الادارية الاستراتيجية، أساليب المحاسبة الادارية التقليدية.

المقدمة:

نتيجة التطورات التكنولوجية الحديثة فقد أصبحت بيئة منظمات الأعمال تتصف بالديناميكية والنمو المتسارع وتوفر المنافسة على المنتجات وغزو الاسواق العالمية للاسواق المحلية نتيجة العولمة مما تحتم على المنشآت أن تتكيف مع المتغيرات والتطورات المتسارعة، كما يتوجب على المحاسبين الإداريين تطوير اعمالهم ليواكبوا هذه التطورات ويكون لهم دور فعال وأساسي في المشاركة في عمليات التخطيط والرقابة واتخاذ القرار سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة. ويأتي دور المحاسبة الإدارية في أرباح الشركات من خلال إدارة التكاليف

وترشيدها وذلك عن طريق السيطرة على المخاطر في الأعمال التي قد تواجهها الشركات، وبالتالي نجد ان المحاسبة الادارية تساعد على حل مشكلة اتخاذ القرارات الاقتصادية المعقدة ومقارنة البدائل المتاحة مسبقاً. وسعت الدراسة الحالية الى بيان أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية وأثرها في الربحية في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية، وهما: أساليب المحاسبة الادارية التقليدية وقد تم اختيار الأساليب التالية منها: الموازنات التخطيطية والتكاليف المعيارية وتحليل نقطة التعادل والتكاليف المتغيرة ومحاسبة المسؤولية، أما فيما يتعلق بأساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية فقد تم اختيار عدة أساليب منها: التكاليف على أساس النشاط، وإدارة الجودة الشاملة، والإنتاج في الوقت المحدد، وبطاقة الأداء المتوازن، و6 سيجما، والتكلفة المستهدفة، وهندسة القيمة، والتحسين المستمر، أما قياس الربحية فقد تمثل بالعائد على الاستثمار والعائد على حقوق الملكية والعائد على المبيعات والعائد على الأصول.

مشكلة الدراسة

نظرا لما تواجه المنشآت من تهديدات داخلية وخارجية خاصة في ظل ظروف عدم التأكد، يهدف تحقيق الأهداف التي تسعى إليها المنشأة من تعظيم الأرباح والحصة السوقية وتعظيم قيمة المنشأة، مع قدرة المنشأة على الموازنة بين خفض التكلفة مع الحفاظ على جودة المنتج، لذلك توجب على المنشآت إدارة التكاليف على تبني استراتيجيات لمواجهة هذه التحديات والتهديدات. ومن هنا تمثلت مشكلة الدراسة في الأسئلة التالية:

- ما مدى استخدام المحاسبة الادارية الاستراتيجية والتقليدية في الشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان؟
- ما أثر استخدام اساليب المحاسبة الادارية الاستراتيجية المستخدمة (التكاليف على أساس النشاط وإدارة الجودة الشاملة والإنتاج في الوقت المحدد وبطاقة الأداء المتوازن و6 سيجما والتكلفة المستهدفة وهندسة القيمة والتحسين المستمر على الربحية؟
- ما أثر استخدام أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية (الموازنات التخطيطية والتكاليف المعيارية وتحليل نقطة التعادل والتكاليف المتغيرة ومحاسبة المسؤولية) على الربحية؟

فرضيات الدراسة:

تم صياغة فرضيات الدراسة بناء على عناصر مشكلة الدراسة بالصيغة العدمية كما يلي:

- H01:الفرضية الاولى: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.
- H02:الفرضية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.
- H03:الفرضية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية معاً على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.

أهمية الدراسة:

- يعتمد نماء وازدهار الاقتصاد الوطني لأي دولة على نجاح المنشآت والمؤسسات الاقتصادية المكونه لهذا الإقتصاد وعلى سلامة اجراءاتها المالية والادارية والتشغيلية، ونظراً لأهمية استخدام المنشآت الصناعية المساهمة العامة الاردنية لأساليب المحاسبة الادارية الاستراتيجية والتقليدية، وبذلك تبرز أهمية الدراسة من أهمية المعلومات التي توفرها أساليب المحاسبة الادارية والذي يسهم استخدام هذه الاساليب في رفع الكفاءة الانتاجية وزيادة قدرتها التنافسية، وذلك من خلال تقديم بيانات مالية وغير مالية تكون أكثر ملائمة لأغراض التخطيط الاستراتيجي والرقابة واتخاذ القرارات الادارية كقرارات التسعير، وقرارات المزيج الأمثل بالإضافة إلى المساعدة في إعداد الموازنات، وتحديد ربحية الزبائن، وقرارات تخفيض التكاليف، ودعم الادارة عن طريق مساعدتها على التحسين والتطوير في أدائها وبالتالي تعظيم ربحية المنشأة.

- أيضا تكمن أهمية الدراسة كون الموضوع يرتبط بتطورات العصر في ظل التغيرات المتسارعة في البيئة الاقتصادية مما يستدعي المحافظة وزيادة القوة التنافسية للشركة وبالتالي التوجه إلى حلول إدارية أكثر مواءمة في خفض التكاليف.
- كما يعتبر قطاع الصناعة من القطاعات المهمة على الاقتصاد الأردني وأن هذه الدراسة تعطي صورة مناسبة للمديرين ومنتخذي القرار والمحاسبين الإداريين ومحاسبي التكاليف في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية حول أثر استخدام أساليب المحاسبة الإدارية في الربحية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى البحث في أثر استخدام المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية وأثرها على الربحية في الشركات المساهمة العامة الصناعية المدرجة في بورصة عمان. ويتم ذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:

- التعرف على أثر استخدام الشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان للأساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية.
- تقييم أثر استخدام الشركات المساهمة العامة الصناعية المدرجة في بورصة عمان أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية على الربحية.
- تقييم أثر استخدام الشركات المساهمة العامة الصناعية المدرجة في بورصة عمان أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية على الربحية.
- تقديم توصيات ومقترحات تساعد الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية في تطبيق أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية في الربحية.

التعريفات الإجرائية:

هناك العديد من المصطلحات التي تم استخدامها في هذه الدراسة وفيما يلي توضيح لها:

أولاً: أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية:

- التكاليف على أساس النشاط (Activity Based Costing): هو نظام لتحديد التكلفة على مرحلتين إيجاد وعاء للتكاليف لكل نشاط رئيسي في الشركة (مثل إعداد الآلات أو إصدار أوامر الشراء أو عدد مرات التفتيش) ثم تحديد التكاليف الإضافية على المنتجات أو الخدمات على أساس احتياجاتها من هذه الأنشطة التي تدخل في صنع المنتجات أو تقديم الخدمات، وهو يركز مباشرة على تكاليف صنع منتج معين وبالتالي التوصل إلى معلومات أكثر دقة عن تكلفة الوحدة والتي تعتبر أساساً للتسعير واتخاذ القرارات الأخرى (Garrison, 2012).
- إدارة الجودة الشاملة (Total Quality Management): هو نظام يستلزم توفير عدد من العناصر المتمثلة في التركيز على العميل والتركيز على العمليات والنتائج معاً، والوقاية من الأخطاء قبل وقوعها، وتعبئة خبرات القوى العاملة، واتخاذ القرارات استناداً إلى الحقائق، والتغذية العكسية (الكبيسي، 2011).
- نظام الإنتاج في الوقت المحدد (Just-In Time): هو نظام يعمل على تخفيض التكاليف وزيادة الكفاءة والتوسع في الإنتاج، وهو أن تشتري الشركة كمية المواد اللازمة لاحتياجات إنتاج هذا اليوم فقط، ولا يكون هناك إنتاج تحت التشغيل في نهاية اليوم، وأن يسلم الإنتاج التام إلى العملاء وبحيث لا يكون هناك إنتاج تام في المخازن (Garrison, 2012).
- بطاقة الأداء المتوازن (Balance Scorecard): مجموعة من المقاييس المالية وغير المالية المتعلقة بعوامل النجاح الحرجة، لخلق قيمة للشركة من خلال تكامل مكوناتها المتمثلة بالفرص الحالية والمستقبلية كما أنها تركز على توجه الشركة نحو الابتداء في مقاييس الأداء في ظل بيئة التصنيع الاستراتيجية (أبوحماد، 2013).

- مدخل 6 سيجم (Six Sigma): هي أسلوب لتحسين العملية التي تعتمد على تقنيات التغذية الراجعة للعملاء والاساس الحقيقي لجمع البيانات وتحليلها التي تولد ما لا يزيد عن 3.4 عيب لكل مليون فرصة، ويعتبر هذا المعدل منخفض جداً من العيوب، وعادة ما يرتبط بالعيوب الصفرية (أي وصول العيوب إلى أقرب صفر) (Garrison, 2012).
- التكلفة المستهدفة (Target Cost): هي أحد الأساليب الاستراتيجية للمحاسبة الإدارية لتخفيض التكاليف عن طريق تحديد الحد الأقصى للتكلفة المسموح بها للمنتج ومن ثم تطوير النموذج أو المنتج الذي يمكن أن يكون مربح للحد الأقصى من رقم التكلفة المستهدفة. ويتم احتساب التكلفة المستهدفة للمنتج من خلال البدء في توقع سعر البيع للمنتج ومن ثم خصم الربح المطلوب على النحو التالي: التكلفة المستهدفة = سعر البيع المتوقع - الربح المطلوب - ثم يتم منح الفريق مسؤولية تطوير وتصميم المنتج بحيث لا يزيد عن التكلفة المستهدفة (Garrison, 2012).
- هندسة القيمة (Engineering Value): الأسلوب الذي عن طريقه تستطيع المنشأة تخفيض التكلفة المبدئية إلى التكلفة المستهدفة لأن كل عنصر من المنتج يدخل لتحديد كيف يمكن تخفيض التكلفة مع المحافظة على جودة وأداء المنتج (Hiltton, 2011).
- تكلفة التحسين والتطوير المستمر (kaizen Cost): هو مجموعة من الإجراءات تعمل على تخفيض التكاليف خلال مرحلة الإنتاج في دورة حياة المنتج وذلك من خلال عمل تحسينات صغيرة ومستمرة أثناء الإنتاج في الآلات والمواد والعمل وطرق الإنتاج من خلال تشجيع الاقتراحات والأفكار من قبل فرق العمل في المصنع بدلاً من التحسينات والتطويرات الجذرية الكبيرة التي يولدها التجديد والابتكارات الضخمة (Chase, et al. 2004).

ثانياً: أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية:

- الموازنات التخطيطية (Budget Planning): هي خطة مالية كمية تغطي أوجه النشاط المختلفة للوحدة الاقتصادية لفترة مالية مستقبلية (ابونصار، 2010).
- التكاليف المعيارية (Standard Costs): هي مقياساً لما يجب أن تكون عليه تكلفة المنتج، أو أداة مقارنة بين التكاليف الفعلية والمتوقعة للتعرف على مدى كفاءة وفعالية الأداء الفعلي (صباح، 2008).
- التكاليف المتغيرة (Variable Costing): هي التي تعامل تكاليف الإنتاج التي تتغير بتغير النشاط فقط على أنها تكلفة المنتج، ويشمل ذلك تكلفة المواد المباشرة والعمل المباشر والجزء المتغير من التكاليف الإضافية، وتعتبر الجزء الثابت من التكاليف الإضافية بمثابة تكلفة فترة مثلها في ذلك مثل مصروفات البيع والمصروفات الإدارية حيث تحمل على إيرادات كل فترة بالكامل (Garrison, 2012).
- تحليل نقطة التعادل (Breakeven Point): هي النقطة التي يكون فيها صافي ربح المنشأة مساوٍ للصفر، ويمكن التعبير عنها على أنها الحالة التي يكون عندها (ابونصار، 2010):
- إجمالي الإيرادات = إجمالي التكاليف المتغيرة + إجمالي التكاليف الثابتة
- محاسبة المسؤولية (Responsibility Accounting): عبارة عن نظام يقوم بتجميع وإعداد تقارير دورية عن المعلومات المتعلقة بالتكاليف والإيرادات الخاصة بكل مركز مسؤولية موجود في المنشأة، بهدف تمكين الإدارة العليا من القيام بوظيفة التخطيط والرقابة على أداء هذه المراكز (ابونصار، 2010).

منهجية الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لقياس محتوى التقارير المالية للشركات عينة الدراسة فيما يتعلق بالنسب المالية المطلوبة (المتغير التابع) وأساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية (المتغيرات المستقلة) ودراسة العلاقة بينهما خلال الفترة (2010-2015)، وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي القياس الاقتصادي (Econometric Views (EViews)) لإجراء اختبار الارتباط الخطي المتعدد والارتباط الذاتي واستقرارية السلاسل الزمنية واختبار عدم ثبات التباين.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من كافة الشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة والمتداولة في بورصة عمان، أما بخصوص المستجيبين للدراسة أو المبحوثين فتمثلت في الوظائف التالية: (المدراء الماليين، ورؤساء أقسام المحاسبة، والمحاسبين الإداريين، ومحاسبي التكاليف والمدققين الداخليين) العاملين في تلك الشركات. حيث تم توزيع (185) إستبانة للأفراد العاملين في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية وعددها (35) شركة أسترد منها (145) إستبانة واستبعد منها (15) إستبانات غير صالحة، وقد تم إخضاع (130) إستبانة للتحليل والتي تشكل ما نسبته (70.3%) من الإستبانات الموزعة.

مصادر جمع البيانات:

تعتمد هذه الدراسة على نوعين من المصادر:

- مصادر أولية: تتمثل هذه المصادر بالبحث في الجانب الميداني بحيث تم تصميم إستبانة وزعت على المديرين الماليين والمحاسبين الإداريين ومحاسبي التكاليف في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية المبحوثة.
- مصادر ثانوية: وتتمثل كما يلي:

- البيانات التي تم الحصول عليها من المصادر المكتبية ومن المراجعة للأدبيات المتاحة التي تتعلق بدراسة أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية وأثرها في الربحية، كذلك الرجوع إلى الدوريات والمجلات العلمية المحكمة والمواقع الالكترونية وأية مراجع قد تسهم في إثراء الدراسة بشكل علمي.
- البيانات المستخرجة من التقارير المالية، والتي تقيس المتغير التابع المتعلق بالربحية عن طريق استخراج النسب المالية المطلوبة من التقارير المالية المنشورة في سوق عمان المالي للفترة من (2010 الى 2015).
- البيانات الإضافية التي تم الحصول عليها من خلال التقارير السنوية للشركات المتضمنة في عينة الدراسة، بحيث تغطي كافة الجوانب التي تناولها الإطار النظري والتساؤلات والفرضيات التي استندت عليها الدراسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

تم تحليل بيانات الدراسة من خلال استخدام أدوات التحليل الإحصائي الملائمة، من خلال الاستعانة بالبرنامج الإحصائي (Eviews)، وتم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

- معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا) لتحديد مدى موثوقية البيانات التي تم جمعها عن طريق الاستبانة.
- معامل الارتباط الخطي، ومعامل تضخم التباين للتأكد من خلو البيانات من ظاهرة الارتباط الخطي المتعدد Multicollinearity.
- تحليل الانحدار المتعدد Multiple linear regression، وذلك لقياس أثر المتغيرات المستقلة مجتمعة على المتغيرات التابعة.

متغيرات الدراسة وطرق قياسها:

- أولاً: المتغير التابع الربحية: حيث تم قياسها عن طريق النسب المالية التالية:
 - العائد على الإستثمار (Return on Investment (ROI): ويعبر عن قدرة الشركة في استخدام وإدارة كل الأموال المتاحة لديها من المساهمين والأموال المقترضة في تحقيق عائد على تلك الأموال، وبالتالي قياس كفاءة الشركة في إدارة الأموال المستثمرة، حيث يمثل نسبة صافي الربح إلى إجمالي الإستثمار، ويتكون إجمالي الإستثمار من (مجموع حقوق الملكية+القروض طويلة الأجل) أو (رأس المال العامل+الأصول طويلة الأجل).

- العائد على حقوق الملكية (ROE) Return on Equity: ويعبر عن العائد الذي يحققه المالكون من استثمار أموالهم بالشركة، ويمثل نسبة صافي الربح إلى حقوق الملكية.
- العائد على الأصول (ROA) Return on Assets: حيث يعبر عن مقدرة الشركة على استخدام أصولها في توليد الأرباح، ومدى كفاءة الشركة في استغلال أصولها، ويمثل صافي الربح إلى إجمالي الأصول.
- العائد على المبيعات (ROS) Return on Sales: ويعبر عن ما حققته المبيعات من أرباح صافية بعد تغطية تكلفة المبيعات وكافة المصروفات الأخرى من مصاريف إدارية وعمومية ومصاريف تمويلية وخلافه، حيث يطلق عليها هامش صافي الربح (Net Profit Margin)، حيث يمثل نسبة صافي الربح إلى صافي المبيعات.

- ثانياً: المتغيرات المستقلة: وهي أساليب المحاسبة الإدارية حيث تم قياسها عن طريق استخدام الاستبانة وذلك بغرض قياس استخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية، وتقسم إلى قسمين: أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية: (التكاليف حسب النشاط وإدارة الجودة الشاملة والإنتاج في الوقت المحدد وبطاقة الأداء المتوازن و6 سيجم والتكلفة المستهدفة وهندسة القيمة والتحسين المستمر). وأساليب المحاسبة الإدارية التقليدية: (الموازنات التخطيطية والتكاليف المعيارية والتكاليف المتغيرة وتحليل نقطة التعادل ومحاسبة المسؤولية).

ولقد تضمن كل بند من هذه البنود عدداً من الأسئلة عن طريق تطوير استبانة تتضمن (93) سؤال موزعة (57) سؤال أساليب المحاسبة الاستراتيجية و(36) سؤال أساليب المحاسبة التقليدية.

تحليل البيانات وعرض النتائج ومناقشتها

نتائج تحليل البيانات ومناقشتها فيما هو ادناه:

اختبار ثبات أداة الدراسة:

جدول 1: قيم معامل الاتساق الداخلي لفقرات أداة الدراسة

الرقم	البعد	قيمة ألفا	الرقم	البعد	قيمة ألفا
1	التكاليف حسب الأنشطة	0.810	8	التحسين المستمر	0.819
2	إدارة الجودة الشاملة	0.826	9	الموازنات التخطيطية	0.830
3	الإنتاج في الوقت المحدد	0.638	10	التكاليف المعيارية	0.862
4	بطاقة الأداء المتوازن	0.816	11	التكاليف المتغيرة	0.829
5	6 سيجم	0.847	12	تحليل نقطة التعادل	0.749
6	التكلفة المستهدفة	0.827	13	محاسبة المسؤولية	0.763
7	هندسة القيمة	0.853	14	جميع الفقرات	0.894

نلاحظ أن قيم معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا لفقرات أداة الدراسة تراوحت بين (0.638–0.894)، وبالتالي تكون جميع القيم أكبر من (0.60) وهذا مؤشر على الاتساق بين فقرات أداة الدراسة، وموثوقية أداة الدراسة وإمكانية الاعتماد عليها لإجراء التحليل الإحصائي. والجدول التالي رقم (2) يقارن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التطبيق لأساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية مجتمعة، على النحو التالي:

يلاحظ من الجدول رقم (2) أن المقياس العام لأساليب المحاسبة الإدارية التقليدية مرتفع، حيث بلغ المتوسط العام (3.851) وبوزن نسبي (77.02%) وبانحراف معياري (0.614). في حين أن المتوسط العام لأساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية بلغ (3.643) وبوزن نسبي (72.86%) وبانحراف معياري (0.644). وهذا مؤشر أن الشركات الصناعية الأردنية تطبق أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية أكثر من

تطبيق أساليب المحاسبة الادارية الاستراتيجية. وعلى المستوى العام لجميع الاساليب فقد جاء (أسلوب تحليل نقطة التعادل) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.936) وبوزن نسبي (78.72%) وبانحراف معياري (0.728). وبمستوى تطبيق مرتفع، في حين حل (أسلوب 6 سيجم) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.179)، وبمستوى تطبيق متوسط.

جدول 2: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التطبيق لأساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية

الفقرة	الأسلوب	وسط حسابي	وزن نسبي	انحراف معياري	رتبة	مستوى تطبيق
4	تحليل نقطة التعادل	3.936	78.72%	0.728	1	مرتفع
2	التكاليف المعيارية	3.906	78.12%	0.757	3	مرتفع
1	الموازنات التخطيطية	3.848	76.96%	0.699	4	مرتفع
3	التكاليف المتغيرة	3.8	76.00%	0.751	6	مرتفع
5	محاسبة المسؤولية	3.764	75.28%	0.867	7	مرتفع
	المحاسبة الإدارية التقليدية	3.851	77.02%	0.614		مرتفع
2	إدارة الجودة الشاملة	3.921	78.42%	0.814	2	مرتفع
8	التحسين المستمر	3.835	76.70%	0.853	5	مرتفع
4	بطاقة الأداء المتوازن	3.72	74.40%	0.828	8	مرتفع
6	التكلفة المستهدفة	3.663	73.26%	0.788	9	مرتفع
7	هندسة القيمة	3.608	72.16%	0.878	10	متوسط
1	التكاليف حسب الأنشطة	3.581	71.62%	0.966	11	متوسط
3	الانتاج في الوقت المحدد	3.413	68.26%	0.512	12	متوسط
5	6 سيجم	3.179	63.58%	0.882	13	متوسط
	المحاسبة الإدارية الاستراتيجية	3.643	72.86%	0.644		متوسط

وقد يعزى زيادة التطبيق لأساليب المحاسبة الادارية التقليدية الى سهولة تطبيقها نسبيا ووجود الكثير من الخبراء المهنيين الذين لديهم الخبرة في تطبيق هذا الاسلوب، بالإضافة الى أنها تعتبر الأكثر شيوعاً إلا أن هذا لا يمنع أن الشركات تتجه بشكل حثيث إلى تطبيق أساليب المحاسبة الادارية الاستراتيجية.

اختبار ملاءمة نموذج الدراسة:

اختبار الارتباط الخطي المتعدد Multicollinearity

تشير هذه الظاهرة إلى وجود ارتباط خطي شبه تام بين متغيرين أو أكثر يعمل على تضخيم قيمة معامل التحديد R^2 ويجعله أكبر من قيمته الفعلية، ولهذا تم احتساب معامل ارتباط بيرسون، وقيمة معامل تضخم التباين عند كل متغير حسب الفرضية التي يتم اختبارها، وقد كانت النتائج كما يلي في جدول (3) (Guajarati, 2004):

يبين الجدول أعلاه رقم (3) أن أعلى ارتباط بين المتغيرات المستقلة هو (0.81) بين المتغيرين (أسلوب التحسين المستمر) و(محاسبة المسؤولية)، إلا أن بقية قيم معامل الارتباط بين المتغيرات المستقلة الأخرى كان أقل من (0.80)، وهذا قد يدل على وجود ظاهرة الارتباط الخطي المتعدد بين المتغيرات المستقلة، حيث أن قيم معامل الارتباط التي تزيد عن (0.80)، تعتبر مؤشراً على أن العينة تعاني من مشكلة الارتباط الخطي العالي المتعدد لبقية المتغيرات.

وللتأكد من خلو العينة من مشكلة الارتباط المتعدد تم احتساب معامل تضخم التباين (VIF) Variance Inflation Factor عند أبعاد المتغير المستقل للتأكد من عدم وجود ارتباط خطي متعدد بين جميع المتغيرات المستقلة، وكانت النتائج كما يلي:

جدول 3: مصفوفة الارتباط للمتغيرات المستقلة

الرقم	المتغير	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	التكاليف حسب الأنشطة	1.00												
2	إدارة الجودة الشاملة	0.63*	1.00											
3	الانتاج في الوقت المحدد	0.44*	0.37*	1.00										
4	بطاقة الأداء المتوازن	0.69*	0.78*	0.30*	1.00									
5	6 سيجما	0.71*	0.77*	0.27*	0.79*	1.00								
6	التكلفة المستهدفة	0.50*	0.58*	0.48*	0.47*	0.48*	1.00							
7	هندسة القيمة	0.77*	0.79*	0.22	0.70*	0.71*	0.69*	1.00						
8	التحسين المستمر	0.71*	0.78*	0.36*	0.79*	0.75*	0.56*	0.78*	1.00					
9	الموازنات التخطيطية	0.66*	0.48*	0.63*	0.43*	0.43*	0.43*	0.38*	0.44*	1.00				
10	التكاليف المعيارية	0.58*	0.70*	0.35*	0.66*	0.63*	0.71*	0.67*	0.66*	0.64*	1.00			
11	التكاليف المتغيرة	0.29*	0.38*	0.46*	0.34*	0.41*	0.68*	0.41*	0.43*	0.42*	0.65*	1.00		
12	تحليل نقطة التعادل	0.50*	0.64*	0.28*	0.57*	0.61*	0.58*	0.55*	0.63*	0.58*	0.77*	0.77*	1.00	
13	محاسبة المسؤولية	0.71*	0.75*	0.22	0.77*	0.76*	0.65*	0.72*	0.81*	0.43*	0.73*	0.44*	0.63*	1.00

* دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

جدول 4: نتائج اختبار الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة

المتغير	معامل تضخم التباين VIF	المتغير	معامل تضخم التباين VIF
التكاليف حسب الأنشطة	7.424	التحسين المستمر	3.792
إدارة الجودة الشاملة	5.534	الموازانات التخطيطية	8.042
الانتاج في الوقت المحدد	7.263	التكاليف المعيارية	6.644
بطاقة الأداء المتوازن	4.860	التكاليف المتغيرة	5.359
6 سيجما	5.859	تحليل نقطة التعادل	7.173
التكلفة المستهدفة	7.198	محاسبة المسؤولية	8.838
هندسة القيمة	6.479		

يبين الجدول (4) أن قيم معامل تضخم التباين كانت جميعها أكبر من العدد 1 وأقل من العدد 10، مما يؤكد عدم وجود مشكلة الارتباط الخطي المتعدد بين جميع متغيرات الدراسة المستقلة (Gujarati, 2004, 253).

اختبار فرضيات الدراسة:

نتائج تحليل الفرضيات تظهر فيما هو ادناه:

أولاً H01 الفرضية الرئيسية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.

1) H01: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على الأصول. (النتائج جدول 4)

جدول 4: نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA أثر استخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية مجتمعة على العائد على الأصول

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery		تحليل التباين ANOVA		جدول المعاملات Coefficient				
	R	R ²	F المحسوبة	Sig F	البيان	B	الخطأ المعياري	T	Sig t
العائد على الأصول	0.593	0.351	11.763	0.000	التكاليف حسب الأنشطة	0.799	0.835	0.958	0.347
					إدارة الجودة الشاملة	0.539	0.111	4.856	0.000
					الانتاج في الوقت المحدد	0.536	1.035	0.518	0.609
					بطاقة الأداء المتوازن	-5.084	3.481	-1.460	0.156
					6 سيجما	4.130	1.132	3.647	0.001
					التكلفة المستهدفة	-0.348	1.183	-0.294	0.771
					هندسة القيمة	0.708	2.215	0.320	0.752
					التحسين المستمر	6.261	2.145	2.919	0.007
					ثابت الانحدار	4.387	4.893	0.897	0.378

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

تشير نتائج الجدول (4) أن معامل الارتباط ($R=0.593$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية) على المتغير التابع (العائد على الأصول) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F

المحسوبة هي (11.763)، وبمستوى دلالة (Sig=0.000) وهو أقل من 0.05. ومن جهة أخرى، فقد استطاعت (أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية) تفسير (35.1%) من التباين في العائد على الأصول، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.351$).

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة القائلة: "يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على الأصول".

وهذا مؤشر إلى أن تبني أساليب المحاسبة الاستراتيجية يمكن الشركة من استغلال أصولها بشكل أكبر لتوليد الأرباح، وهذا أيضاً يؤكد أهمية إدارة الجودة الشاملة و6 سيحما والتحسين المستمر كأهم الأساليب التي تعمل على استغلال الموارد المتاحة سواء كانت مالية أو بشرية أو آلية.

(2) H01: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان في الاردن، مقاساً بالعائد على الإستثمار. النتائج جدول (5)

جدول 5: نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA أثر استخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية مجتمعة على العائد على الإستثمار

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA		ملخص النموذج Model Summary		المتغير التابع
Sig t	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig F	F المحسوبة	R ² معامل التحديد	R معامل الارتباط	
0.462	-0.747	18.784	-14.031	التكاليف حسب الانشطة	0.131	1.763	0.159	0.399	العائد على الإستثمار
0.502	-0.680	52.040	-35.394	إدارة الجودة الشاملة					
0.514	0.662	19.215	12.726	الانتاج في الوقت المحدد					
0.436	-0.791	43.999	-34.793	بطاقة الأداء المتوازن					
0.568	-0.578	8.425	-4.869	6 سيحما					
0.015	6.139	2.752	16.895	التكلفة المستهدفة					
0.418	0.823	52.629	43.302	هندسة القيمة					
0.317	1.020	39.161	39.946	التحسين المستمر					
0.683	0.413	87.325	36.029	ثابت الانحدار					

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

من خلال نتائج الجدول (5) فإن معامل الارتباط ($R=0.399$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية) على المتغير التابع (العائد على الإستثمار) هو أثر غير دال إحصائياً، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (1.763)، وبمستوى دلالة (Sig=0.131) وهو أكبر من 0.05. ومن جهة أخرى، فقد استطاعت (أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية) تفسير (15.9%) من التباين في العائد على الإستثمار، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.159$). وبناء على ما سبق، نقبل الفرضية العدمية القائلة: "لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على الإستثمار". وهذا يشير إلى أن تطبيق أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية في الشركات الصناعية الاردنية غير مرتبط بسياسات التمويل التي تتبعها الشركات وبالتالي استغلال الموارد المالية المتاحة لتحقيق الأرباح، ويفسر الأثر المعنوي لأسلوب التكلفة المستهدفة وغياب الأثر المعنوي لبقية أساليب المحاسبة الادارية الاستراتيجية إلى ربط الادارة هامش الربح المطلوب مع التكاليف الانتاجية مما قد يمكنها للحد من التكاليف الانتاجية لتحقيق في المقابل انخفاضاً في تكاليف التمويل.

(3) H01: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على حقوق الملكية. النتائج في جدول (6).

تشير نتائج الجدول (6) أن معامل الارتباط ($R=0.559$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية) على المتغير التابع (العائد على حقوق الملكية) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (8.265)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.000$) وهو أقل من 0.05. ومن جهة أخرى، فقد استطاعت (أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية) تفسير (30.9%) من التباين في العائد على حقوق الملكية، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.309$)، وبناءً على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة القائلة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان في الأردن، مقاساً بالعائد على حقوق الملكية". وهذا يقدم تعزيزاً لإمكانية الاستثمار في أسهم الشركات التي تتبع الأساليب المحاسبية الإدارية الاستراتيجية لزيادة قدرتها على استغلال الموارد المتاحة من المساهمين لتعظيم الربحية. وقد يعزى الأثر المعنوي لإدارة الجودة الشاملة و6 سيجما والتحسين المستمر إلى أن تطبيق هذه الأساليب سيزيد من كفاءة الشركة للوصول إلى الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة لتعظيم الربحية.

جدول 6: نتائج اختبار ANOVA أثر استخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية مجتمعة على العائد على حقوق الملكية

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery		تحليل التباين ANOVA		جدول المعاملات Coefficient			
	R	R^2	F المحسوبة	Sig F	البيان	B	الخطأ المعياري	T
العائد على حقوق الملكية	0.556	0.309	8.265	0.000	التكاليف حسب الأنشطة	-18.953	26.203	-0.723
					إدارة الجودة الشاملة	45.675	17.245	2.649
					الانتاج في الوقت المحدد	16.060	26.887	0.597
					بطاقة الأداء المتوازن	-46.824	60.077	-0.779
					6 سيجما	7.524	2.281	3.299
					التكلفة المستهدفة	-22.166	38.382	-0.578
					هندسة القيمة	60.485	72.479	0.835
					التحسين المستمر	52.067	11.535	4.514
					ثابت الانحدار	42.338	124.985	0.339

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

(4) H01: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على المبيعات. النتائج مبينة في جدول (7).

جدول 7: نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA أثر استخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية مجتمعة على العائد على المبيعات

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery		تحليل التباين ANOVA		جدول المعاملات Coefficient			
	R	R^2	F المحسوبة	Sig F	البيان	B	الخطأ المعياري	T
العائد على المبيعات	0.760	0.577	19.269	0.000	التكاليف حسب الأنشطة	13.737	5.494	2.500
					إدارة الجودة الشاملة	7.477	3.590	2.083
					الانتاج في الوقت المحدد	-6.247	3.053	-2.046
					بطاقة الأداء المتوازن	-3.403	7.597	-0.448
					6 سيجما	6.230	6.618	0.941
					التكلفة المستهدفة	18.909	4.110	4.600
					هندسة القيمة	19.428	14.280	1.360
					التحسين المستمر	31.156	9.671	3.222
					ثابت الانحدار	29.034	8.786	3.305

تشير نتائج الجدول (7) أن معامل الارتباط ($R = 0.760$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية) على المتغير التابع (العائد على المبيعات) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (19.269)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.000$) وهو أقل من 0.05. ومن جهة أخرى، فقد استطاعت (أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية) تفسير (57.7%) من التباين في العائد على المبيعات، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.577$).

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة القائلة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على المبيعات".

وهذا مؤشر على أن تبني أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية سيزيد من قدرة الشركة على تلبية احتياجات العملاء وزيادة حصتها السوقية مما يزيد من مبيعاتها وتعظيم أرباحها. وقد يعزى الأثر المباشر لأسلوب التكاليف حسب الأنشطة إلى أن هذا الأسلوب يظهر التكاليف الانتاجية بدقة أكبر مما يسهل على حساب تكلفة البضاعة المباعة بشكل أكبر وهذا بدوره أن يزيد من دقة احتساب الأرباح لكل دينار من المبيعات، أما الأثر المعنوي لإدارة الجودة الشاملة والتكلفة المستهدفة والتحسين المستمر فقد يعود إلى أن تطبيق هذه الأساليب يقلل من التالف ويزيد من جودة المنتج ويجعل الشركة تحقق تنافساً أكبر من خلال سياساتها التسعيرية.

ثانياً)) H_{02} الفرضية الرئيسية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان. واختبار الفرضيات المتفرعة عن هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد، وكانت النتائج كما يلي:

1) H_{02} لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على الأصول.. النتائج مبينة في الجدول (8)

جدول 8: نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA أثر استخدام أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية مجتمعة على العائد على الأصول

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery		تحليل التباين ANOVA		جدول المعاملات Coeffecient			
	R	R ²	F	Sig F	البيان	B	الخطأ المعياري	T
العائد على الأصول	0.794	0.631	20.006	0.000	الموازنات التخطيطية	2.042	0.827	2.468
					التكاليف المعيارية	-2.036	1.457	-1.397
					التكاليف المتغيرة	2.904	1.111	2.613
					تحليل نقطة التعادل	-3.280	1.682	-1.950
					محاسبة المسؤولية	-0.166	0.261	-0.636
					ثابت الانحدار	4.480	3.508	1.277

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

تشير نتائج الجدول (8) أن معامل الارتباط ($R=0.794$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية) على المتغير التابع (العائد على الأصول) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (20.006)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.000$) وهو أقل من 0.05. ومن جهة أخرى، فقد استطاعت (أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية) تفسير (63.1%) من التباين في العائد على الأصول، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.631$).. وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الرئيسية الأولى ونقبل الفرضية البديلة القائلة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على الأصول". وهذا يشير إلى أن اتباع الأساليب الإدارية التقليدية تعتبر من السياسات المتبعة لدى الشركة لمراقبة مدى قدرتها على استغلال أصولها بشكل أفضل ونلاحظ أن نسبة التفسير والبالغة (63.1%) هي تأكيد زيادة مستوى تطبيق هذه الأساليب في الشركات الصناعية مما زاد أثرها. وقد يعود الأثر المعنوي

للموازنات التخطيطية إلى دورها الرقابي في استغلال الأصول المتاحة وعدم وجود هدر في التكاليف، كما أن الأثر المعنوي للتكاليف المتغيرة إلى أنها تفصل ما بين تكاليف المنتج وتكاليف الفترة مما يمكن الشركة من ترشيد نفقاتها الانتاجية.

(2) H02: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على الإستثمار. النتائج مبينة في الجدول (9).

جدول 9: نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA أثر استخدام أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية مجمعة على العائد على الإستثمار

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA		ملخص النموذج Model Summery		المتغير التابع
Sig t	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig F	F المحسوبة	R ² معامل التحديد	R معامل الارتباط	
0.000	3.821	0.173	0.661	الموازنات التخطيطية	0.000	22.684	0.686	0.828	العائد على الإستثمار
0.603	-0.526	0.414	-0.218	التكاليف المعيارية					
0.443	-0.779	0.231	-0.180	التكاليف المتغيرة					
0.977	0.029	0.428	0.012	تحليل نقطة التعادل					
0.000	4.204	0.181	0.761	محاسبة المسؤولية					
0.608	-0.518	0.715	-0.371	ثابت الانحدار					

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

تشير نتائج الجدول (9) أن معامل الارتباط ($R=0.828$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية) على المتغير التابع (العائد على الإستثمار) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (22.684)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.000$) وهو أقل من 0.05. ومن جهة أخرى، فقد استطاعت (أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية) تفسير (68.6%) من التباين في العائد على الإستثمار، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.686$).

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الرئيسية الثانية ونقبل الفرضية البديلة القائلة: "يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على الإستثمار".

وهذا مؤشر على أن الزيادة في تطبيق أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية مقارنة بأساليب المحاسبة الادارية الاستراتيجية قد أوجد الفارق الكبير في القدرة التفسيرية للعائد على الاستثمار والتي بلغت عن أساليب المحاسبة الادارية التقليدية (68.6%). وقد يعزى الأثر المعنوي المباشر للموازنات التخطيطية ومحاسبة المسؤولية إلى دورهما في تحقيق التوازن بين المساءلة والرقابة مما يزيد من قدرة الشركة على استغلال الموارد المالية وتقليل تكاليف التمويل.

(3) H02-3: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على حقوق الملكية. النتائج يبينها جدول (10).

تشير نتائج الجدول (10) أن معامل الارتباط ($R=0.871$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية) على المتغير التابع (العائد على حقوق الملكية) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (38.315)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.000$) وهو أقل من (0.05). ومن جهة أخرى، فقد استطاعت (أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية) تفسير (75.9%) من التباين في العائد على حقوق الملكية، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.759$). وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الرئيسية الثانية ونقبل الفرضية البديلة القائلة: "يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على حقوق الملكية". وهذا

مؤشر على دور أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية في إعطاء صورة عامة للمستثمرين في أسهم الشركة إلى قدرة الإدارة على استغلال الموارد المالية المتاحة وبالتالي تعظيم الربحية. وقد يعزى الأثر المعنوي للموازنات التخطيطية والتكاليف المتغيرة ومحاسبة المسؤولية إلى دور هذه الأساليب في تحقيق الرقابة المالية وربطها بالعمليات الانتاجية لتحديد الجدوى من التكاليف المنفقة.

جدول 10: نتائج اختبار أثر تحليل التباين ANOVA استخدام أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية مجتمعة على العائد على حقوق الملكية

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery				تحليل التباين ANOVA		جدول المعاملات Coefficient			
	R	R ²	F	Sig F	البيان	B	الخطأ المعياري	T	Sig t	
العائد على حقوق الملكية	0.871	0.759	38.315	0.000	الموازنات التخطيطية	0.109	0.044	2.486	0.030	
					التكاليف المعيارية	0.059	0.174	0.338	0.738	
					التكاليف المتغيرة	0.253	0.107	2.359	0.035	
					تحليل نقطة التعادل	0.343	0.177	1.936	0.063	
					محاسبة المسؤولية	0.656	0.020	32.412	0.000	
					ثابت الانحدار	0.460	0.301	1.528	0.137	

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

4) H02: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على المبيعات. النتائج مبينة في الجدول (11):

جدول 11: نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA أثر استخدام أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية مجتمعة على العائد على المبيعات

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery				تحليل التباين ANOVA		جدول المعاملات Coefficient			
	R ²	R	F المحسوبة	Sig F	البيان	B	الخطأ المعياري	T	Sig t	
العائد على المبيعات	0.803	0.896	53.254	0.000	الموازنات التخطيطية	0.111	0.038	2.905	0.011	
					التكاليف المعيارية	0.243	0.239	1.016	0.318	
					التكاليف المتغيرة	0.128	0.023	5.622	0.000	
					تحليل نقطة التعادل	0.006	0.205	0.029	0.977	
					محاسبة المسؤولية	0.660	0.037	17.601	0.000	
					ثابت الانحدار	0.326	0.129	2.534	0.017	

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

تشير نتائج الجدول (11) أن معامل الارتباط ($R=0.896$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية) على المتغير التابع (العائد على المبيعات) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (53.254)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.000$) وهو أقل من (0.05). ومن جهة أخرى، فقد استطاعت (أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية) تفسير (80.3%) من التباين في العائد على المبيعات، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.803$). وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الرئيسية الثانية ونقبل الفرضية البديلة القائلة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة في بورصة عمان في الاردن، مقاساً بالعائد على المبيعات". وهذا مؤشر على دور أساليب المحاسبة الادارية التقليدية في تفسير التغير الحاصل في العائد على المبيعات (80.3%) وبشكل كبير مما يشير إلى أن الادارات في الشركات الصناعية في الاردن ما زالت تعتمد على هذه الأساليب لتفسير نتائجها المالية. وقد يعزى الأثر المعنوي للموازنات التخطيطية والتكاليف المتغيرة ومحاسبة المسؤولية إلى دور هذه الأساليب بشكل مباشر مع رقابة التكاليف المنفقة والخاصة بالعمليات الانتاجية مما يسهل عملية احتساب تكلفة البضاعة المباعة والوصول إلى نتائج موضوعية.

ثالثاً) H03 الفرضية الرئيسية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان في الاردن. ولاختبار الفرضيات المتفرعة عن هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد، وكانت النتائج كما يلي:

(1) H03: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على الأصول. النتائج يبينها جدول (12)

جدول 12: نتائج اختبار ANOVA أثر استخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية معاً على العائد على الأصول

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summary		تحليل التباين ANOVA		جدول المعاملات Coefficient			
	R	R ²	F المحسوبة	Sig F	البيان	B	الخطأ المعياري	T
العائد على الأصول	0.948	0.899	527.568	0.000	التكاليف حسب الأنشطة	2.481	0.669	3.711
					إدارة الجودة الشاملة	2.165	3.416	0.634
					الانتاج في الوقت المحدد	3.997	1.085	3.683
					بطاقة الأداء المتوازن	-2.430	2.512	-0.967
					6 سيجما	-4.443	2.241	-1.982
					التكلفة المستهدفة	0.191	1.283	0.149
					هندسة القيمة	1.456	1.929	0.755
					التحسين المستمر	9.101	1.809	5.031
					الموازنات التخطيطية	2.252	1.424	1.581
					التكاليف المعيارية	1.168	2.402	0.486
					التكاليف المتغيرة	5.007	1.553	3.224
					تحليل نقطة التعادل	-8.264	4.502	-1.835
					محاسبة المسؤولية	8.295	1.464	5.666
					ثابت الانحدار	11.244	3.823	2.941

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

تشير نتائج الجدول (12) أن معامل الارتباط ($R=0.948$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية) على المتغير التابع (العائد على الأصول) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (527.568)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.000$) وهو أقل من (0.05). وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الأولى ونقبل الفرضية البديلة القائلة: "يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية معاً على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على الأصول".

وبشكل عام أظهرت أساليب المحاسبة الاستراتيجية والتقليدية أن لها دور في تفسير التغير في العائد على الأصول، وهذا بسبب أن الهدف من تطبيق هذه الأساليب هو تحديد مدى كفاءة الادارة في استغلال مواردها متنوعة المصادر في تعظيم الربحية. وبالرغم من اختلاف الاساليب المحاسبة الادارية الاستراتيجية والتقليدية من حيث الهدف حيث أن أساليب المحاسبة الادارية التقليدية تعطي تصور للمرحلة الحالية دون التخطيط للمراحل القادمة بالعكس تماماً من الأساليب المحاسبة الادارية الاستراتيجية التي يبدأ تطبيقها في المرحلة الحالية لتعطي أكلها في فترات قادمة. وبالرغم من كل هذا الاختلاف إلا أن هذه الأساليب فسرت العائد على الأصول بالمراحل طويلة وقصيرة الأجل.

(2) H03: "لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية معاً على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على الإستثمار". النتائج يبينها جدول (13).

جدول 13: نتائج اختبار ANOVA أثر استخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية معاً على العائد على الإستثمار

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery				تحليل التباين ANOVA		جدول المعاملات Coefficient			
	R	R ²	F	Sig F	البيان	B	الخطأ المعياري	T	Sig t	
العائد على الإستثمار	0.888	0.788	399.174	0.000	التكاليف حسب الانشطة	-65.615	376.158	-0.174	0.863	
					إدارة الجودة الشاملة	-209.857	571.385	-0.367	0.717	
					الانتاج في الوقت المحدد	-171.544	453.917	-0.378	0.709	
					بطاقة الأداء المتوازن	-506.833	525.848	-0.964	0.346	
					6 سيجما	-36.758	362.650	-0.101	0.920	
					التكلفة المستهدفة	300.346	41.796	7.186	0.000	
					هندسة القيمة	489.063	711.671	0.687	0.500	
					التحسين المستمر	732.801	626.576	1.170	0.255	
					الموازنات التخطيطية	153.581	49.191	3.122	0.006	
					التكاليف المعيارية	103.570	709.601	0.146	0.885	
					التكاليف المتغيرة	537.003	550.836	0.975	0.341	
					تحليل نقطة التعادل	-799.109	925.735	-0.863	0.398	
					محاسبة المسؤولية	337.564	57.710	5.849	0.000	
					ثابت الانحدار	1428.594	1136.983	1.256	0.223	

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

تشير نتائج الجدول (13) أن معامل الارتباط ($R=0.888$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية) على المتغير التابع (العائد على الإستثمار) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (399.174)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.000$) وهو أقل من (0.05).. وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الثانية ونقبل الفرضية البديلة القائلة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة في بورصة عمان في الاردن، مقاساً بالعائد على الإستثمار". وبالرغم من أن أساليب المحاسبة الادارية الاستراتيجية لم تظهر أثراً معنوياً على العائد على الإستثمار قبل إضافة أساليب المحاسبة الادارية التقليدية إلى النموذج إلا أن الأثر بهذه الأساليب مجتمعة قد ظهر بشكل معنوي. وهذا يشير إلى أن ضعف أثر أساليب المحاسبة الادارية الاستراتيجية لم يؤثر على معنوية أثر أساليب المحاسبة الادارية التقليدية وهذا يتوافق مع الهدف من تبني جميع أساليب المحاسبة الادارية.

3) H03: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على حقوق الملكية". النتائج بينها جدول (14).

تشير نتائج الجدول (14) أن معامل الارتباط ($R=0.957$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية معاً) على المتغير التابع (العائد على حقوق الملكية) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (555.628)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.000$) وهو أقل من (0.05).

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الثالثة ونقبل الفرضية البديلة القائلة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية معاً على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على حقوق الملكية". أظهرت هذه النتيجة أن تطبيق أساليب المحاسبة الادارية الاستراتيجية والتقليدية يزيد من كفاءة الادارة في استغلال الموارد المتاحة وتعظيم الربحية مما يعتبر عامل جذب للمستثمرين وزيادة جدوى الإستثمار في أسهم الشركة بسبب زيادة العائد على حقوق المالكين.

جدول 14: نتائج اختبار ANOVA أثر استخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية معاً على العائد على حقوق الملكية

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA		ملخص النموذج Model Summery		المتغير التابع
Sig t	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig F	F المحسوبة	R ² معامل التحديد	R معامل الارتباط	
0.649	-0.461	29.006	-13.385	التكاليف حسب الانشطة	0.000	555.628	0.915	0.957	العائد على حقوق الملكية
0.000	4.090	11.797	48.248	إدارة الجودة الشاملة					
0.553	-0.602	21.835	-13.152	الانتاج في الوقت المحدد					
0.560	-0.593	70.408	-41.750	بطاقة الأداء المتوازن					
0.025	2.096	2.472	5.181	6 سيجما					
0.748	-0.326	53.542	-17.442	التكلفة المستهدفة					
0.364	0.929	91.012	84.513	هندسة القيمة					
0.000	4.817	19.493	93.896	التحسين المستمر					
0.002	3.643	5.496	20.022	الموازنات التخطيطية					
0.582	-0.559	74.945	-41.911	التكاليف المعيارية					
0.000	8.034	4.968	39.910	التكاليف المتغيرة					
0.355	-0.947	68.057	-64.439	تحليل نقطة التعادل					
0.000	4.311	14.838	63.972	محاسبة المسؤولية					
0.574	0.571	468.901	267.771	ثابت الانحدار					

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

4) H03: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية على تعظيم الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على المبيعات. النتائج بينها جدول (15).

جدول 15: نتائج اختبار ANOVA أثر استخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية معاً على العائد على المبيعات

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA		ملخص النموذج Model Summery		المتغير التابع
Sig t	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig F	F المحسوبة	R ² معامل التحديد	R معامل الارتباط	
0.012	2.743	2.625	7.199	التكاليف حسب الانشطة	0.000	601.033	0.943	0.971	العائد على المبيعات
0.000	4.824	3.558	17.163	إدارة الجودة الشاملة					
0.324	-1.011	6.025	-6.089	الانتاج في الوقت المحدد					
0.705	-0.384	8.895	-3.419	بطاقة الأداء المتوازن					
0.807	-0.248	4.425	-1.097	6 سيجما					
0.000	4.143	8.149	33.763	التكلفة المستهدفة					
0.179	1.394	6.720	9.368	هندسة القيمة					
0.241	-1.207	8.622	-10.409	التحسين المستمر					
0.000	4.387	1.496	6.563	الموازنات التخطيطية					
0.414	0.835	20.219	16.880	التكاليف المعيارية					
0.019	2.352	9.701	22.818	التكاليف المتغيرة					
0.372	-0.913	14.436	-13.186	تحليل نقطة التعادل					
0.000	15.063	0.189	2.847	محاسبة المسؤولية					
0.828	0.220	9.693	2.135	ثابت الانحدار					

تشير نتائج الجدول (15) أن معامل الارتباط ($R=0.971$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية معاً) على المتغير التابع (العائد على المبيعات) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (601.033)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.000$) وهو أقل من (0.05). في حين ظهر الأثر غير المعنوي لبقية أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية على العائد على المبيعات. ومن جهة أخرى، فقد استطاعت الأساليب السابقة تفسير (94.3%) من التباين في العائد على المبيعات، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.943$). وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الرابعة ونقبل الفرضية البديلة القائلة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية معاً على الربحية للشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، مقاساً بالعائد على المبيعات". وهنا يبرز دور أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية في توجيه العمليات الانتاجية نحو حاجات ورغبات العملاء مما يزيد من حجم المبيعات وزيادة الحصة السوقية وفي نفس الوقت يزيد من قدرة الإدارة على رقابة العمليات لتوجيهها نحو الاهداف الاستراتيجية للشركة.

الاستنتاجات

بناءً على نتائج تحليل البيانات واختبار الفرضيات توصلت الدراسة إلى عدد من الاستنتاجات كما يلي:

- هناك تطبيق لأساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان، مع ملاحظة تطبيق أساليب المحاسبة الإدارية التقليدية بشكل أكبر من تطبيق أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية، وإن أكثر تطبيق هو أسلوب تحليل نقطة التعادل ثم يليه إدارة الجودة الشاملة وأقلها تطبيقاً هو أسلوب 6 سيجما والانتاج في الوقت المحدد.
- أن أهم ما يميز أسلوب تحليل نقطة التعادل هو الفصل ما بين التكاليف المتغيرة والثابتة، في حين أن أهم ما يميز إدارة الجودة الشاملة أنها تربط بين عملياتها الانتاجية وحاجات العملاء.
- أظهر اختبار الفرضية وجود أثر لأساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية مجتمعة متمثلة بالعائد على الأصول على الربحية، وقد كان الأثر الأبرز لدى أساليب التكلفة حسب الأنشطة والانتاج في الوقت المحدد والتحسين المستمر والتكاليف المتغيرة ومحاسبة المسؤولية.
- أظهر اختبار الفرضية وجود أثر لأساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية مجتمعة متمثلة بالعائد على حقوق الملكية على الربحية، وقد كان الأثر الأبرز لدى أساليب إدارة الجودة الشاملة و 6 سيجما والتحسين المستمر والموازنات التخطيطية والتكاليف المتغيرة ومحاسبة المسؤولية.
- أظهر اختبار الفرضية وجود أثر لأساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية مجتمعة متمثلة بالعائد على الاستثمار على الربحية، وقد كان الأثر الأبرز لدى أساليب التكلفة المستهدفة والموازنات التخطيطية ومحاسبة المسؤولية.
- أظهر اختبار الفرضية وجود أثر لأساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية والتقليدية مجتمعة متمثلة بالعائد على المبيعات على الربحية، وقد كان الأثر الأبرز لدى أساليب التكلفة حسب الأنشطة وإدارة الجودة الشاملة والتكلفة المستهدفة والموازنات التخطيطية والتكاليف المتغيرة ومحاسبة المسؤولية.

التوصيات:

في ضوء ما سبق فإن الدراسة توصي بما يلي:

- ضرورة تسليط الضوء بشكل أكبر على أساليب المحاسبة الإدارية وخاصة الاستراتيجية وعمل توعية إلى أهميتها وفوائدها لمساندة الإدارة في عمليات اتخاذ القرار وتقديم المعلومات الملائمة.
- تطوير واعتماد برامج تدريب للعاملين مما ينعكس على تحسين الأداء في جميع جوانب المنشأة، والتركيز في عقد الدورات تدريبية على المديرين الماليين ومتخذي القرار حول أساليب المحاسبة الإدارية وطرق تطبيقها والفوائد التي تعود من تطبيقها.
- ضرورة مشاركة العاملين في وضع الخطط لتحسين الجودة والأداء مما ينعكس على الأرباح.

- تشجيع واهتمام الإدارة للموظفين بحرية الطرح والإبداع والإبتكار وطرق تحسين الأداء وتقديم الحوافز لذلك.
- مراعاة النواحي السلوكية للموظفين عند إعداد الموازنات أو التخطيط، وذلك للوصول إلى الأهداف بفعالية وكفاءة.
- أن يتم تقييم الأداء وإعداد التقارير بصورة دورية للعاملين

المراجع

المراجع العربية

- الحجيلان، علي مسلم، (2013)، "أثر استخدام أساليب المحاسبة الإدارية في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة عمان العربية، عمان، الأردن.
- ابوحمام، حسن عيسى، (2013) "أساليب المحاسبة الإدارية الإستراتيجية المطبقة من قبل الشركات المدرجة في بورصة فلسطين (PEX) وتأثيرها على الهيكل التمويلي لتلك الشركات"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة.
- ابونصار، محمد، (2010) "المحاسبة الادارية الطبعة الثالثة، الجامعة الأردنية، دار وائل للنشر، عمان، الاردن.
- الكبيجي، مجدي وائل، (2011)، "قياس أثر استخدام الأدوات الإستراتيجية للمحاسبة الإدارية على تحسين الأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة عمان العربية، الأردن.
- بورصة عمان للأوراق المالية WWW.ase.com.jo

المراجع الاجنبية

- Chase, Richard B & Jacobs, Robert. F& Aquilano, Nicholas. J (2006), "**Operation Management for Competitive advantage**". 10th ed, MC Graw-Hill Companies, Ince. USA.
- El- Hawaity, A., (2013), "**Strategic Cost Management to Maximize the Value of the Organization and its Competitive Advantage, Applied Study at Industrial Companies at Gaza**", Master Thesis in Accounting and Finance, Islamic University, Gaza.
- Garison R., Noreen, E.and P. Brewer, (2012), "**Managerial Accounting**", 14Th ed, McGraw-Hill/Irwin, a business unit of The McGraw-Hill Companies, Inc., 1221 Avenue of the Americas, New York.
- Gujarati, D.N. (2004). Basic Econometrics. (4thed.), UNA, New York: McGraw Hill.
- Hilton R. W., Platt D. E. (2011), "**Managerial Accounting Creating Value in Global Business Environment**", 9th Edition, The McGraw-Hill companies.
- Sekaran, U. (2003). Research methods for business (4th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

دور حوكمة الشركات في الحد من المحاسبة الإبداعية وتأثيرها على جودة البيانات المالية (دراسة نظرية)

د. كامل حسين أبو كوكيك

الباحثة هبة محمد خميس

جامعة القدس/ فلسطين

ملخص :

هدفت هذه الورقة البحثية إلى فحص مدى تأثير قواعد الحوكمة على ممارسة المحاسبة الإبداعية، وبالتالي جودة البيانات المالية، وتتمحور أهمية هذه الورقة البحثية في تقديم بيانات مالية ذات جودة عالية للمساهمة في اتخاذ القرارات المناسبة من خلال الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية، وذلك في ظل تطبيق مبادئ وقواعد حوكمة الشركات، ويمكن بلورة المشكلة التي تتناولها الورقة البحثية في مدى تأثير تطبيق الحوكمة على ممارسة المحاسبة الإبداعية، وبذلك تحسين ورفع جودة البيانات المالية، ولتحقيق أهداف الورقة البحثية، تم استخدام الأسلوب الوصفي، وذلك من خلال مراجعة الأدبيات المتعلقة بالحوكمة، والآثار التي تتركها على البيئة المحاسبية، وتأثيرها على الممارسات الإبداعية من قبل المحاسبين لتحسين وتجميل البيانات المالية، مما يشير إلى أن هناك تأثيراً على جودة البيانات المالية ومصداقيتها، ومدى الثقة والاعتماد عليها في اتخاذ القرارات المناسبة. إن الهدف من النظام المحاسبي هو توفير معلومات تتصف بالخصائص النوعية للبيانات المالية، ويواجه ذلك مجموعة من المعوقات، مثل الممارسات غير الأخلاقية في اختيار التقديرات والسياسات المحاسبية المتاحة والتي تتيح فرصة التلاعب والغش، مما ينتج عنها بيانات مالية غير صحيحة ومضللة، أو ما يعرف في المحاسبة الإبداعية التي يمكن أن تمارس في بيان المركز المالي، وبيان الدخل وبيان التدفق النقدي، وتحارب هذه الممارسات سواء على مستوى القوانين أو المهنة. وقد بذل مجلس معايير المحاسبة الدولية جهوداً للحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية تمثلت بعدة تعديلات من أهمها العمل على إلغاء غالبية البدائل في معايير المحاسبة الجديدة، والمعالجة القياسية، والمعالجة البديلة، والاكتفاء بمعالجة محاسبية واحدة، وأن تتم إضافة مرفقات لكل معيار محاسبي يوضح كيفية التطبيق العملي، والعمل على إلغاء التناقضات والتعارض الموجود بين بعض المعايير، بالإضافة إلى إزالة أي غموض قد يكتنف تلك المعايير، وهذا الأمر يغلق الباب أمام استغلال ذلك التناقض والتعارض.

وكثيراً من الأدبيات اظهرت أن هناك دوراً لحوكمة الشركات في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية من خلال توفير البيئة المناسبة في اعداد البيانات المالية، وساهمت كثيراً في الحد من الممارسات المحاسبية التي لا تتماشى مع المعايير وتحقيق جودة البيانات المالية. ومن نتائج الورقة البحثية التي توصلت إليها وجود علاقة موجبة بين تفعيل قواعد واليات حوكمة الشركات والحد من ممارسة المحاسبة الإبداعية في البيانات المالية، وتوصلت الورقة البحثية إلى أن الإفصاح عن سياسات وهياكل الحوكمة بالمنظمة يساعد في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية، وتوصلت الورقة البحثية إلى أن تطبيق حوكمة الشركات أدى إلى تقليل المستحقات الاختيارية، وهذا يدل على الأثر الإيجابي بخصوص إدارة الأرباح، وتوصلت الورقة البحثية إلى أن التنفيذ الفعال لمبادئ حوكمة الشركات يؤثر على جودة التقارير المالية ويجعلها أكثر دقة، وتوصلت الورقة البحثية إلى أن هناك علاقة بين مبادئ حوكمة الشركات وجودة التقارير المالية، وتوصلت الورقة البحثية إلى أن المحاسبة الإبداعية تعدّ شكلاً من أشكال التلاعب المحاسبي دون خرق القوانين والمعايير المحاسبية، وأنه يمكن لإدارة المخاطر تركيزاً من ركائز حوكمة الشركات أن تضع استراتيجية للحد من المحاسبة الإبداعية، وتوصلت الورقة البحثية إلى وجود أثر كبير للتدقيق الداخلي ولجان التدقيق والتدقيق الخارجي في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية. وبناءً على نتائج الورقة البحثية فإنها توصي بضرورة المتابعة والرقابة على تطبيق مبادئ الحوكمة لما فيها من آثار إيجابية على البيئة المحاسبية، والحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية، وبالتالي إنتاج بيانات مالية ذات جودة مرتفعة.

كلمات مفتاحية: حوكمة الشركات، المحاسبة الإبداعية، جودة البيانات المالية.

مقدمة

تشير الدراسات بعد انتشار ظاهرة تعثر الشركات المساهمة العملاقة والبنوك وانهيار بعض منها إلى تراجع كبير في الثقة بالبيانات المالية المنشورة مما يتطلب تدخلاً سريعاً من قبل الجهة المشرفة والمنظمة إلى العمل المحاسبي والمالي للحد من المحاسبة الإبداعية، وتعتبر

المحاسبة الإبداعية والتي تعتمد على استغلال المرونة في المعايير المحاسبية وتعدد الوسائل والطرق والسياسات والإجراءات المحاسبية والتي تؤثر على جودة البيانات المالية بتحريفها وتضليل مستخدمي البيانات المالية والخرق بالقوانين والمعايير المحاسبية من أحدث ممارسات التلاعب المحاسبي لذلك حرصت الشركات على تبني نظام حوكمة الشركات كنظام متكامل للرقابة على الشركة (فريد، 2014). وهناك عدة مجالات لمحاولة التأثير على درجة ثقة البيانات المالية وأهمها محورين، المحور الأول تطوير المعايير المحاسبية لتتلائم مع البيئة الاستثمارية والاجتماعية وتحقيق الأهداف الرئيسية من ورائها، ومن هذا التطوير تحقيق الخيارات الممنوحة للمحاسبين والإدارة في الإجراءات المحاسبية والمحور الثاني تحسين البيئة المحيطة التي تصدرها البيانات المالية أو ما عرف لاحقاً بالحوكمة. وتتشكل الحوكمة من محاور رئيسية تتمثل في اجتماع الهيئة العامة، حقوق المساهمين، إدارة الشركة، التدقيق، الإفصاح والشفافية وأصحاب المصالح الآخرين كل منها يساهم بدوره كخط دفاعي تجاه ممارسات المحاسبة الإبداعية وإعادة الثقة في البيانات المالية الموجهة لخدمة مستخدميها. وتظهر أهمية الحوكمة في الدور والتأثير الذي من الممكن أن يحققه للحد من المحاسبة الإبداعية وعلاقتها بجودة البيانات المالية وذلك لأن حوكمة الشركات في ظل تطبيقها الفعال سوف تكون قادرة على حل مشكلة هيمنة طرف أو أكثر داخل الشركة على القرارات الإدارية والمالية والحد من تأثيرهم على البيانات المالية من خلال استخدامهم للمحاسبة الإبداعية وسيكون لها دوراً في زيادة مصداقية وموثوقية البيانات المالية (الأغا، 2011). ولإعادة الثقة في البيانات المالية والمعلومات المنشورة يجب العمل على محورين أساسيين بشكل متوازن الأول: الذي يقوم على تعزيز وتطوير المعايير والإجراءات المحاسبية لتلائم الواقع الاقتصادي والأهداف المنشودة منها ومن هذا التطوير تحقيق المرونة الموجودة فيها والذي يستغل من قبل المحاسبين بشكل سلبي مما يؤثر على مصداقية وجودة البيانات المالية والتي تعرف بالمحاسبة الإبداعية، والثاني: تحسين البيئة التي تنتج بها المعلومات والبيانات المالية أو ما يعرف بالحوكمة، ومن هنا جاءت هذه الدراسة التي تدرس دور حوكمة الشركات في الحد من المحاسبة الإبداعية وتأثيرها على جودة البيانات المالية.

أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة من الموضوع الذي تسعى إليه (حوكمة الشركات، المحاسبة الإبداعية) باعتبارهما من المواضيع المهمة والشائكة والحديثة نسبياً، واللذان من المتوقع أن يؤثرتا على جودة البيانات المالية، كما أن الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية وزيادة مستوى الجودة والرقابة الداخلية والإفصاح والشفافية في البيانات المالية يؤثر على صورة الشركة أمام المستثمرين والمقرضين وغيرهم.

مشكلة الدراسة

تزايدت أهمية الحوكمة في الآونة الأخيرة بشكل كبير، خاصة بعد الأزمات المالية التي كان سببها الفساد الإداري والمالي في بعض شركات الأعمال في مختلف دول العالم الأمر الذي أدى إلى فقدان ثقة المستثمرين المرتقبين في البيانات المالية المنشورة لهذه الشركات وذلك بسبب استخدام أساليب المحاسبة الإبداعية لتجميل البيانات المالية وتحسين الوضع المالي مستغلة في ذلك تنوع البدائل المحاسبية التي تعتمد عليها في إعداد البيانات المالية مما أدى إلى ضرورة التركيز على الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية والتي تؤثر على جودة البيانات المالية المستخدمة وذلك من خلال تطبيق حوكمة الشركات، وتتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي: "هل يوجد دور لتطبيق حوكمة الشركات في الحد من المحاسبة الإبداعية وتحسين ورفع جودة البيانات المالية؟"

اهداف الدراسة

تهدف الدراسة بالشكل الرئيسي إلى: التعرف على دور تطبيق مدونة حوكمة الشركات في الحد من المحاسبة الإبداعية وتأثيرها على جودة البيانات المالية للشركات.

الحوكمة

في عام 1999 قامت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) (Organization For Economic Cooperation And Development) بإصدار مجموعة مبادئ لحوكمة الشركات وتم تعديلها عام 2004، وقد هدفت المنظمة من ذلك إلى مساعدة الدول للتطبيق السليم

لمفهوم حوكمة الشركات، وقد عرفتها "على أنها مجموعة من القواعد والعلاقات بين إدارة الشركة ومجلس الإدارة والملوك وجميع الأطراف التي لها علاقة مع الشركة وهو الأسلوب الذي يقدم الهيكل أو الاطار المنظم الذي يتم من خلاله تحديد الأهداف وتحقيقها ومراقبة الأداء والإشراف الدقيق والنتائج والأسلوب الناجح لممارسة السلطة الذي يجب أن يقدم الحوافز اللازمة لمجلس الإدارة والإدارة العليا في السعي لتحقيق الأهداف الموضوعة لخدمة مصالح الشركة ومساهمتها وتسهيل المراقبة الجيدة لاستخدام موارد وأصول الشركات والمؤسسات بكفاءة وفعالية (OECD، 2004).

أهمية حوكمة الشركات

ان التطبيق الجيد لحوكمة الشركات يحقق منافع واثار إيجابية على المستوى الجزئي او على المستوى الكلي بالنسبة للاقتصاد، وتظهر أهمية حوكمة الشركات في العديد من النواحي (بكاي، براهي 2017)، فمن الناحية الاقتصادية نجد ان حوكمة الشركات تتبين أهميتها على عدة مستويات فعلى مستوى الشركات وتتجلى أهمية كبيرة لتطبيق الحوكمة وتتجسد في الاشراف ورقابة مجلس الإدارة التي تعمل على تخفيض المخاطر والسعي لتخفيض التكاليف الى اقل حد للحصول على رؤوس الأموال وذلك لتحسين الأداء التنافسي عن طريق رفع القيمة السوقية لأسهم الشركات، وعلى مستوى حملة الأسهم والمستثمرين تساهم في حماية مصالح المساهمين، وتساهم في تعزيز الإفصاح والشفافية وكشف حالات التلاعب والفساد وسوء الإدارة، ومن الناحية القانونية تتمثل أهمية تطبيق قواعد حوكمة الشركات في ضمان الوفاء والتغلب على التعاقدات التي تنشأ عن الممارسات غير القانونية، ومن الناحية الاجتماعية تتمثل أهميتها في حماية حقوق جميع المصالح بالإفصاح الكامل وتأكيد المسؤولية الاجتماعية للشركة.

اهداف حوكمة الشركات

تمثلت اهداف حوكمة الشركات بتعظيم مستويات الأداء ووضع الأنظمة لتجنب او تقليل الغش وتضارب المصالح، ووضع أنظمة للرقابة على المنشأة وأعضاء مجلس ادارتها، تشجيع وجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية، العدالة والشفافية وحق المساءلة، تجنب حدوث الازمات المالية التي لها تأثير على الاقتصاد الوطني، حماية للمساهمين مع مراعاة مصالح العمل والعمال، الحد من استغلال السلطة في غير المصلحة العامة مما يؤدي الى تنمية الاستثمار وتشجيع تدفقه وتعظيم الأرباح، تخفيض المخاطر وتعزيز الأداء، تحسين سهولة الدخول الى الأسواق المالية واتساع نطاق التسويق للسلع والخدمات (ناصر، 2013).

قواعد حوكمة الشركات

اقرت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ستة قواعد لحوكمة الشركات عام 1999 م وتم مراجعة هذه القواعد عام 2002، وعدلتها المنظمة عام 2004 وتتمثل في حقوق المساهمين، المعاملة المتكافئة للمساهمين، دور أصحاب المصالح، الإفصاح والشفافية، مسؤوليات مجلس الإدارة.

الأطراف المسؤولة عن تطبيق حوكمة الشركات

لكي يتم التطبيق السليم والفعال لقواعد حوكمة الشركات يفضل ان يكون هناك أطراف مسؤولة عن هذا التطبيق، وان يوجد بين هذه الأطراف علاقة مشتركة تساعد على اكتمال التطبيق بشكل يعزز من قوة واهمية هذه القواعد وذلك لتستطيع تحقيق أهدافها بما ينسجم ومصلحة أصحاب المصالح جميعاً وهذه الاطراف هي (1) لجنة التدقيق وتعتبر الية رقابية داخلية لحوكمة الشركات منبثقة عن مجلس الإدارة مكونة من أعضاء غير تنفيذيين مستقلين، تتمثل مهامها في مساعدة مجلس الإدارة على تنفيذ المهام المسؤول عنها وذلك من خلال دعم مختلف الجهات الرقابية الداخلية والخارجية للحوكمة مما يؤدي الى دعم وتعزيز نظم الإدارة والرقابة بالشركات في إطار القيم الأخلاقية للشفافية والنزاهة (عبد الله، 2016)، (2) مجلس الإدارة الذي تكمن مهامها في ظل حوكمة الشركات في اختيار المدير التنفيذي، اتخاذ قرارات فيما يتعلق بسياسات الرواتب والتقاعد واتخاذ القرارات والتصديق على الأهداف والسياسات العامة للشركة، مراقبة النتائج والكيفية التي تتحمل الشركة بها مسؤولياتها، تحديد طرق ونماذج القيام بالميزانيات، التقارير، وسائل رقابية أخرى تسمح للإداريين بالوفاء بالتزامات هذه الوظيفة وتساعدهم في طرح أسئلة ملائمة (ام كلثوم، 2014)، (3) التدقيق الداخلي الذي يساهم في

تطبيق حوكمة الشركات وفي تعزيزها، ويضع توصيات واقتراحات من أجل تحسين عمليات الحوكمة باستمرار، وذلك من خلال ضمان وتحسين أخلاقيات العمل في الشركة، ضمان التنسيق الفعال بين الوظائف وتوصيل المعلومات عن المخاطر والرقابة الداخلية إلى المستويات المناسبة داخل الشركة، وتزويد كل من لجنة التدقيق والمدقق الخارجي ومجلس الإدارة بكافة المعلومات وضمان التنسيق الفعال بينهم، كما أن قيام المدقق الداخلي بعمليات التدقيق والرقابة تحقق ضمان أن كل عمليات الشركة مسيطر عليها وأنها تتم بشفافية وفعالية، وهذا يعتبر شرط مهم لدعم تطبيق حوكمة الشركات (كنزة، 2014)، (4) والمدقق الخارجي والذي يقوم بدور حوكمي قانوني وتنظيمي من خلال التقرير الذي يقوم بإعداده حول البيانات المالية، لتأكيد الثقة والمصداقية حول المعلومات المحاسبية وذلك من خلال قيام المدقق الخارجي بإبداء رأيه الفني المحايد في مدى صدق وعدالة البيانات المالية التي تعدها الشركة، وإبلاغ مستخدمي البيانات المالية أن هذه التقارير عرضت بشكل عادل وصادق. والمدقق يعمل مع الجهات التي تشترك في عمليات الحوكمة لضمان أن أصحاب المصالح يحصلون على أعلى جودة للبيانات المالية، بالإضافة إلى المساعدة في حماية المصالح الحالية والمستقبلية لحملة الأسهم والمستثمرين الآخرين وغيرهم من أصحاب المصالح (المشهداني، 2012).

حوكمة الشركات في الوطن العربي

اهتمت العديد من الدول العربية في السنوات الأخيرة بتطبيق هذا المفهوم، وتم تنظيم العديد من المؤتمرات في الدول العربية والتي تناولت مفهوم وقواعد حوكمة الشركات وأوصت بضرورة تطبيق قواعد الحوكمة لتنماشى مع الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية لكل دولة من هذه الدول، وقد قامت العديد من الدول العربية بخطوات جادة بالتعاون مع الكثير من المؤسسات الدولية لتقييم تشريعاتها الخاصة بحوكمة الشركات، ومن ضمن المبادرات التي قدمت لإرساء قواعد حوكمة الشركات في المنطقة صدور تقرير عن المنتدى الإقليمي الثاني لحوكمة الشركات، والذي عقد في بيروت في يونيو 2004 بعنوان حوكمة الشركات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا "تحسين الاقتصاد والشفافية" (الاغا، 2011).

ففي الأردن برز تطبيق قواعد الحوكمة في الشركات المساهمة العامة في الأردن بعد إقرار دليل قواعد حوكمة الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان وذلك عام 2008 والواجب تطبيقه في بداية عام 2009 (المناصير، 2013)، وفي مصر يقوم مركز المديرين المصري منذ تأسيسه عام 2003 بإصدار الأدلة الاسترشادية لتطبيقات حوكمة الشركات طبقاً لأفضل الممارسات الدولية وبما يتماشى مع كافة القوانين المنظمة لعمل الشركات داخل جمهورية مصر العربية، وأصدر المركز عام 2005 أول دليل لحوكمة الشركات يتناول بصفة أساسية الشركات المقيد لها أوراق مالية بالبورصة وفي عام 2011 قام المركز بتحديث دليل حوكمة الشركات بما يتماشى مع معدلات تطبيق الحوكمة في ذلك الوقت حرصاً منه على مواكبة أفضل ممارسات الحوكمة (www.asa.gov)، وفي سوريا فضلاً عن القوانين والتشريعات والجهود المبذولة من قبل الجهات المعنية بالحوكمة كهيئة الأوراق والأسواق المالية وسوق دمشق للتبادل، طبق برنامج الحوكمة في المنطقة العربية الذي أدخله برنامج الأمم المتحدة للتنمية والمكتب الإقليمي للدول العربية (نده، 2010)، أما في لبنان فقد بادرت منظمة الشفافية بتبني إصدار لائحة حوكمة خاصة بالشركات الصغيرة والمتوسطة حيث يعتبر العاملون في هذه المنطقة من الفاعلين في مجال فعاليات الحوكمة التي يتم تنظيمها في المنطقة (الاغا، 2011)، وفي فلسطين تم إصدار مدونة قواعد حوكمة الشركات في فلسطين نهاية عام 2009 وتعتبر اللجنة الوطنية لحوكمة الشركات الجهة العليا التي أقرت وأصدرت المدونة وهذه المدونة تسري على الشركات المساهمة العامة والمؤسسات المالية التي تنطوي تحت إشراف هيئة سوق رأس المال ورقابتها (مدونة حوكمة الشركات، 2009).

البيانات المالية

مفهوم البيانات المالية

البيانات المالية ذات الأهداف العامة (يشار إليها فيما بعد بالبيانات المالية) شاملة البيانات المالية الموحدة، أن مثل هذه البيانات تعد وتقدم على الأقل سنوياً، وهي موجهة لخدمة الحاجات العامة من المعلومات لمدى واسع من المستخدمين، ومع أن بعض هؤلاء المستخدمين قد يطلبوا ويكون لديهم القدرة للحصول على معلومات بالإضافة إلى تلك المعلومات المعروضة في البيانات المالية، وعليه يجب إعداد وعرض هذه البيانات المالية في ضوء احتياجات هؤلاء المستخدمين، وتمثل البيانات المالية جزءاً من عمليات التقرير المالي،

وتشمل البيانات المالية عادة على بيان المركز المالي، وبيان الدخل، وبيان التدفق النقدي، والافصاحات والايضاحات الأخرى والمواد التفسيرية التي تمثل جزءاً مكماً للبيانات المالية. كما يمكن ان تشمل على جداول ملاحق ومعلومات مبنية على او مشتقة من تلك البيانات ومن المتوقع ان تقرأ مع تلك البيانات (المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية، 2010).

الخصائص النوعية للبيانات المالية

تناولت المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية في معيار رقم (1) اهم الخصائص النوعية التي يجب ان تتصف بها البيانات المالية لتحقيق الهدف العام منها لمساعدة متخذي القرار على اتخاذ القرار المناسب ومنها (1) القابلية للفهم وهي من الخصائص الأساسية للمعلومات المالية وهي ان تكون قابلة للفهم من قبل المستخدمين لذلك يفترض على مستخدمي البيانات المالية ان يكون لديهم مستوى معقول من المعرفة في الاعمال والنشاطات الاقتصادية والمحاسبية، (2) الملاءمة حيث يجب ان تكون المعلومات ملائمة لحاجات متخذي القرارات حتى تكون مفيدة، وعندما تؤثر هذه المعلومات على القرارات الاقتصادية للمستخدمين بمساعدتهم في تقييم الاحداث الماضية والحاضرة والمستقبلية او تأكيد او تصحيح تقييماتهم الماضية عندها تمتلك المعلومات خاصية الملاءمة، (3) المادية حيث تعتبر المعلومات ذات مادية عندما يكون حذفها او تحريفها يمكن ان يؤثر على القرارات الاقتصادية التي يتخذها المستخدمون اعتماداً على البيانات المالية، (4) الموثوقية حيث تمتلك المعلومات خاصية الموثوقية إذا كانت خالية من الأخطاء الهامة او التحيز ويمكن الاعتماد عليها من قبل المستخدمين كمعلومات تعبر بصدق عما يقصد او تعبر عنه او من المتوقع ان تعبر عنه بشكل معقول، لذلك لتكون المعلومات مفيدة يجب ان تكون موثوقة، (5) التمثيل الصادق ولتكون البيانات المالية موثوقة يجب ان تمثل المعلومات بصدق العمليات المالية والاحداث الأخرى التي من المفروض انها تمثلها او من المتوقع ان تعبر عنها بشكل معقول، (6) الجوهر فوق الشكل و لكي تمثل المعلومات تمثيلاً صادقاً للعمليات المالية والاحداث الأخرى التي من المفترض انها تمثلها فمن الضروري ان تكون قد تمت المحاسبة عنها وقدمت طبقاً لجوهرها وحقيقتها الاقتصادية وليس لشكلها القانوني فحسب، ان جوهر العمليات المالية والاحداث الأخرى ليس دائماً متطابق مع تلك الظاهرة في شكلها القانوني، (7) الحياد ويعني يجب ان تكون المعلومات التي تظهر بالبيانات المالية محايدة أي خالية من التحيز حتى تكون موثوقة، (8) و الحذر حيث يجب ان يقوم معدي البيانات المالية مكافحة حالات عدم التأكد المحيطة والملازمة لكثير من الاحداث والظروف، (9) الاكتمال ويعني ان تكون المعلومات في البيانات المالية كاملة ضمن حدود التكلفة المادية حتى تكون موثوقة، وان حذف أي من المعلومات يمكن ان يجعلها خاطئة او مضللة وبالتالي تصبح غير موثوقة وضعيفة من حيث ملاءمتها، (10) و قابليتها للمقارنة وذلك ليتمكن المستخدمين من مقارنة البيانات المالية للمشروع على مرور الزمن من اجل تحديد الاتجاهات في مركزه المالي وفي الأداء، كذلك حتى يكون بإمكانهم مقارنة البيانات المالية للمشاريع المختلفة من اجل اجراء التقييم لمراكزها المالية، والأداء، والتغيرات في المركز المالي.

المستفيدين وحاجتهم من البيانات المالية

تعرض المعايير الدولية لشريحة مستخدمي البيانات المالية وتشمل كل من المستثمرين، الموظفين، المقرضين، الموردين، العملاء، الحكومات الجمهور، ويستخدم هؤلاء البيانات المالية لتلبية بعض احتياجاتهم المختلفة من المعلومات (المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية، 2010).

فجوة التوقعات بين البيانات المالية وما يطلبه المستفيدون

ان انخيار الكثير من الشركات وأسواق راس المال في الدول الغربية بالرغم من اصدار المدققين تقارير نظيفة عن البيانات المالية لهذه الشركات وعدم تحفظ المدققين في تقاريرهم عن احتمال مواجهة هذه الشركات لصعوبات قد تؤثر على استمرارها في المدى القصير أدى ذلك الى الشك في مصداقية المدققين وتزايد عدم الثقة فيما يصدر من اراء حول البيانات المالية، كل ذلك أدى الى مقاضاتهم ومطالبتهم بتعويضات من قبل مستخدمي البيانات المالية، الذين اعتمدوا على البيانات المالية المدققة في اتخاذ قراراتهم مما أدى الى ضياع أموالهم ومخاطرهم وتعرضها للمخاطر، وذلك بسبب اعتقادهم ان مدقي الحسابات لم يقوموا بالكشف عن الغش وسوء إدارة الشركات وتلاعها. وأدى الشك في مصداقية المدققين حول البيانات المالية الى وجود فجوة بين ما يتوقعه المجتمع وبين ما يحصل بالفعل، مما يقلل من ثقة المستخدمين في البيانات المالية المدققة، كما ان فجوة التوقعات تعتبر مشكلة كبيرة لكل من المستثمرين والسياسيين وذلك

لأن توزيع الثروات في الاقتصاد وتحقيق الاستقرار السياسي في المجتمع يعتمد الى حد كبير على الثقة في عملية المحاسبة والمساءلة التي يقوم بها المدقق ولها دور هام وجوهري في البيانات المالية (امين، 2015).

معوقات وأسباب عدم قبول البيانات المالية والاعتماد عليها

بالرغم من ان الهدف النهائي هو توفير معلومات مفيدة تتصف بالخصائص النوعية للبيانات المالية، الا ان تحقيق هذه الخصائص يواجه مجموعة من معوقات واسباب عدم قبول البيانات المالية والاعتماد عليها والتي يمكن ابراز أهمها حسب (زوينة، 2014) كما يلي: إمكانية التعارض بين الخصائص الرئيسية للبيانات المالية في القياس المحاسبي، احتمال التعارض بين الخصائص الفرعية، واحتمالية زيادة تكلفة الحصول على المعلومات عن العائد المتوقع منها، ليست جميع المعلومات الملائمة والموثوقة ذات فائدة، ويواجه مستخدمي البيانات المالية صعوبة في فهمها وتحليلها والاستفادة منها في اتخاذ القرار بالرغم من انها تتصف بالملائمة والموثوقية، وعدم وجود أهمية لخاصية المقارنة إذا لم تتم هذه المقارنة في ظل طرق وسياسات محاسبية.

المحاسبة الإبداعية

مفهوم المحاسبة الإبداعية

عرفت المحاسبة الإبداعية "انها الممارسات غير الأخلاقية في اختيار التقديرات والسياسات المحاسبية المتاحة والتي تتيح فرصة التلاعب والغش مما ينتج عنها بيانات مالية غير صحيحة ومضللة" (حمادة، 2010)، وتعرف المحاسبة الإبداعية "بانها أفعال تعبر عن سلوك لا أخلاقي تقوم به الإدارة للتأثير على نتيجة نشاط المنشأة وبيان مركزها المالي من خلال استخدام تقنيات محاسبية محكمة بهدف خداع أصحاب المصالح عن طريق تزويدهم بمعلومات محاسبية مضللة لا تعكس واقع المنشأة من اجل تحقيق أغراض خاصة" (الزبادي، 2015)، ويمكن تلخيص واستخراج التعريف التالي للمحاسبة الإبداعية: بانها ممارسات وأساليب حديثة مبتكرة يقوم بها المحاسبون وهي شكل من اشكال التلاعب والخداع في مهنة المحاسبة، وذلك من خلال التلاعب في حسابات الشركة عما هي عليه فعلاً، بغرض اعداد بيانات مالية لخدمة أغراض معينة ولتحقيق اهداف محددة، مستغلين في ذلك حرية اختيار المبادئ المحاسبية، والتقديرات المحاسبية.

العوامل التي ساعدت على ظهور المحاسبة الإبداعية

ان البيئة الداخلية والخارجية تساعد كثيراً في معالجات محاسبية خارجة عن الهدف العام وتؤدي الى ظهور المحاسبة الإبداعية ومن العوامل التي ساعدت على ذلك (1) حرية الاختيار للمبادئ المحاسبية حيث تسمح القواعد والسياسات المحاسبية للشركة أحيانا ان تختار من بين مختلف الطرق المحاسبية التي تستخدمها في اعداد البيانات المالية، ويترتب على ذلك اختيار الشركة الطرق المحاسبية التي تناسب مع أهدافها ورغباتها التي تحقق أفضل صورة لأداء الشركة، (2) حرية التقديرات المحاسبية الذي يؤدي الى ضمان اعداد بعض العمليات المحاسبية درجة عالية من التقدير والحكم الشخصي، وهذا يسمح للإدارة التلاعب في هذه التقديرات بغرض الوصول الى الأهداف المحددة مسبقاً، (3) وتوقيت تنفيذ العمليات الحقيقية حيث ان التحكم في توقيت تنفيذ وحداث بعض الاحداث والعمليات الحقيقية يمكن ان يؤدي الى تحقيق ما ترغب فيه الشركة من انطباع عن الحسابات والبيانات المالية، فاذا ترك للإدارة الحرية في تنفيذ بعض العمليات في الوقت الذي تراه مناسباً، فقد تؤجل هذه العمليات والاحداث او تعجل في تنفيذها وذلك لتحقيق اهداف معينة (تيجاني، 2012).

اهداف واسباب استخدام المحاسبة الإبداعية

يهدف التلاعب بالبيانات المالية الى تضليل وخداع مستخدمي هذه البيانات المالية لغرض تحقيق منافع من خلال قيام الإدارة بممارسات غير أخلاقية مستغلة بذلك موقعها الذي يؤهلها للقيام بتلك الممارسات، ولأن المعايير المحاسبية ما زالت تعطي إدارة الشركة مرونة واسعة في الاختيار من بين السياسات والإجراءات والطرق المحاسبية البديلة والتي تستغل من قبل المديرين في الشركة لتحقيق بعض

الأغراض أو لأهداف الشخصية ومن أهم هذه الأهداف والأسباب التأثير على سمعة الشركة إيجابيا في السوق، التلاعب الضريبي، لغايات التصنيف المموني، لحصول المديرين على مكافئات كبيرة، لتجنب التكلفة السياسية، ووجود بيئة أو ظروف ملائمة للغش أو التلاعب (تيجاني، 2012).

جهود مجلس معايير المحاسبة الدولية للحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية

قام مجلس معايير المحاسبة الدولية بإجراء تعديلات على معايير المحاسبة الدولية التي يصدرها، وتم تغييرها لتصبح معايير التقارير المالية الدولية IFRS وكان الهدف من ذلك التعديل التقارب مع المعايير المحاسبية الأمريكية تلبية لرغبة مجلس الوحدة الاقتصادية بالاتحاد الأوروبي بإصدارها معايير محاسبية جديدة تساعد على توحيد التطبيق المحاسبي بين دول الاتحاد الأوروبي مثلما كان قرار توحيد العملة الأوروبية، والاختار في الاعتبار التطورات الكبيرة والتغيرات التي حدثت وخاصة قيام العديد من دول العالم بإصدار معايير محاسبة محلية تستند بآصور أساسية على معايير المحاسبة الدولية، كذلك حدوث بعض التجاوزات والاستغلال السيئ من قبل بعض المحاسبين لتلك المعايير عبر استغلالهم لبعض نقاط الضعف الموجودة بالمعايير والتي كانت أحد نتائجها ظهور المحاسبة الإبداعية، وتمثلت جهود مجلس معايير المحاسبة الدولية للحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية بعدة تعديلات من أهمها (مرازقة، 2010):

- العمل على إلغاء غالبية البدائل في معايير المحاسبة الجديدة، المعالجة القياسية، المعالجة البديلة، والاكتفاء بمعالجة محاسبية واحدة وذلك بهدف توحيد المعالجات وعدم فتح المجال للاختيار بين عدة بدائل بحيث تستغل تلك البدائل في تجميل صورة الداخل أو تضخيم الأرباح أو التغطية على بعض الملاحظات على نشاط الشركة.
- يتم إضافة مرفقات لكل معيار محاسبي يوضح كيفية التطبيق العملي، ويعتبر هذا الأمر من وجهة نظر الباحثين من أهم التغيرات أو التعديلات التي طرأت على معايير المحاسبة الدولية الجديدة حيث يصعب على الكثير من المتخصصين توضيح كيفية التطبيق السليم لغموض بعض الفقرات داخل المعيار الأمر الذي قد يستغله البعض في القيام بعملية تلاعب أو تحريف لبعض بنود التقارير المالية بحجة عدم الوضوح أو الفهم السليم للمعيار.
- العمل على إلغاء التناقضات والتعارض الموجود بين بعض المعايير بالإضافة إلى إزالة أي غموض قد يكتنف تلك المعايير الأمر الذي يغلق الباب أمام استغلال ذلك التناقض والتعارض.

ممارسات أساليب المحاسبة الإبداعية في البيانات المالية

وتتمثل ممارسات أساليب المحاسبة الإبداعية في بيان المركز المالي من خلال النقدية مثلا حيث يتم التلاعب من خلال عدم الإفصاح عن بنود النقدية المقيدة، والتلاعب في أسعار الصرف المستخدمة في ترجمة بنود النقدية المتوفرة من العملات الأجنبية، والاستثمارات المتداولة ويتم التلاعب في أسعار السوق التي تستخدم في تقييم محفظة الأوراق المالية، والتلاعب في تصنيف الاستثمارات، وذلك عن طريق تصنيف هذه الاستثمارات إلى استثمارات طويلة الأجل عند انخفاض أسعارها السوقية، بالإضافة إلى إجراء تخفيضات غير مبررة في مخصصات انخفاض الأسعار، والذمم المدينة ويتم التلاعب من خلال عدم الكشف عن الديون المتعثرة، بقصد تخفيض قيمة مخصص الديون المشكوك فيها.

ويتم إجراء أخطاء متعمدة في تصنيف حسابات الذمم المدينة مثل تصنيف الذمم طويلة الأجل على أنها أصول متداولة بهدف تحسين سيولة المنشأة، والمخزون تتم ممارسات المحاسبة الإبداعية في المخزون من خلال تضمين كشوفات الجرد بنود بضاعة راكدة أو قديمة، إضافة إلى عمليات التلاعب في أسعار تقييمها وتغيير غير مبرر في طريقة تسعير المخزون من طريقة FIFO إلى WA، والاستثمارات طويلة الأجل من خلال تغيير الطرق المحاسبية المتبعة في المحاسبة عن الاستثمارات طويلة الأجل، من طريقة التكلفة إلى طريقة حقوق الملكية، والأصول الثابتة حيث لا يتم الالتزام بمبدأ التكلفة التاريخية في تحديد القيمة المدرجة لها في المركز المالي، واتباع طريقة إعادة التقييم وإظهار الفائض ضمن بيان الدخل بدلا من إظهاره ضمن حقوق المساهمين، كذلك يتم التلاعب في نسب الاستهلاك المتعارف عليها للأصول عن طريق تخفيضها عن تلك النسب المعمول بها في السوق، إضافة إلى العمل على إجراء تغييرات غير مبررة في استخدام طرق الاستهلاك، مثل تحويل من طريقة القسط الثابت إلى طريقة القسط المتناقص أو العكس، ويتم التلاعب كذلك في تصنيف بعض بنود

الأصول بهدف التأثير على مصاريف الاستهلاك والقيم التي تدرج بها في المركز المالي ، مثل تصنيف العقارات المملوكة للمنشأة بين الاستثمارات طويلة الأجل والأصول الثابتة أو إعادة تصنيف الأراضي المملوكة الى ارض تحت التطوير، كذلك عدم الإفصاح عن الأصول المرهونة أو المقدمة كضمانات لقروض أو أصول مؤجرة، والأصول غير الملموسة.

حيث تتم المبالغة في تقييم بنود الأصول غير الملموسة مثل العلامات التجارية التي تنشأ عند الدمج، بالإضافة الى الاعتراف المحاسبي بأصول غير ملموسة بما يخالف الأصول والقواعد المنصوص عليها في هذا الشأن ضمن معايير المحاسبة الدولية مثل الاعتراف بالشهرة غير المشتركة، إضافة الى اجراء تغيير غير مبرر في طرق الإطفاء المتبعة في تخفيض الأصول، ويتم التلاعب ايضاً في النسب او معدلات إطفاء تلك الأصول عن طريق تخفيضها عن النسب او المعدلات المتعارف عليها، والالتزامات المتداولة تتم ممارسة أساليب المحاسبة الإبداعية من خلال عدم ادراج الأقساط المستحقة خلال العام الجاري من القروض طويلة الأجل ضمن الالتزامات المتداولة، بقصد تحسين نسب السيولة، والالتزامات طويلة الأجل يتم التلاعب من خلال قيام إدارة المنشأة بالحصول على قروض طويلة الأجل قبل اعلان المركز المالي بهدف استخدامها في تسديد القروض قصيرة الأجل بقصد تحسين نسب السيولة، واخيراً حقوق المساهمين مثل إضافة ارباح محققة من سنوات سابقة الى صافي ربح العام الجاري، بدلا من معالجته ضمن الأرباح المحتجزة كما يجب باعتباره بنداً من بنود سنوات سابقة.

ويمكن ممارسة المحاسبة الإبداعية في بنود بيان الدخل من خلال تسجيل الإيراد بشكل سريع بينما عملية البيع لا تزال موضع شك: فحسب الأصول المتبعة فان تسجيل الإيراد يتم بعد اكتمال عملية تبادل المنفعة، وهنا تم الاعتراف بالإيراد محاسبياً ودفترياً قبل ان تكتمل عملية البيع على ارض الواقع وقبل اكتمال عملية تبادل المنفعة، او تسجيل إيرادات وهمية او مزيفة، او زيادة الإيرادات من خلال عائد لمرة واحدة: حيث تقوم إدارة الشركة بزيادة إيراداتها خلال فترة مالية محددة من خلال زيادتها لمرة واحدة، وهذا النوع من التلاعب تتم ممارسته من خلال عدة أساليب يمكن للإدارة القيام بها وهي تعتبر من أساليب التلاعب الشائعة، فهي تعطي صورة إيجابية عن إدارة الشركة وذلك من خلال زيادة أرباحها في الوقت الذي يكون فيه أداء الإدارة سيئاً، او نقل الإيرادات الجارية الى فترة مالية لاحقة: هذه الطريقة تهدف الى تخفيض الأرباح الحالية ونقلها الى فترة مالية لاحقة تكون الحاجة لها أكثر، وعادةً تستخدم هذه الطريقة عندما تكون أوضاع الشركة في السنة الحالية ممتازة، فتقوم بترحيل هذه الأرباح الى فترات مستقبلية تعتقد إدارة الشركة انها يمكن ان تكون صعبة، ومحاسبياً من المعروف ان الإيرادات يجب ان تسجل خلال الفترة المالية التي تحققت واكتسبت فيها، ونقل المصاريف الجارية الى فترات محاسبية سابقة او لاحقة: هذا النوع من التلاعب ذو علاقة بحساب الأصول، من المعروف ان المصاريف المترتبة على تنفيذ الاعمال قد تؤدي الى تحقيق منافع قصيرة الأجل، مثل الإيجارات والرواتب والاعلانات التي تحسم من الإيرادات، وقد تؤدي الى منافع بعيدة الأجل مثل المباني والآلات التي تعتبر اصولاً يحسب اهتلاكها على مدى طويل الأجل، في الوقت الذي تكون الفائدة منها تحققت فعلياً وفي بعض الأحيان فان بعض بنود هذه الأصول تصبح ليس لها منفعة، وبالتالي يتم تسجيلها كمصاريف تخصم مباشرة من الدخل، كما يمكن ذلك من خلال نقل المصروفات المترتبة على الشركة مستقبلاً الى الفترة المالية الحالية لظروف خاصة، في الأوقات التي تواجه فيها الشركات أوقات صعبة تستخدم هذه الأساليب، لان تراجع الاعمال وغيرها من الصعوبات يدفع المديرين الى عمل إجراءات في السجلات المحاسبية لمواجهة ذلك على أمل ان المستقبل سيكون أفضل وهدف التخفيف من الأعباء عن الوقت الراهن (القطيش والصوفي، 2011)، وتعتبر مصاريف التشغيل مجالا للتلاعب حيث يتم رسملة مصاريف الإيرادات التي لا تنطبق عليها شروط الرسملة، مثل رسملة مصاريف الإعلان او مصاريف الصيانة، كذلك القيام بإجراء تغييرات في طرق استهلاك الأصول الثابتة او طرق إطفاء الأصول غير الملموسة، كذلك استخدام المعدلات او نسب الاستهلاك والاطفاء بأقل من تلك المتعارف عليها في القطاعات الاقتصادية التي تندرج المنشأة في اطارها (الاعا، 2011).

ويعتبر بيان الدخل من أكثر البيانات المالية التي تمارس فيها أساليب المحاسبة الإبداعية لما لها من أهمية في اثبات أرباح او خسائر الشركة من خلال ما يدرج بها من إيرادات ومصروفات تتعلق بكافة الأنشطة التي تمارسها الشركة خلال الفترة المالية، كما يمكن ممارسة المحاسبة الإبداعية في بيان التدفقات النقدية التي تعرض بيان التدفقات النقدية جميع التدفقات النقدية الداخلة والخارجة من حيث استخداماتها ومصادرها خلال فترة زمنية معينة، والهدف من اعدادها لمساعدة المستثمرين والدائنين والدارسين في تحليل النقدية وذلك من خلال توفير معلومات ملائمة عن مصادر التدفقات والمدفوعات النقدية خلال فترة زمنية معينة حيث هناك امكانية التلاعب بالتدفقات النقدية التشغيلية بهدف التهرب جزئياً من دفع الضرائب، وذلك من خلال عمل تعديلات في التدفقات النقدية التشغيلية

مثل: تخفيض مكاسب بيع الاستثمارات وبعض حقوق الملكية، حيث انها تؤثر في التدفقات النقدية التشغيلية من خلال إزالة تأثير الضريبة عن هذه العمليات من التدفقات النقدية التشغيلية، وإطالة فترة سداد المصاريف والتشدد في سياسات التحصيل مما يؤدي الى تقليص عناصر الالتزامات بصورة مصطنعة وتحويل رأس المال بصورة مؤقتة لإظهار التدفقات النقدية على نحو أفضل مما هي عليه في الواقع، وقيام المنشأة بدفع فوائد القروض غير المرتبطة بالعمليات الاستثمارية على أساس انها مصاريف استثمارية لغرض استبعادها من المصاريف التشغيلية أو الأنشطة الرئيسية للشركة من اجل خلق صورة جيدة غير حقيقية عن القدرة المالية للمنشأة .

المحاسبة الإبداعية من المنظور الأخلاقي

تعرف اخلاقيات المهنة بالمبادئ الأخلاقية وقواعد الممارسة التي أصبحت معياراً للسلوك المهني الصحيح فلكل مهنة اخلاقياتها التي تشكلت وتنامت تدريجياً مع الزمن الى ان تم الاعتراف بها وأصبحت معتمدة ادبياً وقانونياً (الاغا، 2011)، نتيجة لذلك برزت الحاجة لوضع أنظمة لممارسة المهن المختلفة وخاصة العملية منها مثل المحاسبة، بحيث تتضمن هذه الأنشطة الأسس والواجبات والحقوق التي يجب التقيد بها عند ممارسة عمل مهني محدد، ونتيجة لذلك برزت الحاجة الى وضع أنظمة لممارسة المهن المختلفة كدليل اخلاق وممارسات المهنة (Code of Ethics and Code of Practice) بحيث تتضمن هذه الأنظمة الأسس والواجبات والحقوق والمحظورات التي يجب الالتزام بها عند ممارسة عمل مهني جديد (تيجاني، 2012)، ومن المنظور الأخلاقي يمكن اعتبار التلاعبات مكروهة أخلاقياً، فهي ليست عادلة للمستخدمين، ويتم عدم الالتزام بالنظم والقوانين فيها، لذلك ان المحاسبة الإبداعية يمكن اعتبارها مرفوضة أخلاقياً، وذلك للمخالفات الأخلاقية التي يتبعها المحاسبون في مهنتهم، فلا بد من التصدي لهذه السلوكيات حتى يمكن الحصول على الشفافية والمصادقية الكافية (تيجاني، 2012)، ومن ثم فالمحاسبة الإبداعية سلوك مهني لا أخلاقي، وذلك لخروج المحاسب عن متطلبات الأمانة وأداء وظيفته بالشكل الذي يجلب الثقة بالبيانات المالية من قبل مستخدميه كما في حالة التزوير أو الاختلاس أو تغيير الوثائق أو تسجيل عملية وهمية أو حذف أو الغاء نتائج العمليات، إضافة لذلك عدم الارتباط السليم بالقواعد المحاسبية وغيرها سواء بهدف التحيز لمصلحة فئة معينة أو لمنفعة خاصة في اعداد وعرض البيانات المفصح عنها بما يتعارض مع اعتبارات الموضوعية والاستقلال المهني (تيجاني، 2012)، وتعتبر ممارسة المحاسبة الإبداعية مشكلة أساسية تواجه مهنة المحاسبة تتعارض مع قواعد السلوك الأخلاقي والمهني الصادرة عن الجمعيات والهيئات المهنية المحلية والإقليمية والعالمية التي وضعت قواعد لسلوك المحاسبة ومبادئ يجب اتباعها وأهمها الكود الأخلاقي الدولي الصادر عن الاتحاد الدولي للمحاسبين (IFAC) الذي صدر عام 2005م (بله، 2012).

حوكمة الشركات والمحاسبة الإبداعية وجودة البيانات المالية

تعتبر حوكمة الشركات أحد المواضيع التي تحظى باهتمام كبير، لما تمثله من قواعد توجه الإدارة بالشركات، ومن الأسباب الرئيسية للاهتمام بحوكمة الشركات هو حدوث العديد من الانهيارات في كبرى الشركات حول العالم مما أدى الى فقدان الثقة بالمعلومات المحاسبية التي تشملها البيانات المالية، لذلك جاءت حوكمة الشركات لما لها من أثر في إرساء مبدأ الشفافية والمساءلة والمحافظة على حقوق المساهمين وأصحاب المصالح وضمان جودة البيانات المالية وتحقيق فعالية أداء الشركات لتدفع عملية التنمية الاقتصادية في الدول الى الامام (بله، 2012)، ان ممارسات المحاسبة الإبداعية هي عملية للتلاعب بالبيانات المالية وذلك باستغلال حرية اختيار المبادئ المحاسبية والتقديرات المحاسبية والحكم الشخصي، واي خطوات متخذة من اجل التلاعب بالبيانات المالية فهي سلوك غير أخلاقي لما لها من اضرار كبيرة لتحقيق اهداف معينة لتستفيد منها فئة معينة على حساب باقي أصحاب المصالح بالشركة، لهذا يجب التصدي لهذه الأساليب والممارسات من اجل الحصول على بيانات مالية موثوقة وعلى قدر عال من الشفافية، وهذا ما يتطلب تدخل حوكمة الشركات لمحاولة الحد وتشكيل خطأ دفاعياً أمام ممارسات المحاسبة الإبداعية، كما ان تحقيق متطلبات الإفصاح المحاسبي يعمل على زيادة الثقة في البيانات المالية للشركة ويعزز مناخ الشفافية (فريد، 2014).

من الممكن ان يكون هناك دور لحوكمة الشركات في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية وتحقيق جودة البيانات المالية، وذلك لما لها من تطبيق فعال على أداء الشركات من خلال رفع قيمة الشركة، وما لها من دور في تعزيز ثقة أصحاب المصالح وتحسين ممارسات مجلس الإدارة، كما تساهم وتساعد في تحسين المناخ الاستثماري في رفع ثقة المتعاملين بالشركة، ومن خلال ما سبق فان حوكمة الشركات نظام يشمل على مجموعة من القوانين والقواعد التي تحدد العلاقة بين إدارة الشركة من جهة وحملة الأسهم من جهة وأصحاب المصالح من

جهة أخرى، اما المحاسبة الإبداعية فهي عبارة عن ممارسات حديثة مبتكرة يقوم من خلالها المحاسبون باستخدام معرفتهم بالقواعد والقوانين المحاسبية لمعالجة الأرقام المسجلة في حسابات الشركات او التلاعب بها بقصد تحقيق اهداف محددة واستغلال الثغرات المتاحة في المبادئ والمعايير المحاسبية الدولية وذلك من اجل إعطاء صورة غير حقيقية عن الشركة بهدف تضليل مستخدمي البيانات المالية، ولتفاديها يجب تفعيل نظام حوكمة الشركات (نعيمه، 2016).

دراسات سابقة

كثير من الدراسات تناولت موضوع الحوكمة والمحاسبة الإبداعية وجودة البيانات المالية، ففي دراسة (إبراهيم، الهادي وآخرون، 2017) "أثر أساليب المحاسبة الإبداعية على جودة المعلومات المحاسبية" ربطت الدراسة بين أساليب المحاسبة الإبداعية وجودة المعلومات المحاسبية التي تؤدي إلى الحد من ممارسة المحاسبة الإبداعية، هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم المحاسبة الإبداعية وتشخيص أساليب التلاعب التي تستخدمها الإدارة والتعرف على الأساليب التي أتاحت للإدارة التلاعب في البيانات المالية وما هي اهم الوسائل التي يمكن أن تستخدم في الحد من او تقليل مظاهر التلاعب بالمحاسبة الإبداعية، وقد توصلت الدراسة إلى انه وبشكل عام هناك عدة جوانب للمحاسبة الإبداعية منها جانب إيجابي يتضمن مبادئ محاسبية وأساليب للتعرف على التغيرات بالجوانب الاقتصادية والسياسية وهناك جانب سلبي يتمثل في استغلال المرونة والثغرات.

وتناولت دراسة (ادم، 2015) "دور حوكمة الشركات في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية"، وهدفت الدراسة الى تحليل أثر اليات وركائز وقواعد حوكمة الشركات ودورها في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية وبناء نموذج محاسبي مقترح لتفعيل دور حوكمة الشركات في الحد من ممارسة المحاسبة الإبداعية وتمثلت عينة الدراسة في المصارف العاملة داخل ولاية الخرطوم وسوق الخرطوم للأوراق المالية، الشركات المساهمة العامة والخاصة، ديوان المراجعة القومي والأكاديمي، وقد توصلت الدراسة الى انه توجد علاقة موجبة بين تفعيل قواعد واليات حوكمة الشركات والحد من ممارسة المحاسبة الإبداعية في البيانات المالية، وان الإفصاح عن سياسات وهياكل الحوكمة بالمنشأة يساعد في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية.

اما دراسة (جريه وآخرون، 2015) بعنوان "أثر الاليات المحاسبية للحوكمة في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية من وجتي نظر الشركات الصناعية المساهمة العامة في الأردن ومدقي الحسابات الخارجيين" فتناول الدور الذي يمكن ان تؤديه الاليات المحاسبية للحوكمة في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية ولها دور كبير في تبديد قلق المستثمرين وأصحاب المصالح تجاه مصداقية وموثوقية البيانات المالية، هدفت الدراسة الى دراسة أثر الاليات المحاسبية للحوكمة في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية وذلك من خلال ابراز أثر التطور والتعديل في معايير المحاسبة والتدقيق وإظهار أثر التدقيق الداخلي وأثر لجان التدقيق والتدقيق الخارجي في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية في الشركات الصناعية المساهمة العامة في الأردن، وكانت مجتمع الدراسة مكون من الشركات الصناعية المساهمة في الأردن المدرجة في سوق عمان المالي وعددها 57 شركة وتم اختيار عينة منها بواقع 50 شركة، ومن مدقي الحسابات المزاويلن للمهنة وعددهم 354، وقد استخدم (جريه وآخرون، 2015) لأغراض تحقيق اهداف الدراسة المنهج الوصفي، وقد توصلت الدراسة الى ان الالتزام بتطبيق معايير المحاسبة والتدقيق في الشركات الصناعية تساعد في تفعيل حوكمة الشركات، وان التدقيق الداخلي ولجان التدقيق والتدقيق الخارجي له أثر كبير في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية.

وفي دراسة (أسامة، 2015) بعنوان: "أثر تطبيق حوكمة الشركات على جودة المعلومات المالية والإفصاح المحاسبي" اشار الى أن تطبيق حوكمة الشركات كإطار تنظيمي لضمان صدق ونزاهة المعلومات المالية المعروضة والحد من استخدامها بطريقة سلبية ومن أبرز الإيجابيات هو التقليل من مستوى المخاطر التي قد تعترض هذه المؤسسات الاقتصادية الأمر الذي يؤدي إلى التحسين من أدائها وجذب المستثمرين ودعم فعالية وشفافية السوق والاستثمار في حوكمة الشركات وفي تطوير المحاسبة من خلال أثرها على الإفصاح وجودة التقارير المالية، وهدفت الدراسة إلى الوقوف على الجوانب الفكرية والتعرف على الأبعاد التنظيمية والجوانب التقييمية لحوكمة الشركات والوقوف على دور الإفصاح والشفافية وجودة المعلومات المالية وتأثيرها بقواعد الحوكمة والتعرف على مدى العلاقة المتداخلة بين قواعد الحوكمة وكل من الإفصاح المحاسبي وجودة التقارير المالية، وقد توصلت الدراسة الى وجود علاقة طردية بين حوكمة الشركات وجودة المعلومات المالية وعلاقة طردية بين حوكمة الشركات والإفصاح المحاسبي ولا توجد فروق نحو أثر تطبيق حوكمة الشركات على جودة المعلومات المالية والإفصاح المحاسبي والتي تعود للمتغيرات الشخصية والوظيفية.

وفي دراسة (كانه، 2014) بعنوان: "دور لجان المراجعة في الحد من ممارسة إدارة الأرباح في ضوء حوكمة الشركات مع دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة المسجلة في السوق المالية السعودية" هدفت الدراسة الى دراسة الوضع الراهن لممارسة إدارة الأرباح في الشركات المساهمة السعودية وتحديد طبيعة دور لجان المراجعة وفقا للوائح والأنظمة والاصدارات المهنية ودراسة العلاقة بين خصائص مجلس الإدارة وخصائص لجان المراجعة وبين ممارسة إدارة الأرباح من قبل الشركات المساهمة السعودية، وطبقت الدراسة على عينة من الشركات المسجلة في سوق الأوراق المالية بالملكة العربية السعودية لعدد 96 شركة مساهمة سعودية، وقد استخدم الباحث لأغراض تحقيق اهداف الدراسة المنهج الاستقرائي والمنهج الاستنباطي، وقد توصلت الدراسة الى ان تطبيق الشركات للائحة حوكمة الشركات أدى الى تقليل المستحقات الاختيارية في الشركات الملتزمة بالحوكمة مما يدل على الأثر الإيجابي على الحد من إدارة الأرباح.

وفي دراسة (فريد، 2014) بعنوان: "دور ركائز حوكمة الشركات في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية، تنبع أهمية الدراسة من مدى خطورة التلاعب المحاسبي في البيانات المالية عن طريق المحاسبة الإبداعية وعدم فعالية نظام الحوكمة في الشركات المساهمة الفرنسية في التصدي لمثل هذه الممارسات. وهدفت الدراسة إلى اختبار مدى الدور الذي تلعبه إدارة المخاطر والإفصاح والرقابة كركيزة من ركائز حوكمة الشركات في الحد من ممارسة المحاسبة الإبداعية في الشركات المساهمة الفرنسية، وقد توصلت الدراسة إلى انه وبشكل عام تعتبر المحاسبة الإبداعية شكل من أشكال التلاعب المحاسبي دون خرق القوانين والمعايير المحاسبية، وانه يمكن لإدارة المخاطر كركيزة من ركائز حوكمة الشركات أن تضع استراتيجيات للحد من المحاسبة الإبداعية ويعد الإفصاح مطلباً جوهرياً من أجل المزيد من الشفافية والإفصاح.

وفي دراسة (طالب، 2013) "تأثير أساليب المحاسبة الإبداعية في جودة المعلومات المحاسبية في ظل المعايير المحاسبية الدولية، هدفت الدراسة الى تعريف المحاسبة الإبداعية وتشخيص ممارساتها وبيان دوافع الإدارة من استخدام أساليب المحاسبة الإبداعية وأثرها على موثوقية القياس المحاسبي والمعلومات المالية المقدمة، وقد توصلت الدراسة الى ان ممارسة المحاسبة الإبداعية تعكس جانباً سلبياً لمفهوم الإبداع عبر استغلال المهارات الفكرية الإبداعية للوصول الى اهداف لا تحقق العدالة، ويعد انتشار أساليب المحاسبة الإبداعية وتنوعها من الأسباب الرئيسية لعدم الموثوقية بالبيانات المالية، وتمثل عناصر البيانات المالية المحاور الرئيسية التي تلجا اليها الإدارة التنفيذية لممارسة المحاسبة الإبداعية.

اما دراسة (بله، 2012) بعنوان: "دور تطبيق حوكمة الشركات في ممارسة أساليب المحاسبة الإبداعية"، هدفت الدراسة إلى التعريف بحوكمة الشركات ومبادئها وأهدافها، ومعرفة دور الحوكمة في الحد من ممارسة المحاسبة الإبداعية ودورها في رفع كفاءة أداء الشركات، وكانت عينة الدراسة من الشركات المدرجة في سوق الخرطوم للأوراق المالية وعددها 59 شركة وتم توزيع 59 استبانة باستخدام أسلوب المسح الشامل وكان العائد منها 47 استبانة واستخدم الباحث لأغراض تحقيق أهداف الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والاطلاع على الدراسات النظرية والميدانية العربية والأجنبية المتعلقة بالموضوع مع استقراء وعرض أهم نتائج الدراسات السابقة، وقد توصل الدارس إلى وجود دور مهم للحوكمة في رفع الأداء المالي والإداري للشركات وان ممارسة المحاسبة الإبداعية تؤثر على مصداقية القوائم المالية وان تطبيق الحوكمة في الشركات المدرجة في سوق الخرطوم للأوراق المالية يحد من ممارسة المحاسبة الإبداعية.

وفي دراسة (Foye et al., 2016) هدف الباحث الى اختبار ممارسات إدارة الأرباح في نيجيريا وتقييم دور حوكمة الشركات في التحقق من الأثر السلبي لإدارة الأرباح على الشركات المتداولة في نيجيريا، ودور حوكمة الشركات في الحد من ممارسات إدارة الأرباح مع التركيز على اعداد عينات من التقارير المالية في نيجيريا، وكانت عينة الدراسة مكونة من الشركات في نيجيريا وتم توزيع 400 استبانة وتم استرداد 387 استبانة ولكن 354 استبانة كانت مفيدة للتحليل والتقييم، وقد استخدم الدارس لأغراض تحقيق اهداف الدراسة المنهج الوصفي، وقد توصلت الدراسة الى ان حوكمة الشركات أداة للحد من ممارسات إدارة الأرباح في نيجيريا كما حددها معدو التقارير المالية، وبما ان إدارة الأرباح هي قضايا سلوكية بالتالي يرى معدو التقارير المالية ان زيادة تنفيذ قواعد حوكمة الشركات سيققل من ممارسات إدارة الأرباح في نيجيريا.

أما دراسة (Omran, 2016) فهذه الدراسة الى تقييم الأثر المعدل لحوكمة الشركات على العلاقة بين التدفق النقدي وإدارة الأرباح للشركات المدرجة في بورصة طهران، وكانت عينة الدراسة من الشركات المدرجة في بورصة طهران وشملت البنوك والمؤسسات المالية وشركات

الاستثمار والشركات القابضة، وقد استخدم الدارس لأغراض تحقيق أهداف الدراسة المنهج الوصفي، وقد توصلت الدراسة الى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التدفق النقدي وإدارة الأرباح، وان حقوق الملكية، ومجلس الإدارة، واستقلالية مجلس الإدارة له تأثير كبير على العلاقة بين التدفق النقدي وإدارة الأرباح للشركات المدرجة في بورصة طهران.

وفي دراسة (Adegbie, Festus 2016) هدفت الدراسة إلى تقييم ممارسات الأخلاقيات وحوكمة الشركات في إعداد التقارير المالية في البنوك بهدف إعداد تقارير مالية موثوقة، كانت عينة الدراسة مكونة من البنوك في نيجيريا مع 20 مؤسسة وتم إعداد استبانات منظمة للحصول على آراء المستجيبين واستخدم الدارس لأغراض تحقيق أهداف الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقد توصلت الدراسة إلى انه وبشكل عام لا يمكن أن تكون ركائز حوكمة الشركات الأربعة (المساءلة والعدالة والاستقلالية والشفافية) محذوفة من التقارير المالية لمنظمات الأعمال وان التقارير المالية عندما تحتوي على حقائق موثوقة وصدق في محتوياتها فانه يجذب المستثمرين وأصحاب المصلحة المعنيين.

اما دراسة (Jatiningrum et al., 2016) هدفت هذه الدراسة الى توفير دليل على أهمية حوكمة الشركات في الحد من إدارة الأرباح لاسيما في الأسواق الناشئة في اسيا، كما توفر ادلة للمستثمرين انه يمكنهم الاعتماد على اليات إدارة الشركات للحماية من المصادر من قبل المطلعين على اليات إدارة الشركات، كما توفر اليات للمراقبة على فعالية الشركات تهدف الى الحد من إدارة الأرباح، وكانت عينة الدراسة مكونة من 35 من شركات التصنيع المدرجة في بورصة اندونيسيا وتم الحصول على بيانات الدراسة من التقارير المالية السنوية، وقد استخدم الدارس لأغراض تحقيق أهداف الدراسة المنهج الوصفي، وقد توصلت الدراسة الى ان هناك تأثير سلبي كبير في جودة الكشف بين اليات حوكمة الشركات وإدارة الأرباح، وان هذه النتيجة أعطت ادلة على جودة حوكمة الشركات في الكشف على إدارة الأرباح ويمكن ان تقلل من التلاعب.

وفي دراسة (Olamide et al., 2013) هدفت الدراسة إلى تقييم العلاقة بين حوكمة الشركات والمحاسبة الإبداعية في نيجيريا وذلك من خلال تحديد العلاقات بين فعالية الرقابة الداخلية واستقلالية المدققين على ممارسات المحاسبة الإبداعية، وكانت عينة الدراسة مكونة من جميع المديرين في شركات التصنيع المتداولة في نيجيريا كان عددها 129 شركة واتخذ الدارسون 25 شركة تقع جميعها في ولاية لاغوس وتم تصميم استبانة للحصول على المعلومات الأولية واستخدم الدارسون لأغراض تحقيق أهداف الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقد توصلت الدراسة إلى انه وبشكل عام هناك علاقة إيجابية بين الرقابة الداخلية في التأثير الكبير على ممارسات المحاسبة الإبداعية وان استقلالية المدققين لها علاقة كبيرة بممارسات المحاسبة الإبداعية وان احترام قواعد الحوكمة له تأثير كبير على ممارسات المحاسبة الإبداعية.

في دراسة (AL-Sufy et al., 2013) هدفت الدراسة إلى تحديد مبادئ حوكمة الشركات ودراسة جوانبها النظرية وشرح أثر تطبيق المعلومات المحاسبية لمبادئ الحوكمة وفهم مفهوم الحوكمة في البيئة الاقتصادية الأردنية، وكانت عينة الدراسة مختارة عشوائياً من مجتمع دراسة الشركات والمؤسسات الصناعية الأردنية (50) شركة وتم توزيع استبانة عليهم وتم استرجاع (37) استبانة واستبعاد (13) منها واستخدم الدارس لأغراض تحقيق أهداف الدراسة المنهج الاستقرائي والمنهج الوصفي التحليلي، وقد توصلت الدراسة إلى انه وبشكل عام هناك إدراك تام لمصممي ومستخدمي البيانات المالية لمفهوم حوكمة الشركات وأسس تطبيقها وان التنفيذ الفعال لمبادئ حوكمة الشركات يؤثر على جودة التقارير المالية ويجعلها أكثر دقة وهناك علاقة بين مبادئ حوكمة الشركات وجودة التقارير المالية.

اما دراسة (Abed et al., 2012) فقد اشارت الى ان أهمية الأرقام المحاسبية تتمثل ففي خلق حوافز قوية لتلاعب المديرين بالأرباح من اجل تحقيق أقصى قدر ممكن من الدخل، وكذلك ان الاستخدام الواسع النطاق للمعلومات المحاسبية من قبل المستثمرين والمحللين الماليين لتقييم الأسهم يخلق حافز لدى المديرين التنفيذيين لإدارة الأرباح من اجل التأثير على أداء الأسهم على المدى القصير، وان فعالية قواعد حوكمة الشركات التي تنطوي على مسئولية واضحة من قبل مجلس الإدارة في عملية اعداد التقارير المالية يرفع بان تقوم بتقييد أنشطة إدارة الأرباح، لذلك هدفت الدراسة الى دراسة العلاقة بين اليات حوكمة الشركات وإدارة الأرباح، وكانت عينة الدراسة من جميع الشركات الصناعية والخدماتية المدرجة في بورصة عمان وتم استبعاد الشركات المالية من الدراسة، وقد استخدم الدارس لتحقيق اهداف الدراسة المنهج الوصفي، وقد توصلت الدراسة الى انه لا توجد علاقة هامة بين عوامل حوكمة الشركات وإدارة الأرباح باستثناء

حجم مجلس الإدارة، كما أظهرت النتائج ان جزء من الشركات في الأردن من عينة الدراسة لا يتبع قواعد حوكمة الشركات الأردنية مما يعني ان هناك عقوبات منخفضة جدا في حالة مخالفة اللوائح.

وفي دراسة (Ismail, Saleh 2012) هدفت هذه الدراسة الى التحقيق في العلاقة بين جودة التدقيق مقاسة بحجم التدقيق والية حوكمة الشركات من حيث لجنة التدقيق ومجلس الإدارة، على إدارة الأرباح للشركات في ماليزيا، وكانت عينة الدراسة مكونة من 51 شركة من شركات الاكتتاب العام الماليزية التي أدرجت في عامي 2007-2008، وقد استخدم الدارس لأغراض تحقيق اهداف الدراسة المنهج الوصفي، وقد توصلت الدراسة الى ان جودة التدقيق يمكن ان يقلل من نشاط إدارة الأرباح، وان اليات حوكمة الشركات من حيث مجلس الإدارة ولجنة التدقيق يمكن ان يقلل ويحد من إدارة الأرباح..

الخلاصة والتوصيات

من خلال العرض السابق لمجاور الدراسات السابقة ونتائجها في مجال حوكمة الشركات والمحاسبة الإبداعية وجودة البيانات المالية تبين ان معظم الدراسات السابقة تناولت دراسة تأثير تطبيق حوكمة الشركات على جودة المعلومات المالية والإفصاح المحاسبي والتقارير المالية، وتأثير تطبيق الحوكمة في الحد من إدارة الأرباح، واثر أساليب المحاسبة الإبداعية على جودة المعلومات المحاسبية، وممارسات المحاسبة الإبداعية في البيانات المالية، وبعضها تناول دور حوكمة الشركات في الحد من المحاسبة الإبداعية، وعلى ذلك يمكن تلخيص نتائج الدراسات السابقة في ما يلي:

- توجد علاقة موجبة بين تفعيل قواعد واليات حوكمة الشركات والحد من ممارسة المحاسبة الإبداعية في البيانات المالية.
- ان الإفصاح عن سياسات وهياكل الحوكمة بالمتنشاء يساعد في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية.
- ان تطبيق حوكمة الشركات أدى الى تقليل المستحقات الاختيارية مما يدل على الأثر الإيجابي على الحد من إدارة الأرباح.
- ان التنفيذ الفعال لمبادئ حوكمة الشركات يؤثر على جودة التقارير المالية ويجعلها أكثر دقة وهناك علاقة بين مبادئ حوكمة الشركات وجودة التقارير المالية.
- تعتبر المحاسبة الإبداعية شكل من أشكال التلاعب المحاسبي دون خرق القوانين والمعايير المحاسبية، وانه يمكن لإدارة المخاطر كركيزة من ركائز حوكمة الشركات أن تضع استراتيجية للحد من المحاسبة الإبداعية
- ان حقوق الملكية، ومجلس الإدارة، واستقلالية مجلس الإدارة من عناصر الحوكمة التي لها تأثير كبير على العلاقة بين التدفق النقدي وادارة الأرباح.
- ان التدقيق الداخلي ولجان التدقيق والتدقيق الخارجي له أثر كبير في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية.

المراجع

المراجع باللغة العربية

- إبراهيم، الهادي، عبد الحسين، المجيد وعبد الله، قاسم. (2017). "بعض أثار أساليب المحاسبة الإبداعية على جودة المعلومات المحاسبية، بحث منشور، جامعة النيلين، العراق، مجلة كلية العلوم الإدارية، العدد 1، يونيو 2017.
- ادم، عبد الله (2015): "دور حوكمة الشركات في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الزعيم الأزهري، الخرطوم، السودان.
- أسامة، قرواني. (2015). "أثر تطبيق حوكمة الشركات على جودة المعلومات المالية والإفصاح المحاسبي بمنطقة ورقلة وغرداية". رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.
- أسامة، حسين (2014): "مبادئ الحوكمة الرشيدة في اتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة الفساد"، مركز العقد الاجتماعي.
- امين، خليل (2015): "مدى تأثير جودة المراجعة في فجوة التوقعات بين احتياجات مستخدمي القوائم المالية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، الجزائر.

- الأغا، عماد سليم. (2011). "دور حوكمة الشركات في الحد من التأثير السلبي للمحاسبة الإبداعية على موثوقية البيانات المالية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر- غزة.
- الاتحاد الدولي للمحاسبين (IFAC 2009)، الإرشادات الدولية للممارسات الجيدة تقويم وتحسين الحوكمة في المنشآت، ترجمة وتعريب الهيئة السعودية للمحاسبين القانونيين، الرياض، يونيو 2011، المملكة العربية السعودية.
- أم كلثوم، نصر الله (2014): "دور مجلس الإدارة في تفعيل حوكمة الشركات على مستوى المؤسسات الاقتصادية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة د. الطاهر مولاي سعدة، الجزائر.
- بله، سيد عبد الرحمن عباس. (2012). "دور تطبيق حوكمة الشركات في ممارسة أساليب المحاسبة الإبداعية" بحث منشور، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 12، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- بكاي، وفاء (2017): "دور حوكمة الشركات في إرساء قواعد الإفصاح والشفافية دراسة حالة المديرية العامة لتوزيع الكهرباء والغاز"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العربي التبسي، تبسة.
- تيجاني، بالرقى (2012): "المحاسبة الإبداعية: المفاهيم والأساليب المبتكرة لتجميل صورة الدخل"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 12، جامعة سطيف.
- جرير، طلال، الشادي، سليمان، الحياصات، حمدان (2015): "أثر الآليات المحاسبية للحوكمة في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية من وجهتي نظر الشركات الصناعية المساهمة العامة في الأردن ومدقي الحسابات الخارجيين"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 11، العدد 2.
- حمادة، رشا (2010): "دور لجان المراجعة في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية دراسة حالة ميدانية"، الجزائر، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 26، العدد 2.
- زويته، بن فرج، (2014). "المخطط المحاسبي البنكي بين المرجعية النظرية وتحديات التطبيق"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر.
- الزيايدي، نعيم، العراق (2015). "تأثير أساليب المحاسبة الإبداعية على مصداقية القوائم المالية"، جامعة القادسية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 17 العدد 2 لسنة 2015.
- عبد الله، انتصار (2016): "لجان المراجعة في ظل حوكمة الشركات وأثرها على جودة التقارير المالية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الرباط الوطني، السودان.
- عبد الله، عناني (2015): "دور لجنة التدقيق في دعم وتعزيز حوكمة المؤسسات" مجلة الباحث الاقتصادي، العدد السابع.
- فريد، أمينة، (2014). "دور ركائز حوكمة الشركات في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية"، المجلة الجامعة، جامعة باجي مختار، الجزائر، العدد 16، المجلد 1.
- القطيش، حسن، الصوفي، فارس (2011): "أساليب استخدام المحاسبة الإبداعية في قائمتي الدخل والمركز المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 27.
- كنزة، براهيمة (2014): "دور التدقيق الداخلي في تفعيل حوكمة الشركات"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قسنطينة، الجزائر.
- كانه، محمد (2014): "دور لجان المراجعة في الحد من ممارسات إدارة الأرباح في ضوء حوكمة الشركات دراسة تطبيقية على الشركات المسجلة في السوق المالية السعودية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.
- المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية (2010)، جمعية المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، الأردن.
- مركز المشروعات الدولية الخاصة، مبادئ منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في مجال حوكمة الشركات الموقع: www.hawkama.net/files/pdf/OECD2004
- مركز المشروعات الدولية الخاصة، (2010): "حوكمة الشركات قضايا واتجاهات"، نشرة دورية للشرق الأوسط وشمال أفريقيا، العدد 18.
- المناصير، عمر عيسى (2013): "أثر تطبيق قواعد حوكمة الشركات على أداء شركات الخدمات المساهمة العامة الأردنية" رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الهاشمية، الزرقاء، الأردن.

- المشهداني، عمر (2012): "تدقيق التحكم المؤسسي (حوكمة الشركات) في ظل معايير التدقيق المتعارف عليها"، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 2.
- مرازقة، صالح، بوهرين، فتيحة (2010): "الابداع المحاسبي من خلال معايير المحاسبة الدولية"، الملتقى الدولي حول الابداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، جامعة سعد دحلب - البليدة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، مخبر البحوث في الابداع والتغيير التنظيمي والمؤسساتي.
- نده، كنان (2010): "مبادئ حوكمة الشركات في سوريا دراسة مقارنة مع مصر والأردن"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 26، العدد 2، جامعة دمشق.
- نعيمة، زعرور (2016): "دور اليات حوكمة الشركات في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر-بسكرة، الجزائر.

المراجع باللغة الأجنبية

- Abed,suzan,al attar, ali, suwidan,(2012):" corporate governance and earning management: Jordanian evidence", international business research, vol.5, no.1.
- Festus, Adgbie and Temitope. Fofah. (2016)." Ethics, Corporate Governance and Financial Reporting in the Nigerian Banking. **Sciedupress Journal Accounting and Finance Research**, Vol.5, No.1.
- Foyeke, obigemi, olajide, omlehimwa, oluku, mukoro, kolade,(2016)" corporate governance a tool for curbing earning management practices in Nigerian : preparers prespective", Mediterranean journal of social sciences,
- International finance corporate (IFC) **corporate governance: why corporate governance** .2005.
- Ismail,aida,saleh,norman(2012):" corporate governance and earning management incentive in malasian ipo companies", tergganu international finance and economic journal, vol.2,no.2.
- Jatiingrum, citrawati, hamid, Mohamad, popoola,(2016):" the impact of disclosure quality on corporate governance and earning management", **international journal of economics and financial issues**, vol.6,no.4.
- Olamide, Fagbemi. Segun. Abo Gun and M.O. (2013). "The Influences of Corporate Governance On Creative Accounting Practices in Nigerian", **A Journal of Department of Business Administration**. Vol.11, No.1.
- Organization for Economic Co-operation and Development. 2004. OECD Principles of Corporate Governance.
- Omrani, amin,(2016):" evaluation the modifying effect of corporate governance on the relationship between free cash flow and earning management of companies listed Tehran stock exchange", international journal humanities and cultural studies, vol.2,no.1.
- Alsufy, Fares, Almbaideen, Haitham. Alabbad, Haithamand Makhoulouf, (2013), " Corporate Governance and Its Impact On the Quality of Accounting Information", **International Journal of Humanities and Social Science**, vol.3, No.5.
- The organization for economic cooperation and development (OECD), principles of corporate government,2004,www.OECD.com.

المراجع الالكترونية

- www.iasplus.com, 2007
- www.hawkama.ps, 2009
- www.asa.gov.eg/attach/law-84-2016.pdf
- www.jcdr.com/pdf/hawkamat-alsherkat.pdf

الحوكمة كآلية لتطوير الرقابة المالية القبلية على المؤسسات الحكومية في الجزائر -المراقبة المالية على الجماعات المحلية نموذجاً-

الأستاذ الدكتور رزيق كمال
جامعة البليدة 2 / الجزائر

الدكتور عوالي بلال
جامعة البليدة 2 / الجزائر

ملخص

إن غياب الرقابة المالية الفعالة في الإدارة المحلية الجزائرية سيؤدي بطبيعة الحال إلى ظهور بوادر سلبية على مستوى المؤسسات الحكومية، وخاصة الجماعات المحلية من بيروقراطية وفساد إداري، ورشوة، لذا، كان لا بد من تعزيز وتفعيل مبادئ المساءلة لخلق بيئة رقابية تساعد في تصويب المسار الإداري، وحتى الإنفاقي لهذه الهيئات بما يضمن تحقيق الرشادة في التسيير الأدائي، وصولاً إلى حسن صرف النفقات، وهذا لا يتحقق إلا بوجود فاعلية حقيقية للمساءلة من خلال تبني آليات الحوكمة ضمن أطر هذه المؤسسات، بمعنى آخر: وجود قابلية للهيئات الحكومية المحلية للتعامل مع مختلف أنواع المساءلة المفروضة عليها بشفافية وموضوعية؛ فعمدت الجزائر في ظل الأوضاع الراهنة التي تعيشها، وفي ظل تبني حكومتها سياسة التقشف وترشيد الإنفاق العام، عمدت إلى تفعيل الرقابة من خلال آليات الحوكمة المحلية، وذلك بنوع من الصرامة، خاصة على نفقات الجماعات المحلية بوصفها النواة القاعدية للمجتمع، والأداة الأساسية لتحقيق التنمية. وركزت هذه الورقة البحثية إلى تحديد الآليات الكفيلة بتطوير الرقابة المالية القبلية، وبالأخص آليات الحوكمة المحلية ومختلف مبادئها، كما ركزت على إبراز الدور الكبير لهذه الرقابة في توجيه وترشيد نفقات الجماعات المحلية في الجزائر بصفتها أداة فعالة في تعزيز الأداء الإنفاقي لهذه الجماعات، وذلك من خلال تناول مختلف أجهزة المراقبة المالية القبلية. وتتجلى أهمية هذه الورقة البحثية في أنها تعالج أحد المواضيع المطروحة حالياً على المستوى المحلي، كما أنها تشكل مجالاً لفتح نقاشات ودراسات أخرى، خاصة أنها محاولة لمعرفة كيفية عمل الأجهزة الرقابية، ومعرفة كيفية التعامل معها، ومعرفة الآليات الكفيلة بتطويرها، وكذلك الإلمام بالجانب القانوني المؤطر لها، فهذا يساهم بشكل كبير في ديناميكية صرف الأموال، وبالتالي تحقيق التنمية. وانطلقت هذه الورقة البحثية من تساؤل محوري حول مدى مساهمة حوكمة الجماعات المحلية في ضمان التسيير الأمثل للرقابة المالية القبلية بما يسمح بتحقيق الرشادة في التسيير وحسن صرف المال العام في الجزائر. وفي إطار ذلك، وقصد الإجابة عن هذا التساؤل، تم الاعتماد على المنهج الوصفي، بالإضافة إلى الاستعانة كذلك بمنهج دراسة الحالة، للوصول من خلاله إلى الأبعاد الميدانية للرقابة المالية القبلية، والتطرق، أيضاً، لتوجهات البلديات الجزائرية نحو تطبيق فعال لآليات الحوكمة بما تقتضيه طبيعة هذه الورقة البحثية لتدعيم النتائج.

ولقد توصلت هذه الورقة إلى عدة نتائج، أهمها: أنه رغم مختلف المعوقات التي تواجهها الجزائر في سبيل تحقيق أهداف رقابتها، فإنها تسهر على تعزيز نظم الشفافية والمساءلة في الجماعات المحلية، في ظل وجود بنية مؤسسية سليمة قوامها تبني مبادئ الحوكمة المحلية، فالرقابة القبلية تضمن تحقيق عدة مبادئ للحوكمة، بل، إن مبادئ الحوكمة المحلية تفعل وتضمن هذه الرقابة بما يساهم في توظيف الأموال بفاعلية وعقلانية، والحفاظ على شرعية عمليات الإنفاق، وقدم هذه الورقة اقتراحات وتوصيات جوهرية، كان من أهمها: تعزيز أجهزة الرقابة المالية القبلية من خلال تبني مبادئ الحوكمة المحلية بصفة عامة، والتشجيع على تبني مبادئ الحوكمة الإلكترونية في ظل العصرية التي تبنتها وزارة الداخلية مؤخراً.

كلمات مفتاحية: الحوكمة، الجماعات المحلية، الرقابة المالية القبلية.

مقدمة

بالنظر إلى ما للرقابة المالية القبلية من دور هام في التنظيم الإداري المحلي الخاص بالجماعات المحلية نظير اتساع المهام الموكلة لهذه الأخيرة، فقد سعت الجزائر إلى إيجاد أجهزة مستقلة للرقابة على نشاط هذه الهيئات حيث وفرت لها نوعاً يسيراً من الضمانات والصلاحيات بما يكفل لهذه الأجهزة أداء مهمتها في جو من الحيطة الكاملة وبعيدا عن المؤثرات السلبية من أي نوع، لضمان أعلى قدر ممكن من النزاهة والشفافية وحتى لا تتأثر توجهاتها أو قراراتها بأي اعتبارات وبذلك يتسنى لها أن تقدم لذوي العلاقة صورة واضحة وصادقة عن التصرفات الإدارية والمالية وأن تزودها بالمقترحات والتوصيات التي تمكنها من النهوض بهذه الهيئات في ظل تبني مبادئ واليات الحوكمة المحلية.

إشكالية البحث:

من خلال ما سبق يمكن معالجة موضوع المداخلة من خلال طرح الإشكالية التالية:

ما مدى مساهمة حوكمة الجماعات المحلية في ضمان التسيير الامثل للرقابة المالية القبلية بما يسمح من تحقيق الرشادة في التسيير وحسن صرف المال العام في الجزائر؟

أهداف البحث:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- إعطاء فكرة عن المفاهيم الأساسية للحكومة في الجماعات المحلية واهم مبادئها والياتها المنتهجة في الجزائر.
- تسليط الضوء على الرقابة المالية القبلية في الجزائر
- الإشارة إلى كيفية مساهمة الحوكمة من تعزيز الرقابة المالية القبلية والسير الحسن لها.

خطوات البحث:

سنقوم بمعالجة هذا البحث في ثلاث محاور:

- المحور الأول: المحور الأول: الحوكمة في الجماعات المحلية
- المحور الثاني: الرقابة المالية على نفقات الجماعات المحلية
- المحور الثالث: دراسة حالة رقابة المراقب المالي لقطب أولاد يعيش في تسيير مستخدمي بلدية أولاد يعيش

المحور الأول: الحوكمة في الجماعات المحلية

إن تغير الرؤية الشعبية لحجم وطبيعة الخدمات المقدمة من قبل الدولة جعل من مسألة نقل جزء من الخدمات لصالح وحدات محلية أمرا ضروريا لهذا الغرض مكونة بذلك حجر الأساس لنشأة فكرة الجماعات المحلية.

أولا/ مفهوم الجماعات المحلية:

قبل التطرق إلى مفهوم الجماعات المحلية، وجب أن نعرف أنه قد تعددت تسميات في تطبيقات الدول من دولة إلى أخرى، وذلك حسب درجة الأخذ بها والاعتماد عليها.

فهناك من يطلق عليها مصطلح الإدارة المحلية، تميزا لها عن الإدارة المركزية، ولأن نشاطها محلي، وهناك من اصطلح على تسميتها بالحكم المحلي، كما هو معمول به في بريطانيا، وفي بعض الدول التي أخذت بنظامها كالإمارات العربية المتحدة، وذلك لتمتعها باستقلال واسع عن الحكومة المركزية، مع أن البعض يفرق بين الحكم المحلي والإدارة المحلية¹.

¹ يوسف نور الدين، الجباية المحلية ودورها في تحقيق التنمية المحلية في الجزائر دراسة تقييمية للفترة 2000-2008 مع دراسة حالة ولاية البويرة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل درجة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، السنة 2009-2010، ص 23.

تعريف الجماعات المحلية:

تعرف الجماعات المحلية على أنها وحدات جغرافية مقسمة من إقليم الدولة وهي عبارة عن هيئات مستقلة في الولايات والمدن والقرى، وتتولى شؤون هذه الوحدات بالطرق المناسبة لها وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي¹. أما في الجزائر فيطلق على الجماعات المحلية اسم البلديات والولايات، وتضم مجموعة سكانية معينة، وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتحدث بموجب قانون².

تعريف الإدارة المحلية:

تعرف بأنها أسلوب من أساليب التنظيم الإداري يراد به توزيع الوظيفة الإدارية بين الأجهزة المركزية بين السلطة المركزية في الدولة وبين الهيئات الإدارية المحلية المنتخبة والمتخصصة على أساس إقليمي لتباشر ما يعهد به إليها من مسائل تخص مصالح السكان المحليين تحت رقابة السلطة المركزية³.

ثانيا/ الحوكمة المحلية

تعريف الحوكمة: بدأ الحديث عن الحوكمة في ظل التطورات الجديدة في النظام الاقتصادي العالمي منذ عام 1989 عندما صدر تقرير البنك الدولي عن أساليب الحكم والإدارة في إفريقيا جنوب الصحراء وأصبحت الحوكمة تطبق على ثلاث مستويات⁴:

- حوكمة الشركات: على مستوى الاقتصاد الجزئي
- حوكمة الدولة: على مستوى إدارة المجتمع والدولة
- حوكمة دولية: على المستوى العالمي حيث يتولى البنك الدولي، صندوق النقد الدولي والمنظمة العالمية للتجارة إدارة النظام الاقتصادي العالمي.

وقد تعددت التعريفات المقدمة لهذا المصطلح، نظرا لاختلافات الحاصلة إما من ناحية الترجمة أو من ناحية وجهة النظر التي يتبناها مقدم هذا التعريف، ولعل من أبرز التعاريف وأشملها التي وقف عليها الباحث هو التعريف الذي يعتبر الحوكمة كنظام للحكم الذي يضمن مشاركة فعالة للفواعل غير الرسمية في عملية صنع القرار وتنفيذ السياسات العامة بشكل شفاف⁵.

تعريف الحوكمة المحلية: تمثل الحوكمة المحلية استخدام السلطة السياسية وممارسة الرقابة على المجتمع المحلي، من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ويوضح الإعلان الذي صدر عن مؤتمر الاتحاد الدولي لإدارة المدن الذي عقد في صوفيا ديسمبر 1996 عناصر ومحددات الحوكمة المحلية الرشيدة على النحو التالي:

- نقل مسؤولية الأنشطة العامة الملائمة إلى المستويات المحلية المختلفة بموجب القانون
- لامركزية مالية وموارد كافية للقيام بتلك الأنشطة على المستوى المحلي

¹ عبد الرزاق إبراهيم الشخيلي، الإدارة المحلية، دراسة مقارنة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2001، ص 20.

² المادة الأولى من قانون رقم 08/90 الصادر في 07 أفريل 1990 المتعلق بالبلدية.

³ مختار رابحي، عصريّة الهيكل التمويلي للجماعات المحلية في الجزائر آلية لتحقيق التنمية المحلية المستدامة، دراسة مقدمة لنيل شهادة دكتوراة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة البليدة 2، 2014، ص 20.

⁴ حمدي عبد العظيم، عولمة الفساد وفساد العولمة، الدار الجامعية، مصر، 2008 ص 263.

⁵ خروفي بلال، الحوكمة المحلية ودورها في مكافحة الفساد المجالس المحلية: دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2011-2012، ص 39.

- مشاركة حقيقية للمواطن في صنع القرار المحلي
- تهيئة الظروف التي من شأنها خصخصة الاقتصاد المحلي¹.

خصائص وفواعل الحوكمة المحلية:

خصائص الحوكمة المحلية:

تتميز الحوكمة المحلية عن غيرها من النظم الإدارية للدولة بما يلي:

- حكم القانون: يقصد بحكم القانون وجود بنية قانونية مستقرة، ومرجعية للقانون وسيادته على الجميع دون استثناء، انطلاقاً من حقوق الإنسان بشكل أساسي، وهو الإطار الذي ينظم العلاقات بين المواطنين من جهة وبين الدولة من جهة ثانية، كما أنه ينظم العلاقات بين مؤسسات الدولة².
- المساءلة: ويقصد بها محاسبة المسؤولين-المحليين-عن اتخاذ القرارات بواسطة المواطنين والجهات الأخرى ذات الصلة التي يحق لها مراقبة أداء المسؤولين ومسئولتهم شعبياً عن فساد أو أية انحرافات³.
- المشاركة: ويقصد بها توفير السبل والآليات للمواطنين المحليين أفراداً وجماعات للمساهمة في عملية صنع القرار إما بطريقة مباشرة أو عبر المجالس المحلية المنتخبة التي تمثلهم وتحاول تحقيق مصالحهم وتحديد الخدمات والقضايا التي يجب تحديدها ومناقشتها.
- الشرعية: وتعني استناد قوة الأجهزة الإدارية إلى حكم القانون والعدالة وقبول المواطنين لسلطة الفئات التي تحفز القوة داخل المجتمع في إطار ديمقراطي يحقق تكافؤ الفرص والعمل على تحسين مستوى المعيشة والتطلع إلى درجات أعلى من الحرية الاقتصادية، التنمية البشرية، التنمية الإنسانية والديمقراطية وعدالة التوزيع⁴.
- الشفافية: تستند الشفافية على التدفق الحر للمعلومات، وعلى أن تفتح المؤسسات والعمليات المجتمعية مباشرة للمهتمين بها، وأن تتوفر المعلومات الكافية لتفهمها ومراقبتها⁵.
- الاستجابة وبناء التوافق: ويقصد بالاستجابة قدرة المؤسسات – بما فيها الجماعات المحلية-على خدمة وتلبية مصالح الجميع في فترة زمنية معقولة وبدون أي استثناء أما عن التوافق فيعمل على التوفيق بين المصالح المختلفة للتوصل إلى توافق واسع يشكل أفضل مصلحة للجماعة⁶.

فواعل الحوكمة المحلية:

على غرار الحوكمة في بعدها الوطني، تقتضي الحوكمة المحلية وجود فواعل رسمية هي⁷:

¹ طاشمة بومدين ، الحكم الراشد ومشكلة بناء قدرات الادارة المحلية في الجزائر، مجلة التواصل ، عدد 26 ، جوان 2010 ، ص.30.

² فرج شعبان، الحكم الراشد كمدخل حديث لترشيد الإنفاق العام والحد من الفقر دراسة حالة الجزائر 2000-2010، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر، 2011/2012 ، ص.26.

³ حمدي عبد العظيم، مرجع سابق، ص 265-266.

⁴ رزيق كمال، بن مكرولوف خالد، مواجهة الفساد المالي والإداري عن طريق آليات حوكمة الشركات، ورقة مقدمة في الملتقى الوطني بعنوان: حوكمة الشركات كآلية للحد من الفساد المالي والإداري، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، يومي: 06-07/05/2012، ص 07

⁵ نوزاد عبد الرحمان الهبتي، الحكم الصالح في الوطن العربي قراءة تحليلية، موقع الانترنت -http://www.transparency.org.kw.au- ti.org/upload/books/240.pdf تاريخ الاطلاع 20/04/2018.

⁶ نفس المرجع.

⁷ خروفي بلال، مرجع سابق، ص 49.

- دولة فاعلة القدرة: فلكي تتمكن الحكومة المركزية من نقل بعض اختصاصاتها للسلطات اللامركزية بما يحقق الفعالية عليها أن توفر الآليات التالية:

- ضرورة التنسيق بين المستويات الحكومية المختلفة لتوفير القدر الكافي من الشفافية والمساءلة والتمثيل.
- وضع نظام رقابي فعال يسمح بمراقبة السلطات المحلية وتنظيمها
- تغطية الحاجات المادية بما يكفل تلبية الاحتياجات الشعبية.

- سلطات محلية مؤهلة: إذ لا بد أن تكون الجماعات المحلية أكثر استجابة لتطلعات المواطنين ويكون ذلك عن طريق التزامها بمستوى الممارسة الديمقراطية وطبيعة الثقافة السائدة، التي تسمح بتفعيل المسائلة والمحاسبة والوعي في الانتخابات.
- مجتمع مدني مشترك: فلكي تستجيب السلطات المحلية لاحتياجات المواطنين المحليين ينبغي أن تبقى المجموعتان على اتصال دائم، ما يعين بالضرورة وجود مجتمع مدني منظم البنية واسع الاتصال قادر على جمع الآراء والتعبير عنها.
- قطاع خاص تنافسي: يجب أن يكون القطاع الخاص مؤهلا لمساعدة الهيئات المحلية على تقديم الخدمات النوعية.

ويتبين لنا مما سبق بأن درجة استجابة الجماعات المحلية لمطالب المواطنين ومؤسسات المجتمع المدني توضح مدى نجاحها في الوصول إلى الرشادة والفعالية المطلوبة للقضاء على الفساد وحماية المال العام وترشيد نفقاتها من خلال ضمان المشاركة وإتاحة المعلومات والبيانات والالتزام بأحكام القوانين والقضاء والتجاوب مع آمال وتطلعات ورغبات كافة فئات المجتمع.

المحور الثاني: الرقابة المالية القبلية على الجماعات المحلية

نظرا لأهمية النفقات الخاصة بالبلدية، فإن النظام المالي الجزائري قد حرص على حمايتها من الأخطاء والتلاعبات خاصة مسألة التوظيف وبالأخص مسألة الحرص على الحفاظ وتبيان المناصب المالية الشاغرة التي يمكن أن تتسبب في ضياعها فرصة توظيف العديد من خريجي الجامعات، ولهذا فإن المشرع الجزائري أقر رقابة مضاعفة على مالية الجماعات المحلية تضمنها هياكل للرقابة السابقة و هياكل للرقابة اللاحقة ونظرا لموضوع مداخلتنا سنقتصر على ذكر هياكل الرقابة السابقة لما لها من أهمية كبيرة في ضبط المال العام قبل هدره وتبذيره وتسيير الموارد البشرية قبل ضياع المناصب الشاغرة.

أولا/ مفاهيم متعلقة بالرقابة المالية

تعريف الرقابة المالية:

لقد اعتمد المؤتمر العربي الأول للرقابة المالية العليا تعريف الرقابة المالية على أنها "منهج علمي شامل يتطلب التكامل والاندماج بين المفاهيم القانونية والاقتصادية والمحاسبية والإدارية ويهدف إلى التأكد من المحافظة على الأموال العامة ورفع كفاءة استخدامها وتحقيق الفعالية في النتائج المحققة"¹.

أهداف الرقابة المالية:

تهدف إلى ما يلي²:

¹ بلعاطل عياش ونوي سميحة، آليات ترشيد الإنفاق العام من أجل تحقيق التنمية البشرية المستدامة في الجزائر، مؤتمر دولي أيام 11 و12 مارس 2013، جامعة سطيف، ص12.

² ربيعي كريمة، بركان زهية، وضع ديناميكية جديدة لتفعيل دور الجماعات المحلية في التنمية (مراقبة ميزانية الجماعات المحلية) دراسة مقدمة للملتقى الدولي حول تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات، جامعة سعد دحلب البليدة، ص8-9.

- التأكد من سلامة العمليات المحاسبية التي خصصت من أجلها الأموال العامة والتحقق من صحة الدفاتر والسجلات والمستندات.
- الربط بين التنفيذ وما يتخلله من إنفاق والنتائج المترتبة عن هذا التنفيذ.
- التأكد من كفاءة المعلومات والأنظمة والإجراءات المستخدمة.
- مدى التزام الإدارة في تنفيذها للميزانية وفقا للسياسة المعتمدة.

ثانيا -الأجهزة المكلفة بالرقابة المالية القبلية على نفقات الجماعات المحلية:

تأخذ هذه الرقابة شكل المتابعة والمطابقة وترجم في منح التأشيرات القانونية، التي يجب على الجماعات المحلية الحصول عليها قبل القيام بأي عملية مالية، فهي شرط مسبق لصحة قبول النفقات الملتزم بها، وكما أن لكل نوع من الرقابة المالية هيئة أو جهاز يقوم بها ويسهر على تطبيقها وفق القوانين والتنظيمات المعمول فتتمثل أجهزة الرقابة المالية القبلية في:

رقابة المراقب المالي:

تعيين المراقب المالي:

وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 381/11 المؤرخ في 21 نوفمبر 2011 ، المتعلق بالمراقبة المالية يسير مصلحة المراقبة المالية المراقب المالي تحت سلطة المدير العام للميزانية، في هذا الإطار يمارس المراقب المالي مهامه لدى:

- الإدارة المركزية،
- الولاية،
- البلدية.

بالإضافة إلى الإدارات المذكورة أعلاه، يمكن إلحاق، المؤسسات العمومية الخاضعة لأشكال الرقابة المنصوص عليها في المواد 2 و 2 مكرر من المرسوم التنفيذي رقم 414/92 المؤرخ في 14 نوفمبر 1992، المذكور أعلاه، وكذا المؤسسات و الإدارات العمومية، بأحد مصالح المراقبة المالية.

ويشكل المراقب المالي أحد أهم أعوان الرقابة السابقة على النفقات العمومية للجماعات المحلية، يختص بتعيينه وزير المالية بين موظفي المديرية العامة للميزانية، حسب الكيفيات والشروط القانونية المنصوص عليها بالمرسوم التنفيذي رقم 117/92 المؤرخ في 14 مارس 1992 الذي يحدد قائمة المناصب العليا في المصالح الخارجية التابعة للمديرية العامة للميزانية وتصنيفها وشروط التعيين فيها، وكذا للمرسوم التنفيذي رقم 381/ 11 المؤرخ في 21 نوفمبر 2011 بمصالح المراقبة المالية ولاسيما المادة 11 منه¹.

مهام المراقب المالي:

تتمثل مهمة المراقب المالي في الحرص على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلق بالنفقات العمومية. و يكلف بهذه الصفة على الخصوص بما يأتي:

- تنظيم مصلحة المراقبة المالية و إدارتها و تنشيطها.

¹ شرقي أمينة، أهمية الرقابة المالية القبلية في ترشيد نفقات ميزانية البلدية دراسة حالة الرقابة المالية لقطب أولاد يعيش على نفقات ميزانية بلدية قروا، مذكرة لنيل شهادة ماستر تخصص مالية، جامعة المدية، 2014-2015، ص 62.

- تنفيذ الأحكام القانونية و التنظيمية فيما يتعلق بمراقبة النفقات الملتزم بها.
- القيام بأية مهمة أخرى مترتبة عن عمليات الميزانية.
- تنفيذ كل مهام الفحص و الرقابة المتعلقة بجوانب تطبيق التشريع و التنظيم المتعلق بالمالية العمومية، بناء على قرار من الوزير المكلف بالمالية.
- إعداد تقييم سنوي و دوري حول نشاط المراقبة المالية.
- مساعدة أية مهمة مراقبة أو تقييم لمصالحه في إطار البرنامج المسطر من المديرية العامة للميزانية.
- تقديم نصائح للأميرين بالصرف على المستوى المالي قصد ضمان نجاعة النفقات العمومية و فعاليتها.

رقابة المحاسب العمومي:

مهام المحاسب العمومي:

إن المحاسب العمومي هو كل شخص يتم تعيينه بموجب القانون للقيام بالعمليات التالية:

- تحصيل الإيرادات و دفع النفقات .
- ضمان حراسة الأموال أو السندات أو القيم أو الأشياء أو المواد المكلف بها وحفظها .
- تداول الأموال و السندات والقيم والممتلكات والعائدات والموارد .
- حركة حسابات الموجودات .
- إضافة إلى هذه الوظائف أسندت إليه مهمة ثانية تتمثل في إعداد تحصيل الإجراء الذي يتم بموجبه إيراد الدين العمومي ويتم تعيينه من طرف الوزير المكلف بالمالية ، ويخضع أساسا لسلطته¹.

نتائج رقابة المحاسب العمومي :

إن للمحاسب العمومي صلاحية الرقابة من الناحية الخارجية إذ يطلب ملف النفقة المقدمة إليه، وليس له الحق في التحقق من مدى شرعيتها ، وبالتالي فإذا تأكد من شرعية النفقة العمومية بعد قيامه بالتحقيقات يقوم بوضع التأشير القابلة للدفع ، مما يسمح بتسليم مبلغ النفقة إلى الدائن المعني ، إضافة إلى إمكانية رفض القيام بالتسديد أو الدفع و يقوم بإعلام الأمر بالصرف عن طريق مذكرة خطية يحدد فيها أسباب الرفض لكي يجري عليها التسويات اللازمة . ففي حالة رفض الأمر بالصرف تسوية الملاحظات المشار إليها في المذكرة يرفض المحاسب العمومي بوضع التأشير بصفة نهائية إلا أن سلطة المحاسب العمومي ليست مطلقة.

رقابة لجنة الصفقات العمومية :

هي هيئة رقابية خارجية تعنى بمنح التأشير أو رفض² منحها لمختلف مشاريع الصفقات والملحقات المحددة والمنظمة في قانون الصفقات العمومية، فلجنة الصفقات العمومية للبلدية تهتم بالرقابة القبلية على النفقات التي تقل قيمتها المالية عن: (200.000.000 دج) في حالة صفقات الأشغال، (50.000.000 دج) في حالة صفقات الخدمات، (20.000.000 دج) في حالة صفقات الدراسات.3 بالإضافة إلى اختصاصها بدراسة مشاريع الملاحق التي تبرمها البلدية والمؤسسات العمومية المحلية ضمن حدود مستويات المادة 139 من المرسوم الرئاسي 247-15 المؤرخ في 16 سبتمبر سنة 2015 المتضمن تنظيم الصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام، كما تتولى اللجنة البلدية دراسة

¹ ربيعي كريمة، بركان زهية، مرجع سابق، ص 12.

² المادة 178، المرسوم الرئاسي رقم 247-15 المؤرخ في 16 سبتمبر سنة 2015 المتضمن تنظيم الصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام، الجريدة الرسمية العدد 50، ص 42.

³ المادة 174، نفس المرجع، ص 41.

الطعون الناتجة عن المنح المؤقت، فهي تحرص على تلبية الطلب العام بإتباع الإجراءات الصحيحة والمنصوص عليها قانوناً حيث نصت المادة 165 من المرسوم الرئاسي 15-247 على " تحدث لدى كل مصلحة متعاقدة ... لجنة للصفقات تكلف بالرقابة القبلية الخارجية للصفقات العمومية ". وتتشكل لجنة الصفقات العمومية للبلدية من¹:

- رئيس المجلس الشعبي البلدي أو ممثل عنه – رئيساً؛
- ممثل عن المصلحة المتعاقدة؛
- اثنين منتخبين يمثلان المجلس الشعبي البلدي؛
- ممثلين اثنين عن الوزير المكلف بالمالية (ممثل عن مصلحة الميزانية-يتمثل عادة في المراقب المالي أو من يخلفه-؛ ممثل عن مصلحة المحاسبة – يتمثل عادة في أمين الخزينة لما بين البلديات أو من يخلفه)
- ممثل عن المصلحة التقنية المعنية بالخدمة للولاية.

المحور الثالث: دور الحوكمة في تطوير الرقابة المالية القبلية على الجماعات المحلية

يتم طرح التساؤل حول كيفية تفعيل هذه الرقابة بدرجة تجعل لها دوراً كبيراً في ترشيد الإنفاق العام من جهة ومحاربة والوقاية من الفساد من جهة أخرى، ولم يكن ليتحقق ذلك إلا عن طريق تعزيز إجراءات الوقاية من هذا الأخير ومكافحته، وإتباع سياسات محكمة في إدارة وتسيير الأموال العمومية، وتفعيل كل آليات الشفافية والمساءلة والنزاهة في ميزانية الجماعات المحلية بما يحقق الكفاءة والفعالية للأموال المنفقة.

ومن هذا المنطلق جاءت حوكمة الجماعات المحلية لتعزيز ونسهيل عملية الرقابة المالية القبلية فهما ينصبان في أهداف مشتركة على رأسها محاربة الفساد وترشيد الإنفاق المحلي مكملين بذلك لبعضهما البعض ويتجلى دور الحوكمة في تفعيل الرقابة من خلال تعزيز مبادئ هذه الأخيرة خدمة لتحقيق الترشيح الفعال للمال العام.

أولاً/ تعزيز المساءلة لأجل رقابة مالية فعالة

فعالية الخضوع للمساءلة بفعالية الرقابة المالية القبلية

إن الإشراف التشريعي من خلال نظام المساءلة على سياسات الحكومة بصورة عامة وعملية الميزانية بصورة خاصة من جهته والإشراف المؤسسي والمراقبة المالية لهما أهمية حيوية في ضمان قيام الحكومات والمؤسسات بمختلف أنواعها ووظائفها بما فيها الجماعات المحلية وفي مقدمتها البلديات بتنفيذ مهامها بصورة فعالة وديمقراطية وبطريقة مسؤولة مالياً. فمن الحقائق التي ترسخت في سياق عملية التنمية في معظم المجتمعات الإنسانية، ضرورة وجود آليات لضبط أداء "السلطة" مهما كانت درجتها والعمل على تقويم هيئاتها كبلديات مثلاً، ممثلة بالأشخاص القائمين عليها-رؤساء المجالس الشعبية-، عندما تجري مساءلتهم رسمياً من قبل الهيئات المخولة بالسلفة الذكر كرقابة المراقب المالي، أو من قبل مؤسسات المجتمع المدني أو الرأي العام، وذلك حين تجاوزهم الحقوق وانحرفوا، مما سيقود إلى انحراف هذه الجماعات عن مسارها الصحيح إذا ضعفت أشكال المحاسبة والمراقبة، أو جرى الحد منها وبذلك تتحول الوظيفة العامة إلى غير غايتها.

المساءلة الموجهة نحو الأداء

لا يزال مصطلح المساءلة يفهم في أغلب الأحيان، في منظومة الأمم المتحدة، بمعناه الضيق وهو امتثال القواعد المالية والإجراءات الرسمية واستخدام الأموال ولذلك يعتقد أحياناً أن المقصود بالإشراف هو مراجعة الحسابات المالية التقليدية فقط. وعليه، في الحالات التي توجد

¹ نفس المرجع، ص 41.

ففي لجان مساءلة – كأجهزة الرقابة المالية -، يكاد عملها يقتصر على قضايا الأمانة المالية. غير أن المساءلة ينبغي أن تقتصر الآن أيضا بتحقيق النتائج. وتجب الاستعاضة عن المساءلة التقليدية التي تقوم على اللوم والمواجهة وتركز على تلافي النواحي السلبية بنمط جديد من المساءلة ذات التركيز الإيجابي على توجيه السلوك المناسب لدى المديرين-الأميرين بالصرف المحليين -ومواصلة تشجيعهم على الأداء.¹

ولقد عمدت الدولة الجزائرية على تبني ذلك بسعيها لخلق جو رقابي قائم على المساءلة من خلال الإصلاحات التي انتهجتها في المجال الرقابي فقد انبثق عن ورشات العمل مع ممثلي الوزارات ووزارة المالية بما يلي²:

- تشخيص الحالة المتعلقة بالرقابة المطلقة على النفقات العمومية للأميرين بالصرف.
- التحديد لمختلف الاحتياجات في إطار تطوير إجراءات الرقابة.

ومن بين بؤر إصلاح النظام الرقابي نذكر:

التأشيرة السابقة للمراقب المالي

تعتبر ضمان للنفقات المحجوزة لهدف الالتزام الإجمالي السنوي أو للعمليات موضوع الالتزام والتي تعتبر عالية المخاطر³.

رقابة النفقات حسب سلمية الأخطار والتحديات

الاستقامة في العلاقات بين الجهات الفاعلة المذكورة آنفا (أجهزة الرقابة والإدارات الخاضعة لها)، وخاصة لتحديد فترات السداد، وتجارب الرقابة السلمية للنفقات يمكن القيام بها حتى من دون دعم لوجستيكي للإعلام الآلي، وتسمح الرقابة السلمية للنفقات بـ⁴:

- أفضل استهداف للرقابة على التحديات والمخاطر لاستقامة معالجة ملفات الخدمات.
- تنظيم المعلومات اللازمة للأميرين بالصرف على الأخطاء المكتشفة.
- تطوير الممارسات الجيدة عند الأميرين بالصرف، والتي توصي بخطط عمل لتحسين العمليات ونوعية الملفات المعروضة.
- تعزيز الرقابة على التكاليف التي تتضمن مخاطر وتحسين الإطار القانوني للأميرين بالصرف.

فالمساءلة من هذا المنطلق وسيلة لتفعيل أجهزة الرقابة المالية القبلية وفي مقدمتها رقابة المراقب المالي على ممارسة مهامها على الجماعات المحلية وفق ما يخوله القانون بما يضمن الوقاية وكذا التوجيه الجيد لصرف المال العام والحد من ظاهرة الفساد.

نحو تعزيز محاربة الفساد بالرقابة المالية

نظرا لخطورة وانتشار ظاهرة الفساد وما ينتج عنها من آثار تزعزع التنمية وتبدد أموال الخزينة العمومية خاصة على المستوى المحلي، وعلى اعتبار أن من الأهداف الأساسية للحكومة المحلية محاربة الفساد بجميع أشكاله؛ فمن هذا المنطلق أولت الحكومة الجزائرية أهمية خاصة لهذا القطاع ضمن استراتيجية مكافحة الفساد من خلال وضع تدابير وآليات تتماشى والإطار الرقابي المفروض وتعزيزا له، ويعتبر

¹ إيفين فونتين، أورتيو إيون، غوريتا فيكتور فيسليخ، تفويض السلطة والمساءلة، سلسلة الإدارة من أجل النتائج في منظومة الأمم المتحدة، الجزء الثاني، جنيف، 2004، ص 19، بتصرف.

² - Ministère des finances, le contrôle hiérarchisé et le contrôle partenarial, direction générale de la comptabilité, 2009, p01.

³ - Ministère des finances, le contrôle de dépense en partenariat, direction générale de la comptabilité, 2009, p10.

⁴ - Ministère des finances, le contrôle hiérarchisé et le contrôle partenarial, op.cit,p03.

صدور القانون المتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته من أهم الخطوات التي قامت بها الجزائر في سبيل الحلول دون انتشار هذه الظاهرة، وإن كان دور المراقب المالي كما سيتم توضيحه في فصلنا الموالي في محاربة الفساد دور ليس كبير لكن تأشيرته تقتصر على مشاريع التزام النفقات فقط، وفيما يلي تبيان لما جاء به هذا القانون تعزيزا للحوكمة المحلية في البلديات بما يضمن تفعيل المساءلة والشفافية وذلك من خلال:

التدابير المرتبطة بالتوظيف

يتعين على الجهات المختصة بالتعيين والتوظيف مراعاة مجموعة من التدابير وذلك من أجل تعيين مسؤولين يتمتعون بالنزاهة والكفاءة في المناصب الإدارية العليا، وتتمثل هذه التدابير فيما يلي¹:

- مراعاة مبادئ النجاعة والشفافية والمعايير الموضوعية مثل الجدارة والإنصاف والكفاءة.
- اتخاذ إجراءات لاختيار وتكوين الأفراد المرشحين لتولي المناصب العمومية التي تكون أكثر عرضة للفساد.
- منح أجر ملائم بالإضافة إلى تعويضات كافية.
- إعداد برامج تكوينية وتعليمية ملائمة لتمكين الموظفين العموميين من الأداء الصحيح والنزيه والسليم لوظائفهم وإفادتهم من تكوين متخصص يزيد من وعيهم بمخاطر الفساد.

التصريح بالملكيات

من أجل حماية الملكيات العمومية وضمان الشفافية في تسيير المرافق العمومية الخاصة بالبلديات وصون نزاهة للأشخاص المكلفين بالخدمة العمومية، يلزم الموظف العمومي بالتصريح الكتابي بالملكيات خلال الشهر الذي يعقب تنصيبه في وظيفته أو بداية عهده الانتخابية، على أن يجدد التصريح فور كل زيادة معتبرة في الذمة المالية للموظف العمومي بنفس الكيفية التي تم بها التصريح الأول².

وضع مدونات أخلاقية

من أجل دعم مكافحة الفاسد يوصي القانون السالف الذكر الجماعات المحلية على وضع مدونات أخلاقية داخلية تحدد الإطار الذي يضمن الأداء السليم والنزيه والملائم للوظائف العمومية وتتمثل هذه المدونة أساسا في جملة من المبادئ والقيم والنصائح الإرشادية التي على كل المستخدمين إتباعها وتوخيها في أداءهم الوظيفية³.

الالتزام بالشفافية في إبرام الصفقات العمومية

أقر قانون الوقاية من الفساد ومكافحته على مبدأ الشفافية حيث أوصى بوجوب اتخاذ التدابير اللازمة لتعزيز الشفافية والمسؤولية والعقلانية في تسيير الأموال العمومية طبقا للقانون⁴، وتتمثل هذه التدابير الوقائية في إضفاء الشفافية⁵:

¹ - المادة 03، القانون رقم 01-06 مؤرخ في 20 فيفري 2006 يتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته، الجريدة الرسمية - الجزائرية، العدد 14، ص 05.

² - المادة 04، نفس المرجع، ص 05.

³ - المادة 07، نفس المرجع، ص 06.

⁴ - المادة 10، نفس المرجع، ص 06.

⁵ - المادة 09، نفس المرجع، ص 06.

- علانية المعلومات المتعلقة بإجراءات إبرام الصفقات العمومية.
- الإعداد المسبق لشروط المشاركة والانتقاء.
- إدراج التصريح بالنزاهة عند إبرام الصفقات العمومية.
- معايير موضوعية ودقيقة لاتخاذ القرارات المتعلقة بإبرام الصفقات العمومية.
- وأخيرا ممارسة كل طرق الطعن في حالة عدم احترام قواعد إبرام الصفقات العمومية.

ثانيا/ دور الشفافية في إرساء أطر الرقابة المالية القبلية

تساهم الشفافية بنوع من تسهيل أي رقابة مفروضة فضلا على رقابة المراقب المالي والذي بشفافية العمليات الإنفاقية الخاصة بالجماعات المحلية يساهم في ترشيد صرف الإنفاق.

الشفافية وسيلة للتسيير الجيد للمال العام

تعتبر الشفافية في الإدارة من بين عناصر الحوكمة المحلية خاصة المتعلقة بالمشروعات العامة وكيفية تسييرها، ومع هذا نجد أن الشفافية لا تتوقف عند هذا الحد، بل تشمل كل المؤسسات التي يمكن أن تساهم في خلق التنمية ولعل من أبرزها البلديات باعتبارها نواة التنمية المحلية، إن الشفافية تتقاطع مع المتطلبات الأخرى للحوكمة المحلية إلى درجة لا يمكن معها التفريق بين المساءلة والشفافية أو مكافحة الفساد والشفافية.

فالشفافية في تسيير الجماعات المحلية خاصة البلديات مطلب أساسي لدعم الرقابة المالية القبلية، وأحد الشروط والمقومات الأساسية للتنمية الشاملة والمستدامة في كافة المجالات التنموية، فحين تقوم هذه الأطراف بأداء أعمالها في كنف الشفافية، حيث تعمل على نشر جميع المعلومات المتعلقة بنفقاتها وتشرك المجتمع المدني في رصد وتنفيذ ورقابة ميزانياتها، وتبتعد عن السرية في إدارة الشؤون العامة، فإن هذا العمل سوف يعزز من أطر الرقابة القبلية وبالأخص رقابة المراقب المالي ويحد من بؤادر الفساد وهدر المال العام بها من جهة، ومن جهة ثانية سوف يصب بنوع من الدقة في تقديراتها المالية المطلوبة في الميزانيات القادمة، ذلك أن عدم وجود قيود أو حدود على الإنفاق على البلديات أي لا تهتم بتحديد أولويات الإنفاق، دفع بهذه الأطراف إلى المغالاة في وضع تقديراتها بشأن الإنفاق، حيث نلاحظ أن هذه التقديرات تزداد كل سنة حتى ولم تتوفر أسباب للزيادة، وهو الذي ساهم في الارتفاع المستمر لنفقات الدولة بصفة عامة بما يخلق نوعا من المديونية الخائفة التي تعيشها اغلب بلديات الوطن الأمر الذي أبعدنا عن سياسة ترشيد الإنفاق¹.

الشفافية والرقابة المالية القبلية وسيلتان وقائيتان

إذا كانت الشفافية هي الطريقة التي يتم بها التعامل والترابط والتفاوض بشكل من التنظيم والقانون والممارسة النزهة والأداء المخلص وفق قواعد مضبوطة مسبقا، فهي بذلك تسبق عملية مكافحة الفساد أو الرشوة، لأنها تسد هذه الثغرات، لذا فغياب هذا المطلب الهام من متطلبات الحوكمة المحلية يفضي إلى وجود فساد بكل أشكاله، فالشفافية هي الوقاية التي تسبق العلاج.

الخاتمة

إن الرقابة المالية القبلية وبمختلف أجهزتها بهذا الطرح الذي تبنيه وبرغم من مختلف المعوقات التي تواجهها في سبيل تحقيق أهداف رقابتها تسهر على تعزيز نظم الشفافية والمساءلة في الجماعات المحلية في ظل وجود بنية مؤسساتية سليمة قومها تبني مبادئ الحوكمة المحلية، فالرقابة القبلية تضمن تحقيق عدة مبادئ للحوكمة بل وإن مبادئ الحوكمة المحلية تفعل وتضمن هذه الرقابة بما يساهم من توظيف الأموال بفعالية وعقلانية والحفاظ على شرعية عمليات الإنفاق.

¹ شعبان فرج، مرجع سابق، ص 284، بتصرف.

التوصيات

تتناول هذه الفقرة أهم التوصيات التي نراها لمعالجة مشكلة البحث، من أهمها ما يأتي:

- تعزيز أجهزة الرقابة المالية القبلية من خلال تبني مبادئ الحوكمة المحلية بصفة عامة والتشجيع على تبني مبادئ الحوكمة الإلكترونية في ظل العصرية التي تبنتها وزارة الداخلية مؤخرا.
- العمل على ترسيخ مبدأ الشفافية وإنشاء قنوات اتصال ومشاركة بين المواطنين وممثلهم وذلك بإلزام القائمين على العمل التنفيذي بالجماعات المحلية على نشر وعرض كافة التفاصيل لعمليات تنفيذ المشروعات العامة والميزانيات لتسهيل عملية المسائلة.
- ضرورة ترسيخ فكرة مبدأ المشاركة الشعبية بفتح المجال لجميع الفاعلين في المجتمع المحلي (الجماعة المحلية، منظمات المجتمع المحلي، القطاع الخاص) والأخذ بأرائهم والاهتمام بمصالحهم وحاجاتهم، والمساهمة في وضع وصياغة الميزانية بشكل سليم.

قائمة المراجع:

- يوسف نور الدين، الجباية المحلية ودورها في تحقيق التنمية المحلية في الجزائر دراسة تقييمية للفترة 2000-2008 مع دراسة حالة ولاية البويرة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل درجة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، السنة 2009-2010، ص 23.
- عبد الرزاق إبراهيم الشخيلي، الإدارة المحلية، دراسة مقارنة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2001، ص 20.
- المادة الأولى من قانون رقم 90/08 الصادر في 07 أفريل 1990 المتعلق بالبلدية.
- مختار رابحي، عصرية الهيكل التمويلي للجماعات المحلية في الجزائر آلية لتحقيق التنمية المحلية المستدامة، دراسة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة البليدة 2، 2014، ص 20.
- حمدي عبد العظيم، عولمة الفساد وفساد العولمة، الدار الجامعية، مصر، 2008 ص 263.
- خروفي بلال، الحوكمة المحلية ودورها في مكافحة الفساد المجالس المحلية: دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2011-2012، ص 39.
- طاشمة بومدين، الحكم الراشد ومشكلة بناء قدرات الادارة المحلية في الجزائر، مجلة التواصل، عدد 26، جوان 2010، ص 30.
- فرج شعبان، الحكم الراشد كمدخل حديث لترشيد الإنفاق العام والحد من الفقر دراسة حالة الجزائر 2000-2010، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر، 2011/2012، ص 26.
- حمدي عبد العظيم، مرجع سابق، ص 265-266.
- رزيق كمال، بن مكرولوف خالد، مواجهة الفساد المالي والإداري عن طريق آليات حوكمة الشركات، ورقة مقدمة في الملتقى الوطني بعنوان: حوكمة الشركات كآلية للحد من الفساد المالي والإداري، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، يومي: 06-07/05/2012، ص 07
- نوزاد عبد الرحمان الهبيتي، الحكم الصالح في الوطن العربي قراءة تحليلية، موقع الانترنت <http://www.transparency.org.kw.au-ti.org/upload/books/240.pdf> تاريخ الاطلاع 2018/04/20.
- نفس المرجع.
- خروفي بلال، مرجع سابق، ص 49.
- بلعاطل عياش ونوي سميحة، آليات ترشيد الإنفاق العام من أجل تحقيق التنمية البشرية المستدامة في الجزائر، مؤتمر دولي أيام 11 و12 مارس 2013، جامعة سطيف، ص 12.
- ربي كريمة، بركان زهية، وضع ديناميكية جديدة لتفعيل دور الجماعات المحلية في التنمية (مراقبة ميزانية الجماعات المحلية) دراسة مقدمة للملتقى الدولي حول تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات، جامعة سعد دحلب البليدة، ص 8-9.
- شرقي أمينة، أهمية الرقابة المالية القبلية في ترشيد نفقات ميزانية البلدية دراسة حالة الرقابة المالية لقطب أولاد يعيش على نفقات ميزانية بلدية قرواو، مذكرة لنيل شهادة ماستر تخصص مالية، جامعة المدية، 2014-2015، ص 62.
- ربي كريمة، بركان زهية، مرجع سابق، ص 12.

- المادة 178، المرسوم الرئاسي رقم 15-247 المؤرخ في 16 سبتمبر سنة 2015 المتضمن تنظيم الصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام، الجريدة الرسمية العدد 50، ص 42.
- المادة 174، نفس المرجع، ص 41.
- نفس المرجع، ص 41.
- إيفين فونتين، أورتيو إيون، غوريتا فيكتور فيسليخ، تفويض السلطة والمساءلة، سلسلة الإدارة من أجل النتائج في منظومة الأمم المتحدة، الجزء الثاني، جنيف، 2004، ص 19، بتصرف.
- Ministère des finances, le contrôle hiérarchisé et le contrôle partenarial, direction générale de la comptabilité, 2009, p01.
- Ministère des finances, le contrôle de dépense en partenariat, direction générale de la comptabilité, 2009, p10.
- Ministère des finances, le contrôle hiérarchisé et le contrôle partenarial, op.cit,p03.
- - المادة 03، القانون رقم 06-01 مؤرخ في 20 فيفري 2006 يتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 14، ص 05.
- المادة 04، نفس المرجع، ص 05.
- المادة 07، نفس المرجع، ص 06.
- المادة 10، نفس المرجع، ص 06.
- ¹ - المادة 09، نفس المرجع، ص 06.
- شعبان فرج، مرجع سابق، ص 284، بتصرف.

¹ - رأفت رضوان (رئيس مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار)، كتاب بعنوان الإدارة الإلكترونية، القاهرة، ص 03.

دراسة قياسية لتأثير مخرجات الجامعات على التنمية الصناعية صناعة المواد الصيدلانية في الأردن نموذجاً

د. أحمد شكيب كاهية
جامعة باتنة 1/ الجزائر

د. ليلي شيخة
جامعة باتنة 1/ الجزائر

ملخص:

تعد التنمية الصناعية مطلباً ملحا للاقتصاديات النامية اقتناعاً منها أن الصناعة هي السبيل الأمثل للحاق بالاقتصاديات المتقدمة، سيما أنها تعدّ مركبة مهمة في قياس التنافسية الدولية. ومن منطلق أن اقتصاديات الدول النامية محدودة الإمكانيات، فإن التحدي الأكبر يتمثل في وضع اليد على القطاع الذي يضمن حظوظاً أوفر للتميز دون الوقوع في فخ التركيز الاقتصادي بالعمل على تحقيق التنوع الاقتصادي لضمان التوازن أمام الأزمات المحتملة. وإن كانت معظم الدراسات تشدد على توفر التكنولوجيا كشرط لتطوير الصناعة، إلا أن دور اليد العاملة المتخصصة لا يستهان به في النهوض بقطاع ما. وليس أدلّ على ذلك من الدراسات التي أثبتت أن اليد العاملة الماهرة تعدّ من أهم عوامل جذب الاستثمار الأجنبي المباشر. ومن وحي ما سبق اختارت هذه الورقة البحثية دراسة صناعة المواد الصيدلانية كقطاع محوري لارتباطه بحياة الأفراد واحتدام المنافسة فيه بين الاحتكارات الكبرى. وتم إسقاط هذه الورقة البحثية على الأردن باعتبارها من الدول العربية الرائدة في هذا المجال بانتقالها من تلبية الطلب المحلي إلى التصدير. وتهدف هذه الورقة البحثية إلى إبراز العوامل المحيطة التي من الممكن أن تساعد على تطوير هذه الصناعة أكثر في الأردن، مع التركيز على مخرجات كليات الصيدلة كأهم عامل. وتفترض هذه الورقة عدم وجود تأثير لمخرجات كليات الصيدلة على صناعة المواد الصيدلانية في الأردن، وتفترض أيضاً عدم وجود اختلاف في مخرجات كليات الصيدلة في علاقتها مع صناعة المواد الصيدلانية عن بقية العوامل في الأردن. وتستمد هذه الورقة البحثية أهميتها من كونها تبحث في مدى استفادة قطاع صناعة الأدوية من تكوين الأردن لطلبة الصيدلة، حيث سيرز وزن هذا العامل بين بقية العوامل المؤثرة على صناعة الأدوية التي تطرقت إليها الدراسات النظرية. ولاتخاذ قرار حول قبول أو رفض فرضيتي الورقة البحثية، تم الاعتماد على القياس الاقتصادي بصياغة نموذج يضم ثماني متغيرات مستقلة مشتقة من الدراسات السابقة. وتم استبعاد بعض المتغيرات، إما لاستحالة قياسها في الوقت الراهن، مثل، التناغم بين السياسة الصحية والصناعية، وإما لنقص البيانات في العديد من السنوات. كما تمت إضافة متغيرات لم تتناولها الدراسات السابقة. وتم استقاء البيانات للفترة 1992-2015 من دائرة الإحصاءات العامة الأردنية وقواعد بيانات البنك الدولي والأمم المتحدة ومنظمة الشفافية الدولية. وتم تقدير النموذج بالحذف التراجعي بالاعتماد على البرمجية Eviews، كما تمت الاستعانة بالبرمجية SPSS لتعويض البيانات المفقودة.

وقد نتج عن تقدير النموذج رفض الفرضيتين الصفريتين، وتوصلت هذه الورقة إلى حصر خمس عوامل مؤثرة على الصناعة الصيدلانية، وهي: طلبة الصيدلة والانفتاح الاقتصادي ومعدل النمو وواردات المواد الفعالة وسعر صرف الدينار الأردني مقابل الدولار. وأهم ما أوصت به هذه الورقة البحثية هو ضرورة توجيه السياسة الصناعية الأردنية نحو الأدوية الأصلية، والتدخل المباشر للدولة في تمويل البحوث الصيدلانية في الجامعات والمخابر الخاصة.

كلمات مفتاحية: الصناعة الصيدلانية، مخرجات الجامعة، طلبة الصيدلة.

مقدمة:

لقد أصبح الشغل الشاغل للسياسات الصناعية في مختلف البلدان هو وضع اليد على القطاع الذي يضمن حظوظاً أوفر في التميز، وذلك دون الوقوع في فخ التركيز الاقتصادي على قطاع واحد، وذلك من خلال تحقيق التنوع الاقتصادي لضمان توازن الاقتصاد أمام الأزمات المحتملة. ولعل أقرب مثال على ذلك هو "الاقتصاد الريعي" فهو أول من يتعرض للانهايار أكثر من الاقتصاديات الصناعية. وليس أدلّ على ذلك من الضيق الذي تعاني منه الدول العربية بعد انهيار أسعار البترول بحدّة عام 2015. إن المشكلة في التحرر من قبضة القطاع الأحادي ليست في إيجاد البديل وحسب، بل تعداه إلى توفير الظروف المواتية لتطوير القطاع أو القطاعات البديلة، فبعضها يحتاج إلى

إمكانات تكنولوجية تفوق قدرة الدول العربية ومنها الأردن، وإلا فستقع في نفس المشكلة التقليدية للصناعات الثقيلة (آمال واعدة مقابل قدرات محدودة). وإن لم تتوفر القدرات المحلية فمن الواجب اللجوء إلى الشراكة الأجنبية والاستثمار الأجنبي المباشر لأنه يُحسب على الإنتاج الوطني ما دام جزء أو كل سلسلة الإنتاج تتم على أراضي الدولة المستقبلية وفقاً لمفهوم قواعد المنشأ.

ومن وحي ما سبق، اختارت هذه الورقة دراسة صناعة المواد الصيدلانية كقطاع بديل يمكن أن يتم تطويره أكثر، وإبراز بعض العوامل المحيطة التي من الممكن أن تساعد على ذلك، مع التركيز على الموارد البشرية المتمثلة في مخرجات كليات الصيدلة كأهم عامل، حيث تصف هذه الدراسة أن الاهتمام بالعنصر البشري يعد الحلقة الأولى في سلسلة نجاح أي مشروع اقتصادي. وتقوم هذه الورقة على تساؤلين رئيسيين يمثلان مشكلة البحث، وهما:

- هل تؤثر مخرجات كليات الصيدلة في صناعة المواد الصيدلانية في الأردن؟
- هل تختلف مخرجات كليات الصيدلة في علاقتها مع صناعة المواد الصيدلانية عن بقية العوامل في حالة الأردن؟

وينبثق عن هذين التساؤلين فرضيتين صفريتين، هما:

- $H_{0,1}$: لا تؤثر مخرجات كليات الصيدلة في صناعة المواد الصيدلانية في الأردن.
- $H_{0,2}$: لا تختلف مخرجات كليات الصيدلة في علاقتها مع صناعة المواد الصيدلانية عن بقية العوامل في حالة الأردن.

أولاً، الخلفية النظرية والدراسات السابقة:

تُعَدُّ الصناعة الصيدلانية وصناعة الدواء تحديداً من الصناعات عالية التكنولوجيا سهلة التقليد (Hong, 2000, p.28). لذلك دأبت معظم الدراسات على وصف براءات الاختراع العامل الأهم في التأثير في تطور هذه الصناعة. ولا عجب في ذلك، حيث أن الدواء المتوفر عبر العالم تسيطر عليه مخابر الأدوية المعروفة عالمياً إما عن طريق التجارة أو الاستثمار الأجنبي المباشر؛ غير أن الدراسات القياسية خاصة تستبعد أن تكون البراءات العامل المسيطر على تطور الصناعة في أي مجال كان، إذ لا بد من وجود عوامل مساعدة تتفاعل فيما بينها للنهوض بالصناعة.

وقد قام John Heinz مع عدد من الباحثين بتحليل عدد من الدراسات، واستنتجوا أن تسارع نمو الصناعة مقرون بتعديل قوانين حقوق الملكية الفكرية، غير أنه لا يمكن تعميم هذه النتيجة على كافة البلدان، حيث يصبح تعديل القوانين في البلدان النامية الأكثر فقراً واحداً من بين عوامل كثيرة تسهم في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر. وعليه، لا بد من نماذج تأخذ بعين الاعتبار تلك المتغيرات (Heinz et.al., 2010, 98).

وقد أجرى (Jeong and Edwin, 1996) دراسة حول عينة عشوائية من 100 شركة من كبريات الشركات الأمريكية في ست قطاعات منها المواد الكيميائية (بما فيها الأدوية). وقد توصل الباحثان إلى أن هناك علاقة إحصائية ذات اتجاه سالب بين نظام حماية حقوق الملكية الفكرية في البلد المضيف وحجم الاستثمار الأجنبي المباشر للولايات المتحدة الأمريكية وعلى تركيبته. وأضافت الدراسة، حسبما جاء في (Lee & Mandfield, 1996, 181) أن تفسير هذه العلاقة حتى يكون صحيحاً لا بد من التسليم بأن نظام الملكية الفكرية مرتبط بشكل لا يمكن فصله عن النظام القانوني والاجتماعي، إذ يمكن لهذه العوامل بدورها أن تؤثر سلباً في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر. وصيغ في هذه الدراسة نموذجان يحتويان على العديد من المتغيرات المفسرة منها: حماية حقوق الملكية الفكرية، والناتج المحلي الإجمالي، ومخزون الاستثمار الأجنبي المباشر ودرجة التصنيع (التصنيع والتعدين كنسبة من الإنتاج الداخلي الخام) والانفتاح.

وأشار (Lee & Mandfield, 1996, 184)، أثناء إعداد هذه الدراسة بتبسيط النموذج الأول الذي يُعنى بحجم الاستثمار الأجنبي المباشر وقسمه قطاعياً، فوجد أن هناك علاقة عكسية بين ضعف حماية حقوق الملكية الفكرية وحجم الاستثمار في قطاع المواد الكيميائية التي تشمل الأدوية. وعمد الباحثان إلى إضافة عدد آخر من المتغيرات المستقلة إلى المعادلة الثانية منها: $\% (R\&D/GNP)$ ونسبة الدارسين في

التعليم الثانوي واستهلاك الفرد من الطاقة الكهربائية ومستوى تكلفة الأجر. فعند إضافة كل متغير بمفرده أو مثنى مثنى بقي معامل نسبة الشركات الناشطة في قطاع الصناعات الكيميائية موجباً، دالا بذلك على تأثير ضعف القوانين في قرار الشركات لنقل تكنولوجياتها المتطورة إلى فروعها المملوكة بالكامل في دول العينة. وقد اكتشفاً، أيضاً، أن قوة أو ضعف قوانين الحماية تؤثر بقدر قليل في شكل الاستثمار في المشاريع المشتركة مقارنة بالمشاريع المملوكة بالكامل (Lee & Mandfield, 1996, 185).

ويعتقد (Maskus, 2005, 42) أن البلدان النامية التي ترغب في نقل التكنولوجيا واستقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر عليها أن تتعامل مع حقوق الملكية الفكرية على أنها عامل هام من بين عوامل أخرى عليها أن تتحرك سويًا، وتمثل تلك العوامل في جملة من السياسات لا بد من اتباعها إلى جانب توفر الاستقرار السياسي وحدث نمو اقتصادي وتحقيق المرونة في سوق العمل، وبناء الكفاءات وتحرير الأسواق وإنشاء قانون لضبط الخدمات والاستثمار وسياسة المنافسة.

كما استنتج (Braga & Fink, p.72-173 and 180)، من خلال تناوله العديد من الدراسات بالتحليل، أن تأثير حقوق الملكية الفكرية في تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر وعلى مخزونه في مختلف الصناعات يكون غير مباشر ما عدا بالنسبة لعدد قليل من الصناعات كالاستثمار الأجنبي في الصناعة الصيدلانية التي تتضمن عمليات للبحث والتطوير حيث يكون التأثير مباشراً. كما توصل الباحثان إلى نتيجة مشابهة لبحث (Maskus (2005)، المذكور سابقاً، مفادها أن القوانين الضعيفة تؤدي إلى تفضيل الاستثمار الأجنبي المباشر المملوك بالكامل على الاستثمار المشترك.

وبدوره قام (Cepeda & Cavazos, 2010) بفحص جملة من السياسات المكتملة للإطار العام لتقوية قوانين الملكية الفكرية للبلدان النامية خلال الفترة 1990-2007. وقد اعتمد الباحثان تحليلاً على المستوى الجزئي وآخر على المستوى الكلي؛ وهدفهما من ذلك تحديد العوامل المكتملة التي تتفاعل مع حماية حقوق الملكية الفكرية لإحداث تأثيرات اقتصادية إيجابية. وصيغت الدراسة في شكل نموذج يحتوي على أربع معادلات. وتوصلت إلى أن التعديلات في براءات الاختراع تميل إلى إحداث تأثيرات اقتصادية إيجابية. وبالنسبة للسياسات التي تتفاعل مع هذه القوانين، توصلت الدراسة إلى أن مدخلات العمليات الابتكارية والقدرة على القيام بالأعمال كانت أكثر تأثيراً، بالإضافة إلى الظروف القانونية والمؤسسية والحوافز الضريبية. ويعتمد تأثير مثل تلك السياسات على مستوى نمو البلد. كما تبين في كل البلدان التي شملتها الدراسة أن الاستثمار في رأس المال البشري يؤدي إلى الرفع من التأثير الإيجابي لتعديل قوانين حماية حقوق الملكية الفكرية.

من الملاحظ أن الغالبية الساحقة من الدراسات تركز على حقوق الملكية الفكرية كعامل محوري في النهوض بالصناعة والاستثمار الأجنبي المباشر ولكن بدرجات متفاوتة، ولكن معظمها لم تخلُ من التطرق إلى دور العامل البشري مثل (Cepeda (2010 و (Maskus و Lee ولكن بتسميات مختلفة.

وفي تقرير لمنظمة الصحة العالمية اعتمدت فيه على مقابلات تم إجراؤها مع أصحاب المصالح في الصناعة الدوائية (الحاج، 2013، 17)، توصلت المنظمة إلى حصر العوامل المحددة لنجاح صناعة الدواء في عدة نقاط تتمثل في: اليد العاملة المؤهلة، والوصول إلى رأس المال الاستثماري، والبنية التحتية المناسبة، والبيئة القانونية والوصول إلى التكنولوجيا الملائمة، وتوفير المادة الأولية الفعالة، واقتصاديات الحجم، وتوفير السياسة الصناعية الملائمة ولم تأت على ذكر قوانين البراءات (WHO (c), 2011, 94-100).

وثمة تصور آخر يفيد بأن البلدان التي أثبتت مستوى متقدماً في الصناعة المحلية هي تلك البلدان التي اعتمدت على نقل التكنولوجيا وتميزت بسياسات داخلية متناسقة أسهمت في قدرتها على استيعاب التكنولوجيا. ولقد كان لها اتفاقات مع شركات متعددة الجنسيات تتضمن التعاون التقني أو الترخيص بالإنتاج. وعندما لا يكون للشركات متعددة الجنسيات رغبة في نقل التكنولوجيا، فهذه البلدان تحقق مبالغها عن طريق النقل جنوب-جنوب من الهند إلى أوغندا ومن الصين إلى إثيوبيا (WHO, 2011, 33).

وتبين في تقرير IFPMA-International Federation of Pharmaceutical Manufacturers & Associations لعام 2011 أن حماية حقوق الملكية الفكرية ليست أهم عامل يحدد نقل التكنولوجيا وعمليات البحث والتطوير الصيدلاني، حيث أن العامل الأول يتمثل في قابلية دخول السوق المحلي المستهدف بينما احتلت حقوق الملكية الفكرية المرتبة السابعة من بين ثمانية محددات منها اليد العاملة المؤهلة (IFPMA, 2012, 48).

وحسب وجهات نظر مماثلة، فإنه على البلدان متوسطة ومنخفضة الدخل مواجهة العديد من العقبات حتى تتمكن من إقامة صناعة دواء قادرة على الاستمرار، وتتمثل في: توفير البنية التحتية للتحكم في تكاليف الإنتاج؛ والطاقت التقني المدرب بدأ بالدارسين في التخصصات العلمية والتقنية وانتهاء بالكيميائيين والصيدلة والبيولوجيين، واستيراد المواد الأولية سيما المواد الفعالة واقتصاديات الحجم والتناسق بين السياسات في القطاعات المختلفة والقوانين الضابطة ومراقبة النوعية (WHO, 2011, 16-17 and 28).

ثانياً، الدراسة القياسية :

استناداً إلى الدراسات التي تم عرضها في العنصر الأول من هذه الورقة، استقر الرأي على اعتماد بعض المتغيرات المستقلة واستبعاد بعضها الآخر، إما لاستحالة قياسها في الوقت الراهن، مثل: التناغم بين السياسة الصحية والصناعية، أو بسبب النقص الفادح في البيانات في العديد من السنوات، مما قد يؤثر في مصداقية النتائج. كما تمت إضافة متغيرات أخرى لم تتناولها الدراسات السابقة لاعتقاد البحث بأهميتها. ومن منطلق أن الأرقام المطلقة تعد أقل قدرة على تمثيل الوضع الحقيقي، ولغرض تجانس وحدات المتغيرات، سيما مع المؤشرات الدولية التي تم الاعتماد عليها، فضلت الدراسة تحويل المجاميع المطلقة للمتغيرات إلى نسب أو معدلات. وفيما يلي تفاصيل المتغيرات المختارة.

متغيرات النموذج ومصادر البيانات

- *PharmIND (Pharmaceutical Industry)* : وهو المتغير التابع للدراسة. ويمثل نمو حجم صناعة الدواء في الأردن ويشمل الاستثمار الأجنبي المباشر والصناعة المحلية. وقد تم قياسه بالنسبة المئوية لقيم معبر عنها بالدولار الأمريكي في مصادرها الأصلية.
- *HCAP* : رأس المال البشري ويمثل مخرجات كليات الصيدلة، وعلاقته مع الإنتاج نظرياً علاقة طردية. وتم قياس هذا المتغير بالنسبة المئوية، وذلك بقسمة عدد طلبة الصيدلة على العدد الكلي للطلبة في كل عام، وضرب الحاصل في 100. وحيث أن السنة الدراسية تختلف عن السنة الميلادية العادية فقد تم تحويل بيانات كل سنة دراسية إلى السنة الثانية المعبر عنها. فمثلاً، عدد الطلبة للسنة الدراسية 1992-1993 يرحل إلى سنة 1993.
- *Openness* : وتم التعبير عنه بقيمة مؤشر الحرية الاقتصادية، *Economic Freedom Index*. وهو مؤشر أنشأته *Heritage Foundation* عام 1995 لقياس التقدم في الحرية الاقتصادية والرفاهية والفرص الاقتصادية في مختلف بلدان العالم. وهو يضم عشرة أنواع من الحريات تم تصنيفها في أربع مجموعات مختلفة (Heritage, 2018). ويتم تقييم كل نوع من أنواع الحريات بسلم يأخذ القيمة 0 كحد أدنى، وهي تعبر عن مستوى متدني من الحريات؛ والقيمة العظمى 100 التي تدل على مستوى قياسي من الحريات وبالتالي قيمة أعلى من الانفتاح كما تتطلبه الدراسة. وعلاقته هذا المتغير مع الإنتاج طردية من الناحية النظرية.
- *LoanACCESS* : يتفاعل معه المتغير التابع طردياً. وهو يقيس مدى سهولة الوصول إلى القروض للقيام بالاستثمار، ويتساوى في ذلك الأجانب والمستثمرون المحليون. ويقاس هذا المتغير بالقروض الممنوحة للقطاع الخاص من طرف البنوك كنسبة مئوية من الناتج الداخلي الخام. وقد أخذت أرقامه من قاعدة بيانات البنك الدولي.
- *CPI* : اختصاراً لـ *Corruption Perceptions Index*. وكما يبدو من اسمه، فإن هذا المتغير يقيس درجة الفساد في الاقتصاد المدروس. ويمثل في الواقع بيانات المؤشر الذي يحمل ذات الاسم الذي تشرف عليه منظمة الشفافية العالمية (Transparency, 2018). وقد بدأ العمل به منذ عام 1995، ويأخذ قيمة بين 0 و10. وقد أدخل تعديل على طريقة حساب المؤشر عام 2012 جعلت قيمته تتضاعف عشر مرات، لذلك تم تعديل قيم المؤشر لتتوافق مع السنوات الأولى من إنشاء المؤشر، حيث يعبر الرقم الكبير عن مستوى منخفض من الفساد بينما يدل الرقم الصغير للمؤشر على مستوى مرتفع من الفساد. وهو بهذه الطريقة يتناسب طردياً مع الإنتاج، فكلما كان الرقم قريباً من الحد الأعلى كلما دل ذلك على مستوى منخفض من الفساد وكلما نجم عنه زيادة في الاستثمار.
- *Growth* : من بين المجاميع الممكنة لقياس هذا المتغير وقع الاختيار على نسبة نمو الناتج الداخلي الخام بالأسعار الجارية والمقيم بالدولار الأمريكي. وقد تم حساب النسب بالاعتماد على البيانات المتوفرة على مستوى قاعدة بيانات *The National Accounts*

Main Aggregates Database. وبافتراض أن بياناتها تنتهي عند عام 2013 فقد تم استكمال البيانات من قاعدة بيانات البنك الدولي. ويؤثر النمو الاقتصادي إيجاباً على الإنتاج بتأثيره في حجم الاستثمار الأجنبي المباشر.

- *API* : هو اختصار لـ *Active Pharmaceutical Ingredient*، وعلاقته مع الإنتاج عكسية. فكلما زاد الاعتماد على المدخلات الأجنبية من المادة الأولية كلما أثر ذلك سلباً في تقدم صناعة الدواء. ويقاس هذا المتغير واردة المادة الأولية الفعالة المستخدمة كمدخلات في صناعة الدواء كنسبة من قيمة الإنتاج الكلي للدواء. وقد تم الحصول على بيانات واردات المواد الفعالة باستنطاق قاعدة بيانات الأمم المتحدة <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQuery.aspx>، واستخدم في ذلك أرقام النظام المنسق لتبويب وتصنيف السلع *HS*.
- *HS*، *Harmonized Commodity Description and Coding System* هو النظام المنسق لتصنيف وتبويب السلع، أنشئ من طرف المنظمة العالمية للجمارك عام 1983 ودخل حيز التنفيذ عام 1988، وشهد عدة تعديلات حسب مقتضيات تطور التجارة الخارجية من حيث أصناف السلع محل التجارة الخارجية. ويعمل هذا النظام على تسهيل جمع ونشر احصاءات التجارة الخارجية عبر العالم لغرض التحليل والمقارنة (المصري، 2013). ويمكن الاطلاع على القائمة الكاملة للسلع وفق هذا التصنيف بمختلف تعديلاته بالعودة إلى المرجع (Comtrade, 2015).
- *Exchange* : يستدل به على قيمة وحدة واحدة من عملة بلد الدراسة بما يقابلها من الدولار الأمريكي بالأسعار الجارية. ويؤثر هذا المتغير إيجاباً في الإنتاج، فكلما كان عدد الدولارات التي يتم الحصول عليها مقابل وحدة واحدة من عملة البلد أكثر كلما دل ذلك على أن الواردات المستخدمة كمدخلات ستكون تكلفتها أقل، ومن ثم تتأثر الصناعة بشكل إيجابي.
- *PPI* (*Pharmaceutical Patent Index*)، ويقاس هذا المتغير طبيعة قوانين براءات الاختراع. ولم يتخذ نحوه أي موقف من حيث اتجاه علاقته بالمتغير التابع، حيث تؤيد بعض الدراسات إيجابية هذه العلاقة بينما تؤكد دراسات أخرى سلبية. وسيتذكر تحديد أي الاتجاهين أصبح إلى نتائج النموذج. و *PPI* في الواقع عبارة عن مؤشر تم بناؤه خصيصاً لأطروحة دكتوراه انجزتها الباحثة ليلى شيخة. وتفصيل بنائه وخطواته وخصائصه ومدلول المؤشرات الفرعية والجزئية معروضة في الفصل الرابع من الأطروحة. إذ يأخذ المؤشر المركب الهيئته الموضحة في الشكل رقم (1) الذي سيتم التطرق إليه لاحقاً.

تحديد الشكل القياسي للنموذج :

بعد التعرض لتفاصيل المتغيرات التي تم اختيارها في هذه الدراسة، يمكن كتابة الشكل القياسي للنموذج كما يلي :

$$PharmIND_t = \alpha + \beta_1 PPI_t + \beta_2 HCAP_t + \beta_3 Openness_t + \beta_4 CPI_t + \beta_5 Loanaccess_t + \beta_6 Growth_t + \beta_7 API_t + \beta_8 Exchange_t + \mu_t$$

حيث : t : تمثل السنة المقاسة مع، $t=1, \dots, 24$ تمتد من سنة 1992 إلى 2015، α : الحد الثابت، B_i : معلمة المتغير المستقل رقم i ، مع $\mu_i, i=1, \dots, 8$ حد الخطأ العشوائي

وقبل المضي في تقدير المعلمات، لا بد من التأكد من استقرار السلاسل الزمنية حتى لا تقع الدراسة في فخ الانحدار الزائف، *Spurious Regression* الذي يكتشف مبدئياً عندما يكون معامل التحديد كبيراً ومعنوية المعلمات كبيرة بشكل ملفت، أو وجود ارتباط ذاتي بالاعتماد على احصائية *Durbin Watson (DW)* (عطية، 2004، 643). وتمت دراسته بالاعتماد على اختبار *Augmented Dickey Fuller-ADF* (عطية، 2004، 256-661؛ Bourbonnais, 2015، 249-251) وقد تم تعويض القيم المفقودة للبيانات بالاستعانة ببرنامج SPSS.19 بطريقة الاتجاه الخطي. وتم بعد ذلك تفرغ البيانات في Eviews 9 لغرض التحليل.

يبين الجدول رقم (1) لدراسة استقرار السلاسل الزمنية أن ثلاثة سلاسل زمنية فقط اتسمت بالاستقرار، ويتعلق الأمر بالمتغيرات *Pharmind* و *CPI* و *API*، ويلاحظ أن سلسلة واحدة فقط كانت غير مستقرة من نوع *TS* وتتمثل في سلسلة سعر الصرف مقابل الدولار، وسيتم علاج المشكلة باستبدال السلسلة الأصلية بالبواقي، بينما بقية السلاسل كانت غير مستقرة من النوع *DS* وسيتم علاج المشكلة عن طريق الفرق الأول.

تقدير معلمات نموذج صناعة الدواء واختبار المعنوية :

إن الهدف من هذه المرحلة تنفيذ الانحدار المتعدد للسلاسل الزمنية، إذ يتم تقدير المعلمات والبحث فيما إذا كانت معنوية إحصائياً ثم الاطلاع على مقدار تأثير المتغيرات المرتبطة بها في المتغير التابع. وقد أفضى تنفيذ النموذج على البرمجية Eviews9 إلى النتائج الموضحة في الجدول رقم (2).

تقضي الفرضية الصفرية بعدم معنوية المعلمة المدروسة. وتكون مقبولة إذا كانت قيمة P-value أكبر من مستوى المعنوية 0.05 باستخدام اختبار t. حيث :

$$H_0 : \beta_i = 0$$

$$H_1 : \beta_i \neq 0$$

وبالمثل، تقضي الفرضية الصفرية بعدم معنوية النموذج ككل إذا كانت قيمة P-value أكبر من مستوى المعنوية 0.05 باستخدام اختبار F. حيث :

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots \beta_8 = 0$$

$$H_1 : \exists \beta_i \neq 0$$

يتبين من الجدول رقم (2) معنوية معلمات ثلاثة متغيرات في نموذج الأردن، ويتعلق الأمر بمؤشر الانفتاح الاقتصادي، ونسبة واردات المواد الأولية إلى إنتاج الأدوية وسعر الصرف مقابل الدولار، وتظهر معلمة نسبة طلبية الصيدلة إلى العدد الكلي للطلبة غير معنوية. ولا يغير ذلك شيئاً في ظل عدم معنوية النموذج ككل. كما أن القدرة التفسيرية للنموذج صغيرة إذ تقدر بـ 33%.

وقد تمت إعادة تقدير النموذج باستبدال مؤشرات براءات الاختراع الفرعية (PPH و GTC و Flex) مكان المؤشر المركب PPI، وكانت النتائج هي نفسها، مما يستلزم البحث عن طريقة أخرى أو توليفات من المتغيرات المختلفة لإعادة تقدير النموذج.

إعادة تقدير النموذج بالاعتماد على الحذف التراجعي Backward Elimination

تتمثل هذه الطريقة في تقدير النموذج على عدة مراحل للحصول على النموذج المناسب، حيث يتم تنفيذ الانحدار بإدخال كل المتغيرات المرغوب فيها ثم حذف المتغير الذي تكون معلمته أقل معنوية، وهي المعلمة التي يكون P-value الخاص بها أكبر من بقية المعلمات وانتهاء بتقدير النموذج مرة أخرى وإعادة الخطوة الثانية إلى غاية الحصول على معلمات تتمتع جميعها بالمعنوية. وبتنفيذ هذه الطريقة تم الحصول على المخرجات الموضحة في الجدول رقم (3).

يبين الجدول (3) أن طريقة الحذف التراجعي أسفرت عن نموذج معنوي بمجرد حذف أول متغير والمتمثل في مؤشر الفساد، واستمر في ذلك إلى آخر حذف. كما أن القوة التفسيرية للنموذج أخذت في التحسن مرة بعد أخرى. ويتضح أن أفضل نموذج بطريقة الحذف التراجعي هو النموذج الذي يتكون من المتغيرات المعنوية الآتية: معدل النمو الاقتصادي والانفتاح الاقتصادي ونسبة المادة الأولية الفعالة إلى الإنتاج الكلي للدواء وسعر الصرف مقابل الدولار ونسبة طلبية الصيدلة إلى العدد الكلي للطلبة، بينما لم يظهر أي تأثير لمؤشر براءات الاختراع، إذ حذف في المرحلة الثانية. وقد تم الحصول على ذات النموذج، عند تطبيق الحذف التراجعي، على نماذج مقدرة بالمؤشرات الفرعية لبراءات الاختراع الأدوية PPH, GTC & Flex. ومن ثم تسهم المتغيرات المعنوية في تفسير 38.47% من التغيرات التي تحدث في نسبة تطور صناعة الدواء حيث أن:

- تغير معدل النمو بنسبة مئوية واحدة يؤدي إلى ارتفاع نسبة نمو إنتاج الأدوية بـ 1.51% في المتوسط مع بقاء بقية العوامل على حالها، ويتوافق هذا مع الطرح النظري؛
- تغير مؤشر الانفتاح الاقتصادي بنقطة واحدة يؤدي إلى ارتفاع نسبة نمو إنتاج الأدوية بـ 7.43% في المتوسط مع بقاء بقية العوامل على حالها، ويتوافق هذا الطرح مع الدراسات النظرية؛

- تغير نسبة المادة الأولية الفعالة إلى الإنتاج الكلي للدواء بنسبة مئوية واحدة يؤدي إلى انخفاض نسبة نمو إنتاج الدواء بـ 1.1% في المتوسط مع بقاء بقية العوامل على حالها، ويتطابق ذلك تماماً مع الدراسات النظرية، ويتوافق مع واقع ارتفاع سعر صرف الدينار الأردني مقابل الدولار؛
- تغير سعر صرف الدينار الأردني بدولار واحد يؤدي إلى ارتفاع نسبة نمو إنتاج الدواء بـ 159.3% في المتوسط مع بقاء بقية العوامل على حالها، ولا تتعارض هذه النتيجة مع المنطق النظري؛
- تغير نسبة طلبية الصيدلة إلى العدد الكلي للطلبة بنسبة مئوية واحدة يؤدي إلى ارتفاع نسبة نمو إنتاج الدواء بـ 20% في المتوسط مع بقاء بقية العوامل على حالها، وتتماشى هذه النتيجة مع الدراسات النظرية.
- ويكتب النموذج بالشكل الآتي:

$$\text{PharmIND}j_t = -209.1683 + 19.99918\text{HC AP}t_d + 7.431883\text{Openness}t_d + 1.506203\text{Growth}t_d - 1.096376\text{AP I}j_t + 159.3018\text{Ex change}j_t, \dots, (J - i - 1)$$

اختبار مشاكل القياس

إن معنوية النموذج ومعنوية المعلومات لا تعد في الحقيقة كافية للحكم على النموذج بأنه صالح للتفسير، وإنما لا بد من القيام ببعض الاختبارات الإضافية للتأكد من خلو النموذج من العيوب القياسية.

- الامتداد الخطي المتعدد بين المتغيرات المفسرة، *Multicollinearity*: للكشف عن وجود مشكلة الامتداد الخطي المتعدد بين المتغيرات المفسرة، توجد العديد من البدائل منها اختبار *Farrar & Glauber* و *Klein*. وتم في هذه الدراسة الاعتماد على الاختبار الأول وتأكيده النتيجة بالثاني. ويقوم اتخاذ القرار في اختبار *Klein* بمقارنة معاملات الارتباط الجزئية بين المتغيرات المستقلة مع معامل التحديد. فإذا كان معامل التحديد أقل فهذا دليل على وجود مشكلة ارتباط بين المتغيرات (Bourbonnais, 2015, 115-). (116)

يبين الجدول (4) أن معاملات الارتباط الثنائية بين المتغيرات المستقلة منخفضة القيمة وهي أقل من $R^2=0.518501$. ما عدا بالنسبة لمعامل الارتباط بين مؤشر الانفتاح الاقتصادي ومعدل النمو. مما يؤدي إلى الاشتباه في وجود امتداد خطي متعدد. لكن لا بأس من تأكيد أو نفي ذلك باختبار *Farrar & Glauber*. يقوم هذا الاختبار على أساس اختبار فرضية صفرية وأخرى بديلة بالاعتماد على توزيع كا². ويتخذ القرار برفض الفرضية الصفرية، وبالتالي وجود مشكلة الامتداد، عندما تفوق قيمة كا² المحسوبة قيمته الجدولية (Bourbonnais, 2015, 115-116)، حيث:

$$H_0 : D = 1$$

$$H_1 : D < 1(\text{Multicollinearity})$$

$$\chi^2_{calculated} = -[n - 1 - (\frac{1}{6}(2K + 5))] * LnD$$

$$df(\chi^2_{critical}) = \frac{K}{2} (K - 1)$$

D: محدد مصفوفة الارتباطات الجزئية بين المتغيرات المستقلة

المفسرة=0.527

n: حجم العينة=24

K: عدد المتغيرات المفسرة زائدا الحد الثابت=6

LnD: اللوغاريتم النيبيري للمحدد D=-0.64

وبالاعتماد على جدول التوزيع كا² عند درجة حرية 15 ومستوى المعنوية 5% يستنتج أن:

$$\chi^2_{calculated} = 12.91 < \chi^2_{critical} = 24.996$$

وبالتالي تقبل فرضية عدم القائلة بعدم وجود ارتباط بين المتغيرات المستقلة.

- الارتباط الذاتي للأخطاء، *Autocorrelation*: إن الكشف عن وجود الارتباط الذاتي للأخطاء يتم عن طريق اختبار DW أو بمنحنى الارتباط الذاتي للنموذج *Correlogram*.

يبين الشكل (2) عدم وجود ارتباط ذاتي للأخطاء، حيث أن جميع قيم Prob لاحصاءة Q-stat أعلى من مستوى المعنوية مما يعني رفض فرضية عدم القائلة بوجود ارتباط ذاتي.

- عدم ثبات التباين، *Heteroscedasticity*: يعني عدم ثبات التباين، تغير تباين الحد العشوائي مع تغير قيم المتغير المفسر (عطية، 2004، 496). ويتم الكشف عنه بعدة اختبارات منها *White Test* الذي تم الاعتماد عليه في هذه الدراسة. يركز هذا الاختبار على صياغة نموذج مساعد تتكون حدوده من حدود النموذج الأصلي بالإضافة إلى حدود جديدة يتم اشتقاقها من تربيع الحدود القديمة ويضرب المتغيرات المفسرة بعضها ببعض في شكل ثنائيات. ويكون المتغير التابع هو البواقي الناتجة عن تقدير النموذج الأصلي (عطية، 2004، 508).

ويتم اختبار الفرضية الصفرية التي تقول بعدم معنوية كافة المعلمات. فإذا رفضت الفرضية الصفرية فهذا يعني أن النموذج يعاني من مشكلة عدم ثبات التباين. ويتخذ القرار بمقارنة القيمة $n \times R^2$ مع χ^2 المعرفة بمستوى معنوية 5% ودرجة حرية تساوي عدد معلمات الانحدار المساعد باستثناء الحد الثابت. حيث n عدد المشاهدات و R^2 معامل التحديد غير المعدل في النموذج المساعد (عطية، 2004، 508). فإذا كان $n \times R^2 > \chi^2$ تُرفض فرضية عدم وبالتالي يتأكد وجود مشكلة عدم ثبات التباين. وبين الجدول (5) أن جميع قيم الجداء $n \times R^2$ أقل من قيمة χ^2 ومنه فالنماذج سليمة من مشكلة عدم ثبات التباين.

- اختبار ثبات النماذج - *Stability*: يعد هذا الاختبار هاماً جداً، ولا يصح اللجوء إليه إلا إذا كان النموذج سليماً من مشكلة عدم ثبات التباين، كما هو الحال في نموذج الأردن. يجيب هذا الاختبار عن سؤال يتعلق بتمتع النموذج بالثبات على طول الفترة الزمنية. وتتم الإجابة على هذا السؤال بالمقارنة بين مربع الأخطاء في النموذج الأصلي مع مجموع مربعات الأخطاء عند تجزئة السلسلة إلى سلسلتين. فإذا لم يكن هناك اختلاف معنوي فهذا يدل على جودة النموذج. ويتم اتخاذ القرار برفض الفرضية الصفرية القائلة بعدم وجود الفرق عندما تكون قيمة فيشر المحسوبة أكبر من قيمته الجدولية عند مستوى معنوية 5% ودرجة حرية البسط تساوي $k+1$ ودرجة حرية المقام تساوي $n-2(k+1)$ (Bourbonnais, 2015, 71-72). يوضح الجدول (6) أنه باختيار سنة 2000 كحد فاصل بين السلسلتين الفرعيتين، وتطبيق الاختبار تم الحصول على نموذج ثابت عبر الزمن نتيجة لعدم القدرة على رفض فرضية عدم القائلة بتساوي قيم مربعات الأخطاء ومن ثم عدم وجود فرق بين السلسلتين الفرعيتين. ويمكن التأكد من ذلك بياناً في الشكل 3 الذي يبين أن نموذج الأردن جيد بعد التأكد سابقاً من خلوه من كافة المشاكل القياسية. واستمد النموذج هذه الجودة من ثباته، وبدل على ذلك توضع الخط المنكسر بين المستقيمين العلوي والسفلي (Sayed (Hossain, 2013).

اختبار الفرضيات :

افتترضت هذه الدراسة فرضيتين صفريتين يتم قبولهما عندما تكون المعلمات غير المعنوية. كما يلي :

- الفرضية الأولى : لا تؤثر مخرجات كليات الصيدلة في صناعة المواد الصيدلانية في الأردن، أي :

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_1 : \beta_2 \neq 0$$

بينت عملية التقدير أن قيمة P -value للمعلمة β_2 المرافقة

للمتغير المحوري للدراسة والمتمثل في مخرجات كلية الصيدلة مساوية للقيمة 0.0235 وهي أصغر من 0.05، مما يقتضي بعدم القدرة على قبول فرضية العدم ومن ثم

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 \dots = \beta_8 = 0$$

$$H_1 : \exists \beta_i / \beta_i \neq 0$$

قبول الفرضية الأولى للدراسة، أي أن صناعة الدواء في الأردن تتأثر بنسبة عدد طلبة الصيدلة إلى العدد الملي للطلبة.

● الفرضية الثانية: لا تختلف مخرجات كليات الصيدلة في علاقتها مع صناعة المواد الصيدلانية عن بقية العوامل

بين التقدير في النموذج الذي استخدم فيه المؤشر المركب لبراءات الاختراع PPI أنه يوجد على الأقل معلمة من معلمات النموذج التي تختلف معلمة متغير طلبة الصيدلة أظهرت عدم معنويتها في النموذج حيث كانت قيمتها أكبر 0.05 مثل معلمة مؤشر الفساد. ويقتضي ذلك عدم القدرة على قبول فرضية العدم ومن ثم قبول الفرضية البديلة القائلة باختلاف تأثير متغير طلبة الصيدلة على صناعة الدواء عن بعض متغيرات النموذج.

تحليل ومناقشة النتائج

يؤكد الشكل (4) العلاقة التي توصلت لها الدراسة القياسية، حيث يلاحظ التناغم في الحركة بين إنتاج الدواء في الأردن وعدد طلبة الصيدلة، على الرغم من أن وتيرة هذا النمو كانت مختلفة حيث أن معدل تطور إنتاج الدواء كان شبه مستقر حيث لم يتعد عتبة 5% بين سنتي 1992 و 2000.

إن مصدر تطور صناعة الدواء في الأردن يرجع في الواقع إلى عدة سنوات خلت إذ يعود تاريخ انشاء أول مصنع للأدوية مملوك للدولة إلى عام 1962. ولقد مكن قانون براءات الاختراع القديم، الذي يحمي عملية الإنتاج فقط ولمدة أقل من عشرين عاما، الحكومة الأردنية من توفير الدواء للبسطاء، ويفضله كان المنتجون الأردنيون متخصصين في إنتاج وتصدير الدواء الجنيس والمعادل في أهميته للدواء الأصلي الذي لا يزال محميا ببراءة الاختراع (Kamel El-Said, 2004, 24)، بل إن الإنتاج الأردني للدواء بعد الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة بقي في معظمه (93%) عبارة عن أدوية جنيسة (نمطية أو قليلة التعقيد) ذات علامة تجارية، حيث أن 3% فقط من الإنتاج المحلي يتم تحت الترخيص (Jordan National Competitiveness Team, 2007, 23 and 63). وتشير مصادر أخرى إلى أن هذه النسبة لم تتغير عما كانت عليه قبل الانضمام، حيث أن إنتاج الأردن أساسا قبل 2001، حسب دراسة لوزارة التخطيط لعام 1998، يتكون من 82% أدوية منتهية البراءة و3% بالترخيص والباقي أدوية ما تزال تحت الحماية ببراءات الاختراع (الراحلة، 2000، 12). ولعل السر في العلاقة بين تطور الإنتاج وتطور نسبة طلبة الصيدلة يكمن هنا، حيث أن الدواء الجنيس لا يحتاج إلى اليد العاملة وإلى المهارات العالية مما جعل الأردن تتحكم في هذا النوع من الصناعة معتمدة على خريجها من كليات الصيدلة.

والدليل على ذلك تخلي شركات صناعة الأدوية الأردنية عن المنافسة في سوق الأدوية الجديدة ولجأت إلى استراتيجية *Branded-Generic* التي تقوم على أساس البحث عن التركيبات الخاصة بالأدوية في الانترنت ومن مصادر أخرى ثم تغييرها قليلا، وبعد ذلك طرحها في السوق بتسمية مختلفة، بينما يلجأ القليل إلى نقل التركيبة كما هي دون تغيير (El-Said, 2004, 24).

وفي جانب آخر، يعد تشجيع الأردن للصناعة المحلية لاجل التصدير حافزا قويا لزيادة عدد الخريجين وامتصاصهم من قبل هذا القطاع بشكل آلي، خاصة من أجل تزويد السوق الأوروبي (Sasson, 2007, 8)، وإن الطفرة الواضحة التي سجلها نمو الإنتاج عام 1999 راجعة إلى ارتفاع غير مسبوق في عدد المنتجين بين سنتي 1997 و 1998 بلغ ستة منتجين (El-said, 2004, 36). وهو سبب آخر لامتصاص الفنيين والمتخصصين الأردنيين في مجال صناعة الادوية، وبالمثل بالنسبة لنمو الإنتاج المسجل في 2011 بفضل دخول أربعة منتجين أجنبين بين 1999-2010 (ANIMA, 2015).

الخاتمة والاستنتاجات :

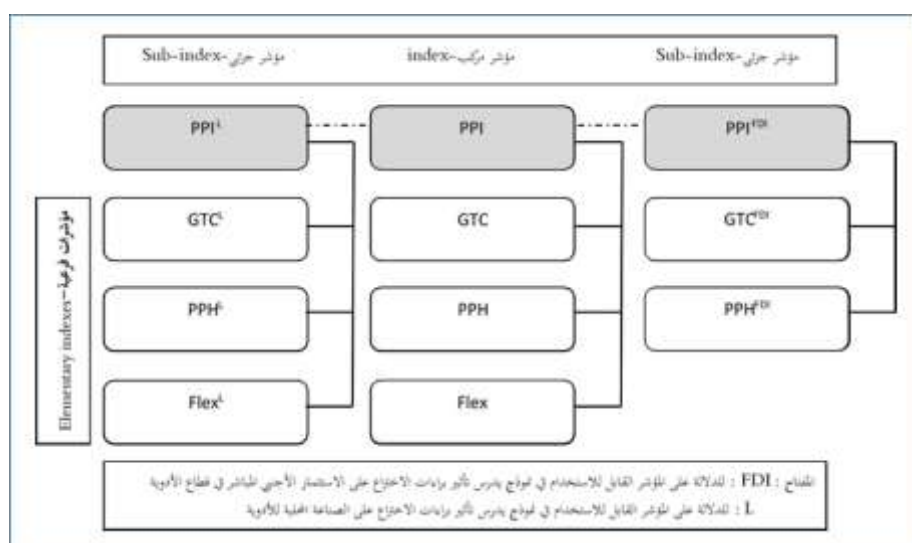
تناولت هذه الورقة بالدراسة تأثير مخرجات التعليم العالي في تخصص الصيدلة في صناعة الدواء في الأردن. لقد تحدثت الدراسات النظرية والقياسية عن أن صناعة الدواء في بلد ما تتأثر بالعديد من العوامل يذكر منها، تنسيق السياسات المختلفة والتمتع باقتصاديات الحجم ونقل التكنولوجيا وتوفير الحماية لحقوق الملكية الفكرية. وللتأكد من ذلك بالنسبة للأردن تم تقدير نموذج قياسي بالسلاسل الزمنية، حيث تم جمع بيانات عن متغيرات الدراسة للفترة 1992-2015 واستخدمت البرمجية Eviews9 للتقدير وتمت الاستعانة بالبرمجية SPSS19 لتعويض بعض البيانات المفقودة.

وقد بينت هذه الدراسة أن نسبة عدد طلبة الصيدلة إلى العدد الكلي لطلبة الجامعات متغير مؤثر يؤثر في نسبة نمو صناعة الدواء في الأردن، ويعود السبب في ذلك إلى تطور عدد المنتجين الذي يساعد على تكوين طلبة في كليات الصيدلة بنسبة هامة، ثم امتصاصهم للاستفادة من قدراتهم خاصة وأن صناعة الدواء في الأردن لا تحتاج إلى فنيات عالية بسبب تخصصها في صناعة الدواء الجينيس الذي لا يتطلب تكنولوجيا متطورة ولا يبدأ عاملة عالية المهارة.

ومن وجهة نظر قياسية يمكن إعادة القيام بتقدير النموذج بالاعتماد على نماذج الانحدار الذاتي أو نماذج التأخر الزمني سيما بالنسبة لمتغير نسبة طلبة الصيدلة إلى العدد الكلي لطلبة الجامعات ومتغير واردات المواد الأولية، حيث يمكن إضافة حدود جديدة في النموذج كواردات المواد الأولية في السنة t-1 من منطلق أن استخدام الواردات في الصناعة لا يكون إلا بعد سنة من وصولها، ويظهر في النموذج أيضا حد يمثل عدد طلبة الصيدلة في السنة t-5 وهي الفترة الكافية لتخرج الطالب من الكلية والتحاقه بمنصب عمل إذا جرت الظروف بشكل عادي. وإذا توفرت البيانات يمكن إضافة بعض المتغيرات الضرورية وأهمها الحوافز الضريبية الممنوحة للصناعة الصيدلانية ومتغير تنسيق السياسات المختلفة الذي يصعب قياسه، وقد تحسن النموذج لو أضيفت بيانات عدد طلبة علم الأحياء إلى المتغير HCAP وعدد الصيادلة بدل الاكتفاء بعدد طلبة كليات الصيدلة.

ولتطوير صناعة الدواء في الأردن والخروج من قوقعة الادوية الجينية، يقترح هذا البحث أن تركز سياسة تطوير هذه الصناعة في مرحلة أولى على تشجيع حماية الابتكارات الصيدلانية بنماذج المنفعة (الممنوحة عن ابتكارات بسيطة) بدل براءات الاختراع، وهو ما نجحت فيه الصين في مجالات تكنولوجيا مختلفة. ثم إن اجبار الصيادلة على إلحاق مخابر صغيرة بصيدياتهم للتركيب الأنفي للمستحضرات الصيدلانية، مقابل الاستمرار في منح الاعتماد وسحبه خلاف ذلك، من شأنه أن يجعلهم في مواجهة يومية مع الاكتشافات الجديدة وسيقودهم على المدى البعيد إلى الابتكار. ولعل أفضل وسائل التحفيز على الابتكار يتمثل في تدخل الدولة بشكل مباشر في تمويل البحوث الصيدلانية في الجامعات أو في مخابر خاصة لصالح المتخرجين الجدد مقابل التشارك في استغلال منافع البراءات المسجلة عن الابتكارات الصيدلانية الجديدة، وهذا يضاهي قانون باية-دول-Bayh Dole الذي تبنته الولايات المتحدة الأمريكية في ثمانينيات القرن العشرين وعملت به العديد من الدول. لأن ذلك سيقود الأردن في المدى البعيد إلى الانتقال للمنافسة في إنتاج الادوية المحمية ببراءات أردنية.

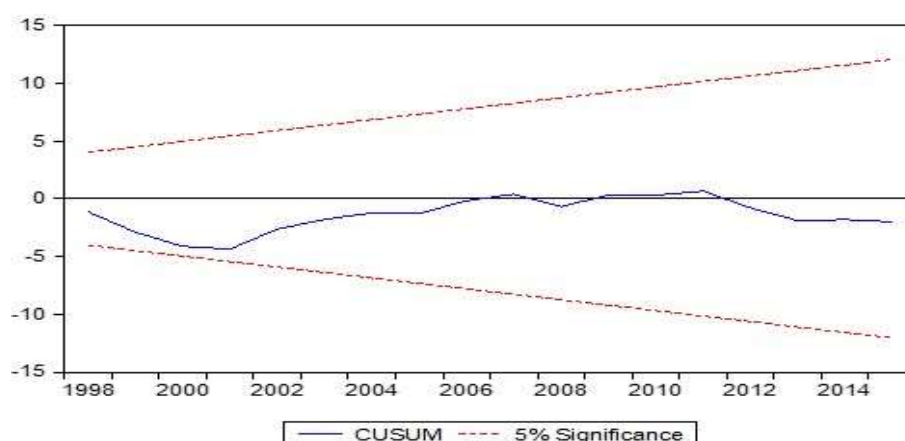
الملاحق:



شكل 1: مكونات المؤشر المركب لبراءات الاختراع لغرض دراسة الصناعة الصيدلانية . المصدر : ليلي شيخة، أثر الالتزام بحماية براءات الاختراع على صناعة الأدوية والحصول عليها، دراسة مقارنة بين الأردن والجزائر، أطروحة دكتوراه في الاقتصاد الدولي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة باتنة 1، باتنة، الجزائر 2015-2016، ص.187

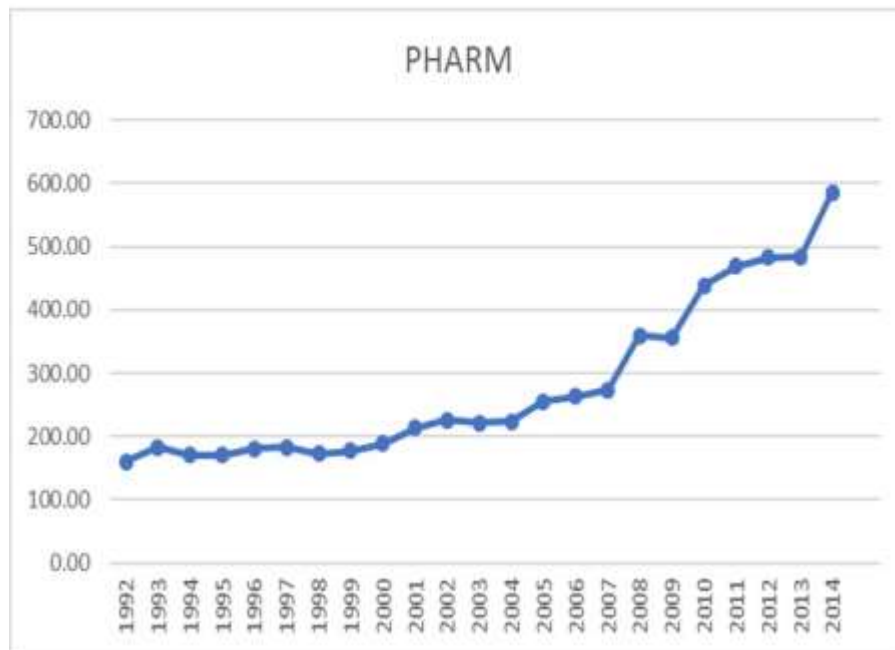
Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob	
		1	-0.107	-0.107	0.3084	0.579
		2	-0.237	-0.251	1.8986	0.387
		3	-0.354	-0.445	5.6241	0.131
		4	0.158	-0.067	6.4061	0.171
		5	0.206	0.022	7.8002	0.168
		6	-0.122	-0.254	8.3132	0.216
		7	-0.069	-0.044	8.4878	0.292
		8	0.142	0.199	9.2773	0.319

شكل 2، منحى الكشف عن الارتباط الذاتي للأخطاء في نموذج الأردن لصناعة الدواء المصدر: مخرجات 9 Eviews

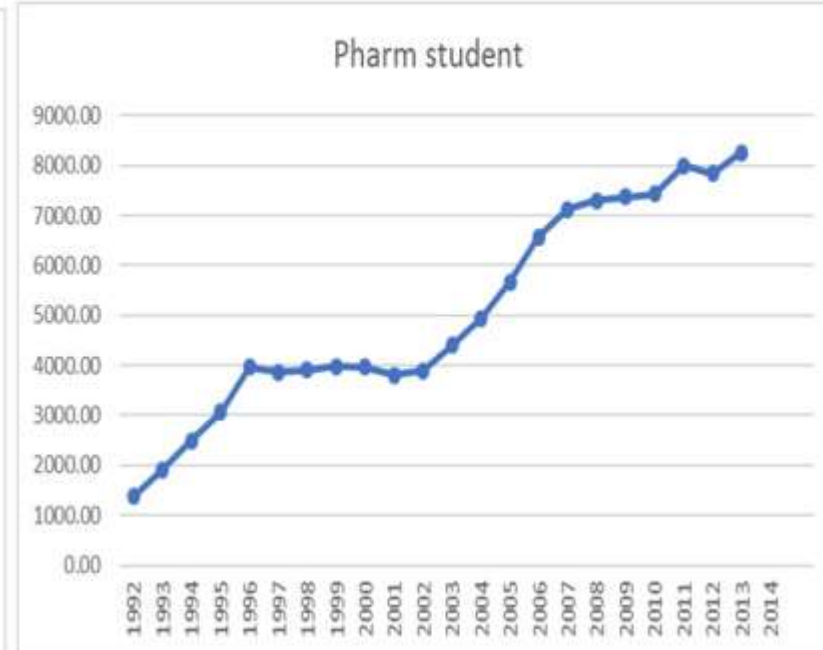


شكل 3: دراسة ثبات نماذج صناعة الدواء في الأردن . المصدر: مخرجات 9 Eviews

إنتاج الدواء في الأردن بالمليون دولار امريكي



عدد طلبة الصيدلة في الأردن



شكل 4 تطور صناعة الدواء وعدد طلبة الصيدلة في الأردن خلال الفترة 1992-2014. المصدر: دائرة الاحصاءات العامة (بيانات غير منشورة، مرسله عبر البريد الالكتروني) بتاريخ 26.11.201؛ قاعدة بيانات دائرة الاحصاءات العامة، عن طريق الحضور الشخصي

جدول 1 : نتائج اختبار جذر الوحدة لنموذج صناعة الدواء في الأردن باستخدام اختبار ADF عند مستوى دلالة 5% (الارقام تمثل P-Value). المصدر : مخرجات Eviews 9

Decision	Model I		Model II				Model III				
	ρ=1		ρ=1		α=0		ρ=1		β=0		
	No	Yes	No	Yes	No	Yes	No	Yes	No	Yes	
مستقرة			0.0000		0.0007					0.2137	Pharmind
غير مستقرة من نوع		0.5337				0.1231				0.3717	PPI
غير مستقرة من نوع		0.5679				0.1192				0.3517	GTC
غير مستقرة من نوع		0.4028				0.1461				0.4019	PPH
غير مستقرة من نوع		0.7004				0.1070				0.3517	Flex
غير مستقرة من نوع		0.7115				0.3018				0.0619	HCAP
غير مستقرة من نوع		0.4248				0.1802				0.1769	Openness
مستقرة			0.0094		0.0095					0.8419	CPI
غير مستقرة من نوع				0.1712	0.0270					0.1370	Loanaccess
غير مستقرة من نوع		0.2931				0.1334				0.3707	Growth
مستقرة	0.0000					0.8642				0.0612	API
غير مستقرة من نوع TS							0.0001		0.0008		Exchange

جدول 2 : نتائج تقدير المعلمات واختبار المعنوية في نموذج صناعة الدواء في الأردن . المصدر : مخرجات Eviews 9

المتغيرات المستقلة	المعلمات	قيمة المعلمة	P-value
	α	-210.4079	0.1112
PPItd	β_1	-43.59425	0.4502
HCAPItd	β_2	12.46288	0.3447
Opennesstd	β_3	7.745679	0.0127
CPI	β_4	-6.568914	0.6866
Loanaccesstd	β_5	0.943554	0.2365
Growth	β_6	1.351225	0.0983
API	β_7	-1.200147	0.0361
Exchange	β_8	184.8522	0.0322
Adjusted R ²		0.330871	
F-Statistics		2.421632	0.066543

جدول 3 : تقدير النموذج باستخدام طريقة *Backward Elimination* . المصدر : مخرجات Eviews 9

المتغير المحذوف					
Loanaccesstd					PPItd
CPI					-
p-value					المتغير المستقل
-					CPI
0.6866					PPItd
0.4502					Loanaccesstd
0.2365					growth
0.0983					Opennesstd
0.0127					API
0.0361					Exchange
0.0322					HCAPItd
0.3447					α
0.1112					Adjusted R ²
0.330871					F-statistic
2.421632					P-value
0.066543					

جدول 4، مصفوفة الارتباط الجزئي بين المتغيرات المستقلة لنموذج صناعة الدواء في الأردن . المصدر: مخرجات Eviews 9

	HCAPIJD	OPENNESSJD	GROWTHJ	APIJ	EXCHANGEJ
HCAPIJD	1	-0.2260985227904303	-0.2733850090534964	0.0498586723197916	-0.1101431557226198
OPENNESSJD	-0.2260985227904303	1	-0.4323870603796813	0.189089708167698	-0.09187779676301663
GROWTHJ	-0.2733850090534964	-0.4323870603796813	1	0.05313842811981611	0.2880170378432828
APIJ	0.0498586723197916	0.189089708167698	0.05313842811981611	1	-0.03713277138952754
EXCHANGEJ	-0.1101431557226198	-0.09187779676301663	0.2880170378432828	-0.03713277138952754	1

جدول 5 اختبار White لعدم ثبات التباين في نماذج صناعة الدواء في الأردن . المصدر: مخرجات Eviews9 والملحق 4-4، من شيخة، 2017 و جدول كا²

24	n
0.978459	R ²
23.48	n×R ²
19	k

30.144	كا ²
--------	-----------------

جدول 6: اختبار الثبات لنموذج صناعة الدواء في الأردن. المصدر: مخرجات Eviews9 وجدول التوزيع F

2000	Breakpoint
(6,12)	درجات الحرية
2.56	F _{calculated}
3	F _{critical}

المراجع

المراجع العربية

- الحاج، مداح عرابي. "تنافسية الصناعات الصيدلانية في دول شمال افريقيا". الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية. العدد 9، 2013
- الراحلة، نسيم محمد، "مدى قدرة شركات الأدوية العربية على مواجهة التحديات المستقبلية، تجربة الأردن"، ورقة مقدمة في ندوة حول: آثار العولمة واتفاقيات منظمة التجارة العالمية على مستقبل الصناعة الدوائية العربية، تونس: 15-16 نوفمبر 2000
- عطية، عبد القادر محمد عبد القادر. الحديث في الاقتصاد القياسي بين النظرية والتطبيق. د.د.ن. د.م.ن 2004
- المصري. أحمد. النظام المنسق لتوصيف وتصنيف المنتجات HS. دائرة الاحصاءات العامة. الأردن 2013، www.moit.gov.jo/moit/sites/default/files/Harmonize%20System%20%20%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%A7%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%B3%D9%82.pdf, August 10, 2015
- شيخة، ليلي. أثر الالتزام بحماية براءات الاختراع على صناعة الأدوية والحصول عليها، دراسة مقارنة بين الأردن والجزائر. أطروحة دكتوراه في الاقتصاد الدولي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة باتنة 1، باتنة، الجزائر 2015-2016
- مداخلة مقدمة في مؤتمر اتجاهات اقتصادية 1، الدول النامية ومنظمة التجارة العالمية WTO : الواقع والتحديات المستقبلية، الكويت: كلية العلوم الادارية، جامعة الكويت، 24.23 نوفمبر 2004، (الورقة غير متاحة وأرسلت للطالبة من طرف الكلية عبر البريد الالكتروني).

المراجع الاجنبية

- ANIMA Investment Network, Plateforme de Coopération pour le Développement Economique en Méditerranée, [www.animaweb.org/fr/investissements?field_secteurs_tid\[0\]=53&field_pays_d_origine_tid=All&field_pays_d_estinations_tid=7](http://www.animaweb.org/fr/investissements?field_secteurs_tid[0]=53&field_pays_d_origine_tid=All&field_pays_d_estinations_tid=7), Las Visited: February 1, 2015
- Annuaire statistique de l'Algérie, Office Nationale des Statistiques, N° 16, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 27, 29
- Bourbonnais, Régis. Économétrie, Cours et Exercices Corrigés. 9^{ème} Ed. Dunod, Paris 2015
- Braga, Carlos a. Primo; Carsten Fink. "The Relationship between Intellectual Property Rights and Foreign Direct Investment". Duke Journal of Comparative & International Law. Vol. 9 :163-1998
- Cepeda, Ricardo H. Cavazos; Douglas C. Lippoldt. The Strengthening of IPR Protection : Policy Complements. London 2010

- El-Said, Hamed Kamel, "TRIPS, Bilateralism, Multilateralism & Pharmaceuticals in Developing Countries: The Case of Jordan",
- Heinz, H. John; C. Fritz Foley; Kamal Saggi. "Has the Shift to Stronger Intellectual Property Rights Promoted Technology Transfer, FDI, and Industrial Development?". The WIPO Journal, Analysis and Debate of Intellectual Property Issues. Volume 2, N°1. Thomson Reuters, London 2010
- Hong, Tzay-Pyng. International Patent Regime for Pharmaceuticals From the Paris Convention to the TRIPS Agreement. Thesis Submitted for the Degree of Ph.D in Law. University of Hull, Hull, United Kingdom 2000
<http://comtrade.un.org/db/mr/rfCommoditiesList.aspx?px=H0&cc=TOTAL>, November 18, 2015
- IFPMA. The Pharmaceutical Industry and Global Health, Facts and Figures 2012. IFPMA, Geneva 2012
- Index of Economic Freedom, www.heritage.org/index/about, August 29, 2015
- Jordan National Competitiveness Team, Jordan's Competitiveness Report 2007, Amman: Ministry of Planning and International Cooperation, 2007
- Lee, Jeong-Yeon; Edwin Mandfield. "Intellectual Property Protection and U.S. Foreign Direct Investment". The Review of Economics and Statistics. Vol. 78, N°2. The MIT Press, May 1996
- Maskus, Keith E. "The Role of Intellectual Property Rights in Encouraging Foreign Direct Investment and Technology Transfer". in Carsten Fink & Keith E. Maskus. Intellectual Property and Development, Lessons from Recent Economic Research. The International Bank for Reconstruction and Development, the World Bank, Washington DC. 2005
- Sasson̄ Albert, " Research and Development in the Arab States: the Impact of Globalization, Facts and Perspectives", Paper Presented at the Regional Seminar about the Impact of Globalization on Higher Education and Research in the Arab States, Rabat, Morocco: UNESCO Forum on Higher Education, Research and Knowledge, 24-25 May 2007
- World Health Organization (c). Trends in Local Production of Medicines and Related Technology Transfer. WHO, Geneva 2011
- World Health Organization. Local Production for Access to Medical Products : Developing a Framework to Improve Public Health. WHO, Geneva 2011
- www.hwwa.de/wmatrix/technical_description.html, April 16, 2007
- www.hwwa.de/wmatrix/technical_description.html, 2007, p.10 and 28;
- www.transparency.org, November 2016
- Zerhouni, Mohammed Wadie, I. Asma el Alami El Fellousse. Vers un Marché Maghrébin du Medicament. L'Institut de Prospective Economique du Monde Méditerranéen (IPEMED), Paris 2013

إدارة الجودة الشاملة في دوائر البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية وعلاقتها بالتميز البحثي

د. إبراهيم عبد سليم عابدين
فلسطين

د. وفيق حلي الأغا
جامعة الأزهر - غزة/ فلسطين

ملخص:

إن تميز الأداء البحثي يتحقق من خلال جودة مدخلات منظومة البحث، وتفاعل هذه المدخلات على النحو الذي يؤدي إلى إنتاج معرفي وعوائد تسهم في ترقية المعرفة الإنسانية في مواجهة المشكلات التنموية للمجتمع، لذلك وجب على الجامعات وضع إجراءات ومعايير في منظومة البحث العلمي لتحقيق التميز المطلوب من خلال توفير الظروف الثقافية والمجتمعية المناسبة للبحث العلمي، وربط الجامعات ومراكز البحوث بالقطاعات الإنتاجية والخدمية، وتبادل الخبرات بين العلماء في الدول المتقدمة، وتطوير المكتبات وتحديثها بما يعين على تكوين الباحثين وتسهيل عملهم في إنجاز المشروعات البحثية. لذلك هدفت الورقة البحثية إلى التعرف على واقع إدارة الجودة الشاملة، والتعرف كذلك على قدرة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة على تحقيق التميز البحثي، والتعرف على طبيعة العلاقة بين واقع إدارة الجودة الشاملة المتمثلة بـ (التزام الإدارة العليا، والحقائق، والتحسين المستمر، وتحفيز فريق العمل، والتدريب والتعليم) وتحقيق التميز البحثي، ولقد تم اختبار ذلك من خلال فرضيات الورقة البحثية، وتم إعداد أداة البحث، وتوزيعها على العينة المكونة من (60) من العاملين في دوائر البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية. وتنبع أهمية هذه الورقة البحثية من الدور الذي تلعبه الجامعات الفلسطينية في تحقيق التنمية البشرية في المجتمع المحلي إضافة إلى كون البقاء والاستمرار والتقدم العلمي والتكنولوجي لا يتحقق بدون الاهتمام بتطوير البحث العلمي.

خلصت الورقة البحثية إلى مجموعة من النتائج أهمها حصول واقع إدارة الجودة الشاملة على نسبة متوسطة (65%)، وحصل مجال تحقيق التميز البحثي على نسبة (69.7%)، وخلصت الورقة البحثية - أيضاً - إلى وجود علاقة طردية بين واقع إدارة الجودة الشاملة وتحقيق التميز البحثي، وتبين أن ما نسبته (38.20%) من التغير في مستوى تحقيق التميز البحثي يعود للتغير في إدارة الجودة الشاملة، كما تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة حول إدارة الجودة الشاملة تعزى للنوع، والمسمى الوظيفي، والعمر، وعدد سنوات الخدمة. أما بالنسبة إلى استجابات أفراد العينة تبعاً للتميز البحثي فتبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى النوع، والمسمى الوظيفي، والعمر، وعدد سنوات الخدمة. وكان من أهم توصيات الدراسة ضرورة القيام بعملية تقييم أداء أعضاء الهيئة التدريسية من خلال مقاييس معينة (على الرغم من أن الإدارة العليا في الجامعات تتبنى تطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة بصفتها مدخل مهم لتحقيق التميز البحثي)، وضرورة القيام بعقد دورات تدريبية لتطبيق فلسفة إدارة الجودة الشاملة في الجامعات وبث ثقافة تطبيقها، والمراجعة الداخلية لتطبيق إجراءات نظام الجودة، وتوفير الإمكانيات المادية للباحثين لتساعدتهم على النشر الدولي داخل دوريات علمية متخصصة، للحصول على براءات اختراع داخل مجالات تخصصهم، وتجديد العلماء لإيجاد الحلول الممكنة للمشكلات الموجودة لخدمة المجتمع الفلسطيني وحل قضاياها. ورفع الميزانية المخصصة للبحث العلمي على مستوى الجامعات الفلسطينية مقارنة بالدول المتقدمة، والعمل على وجود هيئة تعمل على التنسيق بين الجامعات والجهات البحثية داخل المجتمع الفلسطيني والعربي.

كلمات مفتاحية: إدارة الجودة الشاملة، التميز البحثي، دوائر البحث العلمي في الجامعات.

مقدمة:

شهدت المجتمعات العربية العديد من التغيرات الملحوظة في شتى المجالات التي تفرض عليها تغيير أساليبها التقليدية في الإدارة، وتبني المفاهيم الإدارية الحديثة إذا ما أرادت تحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية، ولأن الجامعات هي من أهم مؤسسات التربية والتعليم، كغيرها من المؤسسات التي تحتاج إلى التغيير والتطوير فهي تسعى باستمرار للتركيز على أهمية البحث العلمي، وتخصيص له موازنة لتواكب التطور المتسارع في العالم، وذلك من خلال تبني نظام يتصف بالمرونة والحدثة والشمولية لعلاج العديد من المشكلات التي تواجه المجتمع، والبحث

عن القضايا التي تحتاج إلى التعرف على أسبابها، ووضع آليات لمعالجتها من خلال التميز في البحث العلمي، ومن ثم إنتاج معرفة متميزة من جراء تنفيذ البحوث العلمية.

إن انتشار مفهوم إدارة الجودة الشاملة التي اتسع تطبيقها في المنظمات على مستوى العالم كان له الأثر الواضح في تقدم الكثير منها خاصة في ظل تطبيقها سواء أكانت إنتاجية أو خدمية كان لا بد للجامعات تطبيق هذا المفهوم بواسطة الباحثين والمختصين ليصبح أسلوب قابل للتطبيق في مجال التعليم؛ حيث إننا نعيش في عالم يتسم بالثورة المعلوماتية، وتحول المجتمعات الصناعية إلى مجتمعات معرفية، كان لا بد للجامعات أن تسهم في بناء مجتمع معرفي للنهوض بالمجتمع علمياً وفكرياً من خلال معايير وإجراءات تهدف تنفيذها إلى التحسين المستمر (الخفاجي، 2011: 20).

إن تميز الأداء البحثي المتحقق من خلال جودة مدخلات منظومة البحث، وتفاعل هذه المدخلات على النحو الذي يؤدي إلى إنتاج معرفي وعوائد تسهم في ترقية المعرفة الإنسانية، وفي مواجهة المشكلات التنموية في المجتمع، لذلك وجب على الجامعات وضع إجراءات ومعايير في منظومة البحث العلمي لتحقيق التميز المطلوب من خلال توفير الظروف الثقافية والمجتمعية المناسبة للبحث العلمي، وربط الجامعات ومراكز البحوث بالقطاعات الإنتاجية والخدمية، وتبادل الخبرات بين العلماء في الدول المتقدمة، وتطوير المكتبات وتحديثها بما يعين على تكوين الباحثين وتسهيل عملهم في إنجاز المشروعات البحثية (فخرو، 2009: 120). ولهذا تتناول الدراسة واقع إدارة الجودة الشاملة في دوائر البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية وعلاقتها بالتميز البحثي في ضوء بعض المتغيرات الديموغرافية.

مشكلة الدراسة:

من خلال الاطلاع على أدبيات التميز البحثي، والتحول الهائل في مفهومه، وفي الوقت الذي ما تزال الجامعات ومراكز البحوث تتخذ أساليب وطرق تقليدية، الذي يفقدها قدرتها على التواصل مع الجامعات والمراكز البحثية في الدول المتقدمة للاستفادة من خبراتها البحثية؛ حيث يتسم التميز في الأداء البحثي بالشكلية والمظهرية، ويفتقر إلى المعايير التي تتيح التميز في الأداء والإنجاز (فخرو، 2009: 118). وبالتالي تحاول الدراسة التعرف على واقع إدارة الجودة الشاملة في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية وعلاقتها بالتميز البحثي من خلال التساؤل الرئيس التالي الذي يعبر في مجمله عن مشكلة الدراسة وفق الآتي: ما واقع إدارة الجودة الشاملة في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية وعلاقتها بالتميز البحثي؟ ويتفرع من التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية التالية:

- ما واقع إدارة الجودة الشاملة في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية؟
- ما مستوى التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية؟
- هل يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة الجودة الشاملة والتميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة الجودة الشاملة على التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية؟
- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة حول إدارة الجودة الشاملة وحول التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى للمتغيرات: (النوع، المسعى الوظيفي، العمر، عدد سنوات الخدمة)؟

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس في الكشف عن واقع إدارة الجودة الشاملة في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية وعلاقتها بالتميز البحثي، ويندرج تحته مجموعة من الأهداف:

- التعرف على واقع إدارة الجودة الشاملة في دائرة البحث العلمي موضع الدراسة.
- الكشف عن مستوى التميز البحثي في دائرة البحث العلمي موضع الدراسة.
- تحديد العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة والتميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية.

- تحديد التغير في التميز البحثي نتيجة التغير في إدارة الجودة الشاملة.
- بيان الفروق في استجابات أفراد العينة تجاه متغيرات الدراسة وفقاً للمتغيرات التالية: (النوع، المسعى الوظيفي، العمر، عدد سنوات الخدمة).

أهمية الدراسة:

- تنبع أهمية الدراسة من الدور الذي تلعبه الجامعات الفلسطينية في تحقيق التنمية البشرية في المجتمع المحلي.
- البقاء والاستمرار للجامعات لا يتحقق بدون الاهتمام في تحقيق التميز البحثي، ومعالجة المشكلات التي تواجه المجتمعات.
- قدرة الجامعات على تحقيق التحسين المستمر لا تتحقق بدون تطبيق إدارة الجودة الشاملة وبيان أثره على التميز البحثي.

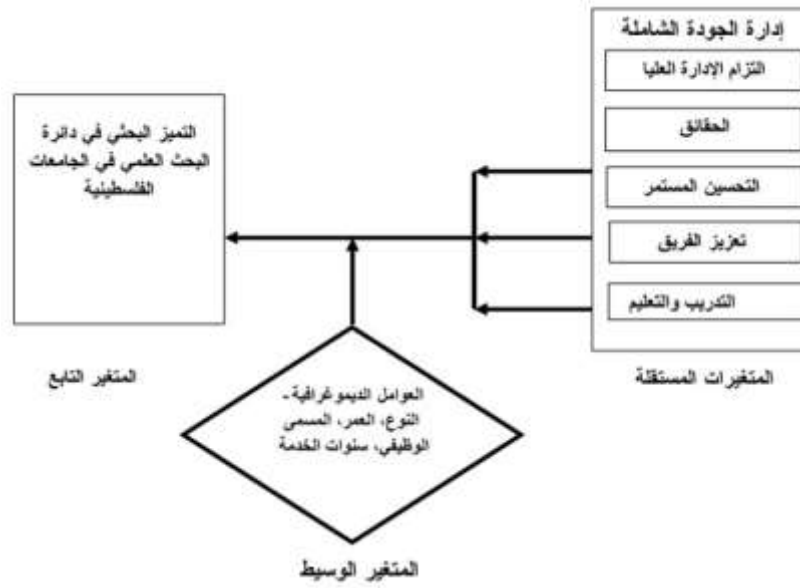
فرضيات الدراسة:

تمثلت فرضيات الدراسة فيما يأتي:

- الفرضية الأولى: "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين واقع إدارة الجودة الشاملة وتحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية"، ويتفرع من هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية التالية:
 - "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين التزام الإدارة العليا وتحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي".
 - "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الحقائق وتحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي".
 - "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين التحسين المستمر وتحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي".
 - "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين تحفيز الفريق وتحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي".
 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين التدريب والتعليم وتحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي".
- الفرضية الثانية: "لا يوجد أثر ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لإدارة الجودة الشاملة في تحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي"
- الفرضية الثالثة: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد العينة حول واقع إدارة الجودة الشاملة في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى للمتغيرات الديموغرافية التالية: (النوع، العمر، المسعى الوظيفي، سنوات الخدمة)"
- الفرضية الرابعة: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) في استجابات أفراد العينة حول مستوى التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى للمتغيرات الديموغرافية التالية: (النوع، العمر، المسعى الوظيفي، سنوات الخدمة)"

خامساً: أنموذج متغيرات الدراسة:

استكمالاً لمعالجة مشكلة البحث وتحقيقاً لأهدافها تم بناء مخطط افتراضي للبحث، والذي يعكس علاقات ارتباط وتأثير مباشر بين متغيرات أبعاد إدارة الجودة الشاملة، والتميز البحثي كما هو موضح في الشكل التالي:



شكل 1: أنموذج الدراسة

حدود الدراسة:

تحدد حدود هذه الدراسة بما يأتي:

- الحدود الموضوعية: تتناول الدراسة واقع إدارة الجودة الشاملة في تحقيق التميز البحثي.
- الحدود المكانية: تمت هذه الدراسة على العاملين في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية في محافظات غزة وهي (3) جامعات موزعة كالتالي: (جامعة الأزهر، الجامعة الإسلامية، جامعة الأقصى).
- الحدود الزمنية: أجريت هذه الدراسة خلال شهري يناير، وفبراير 2018.
- الحدود البشرية: العاملين في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية، والذين هم على رأس عملهم حتى تاريخ (2018/2/25)

دراسات سابقة

دراسة (بحر والمدهون، 2017)، هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيق مبادئ الجودة الشاملة على أداء المؤسسات في المنظمات الأهلية الأجنبية العاملة في قطاع غزة، والتعرف على مقاييس الأداء التي تتبعها هذه المؤسسات، وكان من أهم نتائجها: وجود اهتمام كبير من قبل المؤسسات الأهلية بمبادئ الجودة الشاملة وتطبيقها، وكذلك وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جميع مبادئ الجودة الشاملة والأداء المؤسسي المتبع في تلك المؤسسات.

دراسة (Venkata & Sreenivas. 2017) الهدف الأساسي من الدراسة هو إعطاء لمحة عامة عن مفهوم إدارة الجودة الشاملة وأثارها في المنظمات بشكل عام والمؤسسات التقنية العليا على وجه الخصوص، ومن أهم نتائجها: أن مؤسسات التعليم الفني العليا تلعب دوراً حيوياً في تنمية المجتمع، وللجامعات دور حاسم في تثقيف المهنيين المحتملين ورجال الأعمال والقادة السياسيين والعلماء والاجتماعيين الذين يخدمون المجتمع.

دراسة (علوان، 2016)، هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة تطبيق جامعة تكريت لواقع الأداء الجامعي في ضوء مؤشرات إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية، وكان من أهم نتائجها: أن درجة إمكانية تطبيق مؤشرات الجودة الشاملة كانت بدرجة متوسطة.

دراسة (كاظم، 2016)، هدفت الدراسة إلى التعرف على الأخطار التي تواجهها الكلية عينة البحث نتيجة زيادة الخطر بأنواعه وإلى تحليل العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة متمثلة بمسئولياتها في دعم إدارة الكلية ومشاركة الكوادر في التحسين والتطوير المستمرين والتركيز على الزبون، وكان من أهم نتائجها: وجود علاقة وثيقة بين إدارة الجودة الشاملة وإدارة الأخطار، وهذا يدل على أن تحقيق إدارة جودة شاملة سيؤدي إلى تخفيف الأخطار.

دراسة (الهدى، 2014)، هدف البحث إلى تسليط الضوء على تنافسية الجامعات من خلال مؤشر التصنيفات العالمية لها وإمكانية تحسينها بانتهاج مدخل إدارة الجودة الشاملة، وكان من أهم نتائجها: أن رضا الزبون – ممثلاً في الطالب ومختلف المستفيدين من نشاط الجامعة هو محور اهتمام مدخل إدارة الجودة الشاملة، لذا من الواضح أهميته في تحسين التنافسية، كونها تقوم هي الأخرى على أساس جذب الزبون والحفاظ عليه.

دراسة (الرحيبي، والمارديني، 2011)، هدفت الدراسة إلى توضيح مفهوم الإبداع البحثي في الوطن العربي، وبيان مظاهره وانعكاساته على المسيرة البحثية، وأظهرت أهم النتائج انخفاض مستوى الإبداع البحثي في العالم العربي، وذلك بدلالة قلة عدد الأوراق البحثية والمحكمة علمياً، وقلة عدد براءات الاختراع المسجلة عالمياً للعالم العربي.

دراسة (الصفار، ويونس، 2009)، يهدف البحث إلى تعزيز مفاهيم وأهمية إدارة الجودة الشاملة لدى مؤسسات التعليم العالي، ومن أهم النقاط الإرشادية: لابد لمؤسسات التعليم العالي من وضع نظام توثيقي يساهم في تطبيق الجودة، ويضمن فكرة التحسين المستمر، والتركيز على البحث العلمي النظري والتطبيقي على أن يضمن مشاركة جميع أعضاء الهيئة التدريسية.

دراسة (الخفاجي، 2009)، هدفت الدراسة إلى تطبيق فلسفة إدارة الجودة الشاملة (TQM) في بيئة التعليم الجامعي من منظور استراتيجي عن طريق دراسة استطلاعية لآراء عينة من الإدارات العليا في جامعة الكوفة، وكان من أهم نتائجها: ضرورة تبني متطلبات إدارة الجودة الشاملة من أجل تحسين جودة التعليم الجامعي.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد استعراض الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، لوحظ تنوع الدراسات السابقة بين دراسات محلية وعربية وأجنبية، وتعدد واختلاف أهدافها والقطاعات والمتغيرات التي تناولتها، والمنهجيات التي اتبعتها، وقد غلب على تلك الدراسات استخدام المنهج الوصفي التحليلي. بالإضافة إلى أن معظم الدراسات السابقة استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات. كما تنوعت طريقة تحديد مجتمع الدراسة؛ حيث اعتمدت في معظم الدراسات المذكورة على طريقة العينة في جمع البيانات من المجتمع الأصلي، في حين يوجد عدد قليل من تلك الدراسات اعتمد أسلوب المسح الشامل لمجتمع الدراسة. وتمتاز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في مجال التطبيق؛ حيث تطبق على قطاع هام وهو قطاع التعليم العالي في قطاع غزة. إضافة إلى ربطها بين موضوعين مهمين وهما إدارة الجودة الشاملة والتميز البحثي.

إدارة الجودة الشاملة في التعليم العالي

حظي مفهوم إدارة الجودة الشاملة باهتمام كبير من قبل الباحثين والمختصين على مختلف الأصعدة كونه من المفاهيم الإدارية الحديثة. حيث أنه يحمل أفكار ونظم ومبادئ تتماشى مع التطور في جميع المؤسسات من أجل تحقيق الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، وبالتالي تعددت وتنوعت المفاهيم، والتعريفات حول هذا المصطلح كل بحسب خلفيته العلمية أو وجهة النظر التي ينظر من خلالها إلى هذا المفهوم وذلك وفق التالي:

إدارة الجودة الشاملة (المفهوم)

يرى (Mittal, et al, 2011: 1368) أنها مجموعة من الأنشطة والعمليات التي يجب على الجميع (المدرء والعاملين) المحافظة عليها، والالتزام

بها لغرض تحسين عمليات المنظمة، وبشكل مستمر من خلال دمج المعرفة وتجارب العاملين، والتي سينتج عنها عمل الأشياء الصحيحة من المرة الأولى وفي كل مرة.

تعرفها (منظمة التقييس العالمية) بأنها عقيدة أو عرف متأصل وشامل في أسلوب القيادة والتشغيل لمؤسسة ما. بهدف التحسين المستمر في الأداء على المدى البعيد، من خلال التركيز على متطلبات وتوقعات الزبائن مع عدم إغفال متطلبات المساهمين، وجميع أصحاب المصالح الآخرين (يوسف، 2012: 32).

ويشير كلاً من (Russell, R. & Taylor, B, 2003: 92)، إلى أن إدارة الجودة الشاملة هي المطابقة للمواصفات، وأنها الملائمة للاستخدام، والمكانة أو الرفعة أو التميز، وأصبح ينظر إليها إنها قضية استراتيجية تدخل ضمن التخطيط الاستراتيجي للمؤسسات.

مفهوم إدارة الجودة الشاملة في التعليم على النحو التالي:

- يعرف كنعان (2008: 6)، أن الجودة التعليمية هي عملية تطبيق مجموعة من المعايير والمواصفات التعليمية والتربوية اللازمة لرفع مستوى جودة المنتج التعليمي بوساطة كل فرد من العاملين بالمؤسسة التعليمية وفي جوانب العملية التعليمية والتربوية بالمؤسسة كلها.
- أما Huang cheng فيعرف إدارة الجودة في المؤسسات التعليمية بأنها يمكن أن تحسن المفاهيم المختلفة لجودة التعليم والتي تتمثل في: تحسين أداء الأستاذ، وتحسين أداء الطلبة، وتطوير البرامج والخطط التعليمية، وتحسين الروابط بين المجتمعات التعليمية، وفي تطوير البيئة العامة وأدائها، وفي تحسين التقويم التربوي، وتطوير ميادين تربوية أخرى (الطائي، وآخرون، 2008: 72) نقلاً عن (صادق، وحמיד، 2017: 209).
- كما تعرف بأنها أسلوب متكامل يطبق في جميع فروع ومستويات المنظومة التعليمية ليوثر للعاملين وفرق العمل الفرصة لإشباع حاجات الطلبة والمستفيدين من عملية التعليم، أو هي فعالية تحقيق أفضل خدمات تعليمية بحثية واستشارية بكفاءة الأساليب وأقل التكاليف وأعلى جودة ممكنة (الترتوري، 2009: 41).
- ويرى أبو جعفر (2009: 3) أنها "إرضاء الزبون ومعرفة متطلباته الحالية والمستقبلية وتحقيقها سواء كانوا زبائن داخليين كالطلاب والأساتذة، أو خارجيين كأولياء الأمور والمؤسسات التي سيعمل بها الخريج مستقبلاً إضافة إلى التحسين اليومي المستمر لتأكيد تطابق المواصفات والمعايير التي تحددها متطلبات الزبائن.
- أما warnok فيرى أن الجودة في التعليم العالي ترتبط مباشرة بوضوح الغايات والأهداف ووجود استراتيجية لوضع أعداد المناهج الدراسية والنمو المهني لأعضاء الهيئة التدريسية بما في ذلك اختبار وتقويم الأداء المهني ووجود وسائل وأدوات للتعرف على وجهات نظر الطلبة وأصحاب العمل في تقويم المنهج بالإضافة إلى أسلوب التقويم الذاتي الداخلي (عابدين، 2007: 9).

ويرى الباحثان من التعريفات السابقة أنها تتفق حول أساليب الإدارة الأساسية، والتي تتضمن التركيز على التحسين المستمر للعملية التعليمية المتمثلة في تحقيق الرضا للمستفيد من خلال نظام متكامل مما يجعل المستفيدين ناعين على المدى البعيد، وكذلك التركيز على المستفيد الثانوي المتمثل في الآباء وأولياء الأمور والمجتمع الذين من قههم توقع نمو قدرات ومهارات وشخصيات أبنائهم، والسعي إلى زيادة جودة العملية التعليمية لارتباطها الوثيق بمتطلبات سوق العمل المستمرة. ويمكن تحقيق الجودة الشاملة في قطاع التعليم العالي من خلال العناصر التالية: (صادق، وحמיד، 2017: 209).

- جودة الطالب الجامعي من حيث قبوله والتحاقه بالجامعة وجودة تأهله.
- جودة البرامج التعليمية، بحيث تتصف بالعمق والشمول والتكامل لتحقيق أهداف الجامعة وتطلعاتها.
- جودة طرق التدريس، حيث لا توجد طريقة مثلى للتدريس ولكن يتعين أن تمتاز بمعايير معينة.
- جودة المباني والتجهيزات من حيث اتساع القاعات وجودة الإضاءة والتهوية والسلامة.
- جودة تقييم الأداء الجامعي يتوفر معايير للحكم على جودة كافة مدخلات العملية التعليمية.
- جودة الإدارة الجامعية، وتعني جودة العملية الإدارية التي يمارسها كل مدير أو قائد في النظام الجامعي.

أهداف إدارة الجودة الشاملة في التعليم العالي:

يوجد العديد من الأهداف التي تتبناها الجامعات لتطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة، وفيما يلي عرض لبعض تلك الأهداف (الطائي، والعبادي، 2005: 172) نقلا عن (الهدى، 2014: 3):

- تطوير أداء جميع العاملين عن طريق تنمية روح العمل التعاوني الجامعي، وتنمية مهارات العمل الجامعي بهدف الاستفادة من كافة الطاقات وكافة العاملين.
- ترسيخ مفاهيم الجودة تحت شعارها الدائم أن نعمل الأشياء بطريقة صحيحة من المرة الأولى، وفي كل مرة.
- تحقيق نقلة نوعية في عملية التربية والتعليم تقوم على أساس التوثيق للبرامج والإجراءات والتفعيل للوائح والتوجيهات، والارتقاء بمستويات الطلاب.
- اتخاذ كافة الإجراءات الوقائية لتلافي الأخطاء قبل وقوعها، والعمل على تحسين الأداء بصفة مستمرة.
- الوقوف على المشكلات التربوية والتعليمية في الميدان، ودراسة هذه المشكلات وتحليلها بالأساليب والطرق العلمية المعروفة، واقتراح الحلول المناسبة لها ومتابعة تنفيذها مع تعزيز الإيجابيات، والعمل على تلافي السلبيات.

التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية:

زاد الاهتمام بالبحث العلمي في الجامعات الفلسطينية لما له من أهمية، وقدرة على إنتاج المعرفة. وبالتالي فإن المجتمع البشري يمر بثورة معرفية، وأصبحت المجتمعات تقاس بقدرتها على امتلاك المعرفة، وتعد مؤشر لتقدمها، ويرى أبو عرابي (2010: 38) أن البحث العلمي في الجامعات هو نتاج أعضاء هيئة التدريس الذين يشكلون أكثر من 80% من العاملين في حقل البحث العلمي في معظم الدول العربية، ومن بين الآليات والطرق التي تضمن الاستثمار في البحث العلمي في الوطن العربي التالي:

- تطوير برامج ربط الباحث بمؤسسات القطاعات المختلفة الصناعية، والزراعية والإنتاجية، وغير ذلك.
- تعزيز مبدأ التشاركية في إعداد الأبحاث التطبيقية من خلال مشاركة الجهة المستفيدة، ومتابعة كافة مراحل الدراسة.
- العمل على توصيل نتائج الأبحاث للمستفيد النهائي من خلال برامج تدريبية ونشرات إرشادية، ووسائل الإعلام المختلفة، والأخذ بالتغذية الراجعة.
- تسليط الضوء على حالات النجاح، وتعميمها على المستفيدين، ودراسة الحالات غير الموفقة، والتعرف على أسباب الفشل.
- التأكيد على توافق نتائج البحث على المستوى الاجتماعي والاقتصادي والعلمي للمستفيد الأول.
- مناقشة نتائج الأبحاث مع أعضاء هيئة التدريس بنهج علمي يحث على التفكير والإبداع.
- رفع مخصصات البحث العلمي من الناتج القومي الإجمالي والمؤسسات الخاصة في تبني سياسات تدعم البحث العلمي، وتشجيع البحوث المشتركة بين الجامعات والقطاع الخاص.

ويشير فخور (2009: 120)، أن التميز البحثي المتحقق من خلال تفاعل المدخلات على النحو الذي يفرض إلى إنتاج معرفي، وعوائد تسهم في ترقية المعرفة الإنسانية، وفي مواجهة المشكلات التنموية في المجتمع، ومن أجل تفعيل مفهوم التميز البحثي لابد من إتباع النقاط التالية لتحقيق التميز البحثي في العالم العربي نستعرضها فيما يلي:

- اتباع منهجيات، وأساليب بحثية متقدمة لتنفيذ مشروعات البحوث.
- العناية بوضع سياسات واستراتيجيات تفعيل البحث العلمي على النطاق المجتمعي، والمؤسسي داخل مؤسسات البحث في الجامعات، ومراكز البحوث.
- تعزيز مفهوم البحث الفريقي.
- تعزيز مفهوم البحوث البيئية.

- التنمية المهنية للكوادر البحثية.
- توفير مقومات البيئة البحثية لمنظومات البحوث والمتعلقة بتوفير التمويل، والتجهيزات، والمكتبات الحديثة.
- تعزيز الحرية الأكاديمية، واستقلالية المؤسسات البحثية.

معايير جودة الأداء البحثي لأعضاء هيئة التدريس (مصطفى، وآخرون، 2008: 191)، نقلا عن (فخور، 2009: 123):

- اتقان استخدام مناهج البحث العلمي وتقنياته وآلياته في مجال تخصصه.
- الحرص على حضور حلقات السيمينار العلمية، والمؤتمرات العلمية.
- الحرص على التزود بأحدث معرفة تتعلق بالتخصص سواء أكان بأسلوب مباشر أو غير مباشر.
- توطئ الفكر والتطبيق العالميين، مع توجيه الباحثين للتفكير عالمياً والتطبيق محلياً.
- الإشراف الجاد على الرسائل وإنهاءها في أجود صورة، وفي أسرع وقت.
- الاشتراك في الحكم على الرسائل بحيث تكون مناقشة للطلاب محاضرة تذكارية تحسب له.
- إعداد أوراق بحثية، ونشرها ليستفيد بها المهتمون بمجالها.
- الإسهام في بحوث الفريق على مستوى القسم، أو الكلية، أو الجامعة، وبالإشتراك مع مؤسسات المجتمع على أن تكون ذات نفع مباشر أو غير مباشر للنهضة القومية.

ومن المتعارف عليه أنه كلما زاد عدد الباحثين كلما ارتقى مستوى الأداء البحثي كما ونوعاً مما يؤدي بشكل حتمي إلى زيادة احتمالية الخلق والإبداع بشكل عام؛ حيث لا يوجد معايير عملية تحدد من هو الشخص الذي يمكن تصنيفه باحثاً، علاوة على الاختلاف في تصنيف الباحثين نتيجة لاختلاف مرجعية المواصفات التي تحدد صفة الباحث، وبالتالي يمكن الاستدلال على واقع البحث العلمي، وتميزه في العالم العربي من خلال مؤشرين رئيسيين هما (الرحيمي، والمارديني، 2011: 575):

- النشر العلمي المحكم في العالم العربي، ونسبته مع كل مليون نسمة من السكان.
- براءات الاختراع المسجلة عالمياً. حيث تعد المؤشر الحقيقي القادر على تحقيق القدرة الإبداعية للبحث العلمي.

منهجية البحث:

بناءً على طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها فقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، والذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كمياً، كما لا يكتفي هذا المنهج عند جمع المعلومات المتعلقة بالظاهرة من أجل استقصاء مظاهرها وعلاقاتها المختلفة، بل يتعداه إلى التحليل والربط والتفسير للوصول إلى استنتاجات يبنى عليها التصور المقترح بحيث يزيد بها رصيد المعرفة عن الموضوع (أبوحطب وصادق، 2005، ص 104).

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين، والبالغ عددهم (130) موظفاً في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية (جامعة الأزهر، الجامعة الإسلامية، جامعة الأقصى).

عينة الدراسة:

لقد جاءت عينة الدراسة من المبحوثين مكونة من عدد (60)، ونسبة (46.2%) من العاملين في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية.

أداة الدراسة:

تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتشتمل الاستبانة على مجموعة من المحاور والفقرات.

صدق أداة الدراسة:

ونعني بصدق أداة الدراسة، أن الأداة تقيس ما وضعت لقياسه، وقد تم التأكد من صدق الاستبانة من خلال الطرق التالية: الصدق من وجهة نظر المحكمين: وقد تم التعديل بناء على آراء المحكمين. وصدق الاتساق الداخلي: تم حساب صدق الاتساق الداخلي من خلال إيجاد معاملات الارتباط لمحاور الاستبانة، كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول 1: صدق الاتساق الداخلي لمحاور الاستبانة

الرقم	المحور	معامل الارتباط	قيمة "Sig."	الدالة
1	التزام الإدارة العليا	0.690	0.000	دالة عند 0.01
2	الحقائق	0.932	0.000	دالة عند 0.01
3	التحسين المستمر	0.857	0.000	دالة عند 0.01
4	تعزيز الفريق	0.762	0.000	دالة عند 0.01
5	التدريب والتعليم	0.954	0.000	دالة عند 0.01
6	التميز البحثي	0.679	0.000	دالة عند 0.01

يتبين من الجدول السابق أن محاور الاستبانة تتمتع بمعاملات ارتباط دالة إحصائياً، وتفي بأغراض الدراسة.

ثبات أداة الدراسة:

ونعني بثبات أداة الدراسة، أن الأداة تعطي نفس النتائج تقريباً لو طبقت مرة أخرى على نفس المجموعة من الأفراد، أي أن النتائج لا تتغير، وقد تم التأكد من ثبات الاستبانة من خلال الطرق التالية:

- الثبات باستخدام معادلة ألفا كرونباخ: تم التأكد من ثبات أداة الدراسة من خلال حساب معاملات الارتباط لمحاور الاستبانة باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، وبلغت للاستبانة ككل 0.948 وهي درجة عالية من الموثوقية، تعد مرتفعة ومطمئنة لمدى ثبات أداة الدراسة.
- الثبات بطريقة التجزئة النصفية: تم التأكد من ثبات أداة الدراسة من خلال حساب معاملات الارتباط لمحاور الاستبانة بطريقة التجزئة النصفية، وبلغت للاستبانة ككل 0.962.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

وللإجابة على أسئلة الدراسة تم استخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS): (بيرسون، معادلة ألفا كرونباخ، طريقة التجزئة النصفية، اختبار "T" للعينة الواحدة، اختبار T-Test، اختبار One-Way ANOVA، تحليل الانحدار الخطي).

نتائج الدراسة:

نتائج الدراسة ملخصة فيما هو ادناه:

نتائج السؤال الأول: ما واقع إدارة الجودة الشاملة في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية؟

تم الإجابة على هذا السؤال باستخدام اختبار "T" للعينة الواحدة، كما هو مبين في الجداول التالية:

جدول 2: محاور إدارة الجودة الشاملة

الرقم	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
1	التزام الإدارة العليا	3.102	0.804	0.987	62.048	4	متوسطة
2	الحقائق	3.064	0.701	0.706	61.278	5	متوسطة
3	التحسين المستمر	3.363	0.742	3.786	67.250	2	متوسطة
4	تعزيز الفريق	3.267	0.811	2.545	65.333	3	متوسطة
5	التدريب والتعليم	3.483	0.723	5.180	69.667	1	كبيرة
	إدارة الجودة الشاملة	3.250	0.555	3.487	65.000		متوسطة

وقد تبين من الجدول السابق أن:

- واقع التزام الإدارة العليا في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية جاء بوزن نسبي (62.048)، وهو بدرجة (متوسطة). تلاه بعد واقع الحقائق في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية جاء بوزن نسبي (61.278)، وهو بدرجة (متوسطة). وبعد واقع التحسين المستمر في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية جاء بوزن نسبي (67.250)، وهو بدرجة (متوسطة). وكذلك بعد واقع تعزيز الفريق في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية جاء بوزن نسبي (65.333)، وهو بدرجة (متوسطة). وواقع التدريب والتعليم في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية جاء بوزن نسبي (69.667)، وهو بدرجة (كبيرة).
- واقع إدارة الجودة الشاملة في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية جاء بوزن نسبي (65.000)، وهو بدرجة (متوسطة). ويرجع الباحثان ذلك إلى محاولة الجامعات تطبيق إدارة الجودة الشاملة من خلال التزامها، والعمل على التحسين المستمر، والتدريب والتعليم، وتنفق هذه النتائج مع دراسة (بحر والمدهون، 2017) التي بينت وجود الاهتمام الكبير من قبل المؤسسات الأهلية بمبادئ الجودة الشاملة وتطبيقها، واتفقت أيضاً مع دراسة (Venkata & Sreenivas، 2017) ودراسة (علوان، 2016) التي أظهرت أن درجة إمكانية تطبيق مؤشرات الجودة الشاملة كانت بدرجة متوسطة.

نتائج السؤال الثاني: ما مستوى التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية؟

جدول 3: فقرات محور التميز البحثي

الرقم	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
1	تهتم الجامعة بالتميز في إعداد البحوث العلمية.	3.483	1.172	3.196	69.667	7	كبيرة
2	يوجد اهتمام بالتكنولوجيا في العملية البحثية.	3.850	1.147	5.739	77.000	3	كبيرة
3	يوجد اهتمام بالمكتبات والمراجع لجودة العملية البحثية.	3.400	1.317	2.352	68.000	8	كبيرة
4	تتميز الأبحاث بحل مشكلات وتلبية حاجات المجتمع.	3.217	1.303	1.288	64.333	11	متوسطة

الرقم	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	الوزن النسبي	الترتيب	درجة الموافقة
5	تشجيع الجامعة الباحثين على بحث مشكلات وقضايا المجتمع.	3.750	1.114	5.214	75.000	4	كبيرة
6	تخصص الجامعة جزء مناسب من الموازنة لدعم البحث العلمي.	3.383	1.250	2.375	67.667	9	متوسطة
7	تصدر الجامعة المجلات العلمية المتخصصة وفق المعايير الدولية.	3.550	1.199	3.553	71.000	5	كبيرة
8	تعمل الجامعة على أن يكون البحث العلمي وفق معايير الأداء العالمية.	2.967	1.178	-0.219	59.333	13	متوسطة
9	تحرص الجامعة على دعم المكتبات بالكتب والمراجع والدوريات وقواعد البيانات الالكترونية.	3.267	1.163	1.777	65.333	10	متوسطة
10	تدعم الجامعة البحوث العلمية المبتكرة وتضع نظام لمنح جائزة لأفضل بحث سنوياً.	3.950	1.141	6.448	79.000	1	كبيرة
11	تقوم الجامعة على تكوين علاقات عمل مع المؤسسات البحثية.	3.900	1.053	6.621	78.000	2	كبيرة
12	تهتم الجامعة بحصول موظفيها على الجوائز البحثية	3.100	1.526	0.508	62.000	12	متوسطة
13	تهتم الجامعة بتطوير مقرراتها باستمرار.	3.500	1.347	2.876	70.000	6	كبيرة
	التميز البحثي	3.486	0.634	5.940	69.718		كبيرة

وقد تبين من الجدول السابق أن:

- مستوى التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية جاء بوزن نسبي (69.718)، وهو بدرجة (كبيرة). ويعزو الباحثان ذلك إلى اهتمام الجامعات بالبحث العلمي، والسعي الحثيث للوصول إلى التميز من أجل مواكبة تطور الجامعات العربية والأجنبية للاستفادة من الأبحاث المقدمة في خدمة المجتمع المحلي، وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (الرحبي، والمارديني، 2011) التي أظهرت انخفاض مستوى الإبداع البحثي في العالم العربي، وذلك بدلالة قلة عدد الأوراق البحثية والمحكمة علمياً، وقلة عدد براءات الاختراع المسجلة عالمياً للعالم العربي.
- حصلت الفقرة (تدعم الجامعة البحوث العلمية المبتكرة وتضع نظام لمنح جائزة لأفضل بحث سنوياً) على المرتبة الأولى، بوزن نسبي (79.000). ويرجع ذلك إلى قيام الجامعات بوضع برنامج لتحفيز الباحثين للوصول للتميز البحثي.
- جاءت الفقرة (تعمل الجامعة على أن يكون البحث العلمي وفق معايير الأداء العالمية) في المرتبة الأخيرة، بوزن نسبي (59.333). ويرجع السبب في ذلك إلى عدم قدرة دائرة البحث العلمي في الجامعات على تطبيق معايير الأداء العالمية لضعف الإمكانيات البشرية والمادية.

نتائج السؤال الثالث: هل يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة الجودة الشاملة والتميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية؟

وللإجابة على هذا السؤال تم صياغة الفرضية التالية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين إدارة الجودة الشاملة والتميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية. ويتفرع من الفرضية الرئيسية الفرضيات الخمسة التي يمكن اختبارها وفق الجدول التالي: ولقد تم التحقق من صحة هذه الفرضية عن طريق إيجاد معاملات الارتباط، كما هو مبين في الجدول (4):

جدول 4: العلاقة بين محاور إدارة الجودة الشاملة والتميز البحثي

مستوى الدلالة	قيمة "Sig."	معامل الارتباط	محاور إدارة الجودة الشاملة والتميز البحثي
دالة عند 0.01	0.000	0.678	بين التزام الإدارة العليا وبين التميز البحثي
دالة عند 0.01	0.000	0.759	بين الحقائق وبين التميز البحثي
دالة عند 0.01	0.000	0.563	بين التحسين المستمر وبين التميز البحثي
دالة عند 0.01	0.000	0.822	بين تعزيز الفريق وبين التميز البحثي
دالة عند 0.01	0.000	0.737	بين التدريب والتعليم وبين التميز البحثي
دالة عند 0.01	0.000	0.925	العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة والتميز البحثي

وقد تبين من الجدول السابق أن:

- معامل الارتباط بين إدارة الجودة الشاملة وبين التميز البحثي دال إحصائياً، وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين إدارة الجودة الشاملة والتميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية.
- معامل الارتباط بين التزام الإدارة العليا وبين التميز البحثي دال إحصائياً، وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين التزام الإدارة العليا وتحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية.
- معامل الارتباط بين الحقائق وبين التميز البحثي دال إحصائياً، وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الحقائق وتحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية.
- معامل الارتباط بين التحسين المستمر وبين التميز البحثي دال إحصائياً، وهذا يدل على وجود علاقة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين التحسين المستمر وتحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية.
- معامل الارتباط بين تعزيز الفريق وبين التميز البحثي دال إحصائياً، وهذا يدل على وجود علاقة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين تعزيز الفريق وتحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية.
- معامل الارتباط بين التدريب والتعليم وبين التميز البحثي دال إحصائياً، وهذا يدل على وجود علاقة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين التدريب والتعليم وبين تحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية. واتفقت هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (بحر والمدهون، 2017)، ودراسة (Venkata & Sreenivas، 2017) والتي بينت أن مؤسسات التعليم الفني العليا تلعب دوراً حيوياً في تنمية المجتمع، وكذلك اتفقت مع ما توصلت إليه دراسة (الهدى، 2014) والتي أظهرت أن رضا الزبون – ممثلاً في الطالب ومختلف المستفيدين من نشاط الجامعة هو محور اهتمام مدخل إدارة الجودة الشاملة، لذا من الواضح أهميته في تحسين التنافسية، واختلفت مع دراسة (الرحيمي، والمارديني، 2011) التي أظهرت انخفاض مستوى الإبداع البحثي في العالم العربي، وذلك بدلالة قلة عدد الأوراق البحثية والمحكمة علمياً، وقلة عدد براءات الاختراع المسجلة عالمياً للعالم العربي.

نتائج السؤال الرابع: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة الجودة الشاملة على التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية؟

للإجابة على هذا السؤال تم صياغة الفرضية التالية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لإدارة الجودة الشاملة على التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية. تم اختبار صحة هذه الفرضية باستخدام تحليل الانحدار الخطي (Linear Regression Analysis)، كما هو مبين في الجدول (5).

وقد تبين من الجدول (5) أن:

- معامل التحديد = (0.434)، ومعامل التحديد المعدل = (0.382)، أي أن ما نسبته (38.20%) من التغير في التميز البحثي يعود للتغير في المتغيرات المستقلة سابقة الذكر في الجدول، والنسبة المتبقية (61.80%) تعود للتغير في عوامل أخرى.

- المتغيرات ذات دلالة إحصائية هي: (المتغير الثابت، التزام الإدارة العليا، الحقائق، التحسين المستمر، تعزيز الفريق، التدريب والتعليم)، أي أنها تؤثر في التميز البحثي.
- معادلة الانحدار هي: التميز البحثي = $1.390 + 0.069 * (\text{التزام الإدارة العليا}) + 0.078 * (\text{الحقائق}) + 0.031 * (\text{التحسين المستمر}) + 0.240 * (\text{تعزيز الفريق}) + 0.414 * (\text{التدريب والتعليم})$.

جدول 5: تحليل الانحدار الخطي

الرقم	المتغيرات المستقلة	معامل الانحدار	قيمة "T"	قيمة "Sig."	الدلالة
1	المتغير الثابت	1.390	3.469	0.001	دالة
2	التزام الإدارة العليا	0.069	4.687	0.000	دالة
3	الحقائق	0.078	6.568	0.000	دالة
4	التحسين المستمر	0.031	4.246	0.000	دالة
5	تعزيز الفريق	0.240	2.564	0.013	دالة
6	التدريب والتعليم	0.414	3.987	0.000	دالة
معامل التحديد = (0.434) - معامل التحديد المعدل = (0.382)					

* قيمة "T" الجدولية عند درجة حرية (144) ومستوى دلالة (0.05) = (1.980)

نتائج السؤال الرابع: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة حول إدارة الجودة الشاملة والتميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى للمتغيرات التالية: (النوع، المسعى الوظيفي، العمر، عدد سنوات الخدمة)؟

وللإجابة على هذا السؤال تم صياغة الفرضية الرئيسية التالية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد العينة حول إدارة الجودة الشاملة وحول التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى للمتغيرات: (النوع، المسعى الوظيفي، العمر، عدد سنوات الخدمة). ويتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية:

1) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد العينة حول إدارة الجودة الشاملة وحول التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير النوع.

جدول 6: الفروقات بالنسبة لمتغير النوع

المحور	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	قيمة "Sig."	الدلالة
إدارة الجودة الشاملة	ذكر	38	3.227	0.503	-0.425	0.672	غير دالة
	أنثى	22	3.290	0.646			
التميز البحثي	ذكر	38	3.417	0.654	-1.109	0.272	غير دالة
	أنثى	22	3.605	0.592			

* قيمة "T" الجدولية عند درجة حرية (144) وعند مستوى دلالة (0.05) = (1.980)

وقد تبين من الجدول السابق أن:

- قيمة "T" المحسوبة أقل من قيمة "T" الجدولية في محور إدارة الجودة الشاملة، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد العينة حول إدارة الجودة الشاملة في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير النوع.

- قيمة "T" المحسوبة أقل من قيمة "T" الجدولية في محور التميز البحثي، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين استجابات أفراد العينة حول التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير النوع.

(2) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ بين استجابات أفراد العينة حول إدارة الجودة الشاملة وحول التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير المسعى الوظيفي.

جدول 7: الفروقات بالنسبة لمتغير المسعى الوظيفي

المحور	المسعى الوظيفي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	قيمة "Sig."	الدلالة
إدارة الجودة الشاملة	أكاديمي	34	3.335	0.564	1.364	0.178	غير دالة
	إداري	26	3.139	0.535			
التميز البحثي	أكاديمي	34	3.606	0.575	1.711	0.092	غير دالة
	إداري	26	3.328	0.682			

* قيمة "T" الجدولية عند درجة حرية (144) وعند مستوى دلالة (0.05) = (1.980)

وقد تبين من الجدول السابق أن:

- قيمة "T" المحسوبة أقل من قيمة "T" الجدولية في محور إدارة الجودة الشاملة، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين استجابات أفراد العينة حول إدارة الجودة الشاملة في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير المسعى الوظيفي.
- قيمة "T" المحسوبة أقل من قيمة "T" الجدولية في محور التميز البحثي، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين استجابات أفراد العينة حول التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير المسعى الوظيفي.

(3) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ بين استجابات أفراد العينة حول إدارة الجودة الشاملة وحول التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير العمر.

جدول 8: الفروقات بالنسبة لمتغير العمر

المحور	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "F"	قيمة "Sig."	الدلالة
إدارة الجودة الشاملة	أقل من 30 عام	19	3.411	0.475	1.949	0.132	غير دالة
	من 30-أقل من 40 عام	14	3.378	0.553			
	من 40-أقل من 50 عام	15	3.009	0.649			
	50 عام فأكثر	12	3.148	0.482			
التميز البحثي	أقل من 30 عام	19	3.571	0.611	0.190	0.903	غير دالة
	من 30-أقل من 40 عام	14	3.407	0.877			
	من 40-أقل من 50 عام	15	3.456	0.554			
	50 عام فأكثر	12	3.481	0.470			

* قيمة "T" الجدولية عند درجة حرية (144) وعند مستوى دلالة (0.05) = (1.980)

وقد تبين من الجدول السابق أن:

- قيمة "T" المحسوبة أقل من قيمة "T" الجدولية في محور إدارة الجودة الشاملة، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد العينة حول إدارة الجودة الشاملة في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير العمر.
- قيمة "T" المحسوبة أقل من قيمة "T" الجدولية في محور التميز البحثي، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد العينة حول التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير العمر.

4) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد العينة حول إدارة الجودة الشاملة وحول التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير عدد سنوات الخدمة.

وقد تبين من الجدول السابق أن:

- قيمة "T" المحسوبة أقل من قيمة "T" الجدولية في محور إدارة الجودة الشاملة، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد العينة حول إدارة الجودة الشاملة في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير عدد سنوات الخدمة.
- قيمة "T" المحسوبة أقل من قيمة "T" الجدولية في محور التميز البحثي، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد العينة حول التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير عدد سنوات الخدمة.

جدول 9: الفروقات بالنسبة لمتغير عدد سنوات الخدمة

المحور	عدد سنوات الخدمة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "F"	قيمة "Sig."	الدلالة
إدارة الجودة الشاملة	أقل من 10 سنوات	24	3.105	0.599	2.021	0.142	غير دالة
	من 10-أقل من 20 سنة	23	3.422	0.505			
	20 سنة فأكثر	13	3.213	0.510			
التميز البحثي	أقل من 10 سنوات	24	3.651	0.660	1.901	0.159	غير دالة
	من 10-أقل من 20 سنة	23	3.455	0.613			
	20 سنة فأكثر	13	3.237	0.571			

* قيمة "T" الجدولية عند درجة حرية (144) وعند مستوى دلالة (0.05) = (1.980)

نتائج وتوصيات الدراسة:

في إطار الدراسة النظرية، وفي ضوء نتائج الدراسة الميدانية في الجامعات الفلسطينية. يمكن للباحثين تحديد نتائج الدراسة والتوصيات المقترحة علي النحو التالي:

أولاً- النتائج:

التساؤلات	الأهداف	الفرضيات	النتائج	الارتباط	الدلالة
ما واقع إدارة الجودة الشاملة في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية؟	التعرف على واقع إدارة الجودة الشاملة في دائرة البحث العلمي موضع الدراسة.	لا يوجد فرضية (الإجابة عن سؤال بحثي)	بلغ واقع إدارة الجودة الشاملة 65.000%		
ما مستوى التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية؟	الكشف عن مستوى التميز البحثي في دائرة البحث العلمي موضع الدراسة.	لا يوجد فرضية (الإجابة عن سؤال بحثي)	بلغ مستوى التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية 69.718%		
هل يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة الجودة الشاملة وبين التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية؟	تحديد العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة، وبين التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية.	"لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين التزام الإدارة العليا وبين تحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي".	توجد علاقة بين التزام الإدارة العليا وتحقيق التميز البحثي.	0.678	0.01
		"لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين الحقائق وتحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي".	توجد علاقة بين الحقائق وتحقيق التميز البحثي.	0.759	0.01
		"لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين التحسين المستمر وتحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي".	توجد علاقة بين التحسين المستمر وتحقيق التميز البحثي.	0.563	0.01
		"لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين تحفيز الفريق وبين التميز البحثي في دائرة البحث العلمي".	توجد علاقة بين تحفيز الفريق وبين التميز البحثي.	0.822	0.01
		لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين التدريب والتعليم وتحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي".	توجد علاقة بين التدريب والتعليم وبين تحقيق التميز البحثي.	0.737	0.01
		لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ بين إدارة الجودة الشاملة والتميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية.	توجد علاقة بين إدارة الجودة الشاملة وتحقيق التميز البحثي.	0.925	0.01

هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة الجودة الشاملة على التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية؟	التعرف على مستوى التغير في تحقيق التميز البحثي نتيجة التغير في إدارة الجودة الشاملة.	"لا يوجد أثر ذا دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين واقع إدارة الجودة الشاملة في تحقيق التميز البحثي في دائرة البحث العلمي"	يوجد أثر لإدارة الجودة الشاملة في تحقيق التميز البحثي. التميز البحثي = $1.390 + 0.069 * (\text{التزام الإدارة العليا}) + 0.078 * (\text{الحقائق}) + 0.031 * (\text{التحسين المستمر}) + 0.240 * (\text{تعزيز الفريق}) + 0.414 * (\text{التدريب والتعليم})$.	معامل التحديد = المعدل (0.382)	معامل التحديد = (0.434)
هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة حول إدارة الجودة الشاملة وحول التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى للمتغيرات: (النوع، المسمى الوظيفي، العمر، سنوات الخدمة)؟	بيان الفروق في استجابات أفراد العينة تجاه متغيرات الدراسة.	"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ في استجابات أفراد العينة حول مستوى التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر، المسمى الوظيفي، سنوات الخدمة)"	لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد عينة الدراسة حول إدارة الجودة الشاملة تعزى: (النوع، المسمى الوظيفي، العمر، عدد سنوات الخدمة).	النوع المسمى العمر خدمة	672 178 132 142
هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ في استجابات أفراد العينة حول مستوى التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر، المسمى الوظيفي، سنوات الخدمة)؟		"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ في استجابات أفراد العينة حول مستوى التميز البحثي في دائرة البحث العلمي في الجامعات الفلسطينية تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر، المسمى الوظيفي، سنوات الخدمة)"	لا توجد فروق تجاه التميز البحثي تعزى إلى (النوع، المسمى الوظيفي، العمر، عدد سنوات الخدمة).	النوع المسمى العمر خدمة	0272 092 903 159

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على التحليل الإحصائي.

ثانياً-التوصيات:

- على الرغم من أن الإدارة العليا في الجامعات تتبنى تطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة بصفتها مدخل مهم لتحقيق التميز البحثي إلا أنه يجب القيام بعملية تقييم لأداء أعضاء الهيئة التدريسية من خلال مقاييس معينة.
- الاستمرار بعملية الرقابة وتقييم ما هو مطبق من إدارة الجودة الشاملة بشكل دوري، وتعزيز نقاط القوة، والعمل على تحسين نقاط الضعف.
- ضرورة اهتمام الجامعات بقياس رضا الطلبة من خلال نظام معلومات خاص بالجودة التعليمية والبحثية، واتخاذ القرارات بناءً على الحقائق والوقائع وإتباع المنهج العلمي في ذلك.
- ضرورة القيام بعقد دورات تدريبية للجودة الشاملة لتطبيق فلسفة إدارة الجودة الشاملة في الجامعات وبث ثقافة تطبيقها، والمراجعة الداخلية لتطبيق إجراءات نظام الجودة.
- العمل على تكوين فريق عمل أو وحدة في الجامعات تضم الكفاءات العلمية المتخصصة، والاستعانة بتجارب الجامعات الأجنبية والعربية الرائدة في تطبيق الجودة الشاملة.
- رفع الميزانية المخصصة للبحث العلمي على مستوى الجامعات الفلسطينية مقارنة بالدول المتقدمة.
- توفير الإمكانيات المادية للباحثين لتساعدهم على النشر الدولي داخل دوريات عالمية متخصصة، للحصول على براءات اختراع داخل مجالات تخصصهم.
- تجنيد العلماء لإيجاد الحلول الممكنة للمشكلات الموجودة لخدمة المجتمع الفلسطيني وحل قضاياها.
- استحداث هيئة تعمل على التنسيق بين الجامعات والجهات البحثية داخل المجتمع الفلسطيني والعربي.

المصادر والمراجع:

المراجع العربية:

- أبو جعفر، عبد الله العابد، (2009)، "معايير الجودة ومؤشراتها في التعليم العالي"، اللجنة الوطنية للتربية والثقافة والعلوم، ليبيا.
- أبو عرابي، سلطان، (2010)، "البحث العلمي في الوطن العربي: واقع وتطلعات"، المؤتمر العربي الثالث، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر.
- بحر، رشاد محمود، والمدهون، محمد إبراهيم، (2017)، "أثر تطبيق مبادئ الجودة الشاملة على أداء المؤسسات الأهلية الأجنبية العاملة في قطاع غزة"، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، مجلد (25)، العدد (4)، فلسطين.
- حسن، سعاد سلمان، (2014)، "تطوير الأداء لرؤساء ومقرري الأقسام في ضوء مبادئ إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية"، مجلة ميسان للدراسات الأكاديمية، العدد (25).
- الخفاجي، حاكم جبوري، (2011)، "نحو تطبيق استراتيجي لفلسفة إدارة الجودة الشاملة في التعليم الجامعي مع نموذج مقترح: دراسة في جامعة الكوفة"، مجلة الاقتصاد والمجتمع- مخبر المغرب الكبير للاقتصاد والمجتمع- جامعة منتوري قسنطينية1، (العدد 7) الجزائر.
- الرحيبي، سالم أحمد، والمارديني، توفيق، (2011)، "الإبداع البحثي في العالم العربي"، المؤتمر العلمي السنوي العربي-الدولي الثالث، تطوير برامج التعليم العالي النوعي في مصر والوطن العربي في ضوء متطلبات عصر المعرفة، مصر.
- صادق، صفيح، وحמיד، قرومي، (2017)، "آليات تطبيق إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي: عرض وتقييم للتجربة اليابانية"، كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد (51)، العراق.
- الصفار، نزار قاسم، وحسام، حامد يونس، (2009)، "إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي، مفاهيم وإرشادات"، مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية، مجلد (16)، العدد (4)، العراق.

- الطائي، محمود، وآخرون، (2008)، "إدارة الجودة الشاملة في التعليم الجامعي"، مؤسسة الزراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان.
- الطائي، يوسف، والعبادي، هاشم، (2008)، "إدارة الجودة الشاملة في التعليم الجامعي"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن.
- عابدين، محمد، ورياض، محمد، (2007)، "معوقات تطبيق مبادئ الجودة الشاملة في جامعة الخليل"، مجلة اتحاد الجامعات العربية، العدد (4)، فلسطين.
- علوان، فراس حسين، (2016)، "مدى تطبيق جامعة تكريت لمؤشرات إدارة الجودة الشاملة من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية"، مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية، مجلد (23)، العدد (5)، العراق.
- فخرو، عبد الناصر عبد الرحيم، (2009)، "معايير تميز الأداء البحثي في الجامعات العربية: دراسة تحليلية"، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، (العدد، 20)، ج.م.ع.
- فؤاد أبو حطب، وآمال صادق، "مناهج البحث وطرق التحليل الإحصائي في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية"، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، (2005).
- كاظم، إلهام نعمة، (2016)، "دور إدارة الجودة الشاملة في تخفيف عبء الأخطار: دراسة تطبيقية في كلية الإدارة والاقتصاد- جامعة القادسية"، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد (18)، العدد (1)، العراق.
- كنعان، أحمد علي، (2008)، "الجودة في التعليم. تعيين تدريبي لمرحلة ما قبل التعليم الجامعي"، مديرية الإعداد والتدريب، دمشق.
- نبوية، عيسى، وعواطف خلوط، (2014)، "إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الخدمية"، مجلة الدراسات المالية، المحاسبية والإدارية، العدد (2)، جامعة تلمسان، الجزائر.
- الهدى، بوطبة نور، (2014)، "إدارة الجودة الشاملة كآلية لتحسين تنافسية الجامعات الجزائرية"، مجلة جامعة ذي قار، مجلد (9)، العدد (2)، الجزائر.
- يوسف، دودين أحمد، (2012)، "إدارة الجودة الشاملة"، الأكاديميون للنشر والتوزيع، ط1، عمان.

المراجع الأجنبية:

- Russell, R. & Taylor, B. (2003), "Operation Management", 14th ed, Prentice Hall.
- Mittal, Deepak, et al, (2011) " Comparison of TQM Success Factors in Northern India in Manufacturing and Service Industries : A Survey " by International Journal of Engineering Science and Technology (IJEST).
- 3- Venkata & Sreenivas. (2017) Total quality management in higher technical education, International Journal of Advanced Research and Development, Andhra Pradesh, India.

اليقظة الإستراتيجية نظام معلومات احترازي يساهم في مواجهة الأزمات الاقتصادية

الدكتور كرومي سعيد

جامعة طاهري محمد، بشار / الجزائر

ملخص:

هدفت هذه الورقة البحثية إلى محاولة الإجابة عن الإشكالية التي تدور حول أهمية اليقظة الإستراتيجية باعتبارها نظام للمعلومات الاحترازي في مواجهة الآثار السلبية التي قد تحدثها الأزمات الاقتصادية على أداء منظمات الأعمال، أو التقليل من هذه الآثار. وبالاعتماد على المنهج الوصفي، حاول الباحث الوقوف على أهم المفاهيم التي تخض كلا المفهومين، فالأزمات بشئ أنواعها ظاهرة رافقت وترافق معظم الدول في مختلف مراحل تطورها، فبين كل مرحلة وأخرى تظهر أزمة تعصف بالأوضاع، وتشعل الصراع، وتحفز الإبداع، وتفتح الطريق إلى مرحلة جديدة. إن الأزمة غالبا ما تكون نتيجة النقص أو الغموض التي يميز المستقبل، أو نتيجة عدم التأكد الذي هو عبارة عن خلل أو نقص في المعلومات المستقبلية. أما مفهوم اليقظة الإستراتيجية فهي نظام معلومات احترازي من المفاهيم التي تندرج ضمن مجال الإدارة الاستراتيجية، حيث يمكن اعتباره كوسيلة مساعدة في الإدارة الاستراتيجية. وقد أشار "شوارز Schwarz" إلى هذا قائلا: أنه يُكوّن جزءاً مهماً من الإدارة الاستراتيجية والتي هي نشاط مرتبط بالانشغالات الاستراتيجية للمنظمة، والتي تهدف إلى توجيه التحركات المستقبلية والاختيارات الاستراتيجية للمنظمة. من هنا تأتي أهمية هذه الورقة البحثية للتنويه بأهمية نظام المعلومات الاحترازي باعتباره وسيلة مهمة وفعالة لمواجهة الآثار السلبية للأزمات المختلفة والتي تتميز بخاصية المفاجأة والتشابك والتداخل في عناصرها وعواملها وأسبابها، وعدم توفر البيانات والمعلومات التي تؤدي إلى الأخطاء في اتخاذ القرارات، فنظام المعلومات الاحترازي هو إحدى الطرق المتيسرة لضمان النجاح المستمر للمنظمات في بيئات شديدة التنافس، ويقصد به "السياق المعلوماتي الذي بواسطته تتمكن المنظمة من الإصغاء المسبق والإرادي (الطوعي) إلى بيئتها الخارجية بغرض فتح منافذ على الفرص المناسبة لاستغلالها في وقتها، أو لمعرفة الأخطار وتفاديها والتقليل من أثارها، وتتضمن هذه العملية تجميع وتوزيع وتحليل البيانات والمعلومات الاستراتيجية، ونشرها بغرض تغذية القرارات الاستراتيجية.

ومن خلال هذه الورقة البحثية فقد تم الإشارة إلى أهم مراحل إرساء نظام اليقظة الإستراتيجية باعتباره وسيلة مهمة لاستشعار التغيرات في البيئة الخارجية، وتلافي آثار الأزمات المختلفة، وذلك بفضل خاصية الإنذار المبكر، الأمر الذي يساعد على تحديد السيناريوهات المستقبلية، والبدائل الاستراتيجية، وتحقيق المرونة الإستراتيجية، والقدرة الإبداعية، وكذلك الميزة التنافسية بفعل روح الفريق وثقافة التأزر والانتماء التنظيمي، وهو ما يؤدي في نهاية المطاف إلى رفع أداء منظمات الأعمال.

كلمات مفتاحية: أزمات إقتصادية، معلومات، عدم التأكد، نظام المعلومات الاحترازي، علامات الإنذار المبكر.

مقدمة:

إن ما تشهده بيئة المنظمة من تغيير سريع واضطراب وعدم التأكد يمثل أحد أهم الأسباب المؤدية إلى ظهور الأزمات، وذلك بسبب الغموض الذي قد يحيط بمتخذ القرار لعدم حصوله على المعلومات التي تمكنه من تحليل وضع المنظمة بالنسبة إلى بيئتها وبالتالي قد يتخذ قرارات ارتجالية تكون سببا في خسارة المنظمة. لهذا فإن المنظمة لا بد لها من كشف يوضح لها الطريق ويحدد موقعها كي تستطيع الاستمرار والتقدم، ما يتطلب وجود نظام معلومات مفتوح على بيئتها الخارجية يوفر لها المعلومات التي تساعد على مواجهة وتفادي الأزمات وأثارها، ما يعني أنها بحاجة إلى نظام اليقظة الاستراتيجية لترصد المعلومات واستشعار ما يمكن أن يشكل خطرا عليها وما يمكن أن يمثل فرصة لاقتناصها.

وتمثل اليقظة الاستراتيجية وسيلة هامة في تسيير وخلق معارف جديدة والتنبؤ للمستقبل والاحتراز منه. ويعتقد البعض أن مفهوم اليقظة الاستراتيجية هو في نفس الوقت قديم وحديث، مع ذلك فإنه توجد بعض من الأمثلة التي تعطي فكرة عن التاريخ القديم لليقظة، ومن أهم هذه الأمثلة أسطورة الجندي الذي ركض لمسافة كبيرة ومات على إثرها من أجل إعلام شعب "أثينا" بالنصر الذي حققوه على "الفرس".

ولقد قامت الحكومة اليابانية بإرساء نظام اليقظة الاستراتيجية في منتصف القرن التاسع عشر. أما في الولايات المتحدة الأمريكية فلم يكن ذلك حتى أو آخر الخمسينيات (1950)، في حين ظهر مفهوم اليقظة في فرنسا مطلع عام 1980. وقد كان هدف كل من فرنسا والولايات المتحدة الأمريكية من إرساء نظام اليقظة الاستراتيجية هو مواجهة الخطر الخارجي القادم خاصة من اليابان. ولم تظهر إجراءات اليقظة الاستراتيجية بشكل واضح في التطبيقات التنظيمية إلا خلال الثلث الأخير من القرن العشرين (20). ولما كان مفهوم اليقظة الاستراتيجية يعدّ حديث النشأة نسبياً، فإنه يبقى غير محدود في إطار تصوري واضح ومتفق عليه. لكن مع ذلك، فالعديد من الكتاب المعاصرين اقترحوا بعض النماذج التصورية لسياق اليقظة الاستراتيجية والتي يمكن اعتمادها في إرساء نظام اليقظة الاستراتيجية في المنظمة. ومن هنا، فإن هذه الورقة البحثية تحاول توضيح ماهية الأزمات؟ وما أهم الأسباب والخصائص المميزة لها؟ وما علاقة ذلك بالمعلومات؟، ماهية اليقظة الاستراتيجية؟ وما الأهمية التي يمكن أن تقدمها لمواجهة الأزمات؟

أولاً: مفاهيم حول الأزمات:

الأزمات بشق أنواعها ظاهرة رافقت وترافق معظم الدول في مختلف مراحل تطورها. ولو تأملنا في الأحداث التاريخية لوجدنا أن الأزمة تتخلل المراحل الهامة في حياة الدول، فبين كل مرحلة وأخرى تظهر أزمة تعصف بالأوضاع وتشعل الصراع وتحفز الإبداع وتفتح الطريق إلى مرحلة جديدة. وقد كان لنمو واتساع المجتمعات وندرة الموارد المتنوعة، وشدة المنافسة السبب الوجيه في طول حياة الأزمات إلى درجة أصبح تاريخ القرن السابق - على سبيل المثال - عبارة عن سلسلة من أزمات تتخللها مراحل قصيرة من الحلول المؤقتة، ومن هنا فقد نشأت عدة أفكار تحاول دراسة وتحليل الأزمة ومحاولة الخروج منها بأقل الخسائر وتأخير الأزمة اللاحقة بقدر الإمكان.

تعريف الأزمة:

تتعدد التعاريف للأزمات بتعدد الرؤى المختلفة للعلماء والأسباب المؤدية لها وكذا المجالات المختلفة التي قد تمسها، ومن التعاريف التي يمكن الإشارة إليها ما يلي:

- يرى شيرمهورن (Schermehorn) أن الأزمة الإدارية إنما هي مشكلة غير متوقعة قد تؤدي إلى كارثة إن لم يتم حلها بصورة سريعة.
- وعرفها (اللوذي) بأنها كل موقف أو حدث يؤدي إلى إحداث تغيرات إيجابية وجادة في النتائج وهي حدث أو تراكم لمجموعة من أحداث غير متوقع حدوثها تؤثر في نظام المؤسسة أو جزء منه وهي من الناحية العملية انقطاع عن العمل كلياً أو جزئياً لمدة تطول أو تقصر لسبب معين يتبعها تأثر الكيان (فارس، 2018).

كما تعرف الأزمات الاقتصادية بأنها اضطراب فجائي يطرأ على التوازن الاقتصادي في قطر ما أو عدة أقطار. وهي تطلق بصفة خاصة على الاضطراب الناشئ عن اختلال التوازن بين الإنتاج والاستهلاك. ويستخدم الاقتصاديون الغربيون اصطلاح الدورة "Cycle" بدلا من كلمة "Crise" التي تدل على الأزمة، بينما يلاحظ أن هناك فرق بين التعبيرين، فالأزمة تدل على الاختلال أو الاضطراب في حين أن الدورة "Cycle" تدل على الانتظام في التعاقب الذي تخضع له الظواهر الطبيعية (عبد الغفار، 2018).

الأسباب المؤدية إلى نشوء الأزمات:

تتعدد الأسباب المؤدية إلى حدوث الأزمات مهما كان نوعها، مكانها، درجة تأثيرها، ومن هذه الأسباب ما هو إنساني، مثل: سوء التقدير والاحترام، حب السيطرة والمركزية الشديدة، تعارض الاهداف والمصالح. ومنها ما هو متعلق بالأسباب الإدارية مثل: سياسات مالية كارتفاع التكاليف وضعف قدرة الرقابة، عدم التخطيط الفعال، اتخاذ القرارات بشكل عشوائي، عدم وجود أنظمة حوافز ناجحة، عدم توفر الوصف الوظيفي الجيد للمهام والواجبات. وعليه، فلا بد من تنصيب برنامج أو أكثر، يتم تشغيله في ظروف الطوارئ، إذا ما أراد القائمون على الواقع السياسي والإداري تفادي مصير التقهقر والهلاك على أقل تقدير، وبرنامج من هذا القبيل هو عبارة عن منهج يمثل تقنية تستخدم لمواجهة الحالات الطارئة التي لا يمكن تجنبها وإجراء التحضيرات اللازمة لها قبل وقوعها. وهو بمعنى أكثر دقة أشبه بمحاولة تجميع المعلومات اللازمة عن مسببات الأزمة ومن ثم تحليلها واتخاذ القرار المناسب بشكل سريع وفعال.

خصائص الأزمات ومواصفاتها:

- هناك مجموعة من الخصائص والمواصفات التي توضح ملامح الأزمة يمكن ذكر بعضها كما يلي:
- المفاجئة العنيفة والشديدة لدرجة أنها تكون قادرة على شد الانتباه لجميع الأفراد والمنظمات.
- التشابك والتداخل في عناصرها وعواملها وأسبابها.
- عدم التأكد وعدم توفر المعلومات مما يسبب الأخطاء في اتخاذ القرارات وبالتالي تفاقم وتدهور الأوضاع.
- غالبا ما يصاحبها أمراضا سلوكية غير مستحبة كالقلق والتوتر وحالات عدم الانتباه واللامبالاة.
- وجود مجموعة من الضغوط المادية والنفسية والاجتماعية تشكل في مجموعها ضغطا على الجهاز الإداري.
- ظهور القوى المعارضة والمؤيدة (اصحاب المصالح) ما يفاقم من شدة الأزمة.

مراحل الأزمة وإدارتها:

تقسم مراحل الأزمة ومن ثم ادارتها إلى:

- مرحلة الصدمة: وهي ذلك الموقف الذي يتكون نتيجة الغموض ويؤدي إلى الارتباك والشعور بالحيرة وعدم التصديق لما يجري، وهي مرحلة تناسب عكسيا مع مدى معرفة وإدراك الانسان.
- مرحلة التراجع: تحدث هذه المرحلة بعد حدوث الصدمة، وتبدأ بوادر الاضطراب والحيرة بالظهور بشكل متزايد، ويصاحب ذلك أعراض منها زيادة حجم الأعمال التي لا جدوى منها (الأعمال الفوضوية).
- مرحلة الاعتراف: وهنا تتجلى عقلانية التفكير - فيما بعد امتصاص - الصدمة حيث تبدأ عملية إدراك واسعة ومراجعة للأزمة بغية تفكيكها.
- مرحلة التأقلم: حيث يتم استخدام استراتيجيات معينة بالإضافة إلى استخدام الموارد البشرية والمادية في المنظمة للتعامل والتخفيف من آثار الأزمة. وما إن لم يتم التعامل بذكاء وحذر في هذه المرحلة فإن الأمور سوف تتجه نحو الكارثة. وقد أطلقت على هذه المرحلة تسميات أخرى من أبرزها، مرحلة الإنذار المبكر أو مرحلة اكتشاف إشارات الخطر، وهي بهذا المعنى أولى خطوات إدارة الأزمة، تلها مجموعة أساليب وقائية وسيناريوهات معينة تتابع أحداث الأزمة وتحدد لكل فرد في فريقها دوره بمنتهى الوضوح، وتبرئ وسائل عمل تحد من الأضرار وتمنعها من الانتشار.

وبهذا يتم الانتقال إلى المرحلة التالية من مراحل إدارة الأزمة ألا وهي مرحلة استعادة النشاط وتشتمل على إعداد وتنفيذ برامج قصيرة وطويلة الأجل سبق وأن تم اختبارها بنجاح على أزمات مشابهة وعادة ما تكتنف هذه المرحلة روح الحماس، ما يؤدي إلى تماسك الجماعة وتكاتفها في مواجهة الخطر. وعلى أية حال، فإن الأزمة هي حالة انتقال من مرحلة إلى أخرى يصاحبها نقص شديد في المعلومات وحالة من عدم التأكد، وهي مفتاح التطور والتغيير نحو الأفضل أو التقهقر والهلاك. ويعرف " جالبريث Galbraith " عدم التأكد بأنه " الفرق بين كمية المعلومات اللازمة من أجل إكمال مهمة ما وكمية المعلومات المملوكة بشكل حقيقي عن طريق المنظمة "، كما أن عدم التأكد هذا يميز الأوضاع التي يكون فيها المسئولون في خوف من عدم توفر المعلومات أو عدم ملاءمتها بالشكل المطلوب، فعند التأكد إذن يشير خاصة إلى عدم كفاية المعلومات (DAFT et AL, 1987, p 358)، إضافة إلى هذا فإن عدم وجود الوسيلة الفعالة لترجمة المعلومات بشكل صحيح والقدرة على مواجهة التغيير البيئي، تُعدّ أحد الأسباب التي تزيد من عدم التأكد.

ثانيا: اليقظة الاستراتيجية:

إن أهمية المعلومات تزداد يوما بعد يوم كعنصر منافسة ومورد إستراتيجي هام جدا بالنسبة لأي منظمة، وبالموازاة معه تزداد أهمية نظام المعلومات كوسيلة لتحصيل وتحليل ومعالجة المعلومات وتخزينها واسترجاعها لغرض تغذية القرارات الإدارية. وفي هذا السياق تتخذ نظم المعلومات أشكالا وأنواعا مختلفة لكي تتماشى مع الأغراض والأوضاع المتغيرة.

ولعل أحد أشكال هذه النظم، هو نظام اليقظة الاستراتيجية، الذي يوصف - في شكله العام - نظام معلومات إستراتيجي أو احترازي، يهدف إلى تحصيل المعلومات الاستراتيجية في البيئة التي تتميز بالتغيير والاضطراب، وهذا يهدف لتقديم المعلومات التي تساعد على صنع قرارات إستراتيجية فعالة في مواجهة الأزمات.

تعريف اليقظة الاستراتيجية:

قبل الإشارة إلى أهم التعاريف التي توضح معنى "اليقظة الاستراتيجية"، يمكن إعطاء تعريف لغوي لها، من خلال تعريف شطريها كل على حدة (Humbert LESCA, 2003, pp 10,12):

- اليقظة: تشير هذه الكلمة في معناها الحقيقي إلى الشخص الذي يكون مستيقظا أي عكس كلمة النوم، بمعنى أنه في حالة استعداد للكشف عن شيء يمكن أن يحدث، دون معرفة بالضبط ما هو هذا الشيء وأين ومتى سيحدث. بمعنى آخر، أنه يكون في حالة تأهب واستعداد دائمين للتحرك لأدنى إشارة إنذار ممكنة.
- الاستراتيجية: في مفهوم اليقظة الاستراتيجية، فإن كلمة "إستراتيجية" تعني تزويد متخذي القرارات بالمعلومات المفيدة ذات الطابع الاستراتيجي، وهي كلمة تعني القرار الذي يتصف بالخصائص الآتية:
 - أنه غير متكرر، وبالتالي فإن متخذ القرار يكون عاجزا نسبيا؛
 - أنه لا يمكن الاعتماد على نماذج سبق اختيارها عن طريق التجربة؛
 - يمكن أن تترتب عليه عواقب ذات وزن ثقيل (جيدة أو سيئة)، والتي يمكن أن تشكل في استمرارية المنظمة؛
 - يتخذ في حالات عدم التأكد.

ومن التعاريف التي يمكن ذكرها لفهم معنى "اليقظة الاستراتيجية" ما يلي:

- هي البحث عن المعلومات عن طريق اليقظة المستمرة ورصد البيئة لأغراض إستراتيجية (Pateyron Emmanuel, 1998, p212).
- اليقظة الاستراتيجية حسب "فرانسوا جاكوبياك François Jakobiak" هي: "رصد البيئة والذي يتبع بنشر مستهدف للمعلومات المحللة، والمنقاة، والمعالجة لغرض اتخاذ القرارات الاستراتيجية" (Ugo-Mercier Gouin, 2004, p 02).
- اليقظة الاستراتيجية هي المسار المعلوماتي ذو الطابع الطوعي والذي من خلاله تسعى المنظمة للبحث عن المعلومات ذات الخصائص الاستباقية والتي تخص تطور البيئة الاجتماعية والاقتصادية، من أجل خلق الفرص وتقليل المخاطر الناتجة عن عدم التأكد، ومن هذه المعلومات إشارات الإنذار المبكرة ([Http://www.sup.adc](http://www.sup.adc)).
- حسب "هيمبرت ليسكا Humbert Lesca" فإن "اليقظة الاستراتيجية هي ذلك الإجراء الجماعي المستمر الذي يُجمع من خلاله مجموعة أفراد بصفة تطوعية ويستخدمون المعلومات ذات الطابع الاستباقي والتي تخص التغير المحتمل الناتج في البيئة الخارجية للمنظمة، بهدف خلق فرص أعمال وتخفيض الأخطار وعدم التأكد بصفة عامة" (Ali SMIDA et Emna BEN ROMDHANE, 2004, p 02).
- "اليقظة الاستراتيجية هي رادار المنظمة، وهي أحد عناصر الاستخبارات الأساسية للمنظمة، حيث عن طريقها يمكن الإشارة إلى المسار المعلوماتي الذي يُمكن المنظمة من الاستماع المسبق لبيئتها الاجتماعية والاقتصادية من أجل الإبداع وفتح نوافذ الفرص وتخفيض الأخطار المتعلقة بعدم التأكد" (Caroline Prat et Sylvie Mira-Bonnardel, 2018, p02).
- "اليقظة الاستراتيجية هي المسار الذي تبحث من خلاله المنظمة وتحصر، وتعالج، وتحلل وتنتشر المعلومات الاستراتيجية من أجل اتخاذ القرار والمنافسة. إذن فهي نظام معلومات مفتوح على الخارج، يهدف إلى التنصت لبيئة المنظمة من أجل رصد واستباق التغيرات الكبيرة القادمة، وكذلك تعزيز منهج اتخاذ القرارات داخليا" (DAHMANE Madjid et KELLOU Ratiba, 2005, p08).
- "اليقظة الاستراتيجية هي عبارة عن نظام يساعد على اتخاذ القرار، حيث يراقب ويحلل البيئة العلمية، والتقنية، والتكنولوجية، والتأثيرات الاقتصادية الحاضرة والمستقبلية من أجل كشف التهديدات والفرص، وتعتمد بشكل رئيس على

المعلومات ذات الخصائص الاستراتيجية واتخاذ القرارات المهمة والاستراتيجية" (<http://www.agentintelligent.com>).

إذن يمكن القول أن اليقظة الاستراتيجية هي إحدى الطرق المتيسرة لضمان النجاح المستمر للمنظمات في بيئات شديدة التنافس، وبالتالي يقصد بها " السياق المعلوماتي الذي بواسطته تتمكن المنظمة من الإصغاء المسبق والإرادي (الطوعي) إلى بيئتها الخارجية بغرض فتح منافذ على الفرص المناسبة لاستغلالها في وقتها، أو لمعرفة الأخطار وتفاديها والتقليل من أثارها. وتتضمن هذه العملية تجميع وتوزيع وتحليل المعلومات الاستراتيجية ونشرها بغرض تغذية القرارات الاستراتيجية (كمال رويج، 2003، ص 02).

من هذا المنطلق أو المفهوم، فإن كلمة " يقظة " قد لا تؤد الغرض المطلوب، ولكنها تبقى الكلمة الأكثر دلالة. وهنا يمكن تشبيهه اليقظة الاستراتيجية برادار السفينة، لأنه يستشعر الأحداث قبل وقوعها (قبل فوات الأوان). واليوم لا توجد سفينة برادار واحد، بل عدة رادارات متخصصة. وهونفس الشيء بالنسبة للمنظمة، يجب أن تجهز بعدة أنواع من اليقظة، حيث أن كل واحد منها يؤدي غرضه في مجاله الخاص به، ولهذا فإن اليقظة الاستراتيجية تضم في ثناياها عدة أنواع من اليقظة، مثل تلك المتعلقة بالتكنولوجيا، والتنافسية، والتجارة... إلخ.

مطابقة اليقظة الاستراتيجية لنظام المعلومات:

تسعى المنظمات دائما إلى التكيف مع بيئتها وتطوراتها، ذلك أن أداء هذه المنظمات مرتبط وبشكل خاص بمدى قدرتها على التوفيق بين هياكلها واستراتيجياتها مع بيئتها، هذه الأخيرة تتطور بشكل سريع يوما بعد يوم، إلى درجة وصولها لمفهوم "الاضطراب"، وهوما يزيد من أهمية التكيف والتأقلم مع هذه البيئة، وفي مواجهة حالتها المتغيرة وغير المؤكدة، ومن أجل أن تبقى المنظمة قادرة على المنافسة والاستمرارية واتخاذ قراراتها بفعالية، فينبغي عليها أن: ترد بسرعة على الأحداث من أجل الوصول إلى الأهداف، وهوما يستدعي ضرورة الاستعداد مسبقا؛ وتوقع وتتطور بشكل متناسق مع البيئة من أجل ضمان الاستمرارية. ويهدف تنبؤ ما يحدث في المحيط، فإن المنظمات بما فيها الأفراد، مطالبون بجمع المعلومات التي تكون لها آثار على اتخاذ القرارات في المدى البعيد، وتسمح باستشعار التهديدات والفرص المحتملة، وهذه المعلومات تحتاج إلى "الإنصات". ومن هنا ظهرت الحاجة إلى وضع نظام معلومات خاص يسمح بتحديد التغيرات البيئية من خلال الإشارات المبكرة (الأولى)، وهوما يمكن تحقيقه من خلال نظام اليقظة الاستراتيجية، الذي يعدّ نظام معلومات مفتوح على بيئة المنظمة (Samia MENIF, 2005, p25). وإن اليقظة الاستراتيجية هي النشاط المكون من مراحل متسلسلة بشكل منطقي من أجل تحقيق هدف معين، فهي أيضا السياق الذي يكون أول مراحله هو تحديد الاحتياجات من المعلومات. وآخر مراحله هو تقديم المعلومات المحللة والمعالجة، والمخصصة لتغذية عملية الإبداع وكذا القرارات الاستراتيجية. إذن، فسياق أو مسار اليقظة الاستراتيجية هو تسلسل للعمليات التي تمكن المنظمة من الاستعلام حول بيئتها من أجل استشعار الفرص والتهديدات (Mustapha BOUROUBI et Mohamed DAMOU, 2004, p 386). ويهدف المقارنة بين نظام المعلومات واليقظة الاستراتيجية يمكن التعرض بشكل مختصر جدا لأهم مراحله كالآتي (Mustapha BOUROUBI et Mohamed DAMOU, 2004, p387):

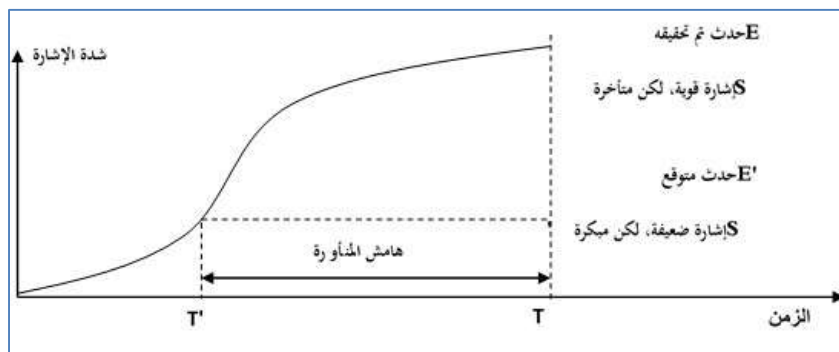
- تعريف وتحليل الاحتياجات، مرحلة البحث، التوجيه أو الاستهداف، وهو تحديد قطاع البيئة الذي يتم ترصده بشكل خاص وتحديد المصادر المفيدة؛
- جمع أو تعقب المعلومات؛
- نشر المعلومات للمختصين والخبراء؛
- التحليل، المصادقة، المعالجة والاستغلال، وهنا يتم تحويل الإشارة الضعيفة (إشارة الإنذار) إلى قوة محركة أو دافعة؛
- تحليل دقيق وواضح لتقديم المعلومة الضرورية واللائمة لاتخاذ القرارات الاستراتيجية؛

وبالرجوع إلى تعريف نظام المعلومات كما تمت الإشارة إليه سابقا، يمكن القول أن نظام المعلومات مكون أساسا من العناصر الرئيسية الآتي ذكرها، وهي مجتمعة تسمح بتحقيق الأنشطة التي تمثل هدف نظام المعلومات من تحصيلها ومعالجتها وتحويلها وتخزينها، ثم نشرها: مجموعة أفراد؛ وتكنولوجيات المعلومات والاتصال، وما تنطوي عليه من أجهزة وبرامج؛ والمعلومات.

من خلال المقارنة بين مراحل اليقظة الاستراتيجية مع مراحل نظام المعلومات يمكن ملاحظة التطابق بين هذه المراحل في شكلها العام. ومن هنا يمكن القول أن اليقظة الاستراتيجية تعد نظام معلومات. ذلك أنها تساعد المنظمة على تحصيل المعلومات الخاصة بالبيئة الخارجية واتخاذ القرارات الاستراتيجية. وبما أن معلوماتها خاصة (تتعلق بالبيئة الخارجية) فهي نظام معلومات مفتوح على البيئة، يأخذ مدخلاته منها في صورة إشارات الإنذار المبكرة، ويقوم بتحليلها ومعالجتها ونشرها على شكل معلومات إستراتيجية، يستخدمها المقررون في اتخاذ قراراتهم بفعالية أكثر، حيث تتمكن المنظمة من الاستجابة لتغيرات المحيط بصورة مسبقة، واقتناص الفرص وتفادي الأخطار التي يمكن أن يحدثها عدم التأكد والاضطراب البيئي.

معلومات اليقظة الاستراتيجية (إشارات الإنذار المبكرة أو الإشارات الضعيفة):

إن هدف اليقظة الاستراتيجية هو تحصيل المعلومات التي تساعد المنظمة على التعرف إلى أهم التغيرات التي تحدث في محيطها الخارجي، خاصة تلك المعلومات التي تُنبئُها بالأحداث التي يمكن أن تقع في المستقبل، وهذا من أجل اتخاذ القرارات اللازمة والظفر بالفرص المتاحة وتلافي الأخطار التي يمكن أن تحدث. لهذا فإن المعلومات تمثل المورد الأساس لليقظة الاستراتيجية. ويمكن تعريف إشارات الإنذار المبكرة بأنها "المعلومات التي تعطي ترجمتها بالنسبة للمنظمة تصوراً عن وقوع حدث يمكن أن يمثل منفعة كبيرة بالنسبة للمسؤولين في المنظمة". وكلما كانت هذه الإشارات توقعية، كلما كانت شدتها ضعيفة أكثر، وهذا ما أشار إليه "هاري إغور أنسوف H. Igor ANSOFF"، حيث عبّر عنها "بالإشارات الضعيفة"، وهي عبارة عن "عبارة عن معلومات غامضة جداً، تتطور وتتوضح بشكل تصاعدي مع الزمن"، أي أنها مؤشرات غير دقيقة ومبكرة تدور حول أحداث يحتمل أن يكون لها تأثير كبير إذا ما تحققت" (Nicolas LESCA, 2002, p22)، ويمكن توضيحها من خلال الشكل رقم (1) الآتي:



شكل 1: نموذج الإشارات الضعيفة. المصدر: Caroline Prat et Sylvie Mira-Bonnardel, Op.cit, p4.

من خلال الشكل (1) فإن النقطة (E) تمثل الحدث المحقق (أي الذي تم وقوعه فعلياً)، وهذا خلال الزمن (T)، ويُعبّر عنه بالإشارة (S) التي تمثل الحد الأقصى (القيمة القصوى) وهنا فإن هذه الإشارة لا تتطلب جهداً كبيراً من أجل التقاطها وفهمها، إذ تبدو واضحة للعيان، بمعنى أن الحدث (E) تم تحقيقه في الزمن (T) وهو في هذه الحالة مكشوف للجميع (جميع المسؤولين والمنظمات). في حين يمكن ملاحظة النقطة (E') والتي تمثل الحدث (E) قبل وقوعه، فهو لم يتحقق بعد وإنما هناك فقط إشارات تدل على أنه سيحدث، ويمثل الزمن (T') الزمن الذي تم فيه التنبؤ بالحدث (E')، و (S') تمثل الإشارة أو العلامة المقابلة لهذا الحدث (أي قيمة الإشارة)، إذ يلاحظ أنها إشارة ضعيفة (قيمة ضعيفة مقارنة مع قيمة (E) والتي تمثلها العلامة (S))، وهي تحتاج إلى مجهود أكبر من أجل التقاطها (HUMBERT Lesca et Jean-claude CASTAGNO, 2000, p03). ويلاحظ أيضاً أنه كلما كان الحدث قريباً من الزمن (T) وهو زمن وقوع الحدث، كلما كانت الإشارة قوية وتوفرت المعلومات عن هذا الحدث بشكل كبير والتي تسمح بالتحليل الدقيق للوضعية واختيار رد الفعل المناسب. ولكن بالمقابل فإن مقدار الزمن الذي يمكن أن يتاح للمنظمة من أجل تكوين ردة الفعل المناسبة يكون قصيراً ولا يؤهلها لمجارات الوضع.

ومن خلال الشكل نفسه يمكن ملاحظة المجال الذي يمكن أن تناور فيه المنظمة والمعبّر عنه بالمجال [T T'] (هامش المناورة)، فالمنظمة إذا حاولت أن تنتظر حتى تتوفر لديها المعلومات الكافية عن الحدث فإن هذا قد يفاجئها بوقوع أزمة، لهذا وجب عليها أن تكون يقظة وتنبأ للحدث قبل وقوعه من خلال استشعارها لإشارات الإنذار المبكرة والمعبّر عنها في الشكل بالإشارة (S').

إن استشعار علامات الإنذار المبكرة وتفسيرها يحتاج إلى مجهود كبير وتعاون من جميع أفراد المنظمة. ورغم هذا، فإن أهميتها كبيرة جداً بالنسبة للمنظمة، ويتجلى ذلك من خلال أقوال أهم الكتاب في هذا المجال (Nicolas LESCA, 2002, p 30):

- فيقول "مارتينيت Martinet" " أن اعتماد المنظمة على استشعار علامة الإنذار المبكرة وإعطائها تفسير، يمكنها من أن تكون مهيأة لأي تغيير قد يحدث في البيئة الخارجية، والذي قد يعود عليها بمفاجآت غير متوقعة".
- أما " جوفر وكويني Joffre and Koenig " فيعتقد أنه أمام تعدد التهديدات فإنه لا بد من التفكير الاستراتيجي الذي يركز على تحليل الانقطاعات والتصنّت لإشارات الإنذار الضعيفة، التي تمثل معلومات جزئية ولكنها يمكن أن تحدد مصير المنظمة.
- وفي هذا المجال ركز "هاري إغور أنسوف H. Igor ANSOFF" على أهمية تفسير وإعطاء معنى مفيد لإشارات الإنذار المبكرة".
- أما " بيتر دريكر Peter Drucker " فقد لاحظ أن دور المديرين يجب أن يركز على إعطاء تفسير للإشارات الغامضة وتحديد موضوعها".

مراحل عملية اليقظة الاستراتيجية:

يمكن توضيح أهم مراحل اليقظة الاستراتيجية على النحو الآتي:

مرحلة الاستهداف والتعقب:

يتم في هذه المرحلة البحث عن المعلومات وهي الخطوة الأولى والأساسية في عملية اليقظة الاستراتيجية، ولأن مجالات البحث عديدة وبغرض تفادي الضياع في الكم الهائل من المعلومات، فإن هذه المرحلة تتكون من:

- استهداف اليقظة الاستراتيجية التي يتم على أساسها تحديد الجزء من محيط المنظمة الذي يتم وضعه تحت الترصد (المراقبة المسبقة) والذي يمثل أهمية بالغة بالنسبة للمنظمة وإمكانية تحديد المعلومات التي يجب جمعها، وهو يهدف إلى الإجابة عن السؤال الذي مفاده: ما الذي يجب معرفته في المحيط (الخارجية والداخلية) للمنظمة في فترة معينة؟ أو بشكل آخر، ما هي النقاط التي يجب التركيز عليها من أجل بذل الجهود الإرادية للوصول إلى المعلومة؟
- التعقب وهو العملية الإرادية (الطوعية) والتي بموجبها يتحصل أعضاء المنظمة أو وحدة من وحداتها على المعلومات. وهذا يتطلب بذل مجهودات للتعرض لهذه المعلومات وتقصيها والبحث عنها، وحتى في بعض الأحيان تتم استئثارها. فالمعلومات لا يمكن أن تأتي من تلقاء نفسها. والشخص (أو الأشخاص) المكلف بتعقب المعلومات يسمى "المتعقب" (أو المترصد)، والتعقب لا يمثل عمل بحد ذاته، وإنما يضاف إلى العمل الأصلي للمتعقب.

وعليه، يمكن القول أن عملية التعقب ليست بحثاً مكتئباً يعتمد على كلمات مفتاحية، بل يجب أن يتوفر في المتعقب القدرة الإدراكية لتحسس المعلومات. فعملية التعقب ليست واضحة ولا سهلة، فهي تواجه الكثير من الصعوبات التي تحتاج مجهودات إرادية (طوعية) من قبل المتعقب، كما تحتاج إلى تحفيز من المسؤولين.

تحليل ومعالجة المعلومات:

وتتكون هذه العملية من: انتقاء المعلومات، ومعالجتها وتحليلها، وتخزينها.

- انتقاء المعلومات: قد ينتج عن عملية التعقب كم هائل من المعلومات، والتي قد لا تكون جميعها مفيدة ومتعلقة بالهدف المراد. كما أن الوثائق المحصلة قد تكون محشوة بالمعلومات المختلفة. لهذا فإن عملية انتقاء المعلومات تهدف إلى تقييمها وغربلة كمها الكبير، بهدف الاحتفاظ فقط بتلك المتعلقة بالموضوع والتي من المحتمل أن تهم أعضاء اليقظة الاستراتيجية، بمعنى الحكم على مصداقية ومنفعة المعلومة نفسها، وكذا مصدرها.

- معالجة وتحليل المعلومات: من خلال هذه العملية تتمكن المنظمة من اكتساب نظرة حول بيئتها الخارجية، وذلك من أجل تخفيض عدم التأكد البيئي والقدرة على الرد السريع. وتتمثل في تحويل المعلومات المجزئة وغير الكاملة إلى شكل مُهَيَّجَل، مُعَرَّف ومعمول. ويتمثل الهدف الأساس لهذه المرحلة في تحويل "الإشارات الضعيفة" إلى "قوى محركة" وتقديم معلومات ذات طابع استباقي (أو توقعي) لتطورات المحيط بقدر ما يمكن. ويمكن الاستعانة بطريقة "الرقعة أو اللغز" Puzzle والتي طورها الفريق الذي يرأسه الأستاذ "هيمبرت ليسكا Humbert LESCA"، وهي تتألف من مجموعة من الاستدلالات التي توفر بنية التفكير الجماعي مع ترك جانب كبير منها إلى الخيال والإبداع التي تتطلبها طبيعة المعلومات التي سيتم تجهيزها. وتستمد هذه الطريقة عملها من "لعبة الرقعة" والتي تهدف إلى تجميع مجموعة من القطع ذات الأشكال المختلفة بحيث في الأخير تعطي شكلاً معيناً ذو دلالة. وتستند هذه الطريقة إلى فرضية مفادها أن أعضاء المنظمة (أو بعضهم) يُحْتَمَل أنهم يخزنون الكثير من المعلومات المختلفة في رؤوسهم بشكل عفوي أو تلقائي، ولكنها معلومات ضمنية خاملة وبالتالي غير رسمية (مكتسبة بالخبرة)، علاوة على ذلك، فهي تكون بدون معنى لأنها معزولة، وبالتالي يكون في هذه الحالة احتمال فقدان وضياح هذه المعلومات وعدم استخدامها. إن طريقة "الرقعة أو اللغز" تساعد على إظهار هذه المعلومات وإبرازها، واستغلالها بشكل مثمر. من خلال هذه الطريقة تتمكن المنظمة من تفسير وترجمة المعلومات المجمعة، وهذا بإسهام ومشاركة الجميع.
- تخزين المعلومات: وهي عملية هامة للغاية، وهي توجد عادة بعد كل مرحلة من مراحل اليقظة الاستراتيجية، إذ لا بد من تخزين المعلومات بعد عملية التعقب وكذا بعد الانتقاء، وبعد المعالجة والتحليل. ولهذا، فهي تستدعي اهتماماً كبيراً من القائمين على عملية اليقظة، إذ يجب أن تكون المعلومات سهلة المنال باستمرار، وفي أي وقت للأشخاص المرخص لهم ذلك (Humbert LESCA, 1997, p12).

استعمال المعلومات: ت

تعدّ المراحل السابقة جوهر عملية اليقظة الاستراتيجية، وكثيراً ما يعتقد البعض أن اليقظة الاستراتيجية تنحصر في المراحل السابقة، ولكن لا يمكن لعملية اليقظة الاستراتيجية أن يكون لها معنى إذا لم تستخدم معلوماتها في اتخاذ القرارات اللازمة، وإلا سوف تكون مجرد تكاليف زائدة وخسارة بالنسبة للمنظمة.

خاتمة:

أمام التغيير السريع وعدم التأكد الذي يميز بيئة الأعمال في العصر الحديث، لم تعد المنظمات قادرة على اتخاذ قراراتها وخاصة الاستراتيجية منها بدقة وفعالية وضمان النتائج الحسنة بشكل دائم. فالتطور التكنولوجي السريع، والتغير في المفاهيم والمعتقدات، وظهور الأسواق الجديدة وزوال أخرى وعدم الاستقرار في أوضاع السوق، وتلاشي الحدود الفاصلة بين الدول، ونمو القدرة المعرفية للمجتمعات وغيرها، كانت سبباً وراء الاضطراب البيئي الذي هو حصيلته التغيير السريع وعدم التأكد، وهو الاضطراب الذي عادة ما يكون سبباً وراء ظهور الأزمات بشق أنواعها. ولأجل أن تتمكن المنظمة من التغلب على هذا الاضطراب البيئي والتكيف مع متغيرات المحيط الخارجي ومواجهة ما يمكن أن يسببه من أزمات، وجب عليها أن تكون على دراية أولاً بأول بكل ما يُستَجَد ويحدث في بيئتها الخارجية، بل وتتوقع ما يمكن أن يحدث مستقبلاً، وذلك عن طريق تحصيل المعلومات التي تخص البيئة الخارجية وحتى الداخلية، في الوقت الذي أصبحت فيه المعلومة مورداً إستراتيجياً هاماً، ومفتاح تميّز وتفوق المنظمة كيف ما كان نشاطها ومهما بلغ حجمها.

إن المنظمة التي تستطيع فهم العلاقة الموجودة بينها وبين بيئتها، ودراسة متغيراتها وكيفية تأثيرها في المنظمة - من خلال الحصول على المعلومات الخاصة بهذه البيئة - تكون قادرة على تلافي الأخطار المفاجئة التي يمكن أن تحدث و/أو اقتناص الفرص التي يمكن أن تظهر، وتكون لها يد السبق عن منافسيها، وبهذا تضمن بقاءها وتطورها واستمراريتها. لذا وجب على هذه المنظمة وضع نظام لليقظة الاستراتيجية.

إن اليقظة الاستراتيجية هي مفهوم جامع لأشكال عديدة من اليقظة. فهو مفهوم شامل لكافة وظائف ونشاطات المنظمة، وهو ما يزيد من أهميتها ومنفعتها. وبفضل هذا الشمول، فإن المنظمة تستطيع أن تحدد مكانتها بالنسبة إلى بيئتها، سواء بالنسبة للمنافسين، أو بالنسبة للتطور التكنولوجي، أو للزبائن والموردين، أو غيرهم من عناصر البيئة الخارجية أو حتى الداخلية، الأمر الذي يُمكنها من التقدم بخطوات

وقد اتفق العديد من الكتاب الذين اهتموا باليقظة الاستراتيجية مثل (هيمبرت ليسكا Humbert LESCA، أغويلر Aguilar، همبريك Hambrick ...) على أن اليقظة الاستراتيجية تحقق للمنظمة المزايا الاتية:

- وسيلة للاستشعار السريع للانقطاعات وللتغيرات المفاجئة؛
- أداة لإعادة توجيه إستراتيجية المنظمة بالشكل الذي يوافق متطلبات وضع الاستراتيجية؛
- وسيلة لرفع القدرة الابتكارية للمنظمة؛
- وسيلة مساعدة لاتخاذ القرارات الاستراتيجية؛
- وسيلة تسمح بتأقلم المنظمة مع بيئتها؛
- الاقتصاد في الموارد، لأن التأخر في رد الفعل يكلف كثيراً؛
- تخفيض الأخطار الناتجة عن عدم التأكد البيئي ورفع درجة الأمان؛
- اكتساب زبائن وأسواق جديدة؛
- إيجاد شركاء وحلفاء جدد.

من هذه الاستنتاجات والمكاسب التي يمكن لليقظة الاستراتيجية أن تقدمها للمنظمة في ظل بيئة متغيرة ومضطربة، فإن المنظمة تكون قادرة على مواجهة الأزمات المحتملة وذلك من خلال الاستعداد لتلافي أضرارها أو على الأقل التخفيض من شدتها؛ ما يتطلب جهداً جماعياً من المنظمة، وثقافة تحصيل وترصد المعلومات وتظافر الجهود من أجل إرساء نظام يقظ فعال وكفاء.

المراجع:العربية

- علي أحمد فارس، "إدارة الأزمات: الأسباب والحلول"، مركز المستقبل للدراسات والبحوث، من الموقع الإلكتروني التالي:
<http://mcsr.net/activities/031.html> تاريخ الإطلاع: 2018/03/15
- شيماء محمود أحمد عبد الغفار، الأزمة المالية العالمية وأثرها على خطط المتدرب المستقبلية، مقال على الموقع:
<http://pathways.cu.edu.eg> تاريخ الإطلاع: 2018/03/13
- كمال رويح، دراسة مدى وعي مسؤولي الشركات الكويتية نحو استخدام المعلومات الاستراتيجية، المجلة العربية للعلوم الإدارية، العدد2، كلية العلوم الإدارية، جامعة الكويت، 2003، ص 2.

المراجع الأجنبية

- DAFT et AL, Message Equivocally, Media selection and Manager Performance: Implication for information Systeme, MIS Quietly, Vol 11 n° 3, 1987, p 358.
- Humbert LESCA, veille stratégique – la méthode L.E.SCAnning, éditions EMS, Paris, 2003, pp10,12.
- Pateyron Emmanuel, veille stratégique, economica, Paris, 1998, p 212.
- Ugo-Mercier Gouin, la veille stratégique: mythes et réalités, colloque sur la collaboration en réussite éducative tous ensemble pour la réussite, Québec, 2004, p 2.
- [Http://www.sup.adc.education.frbibpulguidesveillesommaire.htm](http://www.sup.adc.education.frbibpulguidesveillesommaire.htm).
- Ali SMIDA et Emna BEN ROMDHANE, les déterminants culturels des pratiques de veille stratégique, colloque annuel sur: le management face à l'environnement socioculturel, Université Saint-Joseph, BEYROUTH, 2004, p2.

- Caroline Prat et Sylvie Mira-Bonnardel, influence de la veille stratégique sur le processus de conception, article publié à LABORATOIRE GENIE INDUSTRIEL, p2. (<http://www.lgi.ecp.fr>).
- DAHMANE Madjid et KELLOU Ratiba, la veille stratégique un atout clé pour l'entreprise, séminaire sur la veille stratégique: mettre en œuvre la veille stratégique, Algérie Télécom et CERIST, 2005, p8
- <http://www.agentintelligent.com/veille/veille-strategique.htm>
- Samia MENIF, Problématique de la recherche d'information d'origine "terrain" dans la veille stratégique, proposition d'éléments pour la formation des traqueurs, thèse pour l'obtention du doctorat en science de gestion, Université Pierre Mendès, France, 2005, p 25.
- Mustapha BOUROUBI et Mohamed DAMOU, rôle et place du système de veille stratégique d'information de l'entreprise, gouvernance locale et économie de la connaissance au Maghreb, édition dar el adib, Algérie, 2004, p 386.
- Nicolas LESCA, construction du sens - le cas de la veille stratégique et de l'exploitation collective des signes d'alerte précoce, thèse doctorat en science de gestion, Paris, France, 2002, p 22.
- HUMBERT Lesca et Jean-claude CASTAGNO, capter les signaux faibles de la veille stratégique: comment amorcer le processus?, colloque AIMS, Montpellier, France, 2000, p3.
- Humbert LESCA, veille stratégique: concepts et démarche de mise en place dans l'entreprise, DISTNB, Paris, France, 1997, p 12.

الخصائص العالمية المؤهلة للمدير العربي لإدارة الأزمات في ظل العولمة: دراسة استطلاعية تحليلية في عينة من المؤسسات المصرفية في الجزائر والأردن

د. بواشري امينة

جامعة الجزائر 3 / الجزائر

ملخص:

إن الأزمات التي تواجه المنظمات والمجتمعات اليوم، ومع الاتجاهات الحديثة في القيادة المؤسسية، تحتاج المنظمات إلى قيادات قادرة على إدارة هذه الأزمات، والعمل وفق هذه الاتجاهات، خاصة مع التحدي البارز الذي تعيشه مختلف الدول في ظل تنامي ظاهرة العولمة. وتتطلب إدارة الأزمات في عصر العولمة مديراً غير ذلك المدير التقليدي، بل المدير الذي يفترض أن يكون مؤهلاً للعمل وفق منظور عالمي شامل، فإدارة الأزمات تقتزن بالمخاطر والتهديدات المحتملة، وحتى يستطيع المدير أن يقود منظمته في عصر التغير المتسارع، حيث العولمة ضربت بأطنابها شرق الأرض وغربها، فإن عليه أن يدير الأزمات التي قد تقع في أي وقت وبدون سابق إنذار، ولا بد أن يكون مؤهلاً بامتلاكه لخصائص تجعله قادراً على إدارة الأزمات في ظل العولمة. وجاءت هذه الورقة البحثية لقياس واقع مؤهلات وقدرات المدير العربي في ظل العولمة لإدارة الأزمات بكفاءة وفاعلية، ولتحقيق هذا الهدف، تم تحديد سبعة متغيرات تعدّ بمثابة مؤشرات عالمية يمكن من خلالها قياس واقع مؤهلات وقدرات المدير العربي؛ أو بصياغة أخرى: كم يمتلك المدير العربي من هذه الخصائص التي تؤهله لإدارة الأزمات في ظل العولمة؟ وهل وصل إلى مستوى المدير العالمي وفق المؤشرات الموضوعية؟ وعليه؛ فقد تمثّل التساؤل الرئيس لهذه الورقة البحثية فيما يأتي: ما مدى امتلاك المدير العربي للخصائص العالمية التي تؤهله لإدارة الأزمات في ظل العولمة؟ وقد تم جمع البيانات من خلال أداتين هما (الاستبانة، والمقابلة)، أما مجتمع الدراسة، فهو القيادات العليا في مصارف عربية في بلدين عربيين هما (الجزائر، والأردن)، وبلغ عدد أفراد العينة ما نسبته (20%) من المجتمع للبلدين معاً. وقد تم اتباع المنهج الوصفي نظراً لملاءمته طبيعة الورقة البحثية. ومن أهم نتائج هذه الورقة البحثية، أن القيادات الإدارية الأردنية تتقدم في توجهها عالمياً من خلال استعداداتها الثقافية وفي تفكيرها الاستراتيجي، كما تتقدم القيادات الإدارية في الجزائر في استعداداتها لتعلم اللغات الأجنبية بوصفها منطلقاً للتوجه العالمي. أما على مستوى البلدين معاً، فقد جاء بُعد "التقانة" في الترتيب الثاني من بين أبعاد الورقة البحثية، بما يعكس تقدمها لدى البلدان المبحوثة واستعداد هذه الأخيرة للتعامل وفق منظور عالمي، إلا أن تقدم "التقانة" كان ضئيلاً مما يعكس حاجة المدير العربي لاستخدام التقانة الحديثة بطريقة تؤهله لممارسة دور (مدير عالمي). وقد جاء بعد "الإبداع" في الترتيب الخامس من بين أبعاد الورقة البحثية، بما يعكس حاجة المدير العربي للمزيد من القدرات الإبداعية التي تجعله قادراً على التحدي ودخول المنافسة العالمية بأفكار جديدة تكسبه الميزة التنافسية. وأشارت الآراء المستنبطة إلى أن بعد "التعلم" جاء بالترتيب السادس من بين أبعاد الورقة البحثية على مستوى البلدين معاً بما يعكس حاجة المدير العربي للاهتمام بالتعليم وإدراكه للتعلم المستمر. وعلى الرغم مما أشارت إليه التحليلات الإحصائية من تقدم في "بعد التفاوض" على مستوى البلدين معاً - إذ جاء بالترتيب الأول من بين أبعاد المتغيرات السبعة - إلا أن هذين البلدين ما زالا بحاجة إلى فهم آليات التفاوض عالمياً، وما يجب أن يكون عليه المدير العالمي من مستوى عال من المهارات التي تأخذ البعد الدولي والعالمي بالاعتبار. أما فيما يتعلق بالاستعداد المدرك للمديرين المبحوثين في البلدين نحو العالمية، فقد جاءت الأردن بالترتيب الأول نتيجة انضمام الأردن إلى منظمة التجارة العالمية سنة 2000م، وهذا أدى إلى انفتاحها على العالم وإلغاء الحدود الاقتصادية. أما معي الجزائر بالترتيب الثاني فهو يعكس حاجة المديرين إلى ضرورة توسيع مداركهم نحو التحول إلى الاتجاه العالمي رغم المبادرات التي تقوم بها في هذا المجال.

كلمات مفتاحية: المدير العربي، إدارة الأزمات، العولمة.

مقدمة

الإدارة في الوقت الحاضر تحتاج إلى قيادة من نوع خاص وهي القيادة ذات الخصائص العالمية أو بتعبير آخر المدير العالمي الذي يجب أن يكون بكل المقاييس مديراً مختلفاً عن المدير التقليدي، خاصة وأن المنظمات تعيش تحديات كبيرة وكثيرة أهمها تحدي العولمة، والتحدي

الحقيقي لظاهرة العولمة يتمثل أساساً في مدى استعداد وقدرة المديرين على التخلي عن قوالب الإدارة التقليدية، واستبدالها بتوجهات إدارية معاصرة والتحلي بالإدارة المبادأة المتحسبة (Pro-active) بدلاً من الإدارة برد الفعل (Reactive)؛ وما يتطلبه الأمر من بصيرة وحكمة في إيجاد الحلول العملية الشاملة والصحيحة. وإدارة الأزمات في عصر العولمة تتطلب مديراً غير المدير التقليدي وهو المدير ذو الخصائص العالمية الذي يستطيع أن يقود منظمته في عصر التغيير المتسارع حيث العولمة ضربت بأطنابها شرق الأرض وغربها. ومن أجل إدارة الأزمة والسيطرة على نتائجها وأثارها المحتملة على المدير اليوم وخاصة في المنظمات العربية أن يمتلك من الخصائص ما يؤهله لإدارة الأزمة في ظل العولمة بكفاءة وفعالية.

وعليه يسعى البحث لبلوغ الهدف الرئيس الآتي: قياس واقع مؤهلات وقدرات المدير العربي في ظل العولمة لإدارة الأزمات بكفاءة وفعالية. ولتحقيق هذا الهدف حددت سبع متغيرات تعد بمثابة مؤشرات عالمية يمكن من خلالها قياس واقع مؤهلات وقدرات المدير العربي أو بصياغة أخرى: كم يمتلك المدير العربي من هذه الخصائص التي تؤهله لإدارة الأزمات في ظل العولمة؟ وهل وصل إلى مستوى المدير العالمي وفق المؤشرات الموضوعية؟ ومنه تُطرح الاشكالية التالية: ما مدى امتلاك المدير العربي للخصائص العالمية التي تؤهله لإدارة الأزمات في ظل العولمة؟ وتتبعها التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي الخصائص التي يجب أن يمتلكها المدير العربي حتى يستطيع أن يواجه تحديات العولمة؟
- ما هو المستوى الذي هو عليه المدير العربي بامتلاكه لخصائص المدير العالمي والتي من خلالها يمكنه إدارة الأزمات في ظل العولمة؟.

فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: يمتلك المدير العربي وفقاً للتوجهات الحديثة خصائص تؤهله لممارسة دور مدير عالمي.
الفرضية الثانية: أن مستوى الخصائص التي يمتلكها المدير العربي تؤهله لإدارة الأزمات في ظل العولمة.

أهمية الدراسة:

إن أهمية الدراسة تتمثل في ضرورة توافر خصائص وقدرات معينة - سواء التي تم تحديدها في هذا البحث أو خصائص أخرى كثيرة - في المدير العربي لكي يكون مؤهلاً لإدارة الأزمة؛ خاصة مع تحديات العولمة والعالمية المتزايدة للأعمال إذا أرادت المنظمات والمؤسسات العربية أن تبقى على وجودها وتستمر وتتنافس بنجاح في السوق العالمية.

ثانياً: الإطار النظري

في هذا الجزء والمتعلق بالإطار النظري سيتم التطرق للأدبيات ذات الصلة بموضوع البحث.

مفهوم الأزمة وإدارة الأزمة:

تعددت التعاريف الخاصة بالأزمة، فاختلقت في بعض الجوانب، واتفقت في جوانب أخرى. فالأزمة هي ظرف انتقالي يتسم بعدم التوازن، ويمثل نقطة تحول في حياة الفرد، أو الجماعة، أو المنظمة، أو المجتمع، وغالباً ما ينتج عنه تغيير كبير. أو هي فترة حرجة أو حالة غير مستقرة يترتب عليها حدوث نتيجة مؤثرة، وتنطوي في الأغلب على أحداث سريعة وتهديد للقيم أو للأهداف التي يؤمن بها من يتأثر بالأزمة. أو هي موقف وحالة يواجهها متخذ القرار في أحد الكيانات الإدارية من "دولة، مؤسسة، مشروع، أسرة" تتلاحق فيها الأحداث وتشابك معها الأسباب بالنتائج، ويفقد معها متخذ القرار قدرته في السيطرة عليها أو على اتجاهاتها المستقبلية؛ إذ تعتبر الأزمة تحدياً وصراعاً بين متخذ القرار وبين القوى الصانعة للأزمة مرافقة لقلق أو قوى ضاغطة وتهديد أمن الكيان الإداري. ويرى (S.Elsabbagh, 2004) أن "الأزمات هي حالة حتمية لا مفر منها ولا يمكن فصلها من أنشطة الأعمال في المؤسسات والمنظمات. وأن السنين القليلة الماضية قد شهدت

زيادة خطيرة في عدد الأزمات المدمرة في عدد كبير من المؤسسات والمنظمات في العالم". ومن جهته أشار (coombs , 2012) إلى أن الأزمة تعرف بأنها أحداث غير متوقعة تهدد توقعات أصحاب المصالح وتؤثر على الأداء في المنظمات. أما (steve, 2002) فقد عدد بعض أهم خصائص الأزمة كما يلي:

- المفاجأة: تدخل مكتبك في الصباح لتجد جهاز الكمبيوتر قد توقف عن العمل، لتضيق كل الخطط والمعلومات التي قضيت في إعدادها أسابيع طويلة.
- نقص المعلومات: لا تعرف من المتسبب، ولا كيف تتصرف. كما أنها المرة الأولى التي تصادفك فيها مثل هذه الأزمة.
- تصاعد الأحداث: تتوالي الأحداث لتضيق الخناق عليك فالجهاز لا يتوقف عن العمل إلا وقت الحاجة إليه. وجدار المدرسة لا يسقط إلا والطلبة في الداخل... الخ.
- فقدان السيطرة: جميع أحداث الأزمة تقع خارج نطاق قدراتك وتوقعاتك وتشذ عن الروتين العادي للمؤسسة.
- حالة الذعر: حيث تصدر عن المدير، فينهي خدمة كل من له علاقة بوقوع الأزمة، أو يعتمد إلى التشاجر مع معاونيه، أو يقدم استقالته.
- غياب الحل الجذري السريع: الأزمات لا تنتظر المدير حتى يتوصل إلى حل متأن، بل تهدد بتدمير سمعة الشركة وأصولها، في غمضة عين، وهناك لابد من المفاضلة بين عدد محدود من الحلول المكلفة لاختيار أقلها ضرراً.

وفيما يتعلق بإدارة الأزمة فقد تعددت التعريفات لمفهوم إدارة الأزمات، وإن كان المعنى العام لمجمل هذه التعريفات واحد وهو "كيفية التغلب على الأزمة بالأدوات العلمية الإدارية المختلفة، وتجنب سلبياتها والاستفادة من إيجابياتها" وإن كان لكل باحث تعريف مختلف في مفرداته ولكنه متفق في معناه.

فيعرف الباحث البريطاني (ويليامز) إدارة الأزمات "بأنها سلسلة الإجراءات الهادفة إلى السيطرة على الأزمات، والحد من تفاقمها حتى لا ينفلت زمامها مؤدية بذلك إلى نشوب الحرب، وبذلك تكون الإدارة الرشيدة للأزمة هي تلك التي تضمن الحفاظ على المصالح الحيوية للدولة وحمايتها".

ومن جهة أخرى أشار (S.Elsabbagh, 2004) أن الاستعداد للأزمة أصبح في صميم العديد من الدراسات الحالية لإدارة الأزمة ومن أهم هذه الدراسات نذكر دراسة (Person and Mitroff 1993) حيث قام بشرح وتلخيص خمسة أطوار للأزمة:

- Signal detection إشارة الاكتشاف _ الملاحظة
- Preperation / Prevention للإيقاف الأزمة أو لمنع الاستعداد _
- Containment / Damage Limitation _ تحديد الضرر الاحتواء
- Recovery الإسعاف _ استرداد الشفاء – الإخلاء
- Learning - التعلم

إن إشارة الاكتشاف أو الاستعداد / الإيقاف أو المنع تكون أنواع فعالة لإدارة الأزمة، وإذا تم التحضير لها وإنجازها بصورة صحيحة ونجحت فإن هذه الإجراءات يمكن أن تمنع وقوع العديد من الأزمات.

إن الاحتواء / تحديد الضرر، والإخلاء / الإسعاف هي نشاطات وإجراءات مؤثرة إلا أنها بعد وقوع الأزمة تصبح غير ذات قيمة ويتم تجاهلها وكلاهما تسمى تحطيم الإدارة (Crash Management) .

أما التعلم فإنه يعتبر كجزء من عملية التخطيط لإدارة الأزمة في حالة عدم حصولها أو كنتيجة للخبرة أو التجربة التي نحصل عليها من الأزمة. ويرى (Ehsan, 2009) أن التعلم من أخطاء الماضي يلعب دوراً حاسماً في عملية إدارة الأزمة، وبأن المنظمة تحتاج إلى تحديد أهدافها بوضوح لجميع أصحاب المصالح وذلك لأن الأزمات عادة ما تنبع من فشل الأهداف.

الخصائص المؤهلة للمدير نحو العالمية:

إن المديرين في القمة كما أشار إلى ذلك (Drucker, 1974) هم أشخاص يرون الأعمال ككل ويستطيعون أن يوازنوا بين الاحتياجات الآنية واحتياجات المستقبل للأعمال، ويستطيعون اتخاذ قرارات نهائية وفعالة.

ومن بين التغيرات التي يجب أن تكون القيادات الإدارية العليا على استيعاب لها ودراية بها ومن ثم تتكيف معها هي مساهمة التطور التكنولوجي السريع ونظم المعلومات والاتصالات ومعرفة اتجاهات الاقتصاد المحلي والعالمي وكيفية التعامل معه. كما أشار (Martin, 2001) إلى دراسة دامت عدة سنوات لأربع منظمات لها فروع في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، حيث قام مركز القيادة الخلاقة (Center for Creative Leadership) باستجواب (214) مديراً في (30) بلداً، كانت أدوارهم وقدراتهم هي أهم ما في أعمالهم، وكانت كل منظمة في قطاع صناعي مختلف (التصنيع العالي التقنية، الخدمات، صناعة الأدوية، صناعة السيارات) وكان نصف هؤلاء المدراء ذوي مسؤوليات محلية أساسية والنصف الآخر ذوي مسؤوليات عالمية. لقد كان تقدير مديري المسؤوليات المحلية لدور القائد أعلى في أهميته، كون هؤلاء المدراء فاعلين في أعمالهم من مديري المسؤوليات العالمية.

لقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن دور القائد يظهر تقليدياً عندما يكون المدراء في الموقع نفسه مع موظفيهم أو معاونهم إذ يزداد احتمال كونهم من نفس المجموعة الثقافية أو الحضارية بينما تظهر أهمية المدير عالمياً عندما يختلف مع موظفيه في المكان حيث يزداد احتمال تنوع مجاميع المدراء والمعاونين الثقافية وهنا تظهر أدوار المدير العالمي وقدرته على أداء هذه الأدوار (التفاوض والعلاقات المتبادلة والقابلية على التكيف مع الثقافات الأخرى وكذا التعامل الجيد مع الوقت، والمعرفة المتخصصة من أجل إنجاز العمل الدولي عبر العالم بالإضافة إلى دور المجدد في حالات الأعمال المعقدة عالمياً. وهذه من أصعب الأدوار). كما ظهرت في الآونة الأخيرة دراسات كثيرة تناولت المدير العالمي، نظراً لما جاءت تحمله الألفية الثالثة من تحديات فرضت على المدير أن يكون في مستواها حتى يمكنه مواجهة التغيرات الحاصلة. حيث أشار (العنزي، 2001) بأن المنظمات المعاصرة ستواجه في كل يوم قادم تغيرات سريعة تتطلب معارف إدراكية عالية المستوى، وزيادة في المهارات المتقدمة للأفراد، وفهم للأنظمة لكي يتحقق التوافق مع تلك الموجات القادمة من التغيير.

وقد أشار من جهته (Effenus, 2007) إلى المهارات الأكثر أهمية والواجب توافرها في المدير العالمي الذي سيواجه موجات التغيير وهي: تقييم وفهم الثقافات الأخرى بالإضافة إلى معرفة لغات أخرى وامتلاك الخبرة الدولية وفهم آليات التفاوض عالمياً. وفيما يلي أهم الخصائص التي يجب توفرها في المدير الذي له استعداد للتوجه عالمياً في عمله:

- الثقافة (culture): المدير العالمي مطالب قبل غيره بفهم ثقافة البلد المضيف، بحيث يجب أن يكون لديه تصور عن الاختلافات والفروقات الثقافية واستعداد للتعامل مع أناس من جنسيات مختلفة، فكل ثقافة تعكس مجموعة من القيم والأعراف والاتجاهات والسلوكيات التي تتباين من جنسية لأخرى ومن ثقافة لأخرى. يرى (القريوتي، 2000) أن تعرض المنظمة لأزمة أو القدرة على التنبؤ بحدوثها يوجب عليها إدخال التغييرات المطلوبة، باعتبارها أحد الطرق للخروج من الأزمة أو تجنب وقوعها، وقصد إنجاح هذه التغييرات ينبغي على الإدارة أن تأخذ الجانب الثقافي بعين الاعتبار بحيث تسعى إلى تكيفه مع الوضع الجديد. إذ أشار (Helen, 2000) إلى أن الاختلافات في الثقافة وطريقة العيش في البلدان الأخرى تتطلب أن يطور المدراء الخبرة العالمية على أساس الملامسة وفقاً لبيئة البلد المضيف، وأن المهارة الحاسمة لإدارة الناس والعمليات في بلدان أخرى هي معرفة المتغيرات الثقافية التي تؤثر على قرارات الإدارة (Cultural Savvy)، فالعديد من الأخطاء التي تحدث في العمليات العالمية يمكن أن تعود إلى النقص في الحساسية الثقافية (Cultural Sensitivity) التي هي الوعي والصدق نحو ثقافة أخرى للأفراد.
- التفكير الاستراتيجي (Strategic thinking): لقد أضى التفكير الاستراتيجي من أولى الضرورات في عصر التغيير المتسارع فالرسول الكريم عليه أفضل الصلاة وأزكى السلام، كان لا يقوم بأي عمل إلا بعد نظر وتخطيط، والنظر هو التفكير، والتخطيط يسبقه التفكير. لذا فإن مديري القمة هم من يقع عليهم هذا العبء أولاً قبل غيرهم، والمدير العالمي بشكل خاص. فالتفكير هو نعمة عظيمة من نعم الله التي كرمها الله للإنسان وقد أكدها - سبحانه وتعالى - في القرآن الكريم، والتركيز عليها هو مفتاح كل تقدم، حتى قيل أن لغة النجاح السرية تكمن في " التفكير الأفضل " و" معرفة ما تريد ". والعقل (Mind) هو مستودع أو مصدر التفكير؛ لأن الله سبحانه جل وعلا عندما يخاطب الإنسان إنما يخاطب فيه عقله ووعيه وتفكيره فالقيادات الإدارية العليا أو مديرو القمة هم قبل غيرهم موجودات فكرية لا يمكن للمنظمات أن تقوم بدونها، باعتبارها المحرك الأول

والأساسي. فقد عدَّ (Stewart, 1994) وهو أحد أوائل المنظرين في مجال استثمار الموجودات الفكرية. رأس المال الفكري هو العمود الفقري لاقتصاد اليوم والمفتاح الرئيسي لنجاح منظمات الأعمال في القرن الحادي والعشرين وهذا ما دفع كبار المنظمات العالمية كما أشار إلى ذلك (Alan, 1996) إلى إنشاء ما يسمى بـ "وحدات الذكاء" و "وحدات الاستثمار البشري" كما استحدثت وظيفة جديدة هي مدير إدارة الموجودات الفكرية تتولى مهمة استثمار القدرات الفكرية.

- اللغة (Language): من مستلزمات الثقافة العالية المعرفة بلغة أجنبية إلى جانب اللغة الأم. فما دام المدير سيتفاعل ويتعامل مع مديريين وعاملين من جنسيات متعددة وثقافات مختلفة ويتنقل إلى بلدان أخرى؛ الناس فيها يتكلمون لغة غير لغته فإن الأمر يتطلب فهماً واستيعاباً لهذه اللغة وإحساساً بها وإعداداً للتعامل معها. فاللغة تعد حلقة وصل يسد بها المدير عدة فراغات ويختصر لنفسه الكثير من الطرق ويغلق أمامه باب الأسئلة والحيرة لأن أموراً كثيرة ستصبح له وبالتالي يتعامل معها مباشرة، وهي تسمح للمدير أن يطلع على كل ما هو جديد سواء من خلال المقابلات الشخصية أو الاطلاع على ما هو مكتوب عبر الكتب والمجلات والمنشورات الأجنبية. فالكثير من الدراسات حثت على أن يحرص المدير الذي يعمل عبر الحدود على إتقان اللغة التي سيتعامل بها. اقترح الباحث (Fillmore, 1991) نموذجاً اجتماعياً لتوضيح وتفسير كيفية تعلم لغة ثانية، ويشمل هذا النموذج ثلاثة عناصر: الحاجة لتعلم لغة ثانية، الانفتاح الثقافي على مجموعة اللغة المستهدفة، البيئة المنفتحة ثقافياً والتي تجمع بين المتعلم والمتحدث محلياً للغة المستهدفة. كما أشار (Parker, 1998) إلى دراسة قام بها (Richard Hall, 1994) على مدرّاء أوريين إذ وجد أن الصفتين الأساسيتين اللتين يجب توفرهما في المدير الدولي أو العالمي هما الإصغاء والشخصية الاجتماعية إلى جانب التحدث بلغة أخرى، بالإضافة إلى قدرة هذا المدير على تطوير مهارات المبادرة والاستقلالية والتخطيط القوي. وكثير من الدراسات التي أجريت، حثت على أن يحرص المدير العالمي على تعلم اللغة، مثل دراسات كل من (Johnton, 1974) و (Effenus, 2001) و (Martine Wilcox, 2001) و (Rigina, 2001).

- التقنية (Technology): المعروف هو أنه كلما زاد استخدام المنظمات لتقنيات المعلومات الحديثة كلما زادت فاعلية النشاط المنظمي، وكلما توفرت العقول الإنسانية من مستخدمي هذه التقنية الحديثة وكذا إتقان التقنية المتطورة، كلما أمكن تطوير أنظمة المعلومات بمنظمات الأعمال، ودفع المنظمات الدولية والعالمية لإحداث تغييرات حقيقية في أنشطتها وأدى إلى التعرف على منظمات أعمال أخرى لتعزيز التعاون بينها وبين هذه المنظمات. ولهذا فإن ضرورة إتقان استخدام التقنية من طرف المدير العالمي أصبح من أهم الضرورات في هذا العصر.

- الإبداع (Innovation): في ظل الاتجاه المتنامي للعولمة والتحول السريع في العالم تظهر الحاجة الماسة إلى ظهور الشخصية المبدعة القادرة على توليد الأفكار والملاحظة الدقيقة والتحدي والسيطرة على الأوضاع في المواقف الصعبة. فقد أكد (عبد الفضيل، 2001) بأن المنافسة في ظل عمليات العولمة أصبحت تقاس بزيادة القدرة على الإبداع والتجديد والابتكار والتعلم المستمر وليس مجرد الزيادة في الإنتاج. وهذا يقود إلى القول بضرورة أن يكون المدير العالمي مبدعاً في تخصصه بالدرجة الأولى في ظل المنافسة الشديدة التي تتطلب من المنظمات أن يكون لديها وحدة للإبداع والمبدعين وعلى رأسها القيادات العليا.

- التعلم المستمر (Life – long learning): آية قرآنية كريمة تبين لنا أن الله تعالى يفضل من الناس المتعلمين عن غير المتعلمين في قوله عز وجل: ((قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ))، [سورة: الزمر، الآية: 9]. أشار (الشكري، 2000) إلى أن المدرّاء الذين لا يحاولون ولا يتعلمون ولا يتكيفون مع الجديد هم بالتأكيد يحدون من تقدمهم، ويسببون إلى منظماتهم. كما أيد (Riddell, 1996) زيادة الاستثمار في التعليم ورأس المال البشري كوسيلة لمواجهة تحديات العولمة، حيث يترتب على الاستثمار في التعليم زيادة الكفاءة وانتشار استخدام التكنولوجيا وتشجيع الابتكارات، ويركز (الباحث نفسه) على نوعية التعليم ومدى استجابته للتغيرات العالمية والمحلية. وفي دراسة تحت عنوان "تفعيل رأس المال الفكري" (Ring up Intellectual Capital) قام بها (Bruke, 1997) خلص فيها إلى أن العمل على ارتقاء رأس المال الفكري يجعل بالإمكان زيادة قابلية العاملين على التعلم وبشكل أسرع، ومن ثم الوصول إلى أداء عال وحل المشاكل التي تدهم منظماتهم. وقد بين (Schemerhorn et al., 2000) أن التعلم الدائم والمستمر (Life-long Learning) يكون من خلال خبرات العمل اليومية والمحادثات مع الزملاء والأصدقاء وكذا استشارة المسؤولين والأخذ من النماذج الناجحة ويكون من خلال التدريب النظري والعمل والمعلومات المتوفرة في الصحف العامة ووسائل الإعلام؛ فالذين يتعلمون باستمرار هم الذين باستطاعتهم المحافظة على مسيرتهم ونجاحهم في بيئة دائمة التغيير.

- التفاوض (Negotiation): الكثير من الأدبيات الإدارية التي تناولت المدير العالمي بالبحث والدراسة، أكدت على ضرورة توافر مهارات التفاوض لديه وكذلك فهمه لمبادئ التفاوض وأساسياته، فلا يكفي أن ينتقل المدير من بلد إلى آخر، أو أنه يستقبل

مديراً آخر ليعقد معه صفقة مثلاً؛ لأن ليس من السهل أن يكسب المدير العملية ويكون كمفاوض في مستوى المهمة التي يقوم بها لأن الدور التفاوضي هو الذي يشكل محور القيادة للمدراء. كما أوضح (Rongaswamy et al., 1989) أن المفاوضات تلعب دوراً مهماً وأساسياً في التسويق الدولي وعلاقات الأعمال الدولية. كما أن للمفاوضات دوراً بالغاً في إدارة الأزمات، وأن اكتساب المدير لهذه الخاصية سوف يمكنه من إدارة الأزمات بثقة.

العولمة وإدارة المدير للأزمات:

إن التوجه نحو العالمية لم يأت فجأة، بل كان نتيجة لعدد من التغيرات (التقنية، العلمية، التقدم الكبير في مجال الاتصالات وثورة المعلومات... الخ) والنتيجة أن أصبح هناك إلغاء كلي أو نسبي لحدود الزمان والمكان والقيود على الحركة والاتصال في عمل الإدارة، وإن هذا الانتشار العالمي أو العولمة انعكست على الإدارة العربية عموماً والقيادات الإدارية العليا على وجه الخصوص، وأصبح من الضروري على هذه الأخيرة باعتبارها على رأس المنظمات، أن تعرف ما يجب أو يرافق هذا من أساليب وتوجهات إدارية يمارسها هؤلاء القادة. وقد كان (ثابت، 1998) قد أشار إلى أن الدول العربية في وسط موجات الاندماج المتسارع للاقتصاد العالمي عبر التجارة وتدفق رؤوس الأموال وانتقال التكنولوجيا وتيارات التبادل الثقافي، تواجه مخاطر التهميش مثل العديد من أقطار الجنوب، حيث تواجه ضعف إمكاناتها الاقتصادية والتقنية وأوراق المفاوضة السياسية التي لا تتيح لها الدخول في منافسة متكافئة مع المنظمات متعددة الجنسيات وعابرة القارات أو التفاوض بقوة مع مؤسسات التمويل الدولية.

وفيما يخص اختيار الدول لطريقة وشكل التعامل مع العولمة يدور التساؤل عن مدى استعداد الدول العربية للاستفادة من الواقع الجديد والمشاركة في النظام العالمي الجديد الذي يفرض المشاركة حيث لا خيار؛ إذ لا يمكن أن تكتفي هذه الدول بدور المتفرج أو المتلقي. فهناك تحديات كبيرة تنتظر المصارف العربية في الدول التي تعمل على الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية (WOT)؛ إذ أن من أحد الشروط الأساسية للانضمام إلى عضوية هذه المنظمة هو فتح القطاع المصرفي أمام المصارف الأجنبية والسماح لها بممارسة كافة الأنشطة المصرفية بحرية، والمصارف العربية ستجد نفسها في موقع تنافسي ضعيف في وجه البنوك العالمية الكبيرة، وقد تواجه تهديداً حقيقياً لأسواقها وأنشطتها التقليدية.

إن الأزمات لا تتيح وقتاً للقائد بالشكل الكافي ليقوم بعملية التشاور مع باقي مؤسسات الدولة خصوصاً إذا كانت الأزمة مفاجئة وبشكل متسارع، مما يدفع القائد إلى ابتكار حلول إبداعية وخلاقة لتجاوز وحل الأزمة. إن فترة الأزمة تضع القائد تحت ضغط كبير، لما تسببه من تهديد لمصالح الدولة ولأهدافها، وأيضاً لما تشكله من تهديد للقائد نفسه ومستقبله، والسرعة في اتخاذ القرارات تجعله يعتمد على مفاهيمه ومدرسته الشخصية بشكل كبير جداً، لذلك تعتبر القرارات الحاسمة وقت الأزمات انعكاساً وصدى لشخصية القائد. فالقيادة الرشيدة التي تحسن إدارة الأزمات تجدها دائماً تدرك وتجيد إدارة الصراعات الداخلية الناتجة عن تعارض المصالح بين أقطاب النظام وهذا ليس على المستوى الداخلي فقط بل أيضاً على المستوى الإقليمي والعالمي.

إن الأزمة الحديثة هي نتيجة لعدة عمليات عصرية مثل العولمة، المعلوماتية، الاتصالات، التقنية، التطورات والتقدم التقني. وإن أعظم هدف لأي قائد يواجه أزمة هو التقليل من الخسائر وتعظيم المكاسب قدر الإمكان، لكن السؤال المطروح ما هو مفهوم المكسب عند القائد الرشيد؟ الأكيد أنه المصلحة العليا والعامة وليس المصالح الشخصية الضيقة. وإن ما يدل على تميز القائد وكفاءته هو قدرته على اختيار قيادة بديلة تحل محله إثر غيابه أو عدم قدرته على أداء مهامه، وهذا الإعداد للقيادة البديلة يعتبر بحد ذاته فناً من المهم أن يكتسبه القائد خاصة في أوقات الأزمات.

في دراسة لـ (Eric stern, 1997) عن الأزمات والتعلم يرى الباحث أن الظروف التي تترافق مع سياسة إدارة الأزمة قد تسهل التعلم وأن الخبرة في الأزمة قد تساهم في وضع الشخص في حالة تأهب للتعلم. وأن أغلب الطرق للتعلم تظهر الظاهرة على أنها فرصة لزيادة المعارف وكسب المهارات، طريقة التفكير، استنباط أنواع جديدة لطريقة التنظيم الاجتماعي. ويرى أن تعليم المنظمات هو ليس إلا تعليم الأفراد، لأن المنظمات تتعلم من خلال خبرة ونشاطات الأفراد، انتشار مبدأ التعليم غالباً ما يركز على توزيع الأدوار وأن الخبرة في مشاكل المجتمع الخاصة قد تضيق الفجوات في التركيب التقني أو نشاطات الأشخاص والمعاهد، ويعطي مثلاً جيداً على هذا اللون من التعلم، هو الخبرة

السويدية مع فايروس ايولا في أواخر الثمانينات من القرن الماضي، في ذلك الوقت إن وزارة الصحة السويدية كان لديها خبرة قليلة للتعامل مع مثل هذا النوع من المرض وقد ظهرت الحاجة للاستعانة بالخبرات الأجنبية والمعدات خصوصاً الغرف الطبية من الولايات المتحدة، هذه الحالة قادت إلى القرار لتطوير الكوادر في السويد. ويتساءل ؛ إلى أي درجة يمكن أن تتعرق خطة التعلم بسبب الميولات العامة تجاه الأجندة الحكومية؟ وبضيق أن خبرة حالات الأزمات تظهر لتسهيل الجهود في عمل المنظمات وبتعبير آخر فإن الأزمات هي تجارب حياة حقيقية والتي تختبر مرونة وقدرة صناع القرار والمعاهد الحكومية تحت ظروف الضغط والتهديد وتوفير الإمكانيات لصناع القرار. وتجدر الإشارة إلى أنه في الآونة الأخيرة قد ظهرت دراسات كثيرة تناولت المدير العالمي، نظراً لما جاءت تحمله الألفية الثالثة من تحديات فرضت على المدير أن يكون في مستواها حتى يمكنه مواجهة التغيرات الحاصلة. حيث أشار (العنزي، 2001) بأن المنظمات المعاصرة ستواجه في كل يوم قادم تغيرات سريعة تتطلب معارف إدراكية عالية المستوى، وزيادة في المهارات المتقدمة للأفراد، وفهم للأنظمة لكي يتحقق التوافق مع تلك الموجات القادمة من التغيير. ومع تزايد اجتياز المنظمات للحدود تزداد الحاجة لمديرين ذوي كفاءة عالمية لمقابلة التحديات الكبيرة التي تواجهها المنظمات اليوم وحتى الأزمات التي تمر بها، والتي تتطلب منها أن تقوم بنفس جديد وقدرة جديدة بوجود قيادات في مستوى هذه التحديات ومستوى خطورة هذه الأزمات، وهي القيادات العالمية، ومرحلة العولمة هذه تتطلب من هذه القيادات زيادة قدرتها على التعلم واكتساب المزيد من المعارف وعلى التعاون وإدارة التغيير والتنوع وكذا اكتساب القدرة على التفكير استراتيجياً والقدرة على التفاوض؛ إذ أصبح لزاماً على مديري القمة اليوم أن يأخذوا بالاعتبار المستجدات العالمية في تفكيرهم ويطوروا مهاراتهم الفكرية، لأن المنظمة بصفتها نظاماً مفتوحاً فهي تتغير باستمرار نتيجة انفتاحها على البيئة التي هي أيضاً في حالة من التغيير المستمر والمتسارع. والقيادات الإدارية العليا أو مديرو القمة هم قبل غيرهم موجودات فكرية لا يمكن للمنظمات أن تقوم من دونها. وبما أنه لا يمكن اعتبار العولمة نظاماً عالمياً أو نموذجاً عالمياً للحياة بل نظام من العلاقات بين الثقافات، وهو نظام جديد يشكل ما يسمى بالثقافات العالمية وفيها تظهر الفروقات أو الاختلافات الثقافية كفوارق العبارات والإشارات غير اللفظية (Sayings and non-Verbal Gestures). فإن المدير سيستفيد من الخصائص الثقافية ذات الطابع العالمي وهو يخوض في مجال الأعمال الدولية والعالمية، أما تأثير الفروقات الثقافية في أنشطة هذه الأعمال فسيعطي مؤشراً واضحاً على الحاجة الماسة لتكوين مهارات لدى المدير العالمي، بأن تكون له القدرة على تقييم العناصر الثقافية الأساسية وأن المبدأ العام في معالجة الفروقات الثقافية هو أن يكون المدير حساساً لهذه الفروقات وأن يولها اهتمامه عندما يتعامل مع أناس من جنسيات وثقافات مختلفة.

منهجية البحث:

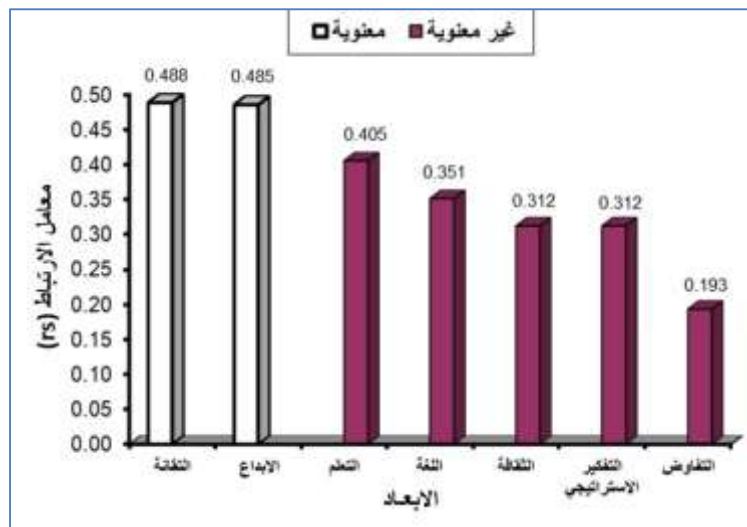
تم إجراء مسح أولي للمنظمات التي يمكن أن تكون مناسبة لإجراء البحث فيها، استناداً إلى العوامل المؤثرة في التوجه نحو العالمية والتي على أساسها يمكن تصنيف المدير العربي على أنه مدير عالمي بامتلاكه لتلك الخصائص العالمية، وما هي أكثر المنظمات تأثراً بالعولمة والتي من الممكن أن تتعرض إلى الأزمات؛ فكانت هناك عدة أنواع من المنظمات - جامعات، شركات تأمين، شركات سياحة، مصارف، وقد تم اختيار المنظمات المصرفية (أو البنكية) نظراً لأن هذه الأخيرة تمثل أهم القطاعات الاقتصادية في معظم الدول العربية وهي الأكثر عرضة بطبيعة عملها لرياح العولمة والأسواق الدولية وخضوعاً لمقاييسها التي يتم وضعها من قبل الدول الأكثر تقدماً، كذلك باعتبار اللغة المصرفية أصبحت لغة عالمية، والمصارف العربية أصبحت تواجه منافسة حادة من قبل المصارف الأجنبية؛ وكل هذا بالإمكان أن يعرضها إلى أن تمر بلحظات حرجة أو بالأحرى أزمات مفاجئة. وقد تم الاعتماد في الدراسة الميدانية على استبيان طُورت فقراته لتلائم البحث الحالي، وكان مجتمع البحث يتمثل في القيادات العليا بمصارف عربية في بلدين عربيين هما: الجزائر والأردن وقد تم اختيار العينة المستهدفة وفق أسلوب العينة الطبقية العشوائية (Stratified Random Sample) وبلغ عدد أفرادها ما نسبته (20%) من مجتمع البحث للبلدين معاً. وكانت كالآتي: الجزائر: 8 مصارف من أصل 14 وعدد المستجيبين كان 20 مديراً، والأردن: 11 مصرفاً من أصل 15 وعدد المستجيبين 25 مديراً.

وبالنسبة لتصميم استمارة الاستبيان فكان كما يلي: تضمنت الاستبانة جزء تعريفي بموضوع الدراسة الحالية وأبعادها وأهميتها بالنسبة للمدير العربي، كذلك حث العينة على التعاون المدرك والوعي ملء الاستبانة بدقة وموضوعية وبشكل تام. وجزء تناول معلومات تعريفية عن الأفراد المشمولين بالبحث من حيث العمر، المؤهل العلمي، التخصص العلمي، بلد التخرج، اللغات المتقنة، العنوان الوظيفي، عدد سنوات الوظيفة الحالية كقيادة عليا، عدد الدورات التدريبية التي قام بها كل شخص، عدد الندوات والمؤتمرات التي شارك فيها كل شخص. أما الجزء الثاني من الاستبانة فقد اختص بمتغيرات الدراسة والتي شملت كلها (67) فقرة أو سؤالاً موزعين على (8) محاور رئيسية. ومعالجة وتحليل البيانات المتحصل عليها من الاستبيان، تم اعتماد البرنامج الاجتماعي لتحليل الإحصائي SPSS.

نتائج البحث :

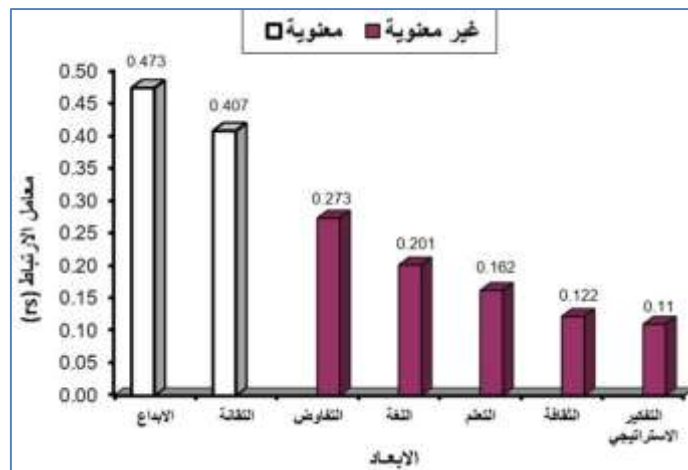
يقوم هذا البحث على فرضيتين بغرض التعرف على الخصائص التي يمتلكها المدير العربي التي تؤهله لممارسة دور المدير العالمي من أجل إدارة الأزمات في ظل العولمة.

أولاً- وللضرورة العلمية قمنا بالتأكد من مدى معنوية العلاقات الارتباطية بين الخصائص المحددة في هذا البحث بسبع خصائص من جهة وتوجهات المدير العربي نحو العالمية، قمنا باستخدام اختبار (t)، إذ بعد إجراء المعالجة الإحصائية حصلنا على نتائج أظهرت أن كل العلاقات معنوية وهذا ما يدل على وجود علاقة حقيقية بين الخصائص والتوجه نحو العالمية. والشكل رقم (1) يوضح مدى امتلاك المدير الجزائري لخصائص المدير العالمي مرتبة حسب درجة ارتباطها مع ذلك الاستعداد المدرك له نحو العالمية.



شكل 1: ترتيب خصائص المدير العالمي حسب درجة ارتباطها مع التوجهات لدى المدير الجزائري وفق معامل الارتباط واختبار (t) في (الجزائر)

ظهرت الأبعاد (التقانة، الابداع) لدى المدير الجزائري بدرجة ارتباط قوية مع التوجهات يليها بعد (التعلم) بدرجة ارتباط لم ترق إلى علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية. كما تراجعت الأبعاد (اللغة، الثقافة، التفكير الاستراتيجي والتفاوض) من حيث درجة ارتباطها مع التوجهات. وكذلك الشكل رقم (2) يوضح مدى امتلاك المدير الأردني لخصائص المدير العالمي مرتبة حسب درجة ارتباطها مع ذلك الاستعداد المدرك له نحو العالمية.



شكل 2: ترتيب خصائص المدير العالمي حسب درجة ارتباطها مع التوجهات لدى المدير الأردني وفق معامل الارتباط واختبار (t) في (الأردن)

يظهر الشكل السابق أن درجة ارتباط بعدي (الابداع، التقانة) مع التوجهات العالمية لدى المدير الاردني كانت متقدمة وظهرت العلاقة ذات دلالة معنوية في حين تراجعت درجة ارتباط الأبعاد (التفاوض، اللغة، التعلم، الثقافة، التفكير الاستراتيجي) مع التوجهات. اذا تبين وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الابداع والاستعداد نحو التوجه العالمي على مستوى كل بلد مع اختلاف قوتها وشدتها في كل بلد من البلدين.

الاستنتاجات:

- الثقافة: تتقدم القيادات الإدارية الأردنية على القيادات الإدارية في الجزائر في توجيهها عالمياً من خلال استعداداتها الثقافية التي تؤهلها إلى ممارسة دور عالمي.
- التفكير الاستراتيجي: يعد المدير الجزائري بحاجة لرفع مستويات التفكير الاستراتيجي.
- اللغة: تتقدم القيادات الإدارية في الجزائر على القيادات الإدارية في الأردن في استعدادهما لتعلم اللغات الأجنبية بوصفها منطلقاً للتوجه العالمي.
- التقانة: تقدم المدير الجزائري في قابليته ومهاراته المعتمدة على دور التقانة وتأثيراتها في جعل توجيهه أكثر عالمية من المدير الأردني.
- المدير الأردني بحاجة لزيادة ادراكه لدور التقانة أكثر في توجيه الاتجاهات عالمياً حيث تراجعت استعدادات المبحوثين في هذا البلد.
- أما على مستوى البلدين معاً فقد جاء بعد التقانة بالترتيب الثاني من بين أبعاد الدراسة بما يعكس تقدمها لدى البلدان المبحوثة واستعداد هذه الأخيرة للتعامل وفق منظور عالمي، إلا أن تقدم التقانة كان ضئيلاً مما يعكس حاجة المدير العربي لاستخدام التقانة الحديثة بطريقة تؤهله لممارسة دور مدير عالمي.
- الإبداع: إن المدير الجزائري حقق مستويات متقدمة في الإبداع الذي يعد سمة أساسية لابد من توافرها في المدير العالمي وفي مديري القمة بشكل عام باعتبارهم رأس المال الفكري لمنظمتهم؛ وتأتي الأردن بالترتيب الثاني. وعلى مستوى البلدين معاً جاء الإبداع بالترتيب الخامس من بين أبعاد الدراسة بما يعكس حاجة المدير العربي للمزيد من القدرات الإبداعية التي تجعله قادراً على التحدي ودخول المنافسة العالمية بأفكار جديدة تكسبه الميزة التنافسية.
- التعلم: المدير الأردني احتل الترتيب الأول في التعلم، وهذا الاستنتاج يأتي متطابقاً مع توجه الدراسة الحالية عند اختيار الأردن أحد البلدان العربية المنفتحة على العولمة. وجاءت الجزائر بالترتيب الثاني بما يعكس حاجة المديرين في هذا البلد إلى التفاعل مع معطيات العلم الحديثة، لأن عصر العولمة يتطلب التركيز على نوعية التعليم ومدى استجابته للتغيرات العالمية والمحلية. فالمعرفة هي العمل الرئيسي لأية منظمة. وأشارت الآراء المستنبطة إلى أن بعد التعلم جاء بالترتيب السادس من بين أبعاد الدراسة على مستوى البلدين معاً مما يعكس حاجة المدير العربي للاهتمام بالتعليم وإدراكه للتعلم المستمر الذي يكون من خلال الاطلاع والقراءة والأخذ من النماذج الناجحة وخبرات العمل اليومية والمحادثات مع الزملاء واستشارة الخبراء والتدريب النظري والعملي وكل ما من شأنه زيادة معارفه ورفع قدراته بالجديد وهكذا فإن بعد التعلم مازال متراجعاً لدى المدير العربي، بالرغم من تواصله مع الندوات والمؤتمرات المتخصصة داخل البلد الذي هو فيه وخارجه لكونه يؤمن بأن هذه الفعاليات تكسبه إرادة، وتحد وظيفي محلي وعالمي.
- التفاوض: جاء المدير الأردني بالترتيب الأول من حيث امتلاكه للقدرات التفاوضية التي تجعله ذو توجه عالمي. وحقق المدير الجزائري الترتيب الثاني في مجال امتلاك القدرات التفاوضية وهذا ناشئ عن ضعف الاتصال بالتجارب العالمية (المقابلات)، بما يعكس حاجة المدير الجزائري إلى إدراك أثر التفاوض في التفاعل العالمي وفي تحقيق نجاحات اقتصادية وسياسية تؤهله للحاق بالبلدان المتقدمة.
- على الرغم مما أشارت إليه التحليلات الإحصائية من تقدم بعد التفاوض على مستوى البلدين معاً؛ إذ جاء بالترتيب الأول من بين أبعاد المتغيرات السبعة إلا أن هذه البلدان ما زالت بحاجة إلى فهم آليات التفاوض عالمياً وما يجب أن يكون عليه المدير العالمي من مستوى عال من المهارات التي تأخذ البعد الدولي والعالمي بالاعتبار.
- أما فيما يتعلق بالاستعداد المدرك للمديرين المبحوثين في البلدين نحو العالمية فقد جاءت الأردن بالترتيب الأول نتيجة انضمام الأردن إلى منظمة التجارة العالمية عام (2000) وهذا أدى إلى انفتاحها على العالم وإلغاء الحدود الاقتصادية. أما معي الجزائر بالترتيب الثاني فهو يعكس حاجة المديرين إلى ضرورة توسيع مداركهم نحو التحول إلى الاتجاه العالمي رغم المبادرات التي

تقوم بها في هذا المجال، باعتبار العولمة أكبر تحدٍ أصبحت تواجهه الدول ومؤسساتها ومنظماتها اليوم، وبأن التوجه إلى العالمية اليوم أصبح ضرورة وليس اختيار خاصة مع انتشار العولمة المحلية.

التوصيات العامة للبحث:

- نتيجة لطبيعة الأزمات الحقيقية والمتوقعة التي تتعرض لها المنظمات على الجهات المختصة والمسؤولة عن إعداد القيادات الإدارية في الدول العربية ممارسة دوراً واسعاً في إعادة تأهيل المديرين ثقافياً بما يتلاءم والتوجه العالمي الجديد وذلك بنشر الثقافات الأخرى وتعلمها وأيضاً بتخصيص إفادات للمديرين للتفاعل مباشرة مع ثقافات الدول الأخرى. وأن تأخذ الجانب الثقافي بعين الاعتبار بحيث تسعى إلى تكييفه مع الوضع الجديد.
- أن تمارس القيادات الإدارية دوراً فاعلاً في رفع قدرات المدير العربي على التفكير الاستراتيجي من خلال فتح برامج تدريبية متخصصة في التفكير الاستراتيجي الذي يعد سمة العصر التي لا بد من توافرها في المدير العالمي وفي ظل العولمة والأزمات التي تقع دون سابق انذار.
- *أن تسعى القيادات الإدارية العربية إلى زيادة مهاراتها اللغوية وذلك من خلال فتح دورات لتعليم اللغة وإقحام كل المديرين على تعلم لغة أجنبية حية تتعامل بها أغلب دول العالم فيما بينها.
- أن يطلع المدير العربي على التطورات التقنية وآخر معطيات العلوم الحديثة فيما يتعلق بالأمته وحوسبة المؤسسات المصرفية وطرق استخدامها.
- تحتاج منظمات الأعمال المصرفية لاحتواء التقانة الحديثة والقدرة على التعليم والتدريب في إطار عصر المعلومات والمعرفة.
- يظهر أن هناك حاجة إلى تطوير العديد من القدرات والمهارات لدى المدير العربي من أجل التصدي للأزمات التي يمكن أن تواجهها المنظمات في أي وقت وحين فبالإضافة إلى الخصائص السبع التي حددت في هذه الدراسة، أن إدارة الأزمات في بيئة العولمة تتطلب من فريق إدارة الأزمات أن يتعامل مع إفرازات العولمة في مظاهرها الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية السياسية، التقنية، وأيضاً ظاهرة الفساد.

المراجع:

المراجع العربية

- الخضير، محسن أحمد، إدارة الأزمات، مجموعة النيل العربية، الطبعة الأولى، 2003.
- الشكرجي، نعمة جواد، مديرو القمة والتحديات المعاصرة، دراسة منشورة بمجلة كلية التراث الجامعة، بغداد- العراق، العدد 1: السنة 1: بغداد، العراق، 2001.
- العنزي، سعد علي حمود، أثر تقنيات المعلومات في السلوك الإداري لمنظمات الأعمال: اطار مفاهيمي، مجلة الادارة والاقتصاد الصادرة عن الجامعة المستنصرية، العدد: 36، ايلول - بغداد - العراق، 2001.
- العنزي، سعد علي حمود، رأس المال الفكري الثروة الحقيقية لمنظمات أعمال القرن الحادي والعشرين، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد الثامن، العدد: 25، بغداد، العراق، 2001.
- - القريوتي، محمد قاسم، إدارة الأفراد: المرشد الجامعي في تطبيق الأساليب العلمية في إدارة شؤون العاملين في القطاعين العام والخاص، الطبعة الأولى، عمان، شركة المطابع النموذجية، 2000 م.

المصادر الأجنبية

Books

- Coombs, W.T., Ongoing Crisis Communication, 3rd ed., Sage, Thousand Oaks, CA.2012.

- Drucker, P.F. Management: Tasks, Responsibilities, Practices; Harper & Raw, New York, 1974.
- Fillmore, L., Second Language Learning in Children: A Model of Language Learning in Social Context., In E Bialy Stock(ed.) Language Processing in Bilingual Children, Cambridge; University Press, 1991.
- Parker, B., Globalization and Business Practice, (London: Sage Pub, Ltd., 1998.
- Schermerhorn, Jr, Hunt, J.G.& Osborn, R.N., Organizational Behavior, 7th ed., Huston, John Wiley and Sons. 2000.
- Shermerhorn-Hunt.Osborn, Organizational Behavior, 7th ed. 2010.
- Taylor, Jonathan G, Ninu Burkardt, and Berton Lee Lamp, Rules for Success Environmental Negotiation. Midcontinent Zoological Science Center, USA, 2000.
- Thaler-Carter, Ruth E. Whither Global Leader? HR Magazine, Vol.45, Issue. 5, Database Business Source. Elite. May-2000.

Researches and reports

- Ehsan Khodarahmi , Crisis management, journal of Disaster Prevention and Management ; Vol. 18 No. 5, Emerald Group Publishing Limited , 2009 .
- Eric Stern , Crisis and Learning : Aconceptual Balance Sheet . Journal of Contingencies and Crisis Management vol5 , No2 , June . 1997.
- Martin Wilcox, Leadership in Action; sponsored by The for Creative Leadership. (www.josseybass.com/JB Journals/Vol.20 No.4- Global Managers- 2001.
- Ronald N., Ashkenas & Suzanne C. Francis. International Manages: Special Leaders for Special Times. Harvard Business Review, No. Dec., 2000.
- Schumann, J.H. , Research on Acculturation Model for Second Language Acquisition., Journal of Multilanguage and Multicultural Development, 1986.
- Scott, S.G.& Bruce, R.D.D.; Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace, AMJ, Vol.37, No. 3, 1994.
- Stewart, T.A., Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations, Double Day Currency, New York, 1999.
- Stewart, T.A., International Capital: The New Wealth of Organizations, Business Quarterly: 1-3, (Internet) 1994.
- Stone, R.W., The Use of Expert Systems in Service Industries: Financial Services Examples, Reviews of Business, Spring, 1990.
- S. Elsubbaugh, R. Fileds and Mary B. Rose: Preparation for crisis Management : A proposed Model and Emperical Evidenc , Journal of contingencies and crisis Management, vol. 12 . No. 3 Sept ,2004.

مستوى تطبيق الإدارة الالكترونية في كلية التربية- قمينس من منظور أعضاء هيئة التدريس والموظفين

الباحثة إيمان الفايد
جامعة بنغازي- ليبيا

ملخص:

هدفت هذه الورقة البحثية الى التعرف على مستوى تطبيق الإدارة الالكترونية في كلية التربية- قمينس من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والموظفين، كما هدفت إلى معرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تطبيق الإدارة الالكترونية تعزى لمتغيرات (النوع، والتخصص، والدرجة العلمية) من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس ومن وجهة نظر الموظفين، إضافة إلى التعرف على ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والموظفين في مستوى تطبيق الإدارة الالكترونية. وتجلت أهمية هذه الورقة البحثية في أهمية الموضوع الذي تتناوله وهو تطبيق الإدارة الإلكترونية في كلية التربية- قمينس. وتكوّن مجتمع الدراسة من جميع أعضاء هيئة التدريس والموظفين في الجامعة والبالغ عددهم (140)، منهم (50) عضو هيئة تدريس، و(90) موظف، وبلغت عينة الدراسة (44) عضو هيئة تدريس و(77) موظفاً للعام الدراسي (2017-2018)، وتم اختيار أفراد عينة الدراسة بالطريقة العشوائية من أعضاء هيئة التدريس والموظفين. ولتحقيق أهداف الورقة البحثية طورت الباحثة استبانة تكونت من (40) فقرة موزعة على أربع مجالات، وتم استخراج الصدق الظاهري للأداة المتمثل في صدق المحكمين، كما أستخرج ثبات الأداة وبلغ (97%)، واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي باعتباره الأنسب لتحقيق أهداف الورقة البحثية، كما استخدمت وسائل إحصائية مختلفة لغرض تحليل البيانات، منها المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاختبار الأحادي.

وأظهرت الورقة البحثية عدة نتائج أهمها أن مستوى تطبيق الإدارة الالكترونية في كلية التربية- قمينس مرتفع حسب ما تم تأكيده في اجابات أعضاء هيئة التدريس والموظفين، وأظهرت النتائج أنه ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية لمتغيرات (النوع، والتخصص، والدرجة العلمية) بالنسبة لأعضاء هيئة التدريس، في حين أثبتت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتغيرات (النوع) لصالح الذكور بالنسبة للموظفين، كما كشفت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية والموظفين في مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية لصالح الموظفين وفي ضوء النتائج، توصي الورقة البحثية بالعمل المستمر على تطوير التشريعات والأنظمة الإدارية لتتواءم مع التعاملات الإلكترونية التي تفرضها الإدارة الإلكترونية سريعة التغير، وزيادة تشجيع العاملين للتحويل إلى ممارسة الإدارة الإلكترونية بشكل أكثر تميزاً، وتقترح الورقة البحثية إجراء المزيد من الدراسات في كليات غير التربية والاعتماد على متغيرات جديدة.

كلمات مفتاحية: الإدارة الالكترونية، كلية التربية، أعضاء هيئة التدريس، قمينس.

مقدمة:

أنّ الجامعة إحدى المؤسسات التعليمية الهامة والتي تعتبر معقل الفكر الإنساني ومصدر الاستثمار وتنمية الثروة البشرية ويناط بها ويوكل إليها النهوض بالمجتمع باعتبار أنّ الجامعة إحدى المؤسسات التعليمية الهامة وانسجاماً مع أهمية هذه الجامعات وعظم دورها فإنّ ذلك يستوجب ضرورة توفير العديد من المتطلبات للنهوض بها والارتقاء بخدماتها إضافة على إزالة المعوقات التي تعيق طريقها، أنّ الجامعة منظومة مركبة من مجموعة كبيرة من المتغيرات الأساسية التابعة والمستقلة. وهذا لا يمكن باستخدام الأساليب التقليدية لإدارة الجامعة، بل بوجود إدارة تربوية واعية قادرة على رؤية الأبعاد الحقيقية للتقدم وعلى أداء أدوار جديدة وأنّ تواكب التطور والحدثة والإيفاء بحاجات العصر وتحديات المستقبل. والجامعة في سبيل الوصول إلى هذه الأهداف تحتاج إلى إدارة ناجحة متميزة تشرف على كل الأنشطة التربوية القيادية وبالتالي هذا يقودنا إلى أنّ تلك الإدارة يجب أن لا يبقى نظامها الإداري نظاماً روتينياً بل يجب عليها استعمال الأساليب الإدارية الحديثة التي تساعد على الوصول إلى الأهداف التي تسعى إليها هي والمجتمع على السواء (عمار، 2007). ومن أهم الآليات لتحقيق تحسين أداء الإدارة الجامعية هي الإدارة الإلكترونية والتي تتضمن مجموعة من المبادئ المرتبطة ببعضها ببعض والتي تشكل مدخلا شاملا متكاملأ لأداء العمل بمستوى متميز من الجودة والتنوع. وأنّ الإدارة الإلكترونية تعني تحويل كافة العمليات الإدارية الورقية إلى عمليات الكترونية باستخدام مختلف التقنيات الإلكترونية في الإدارة ، فالإدارة الإلكترونية سوف تغير من وظائف الإدارة التقليدية، وتجدر

الإشارة إلى أنّ تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجامعات المتقدمة قد حقق نجاحا ملحوظا إلا أنّ الأمر ليس بالأمر السهل الهين حيث إنّه توجد العديد من المعوقات التي تعرقل تطبيقها حيث إنّ العديد من موظفي الجامعات في جميع المستويات غير قادرين على استيعاب تكنولوجيا التعليم لاستخدامها في أعمالهم القيادية ومن ثم تضعف قدرتهم على الإدارة والإشراف والقصور في توجيه والإشراف والإرشاد لمجموعة من القوى البشرية ذات الاتجاهات والاحتياجات المختلفة.

مشكلة الدراسة:

تعد الجامعات من أهم المؤسسات التي تسعى إلى تحقيق التقدم والرفق الحضاري في كل المجتمعات ومنها المجتمع الليبي ونتيجة التقدم العلمي الكبير في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سعت كل المؤسسات ومنها الجامعات إلى التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية، لما فيها من فائدة كبيرة في تطوير المؤسسات والتغير نحو الأفضل، بالاعتماد على الإمكانيات التكنولوجية في أداء الأعمال الإدارية، لذلك وجدت الباحثة الحاجة إلى دراسة هذا الموضوع للوقوف على مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في كلية التربية- قمينس. وعليه فإنّ مشكلة الدراسة تتبلور في التساؤلات الآتية:

- ما مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في كلية التربية- قمينس من وجهتي نظر أعضاء هيئة التدريس والموظفين؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسط تقديرات أعضاء هيئة التدريس لمستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية بكلية التربية- قمينس تعزى لمتغيرات الدراسة (النوع، والتخصص، والدرجة العلمية)؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسط تقديرات الموظفين بكلية التربية- قمينس لمستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية تعزى لمتغيرات الدراسة (النوع، والخبرة، والمؤهل العلمي)؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين وجهتي نظر أعضاء هيئة التدريس والموظفين في مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية بكلية التربية- قمينس؟

أهمية الدراسة:

تمثلت أهمية الدراسة فيما يأتي:

- تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تتناوله وهو مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في كلية التربية- قمينس.
- ومن المؤمل أيضا أنّ تسهم الدراسة في توفير معلومات قد تساعد القائمين على كلية التربية- قمينس على التنبيه لجوانب القوة والضعف في تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجامعة وذلك بهدف معالجة جوانب القصور مما يزيد من مستوى التطبيق.
- تأمل الباحثة أنّ تضيف نتائج هذه الدراسة المزيد من الدعم والاهتمام بتطبيق الإدارة الإلكترونية في الجامعة.
- قد تسهم نتائج هذه الدراسة الحالية في فتح مجال لإجراء دراسات أخرى حول مفهوم ومبادئ الإدارة الإلكترونية في أي قطاع من قطاعات المجتمع.

الأهداف:

في ضوء طبيعة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على:

- مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في كلية التربية- قمينس من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والموظفين.
- ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسط تقديرات أعضاء هيئة التدريس لمستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية بكلية التربية- قمينس تعزى لمتغيرات الدراسة (النوع، والتخصص، والدرجة العلمية).
- ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسط تقديرات الموظفين بكلية التربية- قمينس لمستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية تعزى لمتغيرات الدراسة (النوع، والخبرة، والمؤهل العلمي).

- ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين وجهتي نظر أعضاء هيئة التدريس والموظفين في مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية بكلية التربية- قمينس.

حدود ومحددات الدراسة:

تنحصر حدود ومحددات الدراسة في الآتي:

- الحدود الموضوعية: مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في كلية التربية- قمينس من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والموظفين.
- الحدود البشرية: شملت الدراسة جميع أعضاء هيئة التدريس والموظفين في كلية التربية- قمينس.
- الحدود الزمانية: أجريت الدراسة خلال العام الجامعي 2016-2017.
- الحدود المكانية: اقتصرَت الدراسة على كلية التربية- قمينس.
- محددات الدراسة: كما تتحدد الدراسة بأدواتها ودقة إجابات المشاركين.

التعريفات الاصطلاحية والإجرائية:

تعرف الدراسة للمفردات الرئيسية كما يأتي:

- الإدارة الإلكترونية: هي أسلوب من أساليب الإدارة الحديثة تعمل على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للقيام بالأعمال الإدارية المختلفة من تخطيط، وتنظيم، وتنفيذ، ورقابة، وتقويم، ووسائل اتصال، من أجل تطوير العمل الإداري ورفع كفاءته، وتحقيق الأهداف المخطط لها (إدريس، 2005).
- وتعرف الإدارة الإلكترونية إجرائياً في هذه الدراسة بأنها: استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والإنترنت في المكاتب الإدارية بكلية التربية- قمينس، وذلك بهدف تحسين أداؤها وتعزيز مركزها التنافسي، من حيث (التخطيط، والتنظيم، والتنفيذ، والرقابة، والمتابعة والتقويم).
- وتعرف الباحثة مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية إجرائياً بأنه: درجة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للعملية الإدارية وفقاً للمجالات التي حدتها أداة الدراسة وهي: التخطيط، والتنظيم، والتنفيذ، والرقابة والتقويم، وتقاس من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على الأداة التي أعدت لهذا الغرض.

مفهوم الإدارة الإلكترونية:

أنَّ المفهوم الشائع للإدارة الإلكترونية كما بينه السالمي والسليطي (2008) على أنَّها الاستغناء عن المعاملات الورقية وإحلال المكتب الإلكتروني عن طريق الاستخدام الواسع لتكنولوجيا المعلومات ويرجع السبب في ظهور تطبيقات الإدارة الإلكترونية بهذا الشكل الواسع إلى الإنجازات الهائلة في صناعة الحاسب و برمجياته وثورة الاتصالات و شبكة الإنترنت وظهور أدوات تطوير نظم المعلومات (نظم إدارة قواعد البيانات) وكثرة الشركات والمؤسسات التي أخذت على عاتقها تطوير البرمجيات الجاهزة و التي لها علاقة مع الإدارة الإلكترونية. وتعرف بأنها وسيلة لرفع أداء وكفاءة الحكومة وليست بديلاً عنها ولا تهدف إلى إنهاء دورها وهي إدارة بلا ورق إلا أنَّها تستخدم الأرشيف الإلكتروني والأدلة والمفكرات الإلكترونية والرسائل الصوتية، وهي إدارة بلا مكان وبلا زمانَ وأيضاً بلا تنظيمات جامدة تعمل من خلال المؤسسات الشبكية والمؤسسات الذكية التي تعتمد على صناعة المعرفة (شحادة، 2008).

لإدارة الإلكترونية في الجامعة:

شهدت السنوات الأخيرة اتجاهات جديدة في الإدارة الجامعية، فلم تعد مجرد تسيير شؤون الجامعة تسييراً روتينياً ولم يعد هدف عميد ورؤساء أقسام الجامعة مجرد المحافظة على النظام فيها والتأكد من سير الدراسة، بل تغيرت النظرة لإدارة الجامعة عما كانت عليه في

الماضي، ومن الاتجاهات الحديثة والمعاصرة في الإدارة الجامعية هي الإدارة الإلكترونية، وهي استخدام التكنولوجيا في الإدارة بهدف الاستفادة منها في تسيير العمل الإداري، وتحقيق أهداف المنظمات، كما أنَّ العالم اليوم يعيش ثورة معلومات مرتبطة بتكنولوجيا المعلومات المتطور لذلك أصبح التحدي الأساسي لتكنولوجيا المعلومات ليس فقط حفظ البيانات والمعلومات ولكن ربط المعلومات المتاحة بعملية اتخاذ القرار السليم، وعليه ظهرت أهمية الربط بين التكنولوجيا وأداء إدارة الجامعة، والأخذ بتقنياتها الحديثة في الإدارة الجامعية، كاستخدام الحاسبات الآلية في تنظيم المعلومات وحفظها وتداولها، للتخفيف من حدة العمل الإداري الذي تقوم به إدارة الجامعة.

أنَّ دراسة تطور الفكر الإداري والإدارة الجامعية، يكشف أنَّ المختصين في الإدارة قد حددوا مساراً تاريخياً متصاعداً لتطور الفكر الإداري والإدارة الجامعية على مدى أكثر من قرن من الزمن، وهذا التطور يمثل امتداداً للتطور في الجامعة من الناحية الإدارية وليس تجاوزاً لها، فالإدارة على الدوام استفادت من كل التطورات في المفاهيم والأساليب التكنولوجية (الحسنات، 2011).

إيجابيات الإدارة الإلكترونية:

- الخصوصية والأمان، حيث تتمتع الإدارة الإلكترونية بمعايير الخصوصية والسرية المناسبة والأمن والمصادقية، مما يؤدي إلى نموها وتطورها في خدمة العاملين.
- السرعة والدقة في تخزين المعلومات وتكوين ما يسمى ببنك المعلومات، ومعالجة تشغيل البيانات، واسترجاع النتائج في وقت قصير مقارنة بالنظام اليدوي.
- الاستجابة لحاجات ورغبات المستفيدين من العملية التعليمية بكفاءة وفاعلية، الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق رضا المستفيدين.
- تقديم خدمات شاملة بأقل التكاليف والجهد والوقت.
- تأكيد وإظهار الشفافية في أداء العمل، والتعامل مع المستفيدين من الخدمات التعليمية.
- القضاء على التزاحم بالجامعات، حيث يستطيع الأفراد عن طريق الشبكة الإلكترونية (أنَّ يحصلوا على خدماتهم دون التردد على تلك المؤسسات والتزاحم أمامها أو داخلها).
- ضمان حصول المستفيدين على الخدمات التي تقدمها الجامعة على مدار السنة ومباشرة دون الحاجة إلى حضورهم إلى الجامعة من خلال الشبكة الإلكترونية.
- تحسين العمليات: ويقصد بها استخدام الحاسب الآلي في تحويل المدخلات (الأنشطة، الأعمال، الموارد، والأفراد)، والتي يؤدي من خلالها العاملون في الجامعة أعمالهم إلى مخرجات، تحقيقاً لرغبات المستفيدين من العملية التعليمية (Ellis & Griffith, 2004).

مجالات تطبيق الإدارة الإلكترونية:

ويؤدي تطبيق الإدارة الإلكترونية، في التأثير على وظائف الإدارة إيجابياً من خلال المجالات الآتية:

- أولاً: التخطيط الإلكتروني: قد لا يتضح تأثير الإدارة الإلكترونية على وظيفة التخطيط من حيث التحديد العام، حيث إنَّ التخطيط التقليدي والتخطيط الإلكتروني، يهدف كل منهما إلى وضع الأهداف وتحديد وسائل تحقيقها، إلا أنَّ التأثيرات الأساسية، يمكن أن ترد في ثلاثة جوانب وهي:
 - أنَّ التخطيط الإلكتروني هو عملية ديناميكية في اتجاه الأهداف الواسعة والمرنة، والقابلة للتجديد والتطوير المستمر، خلافاً للتخطيط التقليدي الذي يحدد الأهداف من أجل تنفيذها في سنوات قادمة، وعادة ما يؤثر تغيير الأهداف سلباً على كفاءة التخطيط.
 - أنَّ فكرة تقسيم العمل الإداري التقليدي بين إدارة التخطيط والقائمين بأعمال التنفيذ، يتم تجاوزها في ظل الإدارة الإلكترونية، فجميع العاملين يُسهموا في التخطيط الإلكتروني مع كل فكرة تنشأ في كل موقع، وفي كل وقت لكي تتحول إلى فرصة عمل.

○ التخطيط التقليدي في جوهره تخطيط من أعلى إلى أسفل، في حين أن التخطيط الإلكتروني هو تخطيط أفقي في إطاره العام، ومتداخل بشكل كبير بين الإدارة والعاملين (نجم، 2004).

- ثانياً: التنظيم الإلكتروني: لقد انصب جوهر التطور الحقيقي في مجال الإدارة في وظيفة التنظيم هو الأكثر ارتباطاً بالمكان من حيث الهيكل التنظيمي من أي وظيفة أخرى من وظائف الإدارة، والتنظيم هو ترتيب الأنشطة بطريقة تسهم في تحقيق الأهداف المحددة للمؤسسة، وهو الذي يعطي للمؤسسة شخصيتها وميزتها الإدارية، وهذا ما يظهر من خلال المكونات الأساسية للتنظيم والتي تتمثل بالهيكل التنظيمي باعتباره الإطار الرسمي الذي يحدد كيفية تقسيم المهام والموارد وتجميعها في أقسام وإدارات المؤسسة، والتنسيق بينها لتحقيق أهدافها، إضافة إلى التقسيم الإداري هو قاعدة تجميع المراكز للمؤسسة وعلى الإدارة وجميع العاملين فيها الالتزام به في التوجيه وانجاز الأعمال حسب المتطلبات الوظيفية لذلك، وسلسلة الأوامر والتي تمثل خط السلطة المستمرة الذي يمتد من المستويات العليا في التنظيم إلى المستويات الدنيا في التنظيم، والرسمية والتي تشير إلى مجموعة من اللوائح والسياسات والقواعد والإجراءات المكتوبة التي توجه العاملين وتحدد طريقة استجابتهم في تأدية أعمالهم، وأخيراً المركزية واللامركزية؛ حيث تشير المركزية إلى تركيز اتخاذ القرارات في المستويات العليا للتنظيم، وأما اللامركزية فهي إعادة توزيع القرارات بشكل يجعلها أكثر اقتراباً من المستويات التنظيمية الدنيا (السميري، 2009).
- ثالثاً: التنفيذ الإلكتروني: تشير عملية التنفيذ الإلكتروني إلى ما سيتم تأديته من أعمال ومهام تم التخطيط لها مسبقاً، بالإضافة إلى تنظيم تنفيذها وفقاً لأسس عملية محددة وواضحة، وبالتالي فإن عملية التنفيذ تؤكد الدقة والوضوح في تطبيق ما تم التخطيط له.
- وتجدر الإشارة إلى أن عملية التنفيذ يتم متابعتها بشكل مباشر وفوري، وهذا ما يميز التنفيذ الإلكتروني عن الجوانب التقليدية في التنفيذ ضمن الإدارة الاعتيادية، فأياً خلل في عملية التنفيذ الإلكتروني يتم معرفته بصورة مباشرة، وليس بعد انتهاء عملية التنفيذ، وهذا ما يعطي فرصة أفضل ومستوى تطبيق أعلى لعمليات التنفيذ الإلكتروني، كما أن عملية التنفيذ الإلكتروني تُسهم في توفير البيانات لدى جميع الأطراف المستفيدة، والتخلص من النظام البيروقراطي في تنفيذ وإنجاز المعاملات، بالإضافة إلى الاستجابة لجميع المستجدات بشكل فوري ومباشر، وهذا ما يحقق مبدأ الجودة الشاملة في العمل الإداري، وذلك من خلال الشفافية والمرونة والسرعة في تقديم الخدمات (غنييم، 2008).
- رابعاً: الرقابة والتقويم الإلكتروني: إن من أبرز الخصائص التي تميزت بها الرقابة التقليدية هي أنها رقابة موجهة للماضي حيث تأتي بعد التخطيط والتنفيذ، وتمثل الرقابة مقابلة بين التخطيط والتنفيذ، ومن ثم تحديد الانحراف، وأسبابه، واتخاذ القرارات والإجراءات للتصحيح، وفي الرقابة التقليدية، لا يكون من الممكن أنجاز التصحيح فوراً، ويرجع ذلك إلى أن الرقابة تتم في العادة بصفة دورية، كما أن نظام التقارير القائم على جمع البيانات والمعلومات من جهات متعددة، ومن ثم جدولتها وتحليلها، وكتابة التقرير النهائي الذي يرفع للإدارة العليا، كل ذلك يجعل التاريخ الذي يقدم فيه التقرير متأخراً كثيراً عن التاريخ الذي يتحدث عنه مضمون التقرير، أما الرقابة الإلكترونية التي تعتمد على تقنية المعلومات الإدارية فإنها أصبحت أكثر قدرة على معرفة المتغيرات الخاصة بالتنفيذ أولاً بأول وبالوقت الحقيقي، فالمعلومات التي تسجل فور التنفيذ تكون لدى المدير (الحيلة، 2001).

دراسات سابقة:

دراسة أبو خلف (2001) هدفت إلى فحص الإمكانيات والمعوقات في جامعة القدس المفتوحة لتحويل عملياتها الأكاديمية والإدارية من الورقية إلى الإلكترونية، وكان المبرر لإجراء هذه الدراسة أن جميع أعمال الجامعة الأكاديمية، من ناحية، يغلب عليها الطابع الورقي فيما يتعلق بالكتاب الذي تعدده الجامعة لتنفيذ خططها الدراسية أو التعيينات أو الامتحانات التي يقوم الطالب بأدائها، ومن ناحية أخرى، فإن العمليات الإدارية تعتمد على التراسل البيني من خلال البريد العادي أو باستخدام جهاز الفاكس الأمر الذي جعل بريد رئيس الجامعة وهيأة الإدارة العليا في رئاسة ومراكز الجامعة متخمة بكم هائل من الأوراق مما يستنفذ وقتاً طويلاً في دراسته ومعالجته. كذلك فإن نمط التعليم عن بعد الذي تستخدمه جامعة القدس المفتوحة يتطلب إيصال التعليم إلى منازل الطلبة، وأفضل وسائل التواصل هذه الأيام استخدام الشبكات الإلكترونية، ولتحقيق أهداف الدراسة وُزعت استبانة على عينة من (75) مشرفاً أكاديمياً متفرغاً في جامعة القدس المفتوحة. وقد خرجت الدراسة بأن أغلبية المشرفين يعتقدون بوجود الإمكانيات الذاتية المالية والإدارية والفنية في جامعة القدس المفتوحة

لتحويل عملياتها الأكاديمية والإدارية من الورقية إلى الإلكترونية. ولا يرى هؤلاء المشرفون وجود معوقات كبيرة تحول دون القيام بهذه العملية التحويلية بحيث تكون تدريجية ومرحلية و كشفت الدراسة أيضاً عن وجود الرغبة لدى هؤلاء المشرفين لتطوير أعمال الجامعة الأكاديمية والإدارية لمواكبة التطورات التي يشهدها قطاعي التعليم والإدارة بفضل تكنولوجيا المعلومات.

كما هدفت دراسة بخش (2008) إلى معرفة كيفية تطبيق الإدارة الإلكترونية لتطوير كليات التربية للبنات بالملكة العربية السعودية في ضوء التحولات المعاصرة، كما هدفت إلى وضع خطة مقترحة لتطبيق الإدارة الإلكترونية لتطوير كليات التربية للبنات بالسعودية، واتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات من عينة الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن مفهوم الإدارة الإلكترونية واضح تمام الوضوح لدى عينة الدراسة، وأن إدراك عينة الدراسة لمفهوم الإدارة الإلكترونية يرتبط بالكفاية والفاعلية في أداء المهام الإدارية، وأن نجاح الإدارة الإلكترونية مرتبط بالثقافة التنظيمية، واستخدام تقنيات المعلومات والاتصالات، كما بينت الدراسة أن من أهم معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية هي قلة المخصصات المالية للبنية التحتية، وضعف الصيانة الدورية للبنية التحتية، وندرة الدورات في مجال الإدارة الإلكترونية، وقلة الوعي الفني، وضعف الكفاية التقنية.

في حين هدفت دراسة البشري (2011) الكشف عن معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارات جامعة أم القرى من وجهة نظر الإداريات وأعضاء هيئة التدريس، وتكونت عينة الدراسة من (441) عضو هيئة تدريس، وإدارية، أظهرت الدراسة أن هناك معوقات تنظيمية كقلة التدريب على الإدارة الإلكترونية، وكذلك معوقات بشرية كضعف مهارات اللغة الإنجليزية، والنقص في عدد الإداريات المتخصصات، ومعوقات مالية، كما بينت النتائج أن درجة استخدام الإدارة الإلكترونية كانت متوسطة، كما أفرزت النتائج وجود توجهات ورغبة إيجابية نحو التحول للإدارة الإلكترونية.

وقام كل من أبو عاشور و النمري (2013) بدراسة هدفت إلى الكشف عن مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في جامعة اليرموك، و تكون مجتمع الدراسة من جميع أعضاء الهيئة التدريسية والإدارية في الجامعة، وتم اختيار العينة بالطريقة العشوائية، اعتمد على الاستبانة كأداة محققة لأهداف الدراسة، وأظهرت الدراسة أن مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في جامعة اليرموك من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية كان بدرجة مرتفعة، وكان مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في جامعة اليرموك من وجهة نظر الإداريين متوسط، وأشارت النتائج إلى عدم وجود فروق في وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية حول مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية تعزى لاختلاف متغيرات الدراسة؛ الرتبة الأكاديمية أو الجنس أو الكلية في جميع المجالات، وبينت النتائج عدم وجود فروق في وجهة نظر الإداريين حول مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية تعزى لاختلاف متغير الجنس في جميع المجالات، ووجود فروق تعزى لاختلاف متغير المؤهل العلمي لصالح حملة البكالوريوس والدراسات العليا في مجالي التخطيط الإلكتروني والرقابة والتقويم الإلكتروني، ووجود فروق بين حملة مؤهل الدبلوم فما دون وحملة مؤهل الدراسات العليا لصالح حملة الدراسات العليا في مجال التنفيذ الإلكتروني.

وهدف دراسة (Titi and Abu Samra, 2010) التعرف إلى واقع العملية الإدارية في الجامعات الفلسطينية في ضوء بعض الاتجاهات والنماذج العالمية، إضافة إلى التعرف إلى بعض المشكلات التي تعوق الإدارة الجامعية الفلسطينية في أداء مهامها وتكون مجتمع الدراسة من جميع أعضاء هيئة التدريس والإداريين في الجامعات الفلسطينية، وتم اختيار عينة طبقية عشوائية من مجتمع الدراسة. واستخدم الباحثان الاستبانة، وأظهرت نتائج الدراسة أن تقديرات أفراد عينة الدراسة لواقع العملية الإدارية في الجامعات الفلسطينية من خلال عملياتها الإدارية، جاء بدرجة متوسطة. كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة لواقع الإدارات الجامعية الفلسطينية تعزى لمتغيري النوع والوظيفة.

أما دراسة الرفاعي (2013) فهدفت إلى تحليل مفهوم الإدارة الإلكترونية ومتطلبات تطبيقها بإدارات المؤسسات الجامعية وتحديد دور الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري بالمؤسسات الجامعية وعرض أهم التجارب العالمية المعاصرة في استخدام الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري بجامعاتها وتحديد أوجه النقص والقصور في نظام الإدارة الإلكترونية المتبع بالجامعات المصرية، اختيرت العينة عشوائياً وطبقت استبانة على (100) عضو هيئة تدريس ومعاونهم، و (64) من الإداريين بجامعة المنوفية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في الآليات والمتطلبات الإدارية من خلال التخطيط والتنظيم، والتوجيه الإلكتروني تبعاً لمتغير الوظيفة بين الإداريين وأعضاء هيئة التدريس عند مستوى دلالة (0.01) لصالح الإداريين، كما بينت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً في الآليات

والمطلوبات الإدارية من خلال" التخطيط، التنظيم، التوجيه الإلكتروني "بين مركز المعلومات وكلا من كلية الطب، كلية الآداب، كلية التجارة، كلية الزراعة، كلية التربية، كلية الاقتصاد المنزلي عند مستوى دلالة (0.01) لصالح مركز المعلومات.

في حين هدفت دراسة الطيطي وعريقات (2016) إلى التعرف على واقع الإدارة الإلكترونية في تحقيق الإبداع الإداري في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والإداريين فيها، وتكون مجتمع الدراسة من جميع الأكاديميين المتفرغين والإداريين للعام الجامعي 2014/2015 والبالغ عددهم (1273) مشرفاً، وبلغ عدد أفراد العينة (285) أكاديمياً وإدارياً. واستخدم الباحثان الاستبانة كأداة للدراسة. وأظهرت نتائج الدراسة أنّ تقديرات الأكاديميين والإداريين لواقع الإدارة الإلكترونية في تحقيق الإبداع الإداري في الجامعات الفلسطينية جاءت بدرجة متوسطة، كما أظهرت النتائج وجود فروق جوهرية تبعاً لمتغير النوع عند جامعة القدس والخليل لصالح الذكور، ووجود فروق تبعاً لمتغير التخصص تبعاً لجامعة القدس حيث إنّ الفروق كانت لصالح العلوم الطبيعية، ووجود فروق تبعاً لمتغير الوظيفة الحالية لجامعة القدس حيث إنّ الفروق كانت لصالح عضو هيئة تدريس على المجال الكلي لواقع الإدارة الإلكترونية في الجامعات الفلسطينية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة موضوع الإدارة الإلكترونية في الجامعات وقد تم تناول الموضوع من زوايا مختلفة مثل دراسة البشري (2011) الكشف عن معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارات جامعة أم القرى من وجهة نظر الإداريات وأعضاء هيئة التدريس، كما هدفت دراسة بخش (2008) إلى معرفة كيفية تطبيق الإدارة الإلكترونية لتطوير كليات التربية للبنات بالمملكة العربية السعودية في ضوء التحولات المعاصرة، دراسة أبو خلف (2001) هدفت إلى فحص الإمكانيات والمعوقات في جامعة القدس المفتوحة لتحويل عملياتها الأكاديمية والإدارية من الورقية إلى الإلكترونية، واهتمت دراسات أخرى في التعرف على واقع الإدارة الإلكترونية في تحقيق الإبداع الإداري في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والإداريين فيها مثل دراسة الطيطي وعريقات (2016)، بينما اهتمت دراسة الرفاعي (2013) بتحليل مفهوم الإدارة الإلكترونية ومتطلبات تطبيقها بإدارات المؤسسات، واستخدمت معظم الدراسات الاستبانة كأداة لجمع البيانات كدراسة (Titi and Abu Samra, 2010) وتم الاعتماد على وسائل إحصائية متعددة بتعدد الأهداف ومنها المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وتحليل التباين. واتفقت معظم الدراسات على أن مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجامعات متوسط وأن هناك معوقات تعيق تطبيقها.

منهج الدراسة:

نظراً لأنّ هذه الدراسة تسعى إلى معرفة مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية بكلية التربية- قمينس من وجهتي نظر أعضاء هيئة التدريس والموظفين فيها لذلك فإنّ الباحثة أتمدت المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لتحقيق أهدافها.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع أعضاء هيئة التدريس والموظفين بكلية التربية - قمينس للعام الجامعي 2017- 2018 والبالغ عددهم (140)، منهم (50) عضو هيئة تدريس، و(90) موظف وموظفة، وبلغت عينة الدراسة (44) عضو هيئة تدريس و(77) موظف للعام الجامعي 2017-2018.

أداة الدراسة:

تحقيقاً لأهداف الدراسة الحالية قامت الباحثة بتطوير الأداة (الاستبانة)، وذلك بالإفادة من الأدب النظري والدراسات السابقة منها: دراسة أبو عاشور، النمري (2013) والتي هدفت إلى الكشف عن مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في جامعة اليرموك، والبشري (2011) والتي سعت للكشف عن معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارات جامعة أم القرى من وجهة نظر الإداريات وأعضاء هيئة التدريس،

أُعتمد على الصدق الظاهري، حيث عُرضت الأداة على مجموعة من المحكمين وطلب منهم الحُكم على فقراتها سواء بالحذف أو التعديل أو الإضافة على فقراتها، وأُجريت التعديلات المناسبة في ضوء ملاحظات بعض المحكمين لتتكون الأداة في صورتها النهائية من (40) فقرة، كما تم استخراج ثبات الأداة بحساب معادلة الفاكرونباخ والذي بلغت قيمته (87%) وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha = (0.05)$.

المعالجة الإحصائية:

قامت الباحثة بالاعتماد على العديد من الوسائل الإحصائية من أجل تحليل البيانات التي جمعت وبالتالي معالجتها واستخلاص نتائج الدراسة وهي: الفاكرونباخ، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الاختبار التائي، الاختبار الأحادي.

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها:

السؤال الأول: ما مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في كلية التربية- قمينس من وجهتي نظر أعضاء هيئة التدريس والموظفين؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينة الدراسة، والمتوسط الفرضي لأداة القياس، وتم استخدام الاختبار التائي (t. test) لتحديد دلالة الفروق بين المتوسطين، وذلك كما هو موضح بالجدول (1).

جدول 1: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينة الدراسة والمتوسط الفرضي لأداة القياس، والقيمة التائية لتحديد

دلالة الفروق بين المتوسطين

العينة	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط النظري	درجة الحرية	القيمة التائية	الدلالة الإحصائية(*)
أعضاء هيئة التدريس	44	7.3864	2.10444	3	43	23.282	0.000
الموظفين	77	6.4935	2.73199	3	43	20.857	0.000

(*) عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$

يتضح من الجدول السابق أنّ المتوسط الحسابي لاستجابات عينة الدراسة على أداة قياس مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في كلية التربية- قمينس من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس قد بلغ (7.3864)، بانحراف معياري قدره (2.10444)، أما بالنسبة لوجهة نظر الموظفين فقد بلغ المتوسط الحسابي (6.4935)، وبانحراف معياري (2.73199) في حين بلغ المتوسط النظري لوجهتي نظر أعضاء هيئة التدريس والموظفين (3).

ولتحديد دلالة الفروق بين المتوسطين حسبت قيمة اختبار (ت) (T-Test) للعينتين، والتي بلغت (23.282) بالنسبة لأعضاء هيئة التدريس، وهي قيمة دالة إحصائية، مما يعني أنّ مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في كلية التربية- قمينس مرتفع من وجهة نظرهم، في حين بلغت القيمة التائية بالنسبة للموظفين (20.857)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية.

وتعكس هذه النتائج ارتفاع مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية لدى أعضاء هيئة التدريس بكلية التربية- قمينس والموظفين بها، ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى جودة الخدمات الإدارية الإلكترونية التي يتحصل عليها أعضاء هيئة التدريس بالتالي هم في رضا عن مستواها، كما يمكن أنّ يكون السبب هو سرعة إنجاز المهمات مقارنة لو تمت بشكلها التقليدي ولهذا فهم يرون أنّ مستوى تطبيقها مرتفع، أما بالنسبة للموظفين فيمكن أنّ نؤول هذه النتيجة نظراً لما حصل عليه الموظفون من دورات رفع كفاءة وما يتمتع به الموظفون من خدمات وصلاحيات والتي أرتقيت إلى المستوى المطلوب وبالتالي قد تكون أسهمت في اختصار الوقت والجهد في عملية الإدارة الإلكترونية، والحصول على الخدمات المقدمة، مما ساهم في إيجاد وجهة نظر جاءت بدرجة تقدير مرتفعة. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة الرفاعي (2013)، ودراسة (2010, Titi and Abu Samra) حيث كان مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية متوسط.

السؤال الثاني: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسط تقديرات أعضاء هيئة التدريس لمستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية بكلية التربية- قمينس تعزى لمتغيرات الدراسة (النوع، والتخصص، والدرجة العلمية)؟

- أولاً النوع: لتحديد دلالة الفروق في مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية لعينة الدراسة التي يمكن أن تعزى لمتغير النوع (ذكر- أنثى)، تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينة الدراسة، كما تم حساب القيمة التائية (T-Test) لتحديد دلالة الفروق بين المتوسطين، وذلك كما هو موضح بالجدول رقم (2).

جدول 2: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع والقيمة التائية لتحديد الفرق بين المتوسطين

النوع	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية	مستوى الدلالة(*)
ذكر	25	7.7200	2.13151	42	1.213	.232
أنثى	19	6.9474	2.04053			

(*) عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$

من خلال الجدول السابق يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير النوع، ويمكن عزو هذه النتيجة في ضوء البيئة الجامعية، وما يقوم به أعضاء الهيئة التدريسية لمختلف مجالات الإدارة التي تكاد أن تكون متشابهة في مختلف جوانبها الإدارية، وبالتالي فإن العمليات الإدارية الإلكترونية تمارس من قبل أعضاء الهيئة التدريسية بنفس المستوى والنظام، واستناداً إلى ذلك فقد جاء الاتفاق في وجهة النظر حول مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية بالرغم من اختلاف متغير النوع، وبالتالي ليس هناك فرق بين معطيات ومقومات الإدارة الإلكترونية تبعاً لاختلاف النوع، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عريقات (2016) حيث أكدت أنه لا توجد فروق تعزى لمتغير النوع.

- ثانياً: التخصص: لتحديد دلالة الفروق في تطبيق الإدارة الإلكترونية لعينة الدراسة التي يمكن أن تعزى لمتغير التخصص (إنسانية- تطبيقية)، تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينة الدراسة، كما تم حساب القيمة التائية (T-Test) لتحديد دلالة الفروق بين المتوسطين، وذلك كما هو موضح بالجدول رقم (3).

جدول 3: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص والقيمة التائية لتحديد الفرق بين المتوسطين

التخصص	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية	مستوى الدلالة(*)
علوم إنسانية	28	7.3214	2.51003	41	-.407	.686
علوم تطبيقية	15	7.6000	1.12122			

(*) عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$

تبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير التخصص ولربما ترجع هذه النتيجة إلى أن التجهيزات، وما يتم توفيره من أجهزة وبنية تحتية فهي متساوية في التوزيع، كما أن الدعم المالي يتساوى والمهام الإدارية التي يمارسها أعضاء الهيئة التدريسية هي مهام مرتبطة بالعملية التعليمية، كما أن التحسين في مختلف العمليات الإدارية الإلكترونية يطال جميع أقسام الكلية ومرافقها دون تمييز، الأمر الذي أسهم في عدم وجود فروق في وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس حول مستوى تطبيقاً لإدارة الإلكترونية تبعاً لاختلاف متغير التخصص. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة الطيطي وعريقات (2016) والتي بينت أن هناك فروق تعزى لمتغير التخصص وكانت لصالح العلوم الطبيعية.

- ثالثاً: الدرجة العلمية: لاختبار دلالة الفروق الإحصائية في مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في كلية التربية- قمينس التي يمكن أن تعزى لمتغير الدرجة العلمية، استُخدم تحليل التباين الأحادي (One- Way ANOVA)، وذلك كما هو مبين بالجدول (4):

يتضح من الجدول (4) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الدرجة العلمية وقد تعود هذه النتيجة إلى أن أعضاء هيئة التدريس على اختلاف درجاتهم العلمية فإنهم يتعاملون مع نظام إداري واحد بتعليماته وتنظيماته الإدارية، بمعنى أنهم يتعاملون مع الإدارة الإلكترونية بنفس الطريقة ويتلقون الخدمات منها بنفس الجودة، وبالتالي لا يوجد فرق في تقديراتهم لمستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أبو عاشور (2013).

جدول 4: تحليل التباين الأحادي لاختبار دلالة الفروق الإحصائية في مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية لمتغير الدرجة العلمية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة "F"	مستوى الدلالة (*)
بين المجموعات	226.636	43	2.561	.560	.644
داخل المجموعات	12.090	3	4.569		
المجموع	172.342	40	---	---	---

(*) عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$.

السؤال الثالث: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين متوسط تقديرات الموظفين بكلية التربية - قمينس لتطبيق الإدارة الإلكترونية تعزى لمتغيرات الدراسة (النوع، والخبرة، والمؤهل العلمي)؟

- أولاً النوع: لتحديد دلالة الفروق في تطبيق الإدارة الإلكترونية لعينة الدراسة التي يمكن أن تعزى لمتغير النوع (ذكر- أنثى)، تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينة الدراسة، كما تم حساب القيمة التائية (T-Test) لتحديد دلالة الفروق بين المتوسطين، وذلك كما موضح بالجدول رقم (5).

جدول 5: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع والقيمة التائية لتحديد الفرق بين المتوسطين

النوع	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية	مستوى الدلالة (*)
ذكر	33	7.6364	2.47258	75	3.392	.001
أنثى	44	5.6364	2.62449			

(*) عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$.

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير النوع لصالح أعلى متوسط وهم الذكور ويمكن تفسير سبب هذه النتيجة كون الذكور أكثر احتكاكاً بزملائهم في الكلية من الإناث، فهم على اطلاع بالأنظمة الجامعية الأخرى ودراية بالآليات العمل بها نتيجة لانشغال الإناث بالأمر الأخرى المنزلية، كما أن الموظفين الذكور في كلية التربية - قمينس لديهم القدرة على التمييز بين ما يحدث في هذه الكلية من آليات للتطوير، وعلى الرغم من تشابه العمليات الإدارية الإلكترونية التي يقوم بها الموظفون إلا أن متغير النوع أسهم في وجود اختلاف بين الذكور والإناث وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Titi and Abu Samra, 2010) حيث بينت أنه توجد فروق تعزى لمتغير النوع لصالح الذكور.

- ثانياً: الخبرة: لاختبار دلالة الفروق الإحصائية في مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في كلية التربية - قمينس التي يمكن أن تعزى لمتغير الخبرة، استخدم تحليل التباين الأحادي (One- Way ANOVA)، وذلك كما هو مبين بالجدول (6):

جدول 6: تحليل التباين الأحادي لاختبار دلالة الفروق الإحصائية في مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية لمتغير الخبرة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة "F"	مستوى الدلالة (*)
بين المجموعات	23.636	3	7.87	47.69	.566
داخل المجموعات	12.070	73	650.1		
المجموع	35.706	76	---	---	---

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الخبرة ويمكن أن يفسر سبب هذه النتيجة إلى أن جميع الموظفين قد تلقوا دورات تدريبية وبالتالي هناك تقارب في المهارات والخبرات فهم على دراية وعلم بآليات تطبيق الإدارة ذلك لممارستهم لها بشكل دائم خلال تأدية وظائفهم، ولربما يعزى السبب في هذه النتيجة لأن جميع الموظفين يعاملون بنفس المعاملة من حيث تطبيق الأنظمة والقوانين المعمول بها في الجامعة، سواء ما يتعلق بالترقيات أم العلاوات، فجميعها حسب الأنظمة والقوانين واحدة لجميع الموظفين، فهم لا يجدون أي فارق في ذلك، كون الجامعة تستخدم النظام التقليدي في تسيير أمورها الإدارية والأكاديمية وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أبو عاشور (2013)، ودراسة البشري (2011) حيث بينت أنه لا توجد فروق تعزى لمتغير الخبرة.

- ثالثاً: المؤهل العلمي: لاختبار دلالة الفروق الإحصائية في مستوى والتي يمكن أن تعزى لمتغير المؤهل العلمي، استُخدم تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، وذلك كما هو مبين بالجدول (7).

جدول 7: تحليل التباين الأحادي لاختبار دلالة الفروق الإحصائية في مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية لمتغير المؤهل العلمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة "F"	مستوى الدلالة (*)
بين المجموعات	73.335	2	36.667	5.494	0.006
داخل المجموعات	493.912	74	6.674		
المجموع	567.247	74			---

(*) عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$.

يوضح الجدول (7) أن القيمة الفائية المحسوبة بلغت (5.494)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ وتبين هذه النتيجة أن مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية لدى عينة الدراسة وصف بأنه مرتفع بغض النظر عن متغير المؤهل العلمي، حيث يقدر الموظفون في كلية التربية- قمينس مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية بأنه مرتفع، ويمكن تفسير هذه النتيجة استناداً لمهام الموظفين وقدراتهم وإمكاناتهم، بالإضافة إلى أدائهم للأعمال الإدارية، وخاصة ما يرتبط منها بمهام التخطيط والتنظيم ومتابعة وتقييم الأعمال الإدارية، والعمل على تطويرها، وبالتالي فإن هذه المهام وطبيعتها تتطلب قدرات وإمكانات والواضح أنها متشابهة لدى الموظفين في كلية التربية- قمينس، من حيث المؤهلات العلمية لذا فإن المؤهل العلمي لم يسهم في وجود تباين في تقدير الموظفين لمستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية لدى الموظفين بكلية التربية - قمينس.

السؤال الخامس: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين وجهتي نظر أعضاء هيئة التدريس والموظفين في مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية بكلية التربية- قمينس؟

لتحديد دلالة الفروق بين وجهتي نظر أعضاء هيئة التدريس والموظفين في مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية بكلية التربية- قمينس، تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينة الدراسة، كما تم حساب القيمة التائية (T-Test) لتحديد دلالة الفروق بين المتوسطين، وذلك كما هو موضح بالجدول رقم (8).

جدول 8: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات عينة الدراسة والقيمة التائية لتحديد الفرق بين المتوسطين

العينة	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية	مستوى الدلالة (*)
أعضاء هيئة التدريس	44	6.2208	2.69807	76	20.232	0.000
الموظفين	77	7.2955	2.26787		21.338	0.000

يتضح من الجدول السابق أن المتوسط الحسابي لاستجابات عينة الدراسة على أداة قياس مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في كلية التربية- قمينس من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس قد بلغ (6.2208)، بانحراف معياري قدره (2.69807)، أما بالنسبة لوجهة نظر الموظفين فقد بلغ المتوسط الحسابي (7.2955)، وبانحراف معياري (2.26787).

ولتحديد دلالة الفروق بين المتوسطين حسب قيمة اختبار (ت) (T-Test) للعينتين، والتي بلغت (20.232) بالنسبة لأعضاء هيئة التدريس، وهي قيمة دالة إحصائية، في حين بلغت القيمة التائية بالنسبة للموظفين (21.338)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية.

وتوضح هذه النتيجة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وجهتي نظر أعضاء هيئة التدريس والموظفين في مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية بكلية التربية/ قمينس لصالح أعلى متوسط وهم الموظفون ويمكن إرجاع هذه النتيجة كون الموظفين أكثر اطلاعاً وممارسة للإدارة الإلكترونية وعملاتها من أعضاء هيئة التدريس حيث إنّ طبيعة عملهم الإداري تختلف وهذا ما جعلهم أكثر قرباً وبالتالي كان تقديرهم لمستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية أعلى من أعضاء هيئة التدريس و تختلف هذه النتيجة مع دراسة أبو عاشور (2013) حيث بينت أنّ وجهة نظر الموظفين لمستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية كانت متوسطة.

نتائج الدراسة:

- تبين نتائج الدراسة أنّ مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في كلية التربية- قمينس مرتفع من وجهتي نظر أعضاء هيئة التدريس والموظفين فيها.
- بينت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للمتغيرات (النوع، والتخصص، والدرجة العلمية)، بالنسبة لأعضاء هيئة التدريس.
- أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغيري (الخبرة، و التخصص)، في حين توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير النوع ولصالح الذكور، بالنسبة للموظفين.
- توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وجهتي نظر أعضاء هيئة التدريس والموظفين في مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية بكلية التربية- قمينس لصالح الموظفين.

التوصيات:

- العمل المستمر على تطوير التشريعات والأنظمة الإدارية لتتواءم مع التعاملات الإلكترونية التي تفرضها الإدارة الإلكترونية سريعة التغير.
- توفير البنية التحتية الملائمة لتطبيقات الإدارة الإلكترونية من خلال توفير جميعا لإمكانات المادية والبشرية والفنية اللازمة لدعم استخدام تطبيقات الإدارة الإلكترونية في كافة الأعمال الإدارية التي تقدمها الجامعة.
- زيادة تشجيع العاملين وحثهم للتحويل إلى ممارسة الإدارة الإلكترونية بشكل أكثر تميزاً ومنح المتميزين في استخدامها الحوافز المادية والمعنوية.
- دراسة مماثلة حول الإدارة الإلكترونية في مراحل تعليمية أخرى مثل الجامعات الخاصة.

المراجع العربية

- إدريس، ثابت عبد الرحمن. (2005). نظم المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصرة، الإسكندرية: الدار الجامعية.
- بخش، فوزية، (2008)، الإدارة الإلكترونية في كليات التربية للبنات بالملكة العربية السعودية في ضوء التحولات المعاصرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، قسم الإدارة التربوية والتخطيط، جامعة أم القرى. المملكة العربية السعودية.
- البشري، منى. (2011). معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارات جامعة أم القرى بمدينة مكة المكرمة من وجهة نظر الإداريات وعضوات هيئة التدريس بالجامعة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، المملكة العربية السعودية.
- الحسنات، ساري عوض. (2011). معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجامعات الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة. الحيلة، محمد. (2001). التكنولوجيا التعليمية والمعلوماتية. العين: الإمارات العربية المتحدة.

- أبو خلف، نادر.(2001). تحويل العمليات الأكاديمية والإدارية في جامعة القدس المفتوحة من الورقية إلى الإلكترونية – الإمكانيات والمعوقات، مجلة البحوث والدراسات التربوية الفلسطينية، غزة، عدد6، ص ص 114-142
- الرفاعي، ولاء.(2013).تصور مقترح لتفعيل استخدام الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري بجامعة المنوفية على ضوء التجارب العالمية المعاصرة ، كلية الاقتصاد المنزلي وبعض وحدات الجامعة. أطروحة دكتوراه، جامعة المنوفية، المنوفية.
- السالمي، علاء والسليطي، خالد.(2008). الإدارة الإلكترونية.عمان: دار وائل للنشر والتوزيع
- السميري، مريم عبد ربه أحمد.(2009). درجة توافر متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية في المدارس الثانوية بمحافظة غزة وسبل التطوير، رسالة ماجستير منشورة.
- شحاذة، معاذ يوسف محمود.(2008). درجة إمكانية تطبيق الإدارة الإلكترونية في مدارس محافظة مسقط بسلطنة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة.
- الطيطي، محمد عبد الإله، وعريقات، خليل إبراهيم.(2016). واقع الإدارة الإلكترونية في تحقيق الإبداع الإداري في الجامعات الفلسطينية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، 35، (2) ص ص 27-44
- أبو عاشور، خليفة، والنمري، ديانا.(2013). مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في جامعة اليرموك من وجهة نظر الهيئة التدريسية والإداريين. المجلة الأردنية في العلوم التربوية، 9(2)، ص ص 199-220.عمار، أكرم جمال محمد.(2007).مدي إمكانية تطبيق الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين أداء العاملين بوكالة الغوث وتشغيل اللاجئين بمكتب غزة الإقليمي، رسالة ماجستير غير منشورة.
- غنيم، أحمد بن علي.(2008). دور الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري ومعوقات استخدامها في مدارس التعليم العام للبنين بالمدينة المنورة. المجلة التربوية. جامعة الكويت، الكويت، 81(3). ص ص 88-110
- نجم، عبود نجم.(2004). الإدارة الإلكترونية الإستراتيجية والوظائف والمشكلات، المريح ، عمان، الأردن.

المراجع الأجنبية

- Ellis, S. &Griffith , D. (2004). Linking (EDI) Implementation to Corporate Strategy
- Titi, Mohammed and Abu Samra, Mahmoud. (2010). Palestinian University
- Administration in the Light of Business Process Re-engineering, International
- Journal of Management in Education,(4)3, 259 – 278.

من الوظائف التقليدية الى الوظائف الالكترونية للإدارة

الأستاذ الدكتور زرار العياشي

جامعة 20 أوت 1955 / سكيكدة / الجزائر

الباحثة غياذ كريمة

جامعة 20 أوت 1955 / سكيكدة / الجزائر

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى معرفة أثر تطبيق نظام الإدارة الالكترونية على كفاءة العمليات الإدارية، وذلك بعد أن شهدت الإدارة تطورات كبيرة نتيجة للثورة المعلوماتية، وأخذت الأنشطة الإدارية تتحول بالتدريج من أنشطة تقليدية إلى أنشطة إلكترونية، وبذلك ظهرت الإدارة الإلكترونية كنمرة من ثمار التطور في وسائل التقنية المختلفة بهدف الاستفادة من تقنية المعلومات الإدارية وتطبيقاتها، وتبنيها كإحدى البنى التحتية الرئيسة في جميع أعمال الإدارة. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن نظام الإدارة الالكترونية يزيد من كفاءة العمليات وتقليص المصارف الإدارية.

كلمات دالة: الإدارة، الإدارة الالكترونية، المعلوماتية، التجارة الالكترونية، الأعمال الالكترونية.

المقدمة

إن التحول الظاهر في الأعمال، والاعتماد المتنامي على التكنولوجيا الرقمية، نتيجة للاستخدام المكثف لنظم وتكنولوجيا المعلومات، وبزوغ شبكة الإنترنت، وشبكة الويب المرتبطة بها، كوسائل متقدمة ساهمت إلى حد كبير في بزوغ منظمة الأعمال الإلكترونية، والتجارة الإلكترونية، والتعلم عن بعد، والمدرسة الإلكترونية، والجامعة الافتراضية، والمكتبة الرقمية... الخ، فأثرت على المنظمة الحديثة، وغيّرت نمط أعمالها وتعاملاتها في بيئتها ومجتمعها الذي بدأ يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كل من: ثورة المعلومات، والمعرفة المبنية على تكنولوجيا ونظم المعلومات المتقدمة، ونمو شبكة الإنترنت والتعاملات عن بعد، وبزوغ مكان العمل الافتراضي، وثورة المدخل المتكامل للنظم والتشغيل المتداخل للوظائف، والانفتاح العالمي للأسواق والتنافس الشديد، والثورة التنظيمية وإعادة هندسة المنظمة التي أصبحت تغير الطريقة التي يتفاعل فيها الأفراد والوحدات الإدارية بالمنظمة لتلبية التحديات والمتغيرات المؤثرة على فرص بقاءها وازدهارها.

لأن استخدام هذه التكنولوجيا المتطورة تساعد على تبسيط الإجراءات وتقليل استخدام الورق إلى أقل ما يمكن، كما يبدو جليا أن الأعمال قد تحولت أو في طريقها إلى التحول إلى أعمال الكترونية اليوم، فمجلة فورتشن Fortune وضعت شعارا يقول (كن الكترونيا أو تأكل Be e or Be eaten) كما أن البعض وفي غمرة الإعجاب بالعصر الرقمي تحدث عن رقمنة كل شيء بالقول بتفاؤل: مرحبا عصر كل شيء الكتروني.

فالإدارة الرقمية أو الإلكترونية (Digital or e-Management) هي المدرسة الأحدث في الإدارة التي تقوم على استخدام الإنترنت وشبكات الأعمال في انجاز وظائف الإدارة (التخطيط، التنظيم، القيادة، الرقابة إلكترونياً)، ووظائف الشركة (الإنتاج، التسويق، المالية، الأفراد، تطوير العمليات والمنتجات والخدمات بطريقة التشبيك الإلكتروني).

اشكالية الدراسة:

تمثل الإدارة الإلكترونية اتجاهاً جديداً وربما غير مألوف من الإدارة، لأنه يقوم على أسس ومبادئ مختلفة عما كان متعارفاً عليه، بعدما لم تعد الإدارة التقليدية قادرة على الاستجابة لمتغيرات العصر ومتطلباته، ومن هنا تحاول هذه الدراسة إلقاء الضوء على وظائف ومتطلبات تطبيق الإدارة الالكترونية، وعلى ضوء ذلك يمكن تحديد مشكلة الدراسة في شكل التساؤل التالي: ما أهمية التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الالكترونية في ظل الاختلافات الجوهرية بين وظائفهما؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة أهمية تطبيقات الإدارة الإلكترونية من خلال:

- التعرف إلى الإدارة الإلكترونية كتوجه إداري حديث، والمصطلحات المشابهة.
- التعرف إلى عناصر ومميزات الإدارة الإلكترونية
- التعرف على أهم العقبات التي تواجه توظيف الإدارة الإلكترونية
- التعرف على نقاط القوة والضعف والوصول إلى توصيات

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تناوله، فللموضوع أهمية من حيث حيويته والندرة النسبية في البحوث والدراسات في مجال الإدارة الإلكترونية، لكون الإدارة الإلكترونية مفهوم جديد وحيوي ظهر نتيجة تحولات وتطورات يشهدها العالم منذ فترة الانتقال إلى مرحلة العمل الإلكتروني بعيداً عن التعاملات التقليدية الورقية التي تكلف الكثير من الوقت والجهد والنفقات، إضافة إلى إثراء المكتبة العربية ومراكز البحث العلمي بمثل هذه الدراسات المتعلقة بالإدارة الإلكترونية نتيجة للنقص الواضح فيها.

فرضيات الدراسة:

يقوم البحث على فرضيتين أساسيتين تكشف عن وظائف الإدارة الإلكترونية وأهميتها في بيئة الأعمال الحالية، هما:

- أن الأطروحات الفكرية والنظرية تبلور مفهوم الإدارة الإلكترونية وأهميتها للمنظمات المعاصرة.
- هناك اختلافات جوهرية بين وظائف الإدارة الإلكترونية مقارنة بوظائف الإدارة التقليدية.

منهجية الدراسة:

تقوم منهجية الدراسة على الجانب النظري حيث تركز على بعض المراجع والكتب والأبحاث النظرية حول الموضوع، حيث اتبع الباحث في دراسته هذه المنهج الوصفي التحليلي الذي يصف الظاهرة المدروسة وصفاً كمياً وكيفياً من خلال جمع المعلومات وتصنيفها، ومن ثم تحليلها وكشف العلاقة بين أبعادها المختلفة من أجل تفسيرها تفسيراً كافياً والوصول إلى استنتاجات عامة تسهم في فهم الحاضر وتشخيص الواقع وأسبابه.

مفهوم الإدارة الإلكترونية

يعتبر مصطلح الإدارة الإلكترونية e-Management من المصطلحات العلمية المستحدثة تماماً في مجال العلوم الإدارية والتي أشار إلى بعض موضوعاتها القليل جداً من البحوث والدراسات والكتابات العلمية السابقة. لهذا المفهوم عدة تعريفات، قد تتشابه أو تختلف في بعض الجوانب، ولكنها في المحصلة تتحدث عن مجال واحد ألا وهو الإدارة الإلكترونية، منها ما يلي: (كساب، 2011: 33).

- المفهوم الشائع للإدارة الإلكترونية على أنها الاستغناء عن المعاملات الورقية وإحلال المكتب الإلكتروني عن طريق الاستخدام الواسع لتكنولوجيا المعلومات وتحويل الخدمات العامة إلى إجراءات مكتبية ثم معالجتها حسب خطوات متسلسلة منفذة مسبقاً.
- تعرف الإدارة الإلكترونية بأنها منظومة إلكترونية متكاملة تعتمد على تقنيات الاتصالات والمعلومات لتحويل العمل الإداري اليدوي إلى أعمال تنفذ بواسطة التقنيات الرقمية الحديثة

- يمكن تعريف الإدارة الإلكترونية تعريفاً إجرائياً بأنها العملية الإدارية القائمة على الإمكانيات المتميزة للإنترنت وشبكات الأعمال في التخطيط والتوجيه والرقابة على الموارد والقدرات الجوهرية للشركة والآخرين بدون حدود من أجل تحقيق أهداف الشركة (العامري، 2007: 73)
- الإدارة الإلكترونية في معناها الحديث هي استخدام الوسائل والتقنيات الإلكترونية بكل ما تقتضيه الممارسة أو التنظيم أو الإجراءات أو التجارة أو الإعلان، وبطال هذا المعنى حتى الأمور غير الإدارية
- الإدارة الإلكترونية هي وظيفة انجاز الأعمال باستخدام النظم والوسائل الإلكترونية بحيث تشمل الأعمال الإلكترونية والحكومة الإلكترونية (كساب، 2011: 45)
- الإدارة الإلكترونية تشمل جميع استعمالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بصورة تحقق تكامل الرؤية ومن ثم أداء الأعمال.
- مما تقدم نرى أن الإدارة الإلكترونية هي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتقنيات الحديثة لتنفيذ الأعمال الإدارية وتقديم الخدمات إلكترونياً في أي مكان وزمان، مما يؤدي إلى زيادة جودة الأداء وسرعة التنفيذ وخفض التكلفة، والدقة والسرعة في تقديم الخدمات وتطوير التنظيم الإداري وتبسيط الإجراءات وتوفير المعلومات الصحيحة وسرعة اتخاذ القرارات المبينة على معلومات دقيقة ومباشرة.

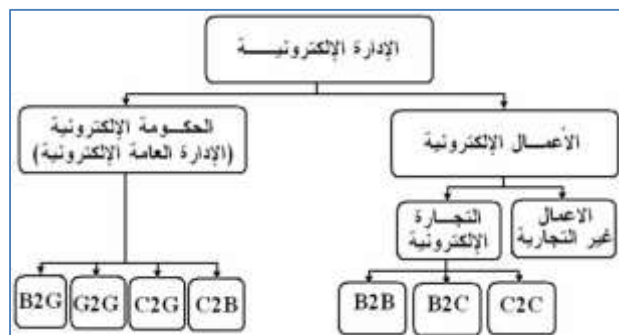
علاقة الإدارة الإلكترونية مع بعض المصطلحات ذات العلاقة

اختلط مفهوم ومصطلح الإدارة الإلكترونية بالمصطلحات الإلكترونية الأخرى مثل التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية والحكومة الإلكترونية والتي نتجت عقب ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل متتابع وسريع، حيث كثر الخلط بين الحكومة الإلكترونية والإدارة الإلكترونية حيث يرى فريق من الباحثين أنهما مترادفان، وفريق آخر أنهما مختلفان، فيرى فريق أن الإدارة الإلكترونية هي "جزء من الحكومة الإلكترونية وهي تعني تحويل جميع العمليات الإدارية الورقية إلى عمليات إلكترونية باستخدام التقنيات الحديثة وهي تعمل على تطوير البنية المعلوماتية داخل المؤسسة" (زينات، 2016: 35)

أما الحكومة الإلكترونية فهي كل متكامل، والإدارة الإلكترونية جزء منها، حيث يعتبرها هذا الفريق أنها "العمليات الإلكترونية التي يتم من خلالها الربط بين المؤسسات التي تطبق نظام الإدارة الإلكترونية وذلك بالتشغيل الحاسوبي ذي التقنية العالية، وهذا يعني أن الإدارة الإلكترونية هي مرحلة سابقة من الحكومة الإلكترونية"، أما فريق آخر فيرى أنه "تم ترجمة المصطلح بحذافيره لم يراع المعنى، ولذلك يرون ضرورة استخدام مصطلح الإدارة الإلكترونية بدلا من الحكومة الإلكترونية، حيث يرتبط مصطلح الحكومة الإلكترونية في ذهن القارئ بالعمل السياسي وهذا لا يتفق وشمولية المصطلح، فالتعبير بكلمة حكومة تعبير محدود لأنه يعبر عن مجموعة من الأشخاص، والعلاقة لا تكون مع جميع الأشخاص وإنما مع مؤسسات وهيئات محدودة ومعلومة (نجم، 2009: 22). على النقيض من مصطلح الإدارة فهو أعم وأشمل ويعبر عن إطار واسع ومفتوح يصل إلى جميع الأفراد وجميع المستويات في الدولة، كما أن الحكومة الإلكترونية لا تستطيع أي حكومة في العالم القيام بجميع الأعمال الموكلة لها عن طريق الإنترنت إذا لا يمكن لأية حكومة أن تدير موارد بلد ما وتحول عملها بالكامل إلى عمل عن طريق الإنترنت، مما سبق، ولزيد من التوضيح نذكر ما يلي:

- مفهوم الأعمال الإلكترونية يعني إدارة الأعمال إلكترونياً على مستوى المشروعات أو المنظمات الخاصة، وهو ينقسم إلى فئتين هما: التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية الغير تجارية مثل التوريد والتجهيز والتسويق (زينات، 2016: 25)
- الحكومة الإلكترونية تعني بالوظائف العامة أو الخدمات الحكومية التي يجري تنفيذها بالوسائل الإلكترونية إلى الجمهور العام بهدف تقديم الخدمة الحكومية.
- التجارة الإلكترونية هي بعد من أبعاد الأعمال الإلكترونية، وبالتالي تكون علاقة الأعمال الإلكترونية بالتجارة الإلكترونية هي علاقة الكل بالجزء.
- الإدارة الإلكترونية هي منظومة الأعمال والأنشطة التي يتم تنفيذها إلكترونياً عبر الشبكات.
- الإدارة الإلكترونية تتكون من بعدين رئيسيين هما الأعمال الإلكترونية والحكومة الإلكترونية.

- القاسم المشترك بين المفاهيم السابقة هو استخدامها لوسائل ICT ومن ضمنها الإنترنت والإنترنت والإكسترانت، باعتبارها الخيار التكنولوجي الأول لها، وبدون هذه الوسائل والشبكات يصبح من غير الممكن تطبيق بيئة معلوماتية تفاعلية وواقعية. وفي الشكل التالي رسم توضيحي يبين هيكل الإدارة الإلكترونية:



شكل 1: علاقة الإدارة الإلكترونية بالمصطلحات المرادفة. المصدر: التكريتي، سعد غالب ياسين والعلاق، بشير عباس. الأعمال الإلكترونية عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2002 ص21.

يتضح من خلال التعريفات السابقة والشكل السابق العلاقة الوثيقة بين مفاهيم الإدارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية والحكومة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، والقاسم المشترك الذي يجمع كل هذه المنظومات مع بعضها هو شبكة الإنترنت، ومن الأهمية الإشارة إلى أن الإدارة الإلكترونية لا يمكن اعتبار مولدها مع ظهور الإنترنت، ولكن قد ظهرت منذ مدة طويلة قبل الإنترنت وذلك باستخدام الفاكس والهاتف والتخزين الآلي وغيره، ولكن مع ظهور الإنترنت أصبحت إدارة للمعلوماتية وليس إدارة مادية للتجهيزات (نجم، 2009: 27).

مستويات أبعاد تطور الإدارة الإلكترونية:

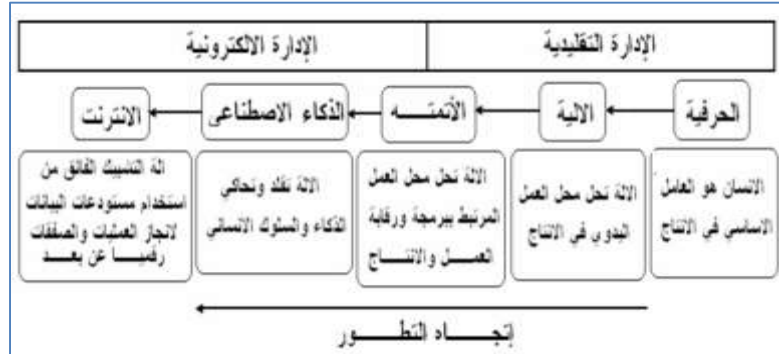
عموما تذهب أغلب الدراسات المتخصصة إلى تصنيفها في أربعة مستويات، كالتالي:

- أولاً: الإدارة الإلكترونية هي امتدادا للمدارس الإدارية وتجاوز لها. إن المختصين في الإدارة قد حددوا مسارا تاريخياً متصاعداً لتطور الفكر الإداري والمدارس الإدارية على مدى أكثر من قرن من الزمن، فمن المدرسة الكلاسيكية، إلى مدرسة العلاقات الإنسانية والتي تنامت وتوجت في المدرسة السلوكية، وإلى المدخل الكمي أثناء الحرب العالمية الثانية مدرسة النظم في بداية الخمسينات ثم المدرسة الموقفية في الستينات فمدخل منظمة التعلم في الثمانيات لتتوج مسيرة التطور في منتصف التسعينات بصعود الإدارة الإلكترونية (Lam, 2004, p9).



شكل 2: مظاهر تطور الإدارة الإلكترونية. المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على الأدبيات المتعلقة بالموضوع.

- ثانياً: الإدارة الإلكترونية هي امتدادا للتطور التكنولوجي في الإدارة. حيث اتجه منذ البدء إلى إحلال الآلة محل العامل، ثم انتقل إلى أعمال التخطيط والرقابة القابلة للبرمجة، لينتقل إلى العمليات الذهنية المحاكية للإنسان، من خلال الذكاء الصناعي الذي يحاكي الذكاء الإنساني في الرؤية الآلية أو اللغة أو الأنظمة الخبيرة، إلى أن جعل منها الانترنت وشبكات الأعمال ذات أبعاد تكنولوجية أكثر من أي مرحلة تاريخية تعاملت فيها الإدارة مع التكنولوجيا (نجم، 2009: 56)



شكل 3: التطور التكنولوجي اتجاه الانترنت والإدارة الرقمية. المصدر: العاجز، إيهاب فاروق (2011) دور الثقافة التنظيمية في تفعيل تطبيق الإدارة الإلكترونية، دراسة تطبيقية على وزارة التربية والتعليم العالي - محافظات غزة، رسالة ماجستير قدمت للجامعة الإسلامية قسم إدارة الأعمال، غزة.

وبناء على ما ذكر يمكن الاستنتاج بأنه قد تحولت الإدارة التقليدية إلى عبء ثقيل وسبب في إتلاف القيمة وإعاقة تدفقها، في حين توفر لنا الإدارة الإلكترونية عبر نموذج المنظمة المبرمجة مصدراً لتكامل الأبعاد المادية المتوفرة في الإدارة التقليدية مع الأبعاد الرقمية المتوفرة في الإدارة الرقمية، وأن يجمع بينهما كنموذج للإدارة (كساب، 2011: 45)

إن ما يميز الإدارة الإلكترونية هو أمر تفتقده الإدارة التقليدية ويؤثر فقده سلباً في أدائها وفعاليتها دوائرها، وأبرز الفوارق بين الإدارتين يظهر من خلال الجدول التالي:

جدول 1: أبرز الفوارق بين الإدارة التقليدية والإدارة الإلكترونية. المصدر: الحسن، حسين بن محمد. الإدارة الإلكترونية بين النظرية والتطبيق. ورقة عمل قدمت إلى المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية، الرياض، 2009 م السعودية.

التصنيف	الإدارة التقليدية	الإدارة الإلكترونية
الميزة	المعاملات الورقية تتعرض للتلف مع مرور الوقت.	النظام الإلكتروني في مأمن من التلف والتقدم ويمكن تأمينه عبر أكثر من وسيط تخزين إلكتروني
الحفظ	المعاملات وأوراق مهمة احتمال ضياع	صعوبة فقدان أية بيانات أو معاملات أو ملف من الملفات التي تم حفظها على الشبكة الإلكترونية.
الضياع	صعوبة الاسترجاع.	سهولة البحث في أرشيف الشبكة عن أي معاملة
الاسترجاع	ارتفاع تكاليف حفظ الملفات والمعاملات واستخراجها.	تكلف فقط ثمن وسائط التخزين أو الشبكة التي حملت عليه المعلومات سلفاً
التكاليف	تحتاج إلى مخازن ضخمة.	تحتاج الأجهزة المحملة عليها الملفات إلى غرفة صغيرة.
المكان	تتأثر بالعامل البشري.	تضمن برامج الحماية عدم التلاعب بالملفات والمعاملات سواء بالحذف أو الإضافة
الحماية	تتأثر بالعامل البشري	البرامج التقنية تسجل أي إجراء يتم بالساعة والدقيقة والثانية
التوثيق والضبط	ضرورة التعامل مع الموظف وجها لوجه.	يتم التعامل من خلال برامج الحاسوب، أو مكان الإدارة المخصصة لهذا الغرض

الإجراءات	خضوعها للارتياح أو التعب أو الوساطة من أحد الطرفين.	لقاء افتراضي، يقوم على إجراء معاملة بين طرفين لا يوجد سوى أحدهما فقط.
طبيعة اللقاء	تحتاج إلى أيام وأشهر	تتميز بالتفاعل السريع إذ يمكنها استقبال آلاف الطلبات أو الرسائل في زمن قصير، وإرسال رسائل لعدد كبير
التفاعل	تحتاج إلى أيام وأشهر لإنجاز المعاملات.	تتفاعل بسرعة فائقة مع مراجعها
السرعة	محدودية ساعات الدوام الرسمي.	تقدم خدماتها 24 ساعة يوميا.
مدة الخدمة	صعوبة إنجاز المهام الخاصة نتيجة الإجراءات المتداخلة.	سهولة إنجاز المهام الخاصة ببسر وسهولة
المهام	لا يتوفر لها إمكانية الاستفادة من الموارد المعلوماتية.	تقوم على استثمار الموارد المعلوماتية وتخزينها.

- ثالثاً: الإدارة الإلكترونية هي نتاج تطور وتبادل البيانات الإلكترونية: إن الإدارة التقليدية كانت تتبادل البيانات والمعلومات في نطاق ضيق واتسعت مع التجارة الإلكترونية لتصل إلى المدى الواسع، فأصبحت الإدارة نتاج التبادل الإلكتروني للبيانات بين حاسوب وآخر أو مجموعة حواسيب وأخرى، حيث كان التبادل قديماً متخصصاً في مجالاته الضيقة أما التبادل الإلكتروني للبيانات أصبح مع الإنترنت شبكة داخلية (Intranet)، وشبكة خارجية (Extranet) وكذلك التبادل المفتوح عبر الويب مع جميع مستخدمي الإنترنت في العالم (Lam,2004,p27)
- رابعاً: من التفاعل الإنساني إلى التفاعل الآلي: إن الإدارة الإلكترونية تعني تحويل جميع العمليات الإدارية ذات الطبيعة الورقية إلى عمليات إلكترونية باستخدام التطورات التقنية الحديثة، أو ما يسمى (العمل الإلكتروني) حيث تعمل على تطوير البنية المعلوماتية داخل مؤسساتها، فترى ما تتميز به المؤسسة الإلكترونية من سمات كإدارة الموارد البشرية، والمالية والمعلوماتية والارتقاء بمستوى أداء الأفراد والمؤسسة من خلال التحول الإلكتروني، فجميع هذه السمات تؤدي بدورها إلى الدعم والتوجه نحو الإدارة الإلكترونية حيث تسعى إلى إجراء تحسينات فعالة في المنظمات المعاصرة، الأمر الذي يترتب عليه تحقيق عددا من المزايا الأساسية تتمثل في تحسين مستوى أداء المنظمات وتبسيط الإجراءات (العجماوي، 2007: 33).

آثار تطبيق الإدارة الإلكترونية

إن الإدارة الإلكترونية نمط جديد من أنماط الإدارة ترك آثاره الواسعة على المنظمات ومجالات عملها وعلى الإدارة واستراتيجياتها ووظائفها، والواقع أن هذه التأثيرات لا تعود فقط إلى البعد التكنولوجي المتمثل بالتكنولوجيا الرقمية، وإنما أيضاً إلى البعد الإداري المتمثل في تطور المفاهيم الإدارية التي تراكمت لعقود عديدة من الزمن، فالأساليب الإدارية التي كانت ناجحة وملزمة لظروف الماضي قد لا تكون فعالة في ظل بيئة سريعة التغير كذلك التي نعيشها حالياً، وتعمل الإدارة الإلكترونية على تحقيق المزيد من المرونة الإدارية في التفويض والتمكين والإدارة القائمة على الفريق، وبالتالي فإن الإدارة ووظائفها رغم التأثير العميق، إلا أنها ستظل تمثل القلب النابض للمنظمات، وأن تخطيط وتنظيم وتوجيه الأعمال الإلكترونية والرقابة عليها ستظل هي وظائف الإدارة الإلكترونية الجديدة، وتتضح الآثار المترتبة على تطبيق الإدارة الإلكترونية في المجالات الإدارية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية كما يلي:

- المجال الإداري: تنعكس آثار الإدارة الإلكترونية على وظائف الإدارة والعناصر الرئيسة للنشاط الإداري، وبصفة خاصة تهيئة وإصلاح البيئة التنظيمية (Lam,2004,p 47)
- المجال السياسي: يؤدي تطبيق الإدارة الإلكترونية إلى انتشار الحكومات الإلكترونية أو ظهور نمط جديد من العلاقة بين المواطنين والدولة تستند إلى زيادة الوعي السياسي وتسهيل المشاركة في وضع السياسات وتحديد الأولويات واستخدام نظم المعلومات الإلكترونية في عملية التمثيل السياسي والانتخابات (العجماوي، 2007: 45)
- المجال الاقتصادي: تتضح آثار الإدارة الإلكترونية والثورة الرقمية في صناعة البرمجيات وتضائل أهمية رأس المال النقدي في مقابل أهمية اقتصاديات المعرفة، وفتح أسواق جديدة، وزيادة فعالية العمليات الإنتاجية.

- المجال الاجتماعي: إن تطبيق الإدارة الالكترونية سوف يؤثر بشكل كمي وشمولي على جميع المكونات الاجتماعية، وظهور معيار جديد لمتفرقة بين المستويات الاجتماعية يستند إلى معرفة المعلومة ومن هذه التأثيرات الاجتماعية عولمة الثقافة، والتأثير السلبي على الثقافة المحلية والمعاناة من التفكك الاجتماعي على الرغم من زيادة وتيرة التفاعل الاجتماعي مع المنظمات التي تقدم الخدمات أهلية كانت أو حكومية (خير، 2008: 42)

ونظراً لحدثة مشروع الإدارة الالكترونية، فإن آثاره على مختلف المستويات لم تتضح بشكل جلي، حيث ينصب تركيز الخبراء على الآثار الإيجابية لضمان الدعم الرسمي والشعبي لمشروع الإدارة الالكترونية، مع قليل من التنبيه للآثار السلبية التي يمكن استنتاجها من طبيعة العمل الالكتروني (العاجز، 2011: 36).

المتطلبات الإدارية لنجاح تطبيق الإدارة الالكترونية

إن عملية الانتقال من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الحديثة المعاصرة ليست بالأمر السهل واليسير، بل هي تحتاج إلى جهد في التخطيط، ودقة في التنفيذ، بالإضافة إلى المتابعة والرقابة المستمرة قبل وأثناء وبعد التنفيذ. حتى لا تكرر فشل العديد من دول العالم والمنظمات المعاصرة في تطبيقها، حيث تشير الدراسات إلى فشل 90% من المؤسسات في تحقيق الأهداف التي حددتها عند بدء مشروع التطبيق، وحدوث تأخير في تسليم النظام عند حوالي 80% من المؤسسات، بالإضافة إلى تنازل 40% من المؤسسات عن مشروع تنفيذ النظام قبل تكميله لذلك لا بد من استيفاء الشروط ومتطلبات التطبيق الناجح للإدارة الالكترونية، حتى يحقق التطبيق الأهداف المرجوة منه (المسعود، 2008: 47).

ويمكن تحديد المتطلبات الإدارية لنجاح تطبيق الإدارة الالكترونية التي تندرج تحت وظائف العملية الإدارية كما هي موضحة في الجدول الموالي:

جدول 2: المتطلبات الإدارية لنجاح تطبيق الإدارة الالكترونية . المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على المصادر المذكورة في الإطار

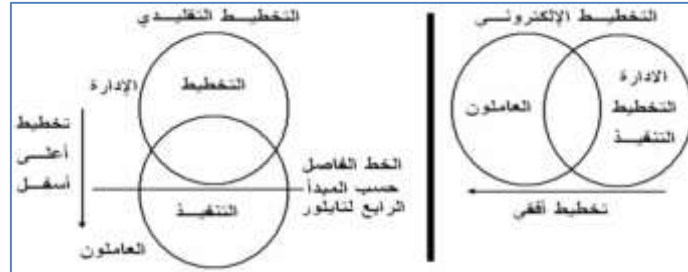
النظري للمتطلبات الإدارية

الرقم	المتطلب	المتطلبات التفصيلية
1	التخطيط	• وجود خطة استراتيجية للتطبيق • وجود خطة تشغيلية للتطبيق.
2	التنظيم	• إجراءات إدارية بسيطة. • الهيكل التنظيمي المناسب لعمل المنظمة. • وجود نظام إداري ومالي مناسب لعمل المنظمة.
3	القيادة	• توفر دعم الإدارة العليا لتطبيق الإدارة الالكترونية. • توفر منهجية مشاركة ذوي العلاقة في تطبيق الإدارة الالكترونية. • وجود نظام تحفيزي فاعل ومناسب للعاملين. • مراعاة الجانب الاجتماعي في التعامل مع العاملين.
4	الرقابة	• نظام رقابي مناسب لعمل المنظمة

التخطيط الالكتروني:

يعرف التخطيط بمفهومه التقليدي بأنه الوظيفة الإدارية التي تحدد أهداف المنشأة العامة والأهداف التفصيلية للإدارة ثم إيجاد الوسائل المناسبة لتحقيقها، بينما التخطيط الإلكتروني e-Planning فهو عملية ديناميكية في اتجاه الأهداف الواسعة والمرنة والأنية وقصيرة الأمد، وقابلة للتجديد والتطوير المستمر خلافاً للتخطيط التقليدي الذي يحدد الأهداف من أجل تنفيذها في السنة القادمة وعادة ما يكون تغيير الأهداف يؤثر سلباً على كفاءة التخطيط (خير، 2008: 78). إن المعلومات الرقمية دائمة التدفق تضيف استمرارية

على كل شيء في المؤسسة بما فيها التخطيط، مما يحوله من التخطيط الزمني المنقطع (وضع التقارير الفصلية) إلى التخطيط المستمر. ونلاحظ أن فكرة تقسيم العمل الإداري التقليدية بين إدارة تخطط وعمال ينفذون، قد تم تجاوزها تماماً في ظل الإدارة الإلكترونية، فجميع العاملين يعملون عند الخط الأمامي عند سطح المكتب وكلهم يمكن أن يساهموا بالتخطيط الإلكتروني مع كل فكرة تبرع في كل موقع وفي كل وقت لكي تتحول إلى فرصة عمل. ويمكن المقارنة بين التخطيط التقليدي والتخطيط الإلكتروني من خلال الشكل التالي:



شكل 4: مقارنة بين التخطيط التقليدي والتخطيط الإلكتروني. المصدر: أحمد، محمد سمير. الإدارة الإلكترونية. عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2009 م، ص 298

إن التخطيط في الشركات المادية التقليدية له مزايا كثيرة في التهيئة المسبقة لما تريد أن تكون عليه الشركة والتحديد المتأني للقدرات الجوهرية للشركة من أجل تحقيق ميزة تنافسية في السوق والتخصيص المدروس للموارد، في المقابل كان للتخطيط أوجه نقد عديدة في الممارسة منها أن التخطيط يسبب التقييد وعدم الاستجابة للتغيرات في البيئة، وتركيزه على منافسة اليوم وليس البقاء في الغد، بينما نجد أن التخطيط الإلكتروني يتميز بالمرونة والاستجابة للتغيرات السريعة في البيئة، وانتقال وظيفة التخطيط من المستويات الإدارية العليا إلى المستويات الدنيا، بالإضافة إلى مشاركة الزبائن في التخطيط ووضع الأهداف في ظل منافسة مواقع الويب (القحطاني، 2006: 54)

ويوضح الجدول التالي (4) الفروق بين التخطيط التقليدي والتخطيط الإلكتروني، من حيث الأهداف والأفق الزمني والمشاركين في وضع الخطة.

جدول 3: مقارنة بين التخطيط التقليدي والتخطيط الإلكتروني. المصدر: نجم، نجم عبود، الإدارة الإلكترونية، دار المريخ للنشر، الرياض، السعودية، 2004، ص 243

التخطيط التقليدي	التخطيط الإلكتروني
خطة واحدة توجه أعمال واتجاه الشركة	خطط متعددة للاستجابة للظروف المختلفة
خطة طويلة أو متوسطة أو قصيرة الأمد (لا يقل أمدها عن سنة واحدة)	خطط قصيرة وأنية (أمدها أيام، أسابيع أو فصل أو شهر)
الخطة تحدد الأهداف ومراحل ووسائل تنفيذها	الخطة قواعد بسيطة أو مبدأ عام واحد يرشد الاتجاه ولا يقيد
الالتزام بالخطة ضروري لجميع المستويات لغرض التنسيق ووحدة الاتجاه	الخطة مرنة جداً من أجل الالتزام بالاستجابة الديناميكية للتغيرات.
الخطة تركز على قدرات الشركة	الخطة تركز على الأسواق المتغيرة والزبائن وحاجاتهم الأنية والمحتملة
المخاطرة تأتي من عدم الالتزام بتنفيذ الخطة	المخاطرة تأتي من عدم القدرة على العمل خارج الخطة
الابتكار ضروري من أجل وضع الخطة الأفضل	الابتكار ضروري عند التنفيذ للاستجابة للظروف المتغيرة
المديرون هم المخططون والعاملون هم المنفذون	المخططون هم المبادرون من المديرين والعاملين (مدخل الجميع - في كل الاتجاهات الشبكية)
الأهداف محددة واضحة، وقابلة للقياس	الأهداف عامة، غامضة، واحتمالية بدرجة عالية
الوسائل محددة بدقة لضمان النجاح	الوسائل مفتوحة حسب الفرصة في السوق وحسب الزبائن
معايير الخطة أداة رئيسية في ترشيد الأداء وتعزيزه	الثقة هي الأداة الرئيسية في ما هو مطلوب إنجازه من أجل الشركة

التنظيم الإلكتروني:

التنظيم هو الأكثر ارتباطاً بالمكان من حيث الهيكل التنظيمي وسلسلة الأوامر عبر المستويات التنظيمية والرسمية التي تكون أكثر كثافة ووظيفية داخل الشركة وأقل كثافة ووظيفية خارج الشركة. إن التنظيم الإلكتروني e-Organizing هو الإطار الفضفاض لتوزيع واسع للسلطة والمهام والعلاقات الشبكية – الأفقية التي تحقق التنسيق الآني وفي كل مكان من أجل إنجاز الهدف المشترك لأطراف التنظيم ويمكن أن نحدد التغيرات العميقة التي تترافق مع إعادة التنظيم للمنظمات في ظل الإنترنت ومع التنظيم الإلكتروني (جدول 4)

وتعود أهمية القيادة إلى اعتمادها على العنصر البشري الذي يحتل درجة عالية من الأهمية بين عوامل الإنتاج المختلفة التي تندمج معا من أجل تحقيق أهداف المشروع، حيث واجهت القيادة في السابق تحديان أساسيين هما المهام والعاملون، وكان هذان التحديان يتقاسمان اهتمام الإدارة بوقتها مما أدى إلى ظهور مدخلين، المدخل المرتكز على المهام، وهو المدخل الصلب للقيادة القائمة على قوة التنظيم، والمدخل المرتكز على العاملين، وهو المدخل المرن القائم على قوة الشخصية وقوة العلاقة بين القائد والمرؤوسين، وقبول المرؤوسين لقائدهم وتأثيره فيهم (المسعود، 2008: 87)

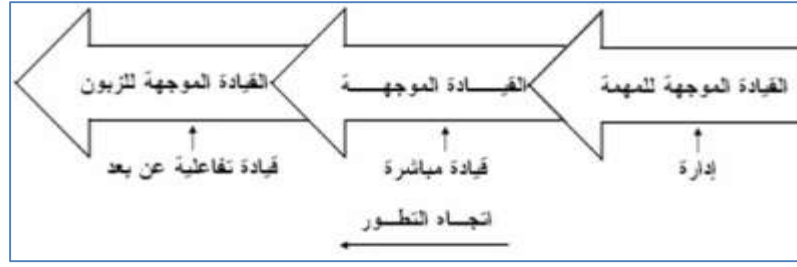
جدول 4: يوضح التأثيرات الأساسية للإنترنت ذات العلاقة بوظيفة التنظيم. المصدر: نجم، نجم عبود. الإدارة والمعرفة الإلكترونية. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009 م، ص 311

المكونات	من	إلى
الهيكل التنظيمي	• التنظيم العمودي • الهيكل القائم على الوحدات الثابتة • تنظيم الوحدة التنظيمية الواحدة • التنظيم أعلى – أسفل . • شركة ذات هيكل تنظيمي محدد.	• التنظيم المصفوفي أو المشروع • الهياكل القائمة على الفرق • تنظيم الوحدات المصغرة • مخطط من اليمين إلى اليسار • شركة بدون هيكل تنظيمي محدد.
التقسيم الإداري	• التقسيم الإداري على أساس الأقسام أو الوحدات • التقسيم الإداري التقليدي.	• التنظيم القائم على الفرق. • التنظيم الخلوي القائم على تحالفات داخلية أو خارجية.
سلسلة الأوامر	• سلسلة الأوامر الإدارية أو السلطة الخطية • سلسلة الأوامر الخطية • التنظيم أحادي الرئيس المباشر	• الوحدات الاستشارية أو السلطة الاستشارية • الوحدات المستقلة والفرق المدارة ذاتياً • التنظيم ثنائي الرئيس المباشر أو تعدد الرؤساء المباشرين
الرسمية	• اللوائح والسياسات التفضيلية • القواعد والإجراءات • جداول العمل القياسية والمجدولة مسبقاً.	• السياسات المرنة • الفريق المدار ذاتياً أو إدارة الذات • جداول العمل المرنة والمتغيرة.
المركزية واللامركزية	• المركزية: السلطة في القمة. • اللامركزية: السلطة الموزعة.	• تعدد مراكز السلطة . • الوحدات المستقلة والفرق المدارة ذاتياً.
القياسية أو المعيارية	• تقسيم عمل كثيف • قواعد وإجراءات أداء محددة • سلوكيات موحدة في أداء المهام.	• التنوع في المهام . • توسيع العمل وإثرائه • التمكين الإداري.

القيادة الإلكترونية:

القيادة بمفهومها التقليدي هي القدرة على إقناع الآخرين في التوجه نحو تحقيق الأهداف وهي التي تجمع المجموعات البشرية وتحفزها للعمل. في عصر الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات، فلا بد أن يؤثر ذلك على إدارة المنظمة وطبيعة علاقاتها مع البيئة الداخلية والخارجية،

وتغيير نمط القيادة التقليدية إلى إلكترونية، ويظهر ذلك في تكون قيادة ذات حس تكنولوجي، ووجود قائد قادر على تحسس أبعاد هذا التطور والعمل علي توظيف مزاياه لتكون جزءا من الميزة التنافسية للمنظمة (هوبكنز، 2006: 76) (شكل 5).



شكل 5: يوضح تطور تركيز القيادة. المصدر: أحمد، محمد سمير. الإدارة الإلكترونية. عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2009م، ص. 327

ويوضح الجدول (5)، الفروق بين القادة التقليديين والقادة الإلكترونيين

جدول 5: مقارنة بين القادة التقليديين والقادة الإلكترونيين. المصدر: العلق، بشير عباس (2005 م)، الإدارة الرقمية: المجالات والتطبيقات، ط 1، أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.

القائد التقليدي	القائد الإلكتروني
خط سير وظيفي ثابت ذو اتجاه واحد	متغيرات وظيفية متعددة في اتجاهات عدة
يدير العمل بصوته ويجيد الكلام	يدير العمل بأفكاره المبتكرة ويجيد الإنصات
غير مضطر إلى التعلم ويتعامل بالمصادفة أو الإكراه	مضطر إلى التعلم ويتعلم بالعمد والاختيار
واضح التركيز	كثيف التركيز
يرتبط بالمؤسسة والأفراد	يرتبط بالعلاقات والأفكار والشبكات
أهداف طويلة الأجل (معاش التقاعد أهمها)	أهدافه متتالية وقصيرة الأجل
نموذج في الحكم الذاتي	نموذج في الحكم الجيد
يهتم بالتفاصيل ويغرق فيها	يهتم بالنتائج والصورة العامة والتركيز
يعتمد على عمره ومكانته الوظيفية	يعتمد على علمه وجرأته
مظهره وملامحه أهم أدواته الإدارية	أسلوبه في الاتصال وملامح لغته من أهم أدواته الإدارية
انطوائي ومنغلق على مؤسسته ورفاقه	تواصلي ومنفتح على مؤسسات الآخرين
إما مجامل وإما صدامي (من دون وسطية)	إما محاور وإما مستمع
أحادي المزاج، فهو إما سعيد وإما حزين طوال اليوم	متعدد
محلي (Localism)	عولي ومحلي (Globalize)
يتجنب المخاطرة ويسعى لهامش الأمان	يخاطر بمشروعات جديدة وأحيانا يغادرها قبل الفشل
يعاني من قلق تحدي التكنولوجيا	يعاني من قلق الفصل بين المجالات
نموذج في الحكم الذاتي	نموذج في الحكم الجيد
العمر: 57	العمر: 38

الرقابة الإلكترونية:

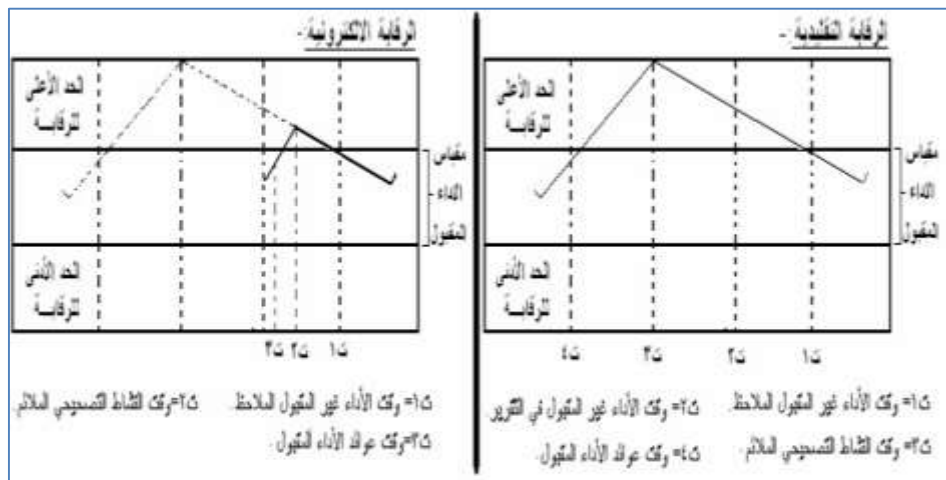
تعرف الرقابة بشكلها التقليدي بأنها متابعة العمل وقياس الأداء والانجاز الفعلي له ومقارنته بما هو مخطط باستخدام معايير رقابية، بحيث تحدد الانجازات الايجابية التي يجب تدعيمها والانحرافات السلبية التي يجب معالجتها وتلافيها مستقبلا، وبالتالي تحقيق الأهداف المطلوبة.

ويهدف نظام الرقابة إلى عدم مواجهة أي مفاجآت غير سارة في المستقبل، وبحيث يكون المدير أو واضعو الخطط على استعداد للاستجابة لأي متغير في الوقت المناسب (Turban,2008,p97)

ومن أبرز الخصائص التي اتسمت بها الرقابة التقليدية هي أنها رقابة موجهة للماضي، وهذا ما يظهر واضحاً في كون الرقابة هي المرحلة التي بعد التخطيط والتنفيذ، أما الرقابة الإلكترونية، فإنها أكثر قدرة على معرفة المتغيرات الخاصة بالتنفيذ أولاً بأول وبالوقت الحقيقي، فالمعلومات التي تسجل فور التنفيذ تكون لدى المدير في نفس الوقت مما يمكنه من معرفة التغيرات قبل أو عند التنفيذ والاطلاع بالتالي على اتجاهات النشاط خارج السيطرة لاتخاذ ما يلزم من إجراءات التصحيح التي تصل في نفس الوقت إلى المسؤولين عن التنفيذ، وبالتالي إلغاء الفجوة الزمنية وتحقيق الرقابة المستمرة، وهذا ما يمكن أن يحقق لها مزايا كثيرة يمكن تحديدها بالنقاط التالية: (هوبكنز، 2006: 56)

- الحد الأدنى من المفاجآت الداخلية في الرقابة، بسبب الرقابة المستمرة بدلاً من الدورية.
- حفيز العلاقات القائمة على الثقة، وهذا مما يقلل من الجهد الإداري المطلوب في الرقابة.
- توسيع الرقابة إلى عملية الشراء، الموردين، الشركات المشتركة في شبكة الأعمال الخارجية.
- تقليص أهمية الرقابة القائمة على المدخلات أو العمليات أو الأنشطة لصالح التأكيد المتزايد على النتائج فهي إذن أقرب إلى الرقابة بالنتائج.
- تساعد على انخراط الجميع في معرفة ماذا يوجد في الشركة إلى حد كبير فهي نمط الرقابة الذي يمكن وصفه بنمط (الكل يعرف ماذا هناك)

ويمكن توضيح الفجوة الزمنية في الرقابة التقليدية والإلكترونية من خلال الشكل (6).



شكل 6: يوضح الفجوة الزمنية في الرقابة التقليدية وفي الرقابة الإلكترونية. المصدر: نجم، نجم عبود الإدارة والمعرفة الإلكترونية. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009 م، ص 344

تحولت العملية الرقابية من رقابة دورية في أوقات متباعدة إلى رقابة مستمرة بما يوفر تدفقاً مستمراً للمعلومات الرقابية في كل وقت، وتحققت الرقابة الآتية بدلاً من الرقابة القائمة على الماضي، فقلصت إلى الحد الأدنى من المفاجآت الداخلية والأزمات عبر معرفة الجميع بما يوجد داخل المنظمة، وحفزت العلاقة القائمة على الثقة بين المدير والعاملين، وتوسعت الرقابة إلى عملية الشراء، والموردين، والزبائن والعاملين عن بعد، والشركات المشتركة في شبكة الأعمال الخارجية، وكذلك في إمكان المنظمة عن طريق شبكة الأعمال الخارجية أن ترتبط بالموردين والزبائن في علاقة فورية بلا حدود في المكان، مما يوفر قدرة أكبر للرقابة، وتوفر هذه الشبكة للزبائن الفرصة ليتابعوا طلباتهم أولاً بأول، وبالتالي يساهموا في عملية الرقابة التي تقوم بها المنظمة من أجل إنجاز هذه الطلبات (Turban,2008,p77)

الخاتمة

تمثل الإدارة الالكترونية تحولا شاملا في المفاهيم، النظريات، الأساليب، الإجراءات، الهياكل، التشريعات التي تقوم عليها الإدارة التقليدية، وهي ليست وصفة جاهزة أو خبرة مستوردة يمكن نقلها وتطبيقها فقط، بل إنها عملية معقدة، نظام متكامل من المكونات التقنية، المعلوماتية، المالية، التشريعية، البيئية، البشرية وغيرها، وبالتالي لا بد من توافر متطلبات عديدة متكاملة لتطبيق مفهوم الإدارة الالكترونية وإخراجه إلى حيز الواقع، وهو ما يمكننا من استنتاج ما يلي:

- تطلب التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الالكترونية إعادة هندسة كل نظم العمل الإداري المنظمات التقليدية وتحويلها لوظائف إدارية الكترونية تشمل التخطيط التنظيم والتوجيه والرقابة،
- توجد متطلبات إدارية مهمة لتفعيل إجراءات وعمليات استخدام الإدارة الالكترونية من أهمها: وضع خطط تتسم بالمرونة الكافية لاستيعاب أي تغيرات يتطلبها استخدام الإدارة الالكترونية، تهيئة العاملين عقليا ونفسيا على استخدام الإدارة الالكترونية، تزويد العاملين بدورات تدريبية عن استخدام الإدارة الالكترونية،
- إن المعوقات المهمة التي تعوق تطبيقات الإدارة الالكترونية في المجالات الإدارية والفنية بدرجة قوية هي: نقص الحوافز المادية اللازمة لتشجيع تطبيق برامج الإدارة الالكترونية، وغياب الخبراء والمختصين، نقص الإمكانيات الفنية اللازمة لتطبيق الإدارة الالكترونية.

التوصيات:

بناء على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، يمكن تقديم التوصيات التالية

- العمل على نشر التقنية الإدارية الإلكترونية، وتوفير البنية التحتية اللازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية،
- تشجيع العاملين وتهيئتهم على التحول نحو الإدارة الالكترونية من خلال وضع برامج تدريبية ورصد أنظمة جيدة للحوافز للتغلب على المقاومة التي يبديها البعض لعملية التغيير،
- زيادة التزام الإدارة العليا بتطبيق ودعم الإدارة الإلكترونية من خلال نشر ثقافة العمل الالكتروني ونشر المزايا والفوائد الناتجة عن تطبيق الإدارة الالكترونية بين الموظفين،
- ضرورة مشاركة مختلف المستويات الإدارية في التخطيط ووضع الأهداف والبرامج المتعلقة بسياسة تطبيق واستخدام الإدارة الإلكترونية،
- ضرورة الاهتمام من قبل الجامعات بإدخال مواد تدريبية عن الإدارة الالكترونية.
- عدم إغفال الجانب الإنساني في التعامل مع العاملين في ظل البيئات الالكترونية.

المراجع:

المراجع العربية

- أحمد، محمد سمير: (2009) الإدارة الإلكترونية. عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2009 م.
- العجماي، عمرو. الإدارة الحكومية العربية في عصر التقنية الفائقة بين المفهوم والواقع، ورقة عمل قدمت إلى مؤتمر الحكومة الإلكترونية السادس، دبي، الإمارات، 2007 م
- العامري، صالح والغالي، طاهر، " الإدارة والأعمال"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007 م.
- العلاق، بشير عباس (2005 م)، الإدارة الرقمية: المجالات والتطبيقات، ط 1، أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية.\

- القحطاني، شائع بن سعد مبارك: (2006) مجالات ومتطلبات ومعوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في السجون السعودية " رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية.
- السالمي، علاء عبد الرازق: (2003) نظم إدارة المعلومات، القاهرة، العربية لعلوم الحاسب، مصر.
- العجماي، عمرو. الإدارة الحكومية العربية في عصر التقنية الفائقة بين المفهوم والواقع، ورقة عمل قدمت إلى مؤتمر الحكومة الإلكترونية السادس، دبي، الإمارات، 2007 م.
- الغوطي، إبراهيم عد اللطيف: (2006) متطلبات نجاح مشروع الحكومة الإلكترونية من وجهة نظر الإدارة العليا في الوزارات الفلسطينية "رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، غزة، فلسطين.
- الفرا، نعيم حسن حماد: (2008) تطوير الاتصال الإداري لمديري المدارس الثانوية بمحافظة غزة في ضوء الإدارة الإلكترونية "رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، كلية التربية، غزة، فلسطين.
- زينات، حامد عبد كحيل (2016): تصور مقترح لتفعيل الإدارة الإلكترونية في المدارس الثانوية بمحافظة غزة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، كلية التربية، غزة، فلسطين.
- خير محمد، كساب، عزات عمرو: (2008) متطلبات نجاح إدارة الوثائق الإلكترونية في الهيئة العامة للتأمين والمعاشات في فلسطين "رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية كلية التجارة، غزة، فلسطين.
- المسعود، خليفة بن صالح: (2008) المتطلبات البشرية والمادية لتطبيق الإدارة الإلكترونية في المدارس الحكومية من وجهة نظر مديري المدارس ووكلائها بمحافظة الرس "رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية
- نجم، نجم عبود: (2009) الإدارة والمعرفة الالكترونية: الإستراتيجية، الوظائف، المجالات، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
- رؤى على كساب، العلاقة بين بعض المتغيرات التنظيمية وتطبيق الإدارة الالكترونية في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2011 م.
- هويكنز برايان، جيمس ماركهام، الإدارة الالكترونية للموارد البشرية، ترجمة خالد العامري، دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2006 م.

المراجع الأجنبية

- Lam, C. (2004). E-Management: the need to understand the boundary and focus before Embarking. Journal of Enterprise Information Management, 18(5), 511-530.
- Turban, E., Leidner, D., Mclean, E., & Wetherbe, J. (2008). Informaion technology for management: Transforming Organizations in the Digital Economy. (6th Edition), NewYork: Wiley.

دور الإدارة الالكترونية في تنمية الأداء الإداري

د. خضراوي الهادي

جامعة الأغواط / الجزائر

الباحثة لكحل عائشة

جامعة الأغواط / الجزائر

ملخص:

تعدّ الإدارة الالكترونية منظومة متكاملة تهدف إلى تحويل العمل الإداري العادي من إدارة يدوية إلى إدارة باستخدام الحاسوب وذلك بالاعتماد على نظم معلوماتية قوية تساعد في اتخاذ القرار الإداري بأسرع وقت وبأقل التكاليف، بهدف تحقيق التنمية الإدارية. وبناء على ما سبق تم طرح الإشكالية الآتية: ما هو دور التطور الالكتروني في تنمية الأداء الإداري وما تأثيره على الموارد البشرية؟ وللإجابة على هذه الإشكالية فقد تم اتباع المنهج الوصفي، إذ أن الاطلاع على خلفيات هذا الموضوع يقتضي تحليله وتمحيصه بالشكل الذي يكشف مدى كفايته وقصوره، ومدى فاعليته في تحقيق التنمية الإدارية، وذلك من أجل مواكبة التطورات الحاصلة. ومما سبق، يمكن القول أن الإدارة الإلكترونية تعدّ تلك الإدارة التي تمارس عناصرها (البرمجيات، المكونات المادية، الشبكات وصناع المعرفة) أو وظائفها (التخطيط الإلكتروني، التنظيم الإلكتروني، القيادة الإلكترونية، والرقابة الإلكترونية) وفقا لمتطلبات المواكبة والاستخدام الكفء والفعال لتكنولوجيا المعلومات. وقد وجدت الإدارة الإلكترونية لتحقيق جملة من الأهداف منها: إحداث تحويل في الإجراءات، كتوفير الخدمات بأسرع وقت وبأقل تكلفة من خلال التنمية الإدارية، والتي تعرف بأنها نشاط مخطط ومستمر يهدف إلى تطوير السلوك الإداري وتطوير قدرات المديرين بالمرفق من خلال المعارف والمهارات التي يكتسبونها من خلال برامج التنمية الإدارية، فالتنمية الإدارية شاملة لجميع جوانب المسألة الإدارية والتنظيمات ومختلف القطاعات، وضرورة لكل بلدان العالم المختلفة (خاصة النامية) من أجل مواكبة التطورات الحاصلة، كما تتميز أيضا بالاستمرارية والتجديد، فهي ليست مؤقتة، بل تتبع التقدم والتطور. ومن أجل التحول من الإدارة العادية إلى الإدارة الإلكترونية، فإنه لا بدّ من توفر مجموعة من المتطلبات، أهمها ضرورة التكوين بهدف تنمية كفاءة العنصر البشري بما يتماشى والتطور الإلكتروني، حيث أن التكوين الإداري يلعب دورا أساسيا في النهوض بمستوى الكفاءة الإنتاجية لجميع أنواع الإدارات العمومية، باعتباره عملية مستمرة تهدف إلى تزويد الموظفين بالمعارف والمهارات والقدرات اللازمة لأداء مهامهم بكفاءة وفاعلية، وكذلك توفير المتطلبات التكنولوجية والاجتماعية، كالتقدم التكنولوجي ومتطلبات البنية التحتية للاتصالات، كإيجاد حواسيب إلكترونية ونظم بيانات متكاملة، ووضع إستراتيجية وخطط التأسيس للإدارات والهيئات، مع تخصيص المبالغ المالية اللازمة لإجراء التحول من الإدارة العادية إلى الإدارة الإلكترونية، وأمن وحماية المعلومات في الإدارة الإلكترونية، ودعم الهياكل الإدارية، وإدخال التغييرات الجوهرية على أساليب العمل في الإدارة. لذلك، فإنه من الضروري أن تلتزم القيادة علنا بالجهود الرامية للتحول إلى الحكومة الإلكترونية. لكن ما ينبغي الإشارة إليه، هو أن هناك الكثير من الصعوبات التي تعيق تطبيق الإدارة الإلكترونية، ومن أهم هذه الصعوبات: نقص الدورات التدريبية للموظفين في مجال الإدارة الإلكترونية، وضعف التخطيط الاستراتيجي، وضعف قطاع التقنيات المعلوماتية في الدول النامية، وضعف القدرات التصنيعية، وقلة الخبرات الفنية، وصعوبة تعريب أجهزة الحاسوب التي تؤدي إلى عدم تعريب تطبيقاته، ونقص الأدلة الإرشادية الموضحة لآليات تطبيق الإدارة الإلكترونية، والنقص في عدد الموظفين المتخصصين في تشغيل وصيانة أجهزة الحاسوب الآلي، وكذلك ضعف الدعم المالي المخصص للبحوث والدراسات في مجال تقنيات المعلومات ومجال الإدارة الإلكترونية بصفة عامة، وقصور القوانين والتشريعات بسبب صعوبة إيجاد بيئة تشريعية وقانونية تتناسب مع تطبيقات الإدارة الإلكترونية. لكن بالرغم من كل إيجابيات الإدارة الالكترونية، غير أن تطبيقها يحتاج إلى تدقيق مستمر ومتواصل لتأمين استمرار تقديم الخدمات بأفضل شكل ممكن، وتجنب تعثر الإدارة الالكترونية في عملها لسبب من الأسباب أو لسلبية من السلبيات المحتملة لتطبيق الإدارة الالكترونية، وهي بشكل عام ثلاث سلبيات رئيسية هي: التجسس الإلكتروني، زيادة التبعية، وشلل الإدارة.

وانطلاقا من النتائج، توصي هذه الورقة البحثية بمجموعة من التوصيات، منها: ضرورة تبسيط الإجراءات المعقدة التي تؤخر عملية التحول نحو الإدارة الإلكترونية، وتأسيس بنية تحتية حديثة للاتصالات والمعلومات على مستوى الدولة، ونشر الوعي التكويني بين الموظفين، وبيان أهميته لأنه أداة أساسية في بناء وتأهيل وتطوير وتنمية الكفاءات، وتحديد النقص الوظيفي من أجل فتح المجال للتكوين فيه ومواكبة التطور التكنولوجي والعولمة، ونشر الثقافة الإلكترونية بدءا من تدريس كيفية استعمال الحاسوب الآلي، وزيادة الدعم المالي

المخصص لإقامة المحاضرات والبحوث وبرامج التكوين في مجال الإدارة الإلكترونية، ووضع التشريعات والقوانين اللازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية.

كلمات دالة: التطور الإلكتروني، التنمية الإدارية، أداء الموارد البشرية.

مقدمة:

تعتبر التنمية الإدارية عملية حضارية شاملة وهي عملية تغيير تمكن الجهاز الإداري من تحديث الأنماط التنظيمية والسلوكية وإتباع الهياكل الإدارية الملائمة وتكييفها في ضوء المتغيرات والتطورات البيئية وتدعيمها بالمهارات البشرية الضرورية، وفتح مجالات التكوين بما ينمي قدرات القوة العاملة وتحديث القوانين والتشريعات المعمول بها، وتطوير وتنمية معلومات ومهارات واتجاهات وسلوك أفراد الإدارة، وتحسين بيئة العمل الإداري، وذلك من أجل تحقيق أهداف التنمية الشاملة بأقصى درجة من الكفاءة والفاعلية، فيعتبر تطبيق الإدارة الإلكترونية آلية من آليات هذه التنمية الإدارية. فالانتقال من العمل الإداري التقليدي إلى تطبيق تقنيات المعلومات والاتصالات في بناء التنظيمات واستخدام التقنيات الحديثة بما فيها شبكات الحاسوب الآلي لربط الوحدات التنظيمية مع بعضها لتسهيل الحصول على البيانات والمعلومات لاتخاذ القرارات المناسبة وانجاز الأعمال وتقديم الخدمات للمستخدمين بكفاءة وبأقل تكلفة وأسرع وقت ممكن وهو تحول الإدارة من إدارة عادية إلى إدارة إلكترونية التي تعتبر آلية من آليات التنمية الإدارية.

ومنه يمكن القول أن الإدارة الإلكترونية هي منظومة إلكترونية متكاملة تهدف إلى تحويل العمل الإداري العادي من إدارة يدوية إلى إدارة باستخدام الحاسوب وذلك بالاعتماد على نظم معلوماتية قوية تساعد في اتخاذ القرار الإداري بأسرع وقت ممكن وبأقل التكاليف وذلك بالاستعانة بشبكات الحاسوب (الانترنت، الانترانت، الأكسترنات). فبناء على ما سبق يمكننا طرح الإشكالية التالية: ما هو دور التطور الإلكتروني في تنمية الأداء الإداري ما تأثيره على الموارد البشرية؟ وللإجابة على هذه الإشكالية وابتداء المنهج الوصفي والتحليلي لأن الاطلاع على خلفيات هذا الموضوع يقتضي منا تحليلها وتمحيصها بالشكل الذي يجعلنا نتبين مدى كفايتها وقصورها ومدى فاعليتها في تحقيق التنمية الإدارية وذلك من أجل مواكبة التطورات الحاصلة رأيت أنه من الضروري تقسيم هذه الدراسة إلى مبحثين رئيسيين:

- المبحث الأول بعنوان: مفهوم كل من التطور الإلكتروني للإدارة والتنمية الإدارية.
- المبحث الثاني بعنوان: متطلبات التطور الإلكتروني في الإدارة وأثره على الموارد البشرية.
- المبحث الأول بعنوان: مفهوم كل من التطور الإلكتروني للإدارة والتنمية الإدارية.

يعتبر التطور الإلكتروني آلية من آليات لتحقيق التنمية الإدارية فندرس في هذا المبحث مفهوم كل من هذين المصطلحين.

المطلب الأول: مفهوم الإدارة الإلكترونية

ونتناول في هذا المطلب تعريف الإدارة الإلكترونية وعناصرها وأهدافها

الفرع الأول: تعريف الإدارة الإلكترونية

إن فكرة الإدارة الإلكترونية تتعدى بكثير مفهوم الميكنة الخاصة بإدارات العمل داخل المؤسسة، إلى مفهوم تكامل البيانات والمعلومات بين الإدارات المختلفة والمتعددة واستخدام تلك البيانات والمعلومات في توجيه سياسة وإجراءات عمل المؤسسة نحو تحقيق أهدافها وتوفير المرونة اللازمة للاستجابة للمتغيرات المتلاحقة سواء الداخلية أو الخارجية. وتشمل الإدارة الإلكترونية جميع مكونات الإدارة من تخطيط وتنفيذ ومتابعة وتقييم وتحفيز إلا أنها تتميز بقدرتها على تخليق المعرفة بصورة مستمرة وتوظيفها من أجل تحقيق الأهداف. وتعتمد الإدارة الإلكترونية على تطوير البنية المعلوماتية داخل المؤسسة بصورة تحقق تكامل الرؤية ومن ثم أداء الأعمال.

فتعددت تعاريفها هي 32 الأخرى فعرفها نجم عبود نجم بأنها: "هي العملية الإدارية القائمة على الإمكانيات المتميزة للأنترنت وشبكات الأعمال في التخطيط والتوجيه والرقابة على الموارد والقدرات الجوهرية للمؤسسة والآخرين بدون حدود من أجل تحقيق أهداف المؤسسة"

وعرفها البنك الدولي بأ33: "مفهوم ينطوي على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بتغيير الطريقة التي يتفاعل من خلالها المواطنون والمؤسسات التجارية في عملية صنع القرار، وربط طرق أفضل في الوصول إلى المعلومات، وزيادة الشفافية وتعزيز المجتمع المدني

الفرع الثاني: عناصر الإدارة الإلكترونية وأهدافها

أولاً: عناصر الإدارة الإلكترونية

تتكون الإدارة الإلكترونية من أربعة عناصر هي:

- عتاد الحاسوب: وهو كل ما يتعلق بأجهزة الحاسوب وملحقاتها، وعلى المؤسسات مراعاة أحدث العتاد في العالم من أجل توفير تكاليف التطوير المستمر وتكاليف الصيانة، وأيضاً ملائمة عتاد الحاسوب للتطورات البرمجية.
- البرمجيات: البرمجيات هي مجموعة البرامج المستخدمة لتشغيل جهاز الحاسب الآلي والاستفادة من إمكانياته المختلفة.
- الشبكات: وتتمثل في الوصلات الإلكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي لشبكات الانترنت، الاكسترنات، وشبكة الإنترنت التي تمثل شبكة القيمة للمؤسسة وإدارتها الإلكترونية.
- صناع المعرفة: وهو العنصر الأهم في الإدارة الإلكترونية من القيادات الرقمية، والمديرون، والمحللون للموارد المعرفية ورأس المال الفكري في المؤسسة.

ومنه فالإدارة الإلكترونية هي الإدارة التي تمارس عناصرها (البرمجيات، المكونات المادية، الشبكات وصناع المعرفة) أو وظائفها (التخطيط الإلكتروني، التنظيم الإلكتروني، القيادة الإلكترونية، والرقابة الإلكترونية) وفقاً لمتطلبات المواكبة والاستخدام الكفء والفعال لتكنولوجيا المعلومات.

ثانياً: أهداف الإدارة الإلكترونية

وجدت الإدارة الإلكترونية 34 ونية لتحقيق جملة من الأهداف وهي كما يلي:

- إحداث تحويل في الإجراءات الحكومية كتوفير الخدمات الحكومية بأسرع وقت وبأقل تكلفة.
- تطوير نظام الحكم والشؤون العامة وإيجاد علاقة جديدة بين المواطنين والدولة في إدارة شؤون الدولة من خلال المكونات الثلاثة التالية:

○ عملية جمع المعلومات كأساس لتطور السياسات ونشرها بين المواطنين عن نتائج المشاورات في السياسات.

32 - موسى عبد الناصر ومحمد قريشي، مساهمة الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري بمؤسسات التعليم العالي، مجلة الباحث، عدد 09، 2011، ص 89.

33 - حماد مختار، تأثير الإدارة الإلكترونية على إدارة المرفق العام وتطبيقاتها في الدول العربية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2007، ص 16، 17.

34 - رافيق بن مرسل، الأساليب الحديثة للتنمية الإدارية بين حتمية التغيير ومعوقات التطبيق "دراسة حالة الجزائر 2001-2011"، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2011، ص 24.

- استخدام نظم المعلومات الإلكترونية لتسهيل عملية المشاركة والتعاون لإعداد السياسات وتحديد الأولويات والتوجيهات الاستراتيجية للدولة.
- وفي مرحلة متقدمة يتم استخدام نظم المعلومات الإلكترونية في عملية الانتخابات والتمثيل السياسي.

- خلق الفاعلية في الإدارة وتحسين مستوى العمليات الإدارية باستعمال التقنيات الحديثة.
- ترشيد القرارات المتعلقة بالعمل الحكومي وتقليص الازدواجية في الإجراءات المعقدة.
- غرلة المعلومات وانتقاء ما ينفع للقيام بمبادرات واعدة.
- تخفيف العبء والجهد على المواطنين من أجل إنهاء المعاملات.
- تخفيف القيود البيروقراطية، والتقليل من عدد الأوراق المطلوبة للقيام بالمعاملات.
- تبسيط واختصار الإجراءات الإدارية.
- تدعيم الشفافية والعمل في وضوح تام.

المطلب الثاني: مفهوم التنمية الإدارية

يتضمن هذا المطلب مفهوم التنمية الإدارية من تعريف وخصائص وأهداف.

الفرع الأول: تعريف التنمية الإدارية

تعددت تعاريف التنمية الإدارية فهناك من عرفها بأنها: "استثمار يتمثل في مختلف الجهود والإمكانات التي توفرها المنظمات للعمليات المستمرة لإعداد المدير وتجهيزه لإدارة مؤسسه، للمساهمة في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة بفعالية من خلال توسعة قدراته على مواجهة المهام المعقدة في الحاضر والمستقبل."

وجاء في معجم التنمية الإدارية بأنها مصطلح يطلق على مهام التنمية الإدارية والتي تتمثل أساساً في تطوير الوسائل والأساليب الإدارية للتنمية الوطنية وتختص بعمليات تطوير الأداء الإداري للأجهزة الإدارية وتحدد الكيفية والأساليب التي تؤدي إلى تطوير القدرات الإدارية.

كما يعرفها الدكتور أحمد 35 رشيد بأنها: "عملية تنمية مهارة الموظفين في كافة المستويات وبصورة منظمة، وذلك وفق احتياجات العمل في أجهزة الدولة وتحقيقاً للتطور في تلك الأجهزة، وكذلك على ضوء التطورات العلمية الحديثة في علوم الإدارة وفنونها."

كما تعرف على أنها: "نشاط مخطط ومستمر يهدف إلى تطوير السلوك الإداري وتطوير قدرات المديرين بالمرفق من خلال المعارف والمهارات التي يكتسبونها من خلال برامج التنمية الإدارية."

الفرع الثاني: خصائص وأهداف التنمية الإدارية

أولاً: خصائص التنمية الإدارية

تتميز التنمية الإدارية 36 بجملة من الخصائص وهي كالتالي:

- الشمولية: فالتنمية الإدارية شاملة لجميع جوانب المسألة الإدارية والتنظيمات ومختلف القطاعات.

³⁵ - أحمد عبد السلام دباس، الإصلاح الإداري كمدخل للإصلاح الإداري، (بدون دار نشر، بدون بلد نشر، بدون سنة نشر)، ص 03.

³⁶ - رافيق بن مرسل، المرجع السابق، ص 31.

- مساهمة جميع المستويات والقطاعات في تفعيل التنمية الإدارية.
- ضرورة لكل بلدان العالم المختلفة (المتقدمة وخاصة النامية) من أجل مواكبة التطورات.
- تتميز بأنها محلية حيث أن الإدارة في الأصل مهنة أو اختصاص محلي.
- تتميز بالاستمرارية والتجديد فهي ليست مؤقتة بل تتبع التقدم والتطور فهي ليست إصلاحاً ظرفياً مؤقتاً يتعلق بمرحلة معينة، كما تعتبر المسائل والظروف الاجتماعية والإدارية جزءاً من التنمية الإدارية دائمة التطور والتبدل وما هو جديد اليوم سيصبح قديماً غداً، فما على القائمين على التنمية الإدارية إلا مرافقة المستجدات في المجتمع وفي الخارج.
- التكامل والتوازن: وذلك بأن تشمل التنمية الإدارية كل محاورها في آن واحد وبشكل مستمر بحيث لا يكون التركيز على بعض المحاور وإهمال البعض الآخر.
- التوسيع والالتزام في تدريب العاملين في الإدارة.

ثانياً: أهداف التنمية الإدارية

تهدف التنمية الإدارية³⁷ إلى تحقيق ما يلي:

- تجنب التقادم الإداري: وذلك من خلال تجنب الجمود في ذهنيات وسلوك المديرين والتجديد في طرق العمل وإدارته وتكنولوجيا العمل المستخدمة.
- تخطيط عملية الإحلال: حيث تسهل التنمية الإدارية عملية الإحلال والترقية للمراكز الوظيفية الأعلى في الهياكل أو الفصل أو الاستقلالية أو بلوغ سن التقاعد وغيرها من الأسباب.
- إرضاء مطلب النمو الذاتي للأفراد: حيث يتحقق أهداف المدراء في الوصول للمراكز العليا، والشعور بالإنجاز.
- تطوير الإدارة العامة عن طريق خفض الأعمال الورقية وإعادة استعمال الحلول.
- تحسين الخدمات عن طريق خفض التنقل، سهولة وصول المعلومات في أي وقت وفي أي مكان.
- تحسين التنافس الاقتصادي بواسطة استخدام الانترنت للتجارة العالمية، وإتاحة الفرصة للشركات ذات المقاس المتوسط والصغير لدخول المنافسة.

المبحث الثاني: متطلبات التطور الإلكتروني في الإدارة وأثره على الموارد البشرية.

كما توجد متطلبات تستدعي التحول إلى الإدارة الإلكترونية فإنه توجد أيضاً صعوبات تعيق تطبيقها.

المطلب الأول: متطلبات التطور الإلكتروني لتحقيق التنمية الإدارية

من أجل التحول من الإدارة العادية إلى الإدارة الإلكترونية لابد من توفر مجموعة المتطلبات تختلف بين التكنولوجيا والاجتماعية والإدارية والأمنية والاقتصادية.....الخ.

الفرع الأول: ضرورة التكوين بهدف تنمية كفاءة العنصر البشري بما يتماشى والتطور الإلكتروني

تسعى الإدارة من خلال التكوين إلى تطوير الأداء البشري، وزيادة أداء الإدارة، حيث أن التكوين الإداري يلعب دوراً أساسياً في النهوض بمستوى الكفاءة الإنتاجية لكافة أنواع الإدارات العمومية، باعتباره عملية مستمرة تهدف إلى تزويد الموظفين بالمعارف والمهارات والقدرات

³⁷ - جمال وهبة نصر، العملية التدريبية ودورها في تنمية العنصر البشري في ظل التحولات المعاصرة، مجلة المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، الطبعة الثانية، 2007، ص 311.

اللازمة لأداء مهامهم بكفاءة وفعالية، وكذلك تعديل اتجاهاتهم وسلوكهم، وتطويرها بما يتناسب مع التطورات الإلكترونية الراهنة في مجال مهامهم، وذلك لأن التكوين يؤدي إلى تحقيق أهداف في غاية الأهمية منها تزويد الموظفين بالمعارف والمعلومات اللازمة للرفق بمستوى مهامهم.

وكذلك التحسين من القد38رات المهنية للموظفين وتنمية مهاراتهم كما يساهم في تحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للموظف، السماح للمرافق العمومية بمواكبة التطورات التكنولوجية والإدارية ومعالجة نقاط ضعف الأداء لديها، وتحقيق الاستقرار الوظيفي في المرفق وإكسابه صفة الثبات فالمكون يقوم بإنجاز عمله على أكمل وجه ممكن، بالإضافة إلى تحسين أداء الفرد وينعكس ذلك في زيادة نوعية الخدمات المقدمة بأقل جهد في أقصر وقت ممكن وبكفاءة وفعالية وبالتالي تحسين العلاقات بين الإدارة والمواطن.

الفرع الثاني: المتطلبات ال39تكنولوجية والاجتماعية

- التقدم التكنولوجي ومتطلبات البنية التحتية للاتصالات: أدت الثورة التكنولوجية إلى إبراز الحاجة لتطبيقاتها العملية في مختلف المجالات لارتباطها بإيجاد حواسيب إلكترونية ونظم بيانات متكاملة وأكشاك إلكترونية في الأماكن العمومية، والهواتف والفاكسات، كما تعمل بنية الاتصالات على زيادة الترابط بين مختلف الأجهزة الإدارية داخل الدولة، بالإضافة إلى توفير التكنولوجيا الملائمة ومواكبة مستجداتها من أجل بناء نظام معلومات متطور وحديث.
- ترابط المجتمعات الإنسانية في ظل توجهات العولمة: ساهمت التوجهات العالمية المتزايدة نحو الانفتاح والترابط والتكامل بين المجتمعات الإنسانية المختلفة في نشوء العولمة.
- الاستجابة لمتطلبات البيئة المحيطة مع التكيف معها: إن انتشار تطبيق الإدارة الإلكترونية في كثير من المرافق والمجتمعات يحتم على كل دولة مواكبة التطورات الحاصلة واللاحق بها تجنباً للعزلة والتخلف.
- التحولات الديمقراطية وما رافقتها من متغيرات وتوقعات اجتماعية: وهي التي ساهمت فيها حركات التحرر التي تطالب بالانفتاح والحرية والمشاركة واحترام حقوق الإنسان فتم التغيير في طبيعة الأنظمة السياسية والإدارية والقضائية.

الفرع الثالث: المتطلبات الإدارية والأمنية

تمثل الإدارة الإلكترونية تحولا شاملا في المفاهيم والأساليب والنظريات والإجراءات والهياكل وكل ما تقوم عليه الإدارة العادية، فهي نظام متكامل من المكونات التقنية والمعلوماتية لا بد له من توفر متطلباته حتى يسهل تطبيقه وتمثل هذه المتطلبات في:

- وضع استراتيجية وخطط التأسي40س للإدارات والهيئات مع تخصيص المبالغ المالية اللازمة لإجراء التحول من الإدارة العادية إلى الإلكترونية.
- توفير البنية التحتية للإدارة الإلكترونية: أي العمل على تطوير مختلف شبكات الاتصالات بما يتوافق مع بيئة التحول التي تستدعي شبكة واسعة، تستوعب كما هائلا من الاتصالات، مع الحفاظ على الأجهزة التقنية الأخرى.
- تطوير التنظيم الإداري والخدمات والمعاملات الحكومية وفق تحول تدريجي، وذلك باستحداث إدارات جديدة تتماشى والتطور التكنولوجي.
- التعليم والتكوين والتدريب والتثقيف للمتعاملين من أجل تحصيل الكفاءات والمهارات بهدف اكتسابها الخبرة لاستخدام تقنيات المعلومات.

³⁸ حمزاوي محمد سعيد، تحسين الأداء والتدريب، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2004، ص104.

¹ - كلثم محمد الكبيسي، متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية في مركز نظم المعلومات التابع للحكومة الإلكترونية في دولة قطر، دراسة معدة استكمالا لمتطلبات نيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، 2008، ص ص 15، 16.

⁴⁰ - عشور عبد الكريم، دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، مذكرة مقدمة للحصول على شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة قسنطينة، 2010/2009، ص 24.

- إصدار التشريعات الضرورية والحديثة اللازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية فقبل تطبيقها يتم التشريع بتحديد الإطار القانوني الذي يقر بالتحويل الإلكتروني وأثناء التطبيق أي تكملة للنقائص والفراغ القانوني اللازم، والذي يمكن أن يظهر في أي مرحلة من مراحل التحول، وبعد التطبيق بوضع قواعد قانونية تضمن أمن المعاملات الإلكترونية وتحدد الإجراءات العقابية الخاصة بفئة المتورطين في جرائم الإدارة الإلكترونية.
- أمن وحماية المعلومات في الإدارة الإلكترونية.
- أمن وحماية المعلومات الإلكترونية.
- الإصلاح الإداري: من أجل تحول ناجح في تطبيق الإدارة الإلكترونية يقترح الدكتور علي السيد الباز ضرورة الإصلاح الإداري، والذي يشمل التخصص الوظيفي في تشغيل البرامج الإلكترونية، وخبراء لتأمين المعلومات وحماية البرامج والتعاملات والوثائق بمعنى محاولة إحداث تغييرات جذرية وجوهرية في المفاهيم الإدارية والفنية، والحاجة إلى قيادات واعية ومتحمسة ولها القدرة الإدارية، وترشيدها، وتطوير العلاقات بين المنظمات الإدارية المختلفة والبحث عن حلول كفيلة تؤدي إلى تحسين انجاز الخدمة الوظيفية، وضرورة وضع قواعد الإثبات فيما يخص التصرفات الإلكترونية.

الفرع الرابع: المتطلبات السياسية

والمقصود بذلك وجود إرادة سياسية من طرف القيادة السياسية لدعم الهياكل الإدارية، وإدخال التغييرات الجوهرية على أساليب العمل في الإدارة، لذلك يعد التزام القيادة علنا بالجهود الرامية للتحول إلى الحكومة الإلكترونية من خلال توفير المال والجهد والوقت والمتابعة المستمرة، فهذه العناصر تعتبر هي الأساس لنجاح عملية التحول إلى الحكومة الإلكترونية. ومنه فإن انعدام الإرادة السياسية يؤدي بقاء فكرة الإدارة الإلكترونية حبر على ورق.

الفرع الخامس: المتطلبات الاقتصادية

يمثل الاقتصاد العمود الأساسي لكل دولة، وبما أن المداخل المالية لكل دولة هي التي تستعمل لتوزيع الدخل وتمويل المشاريع فإنه يجب العمل على تغيير الطريقة التي يعمل بها الاقتصاد نتيجة للأسواق الجديدة للتجارة الإلكترونية التي ستبرز، والعلاقات الجديدة بين المؤسسات الإنتاجية والمستهلكين التي ستظهر.

المطلب الثاني: أثر التطور الإلكتروني على الموارد البشرية في الإدارة

هناك العديد من الصعوبات التي تعيق تطبيق الإدارة الإلكترونية، ولكن إذا تم تطبيقها يحتمل الحصول على نتائج سلبية.

الفرع الأول: معوقات التعامل مع التطور الإلكتروني

بعدما رأينا المتطلبات المختلفة للإدارة الإلكترونية فهو نفس الحال بالنسبة للصعوبات التي تعيق تطبيقها وهي مختلفة كالاتي:

أولاً: معوقات إدارية وتنظيمية

- الإجراءات الروتينية التي تؤخر عملية التحول نحو الإدارة الإلكترونية كنقص الدورات التدريبية للموظفين في مجال الإدارة الإلكترونية، وضعف التحفيز بنوعيه (المادي، والمعنوي) لاستخدام التقنيات الإلكترونية.

⁴¹ - علي محمد رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005، ص 93.

⁴² - أحمد سعد محمد طيب ومحمد مصطفى القصبي، تشخيص معوقات تطبيق نماذج الإدارة الإلكترونية في المؤسسات التعليمية، تنمية الرافدين، ملحق العدد 114، المجلد 35، لسنة 2014 (تاريخ قبول النشر 2012/10/24)، ص ص 19، 20.

- ضعف التخطيط الاستراتيجي: يعتبر من المعوقات الإدارية لتطبيق الإدارة الإلكترونية، فالتخطيط أحد الوظائف الإدارية المهمة لأنه يساعد على اتخاذ القرارات الاستراتيجية في الإدارة وبالتالي إعطاء صورة واضحة للمستقبل والإعداد الجيد والملائم له، ولكن غالبا ما تشوبه بعض المعوقات تتمثل في:
 - احتياج عملية التخطيط إلى قدر كبير من التحليل والقدرة على التنبؤ بالمستقبل، وحاجته إلى المعلومات المتعددة والمتنوعة خاصة فيما يتعلق بالإدارات التي لها علاقة بالتخطيط وبالنشاطات ذات العلاقة بما يكفل توضيح كل الجوانب للمخطط.
 - عدم تحقيق التوازن بين خطة الإدارة والاستراتيجية الكلية، نظرا لتعدد الإدارات مما يتطلب وضع خطط فرعي لكل جزء في المشروع.

ثانيا: معوقات تقنية

- ضعف قطاع التقنيات المعلوماتية في الدول النامية، كعدم القدرة التصنيعية وقلة الخبرات الفنية.
- صعوبة تعريب أجهزة الحاسوب تؤدي إلى عدم تعريب تطبيقاته.
- نقص الأدلة الإرشادية الموضحة لآليات تطبيق الإدارة الإلكترونية.
- الافتقار إلى قواعد بيانات دقيقة ومتكاملة.
- ضعف مستوى البنية التحتية اللازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية.
- عدم جاهزية الإدارات من ناحية أمن المعلومات على شبكة الانترنت.

ثالثا: معوقات بشرية

- قلة الثقة لدى الموظفين في كافة التعاملات الإلكترونية.
- النقص في عدد الموظفين المتخصصين في تشغيل وصيانة أجهزة الحاسوب الآلي.
- قلة دراية صناع القرار بأهمية تكنولوجيا المعلومات والإدارة الإلكترونية.
- النظر إلى مشروعات الإدارة الإلكترونية من منطلق التكلفة من دون إعاة أي اهتمام للفائدة منها.
- قلة العناصر البشرية المدرب43ة والقادرة على التعامل والتشغيل والصيانة لهذه التقنية الجديدة والمعقدة.
- ضعف الوعي الثقافي بتكنولوجيا المعلومات على المستوى الاجتماعي والتنظيمي.
- عدم توفر الحافز القوي لدى الأفراد لإنجاح عملية التحول والمتمثل في عدم إحساسهم بأنهم جزء من عملية التحول والنجاح.
- ضعف مهارات اللغة الإنجليزية لدى الموظفين، والخوف من التعامل مع الأجهزة الإلكترونية.
- عدم الثقة في حماية سرية وأمن التعاملات الشخصية.

رابعا: معوقات مالية

- ضعف المخصصات المالية لدى الإدارات من أجل تنظيم (المحاضرات والندوات والدورات التكوينية وورشات العمل)، ضعف الدعم المالي المخصص للبحوث والدراسات في مجال تقنيات المعلومات ومجال الإدارة الإلكترونية بصفة عامة.
- التكلفة المالية العالية لأجهزة الإدارة الإلكترونية.
- عدم إعداد بنية التكلفة المالية المتكاملة لأن تنفيذ برامج الإدارة الإلكترونية الناجحة يلزم متخذي القرار بوضع أهداف لتلك البرامج وتقدير حجم الموارد اللازمة لتحقيق تلك الغايات.

⁴³ حمزة محمد ناجي خالد، المفهوم الشامل لتطبيق الإدارة الإلكترونية، (ب د ن، ب د س ن، ب د ص).

- قلة الموارد المالية اللازمة لتوفير البنية التحتية فيما يتعلق بشراء الأجهزة والبرامج التطبيقية، ومجالات تطوير الحاسوب وإنشاء المواقع وربط الشبكات.
- ارتفاع تكاليف الصيانة لأجهزة الحاسوب وبرامج الإدارة الإلكترونية ونقص الأيدي العاملة ذات الكفاءة والخبرة في هذا المجال.

خامساً: معوقات قانونية وتشريعية

- قصور القوانين والتشريعات بسبب صعوبة إيجاد بيئة تشريعية وقانونية تتناسب وتطبيقات الإدارة الإلكترونية.
 - عدم وجود إدارة إلكترونية محمية وفق أطر قانونية، تحدد شروط التعامل الإلكتروني بدقة.
- كما هناك معوقات أخرى عديدة لتطبيق الإدارة الإلكترونية مثل الخوف من التغيير، تداخل المسؤوليات وضعف التنسيق، قلة وعي الجمهور بالميزات المرجوة، غياب الشفافية، وكل هذه المعوقات هي ليست على سبيل الحصر ولكنها أبرز معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية، فأغلب الإدارات يمكن أن تعاني من ضعف في أحد هذه المعوقات.

الفرع الثاني: الانعكاسات السلبية المحتملة بعد التعامل مع التطور الإلكتروني في الإدارة

هناك من يرى أنه عند تطبيق استراتيجية "الإدارة الإلكترونية" سوف تزول كل المصاعب والمشاكل الإدارية والتقنية، لكن الواقع يثبت عكس ذلك بمعنى أن تطبيق الإدارة الإلكترونية سيحتاج إلى تدقيق مستمر و متواصل لتأمين استمرار تقديم الخدمات بأفضل شكل ممكن مع الاستخدام الأمثل للوقت والمال والجهد آخذين بعين الاعتبار وجود خطط بديلة أو خطة طوارئ في حال تعثر الإدارة الإلكترونية في عملها لسبب من الأسباب أو لسلبية من السلبيات المحتملة لتطبيق الإدارة الإلكترونية وهي بشكل عام ثلاث سلبيات رئيسية هي:

- أولاً: التجسس الإلكتروني: من الطبيعي أنه عندما تعتمد إحدى الدول على نظام "الإدارة الإلكترونية" فإنها ستحوّل أرشيفها إلى أرشيف الكتروني كما سبق و رأينا وهو ما يعرضه لمخاطر كبيرة تكمن في التجسس على هذه الوثائق وكشفها ونقلها و حتى إتلافها لذلك فهناك مخاطر كبيرة من الناحية الأمنية على معلومات ووثائق و أرشيف الإدارة سواء المتعلقة بالأشخاص أو الشركات أو الإدارات أو حتى الدول.
- ثانياً: زيادة التبعية: الاعتماد الكلي على تقنيات أجنبية للحفاظ على أمن معلوماتنا وتطبيقها على الشبكات الرسمية التابعة للدول العربية هو تعريض للأمن الوطني والقومي لهذه الدول للخطر ووضعه تحت سيطرة دول غربية بغض النظر عما إذا كانت هذه الدول عدوة أم صديقة فالدول تتجسس على بعضها البعض بغض النظر عن نوع العلاقات بينها.
- ثالثاً: شلل الإدارة: إن التطبيق غير الصحيح والدقيق لمفهوم واستراتيجية "الإدارة الإلكترونية" والانتقال دفعة واحدة من نمط الإدارة العادية إلى الإدارة الإلكترونية دون اعتماد التسلسل والتدرج في الانتقال من شأنه أن يؤدي إلى شلل في وظائف الإدارة لأنه عندها نكون قد تخليينا عن نمط الإدارة العادية و لم ننجز الإدارة الإلكترونية بمفهومها الشامل.

الخاتمة:

وختاماً لدراس44تنا نرى بأن الإدارة الإلكترونية تستلزم وجود بنية تحتية قوية وسريعة وأمنة، وبنية معلوماتية قوية بمعنى نظم معلوماتية قوية ومتوافقة فيما بينها، وموظفين استثماريين متمكنين من استخدام التقنيات الحديثة وتطوير النظم المعلوماتية الحديثة ولبلوغ هذه المستلزمات نقترح التوصيات التالية:

* منظمة مجتمع مدني مستقلة لا تسعى إلى الربح تأسست سنة 2005، وتم تسجيلها في المملكة المتحدة واتخذت بيروت عاصمة لبنان مقراً عاماً لها، تهتم بأمور الشفافية ومناهضة الفساد والحكم الصالح في الأقطار العربية، حيث تجهد المنظمة إلى تعزيز الشفافية والحكم الصالح في العالم العربي من خلال مجموعة من البرامج والمنشورات لمكافحة الفساد، وتعميم الوعي بآثاره المدمرة على الاستقرار السياسي والتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

- تبسيط الإجراءات المعقدة التي تؤخر عملية التحول نحو الإدارة الإلكترونية.
- تأسيس بنية تحتية حديثة للاتصالات والمعلومات على مستوى الدولة.
- الإكثار من الدورات التكوينية في مجال الإدارة الإلكترونية والتحسين من اللغة الإنجليزية ووضع الاستراتيجيات اللازمة لذلك.
- نشر الوعي التكويني بين الموظفين وبيان أهميته لأنه أداة أساسية في بناء وتأهيل وتطوير وتنمية الكفاءات.
- تحديد النقص الوظيفي من أجل فتح المجال للتكوين فيه ومواكبة التطور التكنولوجي والعولمة.
- نشر الثقافة الإلكترونية بدءاً من تدريب كيفية استعمال الحاسوب الآلي
- زيادة الدعم المالي المخصص لإقامة المحاضرات والبحوث وبرامج التكوين في مجال الإدارة الإلكترونية
- وضع التشريعات والقوانين اللازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية.
- إيجاد حل لامتناع الزبائن المتوقع تعاملهم مع الإدارة من المشاركة الفعلية في أعمالها وأنشطتها لانعدام عامل الشفافية المرتبط بتصميم نظم وتكنولوجيا الإدارة الإلكترونية.

المراجع:

- حمزاوي محمد سعيد، تحسين الأداء والتدريب، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2004، ص 104.
- جمال وهبة نصر، العملية التدريبية ودورها في تنمية العنصر البشري في ظل التحولات المعاصرة، مجلة المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، الطبعة الثانية، 2007، ص 311.
- رافيق بن مرسل، الأساليب الحديثة للتنمية الإدارية بين حتمية التغيير ومعوقات التطبيق "دراسة حالة الجزائر 2001-2011"، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2011
- أحمد عبد السلام دباس، الإصلاح الإداري كمدخل للإصلاح الإداري، (بدون دار نشر، بدون بلد نشر، بدون سنة نشر)
- رأفت رضوان (رئيس مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار)، كتاب بعنوان الإدارة الإلكترونية، القاهرة.
- موسى عبد الناصر ومحمد قريشي، مساهمة الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري بمؤسسات التعليم العالي، مجلة الباحث، عدد 09، 2011
- حماد مختار، تأثير الإدارة الإلكترونية على إدارة المرفق العام وتطبيقاتها في الدول العربية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2007
- كلثم محمد الكبسي، متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية في مركز نظم المعلومات التابع للحكومة الإلكترونية في دولة قطر، دراسة معدة استكمالاً لمتطلبات نيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، 2008.
- عشور عبد الكريم، دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، مذكرة مقدمة للحصول على شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة قسنطينة، 2010/2009.
- علي محمد رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005.
- أحمد سعد محمد طيب ومحمد مصطفى القصبي، تشخيص معوقات تطبيق نماذج الإدارة الإلكترونية في المؤسسات التعليمية، تنمية الرافدين، ملحق العدد 114، المجلد 35، لسنة 2014 (تاريخ قبول النشر 2012/10/24).
- حمزة محمد ناجي خالد، المفهوم الشامل لتطبيق الإدارة الإلكترونية، (ب د ن، ب د س ن، ب د ص).

معوقات تطبيق الإدارة الالكترونية في المنظمات العراقية دراسة استطلاعية لآراء عينة من رؤساء الاقسام ومدراء الشعب في المديرية العامة للتربية في محافظة نينوى

أضواء كمال الجراح

جامعة الموصل

الموصل/ العراق

الدكتور رافت عاصي العبيدي

الجامعة التقنية الشمالية

الموصل/ العراق

ملخص:

تعد الإدارة الالكترونية واحدة من المفاهيم المهمة التي تسعى المنظمات من خلالها إلى اختراق عالم واسع من التعاملات الرقمية، تمكّنها من التفاعل والتواصل مع عدد كبير من المنظمات الأخرى، بدون قيود وفي اوقات قصيرة، إذ يعتمد هذا النوع من الإدارة على تكامل البيانات والمعلومات بين الإدارات والاقسام المختلفة، من خلال استثمارها لتلك البيانات والمعلومات في توجيه عمل المنظمة بالاتجاه الصحيح، والذي يمكنها من تحقيق أهدافها في الوقت المناسب، حيث تشمل الإدارة الإلكترونية جميع مكونات الإدارة من تخطيط وتنفيذ ومتابعة وتقييم وتحفيز، بطريقة تمنحها القدرة على توليد وتوظيف المعرفة بصورة مستمرة، فهي منظومة الكترونية متكاملة تهدف إلى تحويل العمل الإداري العادي من إدارة يدوية إلى إدارة باستخدام الحاسوب، وذلك بالاعتماد على نظم معلوماتية قوية، تساعد في اتخاذ القرار الإداري بأسرع وقت وأقل التكاليف. واعتماداً على ما سبق، فقد سعت هذه الورقة البحثية إلى تحديد معوقات تطبيق الادارة الالكترونية في المنظمات العراقية. وقد تطلبت المنهجية أن يتم الوقوف على أهم المعوقات التي قد تعترض تطبيق الإدارة الالكترونية في المنظمات العراقية، ومنها المديرية المبحوثة من خلال معالجة بعض المشكلات، من بينها أن الأفراد العاملين في المنظمة عينة الدراسة لا توجد لديهم أية معلومات مسبقة عن أهم المعوقات التي تعترض تطبيق الإدارة الالكترونية، وأنهم لا يعلمون ما السبل والوسائل التي تمكّنهم من تذليل هذه المعوقات، وتساعدتهم في الخروج بنتائج تمكّنهم من تطبيق الإدارة الالكترونية بنجاح. وركزت هذه الورقة البحثية على ما يمكن أن يفيد الميدان المبحوث من أدوات تسهم في جعل الإدارة الالكترونية واحدة من أبرز عناصر التغيير في المنظمات الصناعية في محافظة نينوى.

وتوصلت الورقة البحثية إلى تأشير مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات من أبرزها أن استخدام الإدارة الالكترونية في المديرية المبحوثة يفتح آفاقاً جديدة للعاملين باتجاه الابتكار والبحث والتطوير، بما يسهم في إكسابهم الخبرة والمهارة العاليتين، فضلاً عن ذلك فقد أوصى الباحثان بأنه من الواجب على إدارة المديرية المبحوثة أن تحدد مدى قدرة هذه الإدارة الالكترونية على أداء المهمة التي وجدت من أجلها من خلال الاعتماد على تقانات حديثة وعمال ماهرين بما يحقق لها مركزاً مرموقاً في المجتمع.

كلمات مفتاحية: تطبيق الإدارة الالكترونية، المنظمات العراقية، محافظة نينوى.

المقدمة

شهد العالم نهاية القرن العشرين تطورات سريعة في عدد من القطاعات أثرت وبشكل كبير على تطور الفرد وازدياد حاجاته وتعدد رغباته وتطورها، حيث أسفرت هذه التطورات عن ظهور مجموعة من التحديات سعت إدارة الشركات والمنظمات تجاوزها ومواجهتها بهدف البقاء في البيئة، ولعل أكثر هذه التطورات شيوعاً هي تلك التي حصلت في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي أفرزت عن آليات جديدة لإدارة المجتمعات ومنها الإدارة الإلكترونية بغية تذليل الصعوبات التي تواجه العمل الإداري. عليه سعى هذا البحث إلى تحديد المعوقات التي تعترض تطبيق الإدارة الالكتروني من خلال إجراء دراسة استطلاعية لعينة من الأفراد العاملين في المديرية العامة للمرور في محافظة نينوى، حيث تطلبت منهجية البحث تصميم أنموذج افتراضي يعكس الحالة الدراسية فضلاً عن تمثيله لمجموعة من الفرضيات الفرعية التي تعكس هذه العلاقات بناءً على تشخيص متغيرات البحث واختبار علاقات الوصف والتشخيص على وفق ما أفضى إليه أنموذج البحث وتأشير مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات

المحور الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

على الرغم من أن مصطلح الإدارة الالكترونية هو مصطلح تم بحته ودراسته من قبل أكثر من كاتب إلا انه بدأ يتطور في السنوات الأخيرة ، ويتمحور هذا التطور حول كونه سلاحاً فعالاً يمكن لأي منظمة من المنظمات استخدامه بشكل جيد تحقيق تقدم تنافسي على المنظمات الأخرى وفي مجالات أخرى ، إذ بالإمكان أن تستخدم الإدارة الالكترونية كأحد الأساليب أو الإجراءات التي تعتمد عليها المنظمات في تجنبها لتوقفات الإنتاج ومواجهة المعوقات ، كما أنها قد تؤدي إلى الوصول إلى الميزة التنافسية ، في ضوء ذلك يمكن صياغة مشكلة البحث عبر طرح مجموعة من التساؤلات البحثية وكما يأتي

- هل هناك تصور واضح عن كيفية التغلب على معوقات الإدارة الالكترونية لدى إدارة المنظمة عينة البحث ؟
- هل يمتلك العاملون في المنظمة عينة البحث تصوراً واضحاً عن ما هي أهم المعوقات التي تواجه تطبيق الإدارة الالكترونية ؟
- هل تسهم الإدارة الالكترونية في التغلب على المعوقات التي قد تعيق تحقيق النجاحات على مستوى المنظمة عينة البحث ؟

ثانياً : أهمية البحث :

تتلخص أهمية البحث على النحو الآتي :

- الأهمية النظرية : يستمد البحث أهميته النظرية من خلال تناوله لموضوع مهم في الفكر الإداري وهو الإدارة الالكترونية متمثلاً في النشأة والمفهوم والعناصر والخصائص إضافة إلى خطوات تطبيق الإدارة الالكترونية والمعوقات التي تواجه الإدارات عند تطبيقها مما يمكن أن يجعل من هذا البحث مرجعاً علمياً يخدم الباحثين في إطار هذا الموضوع .
- الأهمية الميدانية : تتحقق الأهمية الميدانية من خلال الوقوف على واقع تطبيق الإدارة الالكترونية وعلى أهم المعوقات التي تواجه هذا التطبيق .

ثالثاً : أهداف البحث :

- التعرف على ماهية الإدارة الالكترونية وخصائصها .
- رصد واقع الإدارة الالكترونية في مديرية المرور العامة .
- الكشف عن المعوقات التي تواجه تطبيق الإدارة الالكترونية في مديرية المرور العامة .
- التوصل إلى حلول ومقترحات للحد أو التغلب على هذه المعوقات في ضوء نتائج البحث .

خامساً : فرضية البحث

لغرض الإجابة على التساؤلات المثارة في مشكلة البحث ، يمكن توضيح فرضية أساسية وعلى النحو الآتي :
هناك عدد من المعوقات التي تواجه تطبيق الإدارة الالكترونية في المديرية العامة للمرور في محافظة نينوى والتي تحول دون تطبيق الإدارة الالكترونية تطبيقاً ناجحاً .

سادساً : مجتمع البحث ووصف عينته

شمل مجال البحث المديرية العامة للمرور في محافظة نينوى إذ تم توزيع استمارة الاستبانة على عينة البحث والمتمثلة بالأفراد العاملين في المديرية إذ كان عددهم (30) فرداً وتم استرجاع جميع الاستمارات وكانت صالحة للتحليل ، والجدول رقم (1) يبين وصف لعينة البحث

ثالثاً : منهج البحث وتقاناته

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي لإنجاز هذا البحث ، كما اعتمدت في تحصيل البيانات على تقانة استمارة الأسئلة التي اشتملت على محورين تضمن الأول البيانات الخاصة بالمستجيب فيما تناول المحور الثاني أهم المعوقات التي تواجه الإدارة الالكترونية أثناء تطبيقها ، فقد تم الاعتماد على الأدبيات ذات الصلة في أعداد هذا المقياس والذي سنقف عليه لاحقاً ، وأخيراً فيما يتعلق بالأساليب الإحصائية فقد تم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي لاختبار فرضية البحث بالاعتماد على البرنامج الإحصائي SPSS .

جدول 1: وصف عينة البحث

المتغيرات (الصفات) الشخصية	البيان	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	22	73
	أنثى	8	27
العمر	اقل من 35	19	63
	35 – 44	8	27
	45 - فأكثر	3	10
الشهادة	إعدادية فما دون	2	7
	بكالوريوس	25	83
	ماجستير	3	10
مدة الخدمة في الوظيفة	اقل من 5 سنوات	8	27
	5 - 9	13	43
	10 - 14	7	23
	15 - فأكثر	2	7

المحور الثاني: الإدارة الالكترونية

أولاً: نشأة الإدارة الالكترونية

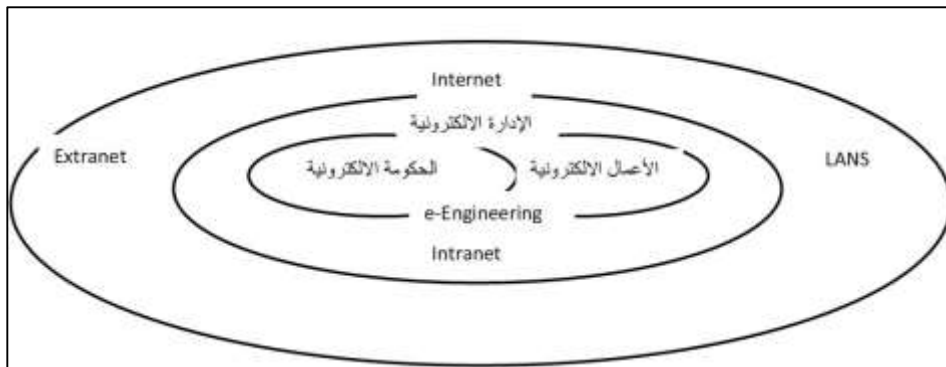
أدى التطور السريع لتقنية المعلومات والاتصالات إلى بروز نمط جديد من الإدارة في ظل التنافس والتحديات المتزايدة أمام الإدارات الأخرى بغية التحسين من مستوى أعمالها وجودة خدماتها وهو ما اصطلح على تسميته (بالإدارة الالكترونية) ، لذا فإن ظهور الإدارة الالكترونية جاء بعد التطور النوعي السريع للأعمال الالكترونية وانتشار شبكة الانترنت . (ياسين ، 2005 ، 3) لهذا عدت الإدارة الالكترونية هي احد أهم مفاهيم الثورة الرقمية التي تقودنا إلى عصر المعرفة ، وأن الطبيعة التحويلية القوية لهذه الثورة الرقمية ساهم وبشكل كبير في التأثير على الطريقة التي يتعامل بها الناس ويعملون ويتبادلون العلاقات الاجتماعية ويتواصلون في شتى بقاع العالم (العمري ، 2003 ، 14) ، وأن الإدارة الالكترونية ما هي إلا محصلة للتقدم في المجالات التقنية والمعلوماتية وهو ما جعل الإدارات الحكومية ودوائر صنع القرار تعتمد كأحد أهم السائل تقنية متطورة والتي تساعدهم في انجاز المهام المناطة بها وتنفيذها على الوجه الأكمل .

ثانياً : مفهوم الإدارة الالكترونية

تمثل الإدارة الالكترونية نمط جديد من أنماط الإدارة ترك آثاره الواسعة على المؤسسات ومجالات عملها وعلى الإدارة واستراتيجياتها ووظائفها ، والواقع أن هذه التأثيرات لا تعود فقط إلى البعد التكنولوجي المتمثل بالتكنولوجيا الرقمية وإنما تعود أيضاً إلى البعد الإداري المتمثل بتطوير المفاهيم الإدارية التي تراكمت لعقود عديدة وأصبحت تعمل على تحقيق المزيد من المرونة الإدارية في التفويض والتمكين الإداري . (نجم ، 2008 ، 36) . و فقد عرف (باكير ، 2006 ، 18) الإدارة الالكترونية بأنها العملية التي تهدف إلى انجاز المعاملات الإدارية

وتقديم الخدمات العامة عبر شبكة الانترنت دون أن يضطر العملاء للانتقال إلى الإدارات شخصيا لانجاز معاملاتهم مع ما يترافق من إهدار للوقت والجهد والطاقات ، فيما عرف (السالمي والسليطي ، 2008 ، 32) الإدارة الالكترونية على أنها الاستغناء عن المعاملات الورقية وإحلال المكاتب الالكترونية عن طريق الاستخدام الواسع لتكنولوجيا المعلومات ، في حين يرى كل من (الحمادي والحميضي ، 2004 ، 17) بأن الإدارة الالكترونية هي عبارة عن الجهود التي تتضمن تبادل المعلومات وتقديم الخدمات للمواطنين وقطاع الأعمال بسرعة عالية وتكلفة منخفضة عبر أجهزة الحاسوب وشبكات الانترنت مع ضمان سرية امن المعلومات المتناقلة .

وعليه يمكن القول أن الإدارة الالكترونية هي البديل الجديد الذي يعيد النظر في طبيعة العلاقة بين الدولة والمواطن انطلاقا من التغير الحاصل في مفاهيم الإدارة العامة ومضامين الخدمة العامة كمحصلة للتحويل في عمل الأجهزة والمؤسسات الحكومية من الشكل التقليدي إلى شكل آخر يرتكز أساساً على تقنيات الانترنت والانترانت والاكترانت والبرمجيات لتلبية احتياجات المواطنين بشكل يزيد من رضا الأفراد على عمل الحكومات ، وكما مبين في الشكل (1)



شكل 1: التحول من لشكل التقليدي إلى شكل آخر يرتكز أساساً على تقنيات الانترنت والانترانت والاكترانت والبرمجيات لتلبية احتياجات المواطنين بشكل يزيد من رضا الأفراد على عمل الحكومات

ثانيا : خصائص الإدارة الالكترونية

إن تطبيق الإدارة الالكترونية يضفي مرونة على التنظيم الإداري ويوفر الخدمات بشكل مباشر ويسمح بالتخلص من التبعية للصيقة بالمؤسسة العامة والخاصة وحتى طبيعة الخدمات إذ تسعى الإدارة الالكترونية إلى رقمنة جميع الوثائق والملفات بهدف الحفاظ عليها من التلف والضياع من جهة وسهولة استرجاعها وقت الحاجة إليها وبشكل سهل عند الحاجة إليها . (Sauret , 2004 , 288)

- فيما ذكر (رضوان ، 2004 ، 4) أن سمات وخصائص الإدارة الالكترونية يمكن إجمالها بالاتي :
- إدارة ومتابعة الإدارات المختلفة للمؤسسة وكأنها وحدة مركزية .
- تركيز نقطة اتخاذ القرار في نقاط العمل الخاصة بها مع إعطاء دعم اكبر في مراقبتها .
- تجميع البيانات من مصادرها الأصلية بصورة موحدة وتقليص معوقات اتخاذ القرار عن طريق توفير البيانات وربطها .
- توفير تكنولوجيا المعلومات من أجل دعم وبناء ثقة موسسية ايجابية لدى كافة العاملين .
- التعلم المستمر وبناء المعرفة ، وتوفير المعلومات للمستفيدين بصورة فورية مع زيادة الترابط بين العاملين والإدارة العليا والمتابعة والإدارة لكافة الموارد .

فيما ذكر (العلوش والطعامنة ، 2011 ، 11-12) بأن أن الإدارة الالكترونية تحقق مزيدا من الترابط في انجاز المعاملات والقيام بالوظائف الإدارية بشكل يخلق مزيدا من التشاركية بين مختلف القطاعات الحكومية والعمل على زيادة المصداقية في تقديم الخدمة المدنية واكتمال عنصر الشفافية إذ ما تم تعزيز علاقة الدولة بالمواطن من خلال الخدمات العامة الالكترونية ، إضافة إلى كون الإدارة الالكترونية مدخلا تكامليا لاستثمار الجهد والوقت والحيز وتعزيز الخدمة وتحقيق الرضا للمجتمع .

كما ويرى (مصطفى ، 2001 ، 36-37) أن خصائص الإدارة الالكترونية يمكن حصرها في عدد من النقاط لعل من أبرزها :

- عدم التقيد بالزمان والمكان : من خصائص الإدارة الالكترونية انه بالإمكان مراجعتها طوال ساعات اليوم فهي لا تقيد في عملها بزمان معين ، فمواقع هذه الإدارة متاحة عبر الانترنت .
- إدارة المعلومات لا الاحتفاظ بها : أي تهتم بإدارة المعلومات وليس الاحتفاظ بها وتكديسها ، وهذا لا يعني أن الإدارة الالكترونية لا تحتفظ بالبيانات والمعلومات بل تضمن لها وسائل الحفظ الأمنية ، لكن تلك الملفات في ظل الإدارة الالكترونية تتحول إلى معلومات تحتفظ بها الإدارة على شبكتها الالكترونية حيث يتم استدعائها حين يقوم صاحب تلك المعلومات بطلب معاملة ما وبناءا عليها يوافق البرنامج على منحه تلك المعاملة أو رفضها .
- المرونة : أي الاستجابة للأحداث والتجاوب معها متعددة بذلك حدود الزمان والمكان وصعوبة الاتصال ، مما يعين الإدارة على تقديم الكثير من الخدمات التي لم تكن متاحة بفعل تلك العوائق في ظل الإدارة التقليدية .
- الرقابة : أي متابعة مواقع عملها المختلفة عبر الشاشات والكاميرات الرقمية بحيث يصبح لدى الإدارة تلك الأداة المضمونة والصادقة التي تقيم بها أنشطتها وتتابع بها مواقعها باطمئنان بعيدا عن أسلوب المتابعة بالمدكرات والتقارير التي يرفعها الأفراد في الإدارات التقليدية وما يرافقها من مشكلات يأتي في مقدمتها انعدام الشفافية فضلا عن البطء في هذا الأسلوب .
- السرية والخصوصية : من خصائص الإدارة الالكترونية السرية والخصوصية للمعلومات المهمة بما تملكه تلك الإدارة من برامج يمكنها من حجب المعلومات والبيانات المهمة وعدم إتاحتها إلا لذوي الصلاحية الذين يملكون كلمة المرور للنفوذ إلى تلك المعلومات .

رابعا : عناصر الإدارة الالكترونية

تتمثل عناصر الإدارة الالكترونية بثلاث عناصر أساسية هي : (ياسين ، 2005 ، 23-25)

- عتاد الحاسوب Hardware : يضم المكونات المادية للحاسوب ومختلف نظمه وملحقاته .
- البرمجيات Software : وتشمل برامج النظام مثل نظم التشغيل ونظم إدارة الشبكة والجداول الالكترونية ، كما تضم برامج التطبيقات مثل برامج البريد الالكتروني وبرامج التجارة وقواعد البيانات وبرامج إدارة المشروعات إضافة إلى مختلف الشبكات مثل (الانترنت والانترانت والاكسترنات) .
- صناع المعرفة : إذ تمثل القيادات الرقمية (Digital Leder ships) وكل ما يشمل رأس المال الفكري والمديرين والمحللون للموارد المعرفية ، فدور صناع المعرفة يكمن في محاولة خلق ثقافة معرفية جديدة داخل الإدارة الالكترونية عن طريق تغيير طرق التفكير وأساليب العمل الإداري وفق ما يتمتعون به من خبرات ومعارف في مجال المعلوماتية.
- أما (السامي والسليطي ، 2008 ، 41) فأشارا إلى أن تطبيق الإدارة الالكترونية تتطلب عدة عناصر هي : (الأجهزة والمعدات والبرمجيات بمختلف أنواعها والاتصالات ونظم المعلومات والكوادر البشرية) ، في حين يرى (ياسين ، 2005 ، 234-238) أن التحول للإدارة الالكترونية يتطلب توليفة متكاملة من العناصر الجوهرية التي تتبادل التأثير والوظائف والأدوار في سياق تطور عملية التحول الالكتروني للمنظمة ، إذ تتمثل العناصر والشروط الأساسية لنجاح تطبيق الإدارة الالكترونية في :
- التكنولوجيا الالكترونية : ترتبط الإدارة الالكترونية وأنشطة الأعمال الالكترونية بجميع أنماط التكنولوجيا الرقمية من وسائط وشبكات وأدوات ، وأن هذه التكنولوجيا الالكترونية تتطور بسرعة عالية وتنوع أنماطها وأجيالها باستمرار ، مما يضع خيارات دائمة ومقنعة أمام الإدارة وهي في صدد بناء الأعمال الالكترونية .
- العمليات الالكترونية : وتنشأ العمليات الالكترونية من تحويل الارتباطات المادية والمهام الجزئية المجمعة في بنية العملية العادية إلى سلسلة قيمة من الأنشطة الرقمية المصممة على أساس تدفق جديد للمعلومات والعمليات من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتقنيات شبكات الانترنت .
- الإستراتيجية الالكترونية : تغطي الإستراتيجية الالكترونية أنشطة التحليل الاستراتيجي لبيئة الأعمال ، التصميم والاختيار الاستراتيجي ، وتطبيق إستراتيجية الأعمال الالكترونية .
- التسويق الالكتروني : أي التركيز على التوجه نحو الزبون والتحليل العميق لاحتياجات الزبائن التي يتم تحديدها من خلال العلاقات الالكترونية والتقليدية للمنظمة مع زبائنها في الأسواق المستهدفة .

- الهيكل الالكتروني : لا تستطيع الإدارة الالكترونية العمل في هيكل تنظيمي هرمي متعدد المستويات ولديه مهام المستقلة عن بعضها البعض أو حتى المترابطة في تكوين آلي عمودي الاتصالات مغلق وذو بعد واحد .
- القيادة الالكترونية : تطوير قيادة إدارة تتعامل بكفاءة وفعالية مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يعد احد أهم المسائل المهمة التي انبثقت حديثا عن حقل إدارة المعرفة والإدارة الالكترونية .

خامسا : خطوات تطبيق الإدارة الالكترونية

هناك العديد من الخطوات التي يمكن من خلالها لتطبيق الإدارة الالكترونية في المنظمات يمكن حصرها في : (السامي والسليطي ، 2008 ، 64-66)

- إعداد الدراسة الأولية : لإعداد هذه الدراسة لابد من تشكيل فريق عمل يضم متخصصين في الإدارة والمعلوماتية لغرض معرفة واقع حال الإدارة من تقنيات المعلومات وتحديد البدائل المختلفة ، وجعل الإدارة العليا على بيئة بكل النواحي المالية والفنية والبشرية .
- وضع خطة التنفيذ : عند إقرار توصية الفريق من قبل الإدارة العليا في تطبيق الإدارة الالكترونية في الشركة لابد من إعداد خطة متكاملة ومفصلة لكل مرحلة من مراحل التنفيذ
- تحديد المصادر : أي تحديد المصادر التي تدعم الخطة بشكل محدد وواضح ومن هذه المصادر الكوادر البشرية التي تحتاجها الخطة لغرض التنفيذ والأجهزة والمعدات والبرمجيات المطلوبة أي تحديد البنى التحتية لتطبيق الإدارة الالكترونية في هذه الدراسة .
- تحديد المسؤولية : عند تنفيذ الخطة لابد من تحديد الجهات التي سوف تقوم بتنفيذها وتمويلها بشكل واضح ضمن الوقت المحدد في الخطة .
- متابعة التقدم التقني : نظرا للتطور السريع في مجال تقنيات المعلومات الإدارية لذلك لابد من متابعة كل ما يستجد في المجال التقني من اتصالات وأجهزة وبرمجيات وغيرها من العناصر التي لها علاقة بهذا المجال .

ويشير كلا من (Laudon , 1998 , 349) إلى أن الانتقال إلى البيئة الالكترونية يتطلب من المنظمات القيام بعدة خطوات أهمها :

- دراسة الواقع الحالي للمنظمة من الإدارة والعاملين والأساليب المتبعة والتقنيات المتوفرة لديها وتقييمها وتحديد أولويات التطوير .
- التحليل الدقيق لكيفية إسهام التقنية الحديثة في تحقيق أهداف الشركة .
- تحديد كيف تدعم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأعمال اليومية للمنظمة وتحديد أهداف التغيير ودوافعه بالنسبة للعاملين وتدريبهم .
- تحديد مدى النجاح في انجاز خطة إدخال التقنية إلى المنظمة .

تاسعا : معوقات تطبيق الإدارة الالكترونية

تعد التقنية الإلكترونية أحد أهم الموارد الأساسية للمنظمات للتأقلم مع طبيعة العصر الحالي ، إلا أن الدول العربية تواجه مجموعة من القيود والمعوقات التي تعرقل عملية الاستثمار الفعال للتقنية الحديثة ، حيث أن كثيرا من الإدارات تعاني من العديد من السلبيات والتي تمثل في كثرة الإجراءات الروتينية ، وضعف التنسيق بين الوحدات الإدارية ، وعدم مواكبة المستجدات الحديثة في مجال التقنية ، لذا فقد أكد (الكبيسي ، 2008 ، 48-49) على أن هناك العديد من المعوقات التي تقف أمام تطبيق مشروع الإدارة الالكترونية منها :

- التخطيط السياسي والذي يمكن أن يؤدي إلى مقاطعة مبادرة تنفيذ الإدارة الالكترونية

- عدم توفر الموارد اللازمة لتمويل مبادرة الإدارة الإلكترونية لاسيما في حال تدني العائدات المالية الحكومية .
- التأخير في وضع الإطار القانوني والتنظيمي المطلوب والذي يشكل أساساً لأي عملية تنفيذ للإدارة الإلكترونية .
- الكوارث الوطنية الناجمة عن النزاعات الإقليمية والتي يمكنها تعطيل البنية التحتية لفترة من الزمن مما من شأنه أن يعيق تنفيذ مشروع الإدارة الإلكترونية .
- مقاومة هائلة للتغيير من قبل الموظفين الذين يخشون على عملهم المستقبلي بعد تبسيط الإجراءات الإدارية .
- عدم استعداد المجتمع لتقبل فكرة الإدارة الإلكترونية نظرا للالتزامات الاجتماعية والاقتصادية خاصة أذ كانت العملية مكلفة ماديا .
- نقص في القدرات على صعيد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودعم غير كاف لهذا القطاع من قبل الدولة في مجال تنفيذ تطبيقات الإدارة الإلكترونية .

وفي نفس الصدد أشار (الحسنات ، 2011 ، 53-55) أن على الدول النامية تبني أسلوبا جديدا للتفكير والقيادة لضمان الوصول بالإدارة الإلكترونية إلى كامل إمكاناتها باعتبار أن هذه الدول تواجه تحديات كبرى تحول دون الاستفادة منها والتي تعد معوقات تواجه التطبيق ومنها :

- المعوقات الإدارية : تتخذ بعض الدول وخاصة النامية منها الأساليب الإدارية التقليدية كالأسلوب البيروقراطي نموذجاً للعمل بها وهذه الأساليب لا تتناسب مع متطلبات الإدارة الإلكترونية ومن أهمها ضعف الوعي الاجتماعي ونقص التمويل والكفاءات البشرية المعلومات التكنولوجية وتخلف التشريعات ويرى أن إدراك مثل هذه المعوقات يساعد على تشخيصها وتقويمها وتحديد سبل مواجهتها وعلاجها .
- المعوقات التقنية : أن ضعف البنية الأساسية لنظم المعلومات والاتصالات وضعف كفاءتها التشغيلية من أهم المعوقات التي تواجه تحول المنظمات نحو البيئة الإلكترونية وهناك مجموعة من المعوقات التقنية التي تعيق الاستفادة من تطبيقات الإدارة الإلكترونية ، في حين حددها (السالمي ، 2005 ، 237-238) بأنها تتمثل بـ :

- عدم وجود بنية تحتية متكاملة على مستوى الدولة مما يعرقل تطبيق الإدارة الإلكترونية في مؤسساتها .
- اختلاف القياس والمواصفات بالأجهزة المستخدمة داخل المكتب الواحد مما يشكل صعوبة بالربط بينها
- عدم وجود وعي حاسوبي ومعلوماتي عند بعض الإداريين .

- المعوقات البشرية : تعد العناصر البشرية من أبرز العناصر التي تقود مجتمعاتها إلى تحقيق التقدم والرفق في مختلف المجالات ، إلا أن النقص في عدد الأفراد المؤهلين للتأقلم مع البيئة الرقمية أصبح أمر تعاني منه أغلب الدول وبالأخص الدول النامية ، إذ إن النقص في الموارد البشرية المؤهلة للتعامل مع العصر الرقمي يعد معوقاً كبيراً يعطل الشركات عن ممارستها للتقنية الحديثة ومن أبرز تلك المعوقات البشرية ما يلي :
- الأمية المعلوماتية : يعرف (قنديلجي والسمراي ، 2002 ، 54) الأمية التكنولوجية بأنها عبارة عن جهل عدد غير قليل من أفراد المجتمع بالتطورات التقنية الحديثة وعدم معرفتهم التعامل معها واستخدامها ، في حين يرى (السالمي والسليطي ، 2008 ، 272 - 274) أن المجتمع العربي يعاني من أمية في التعامل مع الحاسوب وأن القضاء عليها يحتاج إلى تضافر الجهود من المؤسسات الحكومية والخاصة وذلك بوضع الحلول المناسبة للتغلب على الأمية المعلوماتية ومن أهم تلك الحلول (قنديلجي والسمراي ، 2002 ، 56 - 57) الآتي :

- نشر المعرفة التكنولوجية تتطلب تضافر الجهود من قبل جهات عدة .
- لا بد من التأكد بأن تكنولوجيا المعلومات وفي مقدمتها الحواسيب ليست غاية في حد ذاتها بل إنها وسيلة لتحقيق غاية أو غايات أخرى هي التطور والتقدم .
- مواكبة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات .

- العائق اللغوي : يشير (داود ، 2000 ، 360) إلى أن من القيود التي تحد حالياً من انتشار استخدام الشبكة في العالم العربي هو قيد اللغة ، فلا بد لمن يستخدم الشبكة أن يتقن اللغة الإنجليزية ، حيث لا يمكن أن يستغني المستخدم العربي تماماً عن معلوماته عن اللغة الإنجليزية في جميع تعاملاته ، حيث أن أغلب المعلومات المنشورة على شبكة الانترنت هي معلومات مكتوبة باللغة الإنجليزية .
- مقاومة التغيير والخوف منه : تعد مقاومة التغيير والتجديد من أهم المعوقات التي تواجه معظم المنظمات وذلك عندما يجهل الأفراد الهدف من التغيير وما هي طبيعته وكذلك الخوف من فقدان مراكزهم ووظائفهم الحالية مما يجعلهم يقاوموا كل تغيير داخل منظماتهم ، إذ يعرف (روبنسون ، 2000 ، 20) التغيير بأنه التحرك من الوضع الحالي الذي نعيشه إلى وضع مستقبلي أكثر كفاءة وفعالية ، وبالتالي فالتغيير هو تلك العملية التي نتعلم فيها ونكشف الأمور بصورة مستمرة .
- المعوقات المالية : إن مشروع مثل مشروع الإدارة الإلكترونية يحتاج إلى أموال ضخمة تتلاءم مع هذا الأسلوب التقني الحديث وتوفير كافة مستلزماته ، إلا أن معظم المنظمات نعاني من النقص في الإمكانيات المادية اللازمة لمثل هذه المشاريع ، في حين ويؤكد (جبر ، 2002 ، 202) على أن من أهم المعوقات التي تواجه تطبيق الإدارة الإلكترونية ضعف الدعم السياسي والمالي ، لذا لا بد من أن يتم تدعيم المشروع سياسياً من قبل القيادات العليا ودعمه مالياً أيضاً ليؤمن له فرصة الاستمرار والتطور .

المحور الثالث: الجانب العملي

تشير معطيات الجدول (1) إلى أن (30 %) من الأفراد المبحوثين يتفقون على وضوح الرؤيا المستقبلية في تطبيق الإدارة الالكترونية و أن (70 %) منهم كانوا محايدين وذلك من خلال قيمة (X1) بوسط حسابي وانحراف معياري قيمته (1.7) (0.4) على التوالي ، فيما كانت نسبة المتفقين على أن المديرية تمتلك التخطيط السليم لعملية التحول نحو الإدارة الالكترونية (93 %) وأن نسبة المحايدين (7 %) وذلك بناء على قيمة (X2) وبوسط حسابي وانحراف معياري قيمته (1.06) (0.2) على التوالي ، وكانت نسبة الغير المتفقين على أن المديرية تفتقر إلى قسم خاص بالإدارة الالكترونية (67 %) وأن (33 %) كانوا متفقين على هذا المتغير بناءً على قيمة (X3) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.66) (0.9) على التوالي ، فيما كانت نسبة غير المتفقين على أن روتينية الإجراءات الإدارية تأخر عملية التحول نحو الإدارة الالكترونية (40 %) ونسبة المحايدين (60 %) بناءً على قيمة (X4) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.7) (0.4) على التوالي ، في حين شكلت نسبة غير المتفقين على ضعف تقبل فكرة الإدارة الالكترونية من قبل بعض الموظفين خوفاً على فقدان مراكزهم الوظيفية (67 %) ونسبة المحايدين (33 %) بناءً على قيمة (X5) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.33) (0.4) ، أما نسبة غير المتفقين على متغير ضعف التخصيص المالي على أنظمة حماية المعلومات (67 %) ونسبة المحايدين (33 %) بناءً على قيمة (X6) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.33) (0.4) على التوالي ، أما نسبة غير المتفقين على متغير ضعف الوعي بأهمية الإدارة الالكترونية كانت (63 %) وأن نسبة المحايدين (37 %) بناءً على قيمة (X7) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.36) (0.4) على التوالي ، فيما شكلت نسبة غير المتفقين على وجود نقص في التشريعات الحكومية اللازمة لتطبيق الإدارة الالكترونية (90 %) ونسبة المتفقين (10 %) بناءً على قيمة (X8) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.2) (0.6) ، أما نسبة غير المتفقين على متغير ضعف التخصيص الخاص لبرامج التدريب للموظفين في مجال الإدارة الالكترونية (67 %) ونسبة المحايدين (33 %) بناءً على قيمة (X9) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.33) (0.4) ، أما نسبة الغير المتفقين على متغير ضعف إقناع بعض المدراء بجدوى تطبيق الإدارة الالكترونية كانت (70 %) ونسبة المحايدين (30 %) بناءً على قيمة (X10) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.3) (0.4) ، أما نسبة الغير متفقين على متغير ارتفاع أسعار البنى التحتية للإدارة الالكترونية فقد كانت (93 %) أما نسبة المحايدين فكانت (7 %) بناءً على قيمة (X11) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.06) (0.2) ، في حين شكلت نسبة الغير متفقين على متغير ضعف التخصيص المالي اللازم للاستعانة بالخبرات من خارج المديرية (70 %) ونسبة المحايدين (30 %) بناءً على قيمة (X12) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.06) (0.2) ، في حين شكلت نسبة الغير المتفقين على متغير الافتقار إلى المعرفة الكافية لتقنيات الإدارة الالكترونية فقد كانت (93 %) ، بينما شكلت نسبة المحايدين (7 %) بناءً على قيمة (X13) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.06) (0.2) ، في حين شكلت نسبة الغير متفقين على أن مديرتنا تفتقر إلى التنسيق فيما بين الوحدات الإدارية داخلها (70 %) وأن نسبة المحايدين (30 %) بناءً على قيمة (X14) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري (1.3) (0.4) على التوالي ، كما وشكلت نسبة الغير متفقين على متغير عدم مراعاة المواصفات القياسية عند شراء أجهزة الحاسوب الخاصة بالمديرية (70 %) ونسبة المحايدين (30 %) بناءً على قيمة ()

X15) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.3) (0.4) ، في حين بلغت نسبة غير المتفقين على قلة الثقة لدى بعض الموظفين في كافة التعاملات الالكترونية (57%) وأن نسبة المحايدين بلغت (43%) بناءً على قيمة (X16) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.43) (0.5) على التوالي ، أما نسبة الغير متفقين على متغير ضعف وسائل الاتصال فيما بين الوحدات الإدارية كانت (70%) ونسبة المحايدين (30%) بناءً على قيمة (X17) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.3) (0.4) ، وكانت نسبة الغير متفقين على متغير ضعف مستوى البنى التحتية اللازمة لتطبيق الإدارة الالكترونية فقد كانت (57%) ونسبة المحايدين (43%) بناءً على قيمة (X18) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.43) (0.5) ، أما نسبة الغير متفقين على متغير ضعف مشاركة العاملين في المديرية بالدورات التدريبية الخاصة بالإدارة الالكترونية فقد كانت (77%) ونسبة المحايدين (23%) بناءً على قيمة (X19) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.23) (0.4) على التوالي ، في حين شكلت نسب غير المتفقين على متغير ضعف التخصيصات اللازمة لصيانة أجهزة الحاسوب بالمديرية فقد كانت (86%) ونسبة كل من المحايدين والمتفقين بلغت (7%) بناءً على قيمة (X20) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري بلغ (1.2) (0.5) على التوالي ، أما بالنسبة لمتغير صعوبة مواكبة التطور المتسارع في مجال تكنولوجيا المعلومات فقد كانت نسبة الغير متفقين (77%) فيما كانت نسبة المحايدين (23%) بناءً على قيمة (X21) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.23) (0.4) على التوالي ، أما نسبة الغير متفقين على متغير خوف المسؤولين في الإدارات العليا على سرية بعض المعلومات في حال تطبيق الإدارة الالكترونية فقد شكلت (67%) أما نسبة المحايدين فقد شكلت نسبة (33%) (X22) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.33) (0.4) على التوالي ، فيما شكلت نسبة الغير متفقين على متغير الافتقار إلى نظام أمني لحماية قاعدة البيانات الخاصة بتعاملات المديرية فقد كانت (70%) أما نسبة المحايدين (27%) وأن نسبة المتفقين بلغت (3%) بناءً على قيمة (X23) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.33) (0.5) على التوالي ، فيما شكلت نسبة غير المتفقين على متغير عدم وجود نظام احتياطي عند حدوث خلل في النظام العام فقد شكلت (67%) ، أما نسبة المحايدين فكانت (33%) (X24) وذلك بوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (1.33) (0.4) على التوالي .

المحور الرابع: الاستنتاجات والمقترحات

أولاً: الاستنتاجات

أبرز البحث مجموعة من الاستنتاجات يمكن عرضها على النحو الآتي :

- من خلال الزيارة الميدانية التي قام بها الباحثان لوحظ افتقار المديرية إلى قسم خاص بالإدارة الالكترونية والاكتفاء بتفعيل أقسام وحدات الحاسبة .
- وجود نقص في التشريعات الحكومية اللازمة لتطبيق الإدارة الالكترونية .
- وجود ضعف في التخصيصات المالية اللازمة لصيانة أجهزة الحاسوب الخاصة بالمديرية .
- الافتقار إلى نظام أمني لحماية قاعدة البيانات الخاصة بتعاملات المديرية .

ثانياً : المقترحات

أهم مقترحات هذه الدراسة ما يأتي:

- العمل على توفير قسم خاص يعني بأمور الإدارة الالكترونية.
- تشجيع العاملين في مجال الإدارة وتجهيزهم للتحويل نحو الإدارة الالكترونية من خلال رصد أنظمة جديدة للحوافز للتغلب على المقاومة التي يبديها البعض لعملية التغيير .
- عقد الندوات والمؤتمرات والورش لإزالة المخاوف لدى بعض العاملين من غموض مفهوم الإدارة الالكترونية.
- ضرورة توفير خدمة الانترنت لكافة الإدارات والأقسام والمراكز الحكومية مما يسهل عمل الإدارة الالكترونية .

جدول 2: التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير معوقات تطبيق الإدارة الالكترونية

المتغير العبارات	اتفق التكرار	%	محايد التكرار	%	لا أتفق		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
					التكرار	%		
X1	-	-	21	70	9	30	1.7	0.4
X2	-	-	2	7	28	93	1.06	0.2
X3	10	33	-	-	20	67	1.66	0.9
X4	-	-	18	60	12	40	1.7	0.4
X5	-	-	10	33	20	67	1.33	0.4
X6	-	-	10	33	20	67	1.33	0.4
X7	-	-	11	37	19	63	1.36	0.4
X8	3	10	-	-	27	90	1.2	0.6
X9	-	-	10	33	20	67	1.33	0.4
X10	-	-	9	30	21	70	1.3	0.4
X11	-	-	2	7	28	93	1.06	0.2
X12	-	-	9	30	21	70	1.3	0.4
X13	-	-	2	7	28	93	1.06	0.2
X14	-	-	9	30	21	70	1.3	0.4
X15	-	-	9	30	21	70	1.3	0.4
X16	-	-	13	43	17	57	1.43	0.5
X17	-	-	9	30	21	70	1.3	0.4
X18	-	-	13	43	17	57	1.43	0.5
X19	-	-	4	13	26	78	1.13	0.3
X20	2	7	2	7	26	86	1.2	0.5
X21	-	-	7	23	23	77	1.23	0.4
X22	-	-	10	33	20	67	1.33	0.4
X23	1	3	8	27	21	70	1.33	0.5
X24	-	-	10	33	20	67	1.33	0.4
المؤشر الكلي	-	2.2	-	-	-	-	1.3	0.4

المراجع

- باكير ، علي حسن ، (2006) ، المفهوم الشامل للإدارة الالكترونية ، مجلة آراء حول الخليج ، الإمارات العربية المتحدة ، العدد 23 ، مركز الخليج للأبحاث .
- الحسنات ، ساري عوض ، (2011) ، معوقات تطبيق الإدارة الالكترونية في الجامعات الفلسطينية ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة الدول العربية ، القاهرة .
- الحمادي ، بسام عبد العزيز ، والحميضي ، وليد سليمان ، (2004) ، الحكومة الالكترونية : الواقع والمعوقات وسبل التطبيق بدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية ، الندوة الدورية العاشرة ، الرياض ، معهد الإدارة العامة .
- رضوان ، رأفت ، (2004) ، الإدارة الالكترونية / الإدارة والمتغيرات العالمية الجديدة ، الملتقى الإداري الثاني للجمعية السعودية للإدارة ، القاهرة ، مركز المعلومات واتخاذ القرار .
- السالمي ، علاء عبد الرزاق ، والسليطي ، خالد إبراهيم ، (2008) ، الإدارة الالكترونية ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن .

- الطعامة ، محمد محمود ، والعلوش ، طارق شريف ، (2004) ، الحكومة الالكترونية وتطبيقاتها في الوطن العربي ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، الأردن .
- العمري ، سعيد ، (2003) ، المتطلبات الإدارية والأمنية لتطبيق الإدارة الالكترونية / دراسة مسحية للمؤسسة العامة للموانئ ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية ، الرياض .
- الكبيسي ، كلثم محمد ، (2008) ، متطلبات تطبيق الإدارة الالكترونية في مركز نظم المعلومات التابع للحكومة الالكترونية في دولة قطر ، رسالة ماجستير .
- مصطفى ، احمد سيد ، (2001) ، المدير وتحديات العولمة ، دار النهضة للنشر والتوزيع ، القاهرة .
- نجم ، نجم ، (2008) ، الإدارة الالكترونية : الإستراتيجية والوظائف والمجالات ، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن .
- ياسين ، سعد غالب ، (2005) ، الإدارة الالكترونية وأفاق تطبيقاتها العربية ، المملكة العربية السعودية / معهد الإدارة العامة .

المراجع الاجنبية

- Jacques ,Sauret , (2004) , Efficacitede Administration Service Administrate , Revue franca is administration publique , evolve nationale administrative .
- Lauden , Kenneth & Laudon , Jane price ,(1981) , management information system .

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الموصل
كلية الإدارة والاقتصاد

م/ استمارة استبانة

تحية طيبة :

تمثل استمارة الاستبانة هذه جزء من متطلبات إعداد البحث الموسوم بـ:

معوقات تطبيق الإدارة الالكترونية: دراسة استطلاعية في المديرية العامة للمرور في محافظة نينوى

وتعد مشاركتكم في تقديم الصورة الحقيقية ذات اثر إيجابي في إخراج هذه البحث بالمستوى المطلوب ،
لذا نرجو تفضلكم مشكورين باختيار الإجابة التي ترونها مناسبة لكل سؤال علماً أن البيانات المدونة
تتسم بطابع السرية والأمانة العلمية ولا داعي لتثبيت الاسم ... نشكر لكم حسن استجابتكم .

مع وافر الشكر والتقدير.

ملاحظة عامة :

- يرجى الإجابة على جميع الأسئلة لان ترك أي سؤال دون الإجابة يعني عدم صلاحية الاستمارة للتحليل .
- يرجى وضع علامة (X) في الحقل الذي يمثل وجهة نظرك .

الباحثان

أولاً: بيانات خاصة بالمستجيب

- الجنس :
- العمر :
- الشهادة :
- مدة الخدمة في المديرية :

ثانياً : معوقات تطبيق الإدارة الالكترونية

البيان	اتفق	محايد	لا اتفق
1			تفتقر مديرتنا إلى غموض الرؤية المستقبلية لتطبيق الإدارة الالكترونية .
2			تفتقر مديرتنا إلى التخطيط السليم لعملية التحول نحو الإدارة الالكترونية .
3			تفتقر مديرتنا قسم خاص بالإدارة الالكترونية .
4			روتينية الإجراءات الإدارية تؤخر عملية التحول نحو الإدارة الالكترونية .
5			ضعف تقبل فكرة الإدارة الالكترونية من قبل بعض الموظفين خوفاً على فقدان مراكزهم الوظيفية .
6			ضعف التخصيص المالي لشراء أنظمة حماية المعلومات .
7			ضعف الوعي بأهمية الإدارة الالكترونية .
8			نقص التشريعات الحكومية اللازمة لتطبيق الإدارة الالكترونية
9			ضعف التخصيص الخاص ببرامج تدريب الموظفين في مجال الإدارة الالكترونية .
10			ضعف إقناع بعض المدراء بجدوى تطبيق الإدارة الالكترونية
11			ارتفاع أسعار البنية التحتية للإدارة الالكترونية .
12			ضعف التخصيصات المالية الأتمة للاستعانة بالخبرات من خارج المديرية
13			الافتقار إلى المعرفة الكافية بتقنيات الإدارة الالكترونية
14			تفتقر مديرتنا إلى التنسيق فيما بين الوحدات الإدارية داخلها
15			عدم مراعاة الموصفات القياسية عند شراء أجهزة الحاسوب الخاصة بالمديرية
16			قلة الثقة لدى بعض الموظفين في كافة التعاملات الالكترونية
17			ضعف وسائل الاتصال بين الوحدات الإدارية في المديرية
18			ضعف مستوى البنية التحتية الأتمة لتطبيق الإدارة الالكترونية
19			ضعف مشاركة العاملين في المديرية بالدورات التدريبية الخاصة بالإدارة الالكترونية .
20			ضعف التخصيصات الأتمة لصيانة أجهزة الحاسوب الخاصة بالمديرية .
21			صعوبة مواكبة التطور المتسارع في مجال تكنولوجيا المعلومات .
22			خوف المسئولين في الإدارات العليا على سرية بعض المعلومات في حال تطبيق الإدارة الالكترونية .
23			الافتقار إلى نظام امني لحماية قاعدة البيانات الخاصة بتعاملات المديرية .
24			عدم وجود نظام احتياطي عند حدوث خلل في النظام العام

أثر تبني الحكومة الالكترونية في الحد من الفساد المالي والإداري – دراسة حالة الدول العربية-

د. أمين بن سعيد	د. نادية عبد الرحيم	د. أحمد مخلوف
جامعة الجزائر 3	جامعة الجزائر 3	كلية حطين/ جامعة البلقاء التطبيقية
الجزائر	الجزائر	الأردن

ملخص:

هدفت هذه الورقة البحثية إلى توضيح دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير العمل وغلق منابع الفساد، وتبسيط الضوء على واقع الفساد في العالم العربي. وتتمثل المشكلة الرئيسية في طرح التساؤل الآتي: إلى أي مدى يؤثر التحول إلى الحكومة الالكترونية في الحد من الفساد المالي والإداري في الدول العربية؟ كما أن أهمية هذه الورقة البحثية تتمثل في كونها تحاول الربط بين مؤشرات الشفافية/ مؤشرات الأمم المتحدة للحكومة الالكترونية. وقد تم استخدام المنهج الوصفي، وتمت مراجعة الأدبيات ذات الصلة بموضوع الورقة البحثية، والمتمثلة في الأدبيات المتعلقة بالفساد المالي والإداري ومظاهره والتهرب والغش الضريبي وغسل الأموال، ثم واقع الفساد في العالم العربي من خلال البيانات الصادرة عن منظمة الشفافية الدولية، وتطرق الورقة البحثية أيضاً إلى الإطار العام للحكومة الالكترونية من حيث المفهوم والمزايا مثل تسريع الإنجاز وخفض التكاليف، وكذلك تناولت متطلبات تطبيق الحكومة الالكترونية في العالم العربي، وضرورة توفير منظومة قانونية وتشريعات عصرية، و توضيح أهم دوافع تطبيق الحكومة الالكترونية في العالم العربي. وكذلك تمت مراجعة الدراسات المتعلقة بمكافحة الفساد المالي والإداري عن طريق الحكومة الالكترونية.

وقد توصلت هذه الورقة البحثية إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها أن الفساد يأخذ مظاهر متعددة من مظاهر السلوك غير السليم والخارج عن القانون، وقد تباينت الأسباب التي أدت إلى ظهور الفساد، ولعل من أهمها الأسباب الاقتصادية والسياسية والاجتماعية... وغيرها. وتوصلت الورقة البحثية إلى مجموعة من التوصيات كان من أبرزها ضرورة نشر الثقافة الالكترونية وزيادة الوعي بالانترنت، وتعزيز الوصول للمعلومات بحرية تامة من أجل الوصول إلى ممارسات ذات شفافية عالية.

كلمات مفتاحية: الفساد المالي والإداري، الإدارة الالكترونية، الحكومة الالكترونية، منظمة الشفافية الدولية.

مقدمة:

تواجه الدول والحكومات مشكلة عالمية كبيرة تترتب عليها نتائج وخيمة في جميع نواحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والدينية على حد السواء؛ ألا وهي الفساد بكل صوره وأشكاله، حيث خلقت هذه المشكلة تحديات ضخمة أمام أي دولة تعاني منها، لان هذه المشكلة تعوق كل الجهود والأعمال الرامية للتطوير والتقدم والتنمية. وفي خضم سعي الدول الحثيث إلى مكافحة هذه الظاهرة وغلق كل منافذها، بدأ الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات كعنصر محفز على إعادة هيكلة دور الحكومة وإنشاء خدمات أفضل وأكثر كفاءة، بالشكل الذي يجعل الحكومة تحقق الإنتاجية والفعالية في أي وقت وفي كل مكان، الأمر الذي ساعد على ظهور شكل جديد من أشكال الحكومة ألا وهي الحكومة الإلكترونية، حيث تعتبر هذه الأخيرة أحد أهم المفاهيم التي ظهرت في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات وذلك من خلال الاستفادة منها في تنفيذ العديد من المهام الملقة على عاتق المؤسسات بصفة عامة والمؤسسات الحكومية بصفة خاصة. مشكلة الدراسة. واكبت الدول العربية باختلاف تنظيماتها السياسية والقانونية تطورات عصر الثورة التكنولوجية ونهضة المعلومات العالمية، حيث سارعت اغلها إلى تبني سياسات وبرامج لتطبيق الحكومة الالكترونية، فهذه الأخيرة تتيح فرصة هائلة لإحداث تغييرات جذرية في طريقة عمل وأداء القطاع العام، وقد جاءت هذه الدراسة لتبسيط الضوء على أهمية تطبيق الحكومة الالكترونية في محاربة الفساد والحد من انتشاره، ومن هنا جاءت إشكالية بحثنا هذا؛ ألا وهي: إلى أي مدى يؤثر التحول إلى الحكومة الالكترونية في الحد من الفساد المالي والإداري خاصة في دولنا العربية؟ ويتفرع من هذا التساؤل الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير العمل وغلق منابع الفساد؟

- ما واقع الفساد في العالم العربي وذلك من خلال مؤشرات منظمة الشفافية الدولية؟
- ما مراتب الدول العربية ضمن مؤشرات الأمم المتحدة للحكومة الالكترونية؟ وكيف يمكن ربطها مع مؤشر إدراك الفساد؟

أهداف الدراسة:

نسعى من خلال قيامنا بهذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- توضيح دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير العمل وغلق منابع الفساد؛
- تسليط الضوء على واقع الفساد في العالم العربي وذلك من خلال مؤشرات منظمة الشفافية الدولية؛
- استعراض مراتب الدول العربية ضمن مؤشرات الأمم المتحدة للحكومة الالكترونية وربطها مع مؤشر إدراك الفساد.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذا البحث من كونه محاولة نسعى من خلالها إلى ربط مؤشرات الشفافية بمؤشرات الأمم المتحدة للحكومة الالكترونية بالنسبة للدول التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات في تسيير شؤونها، حيث يستمد هذا البحث أهميته من أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في الحد من مصادر الفساد وقنواته بالشكل الذي يساهم في مكافحته والحد منه.

منهجية الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي من خلال مراجعة مستفيضة للادبيات والدراسات ذات العلاقة بالفساد المالي والإداري، بالإضافة للاعتماد على تقارير منظمة الشفافية الدولية بشكل مستفيض.

ادبيات الدراسة

المحور الأول: الفساد المالي والإداري

الفساد ليس ظاهرة جديدة مؤقتة سرعان ما تظهر فتختفي، وإنما هي ظاهرة مستمرة عانت الدول والمجتمعات من انعكاساتها السلبية على الاقتصاد والتنمية، حيث يتفاوت حجم هذه الظاهرة من دول إلى أخرى ومن قطاع إلى آخر. ما جعلها تستحوذ على اهتمام الباحثين في الآونة الأخيرة مع أنها من ظاهرة أخذت في القدم.

مفهوم الفساد المالي والإداري

الفساد في لسان العرب لابن منظور نقيض الصلاح، والمفسدة خلاف المصلحة، والإستفساد خلاف الاستصلاح، والفساد في الأساس انحراف في سلوك الإنسان، أو المجتمع، عن الهدف والمبادئ التي تتحكم في ضبط السلوك، وذلك لتحقيق منفعة خاصة على حساب سلامة المجتمع أو المؤسسة التي من أجلها أقيمت. وقد ارتبط وجود الفساد بوجود النظم السياسية والدول، فهو لا يختص بشعب معين، ولا بدولة معينة، أو ثقافة دون غيرها من الثقافات، فالفساد قضية عالمية. يشتق لفظ الفساد من الفعل اللاتيني «Rumpere» بمعنى الكسر أي أن شيئاً ما تم كسره، هذا الشيء قد يكون سلوكاً أخلاقياً أو اجتماعياً أو إدارياً، فتعريف مصطلح الفساد يرتبط بفعل لا أخلاقي وغير قانوني، كما أنه يتطور على مدى التاريخ لينتشر في البلاد المتقدمة والمتخلفة على حد سواء. [العياشي، 2010، ص:2]. وليس هناك إجماع على تعريف شامل يطال كافة أبعاد الفساد، لأن الوصف متأثر من قبل الباحث وبالحقل العلمي للبحث، وبالمناظر الذي ينطلق منه الراغب في تعريف الفساد، وعلى سبيل المثال لا الحصر، عرف البنك الدولي الفساد على أنه «إساءة استخدام الوظيفة العمومية للكسب الخاص»، أما المنظمة العربية لمكافحة الفساد* فعرفته على أنه «الفساد المتفشي في السلطة والمتولد عن الثروة والإثراء غير

المشروع» [حافظ وآخرون، 2009، ص:95]، كما تعرفه الأمم المتحدة على أنه «سوء استغلال السلطات العامة لتحقيق مكاسب شخصية» [الوادي، 2010، ص: 213]، وعرف على أنه «انحراف أخلاقي لبعض المسؤولين العموميين وهنا يشمل الفساد الإداري والمالي كل من الرشوة، الغش، التدليس، التهرب الجبائي والتزوير...الخ» [ميموني وخليفة، سبتمبر 2009 ص: 227]. وبشكل عام فإن غالبية التعاريف تدور حول أن الفساد هو سوء استخدام السلطة أو المنصب العام لغايات شخصية.

مظاهر الفساد المالي والإداري

يعد الفساد المالي والإداري من أكبر المشاكل التي تواجه خطط التنمية الاقتصادية والاستقرار السياسي والاقتصادي في الدول، ومما لا شك فيه أن المكاسب المادية والمعنوية التي يجنيها المفسدون هي التي تدفعهم لارتكاب مثل هذه الأفعال والتي قد تأخذ أحد أو أكثر من مظاهره التالية:

- الرشوة: تعني حصول الشخص على منفعة تكون مالية في الغالب لتمتير أو تنفيذ أعمال خلاف التشريع أو أصول المهنة، إذ وحسب تقرير منظمة الشفافية العالمية** الصادر في 2016 أن 01 من 03 أشخاص في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا اضطروا لدفع رشوة إلى موظفين حكوميين على اختلاف مناصبهم. وفي تقرير آخر يقول أن منطقة شمال إفريقيا ومصر أصبحت تمثل منذ بداية الألفية أكبر نسبة هروب مالي غير شرعي في العالم، بالمقارنة مع حجمها الاقتصادي [http://www.arabanticorruption.org, 2012].
- المحسوبية: أي إمرار ما تريده التنظيمات (الأحزاب أو المناطق والأقاليم أو العائلات صاحبة النفوذ) من خلال نفوذهم دون استحقاقهم لها أصلاً.
- المحاباة: أي تفضيل جهة على جهة أخرى بغير وجه حق، كما في وجه المقاولات والعطاءات أو عقود الاستئجار والاستثمار، وخاصة في العطاءات الحكومية.
- الوساطة: أي تدخل شخص ذا مركز (وظيفي أو تنظيم سياسي) لصالح من لا يستحق التعيين أو إحالة العقد أو إشغال المنصب أو العطاء.
- نهب المال العمومي أو الاختلاس: استخدام الصلاحيات الممنوحة للشخص أو الاحتيال أو استغلال الموقع الوظيفي للتصرف بأموال الدولة بشكل سري من غير وجه حق، ويعني الاختلاس قانوناً «أن يتصرف الموظف العمومي في المال الذي وجد تحت يده وفي حيازة بسبب وظيفته على اعتبار أنه مملوك له، علماً بأن ملكيته هنا ناقصة، كأن يأخذ أو يطلب أي موظف له شأن في تحصيل الضرائب أو الرسوم أو العوائد أو الغرامات ما ليس مستحقاً أو يزيد على المستحق مع علمه بذلك، أو كل موظف مسؤول عن توزيع سعة أو عهد إليه بتوزيعها فاخذ عمداً بنظام توزيعها».
- لابتزاز والتزوير: للحصول على المال من الأشخاص مستغلاً موقعه الوظيفي بقرارات قانونية أو إدارية أو إخفاء التعليمات النافذة على الأشخاص المعنيين مثل دوائر الضريبة أو تزوير الشهادات الدراسية أو تزوير النقود [الوادي، 2010، ص: 215].
- غسيل الأموال (blanchiment d'argent): وكمظهر من مظاهر الفساد الإداري والمالي، فهي عمليات يتم بها تحويل الأموال المكتسبة بطرق غير مشروعة إلى أموال مشروعة أو إضفاء صفة الشرعية على تملكها وحيازتها والتكتم عليها بحيث تبدو وكأنها اكتسبت بسبل مشروعة بنظر الدولة والمجتمع [كنعان، جانفي 2008، ص: 106].
- التهرب والغش الضريبي: إن التحايل المستمر والمتزايد على دفع الضرائب يعتبر إحدى أوجه الفساد المالي والإداري، إذ يحرم الخزينة العمومية للدولة من مصدر مهم من مصادر إيراداتها، ففي الجزائر مثلاً، قدر أن قيمة التهرب الضريبي بلغ 864 مليار دينار إلى غاية سنة 2011، وهو ما قيمته 15 مليار دولار، أي ما يعادل 02% من الناتج الداخلي الخام،

** منظمة دولية تتكون من مجموع 100 فرع محلي، وسكرتارية دولية في برلين-ألمانيا، تأسست في عام 1993 كمؤسسة غير ربحية، وهي الآن منظمة عالمية غير حكومية، تصدر مؤشر مدركات الفساد السنوي وتقرير الفساد العالمي الذي يعتبر بارومتر الفساد في العالم ودليل دافعي الرشوة وتقييمات نظام النزاهة الوطني...الخ، وتعتبر الجمعية الجزائرية لمكافحة الفساد الفرع الوطني لمنظمة الشفافية العالمية في الجزائر، لمزيد من المعلومات يرجى زيارة موقع المنظمة: <http://www.transparency.org>.

- فأصحاب الأجور والذين يمثلون الشريحة المحدودة الدخل في المجتمع، هم من يكادون يوفون ضرائهم لأنها تقطع من المنبع، أما باقي العاملين في النشاط الاقتصادي والتجاري فيمارسون هذا الهرب بكافة أشكاله بتواطؤ أحيانا مع رجال الإدارة.
- الفساد في بيئة المجتمع: تلوث، دخان المصانع (إذ كان للدول الصناعية الكبرى الأثر الأكبر في ظاهرة الاحتباس الحراري التي يمر بها العالم).
- التباطؤ في إنجاز المعاملات: وخاصة المهمة كمعاملات التقاعد والجنسية وجواز السفر ووثائق تأييد صحة صدور الشهادات أو الكتب الرسمية [الوادي، 2010، ص: 2015].
- تخصيص الأراضي: من خلال قرارات إدارية عليا، تأخذ شكل العطايا، لتستخدم في ما بعد في المضاربات العقارية وتكوين الثروات.
- قروض المجاملة: والتي تمنحها المصارف من دون ضمانات جدية لكبار رجال الأعمال المتصلين بمراكز النفوذ.
- عمولات عقود البنية التحتية وصفقات السلاح [أمنصوران، 2006، ص: 37].
- أنشطة السوق السوداء: والتي تحقق منها دخول طائلة للمتعاملين فيها، بمخالفة القوانين الدولية، وكمثال على ذلك المتاجرة في العملات الأجنبية في الدول التي تفرض رقابة على معاملات النقد الأجنبي، المتاجرة في السلع التي تعاني البلاد نقص المعروض منها بالنسبة للطلب عليها ما يؤدي إلى ارتفاع أسعارها بما يتجاوز ضوابط تسعيرة الدولة... الخ.
- الفساد السياسي: مثل فساد أعضاء البرلمان واستخدام الحصانة في التهرب من العمل السياسي أو تهريب السلع المستوردة.
- التقاليد البيروقراطية: التي تؤدي عادة إلى طبقة موظفين منتفعين من التعقيدات الإدارية ويحصلون على ثمن تقديم تسهيلات، وفي المقابل يغضون الطرف عن الشروط والإجراءات المقررة لصالح الدولة والشعب.
- إعادة تدوير أموال المعونات الأجنبية للجيوب الخاصة (تثير بعض التقديرات إلى أن أكثر من 30% منها لا تدخل خزينة الدولة، و تذهب إلى جيوب المسؤولين، أو رجال الأعمال الكبار).
- فساد يتقاطع مع الأنظمة والقوانين المتعلقة بنظام العدالة وحقوق الملكية والتسهيلات المصرفية والائتمانية وكذلك التمويل الخارجي.

الفساد في الدول النامية عامة والعربية خاصة، هو بمثابة سرطان لا يمكن علاجه يدمر بشكل مأساوي المجتمعات ويجعل الملايين من البشر فقراء معدمين، فمخالب الفساد تصل إلى كل مكان من مكاتب الرؤساء والوزراء إلى أصغر وحدة إدارية [http://www.arabanticorruption.org, 2012]. إن الفساد بصفة عامة أو الإداري والمالي بصفة خاصة، ظاهرة سلوكية لا نستطيع حصرها بسلوك معين، فهي ظاهرة متشعبة، تمس المجتمع ككل، ولها أثار سلبية إن كانت اجتماعية اقتصادية ثقافية أو سياسية... الخ.

واقع الفساد في العالم العربي

تعد ظاهرة الفساد ظاهرة عالمية فهي موجودة في كل الدول بدون استثناء، إلا أن حجم هذه الظاهرة يختلف من دولة إلى أخرى، فهناك دول يكون حجم الظاهرة كبير وأخرى متوسط وأخرى صغير، ويرتبط حجم هذه الظاهرة بمجموعة من الأسباب منها السياسية والاقتصادية والإدارية والاجتماعية... الخ، وتعد الدول العربية من الدول التي تعاني من ظاهرة الفساد فقد استفحل في جميع مفاصل الحياة فيها. الفساد المنشور في دولنا العربية يتعدد ويتنوع بين أشكال الفساد السياسي والمالي والإداري، وإن تعددت أشكاله فإن أسبابه بالإضافة إلى الأسباب المذكورة سابقا تعود وبشكل رئيسي إلى تمركز سلوكيات الفساد في المواقع العليا للسلطة في الدول العربية، وقد ساهمت التدخلات الخارجية في تعزيز ثقافة الفساد والتي بدورها أدت إلى تفاقم حالة الفقر في المجتمعات العربية، واستشرى الفساد في البلدان العربية مرتبط بانتشار الفقر وغياب الديمقراطية، وبالتالي فإن غياب قواعد الرقابة، المساءلة والمحاسبة يعتبر من الأسباب الرئيسية في تغلغل وانتشار ظاهرة الفساد والفقر في الوطن العربي. [المنظمة العربية لمكافحة الفساد، 2010، ص: 02]

إذ تكثر في الوطن العربي تدخلات كبار القوم في شؤون القطاع الخاص، بل قد يصبح هؤلاء شركاء في الشركات دون أن يدفعوا ثمننا حقيقيا لأسهمهم... الخ. وبالمقابل تحصل إدارة هذه الشركة على حصانة كافية تمنع أية جهة رقابية من التدخل في شؤونها، ففي كثير من الأقطار العربية تلجأ قيادات القطاع الخاص إلى إقامة علاقات مصالح مع رؤوس الجهات الرقابية، ما يساعد في حماية الفاسدين والتغطية على القضايا الناجمة عن سوء الإدارة، وتعزيز مبدأ غياب الرقابة والمساءلة والمحاسبة. [محمد حجاز، ص: 03]

تهتم الكثير من المنظمات الإقليمية والدولية بموضوع الفساد من حيث تحديد حجم الظاهرة ودراساتها ووضع السياسات الكفيلة بمحاربتها، وتعد منظمة الشفافية الدولية من أهم هذه الهيئات على المستوى العالمي، منذ العام 1995 بدأت بإصدار مؤشر مدركات الفساد (CPI) ويعتبر من أهم إصداراتها، حيث يقيم ويرتب الدول بحسب درجة إدراك وجود الفساد في القطاع العمومي، وهو مؤشر مركب ويشكل مزيجاً من استطلاعات الرأي ويعتمد على بيانات ذات صلة بالفساد تم جمعها عن طريق استقصاءات متخصصة قامت بها منظمات وهيئات مختلفة وحسنة السمعة، يعكس مؤشر مدركات الفساد آراء المراقبين من جميع أنحاء العالم متضمنة الخبراء من نفس لدولة الجاري تقييمها. ويستخدم مؤشر ادراك الفساد بيانات عملت على توفيرها مؤسسات وهيئات دولية وإقليمية هي «بنك التنمية الإفريقي، بنك التنمية الآسيوي، مؤسسة بيرتلسمان، وحدة الاستخبارات الاقتصادية، دار الحرية، مؤسسة البصرة العالمية، البنك الدولي، تقارير الأمم المتحدة ووحدة المعلومات في مجموعة الإيكونومست البريطانية، المجموعة الدولية للتجارة، مركز التنافسية العالمية»، وعلى ثلاثة مصادر للمؤشر عمليات التقييم التي تم إجراؤها من قبل كبرى شركات الأعمال وهي: «معهد التنمية الإدارية، ومؤسسة الاستشارات بشأن المخاطر السياسية والاقتصادية، والمنتدى الاقتصادي العالمي» [يحيى، 2010].

يقيم مؤشر مدركات الفساد الدول حسب مجموع النقاط الذي تحززه الدولة أو المنطقة على مقياس يتراوح بين 0 إلى 10 على المستوى الإدراك من الموجود في القطاع العمومي لتلك الدولة، حيث يشير الرقم 0 إلى أن هناك فساداً على مستوى عال في الدولة والرقم 10 يشير إلى أن الدولة نظيفة من الفساد، ولقد ضم المؤشر في سنة 2011 عدد كبير من الدول وصل إلى 182 دولة من بينها 21 دولة عربية، حيث تجدر الإشارة إلى أن منظمة الشفافية الدولية لا تعترف بدولة فلسطين في حين تعترف بالكيان الصهيوني، وغالبا ما تحتل المرتبة الأولى نيوزيلندا وفي المرتبة الأخيرة الصومال، ويوضح الجدول رقم 01 الترتيب العربي والعالمي للدول العربية حسب مؤشر مدركات الفساد لثلاث فترات من 2013 إلى 2017.

نلاحظ من الجدول (1) ادناه، أن كل الدول العربية بها درجة كبيرة من الفساد، بالرغم من أن معظمها لم يحتل مراتب في أدنى السلم، إلا أنها سجلت نسب فساد مرتفعة، وقد سجلت وعلى مدار سنوات المقارنة؛ دول مجلس التعاون الخليجي الصدارة من ناحية الدول الأقل فسادا في العالم العربي، فاحتلت قطر والإمارات العربية المتحدة المرتبة الأولى والثانية على التوالي، حيث حافظت هاتين الدولتين على مؤشرات تفوق 5.9 طوال أربع سنوات، بينما سجلت بعض الدول العربية مؤشرات لا تزيد عن 5.5 ولا تقل عن 4.5 طول هذه المدة على غرار كل من البحرين، سلطنة عمان والأردن، بينما سجلت باقي الدول العربية مؤشرات أقل من 5 وهذا دليل على ارتفاع درجة إدراك الفساد في هذه الدول، وتفاوتت باقي الدول في الترتيب حيث كانت تونس الأفضل في شمال إفريقيا يليها المغرب، مصر، الجزائر، موريتانيا وليبيا على التوالي، أما دجيبوتي، سوريا ولبنان فلم تختلف كثيرا على الدول العربية الواقعة في القارة الإفريقية، وتذيلت الترتيب العالمي دول عربية مثل اليمن، العراق، السودان والصومال.

جدول 1: مؤشر مدركات الفساد للدول العربية لأعوام 2013-2015-2017. المصدر: من إعداد الباحثين، بالاعتماد على تقارير منظمة الشفافية الدولية لسنوات 2013-2015-2017

الدولة	نتيجة المؤشر 2013	الترتيب 2013		نتيجة المؤشر 2015	الترتيب 2015		نتيجة المؤشر 2017	الترتيب 2017	
		دولي	عربي		دولي	عربي		دولي	عربي
قطر	6.8	28	2	7.1	22	1	6.3	29	2
الإمارات	6.9	26	1	7.0	23	2	7.1	21	1
عمان	4.6	61	4	4.5	60	7	4.4	68	5
البحرين	4.8	57	3	5.1	50	5	3.6	103	9
الأردن	4.5	66	6	5.3	45	3	4.8	59	4
تونس	4.1	77	8	3.8	76	8	4.2	74	6
الكويت	4.3	69	7	4.9	55	6	3.9	85	8
المغرب	3.7	91	9	3.6	88	9	4.0	81	7
السعودية	4.6	63	5	5.2	48	4	4.9	57	3

10	112	3.3	10	88	3.6	10	94	3.6	الجزائر
12	122	3.1	12	99	3.4	11	94	3.6	دجيبوتي
13	143	2.8	14	123	2.8	14	127	2.8	لبنان
11	117	3.2	11	88	3.6	12	114	3.2	مصر
14	143	2.8	13	112	3.1	13	119	3.0	موريتانيا
17	171	1.7	19	161	1.6	19	172	1.5	ليبيا
18	175	1.6	16	154	1.8	16	167	1.8	اليمن
20	178	1.4	17	154	1.8	17	168	1.7	سوريا
19	175	1.6	18	154	1.2	20	174	1.1	السودان
15	148	2.7	15	136	2.6	15	127	2.8	جزر القمر
16	169	1.8	20	161	1.6	18	171	1.6	العراق
21	180	0.9	21	167	0.8	21	175	0.8	الصومال

المحور الثاني: الإطار العام للحكومة الإلكترونية

يعتبر تغيير الأداء الحكومي من الأسلوب الكلاسيكي إلى الالكتروني مكلفا خصوصا في المدى القصير، ولكن على المدى الطويل يعتبر من الحلول الفعالة القادرة على تخفيض التكاليف ورفع جودة الخدمات العمومية وعقلنه وترشيد الإنفاق العام بالشكل الذي يدعم سياسات التنمية، ويساهم في رفع جودة الخدمات المقدمة من خلال توظيف القدرات التكنولوجية للمساهمة في تحقيق برامج التنمية.

مفهوم الحكومة الإلكترونية

يحصّر البعض مفهوم الحكومة الالكترونية في أنها مجرد استخدام لتكنولوجيا عالية التقنية في القيام بأعمال داخل الهيئات والمؤسسات الحكومية، وهذا غير صحيح جزئيا فالحكومة الالكترونية أعمق من ذلك، حيث يزيد على ذلك أنها تشمل العديد من العناصر، أهمها العلاقات المتبادلة بين الحكومة والمواطنين، وأيضا بين الهيئات الحكومية ذاتها، وبالتالي فهو مفهوم لا يرتبط بحيز زمني أو مكاني معين. كان الظهور الرسمي لمصطلح الحكومة الإلكترونية E-Government في احد مؤتمرات نظم المعلومات في مدينة نابولي الإيطالية في مارس 2001، ومنذ ذلك الحين ظهرت العديد من التعاريف التي ساقها الخبراء والأكاديميون والمنظمات والهيئات المتخصصة في مجال الحكومة الإلكترونية، حيث يشار إلى أن الحكومة الالكترونية هي «مجموعة استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مثل شبكات ربط الاتصالات الخارجية ومواقع الانترنت ونظم الحاسب والبرمجيات اللازمة بواسطة الجهات الحكومية من جانب والمواطنين من جانب آخر» [سنوسي، 2004، ص: 218].

بدوره عرف البنك الدولي الحكومة الالكترونية على أنها «استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل الجهات الحكومية في مستويات مختلفة لإعادة تصميم وتحويل العلاقات بين الحكومات والمؤسسات (G2B)، وبين الحكومات والمواطنين (G2C)، وبين الوكالات الحكومية المختلفة (G2B)، بحيث تخدم هذه التحولات مجموعة متنوعة من الغايات أهمها خفض التكلفة وتحسين الكفاءة والفعالية، وتحسين الخدمات الحكومية المقدمة للمواطنين، وتحسين التفاعل مع قطاع الأعمال والصناعة وتمكين المتعاملين مع الحكومة من الحصول على المعلومات مما يوفر مزيدا من الشفافية وإدارة أكثر كفاءة للمؤسسات» [Behzadi, 2012, P99] يشير هذا التعريف إلى أهداف الحكومة الالكترونية، بالإضافة إلى أن هذا التعريف صنف الحكومة الالكترونية إلى ثلاثة أصناف معتمدا في ذلك على نوع العلاقة بين كل الجهات.

في حين ذهب بعض الباحثين إلى أن الحكومة الالكترونية هي «منهج حديث يعتمد على تنفيذ كل الأعمال والمعاملات التي تتم بين طرفين أو أكثر من الأفراد أو المنظمات باستخدام الوسائل الالكترونية مثل البريد الالكتروني والتحويلات الالكترونية للأموال والتبادل الالكتروني للمستندات أو الفاكس والنشرات الالكترونية... الخ»، لكن الواقع يوضح أن الحكومة الإلكترونية ليست أعمالا يتم إنجازها عبر الشبكة الإنترنت أو عبر الشبكة الداخلية لمؤسسة ما، وليست أيضا عملية تبادل للملفات والمعلومات داخل مؤسسة ما أو بينها وبين غيرها من

المؤسسات الحكومية، لذا فالمفهوم الحقيقي للحكومة الإلكترونية والشائع في كثير من الدول هو «استخدام نتاج القدرة التقنية في تحسين مستويات أداء الأجهزة الحكومية، ورفع كفاءتها، وتعزيز فعاليتها في تحقيق الأهداف المرجوة منها» [بن محمد الحسن، 2009، ص:796]. من التعاريف السابقة والتي تناولت مفهوم الحكومة الإلكترونية نجد أن القاسم المشترك بينها قائما على اعتماد المؤسسات الحكومية على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الإلكترونية والتركيز على عنصر السرعة في الإنجاز ورفع جودة الخدمات، حيث تقوم فكرة الحكومة الإلكترونية على أربع ركائز أساسية هي: [إبراهيم، 2012، ص:452]

- تجميع كافة الأنشطة والخدمات المعلوماتية والتفاعلية والتبادلية في موضع واحد هو موقع الحكومة الرسمي على شبكة الانترنت في نشاط أشبه ما يكون بفكرة جهات الدوائر الحكومية؛
- تحقيق حالة اتصال دائم بالجمهور مع القدرة على تأمين كافة الاحتياجات الاستعلامية للمواطن؛
- تحقيق سرعة الربط والتنسيق والأداء والانجاز بين دوائر الحكومة ذاتيا ولكل منها على حدة؛
- تحقيق وفرة في الإنفاق في كافة العناصر بما فيها تحقيق فوائد أفضل من الأنشطة الحكومية ذات المحتوى التجاري.

من جهتنا نقدم تعريف للحكومة الإلكترونية على أنها «اعتماد الهيئات الحكومية على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة في تنظيم وأداء العمل الإداري بهدف تسهيل طرق التواصل مع المواطنين والمتعاملين معها بالشكل الذي يساعد على رفع جودة الخدمات المقدمة».

مزايا الحكومة الإلكترونية

تعمل الحكومة الإلكترونية على رفع جودة الخدمات الحكومية المقدمة إلى المواطنين، وتحسين التفاعل مع قطاع الأعمال والصناعة، وتمكين المتعاملين من الوصول إلى المعلومات بطرق أسهل وأسرع، وزيادة فعالية الإدارة الحكومية، ونتيجة لذلك يمكن أن يتضح التأثير المباشر الذي تحدثه الحكومة الإلكترونية في الاقتصاد والمجتمع.

رى الحكومة الإلكترونية على أنها نقل الخدمات ببساطة إلى مواطن عبر الإنترنت، ولكن في أوسع معانها فإنها تشير إلى تمكين الحكومة من زيادة الشفافية، ورفع جودة الخدمات المقدمة والإدارة العامة، وتسهيل نهوض مجتمع المعلومات، فالحكومة الإلكترونية لها العديد من المزايا والتي تصلح كمعايير لقياس كفاءة وجودة العمل الإداري الحكومي، التي نذكر منها: [الرزقي، 2012، ص:187]

- تسريع الانجاز: إن الوقت الذي توفره أدوات الحكومة الإلكترونية على طالبي الخدمات العامة خير دليل على جدواها، إذ تعتمد على منظومة الدخول على الخط للحصول على الخدمة بدون صفوف الانتظار؛
- زيادة الإنتاج: تمتاز الخدمات المقدمة إلكترونيا بالدقة والإتقان، نتيجة سهولة عمليات الرقابة المباشرة عليها؛
- خفض التكاليف: على الرغم من كون مشروع الحكومة الإلكترونية يستلزم في بداية التطبيق مبالغ هائلة لانجازه إلا أن هذه المبالغ تصغر أمام حجم الأموال التي سيوفرها هذا المشروع عند اعتماده؛
- تبسيط الإجراءات: تعتبر الحكومة الإلكترونية هي الدواء الشافي من سلبات البيروقراطية البغيضة التي نعاني منها والروتين القاتل المنتشر في الأجهزة الإدارية الحكومية؛
- تحقيق الشفافية الإدارية: إن أبرز مزايا الحكومة الإلكترونية هو ابتعاد أطراف التعامل عن بعضها البعض وعدم وجود الاتصال المباشر بينها، الأمر الذي يبعد الرشوة والتلاعب وسوء المعاملة ويبطل سلطة المكاتب لصالح سلطة الدولة.

متطلبات تطبيق الحكومة الإلكترونية

إن الحكومة الإلكترونية وفقا للتصور الشامل يتعين عليها أن تكون وسيلة بناء اقتصاد متين وتساهم في حل مشكلات اقتصادية، ووسيلة خدمة اجتماعية تساهم في بناء مجتمع قوي، بالإضافة إلى أنها وسيلة تفاعل بأداء أعلى وتكلفة أقل، كما تساعد على اجتياز كل مظاهر التأخير والبطء والترهل في الجهاز الحكومي [علي، 2007، ص:6]، ومن هنا فإن الوصول إلى تحقيق هذه الأهداف يستلزم إحداث تغييرات

واسعة شاملة لنوعية العاملين والأجهزة المستعملة وطرق الأداء، فتقديم الخدمات الحكومية عن طريق التكنولوجيا ووسائل الاتصال الالكترونية والانترنت لها خصائص ومقومات تختلف عن الأسلوب التقليدي، لذلك فإنها تتطلب مستلزمات معينة تتمثل أهمها في ما يلي [القدوة، 2010، ص: 39-40]:

- البنية التحتية: تتطلب الحكومة الالكترونية وجود مستوى مناسب إن لم نقل عال من البنية التحتية التي تتضمن شبكة حديثة للاتصالات وبنية تحتية متطورة للاتصالات السلكية واللاسلكية لكي تكون قادرة على تأمين التواصل ونقل المعلومات.
- توافر الوسائل الالكترونية: يجب توفير الأجهزة والوسائل اللازمة للاستفادة من الخدمات التي تقدمها الإدارة الكترونيا والتي نستطيع بواسطتها التواصل معها ومنها أجهزة الكمبيوتر الشخصية والهواتف الذكية وغيرها من أجهزة الاتصالات، مع ضرورة مراعاة الأسعار لكي تكون في متناول اغلب المواطنين.
- توافر عدد لا بأس به من مزودي الخدمات بالانترنت: يجب توفير خدمات انترنت ذات كفاءة عالية وأسعار معقولة من اجل فتح مجال أكبر عدد ممكن من المواطنين للتفاعل مع الحكومة في اقل جهد واقصر وقت واقل كلفة ممكنة.
- التدريب وبناء القدرات: يجب وضع برامج فعالة لتدريب الموظفين على استعمال أجهزة الكمبيوتر وإدارة الشبكات وقواعد المعلومات وكافة المعلومات اللازمة للعمل على إدارة وتوجيه الحكومة الالكترونية.
- توافر مستوى مناسب من التمويل: يجب تخصيص موارد مالية كبيرة نوعا ما خاصة في بداية تطبيق برنامج الحكومة الالكترونية، ويتم بعدها أيضا توفير الموارد المناسبة من اجل الصيانة الدورية وتدريب الموظفين من اجل الحفاظ على مستوى عال من الخدمات ومواكبة التطورات.
- توفر الإرادة السياسية: يجب أن يكون هناك إيمان تام ببرامج الحكومة الالكترونية من طرف القيادة العليا في البلاد، وتكليف هيئات خاصة تتولى تطبيق هذه البرامج وتعمل على تهيئة البيئة اللازمة والمناسبة له، كما تتولى الإشراف على تطبيق وتقييم المستوى.
- وجود التشريعات والنصوص القانونية: التي تسهل عمل الحكومة الالكترونية وتضفي عليها المشروعية والمصادقية للنتائج القانونية المترتبة عليها.
- خطة تسويقية ودعائية شاملة: يحتاج استخدام وإبراز محسنات الحكومة الالكترونية ومشاركة المواطنين فيها والتفاعل معها، إلى خطة دعائية وتسويقية تشارك فيها جميع وسائل الإعلام الوطنية المكتوبة والمسموعة والحرص على إقامة الندوات والمؤتمرات وفتح قنوات الحوار حول هذا الموضوع بهدف تهيئة مناخ شعبي قادر على التعامل مع مفهوم الحكومة الالكترونية.
- توفير الأمن والسرية الالكترونية ذات مستوى عالي: وذلك لحماية المعلومات الوطنية والشخصية ولصون الأرشيف الالكتروني من أي عبث أو اختراق وقرصنة، وتعد هذه من أهم النقاط على الأمن القومي والشخصي للدولة والأفراد.

بالإضافة إلى العناصر السابقة الذكر يجب توفير بعض العناصر الفنية والتقنية التي تساعد على تبسيط وتسهيل استخدام الحكومة الالكترونية بما يتناسب مع ثقافة جميع المواطنين ومنها توحيد أشكال المواقع الحكومية والإدارية وتوحيد طرق استخدامها وإنشاء موقع شامل (بوابة الكترونية) كدليل لجميع عناوين المراكز الحكومية الإدارية في البلاد.

دوافع الحكومة الإلكترونية

تسعى الدول والحكومات إلى إيجاد الإطار المناسب لتحقيق أهداف برامج التنمية الاقتصادية وتعزيزها، وساهم اعتماد الحكومات على التكنولوجيا الحديثة في خلق مناخ إيجابي للأعمال من خلال تبسيط العلاقات مع المؤسسات والحد من الخطوات الإدارية والالتزامات التنظيمية، فالتنمية في أبسط مفاهيمها هي الانتقال إلى حالة أفضل نسبيا مما سبق، حيث يتطلب النمو الاقتصادي والتغيرات الهيكلية المعتمدة على التطور التكنولوجي جهدا كبيرا من الحكومات والمؤسسات والمواطنين لتحقيق تغيرات ناجحة في المؤسسات والهيكل المختلفة، خاصة تلك المعنية بالاقتصاد والتجارة والحكم والتعليم والثقافة... الخ، لذلك يتطلب الوضع الجديد للنشاط الاقتصادي القائم على المعرفة والتكنولوجيا من صانعي القرار إدراكا واضحا للصلة القائمة بين التغيرات التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وتعد الأحداث التالية من أهم الأحداث الاقتصادية الدافعة نحو الحكومة الالكترونية [القدوة، 2010، ص: 82]:

- ظهور التجارة الإلكترونية مع ما تتطلبه من تواصل مؤسسات الأعمال التجارية مع مؤسسات الدولة وخاصة في مجال العلاقات بين المؤسسة والإدارة العمومية؛
- انتشار مشاريع الخصخصة وما يتطلبه تطبيقها من تواصل بين القطاع العام والخاص والمؤسسات الأخرى؛
- النجاح الباهر والسريع الذي حققته مؤسسات الانترنت ونماذج العمل المؤسساتي الإلكتروني؛
- مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في خفض التكاليف إلى أدنى المستويات.
- إلى جانب ذلك فقد أثرت بعض الأحداث والمتغيرات الاجتماعية في طبيعة عمل الحكومة، وتعد الأحداث التالية من أهم الدوافع الاجتماعية نحو ظهور الحكومة الإلكترونية [القودة، 2010، ص:83]:
- زيادة الوعي العام بتكنولوجيا المعلومات؛
- ارتفاع درجة معرفة المواطن بما هو ممكن تحقيقه تكنولوجيا؛
- البحث الدائم عن وسائل الراحة ومن ضمنها إمكانية إجراء المعاملات الحكومية بسهولة دون عناء التنقل أو حتى ترك المنزل؛
- انتشار مفهوم اخدم نفسك للحد من الموارد البشرية المطلوبة لتنفيذ الأعمال الإدارية؛
- كفاءة قوة العمل الحكومية وخسارة خبرتها بمجرد إحالتها على التقاعد، شجعت على نقل الخبرة والمعرفة من الأفراد وتوطينها في الأنظمة المعلوماتية.

واقع الحكومات الإلكترونية العربية من خلال مؤشرات عالمية

صدر تقرير الأمم المتحدة حول الحكومات الإلكترونية 2012 بعنوان «الحكومة الإلكترونية من أجل الشعب»، حيث ركز هذا التقرير على دور الحكومة الإلكترونية في إحداث التنمية المستدامة، في حين ركز تقرير 2014 بعنوان «الحكومة الإلكترونية من أجل المستقبل الذي نريد»، على الجوانب الحاسمة للحكومة الإلكترونية في مواجهة التحديات المتعددة والمعقدة التي تواجه مجتمعاتنا من أجل تحقيق التنمية المستدامة، ومؤخراً صدر تقرير 2016 والذي جاء بعنوان «الحكومة الإلكترونية لدعم التنمية المستدامة»، وجاء ترتيب الدول العربية حسب هذه التقارير كما يلي في الجدول رقم 02. يعتبر تقرير 2016 أحدث تقارير الأمم المتحدة للحكومة الإلكترونية، ولقد اقر هذا التقرير بأنه لأول مرة تملك الدول الأعضاء بالأمم المتحدة 193 دولة مواقع الإلكترونية محلية، والتي تتفاوت درجة تطورها من منخفضة إلى جيدة.

جدول 2: ترتيب الدول العربية حسب تقرير الأمم المتحدة للحكومات الإلكترونية 2012-2014-2016. المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير الأمم المتحدة للحكومات الإلكترونية 2012-2014-2016.

الدولة	نتيجة المؤشر 2012	الترتيب 2012		نتيجة المؤشر 2014	الترتيب 2014		نتيجة المؤشر 2016	الترتيب 2016	
		عربي	دولي		عربي	دولي		عربي	دولي
البحرين	6,95	02	36	8,09	18	1	7,73	24	1
السعودية	6,66	03	41	6,90	36	3	6,82	44	4
قطر	6,41	04	48	6,36	44	4	6,70	48	5
الكويت	5,96	05	63	6,27	49	6	7,08	40	3
سلطنة عمان	5,94	06	64	6,27	48	5	5,96	66	6
لبنان	5,14	07	87	4,98	89	11	5,65	73	8
الأردن	4,88	08	98	5,17	79	8	5,12	91	10
تونس	4,83	09	103	5,39	75	7	5,68	72	7
مصر	4,61	10	107	5,13	80	9	4,07	107	11
المغرب	4,21	11	120	5,06	82	10	5,19	85	9
سوريا	3,71	12	128	3,13	135	14	3,40	137	13

الدولة	نتيجة المؤشر 2012	الترتيب 2012		نتيجة المؤشر 2014	الترتيب 2014		نتيجة المؤشر 2016	الترتيب 2016	
		عربي	دولي		عربي	دولي		عربي	دولي
الجزائر	3,61	13	132	3,11	15	136	3,00	150	15
العراق	3,41	14	137	3,14	13	134	3,33	141	14
السودان	2,61	15	165	2,61	17	154	2,54	161	16
اليمن	2,47	16	167	2,72	16	150	2,25	174	17
جزر القمر	2,36	17	171	1,81	19	177	2,16	176	18
جيبوتي	2,23	18	176	1,46	20	184	1,34	187	20
ليبيا	0,00	21	191	0,37	12	121	0,43	118	12
موريتانيا	2,00	19	181	1,89	18	174	1,73	184	19
الصومال	0,64	20	190	0,14	21	193	0,27	193	21

على غرار الكثير من دول العالم: فإن الدول العربية باتت اليوم تهتم بالتقدم التكنولوجي واستخداماته في مختلف مناحي الحياة، حيث وبدون استثناء كانت هذه الدول حاضرة في تقارير الأمم المتحدة، ولكن كان هذا الحضور متفاوت الدرجات حيث نلاحظ من آخر تقريرين مدى اتساع الفجوة بين مملكة البحرين التي احتلت المرتبة الأولى عربيا والمرتبة 24 على مستوى العالم والصومال الأخيرة عربيا وعالميا التي تذيلت الترتيب باحتلالها المرتبة 193، اللافت للنظر في هذه التقارير أن دول مجلس التعاون الخليجي احتلت صدارة حصولها على الخمس مراكز الأولى عربيا، وكانت دول شمال إفريقيا في وسط الترتيب حيث تصدر هذه المجموعة تونس ومصر والمغرب، أما باقي الدول العربية خصوصا الدول الإفريقية منها فقد تذيلت الترتيب، ويمكن أن نرجع هذه الاختلافات في ترتيب الدول العربية إلى الأوضاع السياسية والأمنية والاقتصادية والاجتماعية لهذه الدول التي أثرت على درجة اهتمام حكومات الدول ببرامج وسياسات الحكومة الالكترونية.

المحور الثالث: مكافحة الفساد المالي والإداري عن طريق الحكومة الالكترونية

أصبحت الحكومة الالكترونية ضرورة حتمية كشكل من أشكال الدول المعاصرة التي تتطلع إلى مواكبة تطورات عصر الثورة الرقمية والتكنولوجية ونهضة المعلومات العالمية لما لها أهمية من خفض التكاليف وكبح الإسراف بالإضافة إلى تسهيل الإجراءات وتحقيق الشفافية في الإدارة ومكافحة الفساد بما يساعد على تحقيق البرامج التنموية.

أسباب الفساد المالي والإداري

ينتشر الفساد في جميع دول العالم متقدمة كانت أو متخلفة، لكن له على هذه الأخيرة الأثر البالغ لافتقارها لأجهزة رقابية فعالة ولضعف إدارتها العمومية، كما أن الحافز على اكتساب الأموال قوي جدا لتفاقم الفقر وانخفاض مرتبات الموظفين (الحكوميين خاصة) وارتفاع مستويات التضخم بهذه الدول، بالإضافة لضعف عملية تطبيق القوانين ضد المخالفين وقصور الأنظمة المحاسبية، لذا يمكننا حصر الأسباب المؤدية لتفشي الفساد فيما يلي [أمنصوران، 2006، ص: 174-176]:

الأسباب الاقتصادية:

- تدخل الحكومة في الأنشطة الاقتصادية: إن أحد الأسباب الرئيسية لظهور الفساد هي تدخل الحكومة في الأنشطة الاقتصادية، ذلك لأن الأفراد بطبيعتهم يميلون إلى منح الرشاوى للمسؤولين لتخطي القواعد والنظم والإجراءات العامة، ويأخذ التدخل الحكومي أشكالا عدة نذكر منها: قيود الاستيراد كنظام الحصص مثلا، الإعانات الحكومية، التحكم في الأسعار... الخ.
- الكتمان والاحتكار والمحاسبة: فكلما تمتع الموظفون العموميون السياسيون بدرجة أعلى من الكتمان والسرية والاحتكار، وبدرجة أقل من المحاسبة، زادت احتمالية وقوع الفساد، فالمنصب الحكومي يعطي صاحبه درجات متباينة من السيطرة على

الأنشطة الحكومية، مثل عقود المشتريات والاستثمارات الحكومية المختلفة والحوافز الضريبية.

- انخفاض مستويات الأجور الحكومية: توجد علاقة عكسية بين معدل الفساد والمستوى المنخفض للأجور في القطاع الحكومي مقارنة بالقطاع الخاص، مما يحفز لجوء أصحاب الأجور المنخفضة لتحسين دخلهم باستغلال وظائفهم الحكومية عن طريق الرشوة التي تركز الفساد، وهذا لتحقيق التوازن مع الإنفاق الخاص.
- تضخم الجهاز الإداري: بمعنى أن حجم القطاع العمومي يفوق احتياجاته، ومن شأن هذا أن يعقد الإجراءات الإدارية، ويضعف التواصل مع المواطنين، بالإضافة إلى كونه يعد هدراً لموارد الدولة.
- وجود قاعدة موارد طبيعية كبيرة في المجتمع: ذلك أن توفر ثروة طبيعية كبيرة في المجتمع يغري المسؤولين لممارسة أعمال الفساد بصورة أكبر منها في المجتمعات ذات الموارد المحدودة.
- كبر نسبة موازنة الدفاع في الموازنة العامة: يرجع ذلك إلى طبيعة السرية المتوقعة في عقد العقود المرتبطة بتوريد الأسلحة، وانخفاض درجة الشفافية في الحصول على المعدات العسكرية حيث لا تنتشر ولا تناقش مثل هذه العقود في المجالس التشريعية.

الأسباب الإدارية للفساد المالي والإداري:

وتتمثل في: [منصور، 2007، ص:197]

- تهاون الأجهزة الحكومية في معالجة الانحرافات والفساد الإداري وعدم تطبيق الجزاءات التي تردع كل منحرف؛
- قصور وعيوب الهيكل التنظيمي كعدم تحديد ووضوح قنوات الاتصال ونطاق الإشراف الإداري وازدواجية الاختصاصات والمهام الوظيفية مما يؤدي إلى صعوبة تحديد المسؤوليات؛
- عدم كفاءة الموظفين مما يسبب قيامهم بعملهم بصورة متدنية ويصبحون بيئة خصبة للفساد؛
- قلة عدد الموظفين خاصة في المجال المالي والمحاسبي مع زيادة حجم الأعمال الملقاة على عاتقهم، مما ينجر عنه ارتكاب حالات فساد وكثرة الأخطاء المحاسبية نتيجة ضغط العمل وعدم وجود مراجعة دقيقة على أعماله؛
- اختلال أنظمة الأجور والحوافز

الأسباب السياسية للفساد المالي والإداري:

وتتمثل في مايلي:

- الحكومات الضعيفة: يؤدي ضعف الحكومة إلى تنمية الفساد ويمكن الحكم على مدى ضعف أو قوة الحكومة من خلال معرفة ما يلي:
- مدى الغموض أو الشفافية في معاملاتها الاقتصادية؛
- مدى إتباع الإجراءات والنظم الموضوعية في التعيينات والوظائف؛
- مدى قصور أو فعالية الرقابة على أنشطة الدولة.

- عدم اهتمام القيادة السياسية بمحاربة الفساد: لأن القيادة السياسية هي القدوة والمثل لباقي مسؤولي الدولة، فلا بد أن تكون هي السبابة في مكافحة الفساد، وتزداد الطامة عندما يشترك القادة أنفسهم في أعمال الفساد أو عندما يتغاضون عن مثل هذه الأعمال لأقاربهم أو أصدقائهم، وبالطبع لا يتوقع أن يفعل الموظفون الحكوميون ما لا يفعله رؤسائهم. [أمنصوران، 2006، ص: 178]

الأسباب الاجتماعية والثقافية والقانونية:

اهم الأسباب الاجتماعية والثقافية والقانونية للفساد المالي والإداري ما يأتي:

- نمط العلاقات والأعراف والوعي بين أفراد المجتمع: يؤكد علماء الاجتماع والإدارة على أن الأجهزة الإدارية لا تعمل في فراغ وأن للبيئة الخارجية المحيطة بها تأثير مباشر على سلوك العاملين فيها، وعلاقات أفراد المجتمع السلبية وعاداتهم وتقاليدهم الموروثة تفرض نفسها على المنظمات، فعندما تكون الروابط الاجتماعية بين أفراد الطائفة الواحدة أو القبلية في المجتمع قوية، يميل المسؤولون الحكوميون لتفضيل أقاربهم وأصدقائهم، ويتم التوظيف حسب الانتماءات العشائرية والإقليمية والطائفية في المناصب العليا والمهمة التي يستطيعون من خلالها تحقيق المكاسب الخاصة والمزايا غير المشروعة مما يؤدي إلى نمو الفساد في المجتمع.
- تعقد القوانين الضريبية وصعوبة فهمها: يتم خرق القوانين بسبب عدم دقتها، مما يفتح الباب للتأويلات والتفسيرات المختلفة من قبل الموظفين العموميين، فيمكن القول أن هناك الثنائية في تطبيق النصوص القانونية وفي تفسيرها تبعاً للأطراف والجهات التي تطبق بحقها هذا من جهة، ومن جهة أخرى فتعقد التشريع الضريبي وما يحويه من إعفاءات وتخفيضات؛ وهنا نشير إلى بعض التقارير التي تبين شغف العديد من الأفراد للعمل في مصالح الجمارك والضرائب على الرغم من انخفاض معدلات الأجور فيها، بسبب إمكانية مفتشي الضرائب التلاعب في النصوص وتطبيق الحوافز الضريبية وتحديدها. يساهم كل هذا في زيادة عملية التهرب الضريبي وبالتالي الفساد المالي والإداري، كما أن وجود حسابات خارج الموازنة يزيد أيضاً نمو الفساد لأن تلك الحسابات لا تكون خاضعة للرقابة البرلمانية مقارنة بحسابات الموازنة العامة.
- قلة معاقبة المفسدين: برغم تفشي ظاهرة الفساد إلا أننا نلاحظ انخفاض عدد الأفراد الذين يعاقبون بتهمتهم، وهكذا نجد فجوة كبيرة بين العقوبات القانونية والجزاءات والعقوبات الفعالة، كما تنسم الإجراءات الإدارية لمعاقبة الموظف العمومي الفاسد بأنها بطيئة ومرهقة، وغالباً ما تمنع العوائق القانونية والسياسية والإدارية التطبيق العاجل والكامل للعقوبات.

الآثار والمزايا الاقتصادية والاجتماعية للحكومة الالكترونية

تعمل الحكومة الإلكترونية على رفع جودة الخدمات الحكومية المقدمة إلى المواطنين، وتحسين التفاعل مع قطاع الأعمال والصناعة، وتمكين المتعاملين من الوصول إلى المعلومات بطرق أسهل وأسرع، وزيادة فعالية الإدارة الحكومية، ونتيجة لذلك يمكن أن يتضح التأثير المباشر الذي تحدثه الحكومة الإلكترونية في الاقتصاد والمجتمع.

تأثير الحكومة الإلكترونية في التنمية الاقتصادية

تعتبر التنمية الاقتصادية عملية يتم بموجبها استخدام الموارد المتاحة لتحقيق معدل سريع للتوسع الاقتصادي الذي يؤدي إلى زيادة مطردة في الدخل القومي وفي نصيب الفرد من السلع والخدمات، وتتطلب هذه التنمية التغلب تدريجياً على المعوقات الاقتصادية وتوافر رؤوس الأموال والخبرة الفنية والتكنولوجية، حيث تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دوراً حيوياً في دعم التنمية الاقتصادية، ويمكن أن نلمس أثر الحكومة الإلكترونية في دعم وتعزيز التنمية الاقتصادية في عدت جوانب، نوجزها في ما يلي:

- من خلال جذب الاستثمارات: إن توفير المعلومات وطرح البدائل الالكترونية للخدمات الحكومية يخلق جو من الثقة في مناخ الاستثمار، ما يساعد على جذب رؤوس الأموال الأجنبية، ويساهم في نقل التكنولوجيا وتوطينها، فتميز الحكومة الالكترونية بالشفافية والوضوح وطرحها للقوانين والمعلومات حول الواقع الاقتصادي على شبكة الانترنت يساهم في نشر الصورة الحقيقية للدولة عالمياً، وتعتبر التجارة الالكترونية صورة من صور الحكومة الالكترونية، حيث اتجهت المؤسسات في مختلف القطاعات إلى استخدامها محققة بذلك الكثير من المكاسب هذا ما ساهم في دفع عجلة التنمية وتشجيع الاستثمار.
- من خلال إتاحة المعلومات لمتخذي القرارات: يهدف جذب الاستثمارات تسعى جميع الدول إلى تقديم حزمة من محفزات الاستثمار، تتمثل في توفير اعتبارات الشفافية للمستثمر بحيث يتاح له الوصول إلى قواعد المعلومات بكل سهولة للتعرف على

فرص الاستثمار وتكلفته وظروفه وأطره القانونية والإدارية لكي يتمكن من اتخاذ قرار الاستثمار على أساس صحيح، ويتم ذلك من خلال الحكومة الالكترونية حيث تقوم الدولة بتوفير مصادر للمعلومات باستغلال تكنولوجيا وشبكات المعلومات، وإنشاء مواقع خاصة بالاستثمار والتجارة الخارجية، ومواقع حكومية ووزارية مما يكفل تحقيق الشفافية الكاملة التي تمثل للمستثمر عاملاً مهماً للتشجيع.

- من خلال الحد من الإجراءات البيروقراطية: يقاس وقت مؤسسات الأعمال بالأموال، وتخضع المشاريع المتأخر إلى غرامات تأخير، فالتعقيدات البيروقراطية جعلت من إتمام خدمة حكومية أمر مكلفاً للغاية سواء من ناحية الوقت والمال والجهد ما يؤثر سلباً على تطبيق برامج التنمية، وينعكس ذلك أيضاً على مناخ الاستثمار، بالإضافة إلى ذلك فالحكومة الالكترونية توفر للأفراد ولقطاع الأعمال إمكانية الدفع الإلكتروني لرسوم الخدمات التي كان دفعها سابقاً يتطلب المشقة والتنقل بين المكاتب الحكومية بالشكل الذي يضمن تحصيلها كاملة وفي الوقت المحدد.

تأثير الحكومة الإلكترونية في التنمية الاجتماعية

تدل التنمية الاجتماعية على الجهود التي تبذل لإحداث سلسلة من المتغيرات الوظيفية والهيكلية اللازمة لنمو المجتمع، وذلك بزيادة قدرة أفراده على استغلال الطاقات المتاحة إلى أقصى حد ممكن لتحقيق أكبر قدر من الحرية والرفاهية لهؤلاء الأفراد بأسرع من معدل النمو الطبيعي، تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أداة لتحقيق ذلك وليست هدفاً بحد ذاتها، لذلك فإن أثر التحول إلى الحكومة الالكترونية على تحقيق التنمية الاجتماعية يتضح من خلال ما يلي:

- زيادة رضا المواطنين عن خدمات الحكومة: يعتبر المواطن العميل الرئيسي للقطاع الحكومي، وبالتالي فإنه ينتظر من هذا القطاع أن يقدم له الخدمات بالشكل الذي يحقق متطلباته، وبالتالي فإن الحكومة الالكترونية من خلال طبيعة عملها تسمح بأداء الخدمات بجودة عالية مما يحقق الزيادة في ثقة المواطنين ورضاهم على الإجراءات والعمليات الحكومية ويساهم في تقويم العلاقة بين الموظف والمواطن بالشكل الذي يحقق الاستقرار الاجتماعي.
- تعزيز مشاركة المواطنين والفاعلين في صنع القرار: إشراك المواطنين في شؤون الحكم من خلال التفاعل مع صانعي القرار والدورة السياسية على كل المستويات الحكومية سواء عن طريق الحكم الإلكتروني الذي يضم الديمقراطية على الخط والنفوذ إلى معلومات النخبين وإلى اجتماعات المصالح الحكومية والاجتماعات النيابية وأخيراً التصويت على الخط [حسنة، 2006]، حيث تشكل المشاركة عنصراً جوهرياً في نجاح برامج التنمية أو فشلها، لذلك فإن القاعد الأساسية هي أن كل البرامج التنموية تقوم على أساس المشاركة المواطنين وتشجيعهم على إبداء آرائهم في السياسات التنموية ومعرفة العوامل التي تثير اهتمامهم الحقيقي والتفاعل معها [دخيل، 2009، ص: 148].
- توفير الخدمات خارج أوقات العمل الرسمية: توفر الحكومة التقليدية الخدمات في أوقات العمل الرسمية فقط، وهذا ما خلق العديد من المشاكل للمتعاملين، أما الحكومة الالكترونية من خلال استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وخصوصاً الانترنت فإنها توفر الخدمات والمعلومات طوال اليوم وكل أيام الأسبوع وفي العطل... الخ، ما جعل من طلب الخدمات أمراً في غاية البساطة ولا يتطلب أي تعطيل لطالها.
- إدماج جميع القطاعات الهشة اجتماعياً: يتميز كل مجتمع بفئات هشة اجتماعياً مثل كبار السن والأطفال والمجتمعات الريفية والأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة والعاطلون عن العمل والمشردون والمهاجرون... الخ، ويهدف الاهتمام بهم تستخدم الحكومة تكنولوجيا المعلومات والاتصال تقنيات حديثة تضمن من خلالها وصول الخدمة إلى مختلف فئات المجتمع بالتساوي، فعلى سبيل المثال توجد برامج مخصصة لفاقد البصر بحث توفر هذه البرامج المادة السمعية.
- توحيد مصادر المعلومات الحكومية في إطار واحد: تلعب الحكومة الالكترونية دور قوي جداً في عملية الاتصال والتنسيق وترابط أجهزة الدولة من خلال توحيد قنوات الاتصال بين الحكومة والمواطن وجعلها واضحة وذات معلومات موحدة وموثقة، وذلك باستخدامها للتكنولوجيا العالية والشبكات المحلية والانترنت وربطها بقواعد بياناتها، حيث توفر الدولة منفذ إلكتروني رئيسي يسمى غالباً البوابة الحكومية للحصول على المعلومات والخدمات، حيث تتيح للأفراد ولقطاع الأعمال إنجاز معاملاتهم لدى المؤسسات الحكومية إلكترونياً وبأمان، بالإضافة إلى ربط كل هذه المؤسسات ببعضها البعض.

دراسة واقع الدول العربية في ظل مؤشر مدركات الفساد ومؤشرات الحكومة الالكترونية

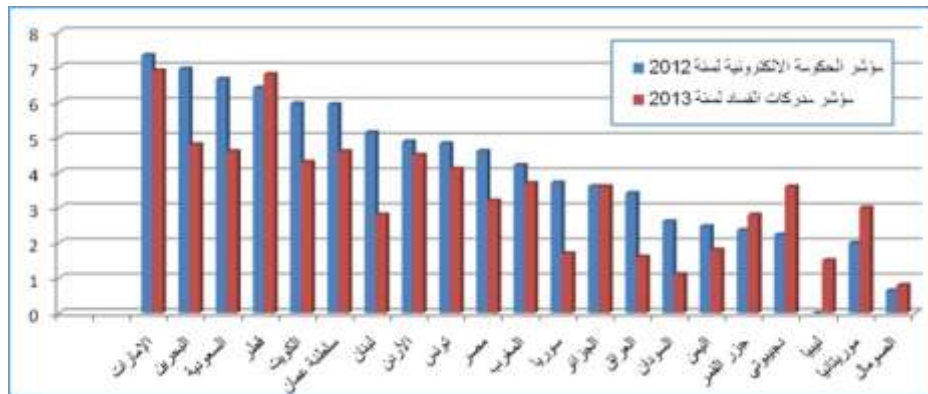
يعد الفساد بكل مظاهره وأنماطه من الإشكاليات التي تتخذ طابعاً عالمياً، إذ باتت هذه الآفة متفشية في جميع دول العالم دون استثناء، المتقدمة منها والنامية، ظاهرة تعدت الحدود الوطنية وأصبحت تحمل طابعاً عالمياً، حيث لم تقتصر على مجتمعات وأنظمة اقتصادية بعينها دون الأخرى، بل تعاني منها وعلى مدى التاريخ معظم المجتمعات لكن بدرجات متفاوتة.

لا يخلق الفساد من عدم، فالدول التي ينتشر فيها الفساد خاصة الفساد المالي والإداري، يلاحظ أن بها أرضية خصبة مشجعة ومساعدة على خلق الجو الملائم لنموه وانتشاره، ولم تكن الدول العربية بمنأى عن هكذا ظاهرة، حيث قدرت الخسائر الناتجة عن الفساد في العالم العربي بحوالي 400 مليار دولار سنوياً كما أوضحت رئيسة منظمة الشفافية الدولية. إن انتشار الفساد خاصة الفساد المالي والإداري بكل أشكاله وأنماطه يؤثر وبصفة كبيرة على اقتصاديات الدول فهو السبب الرئيسي في إعاقة برامج التنمية ومعدلات النمو الاقتصادي.

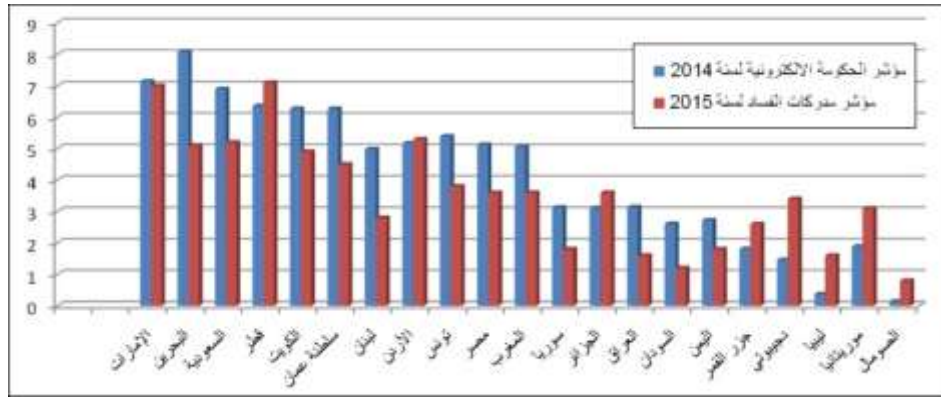
تفطنت الدول العربية مؤخراً لتجارب الدول المتقدمة التي استفادة من الثورة التقنية في مجال نظم وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمل الحكومي، وسارعت أغلب هذه الحكومات إلى ملاحقة تلك التطورات، حيث سخرت لتحقيق هذا الهدف كل المقومات اللازمة سواء على مستوى البيئة الأساسية أو الإمكانيات البشرية والمادية.

من هذا المنطلق بادرت العديد من الدول العربية إلى تطبيق مفهوم الحكومة الالكترونية من أجل الارتقاء بنوعية وأسلوب تقديم الخدمات إلى مواطنيها من جهة، ولمواكبة ومسيرة الدول المتقدمة في مجال تكنولوجيا المعلومات على الأقل لتقليل الفجوة الرقمية بينها وبين هذه الدول من جهة أخرى، وبالفعل فقد كانت هناك جهود مستمرة لتوفير المتطلبات الداعمة لنجاح هذا المشروع في البيئة العربية. لم تعد الحكومة الإلكترونية مسألة اختيارية، بل ضرورة لأي دولة ترغب في دخول القرن 21 كأمة قوية قادرة على التكيف والمنافسة ومواكبة للتغيرات العالمية، فمنذ بداية الألفية الثالثة يشهد الوطن العربي نمواً متسارعاً في المعطيات المعرفية والثقافية والمعلوماتية وانتشار كبير لاستخدام شبكة المعلوماتية. وتمثل الأشكال اللاحقة رسم بياني يجمع بين مؤشر مدركات الفساد ومؤشر الحكومة الالكترونية والتي تحدثنا عنهم سابقاً، وقد قسمنا الدراسة حسب تاريخ صدور المؤشرات.

ونلاحظ من الشكل رقم 01 الذي خصص للفترة الأولى بين 2012 و2013، أن كل الدول العربية لديها معطيات في المؤشرين إلا ليبيا كان مؤشرها يساوي الصفر، حيث نلاحظ أنه كلما ارتفع مؤشر الحكومة الالكترونية في دولة ما كان مؤشر الفساد منخفض، حيث نلاحظ أن مؤشرات الإمارات العربية المتحدة متجانسة حيث أنها تعتبر من الدول الأولى عالمياً في مجال الحكومة الالكترونية في حين أن دولة الإمارات تحتل مراتب مرموقة في مؤشرات ادراك الفساد حيث أنها من بين الدول العربية الأكثر شفافية من حيث الفساد، وفي المقابل نجد أن مؤشر الحكومة الالكترونية لدول مثل الصومال، جيبوتي وموريتانيا أن منخفض بالمقارنة مع مؤشر الفساد، وهذا ما يدل على أنه كلما كان مؤشر الحكومة الالكترونية منخفض (يعني دولة متأخرة فيما يخص الحكومة الالكترونية) نجد مؤشر الفساد مرتفع أي أنه يوجد فساد بنسب عالية.



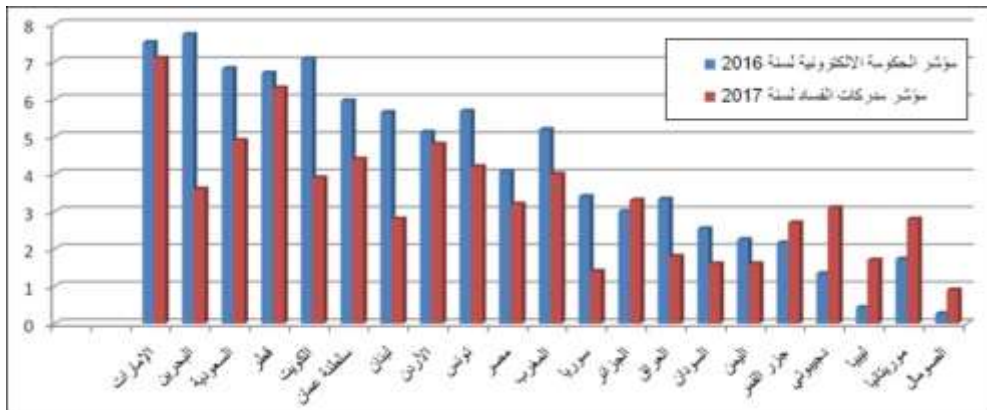
شكل 1: الدول العربية بين مؤشر مدركات الفساد 2013 ومؤشر الحكومة الالكترونية 2012. المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الجدول 01 والجدول 02.



شكل 2: الدول العربية بين مؤشر مدركات الفساد 2015 ومؤشر الحكومة الإلكترونية 2014. المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الجدول 01 والجدول 02.

ومن الملاحظ في الشكل 02 والذي خصص للفترة الثانية بين 2014 و2015، نرى أن فيه بعض التغيرات في مؤشرات بعض الدول، حيث نجد أن مؤشر الحكومة الإلكترونية يصدر قبل مؤشر الفساد، وأي تغير في هذا المؤشر يؤثر على مؤشر الفساد، فمثلاً نجد إن ليبيا في السابق كان مؤشر الحكومة الإلكترونية صفر وكان مؤشر الفساد حوالي 1.5، إلا أنه وبمجرد أن ارتفع مؤشر الحكومة الإلكترونية ارتفع مؤشر الفساد وهذا يدل على أن الفساد انخفض بنسبة معينة منذ أن كانت هناك حكومة الإلكترونية. في حين نجد أن مؤشر الحكومة الإلكترونية لدول مثل موريتانيا، دجيبوتي، جزر القمر، اليمن، العراق والجزائر انخفض وهذا ما انعكس على مؤشر الفساد الذي بدوره ارتفع مشيراً إلى انخفاض نسبة الفساد في هذه الدول.

والملاحظ من آخر التقارير أن سجلت دول التعاون الخليجي الصدارة من ناحية الدول اقل فسادا في العالم العربي، فاحتلت قطر والإمارات العربية المتحدة المراتب الأولى، حيث حافظت هذه الدولتين على مؤشرات تفوق 5.9 طوال مدة خمس سنوات، وفي المقابل فإن هذه الدول هي التي احتلت الصدارة في مؤشرات الحكومة الإلكترونية، إلا أنه في المقابل نلاحظ أن مؤشر مدركات الفساد تراجع في أغلب الدول العربية، مع ضرورة التأكيد أن هذا التراجع تزامن مع تراجع مؤشر الحكومة الإلكترونية، حيث نجد أن مؤشر مدركات الفساد تحسن في دول التي تعاني من الفساد الكبير مثل الصومال، والعراق، جزر القمر، السودان، موريتانيا وليبيا، في حين تحسن أيضا مؤشر الحكومة الإلكترونية في هذه الدول بدرجة كبيرة، وهذا ما يدل على أسباب تحسن مؤشر مدركات الفساد.



شكل 3: الدول العربية بين مؤشر مدركات الفساد 2017 ومؤشر الحكومة الإلكترونية 2016. المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الجدول 01 والجدول 02.

يتضح مما سبق الدور الكبير الذي تلعبه الحكومة الإلكترونية في الحد من ظواهر الفساد، وذلك من خلال المزايا التي تتوفر عليها، فتقديم الخدمات إلكترونياً يتم وفق برنامج مصمم ومنظماً سلفاً، فالمواطن يستطيع الحصول على الخدمات في أي وقت ودون تدخل واحتكاك مع الموظفين وفي هذه الحالة لا يكون هناك مجال لدفع الرشوة إلى الموظفين والمسؤولين في الحكومة، ناهيك عن الشفافية في المعاملات فهي

تتم دون التحيز بين المنتفعين بالخدمات العمومية وذلك عن طريق إتباع إجراءات محددة منصوص عليها في النظام الإلكتروني، وباختصار فان الشفافية وتقليل تأثير العلاقات الشخصية على إنجاز الأعمال يساعد في الحد من قنوات الفساد [عارف، 2011].

الخاتمة

إن الفساد بكل مظاهره وأنماطه يعد من الإشكاليات التي تتخذ طابعا عالميا، إذ باتت هذه الآفة متفشية في جميع دول العالم دون استثناء، المتقدمة منها والنامية، ظاهرة تعدت الحدود الوطنية وأصبحت تحمل طابعا عالميا، حيث لم تقتصر على مجتمعات وأنظمة اقتصادية بعينها دون الأخرى، بل تعاني منها وعلى مدى التاريخ معظم المجتمعات لكن بدرجات متفاوتة.

لا يخلق الفساد من العدم، فالدول التي ينتشر فيها الفساد خاصة الفساد المالي والإداري، يلاحظ أن بها أرضية خصبة مشجعة ومساعدة على خلق الجو الملائم لنموه وانتشاره، ولم تكن الدول العربية بمنأى عن هكذا ظاهرة، حيث قدرت الخسائر الناتجة عن الفساد في عالمنا العربي بحوالي 400 مليار دولار سنويا كما أوضحت رئيسة منظمة الشفافية الدولية. إن انتشار الفساد خاصة الفساد المالي والإداري بكل أشكاله وأنماطه يؤثر وبصفة كبيرة على اقتصاديات الدول فهو السبب الرئيسي في إعاقه برامج التنمية ومعدلات النمو الاقتصادي.

سعت الدول والحكومات إلى الاستفادة من الثورة التقنية في مجال نظم وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ما دفع بها إلى استخدام هذه التكنولوجيا في العمل الحكومي، وسارعت اغلب هذه الحكومات إلى تبني مبادرات لإقامة الحكومة الالكترونية، وبدأت هذه المبادرات والمشاريع في الانتشار في الدول المتقدمة في منتصف التسعينيات من القرن العشرين، إلا أن بواورها في الوطن العربي لم ترى النور إلا في بداية الألفية الثالثة وسرعان ما انتقلت من دولة عربية إلى أخرى. أثر هذا التوجه للحكومة الالكترونية على واقع التنمية في الدول العربية، حيث حققت بعض الدول العربية خاصة دول مجلس التعاون الخليجي نتائج مبهرة في هذا المجال، حيث نجد أن هذه الدول العربية هي الأقل فسادا على المستوى العربي وحتى على المستوى العالمي، وأيضا تحسن قدرات هذه الدول على تنافسية.

النتائج المتوصل إليها:

- يتخذ الفساد مظاهر عدة من مظاهر السلوك غير القويم والخارج عن القانون، الذي يضر بالهيكل الاقتصادي والسياسي والاجتماعي للدولة، مما يستدعي اتخاذ إجراءات رادعة ضده، لما له من آثار سلبية ومدمرة؛
- تباينت الأسباب التي أدت إلى ظهور الفساد بين الاقتصادية منها والسياسية والإدارية والاجتماعية... وغيرها، ونجد من أبرزها: ضعف الأجور الحكومية مما يدفع بالموظفين إلى طرق الكسب غير المشروع، كبر موازنة الدفاع وسرية عقودها مما يدفع إلى قلة الشفافية في هذه العقود، تعقد القوانين الضريبية وصعوبتها مما يسهل الاستفادة من ثغراتها، بالإضافة إلى ضعف العقوبات المسلطة على المفسدين بالمقارنة مع حجم الجرم المرتكب مما يشجع على ارتكاب هكذا جرائم؛
- احتلت دولنا العربية مراكز متراجعة دوليا على مدى عدة سنوات، ولعل تقارير منظمة الشفافية الدولية لبي مثال على ذلك، إذ تباينت معدلات الفساد من دولة إلى أخرى، إلا أن معظمها سجل نسب فساد مرتفعة؛
- للحكومة الإلكترونية القدرة على تحسين العلاقات الخارجية والداخلية بين مختلف الجهات المعنية بالخدمات الحكومية بما في ذلك المواطنين وموظفي الحكومة والمؤسسات، وتسهيل تبادل المعارف بين هذه الجهات؛
- تشجع الحكومة الإلكترونية التواصل والتقارب بين الحكومة والمواطنين بالشكل الذي يجعل المواطن عنصر فاعل في صنع القرار ومساهم رئيسي في رسم السياسات ومحاربة الفساد؛
- تساعد الحكومة الإلكترونية على نقل التقنيات وتوطين التكنولوجيا الحديثة، من خلال تكريس استخدامها كجزء لا يتجزأ من التعاملات اليومية للمواطنين أو للمؤسسات أو الهيئات الحكومية والموظفين؛
- تساهم الحكومة الالكترونية إلى الحد من قنوات الفساد، وبالتالي القضاء على الفساد بدرجات كبيرة؛
- تهدف الدول من خلال الحكومة الإلكترونية إلى زيادة الوعي والثقة في الإنترنت والثقة في الحكومة لا ذلك من المتغيرات الهامة المحددة لسياق التنمية الاجتماعية؛

- تعزيز الحكومة الإلكترونية مشاركة المواطنين والفاعلين في صنع القرار، بما يخلق درجات عالية من الشفافية؛
- أي تطور في مؤشر الحكومة الإلكترونية لدول معينة يكون ملازم له بشكل أساسي تحسن وتطور مركز هذه الدولة في مؤشر ادراك الفساد، خاصة في الدول العربية.

المراجع العربية

- أحمد سردار عارف، (2011)، الحكومة الإلكترونية ودورها في الحد من ظاهرة الفساد الإداري، صحيفة الكترونية الحوار المتعدد، العدد 2396، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2018/04/06 على الرابط:
<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=249176>
- أمنصوران سهيلة، (2006)، الفساد الاقتصادي وإشكالية الحكم الراشد وعلاقتهما بالنمو الاقتصادي دراسة اقتصادية تحليلية حالة الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير-جامعة الجزائر.
- أبسر خليل إبراهيم، (2012)، دور العلاقات العامة والإعلام في تفعيل أداء الحكومة الإلكترونية (مشروع افتراضي للحكومة الإلكترونية العراقية تطبيقاً على وزارة المالية)، مجلة آداب الفراهيدي (11)، تكريت: العراق.
- حسين بن محمد الحسن، (2009)، الإدارة الإلكترونية بين النظرية والتطبيق، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، معهد الإدارة العامة، المملكة السعودية.
- دبالا جميل محمد الرزي، (2012)، الحكومة الإلكترونية ومعوقات تطبيقها دراسة تطبيقية على المؤسسات الحكومية في قطاع غزة، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية (20)، الجامعة الإسلامية، فلسطين.
- زرار العياشي، (2010)، دور التدقيق الحكومي في مكافحة الفساد وتحقيق الإدارة الرشيدة، الملتقى الوطني الثامن حول مهنة التدقيق في الجزائر-الواقع والآفاق في ضوء المستجدات العالمية المعاصرة : سكيكدة-الجزائر.
- زياد حافظ وآخرون، (2009)، البنية الاقتصادية في الأقطار العربية وأخلاقيات المجتمع، الحلقة النقاشية التي أقامتها المنظمة العربية لمكافحة الفساد، المنظمة العربية لمكافحة الفساد: بيروت-لبنان.
- غزوان حسنة، (2006)، الحكومة الإلكترونية - الطريق إلى العصر، مجلة المعلوماتية (02)، الجمعية العلمية السورية للمعلوماتية، سوريا.
- فايزة ميموني وخليفة مراد، (2009)، السياسة الجنائية للمشرع الجزائري في مواجهة ظاهرة الفساد، مجلة الاجتهاد القضائي (15).
- لطفي علي، (2007)، الحكومة الإلكترونية بين النظرية والتطبيق العملي، المؤتمر السادس للحكومة الإلكترونية (الإدارة العامة الجديدة والحكومة الإلكترونية)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الإمارات.
- محمد بدر سنوسي، (2004)، معايير قياس دور وتأثير الحكومة الإلكترونية في التنمية الإدارية، المؤتمر العلمي السنوي التاسع آفاق التنمية الإدارية والإصلاح الإداري في الألفية الثالثة ودور أكاديمية السادات للعلوم، أكاديمية السادات للعلوم، مصر.
- محمد حجاز، الفساد في الدول العربية وفرة الجهات الرقابية والقوانين...وانعدام المساءلة والمحاسبة، نشرة قضايا الإصلاح الاقتصادي، مطبوعات مركز المشروعات الدولية الخاصة، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2018/03/25 على الرابط:
<https://www.cipe-arabia.org/index.php/around-the-world/mena/985-2012-01-07-17-03-17>
- محمد حسن دخيل، (2009)، إشكاليات التنمية الاقتصادية المتوازنة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان.
- محمود القدوة، (2010)، الحكومة الإلكترونية والإدارة المعاصرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- محمود حسين الوادي، (2010)، تنظيم الإدارة المالية من أجل ترشيد الإنفاق الحكومي ومكافحة الفساد، دار صفاء للنشر والتوزيع: عمان-الأردن.
- المنظمة العربية لمكافحة الفساد، (مارس 2010)، من المسؤول عن ظاهرة الفساد، نشرة الشفافية (05)، لبنان.
- نواف سالم كنعان، (جانفي 2008)، الفساد الإداري المالي أسبابه، آثاره، وسائل مكافحتها، مجلة الشريعة والقانون (33).

- حوالي 3 تريليونات دولار سنوياً خسائر الدول من أنشطة تحالف السلطة ولصوص المال العام في الدول النامية، أرقام وإحصائيات المنظمة العربية لمكافحة الفساد، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2018/03/28 على الرابط <http://www.arabanticorruption.org>.
- هشام يحيى، مراجعة لمؤشر مدركات الفساد لعام 2010، المنظمة العربية لمكافحة الفساد، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2018/04/05 على الرابط <http://www.arabanticorruption.org/images/rv-cpi-2010.doc>.

المراجع الإنجليزية

- Hassan Behzadi, Alireza Isfandyari-Moghaddam and Majideh Sanji, (2012), E-government portals: a knowledge management study, The Electronic Library (30), Emerald Group Publishing Limited, United Kingdom, p90.

العوامل المؤثرة في مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية بالتطبيق على الشركات المدرجة بسوق العراق للأوراق المالية

الباحث احمد وجيه الدباغ
كلية المعارف الجامعة - العراق

الباحثة إنصاف محمود دلال باشي
جامعة الموصل - العراق

ملخص:

هدفت هذه الورقة البحثية أساساً إلى دراسة أسباب اختلاف مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية فيما بين الشركات، وأختيرت الشركات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية والتي تمارس النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية، وتم تحديد أهم أربعة عوامل يمكن أن تؤثر في مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية، وبناء على الدراسات السابقة، فإن هذه العوامل هي الحجم والربحية والمديونية وطبيعة النشاط. وتبين من خلال النتائج أن لتلك العوامل تأثير على مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية للشركات عينة الدراسة، مع اختلاف نسبة التأثير لكل عامل منهم، فكان لحجم الشركة التأثير الأكبر وللربحية التأثير الأقل.

كلمات مفتاحية: النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية، العوامل المؤثرة.

المقدمة

تلعب التطورات التقنية التي تشهدها بيئة عمل منشآت الاعمال دوراً هاماً في طبيعة انجاز مهام تلك المنشآت سواء تلك المتعلقة بأعمالها اليومية، أو حتى تلك المتعلقة بالافصاح المالي ونشر التقارير المالية السنوية، وكذلك الطريقة التي تتصل بها الشركات مع عملائها وأصحاب المصلحة الآخرين - أي عملياتها الخارجية ، فبالنسبة لعمليات الشركة الداخلية استخدم الحاسوب لجعل تلك العمليات أكثر كفاءة وفاعلية من خلال عمليات معالجة البيانات واستخراج المعلومات ، وبنفس الوقت استخدم الانترنت لزيادة عدد مستخدمي تلك المعلومات من خلال النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية من قبل العديد من الشركات ضمن مستويات مختلفة باختلاف الشركات ، متأثرة بحجم الشركة والربحية والمديونية ونوع النشاط ، مما دعا إلى ضرورة وجود تفسيرات منطقية لأثر تلك العوامل على مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية ، والحد من تباين المعلومات المنشورة الكترونياً بين الشركات سواء من حيث الكم أو النوع

مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث باختلاف مستويات النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية فيما بين الشركات وخاصة غير المدرجة بأسواق المال ، مما يصعب معه إمكانية مقارنة المعلومات المنشورة لغرض تقييم الأداء واتخاذ القرارات ، وعليه يمكن تحديد مشكلة البحث من خلال التساؤلات الآتية :

- هل لحجم الشركة تأثير على مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية ؟
- هل لربحية الشركة تأثير على مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية ؟
- هل لمديونية الشركة تأثير على مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية ؟
- هل لنوع نشاط الشركة تأثير على مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية ؟

أهمية البحث

تتجلى أهمية البحث من خلال: توسيع المساحة المعرفية لموضوع النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية باعتباره أحد الجوانب الحديثة في المحاسبة المالية ، ومن أهمية وجود معلومات محاسبية يسهل مقارنتها فيما بين الشركات دون اختلاف كبير في المستويات. وتتمثل

الأهمية التطبيقية لهذا البحث في بيان مدى تأثير كل من حجم الشركة، وربحية الشركة ومديونية الشركة وطبيعة عمل الشركة على مستوى النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية، بالإضافة الى تقديم معلومات لمستخدمي القوائم والتقارير المالية يمكن الاستفادة منها في اتخاذ القرارات الاستثمارية.

اهداف البحث

- تسليط الضوء على مفهوم النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية ومراحل تطوره وأهميته.
- بيان مدى تأثير حجم الشركة على مستوى النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية.
- بيان مدى تأثير ربحية الشركة على مستوى النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية.
- بيان مدى تأثير مديونية الشركة على مستوى النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية.
- بيان مدى تأثير نوع نشاط الشركة على مستوى النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية.
- معرفة السبب الحقيقي لاختلاف مستوى النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية فيما بين الشركات ، وإيجاد الحلول لها

فرضية البحث

- إن لحجم الشركة تأثير على مستوى النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية.
- إن لربحية الشركة تأثير على مستوى النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية .
- إن لمديونية الشركة تأثير على مستوى النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية
- إن لنوع نشاط الشركة تأثير على مستوى النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية

منهجية البحث

تم استخدام المنهج الوصفي في استعراض الجانب النظري من خلال الاستعانة بالمراجع الأجنبية ، والمنهج التحليلي في استعراض الجانب التطبيقي للدراسة من خلال أسلوب تحليل المحتوى لمواقع الشركات عينة الدراسة والمواقع الأخرى ، والذي يقوم على تجميع البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة ، ومن ثم تحليل نتائج الدراسة إحصائياً باستخدام برنامج SPSS ، ومحاولة تقديم بعض التفسيرات العملية والنظرية لتلك النتائج .

خطة البحث

لتحقيق هدف البحث والوصول إلى فرضيته تم تقسيم البحث الى ثلاثة مباحث ، تناول المبحث الأول منها موضوع " النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية " بمفهومه ومراحل تطوره وأدواته ودوافع استخدامه ، أما المبحث الثاني ناقش موضوع " العوامل المؤثرة في مستوى النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية " ، ثم يأتي المبحث الثالث ليربط بين المبحثين السابقين من خلال الدراسة التطبيقية في سوق العراق للأوراق المالية. ومن المهم ملاحظة أن الباحث لم يعرض الدراسات السابقة التي اعتمد عليها الباحث في استنباط فرضيات الدراسة أو التأصيل النظري لموضوع الدراسة؟؟؟

المبحث الأول - النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية

أولاً - مفهوم النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية

نما الاستخدام التجاري لشبكة الإنترنت بوتيرة هائلة على مدى العقدين الماضيين ، فقد تطور من لا شيء إلى أن وصل على ما هو عليه الآن ، حيث أن عددا قليلا جدا من الشركات لا يكون لديها نوعا من الاتصال أو الوجود على شبكة الانترنت ، واحدة من أكثر مناطق النمو السريع

للإنترنت هو World Wide Web التي تتيح للمستخدمين الوصول إلى معلومات الشركة والتي تحتوي على خليط من الوسائط المتعددة من النصوص، والرسومات، والصوت، والفيديو في موقع واحد يمكن الوصول والاستخدام من قبل الجميع تقريباً، وقد تم استخدام هذه التقنية بنجاح لمختلف أشكال الاتصالات التجارية، ولاسيما لأغراض تسويق المنتجات / الخدمات، ومع ذلك، فإن لديها إمكانات لاستخدامها في مجالات أخرى، واحدة من هذه المجالات هو توفير معلومات الشركات على شبكة الإنترنت لهذا الغرض بسبب التوسع السريع للشركات (Lymer & Tallberg, 1997, 1). ويُعرف النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية بأنه استخدام موقع الشركة في نشر المعلومات المتعلقة بالأداء المالي للشركة (Hunter and Smith, 2009, 2)

ثانيا - مراحل تطور النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية

هنالك ثلاث مراحل لتطور النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية، وهي: (Hanafi and other, 2009, 60)

- المرحلة الأولى: ينطوي على وجود موقع للشركة على الإنترنت.
- المرحلة الثانية: يستخدم الإنترنت كوسيلة لتوصيل المعلومات المالية.
- والمرحلة الثالثة: يعني استخدام أكثر تقدماً لتقنية الإنترنت، بما في ذلك عرض الوسائط المتعددة، التسجيل والمشاركة على شبكة الإنترنت، والتصويت في الجمعية العمومية، تنسيق التجارة والتسويق، واستخدام لغة xbrl لأعداد التقارير المالية.

ثالثاً - أدوات النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية

إن قرار الشركة بشأن اختيار تقنية الهندسة المعمارية من أجل تصميم بناء الشركة بشكل جيد يجب أن يكون مرتبطاً بقرار التصميم التنظيمي للشركة من حيث استخدام التقنية في أعمالها ولاسيما الأعمال المحاسبية، إذ إن تقنية المعلومات تلعب دوراً كبيراً بالنسبة للأعمال التجارية الحديثة، ولاسيما فيما يتعلق بالمحاسبة التي تغيرت جذرياً من الأعمال اليدوية إلى الأعمال الإلكترونية (Alves, 2010, 103) وعليه فإن أهم أدوات النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية هي:

- الإنترنت
- مجموعة برامج Microsoft Office، وأهمها في مجال النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية (Power, Excel Program, Word Program, Point Program)
- نسق الوثيقة المتنقلة PDF (Portable Document Format)
- لغة تقارير الأعمال الموسعة XBRL
- الصوتيات والفيديو
- الرسومات والأشكال البيانية
- الارتباطات التشعبية
- تحديثات المستثمر
- تحميل البيانات

رابعاً - دوافع استخدام النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية

أثر التطور في تقنية المعلومات والاتصالات بشكل كبير على الممارسات المحاسبية والاتصال المحاسبي، ومؤخراً بدأت الشركات تنشر معلوماتها المحاسبية على موقعها الإلكتروني، خاصة في البلدان المتقدمة والنامية على حدٍ سواء، وتستخدم العديد من الشركات الآن مزايا شبكة الإنترنت لنشر المعلومات المحاسبية، وذلك من خلال نشر المعلومات المحاسبية على موقع الشركة والذي يمكن المستخدمين من الوصول إليها بسهولة ويمكنهم من إجراء البحث والتحميل لمعلومات محددة وحسب الرغبة، وحتى مقارنة وتحليل المعلومات بتكلفة

منخفضة وفي الوقت المناسب ، كما يمكن للشركات أن تحدث هذه المعلومات بشكل مستمر وبتكاليف منخفضة ، وعلاوة على ذلك ، فإن النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية يتيح الوصول المتساوي لكافة مستخدمي المعلومات ويقلل من مزايا حصول بعض المستثمرين المؤسسيين ووسطاء المعلومات على المعلومات على حساب المستثمرين العاديين ، وبذلك يمكن أن تصل الشركات إلى المستثمرين المحتملين أكثر مما يستطيعون بوسائل الاتصال التقليدية الأخرى (Turel, 2010, 94) وعليه فإن هنالك مجموعة من الدوافع المحتملة لاستخدام النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية وهي : (FASB, 2000, 1)

- تخفيض التكلفة والوقت اللازم لنشر المعلومات المحاسبية.
- التواصل مع مستخدمي معلومات جدد.
- استكمال ممارسات الإفصاح التقليدي.
- زيادة كمية ونوعية المعلومات المنشورة.
- إمكانية الوصول إلى المستثمرين المحتملين للشركات الصغيرة.

المبحث الثاني - العوامل المؤثرة في مستوى النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية

هنالك مجموعة من العوامل المؤثرة في مستوى النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية وهي:

- أولاً - حجم الشركة - عادة ما تتبنى الشركات كبيرة الحجم للنشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية أكثر من الشركات الصغيرة ويعود ذلك لعدة أسباب منها : (Gandía , 2004 , 73) (Brennan & Hourigan , 2000 , 5) (Celik, et. al. , 2006 , 10)
 - للتقليل من تكاليف الوكالة - والناجمة عن مراقبة أصحاب الملكية لتصرفات الإدارة - وعادةً ما تكون تلك التكاليف أكبر كلما كُبر حجم الشركة وتعقدت عملياتها ، ويعالج النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية جزءاً كبيراً من تلك المشكلة بتخفيض تكاليف الوكالة.
 - تكاليف النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية بالنسبة للشركات الكبيرة أقل من الشركات الصغيرة باعتبار أن معظم تكاليف النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية تكاليف ثابتة ، إذ يتضح أن هناك علاقة ارتباط طردية بين حجم الشركة ويمثله القيمة السوقية لأصولها وبين النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية ، ولهذه العلاقة ما يُبررها منطقياً ، فالشركات كبيرة الحجم أقدر مالياً وإدارياً على تكلفة إقامة موقع على شبكة الإنترنت واستخدامه في عملية النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية ، مما يعود عليها بالمنافع التي تفوق تلك التكلفة.
 - كلما كُبر حجم الشركة وتعددت أقسامها وفروعها كلما ازدادت المعلومات المحاسبية الناتجة عنها ، والذي يتطلب قنوات إفصاح حديثة من أجل السيطرة على الكم الكبير من المعلومات ، وهذا لا تلبيه قنوات الإفصاح التقليدية.
 - إن الشركات الكبيرة لديها حاجة أكبر للإفصاح لتداول أسهمها على نطاق أوسع ، أما الشركات الصغيرة قد تكون أكثر تردداً في الإفصاح من خلال النشر الإلكتروني ؛ لأن هذا قد يؤدي إلى ضرر تنافسي.
 - عادة ما تكون الشركات كبيرة الحجم شركات متعددة الجنسيات وذات ملكية لأفراد في دول عديدة وتكون الشركة مدرجة بأكثر من بورصة ، الأمر الذي يجعل من النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية ضرورة لحل مشكلة عدم تماثل المعلومات بين شريحة واسعة من المهتمين بتلك الشركة وسهولة الوصول إلى معلوماتها.
- ثانياً - ربحية الشركة - إن ربحية الشركة يكون حافزاً قوياً يدفع بالشركات لممارسة النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية ، وهذا يعني أن الإدارة مستعدة لتقديم معلومات أكثر عندما يكون أداؤها جيد وليس عند الأداء السيئ ، وعليه فإن الشركات التي تحقق نتائج جيدة أكثر هي استعداداً لتطبيق النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية من الشركات التي تعاني الفشل في العمليات أو التي تتكبد خسائر ، لأن أداء الشركة له أثر إعلامي على حد سواء أسواق الأوراق المالية والشركات المنافسة ، وأنه في مثل هذه الحالات تكون الإدارة حريصة على زيادة ثقة المساهمين ، أما الشركات الخاسرة فهي تتجنب استخدام النشر

الالكتروني للتقارير والقوائم المالية مفضلين بذلك تقييد وصول المستخدمين إلى المعلومات المحاسبية للحد من احتمال المسؤولية القانونية كما في حالة وجود خسائر كبيرة بشكل غير متوقع (Gaze , 2010 , 19)

- ثالثاً - مديونية الشركة "الرفع المالي" - كلما ازدادت الرافعة المالية للشركة كانت أكثر رغبةً في تبني موضوع النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية من أجل طمأنة الدائنين على قدرة الشركة في الوفاء بتعهداتها تجاههم (Gandía , 2004 , 74) لأن تكاليف الوكالة أعلى بالنسبة للشركات ذات نسب الديون المرتفعة في هيكل رأسمالها ، و يكون للمدراء - الذين يتصرفون نيابة عن المساهمين - حوافز أكبر لنقل الثروة من المقرضين ، وكلما ازدادت قوة الرفع فإن حاجة المساهمين والمقرضين إلى المعلومات تزداد من أجل تقييم مدى التزام الشركة بتعهداتها تجاه المقرضين برد أموالهم وتجاه المساهمين بتحقيق أرباح أكبر ، إن هذا يشير إلى وجود علاقة طردية بين النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية وقوة الرفع (6, Brennan & Hourigan , 2000) لذا اقترحت بعض الدراسات (Bonsón & Escobar , 2001, 31) أنه يمكن للشركات أن تقلل من تكلفة رأس المال من خلال توفير معلومات أكثر مصداقية لمستخدمي المعلومات وبالتالي زيادة المديونية وتخفيض تكلفة رأس المال ، ومع ذلك فإن هذا الأمر محكوم بعوامل أخرى مثل نظرية الوكالة والعلاقة بين التكاليف والمنافع بالنسبة للمعلومات التي تُنشر إلكترونياً
- رابعاً - نوع القطاع الذي تنتمي إليه الشركة "طبيعة النشاط" - نوع القطاع له تأثير في تبني النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية من قبل الشركة بسبب طبيعة المنتجات ، فبعض القطاعات مثل - تقنية المعلومات ، الصحة ، صناعة السيارات - من المحتمل أن تكون أكثر رغبة تجاه النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية للتمييز عن الشركات المنافسة في بعض الصناعات الأخرى (Gandía , 2004 , 74) وان تلك الشركات لا تقوم فقط بالنشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية وإنما تقوم بالإبداع في هذا المجال باستخدام الأدوات التقنية التي تجعل المعلومات أكثر فهماً وأكثر تواتراً (107, Celik, et. al. , 2006) ومن المتوقع أن الشركات في القطاع المالي تكون أيضاً أكثر مشاركة في الأنشطة على شبكة الإنترنت من الشركات في القطاعات الأخرى لتلبية طلبات العملاء الدوليين من مؤسسات وأفراد (7, Xiao, et. al., 2004) إذ إن القطاع المالي هو من أعلى القطاعات من حيث كمية المعلومات المنشورة إلكترونياً ، لأن القطاع المالي جهاز بالغ الأهمية وهو أهم مصدر لتمويل معظم الشركات وأكثر تنظيماً من أي قطاع آخر (20, Alnodel & Hussainey , 2006)

المبحث الثالث - الجانب التطبيقي

أولاً - مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة بالشركات المدرجة بسوق العراق للأوراق المالية والبالغ عددها 120 شركة ضمن 9 قطاعات مختلفة ، والتي تم على أساسها اختيار جميع الشركات التي تملك موقع الكتروني وتستخدم النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية.. وتمثل عينة الدراسة في 39 شركة موزعة على القطاعات الاقتصادية المختلفة كالتالي.

جدول 1: عينة الدراسة

القطاع	العدد
المصارف	28
التأمين	2
الخدمات	1
الصناعة	3
الزراعة	2
الاتصالات	1
التحويلات المالية	2
المجموع	39

ثانيا - مصدر البيانات

تؤخذ البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة من موقع الشركات عينة الدراسة ومواقع الأطراف الخارجية التي تزود معلومات موثوقة عن الشركات عينة الدراسة وهي سوق العراق للأوراق المالية وهيئة الأوراق المالية العراقية ، وهي كالأتي بالنسبة لمتغيرات الدراسة :

- مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية : يُعتمد على مواقع الشركات عينة الدراسة فقط ، حيث تهمل المعلومات المنشورة خارج موقع الشركة بالنسبة لمستوى النشر الالكتروني (لان المعلومات المنشورة بموقع السوق تقريبا موحدة لكل الشركات بموجب قانون السوق ولا تمثل حرية الشركة في ممارسة النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية ، وبالتالي لا نعبر عن مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية بتلك المواقع عن وجود عوامل مؤثرة فيه) مع عدم إغفال أن النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية يمكن إن يتم بوجود أو بعدم وجود موقع الكتروني للشركة من خلال المواقع الخارجية ، إلا أننا الآن بصدد تحديد العوامل المؤثرة في مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية والتي تعتمد على حرية الشركة في عملية النشر من خلال موقعها وليس بشكل إلزامي من خلال السوق المدرجة به وموقعه الالكتروني الذي يوفر معلومات قد لا تتوفر بموقع الشركة نفسها إن كان لها موقع أصلا
- أما بالنسبة للعوامل المؤثرة في مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية : فكان مصدرها الأساس هو سوق العراق للأوراق المالية وهيئة الأوراق المالية العراقية

ثالثا - متغيرات الدراسة

- المتغير المستقل : ويتضمن العوامل المؤثرة في مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية ، ممثلا بأربع متغيرات مستقلة هي :
 - الحجم : يتم تحديد حجم الشركة من خلال إجمالي موجوداتها ،
 - والربحية : يتم تحديد ربحية الشركة من خلال العائد على السهم (صافي الربح / عدد أسهم الشركة)،
 - والمديونية : يتم تحديد مديونية الشركة من خلال درجة الرفع المالي (إجمالي المطلوبات / إجمالي حقوق الملكية)،
 - وطبيعة النشاط : يتم تحديد طبيعة نشاط الشركة من خلال القطاع المالي (1) وقطاعات أخرى (0) ، والجدول التالي يوضح تلك المتغيرات المستقلة للشركات عينة الدراسة
- المتغير التابع : ويعبر عن مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية ، ويتحدد ب(26) سمة مع سماتها الفرعية (124) سمة (موضح بملحق البحث) ، هي كالأتي :

جدول 2: العوامل المؤثرة في مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية. المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على معلومات المواقع الالكترونية

القطاع	الشركة	الحجم (بالآلاف) رمز العملة	الربحية	المديونية	النشاط
مصارف	مصرف آشور الدولي للاستثمار	374710708	0.058	48%	1
	مصرف بابل	344486645	0.029	29%	1
	مصرف بغداد	1200424117	0.08	324%	1
	مصرف جيهان للاستثمار والتمويل الإسلامي	661563855	0.085	109%	1
	المصرف التجاري العراقي	423819261	0.08	50%	1
	مصرف دجلة والفرات للتنمية والاستثمار	349781433	0.35	109%	1
	مصرف إيلاف الإسلامي	403270912	0.017	55%	1
	مصرف الخليج التجاري	802022034	0.019	152%	1

1	99%	0.04	577870247	مصرف الاستثمار العراقي	
1	140%	0.06	654596192	مصرف التنمية الدولي للاستثمار والتمويل	
1	71%	0.027	447196700	المصرف العراقي الإسلامي	
1	132%	0.047	633833084	مصرف الشرق الأوسط للاستثمار	
1	19%	0.001	299209633	مصرف نور العراق الإسلامي للاستثمار	
1	72%	0.11	959325675	مصرف كردستان	
1	54%	0.014	410055008	مصرف الموصل للتنمية والاستثمار	
1	283%	0.051	1104063814	مصرف المنصور	
1	128%	0.08	649622623	المصرف الوطني الإسلامي	
1	101%	0.094	578847033	المصرف الأهلي العراقي	
1	158%	-0.018	850433998	مصرف الشمال	
1	9%	-0.01	266814000	مصرف القابض	
1	67%	0.018	513382999	مصرف الائتمان العراقي	
1	143%	0.5	631686511	مصرف الإقليم التجاري للاستثمار والتمويل	
1	31%	0.012	351772887	مصرف سومر	
1	50%	0.06	415850976	مصرف عبر العراق للاستثمار	
1	63%	0.003	527820770	مصرف المتحد للاستثمار	
1	141%	-0.003	631419566	مصرف الاتحاد العراقي	
1	3%	0.002	258755730	مصرف العالم الإسلامي	
1	2%	-0.002	254021416	زين العراق	
0	30%	-0.018	3556938	الأهلية للتأمين	تأمين
0	5%	0.028	2055896	الخليج للتأمين	
0	22%	0.022	20892017	المعمورة للاستثمارات العقارية	الخدمات
0	11%	0.12	263576845	بغداد للمشروبات الغازية	الصناعة
0	2%	-0.15	10704829	الأصباغ الحديثة	
0	78%	-0.07	6454923	الوطنية للصناعات الكيماوية	
0	445%	0.58	135967820	العراقية لإنتاج البذور	الزراعة
0	321%	-0.01	8672715	الحديثة للإنتاج الحيواني	
0	60%	0.09	3374956000	اسياسيل للاتصالات	الاتصالات
0	17%	0.004	53811073	الطيب للتحويل المالي	التحويل المالي
0	0.05%	0.001	45494142	النبال للتحويل المالي	

السمات الرئيسية لمستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية

- | | |
|---------------------------|------------------------------------|
| (14) تقرير مجلس الإدارة | (1) قائمة الدخل |
| (15) نشرات صحفية وإخبارية | (2) قائمة المركز المالي |
| (16) تنبؤات مستقبلية | (3) قائمة التدفقات النقدية |
| (17) المسؤولية الاجتماعية | (4) قائمة التغيرات في حقوق الملكية |
| (18) أرشيف المعلومات | (5) إيضاحات حول البيانات |
| (19) تحديثات المستثمر | (6) أهم النسب المالية |
| (20) الاتصال بنا | (7) المعلومات الخاصة بالأسهم |
| (21) تعدد لغات العرض | (8) المعلومات المقارنة |
| (22) برمجيات العرض | (9) تقرير المدقق الخارجي |

- (10) حوكمة الشركات
(11) إدارة المخاطر
(12) من نحن/ نبذة مختصرة
(13) معلومات أخرى
(23) الارتباطات التشعبية
(24) الوسائل التوضيحية المساعدة
(25) التحكم بالمعلومات "التفاعلية"
(26) صحة المعلومات

والجدول التالي (3) يوضح المتغير التابع للشركات عينة الدراسة

جدول 3-أ نتائج مستويات النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية للشركات عينة الدراسة. المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على المواقع الالكترونية للشركات عينة الدراسة

الشركة	عدد السمات المدروسة	عدد السمات المنشورة الكترونياً	نسبة السمات المنشورة الكترونياً %
مصرف آشور الدولي للاستثمار	26	11	42
مصرف بابل	26	3.9	15
مصرف بغداد	26	11.7	45
مصرف جيهان للاستثمار والتمويل الإسلامي	26	4.4	17
المصرف التجاري العراقي	26	8.4	32
مصرف دجلة والفرات للتنمية والاستثمار	26	2.3	9
مصرف إيلاف الإسلامي	26	1.3	5
مصرف الخليج التجاري	26	11	42
مصرف الاستثمار العراقي	26	9	35
مصرف التنمية الدولي للاستثمار والتمويل	26	5.8	22
المصرف العراقي الإسلامي	26	10	38
مصرف الشرق الأوسط للاستثمار	26	11	42
مصرف نور العراق الإسلامي للاستثمار	26	3.7	14
مصرف كردستان	26	8.9	34
مصرف الموصل للتنمية والاستثمار	26	6.5	25
مصرف المنصور	26	4.3	17
المصرف الوطني الإسلامي	26	11.9	46

جدول 3-ب: نتائج مستويات النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية للشركات عينة الدراسة. المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على المواقع الالكترونية للشركات عينة الدراسة

الشركة	عدد السمات المدروسة	عدد السمات المنشورة الكترونياً	نسبة السمات المنشورة الكترونياً %
مصرف الشرق الأوسط للاستثمار	26	11	42
مصرف نور العراق الإسلامي للاستثمار	26	3.7	14
مصرف كردستان	26	8.9	34
مصرف الموصل للتنمية والاستثمار	26	6.5	25
مصرف المنصور	26	4.3	17
المصرف الوطني الإسلامي	26	11.9	46
المصرف الأهلي العراقي	26	8.7	33

22	5.7	26	مصرف الشمال
6	1.6	26	مصرف القابض
29	7.5	26	مصرف الائتمان العراقي
28	7.2	26	مصرف الإقليم التجاري للاستثمار والتمويل
6	1.5	26	مصرف سومر
37	9.7	26	مصرف عبر العراق للاستثمار
7	1.8	26	مصرف المتحد للاستثمار
5	1.4	26	مصرف الاتحاد العراقي
7	1.8	26	مصرف العالم الإسلامي
7	1.9	26	زين العراق
5	1.3	26	الأهلية للتأمين
4	1.1	26	الخليج للتأمين
20	5.3	26	المعمورة للاستثمارات العقارية
7	1.9	26	بغداد للمشروبات الغازية
4	1.1	26	الأصباغ الحديثة
5	1.4	26	الوطنية للصناعات الكيماوية
7	1.9	26	العراقية لإنتاج البذور
7	1.8	26	الحديثة للإنتاج الحيواني
33	8.6	26	اسيا سيل للاتصالات
5	1.2	26	الطيف للتحويل المالي
8	2	26	النبال للتحويل المالي

رابعاً – النتائج

بعد الحصول على البيانات المتعلقة بالمتغيرات المستقلة والمتغير التابع ، يتم إخضاعها للتحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS باستخدام معامل الارتباط والانحدار الخطي المتعدد وتحليل التباين للتأكد من تحقق أو عدم تحقق فرضيات الدراسة ، وكالاتي :

جدول 4: Regression Statistics . المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات المتغيرات والمعالجة الإحصائية

التحليل الإحصائي	المتغيرات المستقلة				R Square
	النشاط	المديونية	الربحية	الحجم	
Multiple R	0.45	0.18	0.11	0.46	
R Square	0.20	0.035	0.012	0.21	
P-value	0.003	0.24	0.49	0.003	
t Stat	3.09	1.17	0.68	3.16	

جدول 5: ANOVA. المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات المتغيرات والمعالجة الإحصائية

ANOVA (الحجم)

Significance F	F	MS	SS	Df	
0.003112869	10.00645874	1667.306557	1667.306557	1	Regression
		166.6230383	6165.052417	37	Residual

ANOVA (الربحية)

Significance F	F	MS	SS	df	
0.498169836	0.468003286	97.83200107	97.83200107	1	Regression
		209.0412695	7734.526973	37	Residual

ANOVA (المديونية)

Significance F	F	MS	SS	df	
0.249148281	1.370869245	279.8253009	279.8253009	1	Regression
		204.1225317	7552.533673	37	Residual

ANOVA (النشاط)

Significance F	F	MS	SS	df	
0.003753478	9.569981249	1609.524559	1609.524559	1	Regression
		168.1847139	6222.834416	37	Residual

جدول 6: المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات المتغيرات والمعالجة الإحصائية

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الحجم	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
2	النشاط	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
a. Dependent Variable: النشر			

الفرضية الأولى :

تُظهر نتائج التحليل باستخدام معامل الارتباط (Multiple R) وجود علاقة طردية (0.46) بين حجم الشركة ومستوى النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية ، وان قيمة (P-value = 0.003) وهي اقل من (0.05) وعليه فان بيانات المتغير التابع لا تتبع التوزيع الطبيعي ، بمعنى ان الارتباط ذو دلالة او معنوية عالية بين حجم الشركة ومستوى النشر الإلكتروني ، كما ان قيمة معامل التحديد (R Square) هي (0.21) بمعنى ان 21% من الزيادة في مستوى النشر الإلكتروني هو ناتج عن زيادة حجم الشركة ، وان قيمة (F المحسوبة) اكبر من (F الجدولية) عليه نقبل الفرض البديل وهو وجود تأثير لحجم الشركة على مستوى النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية ، ومن خلال الجدول رقم (4) نتأكد بان حجم الشركة عنصر مؤثر في مستوى النشر

الفرضية الثانية :

تُظهر نتائج التحليل باستخدام معامل الارتباط (Multiple R) وجود علاقة طردية (0.18) بين مديونية الشركة ومستوى النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية ، ولكنها علاقة ضعيفة بدليل ان قيمة (P-value = 0.24) وهي اكبر من (0.05) بمعنى ان بيانات المتغير التابع تتبع التوزيع الطبيعي ، أي ان الارتباط ليس ذو دلالة او معنوية بين مديونية الشركة ومستوى النشر الإلكتروني ، كما ان قيمة معامل التحديد (R Square) هي (0.03) بمعنى ان 3% من الزيادة في مستوى النشر الإلكتروني هو ناتج عن زيادة مديونية الشركة ، وان قيمة (F المحسوبة)

اصغر من (F الجدولية) عليه نقبل الفرض الصفري وهو عدم وجود تأثير لمديونية الشركة على مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية ، ومن خلال الجدول رقم (4) نتأكد بان مديونية الشركة عنصر غير مؤثر في مستوى النشر

الفرضية الثالثة :

تُظهر نتائج التحليل باستخدام معامل الارتباط (Multiple R) وجود علاقة طردية (0.11) بين ربحية الشركة ومستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية ، ولكنها علاقة ضعيفة بدليل ان قيمة (P-value = 0.49) وهي اكبر من (0.05) بمعنى ان بيانات المتغير التابع تتبع التوزيع الطبيعي ، أي ان الارتباط ليس ذو دلالة او معنوية بين ربحية الشركة ومستوى النشر الالكتروني ، كما ان قيمة معامل التحديد (R Square) هي (0.01) بمعنى ان 1% من الزيادة في مستوى النشر الالكتروني هو ناتج عن زيادة ربحية الشركة ، وان قيمة (F المحتسبة) اصغر من (F الجدولية) عليه نقبل الفرض الصفري وهو عدم وجود تأثير لربحية الشركة على مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية ، ومن خلال الجدول رقم (4) نتأكد بان ربحية الشركة عنصر غير مؤثر في مستوى النشر

الفرضية الرابعة :

تُظهر نتائج التحليل باستخدام معامل الارتباط (Multiple R) وجود علاقة طردية (0.45) بين نشاط الشركة ومستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية ، وان قيمة (P-value = 0.003) وهي اقل من (0.05) وعليه فان بيانات المتغير التابع لا تتبع التوزيع الطبيعي ، بمعنى ان الارتباط ذو دلالة او معنوية عالية بين نشاط الشركة ومستوى النشر الالكتروني ، كما ان قيمة معامل التحديد (R Square) هي (0.20) بمعنى ان 20% من الزيادة في مستوى النشر الالكتروني هو ناتج عن تغير نشاط الشركة ، وان قيمة (F المحتسبة) اكبر من (F الجدولية) عليه نقبل الفرض البديل وهو وجود تأثير لنشاط الشركة على مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية ، ومن خلال الجدول رقم (5) نتأكد بان نشاط الشركة عنصر مؤثر في مستوى النشر

الاستنتاجات :

اهم استنتاجات الدراسة تتمثل فيما يأتي:

- يتفاوت مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية للشركات عينة الدراسة ، مما يؤيد وجود عوامل تؤثر في ذلك ، وقد أثبتتها النتائج المستخرجة بتحقيق فرضيتي الدراسة الاولى والرابعة من خلال تأثير حجم ونشاط الشركة على مستوى النشر الالكتروني
- لم تتحقق فرضيتي الدراسة الثانية والثالثة من خلال عدم وجود تأثير لمديونية وربحية الشركة على مستوى النشر الالكتروني
- اعتلى القطاع المالي أعلى المستويات بالنسبة لمستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية مقارنة بالقطاعات الأخرى للسوق والعينة على حد سواء
- إن نسبة 33% من الشركات المدرجة بالسوق تمتلك موقع الكتروني وتستخدم النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية ، ونسبة 67% منها لا تملك الموقع الالكتروني ، ويُعتمد في الحصول على معلوماتها من خلال موقع سوق العراق للأوراق المالية الالكتروني والذي تستخدمه مواقع أخرى كمصدر لنشر نفس المعلومات أو الإضافة إليها من خلال النسب المالية المستخرجة منها والمعتمدة كمصدر للمعلومات الإضافية

التوصيات

أهم ما اوصت به الدراسة يتمثل فيما يأتي:

- من الضروري أن تعمل إدارة بورصة الأوراق المالية على الحد من تباين المعلومات المنشورة الكترونياً بين الشركات سواء من

حيث الكم أو النوع، من خلال إصدار النشرات التوجيهية وحتى المعايير التي تنظم هذه الممارسة على المستويين المحلي والعالمي من خلال المنظمات المهنية

- يقع على عاتق مهنتي المحاسبة والتدقيق دور مهم للحد من الاختلاف في مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية، من خلال دورهما في التعريف بهذه الممارسة المهمة وفوائدها لمعدي ومستخدمي المعلومات
- يجب على الشركات الالتزام بمستوى مقبول من النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية، يوضح الحد الأدنى لمعلوماتها الأساسية والذي يبنى عليه قرار مستخدمي المعلومات، وبكل حرية ومن دون إلزام الجهات المنظمة للسوق وغيرها
- مواصلة البحث العلمي فيما يخص العوامل التي تؤثر في مستوى النشر الالكتروني للتقارير والقوائم المالية، وتقديم الحلول الممكنة للحد من الاختلاف في مستوياته

المصادر:

A - Official documents and publications :

- Financial Accounting Standard Board, (2000), _Electronic Distribution of Business Reporting Information, Business Reporting Research Project (BRRP) , Financial Accounting Standard Board, Retrieved July 16, 2006

B - Journals :

- Alves , Maria do Céu Gaspar , 2010 , Information Technology roles in Accounting Tasks — A Multiple-case Study , International Journal of Trade, Economics and Finance, Vol. 1, No. 1
- Bonsón , Enrique & Escobar , Tomás , (2001) , A Survey on Voluntary Disclosure on the Internet- Empirical Evidence from 300 European Union Companies , The International Journal of Digital Accounting Research , Vol. 2, No. 1
- Brennan, Niamh & Hourigan, Denis ,(2000) , Corporate reporting on the internet by Irish companies , Irish Accounting Review, Vol. 7, No. 1
- Celik , Orhan & Ecer , Alaattin and Karabacak , Hakan , (2006) , Impact of Firm Specific Characteristics on the Web Based Business Reporting: Evidence from the Companies Listed in Turkey , Problems and Perspectives in Management / Vol. 4, Is. 3
- Gandía , Juan . L , (2004) , Intangibles Disclosure Information on Internet by Multinational Corporations , The International Journal of Digital Accounting Research , Spain , Vol. 3, No.5
- Hanafi , Siti Rosmaini Bt Mohd , Kasim , Mohd Ariff Bin , Ibrahim , Muhd Kamil Bin , Hancock , Dawson R. , (2009)"Business Reporting on the Internet : Development of a Disclosure Quality Index " International Journal of Business and Economics , Vol. 8, No. 1, p 55-79 , January 1
- Hunter1 S. A; smith1 L1 M. (2009). "Impact of Internet financialReporting on Emerging Markets"1 Journal of International Business Research1 Vol 81 No 21 pp21-40.
- Turel , Asli (2010) , The Expectation Gap in Internet Financial Reporting: Evidence from an Emerging Capital Market , Middle Eastern Finance and Economics , Issue 8
- Xiao, J.Z., Yang, H. and Chow, C.W. (2004) , The determinants and characteristics of voluntary internet-based disclosures by listed Chinese companies , Journal of Accounting & Public Policy , Vol. 23 No. 3

C - Conferences :

- Alnodel , Ali & Hussainey , Khaled , (2006) , Corporate Governance Online Reporting by Saudi Companies: A Sector Specific Analysis , This paper is a preliminary draft prepared for the Role of Accounting Information in Activating Stock Market Conference at King Saud University, Saudi Arabia, 5-6 December
- Gaze , b. , (2010) , Determinants of Internet Financial Reporting in Emerging Economies: A Study of Listed Companies in the United Arab Emirates , Paper submitted for presentation at the 2010 AFAANZ Annual Conference, Christchurch, New Zealand, 3-6 July
- Lymer , Andrew & Tallberg , Anders , (1997) Corporate Reporting and the Internet - a survey and commentary on the use of the WWW in corporate reporting in the UK and Finland , Paper presented at EAA'97, Graz, Austria. April 23-25th.

جدول 5: سمات المؤشر الرئيسية والفرعية. المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على السمات الرئيسية

السمة الرئيسية	السمة الفرعية
قائمة الدخل	قائمة الدخل على أساس ربع سنوي
	قائمة الدخل على أساس سنوي
قائمة المركز المالي	قائمة المركز المالي على أساس ربع سنوي
	قائمة المركز المالي على أساس سنوي
قائمة التدفقات النقدية	قائمة التدفقات على أساس ربع سنوي
	قائمة التدفقات على أساس سنوي
قائمة التغيرات في حقوق الملكية	قائمة التغيرات على أساس ربع سنوي
	قائمة التغيرات على أساس سنوي
إيضاحات حول البيانات	بيان بالامتثال لمعايير المحاسبة الدولية أو المحلية
	بيان بأسس القياس والسياسات المحاسبية المطبقة
	الأحكام والتفديرات والافتراضات المحاسبية
	الكشوف التفسيرية
	إفصاحات أخرى
أهم النسب المالية	نسبة السيولة السريعة
	نسبة السيولة الجارية
	نسبة صافي الربح
	نسبة هامش الربح
	العائد على إجمالي الأصول
	العائد على حقوق الملكية
	نسبة نمو المبيعات
	نسبة نمو الأرباح
	إجمالي المطلوبات إلى حقوق الملكية
	إجمالي المطلوبات إلى إجمالي الموجودات
	العائد على السهم
	مضاعف الربحية
	نسبة توزيع الأرباح
	السعر إلى القيمة الدفترية
المعلومات الخاصة بالأسهم	سعر الافتتاح للسهم
	سعر الإغلاق للسهم
	أعلى سعر للسهم
	أدنى سعر للسهم
	القيمة السوقية للسهم
	القيمة الاسمية للسهم
	القيمة العادلة للسهم

القيمة الدفترية للسهم	المعلومات المقارنة
عدد أسهم الشركة	
أنواع وفئات الأسهم	
القيمة السوقية للشركة	
حجم التداول	
اجتماعات حملة الأسهم	
الأحداث الخاصة بالسهم مثل تقسيم أسهم أو توزيعها مجاناً	
مقارنة قائمة الدخل لسنتين أو لأخر أربع أرباع سنوية	
مقارنة قائمة الدخل لأكثر من سنتين أو لأربع السنتين	
مقارنة قائمة المركز المالي لسنتين أو لأخر أربع أرباع سنوية	
مقارنة قائمة المركز المالي لأكثر من سنتين أو لأربع السنتين	
مقارنة قائمة التدفقات لسنتين أو لأخر أربع أرباع سنوية	
مقارنة قائمة التدفقات لأكثر من سنتين أو لأربع السنتين	
مقارنة نسب السيولة لسنتين	
مقارنة نسب السيولة لأكثر من سنتين	
مقارنة نسب الربحية لسنتين	
مقارنة نسب الربحية لأكثر من سنتين	
مقارنة نسب النمو لسنتين	
مقارنة نسب النمو لأكثر من سنتين	
مقارن نسب المديونية لسنتين	
مقارن نسب المديونية لأكثر من سنتين	
مقارنة النسب الخاصة بالأسهم لسنتين	
مقارنة النسب الخاصة بالأسهم لأكثر من سنتين	
مقارنة معلومات الأسهم لسنتين	
مقارنة معلومات الأسهم لأكثر من سنتين	
مقارنة نسب السيولة مع شركات أو قطاعات	
مقارنة نسب الربحية مع شركات أو قطاعات	
مقارنة نسب النمو مع شركات أو قطاعات	
مقارن نسب المديونية مع شركات أو قطاعات	
مقارنة النسب الخاصة بالأسهم مع شركات أو قطاعات	
مقارنة معلومات الأسهم مع شركات أو قطاعات	
تقرير المدقق الخارجي	
هيكل الملكية	حوكمة الشركات
مدونة قواعد السلوك	
المبادئ التوجيهية	
لجان المجلس	
العلاقة مع المساهمين	
المخاطر المالية والتشغيلية	إدارة المخاطر
المخاطر السياسية - مثل الدعاوى القضائية	

أعضاء مجلس الإدارة	من نحن/ نبذة مختصرة
عنوان الكيان	
تأسيس وأهداف الكيان	
نوع النشاط و/أو الأنشطة	
الأقسام والفروع والشركات التابعة	
الهيكل التنظيمي	معلومات أخرى
المراسلين	
إحصاءات عامة	
غيرها من المعلومات الأخرى	
كلمة رئيس مجلس الإدارة	
ملخص للأنشطة الممارسة خلال السنة والتعليق عليها	تقرير مجلس الإدارة
الموازنات / الخطة السنوية والمنفذ منها	
المحفظة الاستثمارية للشركة	
الوضع التنافسي والدعم الحكومي	
بالإضافة إلى معلومات مالية مثل التطورات ومعدلات النمو	
نشرات صحفية	نشرات صحفية وإخبارية
نشرات إخبارية	
تنبؤات غير مالية	تنبؤات مستقبلية
تنبؤات مالية - كالقوائم المستقبلية	
التقارير البيئية - غير مالية	
التقارير البيئية - مالية	المسؤولية الاجتماعية
تقارير الموارد البشرية - غير مالية	
تقارير الموارد البشرية - مالية	
أرشيف الأحداث والأخبار والمؤتمرات	
أرشيف التقارير والقوائم المالية	أرشيف المعلومات
أرشيف تقارير السوق المتعلق بالشركة	
أرشيف المعلومات الأخرى	
تنبيهات البريد الإلكتروني	
خدمة الأخبار الفورية	تحديثات المستثمر
البريد الإلكتروني لعلاقات المستثمرين	
الإفصاح الشهري للأحداث الهامة	
عناوين للاتصالات الداخلية	
عناوين للاتصالات الخارجية	الاتصال بنا
لغتان لكل محتويات الموقع	
لغتان للمعلومات المحاسبية المهمة	تعدد لغات العرض
أكثر من لغتان لكل محتويات الموقع	
أكثر من لغتان للمعلومات المحاسبية المهمة	
مجموعة M.S أو PDF	برمجيات العرض
HTML اللغة	

لغة XBRL	
روابط داخلية	الارتباطات التشغيلية
روابط خارجية للمدقق / شركة التدقيق	
روابط خارجية للجهات المتعاملة معها الشركة كالمصارف والموردين	
روابط خارجية لسوق الأوراق المالية المدرجة بها الشركة ومقدمي المعلومات المعتمدين	
استخدام الفيديو	
استخدام الرسوم والمخططات البيانية	الوسائل التوضيحية المساعدة
التحكم بالمعلومات "التفاعلية"	
التأمين على الموقع "ختم الثقة" SysTrust	صحة المعلومات
الفصل بين المعلومات المدققة وغير المدققة	
إخلاء المسؤولية لا يشمل كل المعلومات على الموقع - فقط التنبؤات وتقارير المحللين-	
قائمة بأسماء مزودي المعلومات المعتمدين	

اعتماد انموذج ITIL كخارطة طريق لحوكمة خدمات تكنولوجيا المعلومات دراسة حالة في شركة speedWay لتوزيع خدمات الانترنت/ محافظة كركوك

الباحثة ندوى خزعل العبيدي
جامعة الموصل / العراق

د. محمد مصطفى حسين حسن
جامعة الموصل / العراق

ملخص:

يقوم نجاح معظم المنظمات المعاصرة على مدى امتلاكها لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتستخدمها بعد ذلك في انجاز المهام والأنشطة، والتي عن طريقها تقدم افضل المنتجات الى زبائنها، إلا أن العبرة ليست بامتلاك هذه التكنولوجيا فقط، وإنما في مدى استغلالها واستخدامها للاستفادة من خدماتها بصورة مثالية تحقق الهدف المنشود منها، لذلك لابد من وجود ادوات او إجراءات تعتمدها إدارة المنظمات في رقابة ومتابعة هذه التكنولوجيا في ادق تفاصيلها، وذلك لضمان الحصول على نتائج ايجابية من استخدامها، والتي يمكن ان نطلق عليها بحوكمة تكنولوجيا المعلومات. ان النماذج المعتمدة في الحوكمة عديدة، إلا أن أنموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات (Information Technology Infrastructure Library) والمقدم من قبل المكتب البريطاني لحوكمة التجارة الالكترونية، يعد من النماذج الأكثر استخداماً وشمولية، من هنا فان مشكلة هذه الورقة البحثية تتمحور حول وجود أفكار لحوكمة خدمات تكنولوجيا المعلومات في شركة SpeedWay من خلال أنموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات. وان أهمية هذه الورقة تنبثق من استخدام انموذج خاص لحوكمة خدمات تكنولوجيا المعلومات بالطريقة التي يمكن ان تحقق المنظمة من خلالها أهدافها المرجوة من استخدام تكنولوجيا المعلومات، وهو انموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات. أما أهم أهداف الورقة البحثية التي حاولت تحقيقها فهي تسليط الضوء على تفاصيل ذلك الأنموذج والمعتمد في الحوكمة، واختبار متطلباته في الميدان من خلال شركة SpeedWay المتخصصة في توزيع خدمات الانترنت، ومن ثم التعرف على أهم النتائج. أما أهم مبررات الورقة البحثية في هذا الموضوع فأنها تتعلق بالبيئة الحالية للمنظمات والقائمة على تكنولوجيا المعلومات، وبالتالي محاولة السيطرة والتحكم على التكنولوجيا المستخدمة فيها بالطريقة التي تبقيها في دائرة المنافسة. وقد اعتمدت الورقة البحثية منهج دراسة الحالة في البحث الحالي، بوصفه أسلوباً ملائماً لطبيعة الدراسة الحالية، وبالاعتماد على قائمة فحص تم إعدادها لغرض فحص واختبار المتطلبات الخاصة بأنموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، وتضمنت القائمة (34) تساؤلاً موزعة على متطلبات الأنموذج.

أما أهم الاستنتاجات التي توصلت إليها الورقة البحثية فهي ان الكثير من الدراسات أشارت إلى أن حوكمة تكنولوجيا المعلومات يمكن عدّها عامل النجاح الحاسم في تحقيق الهدف من هذه التكنولوجيا، وان شركة speedWay تلتزم بمعظم متطلبات أنموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات لحوكمة خدمات هذه التكنولوجيا فيها. في حين قدمت الورقة البحثية عدداً من التوصيات والتي من أبرزها إن لحوكمة خدمات تكنولوجيا المعلومات أهمية خاصة في قطاع الاتصالات، لذا توصي الورقة البحثية بضرورة توجه الشركات العاملة في هذا الحقل نحو تبني تطبيق حوكمة خدمات تكنولوجيا المعلومات فيها، لأن هذه التقنيات هي في صميم عمل هذه الشركات ولا بد من ضمان الرقابة عليها.

كلمات مفتاحية: حوكمة تكنولوجيا المعلومات، إدارة خدمات تكنولوجيا المعلومات، أنموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات.

مقدمة

لقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات تمثل ضرورة لكل منظمة ناجحة في العصر الرقمي والمتمثل بالثورة في مجال التجارة الالكترونية والحكومة الالكترونية، إذ أضحت ادارة المنظمات تستخدمها في إدارة وتطوير المعلومات والمعرفة وتوفيرها بالجودة المطلوبة، لكي تضمن نجاحها والاستجابة السريعة للفرص والتهديدات التي تتشكل نتيجة التغيرات والتطورات العالمية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية في البيئة المحيطة بها (Gellings, 2007,2)، ولضمان عمل تكنولوجيا المعلومات بكفاءة سعت ادارة المنظمات نحو استخدام مفهوم حوكمة المنظمات التي تحكم العلاقات بين جميع الأطراف في المنظمة في مجال حوكمة تكنولوجيا المعلومات، لكي تكون أمنة وخاضعة للسيطرة

والرقابة من حيث الاستثمار فيها واستخدامها بالشكل الصحيح، ومن المعروف أن هناك العديد من العوائق لتبني تطبيق تكنولوجيا المعلومات في المنظمة، منها ما يتعلق بالوقت اللازم، أو ما يتعلق بالموارد المالية المخصصة للاستثمار فيها، والأهم من ذلك غياب الفهم التنظيمي لفلسفة وفوائد تطبيقها، كذلك غياب المهارات اللازمة، وتُظهر الدراسات أن أهم عائق هو تعظيم الاستفادة من خدمات تكنولوجيا المعلومات بحيث تتفق مع حجم الاستثمار فيها وتحقق أهداف المساهمين، وأصحاب المصالح عموماً، وأن المشكلة لا تتعلق بتطبيق الاستراتيجية في حد ذاتها ولكن في غياب الحوكمة لهذه الاستراتيجية (Zyngier, 2005, 4). لذلك حاول الباحثان تسليط الضوء على حوكمة خدمات تكنولوجيا المعلومات من خلال انموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات.

المحور الاول: منهجية البحث

اولاً: مشكلة البحث

ان مشكلة البحث هي اساساً الفجوة التي تتطلب معالجتها من خلال تقديم الحلول والمقترحات بعد تحليل المعطيات الخاصة بأبعاد موضوع البحث القائم، ولتوضيح المشكلة يمكن طرح التساؤلات البحثية الآتية:

- هل تمتلك الشركة المبحوثة فكرة عن كيفية حوكمة خدمات تكنولوجيا المعلومات التي تمتلكها وبما تحقق اهدافها؟
- هل ان المتطلبات الخاصة بأنموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات مطابقة في الشركة قيد البحث؟

ثانياً: اهمية البحث

ان الاهمية النظرية الاكاديمية للبحث تتركز في الاستعراض النظري الموسع لواحدة من اهم النماذج المستخدمة في حوكمة تكنولوجيا المعلومات، من خلال استعراض بعض الادبيات المطروحة في هذا المجال، اما الاهمية الميدانية فتظهر من خلال امكانية تطبيق متطلبات هذا الانموذج على ارض الواقع وتحديداً بتفحص تطبيقها في واحدة من شركات توزيع خدمات الانترنت في محافظة كركوك، ومن ثم التعرف على النتائج الميدانية والتي لها اهمية للشركة المذكورة، وللباحث من خلال التوصل الى جملة من الاستنتاجات، وتقديم بعض التوصيات التي تخص موضوع البحث.

ثالثاً: اهداف البحث

لقد كان هدف الباحثان من اجراء هذا البحث هو تحقيق الآتي:

- التعرف على ادبيات حوكمة تكنولوجيا المعلومات، واحدى النماذج المعتمدة في الحوكمة وهو انموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات ITIL.
- استعراض المتطلبات الخاصة بأنموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات ITIL.
- التوصل الى مجموعة من الاستنتاجات النظرية والميدانية المتعلقة بموضوع البحث.
- تقديم بعض التوصيات التي تخص موضوع بحث، والتي تسهم في معالجة بعض الفجوات، ودعم بعض الایجابيات.

رابعاً: حدود البحث

تتمثل حدود الميدانية للبحث بالمنظمة التي تم تطبيق الجانب الميداني فيها، والمتمثلة بشركة Speed Way لخدمات الانترنت في محافظة كركوك، حيث تمتلك الشركة أربعة فروع رئيسة في مركز المحافظة.

خامساً: أدوات جمع وتحليل البيانات:

اعتمد الباحثان على قائمة فحص تم تصميمها لغرض جمع البيانات في الجانب الميداني للبحث، حيث تضمنت القائمة (34) سؤالاً شملت الفقرات الخاصة بقياس المتطلبات الخاصة بأنموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات ITIL، وتم توزيع (12) قائمة شملت فروع الشركة، على أن يتم توحيد الاجابات في قائمة واحدة في كل فرع، ومن ثم توحيد اجابات الفروع في قائمة واحدة فقط على مستوى الشركة ككل، والمبرر في ذلك ان الاجراءات هي نفسها في فروع الشركة، وقد تم قياس مدى توفر هذه المتطلبات من خلال استخدام المقياس الثلاثي (درجة عالية، درجة متوسطة، درجة منخفضة)، مع إعطاء الوزن (3) لفقرة متوفر بدرجة عالية، والوزن (2) لفقرة متوفر بدرجة متوسطة، والوزن (1) لفقرة متوفر بدرجة منخفضة. أما احتساب معدل الإجابات في الاستمارة فقد تم من خلال المعادلة الآتية:

$$\text{المعدل} = \text{مجموع النتيجة} / \text{التكرارات}$$

أما النسبة المئوية للإجابات في القائمة فقد تم احتسابها من خلال المعادلة الآتية:

$$\text{النسبة المئوية} = \text{المعدل} \times 100 / \text{أعلى وزن}$$

اذ يشير ن إلى عدد الأسئلة

المحور الثاني: الاطار النظري

أولاً. مفهوم حوكمة تكنولوجيا المعلومات

توجه الاقتصاد العالمي في السنوات الماضية نحو ما يسمى بالاقتصاد المعرفي الذي يدور حول استخدام المعرفة والاستفادة منها لإضافة قيمة للمنظمة، ولقد صاحب هذا الاقتصاد تطور كبير في مجال نظم المعلومات وتقنياتها، إذ أصبحت المنظمات تعتمد على هذه التقنيات في ظل هذا الاقتصاد من أجل الحصول على المعلومات والمعرفة بكفاءة وجودة لضمان نجاح المنظمة، وتعدّ تكنولوجيا المعلومات أداة استراتيجية لإدارة موارد المنظمات، وتربطها بالمجهزين، والزبائن، وتعزز إنجاز الأنشطة بكفاءة وفاعلية لتحقيق أهداف المنظمة، وعليه تؤثر في إضافة قيمة سوقية للمنظمة (Milton, 2009, 3). فضلاً عن ذلك أصبحت تكنولوجيا المعلومات تمثل ضرورة لكل منظمة ناجحة في العصر الرقمي والمتمثل بالثورة في مجال التجارة الالكترونية والحكومة الالكترونية (Gellings, 2007, 2). كما يشير الاتحاد الدولي للمحاسبين، الى أن إدارة المنظمات تتجه نحو استخدام تكنولوجيا المعلومات على نحو متزايد من أجل تحقيق أهدافها وذلك عبر الاستثمار في البرمجيات والأجزاء المادية، وإدارة ورقابة البيانات ومعالجتها وإنتاج المعلومات (Abo-Musa, 2007, 76).

ومن المعروف أن هناك العديد من العوائق لتبني تطبيق تكنولوجيا المعلومات في المنظمة، منها ما يتعلق بالوقت اللازم، او ما يتعلق بالموارد المالية المخصصة للاستثمار فيها، والأهم من ذلك غياب الفهم التنظيمي لفلسفة وفوائد تطبيقها، كذلك غياب المهارات اللازمة، وتُظهر الدراسات أن أهم عائق هو تعظيم الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات بحيث تتفق مع حجم الاستثمار فيها وتحقق أهداف المساهمين، وأصحاب المصالح عموماً، وأن المشكلة لا تتعلق بتطبيق الاستراتيجية في حد ذاتها ولكن في غياب الحوكمة لهذه الاستراتيجية (Zyngier, 2005, 4). لذا فإن إدارة المنظمات وكما يؤكد (Abu Khadra, et.al) لا بد أن توفر بيئة متميزة لتكنولوجيا المعلومات بحيث تكون آمنة وخاضعة للسيطرة والرقابة، لأنه وعلى الرغم من المزايا والفوائد التي تحققها المنظمة نتيجة لاستخدام تلك التكنولوجيا فإن هناك العديد من المخاطر المتعلقة بها والتي تتسبب بآثار سلبية للمنظمة (Abu Khadra, et.al., 2009)، مما استدعى الحقل الجديد من التفكير ضرورة حوكمة تكنولوجيا المعلومات كما هي الحال في حوكمة الأعمال بوساطة الممارسات التي تضمن الاستخدام الأمثل لموارد تكنولوجيا المعلومات في المنظمة، ويتم إدارة المخاطر التي يمكن أن تتعرض لها بشكل جيد، فضلاً عن دعم التكنولوجيا لأهداف الأعمال (Schwarz & Hirschheim, 2003, 130).

إن مصطلح حوكمة تكنولوجيا المعلومات على الرغم من عدّه إضافة حديثة في الأدبيات، فإن (Fletcher) يرى أن الجوانب الأساسية لهذا المفهوم تم مناقشتها في الستينيات، ففي سنة 1963 نشرت مجلة Harvard Business Review نتائج لاستبيان صُمم لدراسة العوامل التنظيمية التي تؤدي إلى زيادة عوائد الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات (Fletcher,2006,21)، إلا أن المصطلح الفعلي لحوكمة تكنولوجيا المعلومات لم يظهر حتى بداية التسعينات من القرن الماضي عندما استعمل كل من (Loh&Venkatraman) المصطلح لوصف العلاقة المعقدة والتوافق الاستراتيجي بين الأعمال وتكنولوجيا المعلومات، وتوفر حوكمة تكنولوجيا المعلومات الفاعلة آليات تمكن إدارة تكنولوجيا المعلومات وإدارة نظام المعلومات من تطوير الأعمال المتكاملة، وتخطيط تكنولوجيا المعلومات، فضلاً عن تحديد المسؤوليات (Weill & Woodham,2002,29). ثم تم تطويرها في العام (1998) من قبل معهد حوكمة تكنولوجيا المعلومات (ITGI (IT Governance Institute (ITGI,2003,11).

وقد قُدمت العديد من التعاريف الخاصة بحوكمة تكنولوجيا المعلومات من قبل الباحثين، إذ يعرفها (Kan,2004,2) على أنها "العملية التي تسعى نحو جعل الأعمال منتظمة بحيث يتم تنفيذها من قبل أفراد محترفين والاستعداد لتحمل المسؤولية الكاملة لإعمالهم". ويشير كل من (Weill & Ross,2004,8) أن حوكمة تكنولوجيا المعلومات "تحدد القرارات الصحيحة وإطار المسؤولية لتشجيع السلوك المرغوب في استخدام تكنولوجيا المعلومات"، كذلك يمكن القول أن حوكمة تكنولوجيا المعلومات هي "التوافق الاستراتيجي بين تكنولوجيا المعلومات والأعمال في المنظمة لتعظيم قيمتها وتطوير كفاءة الرقابة لتكنولوجيا المعلومات، فضلاً عن تحديد المسؤوليات وإدارة الخطر" (Webb & Ridley,2006,34)، ويشير كل من (Simonsson& Johanson,2008,3) إلى أن حوكمة تكنولوجيا المعلومات هي "التهيئة لصنع وتنفيذ القرارات

الخاصة بالأهداف والعمليات والأفراد والتكنولوجيا في مستوى الإدارة التكتيكية والاستراتيجية". وفي السياق ذاته يذكر (Help,2008,2) أن جوهر حوكمة تكنولوجيا المعلومات هو "خلق قيمة للمنظمة بوساطة إدارة المخاطر الداخلية والرقابة عليها لأن أهداف تكنولوجيا المعلومات تتوافق مع أهداف المنظمة، وتمكين المنظمة من تحقيق أهدافها هو من أهم متطلبات المعلومات، إذ تتعلق هذه المتطلبات بالكفاءة والفاعلية والسرية والالتزام والثقة بمعايير المعلومات، لذلك ينبغي أن تعمل الأعمال وتكنولوجيا المعلومات سوية لتحقيق الأهداف عبر مراجعة وتدقيق الحسابات والعمليات بشكل مستمر". كذلك أشار كل من (Simonsson& Ekstedt,2008)، إلى أن حوكمة تكنولوجيا المعلومات هي "استعمال العلاقات والتحالفات الاستراتيجية والعمليات المشتركة كمفتاح رئيس لكفاءة تكنولوجيا المعلومات، وهذا مماثل لحوكمة الأعمال".

أما (Abu Khadra, et.al., 2009) فقد أشار إلى أن حوكمة تكنولوجيا المعلومات هي "الطريقة التي يتم عبرها تفاعل الإدارة العليا مع إدارة تكنولوجيا المعلومات لضمان أن الاستثمار في هذه التكنولوجيا يساعد في انجاز استراتيجية الأعمال بطريقة كفؤة وفاعلة"، ويوضح (Vasile) أن حوكمة تكنولوجيا المعلومات هي "عملية إدارية مبنية على أفضل الممارسات، وتسمح بتحقيق الاستثمار الأمثل في تكنولوجيا المعلومات بهدف تحقيق مجموعة من الأهداف" (سواء وأحلام، 2012، 5).. ويلاحظ الباحثان إن التعاريف السابقة جميعها تختلف عن بعضها وحسب رأي الباحثين وتركيزهم على بعض الجوانب، إلا أن جميعها تشترك في السمات الأساسية الآتية:

- إن حوكمة تكنولوجيا المعلومات هي مسؤولية مجلس الإدارة، والإدارة التنفيذية، وإدارة تكنولوجيا المعلومات في المنظمة.
- إن الهدف الأساسي لحوكمة تكنولوجيا المعلومات هو تحقيق التوافق بين استراتيجية الأعمال واستراتيجية تكنولوجيا المعلومات.
- تشتمل حوكمة تكنولوجيا المعلومات الاستراتيجية، والمسؤوليات، والهياكل، والعمليات المستخدمة في تكنولوجيا المعلومات ضمن المنظمة.
- هناك اختلاف واضح بين حوكمة تكنولوجيا المعلومات وإدارة تكنولوجيا المعلومات.
- إن حوكمة تكنولوجيا المعلومات هي عنصر جزئي من حوكمة المنظمة.

وبالاعتماد على ما سبق عرضه من التعاريف المقدمة من قبل الباحثين حول حوكمة تكنولوجيا المعلومات، يمكن القول أن حوكمة تكنولوجيا المعلومات هي حماية ورعاية، الأول تعني حماية موجودات واستثمارات تكنولوجيا المعلومات، أما الرعاية فهي حسن الاستخدام

وتحقيق أقصى منفعة وتقنين الانفاق فيها، ويُعرف الباحثان حوكمة تكنولوجيا المعلومات على أنها "إطار عمل متكامل الذي يمكن بواسطته المتابعة والسيطرة على تكنولوجيا المعلومات عبر مراقبة عمل قدراتها (الموارد البشرية، الأجزاء المادية، والبرمجيات، والإجراءات)، وتحديد المسؤوليات والسياسات، ووضع الاستراتيجيات الخاصة بتحقيق أهداف تكنولوجيا المعلومات وبدعم من الإدارة العليا، مع الأخذ بنظر الاعتبار ضرورة توافق هذه الاستراتيجيات مع استراتيجية الأعمال لتحقيق أهداف المنظمة العامة".

ثانياً. حوكمة تكنولوجيا المعلومات وإدارتها:

إن معظم الأدبيات لا تميز بين حوكمة تكنولوجيا المعلومات وإدارة تكنولوجيا المعلومات، حيث أن هنالك ترابط وتداخل بينهما، وهناك من يعدّهما مرادفين في أغلب الأحيان لأن الاختلاف بينهما يشوبه نوع من الغموض، إذ يشير كل من (Sohal & Fitzpatrick) إلى أن الاختلاف الرئيس بين المفهومين هو أن إدارة تكنولوجيا المعلومات تهتم بنوعية القرارات المتخذة، بينما تهتم حوكمة تكنولوجيا المعلومات بالقرارات التي ينبغي أن تتخذ، وكيفية متابعة هذه القرارات، فضلاً عن أن أي تغيير في استراتيجية المنظمة ربما يتطلب تغييرات في إدارة تكنولوجيا المعلومات، وهذا غير وارد في حوكمة تكنولوجيا المعلومات (Krey, et.al., 2011, 351)، أي إن الحوكمة هي أعلى من الإدارة لأن الأخيرة تعنى بتنفيذ ما تم إقراره من سياسات وإجراءات، لكن إدراك الحاجة إلى هذه السياسات والإجراءات والعمل على توفيرها هو النطاق القيادي الذي تعمل منظومة الحوكمة على توفيره (عقل، 2011، 11). ويضيف (Grembergen, et.al., 2004, 5) اختلافاً آخر بين المفهومين وهو أن إدارة تكنولوجيا المعلومات تركز على تجهيز منتجات وخدمات تكنولوجيا المعلومات بكفاءة وفاعلية وإدارة عمليات تكنولوجيا المعلومات بواسطة الاعتماد على مجهزة خارجي أحياناً، بينما في حوكمة تكنولوجيا المعلومات فلا يمكن ذلك، لأن الحوكمة تهتم بتوجيه ومراقبة نفقات تكنولوجيا المعلومات، لذلك لا يمكن تخويل هذه المسؤولية لمصادر خارجية وإنما هي مسؤولية الإدارة التنفيذية مباشرة.

وقد اقترح (Peterson, 2003, 16) نموذجاً يوضح الاختلاف بين حوكمة تكنولوجيا المعلومات وإدارة تكنولوجيا المعلومات بواسطة بعدين هما بعد توجيه الأعمال، وبعد توجيه الوقت، إذ يتضح أن إدارة تكنولوجيا المعلومات تركز على الأعمال الداخلية للمنظمة (التركيز الداخلي)، بينما يكون توجه حوكمة تكنولوجيا المعلومات خارجياً، أي خارج نطاق المنظمة (التركيز الخارجي) حسب بعد توجيه الأعمال. أما الاختلاف بينهما حسب بعد الوقت فيتضح أن إدارة تكنولوجيا المعلومات تركز على تلبية المتطلبات الحالية للأعمال، بينما تعدّ حوكمة تكنولوجيا المعلومات أوسع من ذلك؛ لأنها تركز على المتطلبات الحالية ومواجهة التغيرات المستقبلية للأعمال، وكما في الشكل (1)



شكل 1: حوكمة تكنولوجيا المعلومات وإدارة تكنولوجيا المعلومات

Sources: Peterson R., (2003), Information Strategies and Tactics for Information Technology Governance, in Strategies for Information Technology Governance, book edited by Van Grembergen W., Idea Group Publishing.

ثالثاً. العلاقة بين حوكمة تكنولوجيا المعلومات والمنظمة والتشريعات

إن حوكمة تكنولوجيا المعلومات هي العامل الحاسم في حوكمة المنظمة، إذ تساعد حوكمة تكنولوجيا المعلومات ادارة المنظمة على ضمان توافق أهداف تكنولوجيا المعلومات مع أهداف أعمالهم، وتضيف قيمة للمنظمة، فضلاً عن إدارة مواردها بكفاءة والسيطرة على مخاطرها لضمان تحسين أدائها (Grewal& Knutsson,2005,4).

ويوضح (Weian& Delu,2005,4285) أن حوكمة المنظمة تركز على حقوق ومصالح الإدارة وحملة الأسهم وأصحاب المصالح الآخرين، وتتضمن سلسلة من المسؤوليات والتعليمات التي تنفذ من قبل المدراء والإداريين لتحديد التوجه الاستراتيجي، وضمان أن الأهداف يمكن أن تتحقق، أما (Hamaker& Hutton,2003,2) و(Gheorghe,2010,33) فقد أشاروا إلى أن حوكمة المنظمة هي إطار للمسؤولية الشاملة الذي ينسق بين جميع الأنشطة الإدارية المرتبطة بأصحاب المصالح جميعها، التي تمارس من قبل مجلس الإدارة، والإدارة التنفيذية من أجل دعم الاستراتيجية وتحقيق أهدافها، أما حوكمة تكنولوجيا المعلومات فهي جزء من النظام الرقابي والحوكمة في المنظمة، وتركز على استخدام تكنولوجيا المعلومات لإنجاز أهداف المنظمة، وتشترك في الآليات: كاللجان التنفيذية، وميزانية العمليات، وعمليات حوكمة الموجودات الأخرى، إذ لا يمكن عدّ تكنولوجيا المعلومات معزولة عن المنظمة لأن تكنولوجيا المعلومات مرتبط بموجودات المنظمة الرئيسة، كالموارد المالية، والبشرية (ISACA, 2011)، أما الإطار الأكبر فهو إطار حوكمة التشريعات والنظم المحلية والإقليمية والدولية، التي تقع المنظمات تحت مظلتها، فمثلاً قد يشترط أحد الوكلاء عندما يتعامل مع مصنع للسيارات أن يلتزم ببعض الشروط والضوابط في إدارة المصنع، لضمان أن لا تضعف سمعة المنظمة في الأسواق، وبذلك فقد تم حوكمة بعض التشريعات والضوابط التي تعمل المنظمة في إطارها، وكما موضح في الشكل (2).



شكل 2: حوكمة تكنولوجيا المعلومات والمنظمة والتشريعات والضوابط. (2011). Sources:www.ISACA.org.

رابعاً: نموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات

إن تكنولوجيا المعلومات تعد من الموجودات الجوهرية حال الموجودات الأخرى في المنظمة، ومن الضروري ضمان عملها بكفاءة وفعالية لاسيما في المنظمات التي تعمل في بيئة ديناميكية، ونظراً للدور الحيوي لتكنولوجيا المعلومات في انجاز معظم أنشطة هذه المنظمات، فقد قدمت المنظمات والجمعيات العالمية والمعاهد الأكاديمية والباحثين العديد من النماذج المفاهيمية لتطبيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات، إذ طورت بعض هذه النماذج بالاعتماد على مجموعة تعليمات، وأخرى من طرائق وممارسات، أو من المعايير الموضوعية. كأنموذج ITIL، وأنموذج CSCO، وأنموذج Tick IT، وISO 17799، وISO/IEC TR13335، وISO/IEC 15408، وغيرها من النماذج. أما البحث الحالي فقد تطرق الى احدى اهم هذه النماذج وهو أنموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات Information Technology Infrastructure Library (ITIL)، حيث يعد هذا الأنموذج إطاراً عالي المستوى لكيفية تحقيق النجاح في إدارة خدمات

تكنولوجيا المعلومات، وقد تم تطوير هذا النموذج من قبل المكتب البريطاني لحكومة التجارة الالكترونية، (Tan,et.al.,2008,139)، ويجهز انموذج ITIL ممارسات شاملة تم الحصول عليها من تجارب آلاف الممارسين في مجال تكنولوجيا المعلومات في العالم، ويركز على العمليات والمجالات الحرجة التي تحتاج إلى تسليم الخدمات بالجودة العالية، وظهر المعيار البريطاني BS1500 خارج إطار ITIL وهو أول معيار عالمي لخدمات تكنولوجيا المعلومات، وتصنف الأنشطة جميعها تحت حقليْن، هما إدارة الخدمات، وتسليم الخدمات، اللذان يوضحان التأثير الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات، والعلاقة بينها وبين الأعمال، ويُعرّف هذا النموذج جودة تكنولوجيا المعلومات بأنها مستوى من التوافق بين خدمات تكنولوجيا المعلومات والاحتياجات الفعلية للأعمال (Eslami,et.al.,2008,75).

ويركز ITIL أيضاً على الخصائص العملية والمنظمية والوظيفية اللازمة لإدارة العمليات المثالية، فضلاً عن المجالات أو المتطلبات الأساسية التي يقوم عليها هذا النموذج، حيث تحاول المنظمات التي تتبنى النموذج الالتزام بها، ويمكن حصر هذه المتطلبات والتي يمكن ان تكون مترابطة مع بعضها بالاتي: (Gheorghe, 2010,34): (<http://www.itil.co.uk>):

- إدارة الأمن: وتشمل المخاطر التي يمكن أن تتعرض لها تكنولوجيا المعلومات وخدماتها. وان المنظمة لابد ان تولي اهمية خاصة لضمان امن تكنولوجيا معلوماتها من أجل الحفاظ على سلامة المعلومات والبنية التحتية، وخاصة بعد ظهور طرق متطورة من قبل المخترقين في اختراق هذه التكنولوجيا ومن ثم الوصول الى بعض المعلومات السرية للمنظمة. لذلك لابد من وجود سياسات واجراءات يمكن الاعتماد عليها في ادارة تكنولوجيا المعلومات، وتخفيف آثار الحوادث المعلوماتية غير المرغوبة، مع تحديد الأفراد المخولين للوصول إلى بعض المعلومات السرية، والتأكيد على إنشاء مواقع أمنة للبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في المنظمة تحافظ عليها من مخاطر الوصول غير المشروع، لضمان الحصول على خدمات تكنولوجيا المعلومات بشكل المثالي.
- إدارة التطبيق: وتتضمن تطبيق عمليات تكنولوجيا المعلومات في المراحل كافة. اذ يتوجب متابعة وإدارة التطبيقات المختلفة لتكنولوجيا المعلومات في المنظمة بصورة منطقية ومتكاملة، ينبغي تطبيق السياسات والضوابط والإجراءات الخاصة لتشغيل وتطبيق المنظومة المعلوماتية، والتأكد من قدرة الفرق التكنولوجيا من تنفيذ هذه السياسات، وذلك لحصر المسؤوليات، وتقليل فرص حدوث الأخطاء. والهدف من ذلك ضمان ان خدمات تكنولوجيا المعلومات تقدم بأفضل صورة.
- إدارة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات: تشكل البنية التحتية الأساس التي تُمكن من تقديم الخدمات المعلوماتية، ان إدارة هذه البنية تتم عادة من خلال مجموعة أنظمة المعلومات في المنظمة. حيث تغطي إدارة مكونات تكنولوجيا المعلومات جميعها وتطبيقها في المنظمة. وقد أشار الباحثين إلى أن هذه البنية التحتية هي موجودات بحد ذاتها يمكن أن تكون مصدراً للميزة التنافسية خاصة إذا تفوقت على الموجودات المكافئة لها لدى المنافسين. وتشمل البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات على الأجهزة والمعدات المادية والمحطات الطرفية المستخدمة في الإدخال وعمليات المعالجة والإخراج، كذلك شبكات الاتصال الداخلية والخارجية.
- إدارة الموجودات البرمجية: تعد البرمجيات المختلفة المستخدمة في تكنولوجيا المعلومات من الموجودات غير المادية التي تمتلكها المنظمة التي لابد من إدارتها بواسطة متابعة التطور والتغير الحاصل فيها باستمرار. حيث تولي الإدارة اهتماما كبيرا لهذه البرمجيات في المنظمة، حيث تعد العقل المحرك للأجزاء المادية لتكنولوجيا المعلومات والتي تستخدم في انجاز معظم المهام فيها.
- تسليم الخدمة: ويعد من المتطلبات الجوهرية في النموذج، حيث يشير إلى ضرورة تسليم خدمات تكنولوجيا المعلومات بالجودة المطلوبة بواسطة العمليات الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات. ويتركز هذا المتطلب في النموذج عند تجهيز خدمات تكنولوجيا المعلومات إلى المستخدمين منها، أي التوجه نحو حوكمة مخرجات تكنولوجيا المعلومات من قبل المنظمة، سواء تم استخدام هذه المخرجات داخل شركة كالمعلومات التي تستخدم من قبل الإدارات كمادة أولية في اتخاذ القرارات وإنجاز الأنشطة، أو تم الاستفادة منها كخدمات تقدم إلى الأطراف الخارجية المتعاقدة مع المنظمة. لذلك ولضمان تحقيق هذا المتطلب ينبغي التأكيد على بعض المجالات المهمة ابتداءً من وضع إطار أو منهج عمل لتقديم خدمات تكنولوجيا المعلومات، ووصفها، مع التأكيد على اعتماد خطط تقديم هذه الخدمات، وتكاليفها، فضلاً عن مراقبة تسليم الخدمة.
- دعم الخدمة: لضمان تقديم الخدمات في سياق مستمر ومن دون انقطاع لابد من الاستناد على خطة محكمة لدعم استمرارية الخدمات، وتشمل عمليات الصيانة والتطوير لدعم الأنشطة من خلال ادخال تحديثات جديدة في تكنولوجيا المعلومات، واجراء عمليات الصيانة اللازمة في حال حصول العطلات او الاختراقات الامنية. بالاعتماد على خطط الطوارئ لاستعادة

خدمات تكنولوجيا المعلومات المتوقفة، مع امكانية تشغيل مراكز تكنولوجيا المعلومات الاحتياطية خلال هذه الفترة ان وجدت، بحيث ان المستفيد من خدمات هذه التكنولوجيا يكون مطمئنا من استمرارية عملها.

- منظور الأعمال: إن انجاز الأعمال بتكنولوجيا المعلومات لابد أن يُحقق التوافق بين أدوار وخدمات الأفراد وبين انجاز أهداف المنظمة بشكل فعال. أي لا بد من وجود توافق بين استراتيجية تكنولوجيا المعلومات وبين استراتيجيات المنظمة التي هي جزء من المنظمة، وان الهدف منها هو تقديم افضل الخدمات المتوقعة من هذه التكنولوجيا وبما تتوافق مع رؤية المنظمة، وحاجات المستفيدين منها.
- التخطيط لتنفيذ إدارة الخدمة: أي لابد من التخطيط الدقيق عند تنفيذ العمليات لتقديم الخدمات بالجودة المطلوبة، من أجل تحسين ونجاح إدارة الخدمة. اضافة الى ضمان استمرارية العمليات، حيث ان التخطيط من البديهييات التي لا تغفل عنها الادارة ووظيفة من وظائفها الاساسية، وتكنولوجيا المعلومات حالها حال الموجودات الاخرى تحتاج الى تخطيط مسبق لخدماتها في سبيل ادارتها كما هو مخطط وتشخيص الانحرافات في خدماتها المقدمة عند حدوثها.

المحور الثالث: الجانب الميداني

يناقش هذا المحور تحليل البيانات ومناقشة النتائج الميدانية من خلال تحليل معطيات قائمة الفحص المعتمدة في البحث، ويمكن استعراض هذا المحور من خلال تحليل كل مطلب من متطلبات نموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات ITIL، وذلك بالاعتماد على التكرارات، والمعدلات، والنسب المئوية لجميع المتطلبات وكما يلي:

أولاً: ادارة الامن

يتضح من خلال ملاحظة الجدول (1) ان الشركة قيد البحث تولي اهمية خاصة لضمان امن تكنولوجيا معلوماتها من أجل الحفاظ على سلامة المعلومات والبنية التحتية، من خلال وجود سياسات واجراءات يمكن الاعتماد عليها في ادارة تكنولوجيا المعلومات، وتخفيف آثار الحوادث المعلوماتية غير المرغوبة، مع تحديد الأفراد المخولين للوصول إلى بعض المعلومات السرية، والتأكيد على إنشاء مواقع أمنة للبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في المنظمة تحافظ عليها من مخاطر الوصول غير المشروع. حيث بلغ معدل هذا المتطلب في الشركة (2,8) درجة، ونسبة توافر قدرها (93%).

جدول 1: المعدلات والنسب المئوية لتوفر متطلب ادارة الامن

ت	الفقرات	بدرجة منخفضة	بدرجة متوسطة	بدرجة عالية
1	نعمتد سياسات خاصة لأجل حماية امن تكنولوجيا المعلومات في الشركة.			
2	تتخذ اجراءات محددة وخاصة بنا لضمان امن تكنولوجيا المعلومات.			
3	تسهم الاجراءات والسياسات في تخفيف اثار الحوادث المعلوماتية عند وقوعها.			
4	نقوم بتحديد الأفراد المخولين للوصول إلى بعض المعلومات السرية.			
5	نؤكد على إنشاء مواقع أمنة للبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في الشركة حفاظاً على امنها.			
الاوزان		1	2	3
التكرارات		0	1	3
النتيجة		0	2	9
المعدل		2,8		
النسبة المئوية		%93,33		

ثانياً: إدارة التطبيق:

يشير الجدول (2) الى ان شركة Speed way تولي اهمية كبيرة لإدارة التطبيقات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات، ويظهر ذلك واضحاً من خلال توافر اجراءات وضوابط محددة لتشغيل هذه التكنولوجيا، مع التركيز على تحديد المسؤوليات عند تنفيذ التطبيقات. ما يدعم ذلك معدل هذا المتطلب وبالع (2,75)، والنسبة المئوية البالغة (91,66%) وهي نسبة عالية لتوافر هذا المتطلب في الشركة قيد البحث.

جدول 2: المعدلات والنسب المئوية لتوفر متطلب ادارة التطبيق

ت	الفقرات	درجة منخفضة	درجة متوسطة	درجة عالية
6	نقوم بمتابعة ادارة التطبيقات المختلفة لتكنولوجيا المعلومات في الشركة.			
7	نعتمد على اجراءات محددة عند تشغيل تكنولوجيا المعلومات في الشركة.			
8	هناك ضوابط خاصة يجب نلتزم بها عند تنفيذ تطبيقات تكنولوجيا المعلومات.			
9	نؤكد على حصر المسؤوليات قدر الامكان عند تنفيذ تطبيقات المختلفة للتكنولوجيا.			
الاوزان				
		1	2	3
التكرارات				
		0	1	3
النتيجة				
		0	2	9
المعدل		2,75		
النسبة المئوية		%91,66		

ثالثاً: إدارة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات:

تشكل البنية التحتية القلب النابض لتكنولوجيا المعلومات التي تُمكنها من تقديم الخدمات المعلوماتية، ومن الواضح ان شركة Speed way تهتم بإدارة هذه البنية، حيث بلغ معدل توافر هذا المتطلب (2,5)، وما يدعم ذلك النسبة المئوية المتحققة والبالغة (83,33%). حيث ان ادارة الشركة تهتم باقتناء البنية التحتية حسب المواصفات المطلوبة، اضافة الى توفير البيئة المادية بمستويات عالية، وكما موضح في الجدول (3).

جدول 3: المعدلات والنسب المئوية لتوفر متطلب إدارة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات

ت	الفقرات	درجة منخفضة	درجة متوسطة	درجة عالية
10	هناك اهتمام خاص لاقتناء البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في الشركة.			
11	نهتم بتوفير البيئة المادية المناسبة لعمل البنية التحتية والتي تشمل الوسائل والتجهيزات والتسهيلات.			
12	نركز على متابعة ومراقبة عمل البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في الشركة.			
13	نقوم وضع برامج للصيانة الوقائية والعلاجية للبنية التحتية من أجل تجنب العطلات والتوقفات المتوقعة.			
الاوزان				
		1	2	3
التكرارات				
		0	2	2
النتيجة				
		0	4	6
المعدل		2,5		
النسبة المئوية		%83,33		

رابعاً: إدارة الموجودات البرمجية

يتبين من معطيات الجدول (4) ان الشركة قيد البحث تولي اهمية خاصة لتوفير البرمجيات فيها، حيث ان اساس عملها تعتمد على هذه البرمجيات. لذلك فإنها تقوم باقتناء احدها، وتوفر الافراد الذين يمتلكون المعرفة في هذا المجال، فضلاً عن تحديد مسؤوليتهم، والاهتمام بتشخيص وتحليل المخاطر التي يمكن ان تتعرض لها هذه الموجودات البرمجية. وما يدعم ذلك معدل توافر هذا المتطلب والبالغ (3)، والنسبة المئوية البالغة (100%). وكما موضح في الجدول (4).

جدول 4: المعدلات والنسب المئوية لتوفر متطلب ادارة الموجودات البرمجية

ت	الفقرات	بدرجة منخفضة	بدرجة متوسطة	بدرجة عالية
14	نهتم باقتناء احدث البرامج التي نستخدمها في انجاز انشطة الشركة.			
15	نهتم بتوفير افراد لديهم الخبرة والمعرفة في استخدام البرامج في الشركة.			
16	نركز على تحديد مسؤولية استخدام هذه البرامج من قبل الافراد في الشركة.			
17	نقوم بتشخيص وتحليل المخاطر التي يمكن ان تتعرض لها الموجودات البرمجية.			
الاوزان		1	2	3
التكرارات		0	0	4
النتيجة		0	0	12
المعدل		3		
النسبة المئوية		%100		

خامساً: تسليم الخدمة

يتضح من الجدول (5) ان معدل توافر هذا المتطلب قد بلغ (2,5)، والنسبة المئوية لها (83,33%). وهي نسبة جيدة نظراً لأهمية هذا المتطلب في نجاح تكنولوجيا المعلومات، ولكون تسليم الخدمة الى المستفيد منها هو خلاصة عمل هذه التكنولوجيا، حيث يتم وضع اطار عمل لتسليم خدمات التكنولوجيا، اضافة الى وصف تفاصيل الخدمات المقدمة من قبل تكنولوجيا المعلومات في الشركة قيد البحث، ووضع موازنة يتمن خلالها رصد تكاليف تسليم الخدمة وعوائدها المتوقعة.

جدول 5: المعدلات والنسب المئوية لتوفر متطلب تسليم الخدمة

ت	الفقرات	بدرجة منخفضة	بدرجة متوسطة	بدرجة عالية
18	نبحث عن تقديم افضل الخدمات لتكنولوجيا المعلومات من قبل الشركة.			
19	نهتم بوضع اطار عمل خاص لتسليم خدمات تكنولوجيا المعلومات من قبل الشركة.			
20	نعمل على تقديم وصف عن تفاصيل خدمات تكنولوجيا المعلومات في الشركة.			
21	نؤكد على وضع موازنة خاصة لتكاليف تسليم الخدمات وعوائدها المتوقعة للشركة.			
الاوزان		1	2	3
التكرارات		0	2	2
النتيجة		0	4	6
المعدل		2,5		
النسبة المئوية		%83,33		

سادساً: دعم الخدمة

يعتبر هذا المتطلب ضروريا لدعم المتطلب السابق (تسليم الخدمة)، لذلك فإن الشركة قيد البحث تعمل على وضع خطة لدعم خدمات تكنولوجيا المعلومات ومراجعة هذه الخطط، مع التركيز على عمليات الصيانة الوقائية والعلاجية، لتجنب التوقفات المفاجئة لهذه التكنولوجيا، مع تدريب الافراد على ذلك. ويتضح ذلك جليا في الجدول (6) حيث بلغ المعدل (2,8)، ونسبة مئوية قدرها (93,33%)، حيث تشير هذه النتائج الى الاهتمام الكبير بهذا المتطلب.

جدول 6: المعدلات والنسب المئوية لتوفر متطلب دعم الخدمة

ت	الفقرات	بدرجة منخفضة	بدرجة متوسطة	بدرجة عالية
22	نعمل على وضع خطة لدعم خدمات تكنولوجيا المعلومات المسلمة من قبل الشركة.			
23	نركز على ادخال عمليات الصيانة الوقائية والعلاجية في خطة دعم الخدمات.			
24	نحاول تجنب التوقفات المفاجئة عند تسليم خدمات تكنولوجيا المعلومات في الشركة.			
25	نعمل على مراجعة الخطط وتطويرها عند الحاجة تزامناً مع التغييرات الحاصلة.			
26	نحرص على تدريب الافراد على دعم تسليم خدمات تكنولوجيا المعلومات الشركة.			
الاوزان		1	2	3
التكرارات		0	1	4
النتيجة		0	2	12
المعدل		2,8		
النسبة المئوية		93,33%		

سابعاً: منظور الاعمال

حقق هذا المتطلب معدل قدره (3)، ونسبة مئوية قدرها (100%)، وهذه النتيجة تشير الى الاهتمام الكبير بهذا المتطلب من قبل الشركة قيد البحث، حيث يتم تحديد الادوار الموكلة لكل فرد، والالتزام بالتعليمات والاجراءات لدعم خدمات تكنولوجيا المعلومات، وهذا كله يتحقق من خلال اعتماد منهج خاص لتحقيق التوافق بين استراتيجية الشركة واستراتيجية تكنولوجيا المعلومات، ونشر ثقافة الانفتاح والتعاون بين وحدات الاعمال في الشركة. والجدول (7) يُظهر هذه النتائج.

جدول 7: المعدلات والنسب المئوية لتوفر متطلب منظور الاعمال

ت	الفقرات	بدرجة منخفضة	بدرجة متوسطة	بدرجة عالية
27	نسعى دائماً نحو تحديد الادوار الموكلة لكل فرد لتحقيق اهداف الشركة.			
28	نحاول الامتثال إلى التعليمات ومستويات الخدمة لدعم تكنولوجيا معلومات الشركة.			
29	الاهتمام باعتماد منهج خاص لتحقيق التوافق بين استراتيجية الشركة واستراتيجية تكنولوجيا المعلومات.			
30	التأكيد على نشر ثقافة الانفتاح والتعاون بين وحدات الأعمال المختلفة في الشركة لدعم التوافق.			
الاوزان		1	2	3
التكرارات		0	0	3
النتيجة		0	0	9
المعدل		3		
النسبة المئوية		100%		

ثامنا: التخطيط لتنفيذ ادارة الخدمة

يتضح من الجدول (8) ان الاعتماد على الخطط الموضوعة عند تنفيذ عمليات تكنولوجيا المعلومات كانت بدرجة متوسطة، في حين انه اهتمام كبير بتحديد الادوار عند تقديم الخدمة، اضافة الى مراجعة الخطة واجراء التطوير اللازم فيها تماشياً مع التغيرات التي يتم ادراجها في تكنولوجيا المعلومات لدى الشركة قيد البحث. ويشير الجدول (8) الى معدل توافر هذا المتطلب قد بلغ (2,75)، ونسبة مئوية قدرها (91,66%).

جدول 8: المعدلات والنسب المئوية لتوفر متطلب التخطيط لتنفيذ ادارة الخدمة

ت	الفقرات	بدرجة منخفضة	بدرجة متوسطة	بدرجة عالية
31	تعتمد على الخطط الموضوعة عند تنفيذ العمليات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات.			
32	تهتم بتحديد الادوار عند تقديم خدمات تكنولوجيا المعلومات.			
33	نقوم بمراجعة خطط التنفيذ لتشخص الفجوات ومعالجتها.			
34	تهتم بتطوير الخطط عند الحاجة تزامناً مع التغيرات التي يتم إدخالها مثلاً إدراج موارد أو تطبيقات جديدة في منظومة تكنولوجيا المعلومات.			
الاوزان		1	2	3
التكرارات		0	1	3
النتيجة		0	2	9
المعدل		2,75		
النسبة المئوية		%91,66		

بعد استعراض وتفحص النتائج التي تم التوصل اليها في الجانب الميداني للبحث يتضح ان شركة *speed Way* تلتزم بمعظم متطلبات نموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات ITIL، وذلك لحوكمة خدمات تكنولوجيا المعلومات لديها وتحقيق الهدف من استخدامها.

المحور الرابع: الاستنتاجات والمقترحات

اولا: الاستنتاجات

يمكن استعراض اهم الاستنتاجات النظرية والميدانية التي توصل اليها الباحثان بالآتي:

- إن الدراسات المنشورة في حقل تكنولوجيا المعلومات تؤكد على أهمية وجود إدارة متخصصة لهذه التكنولوجيا، ولها وزنها الخاص في الهيكل التنظيمي للمنظمة، ولابد من وضع استراتيجية خاصة لها تتوافق مع الاستراتيجية العامة للمنظمة، التي تتطلبها حوكمة تكنولوجيا المعلومات.
- أشارت الكثير من الدراسات إلى أن حوكمة تكنولوجيا المعلومات يمكن عدّها عامل النجاح الحاسم أو الحرج في تحقيق الهدف من هذه التكنولوجيا، إذ إن مشكلة المنظمات ليست في الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات وإنما في تعظيم الاستفادة من خدماتها، وهو هدف المنظمة بشكل عام وإدارة تكنولوجيا المعلومات بشكل خاص.
- إن الحوكمة فضلاً عن من نتائجها الايجابية في السيطرة على تفاصيل عمل تقنية المعلومات، إلا أن كثرة الإجراءات والضوابط، أي سيادة الرسمية إن صح التعبير قد تقيد فاعلية بعض الأفراد المتخصصين (المحترفين) في مجال تقنية المعلومات، ولا تفسح لهم فرص الإبداع في مجال عملهم تحسباً لمخالفاتهم للضوابط والتعليمات.
- لقد استنتج الباحثان من خلال مقابلة ومناقشة ادارة شركة *speed Way* انها لا تمتلك فكرة مفصلة عن حوكمة تكنولوجيا المعلومات، والنماذج المعتمدة فيها.

- ان شركة *speed Way* تلتزم بمعظم متطلبات انموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات لحوكمة خدمات هذه التكنولوجيا فيها. ويتضح ذلك من خلال النتائج التي تم التوصل اليها من خلال قائمة الفحص المعتمدة في البحث.
- يستنتج الباحثان ان شركة *speed Way* لم تحوكم خدمات تكنولوجيا المعلومات من خلال انموذج مكتبة البنية التحتية لتكنولوجيا يهدف الحوكمة، وانما يهدف الالتزام بتطبيق بعض السياسات والاجراءات والتعليمات فيها. وذلك لان الشركة وكما ذكرنا في الاستنتاج السابق لا تمتلك فكرة عن موضوع الحوكمة.

ثانيا: التوصيات

استنادا على الاستنتاجات السابقة يمكن تقديم بعض التوصيات التي يمكن الاستفادة منها من قبل الشركة قيد البحث وكالاتي:

- أهمية التركيز على تدريس موضوع حوكمة تكنولوجيا المعلومات في المناهج الدراسية، وتحديدأ في قسم نظم المعلومات الإدارية، إذ لاحظ الباحثان ومن خلال الاطلاع على مفردات المواد الدراسية في القسم عدم التطرق إطلاقاً على تدريس هذا الموضوع في القسم العلمي، بعدّه القسم المتخصص في مجال نظم المعلومات.
- إن لحوكمة خدمات تكنولوجيا المعلومات أهمية خاصة في قطاع الاتصالات، لذا يوصي الباحثان ضرورة توجه الشركات العاملة في هذا الحقل نحو تبني تطبيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات فيها، لأن هذه التقنيات هي في صميم عمل هذه الشركات ولابد من ضمان الرقابة والسيطرة عليها.
- التركيز على موضوع حوكمة خدمات تكنولوجيا المعلومات ومحاولة إرساء هذا المفهوم عبر تعزيز ثقافة الحوكمة ورفع مستوى الفهم والإدراك بأهميتها، وذلك بإقامة الندوات وإلقاء المحاضرات في الشركة بهذا الاتجاه، لاسيما وأن ادارة الشركة تمتلك كوارد جيدة لديها القدرة على القيام بهذه المهمة.
- الاطلاع على تجارب الدول المتقدمة في مجال تطبيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات، وتحديدأ الشركات التي تعمل في مجال عمل الشركة قيد البحث؛ للاستفادة من تجاربهم في هذا المجال، ولاسيما في الدول العربية المجاورة.

المراجع

المراجع العربية

- سناء، جبيرات وأحلام، خان، (2012)، "نحو استخدام بطاقة الأداء المتوازن في حوكمة نظم المعلومات"، الملتقى الوطني حول حوكمة المنظمات كآلية للحد من الفساد المالي والإداري، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
- عقل، محمد عقل، (2011)، "مقدمة في حوكمة تقنية المعلومات باستخدام نموذج كويت الإصدار الرابع"، الطبعة الأولى، المملكة العربية السعودية.

المراجع الأجنبية

- Abu Khadra, Husam, Zuriekat, Majdy&Alrmahi, Nidal, (2009), "An Empirical Examination of Maturity Model As Measurement of Information Technology Governance Implementation", The International Arab Journal of Information Technology, Vol. (6), No. (3).
- Abo-Musa, Ahmad A., (2007), "Exploring Information Technology Governance (ITG) in Developing Countries: An Empirical Study", The International Journal of Digital Accounting Research, Vol.(7), No.(13-14).
- Eslami, Fatemeh, Fasanghari, Mahdi & Abdollahi, Ali, (2008), "Classification of IT Governance Tools for Selecting the Suitable One in an Enterprise", Iran Telecommunication Research Center (ITRC), Iran.

- Fletcher, Matthew, (2006), "Five Domains of Information Technology Governance for Consideration by Boards of Directors", Master Thesis, Applied Information Management, University of Oregon, USA.
- Hannker, Stacey & Hutton, Austin, (2003), "Principles of Governance", Information System Control Journal, Vol. (3).
- Help, Tuliki, (2008), "Better to Prevent Than Cure-A New Way to Enhance IT and Business Governance Collaboration", Information Systems Control Journal, Vol. (2).
- Gellings, Cornelia, (2007), "Outsourcing Relationship: The Contract As IT Governance Tool", Proceedings of The 40th Hawaii International Conference on System Sciences, USA .
- Gheorghe, Mirela, (2010), "Audit Methodology for IT Governance", Information Economic Journal, Vol. (14), No. (1).
- Grembergen, Wim&DeHaes, Steven &Guldentops, Erik, (2004), "Structures, processes and Relational Mechanisms for Information Technology Governance: Theories and Practices", ITAG Research Institute, University Antwerpen Management School, www.uams.be/itag.
- Grewal, Peter &Knutsson, Fredrik, (2005), "IT Governance In Global Logistics Company", Master Thesis, Department of Information, Goteborg University, Sweden.
- IT Governance Institute ITGI, (2003), "Board Briefing on IT Governance", 2nd ed., <http://www.itgi.org>, USA.
- KanRinnooy A. H. G., (2004), "IT Governance and Corporate Governance at ING", Information Systems Control Journal, Vol. (2).
- Krey, Mike, et.al., (2011), "Approach to the Classification of Information Technology Governance, Risk and Compliance Frameworks",UKSim 13th International Conference on Modeling and Simulation, UK.
- Milton, Nick, (2009), "Governance framework for Knowledge Management", Knoco Stories: Governance Framework for Knowledge Management, <http://www.nickmilton.com/governance-framework-for-knowledge>.
- Peterson, Ryan R., ed., (2003), "Exploring The Impact of Electronic Business Readiness on Leadership Capabilities in Information Technology Governance", In Proceedings of the 35th Hawaii International Conference on System Sciences,USA.
- Schwarz, A. &Hirschheim, R., (2003), An Extended Platform Logic Perspective of IT Governance: Managing Perceptions and Activities of IT, The Journal of Strategic Information Systems, Vol. (12), No. (2).
- Simonsson, Marten &Ekstedt, Mathias, (2008), "Getting the Priorities Right: Literature vs Practice on IT Governance" ,<http://www.ics.kth.se>.
- Simonsson, M. &Johanson P., (2008), "The IT Organization Modeling and Assessment Tool: Correlating IT Governance Maturity With The Effect of IT", Paper presented At The Proceedings of the 41st, Hawaii International Conference on System Sciences, USA.
- Tan, Khong, Eze, Uchenna&Teo, Wil Le, (2008), "Information Technology Governance in the Malaysian Electronics Manufacturing Industry", Communications of the IBIMA, Vol. (3).
- Weian, Li &Delu, Wang, (2005), "The Review of IT Governance and the Comparative Analysis of Two Model", Capital University, Economics and Business Journal, Vol. (7), No. (5).
- Weill, Peter &Woodham, R., (2002), "Don't Just Lead, Govern: Implementing Effective IT Governance", MIT Sloan Management Review.
- Weill, Peter & Ross Jeanne, (2004), "IT Governance-How Performers Manage IT Decision Rights for Superior Results", Harvard Business School, Boston.

- Webb P. & Ridley G., (2006), "Attempting to Define IT Governance: Wisdom or Folly", Proceedings of The 39th, Hawaii International Conference on System Sciences, USA.
- www.ISACA.org, (2011), Information System Control Journal, Vol 4.
- Zyngier, Suzanne, (2005), "KnowledgeManagementGovernance", Article for the Encyclopedia of Knowledge Management.

دور المواطنة التسويقية في تبني تطبيق أبعاد التسويق الأخضر في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية في محافظة نينوى

د.أنهار خيرالدين محمد
جامعة الموصل/ العراق

د.ندى كشمولة
جامعة الموصل/ العراق

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية الى التعرف على مدى ممارسة الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية للمواطنة التسويقية بأبعادها (الاقتصادية، والاجتماعية، والإنسانية، والقانونية) بوصفها محاولة استهدفت الإجابة عن تساؤل مفاده هل هناك التزام لدى إدارة المنظمة المبحوثة بالمتطلبات الأساسية اللازمة للانتقال إلى الأنشطة المتعلقة بأبعاد المواطنة في الممارسات التسويقية للشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية، والوقوف على التفاصيل الخاصة بأبعاد التسويق الأخضر، ودرجة الوعي البيئي لدى إدارة المنظمة المبحوثة، ومعرفة المعوقات التي تحدّ من استخدام التسويق الأخضر لها. وقد استخدمت الاستبانة (التي تم إعدادها في ضوء السياقات العلمية المعتمدة في إعداد هذا النوع من الدراسات) في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالورقة البحثية، إذ تم توزيعها على عينة مكونة من (80) فرداً من رؤساء الأقسام والموظفين في الشركة العامة للأدوية والمستلزمات الطبية، وتم استلام (74) استمارة، وقد تم جمع البيانات، وإدخالها إلى الحاسوب، ومعالجتها باستخدام الحزمة الإحصائية (SPSS)، وقد تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية وهي (النسبة المئوية، الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، والانحدار Regression، والارتباط Correlation).

وكان من أبرز الاستنتاجات النظرية والميدانية التي توصلت إليها الورقة البحثية أن إجابات المبحوثين كانت في الاتجاه الإيجابي وبدرجة اتفاق كاملة بخصوص اهتمام المنظمة المبحوثة بتعبئة المنتجات وتغليفها بحيث تحافظ على سلامة الزبون، والاتفاق على أن هنالك علاقة بين السعر والكلفة. وأوضحت النتائج من خلال إجابات الأفراد المبحوثين عدم الاتفاق على أن المنظمة المبحوثة لا تتعامل مع مجال بناء مفهوم النفايات، ومجال التوجه البيئي، ومجال تعليم المستهلك، وأن أبعاد المسؤولية الاجتماعية ليس لها نفس الدور في أداء الممارسات التسويقية بالمنظمة، حيث اتضح أن البعد القانوني والبعد الاقتصادي يساهمان بصورة مباشرة في الممارسات التسويقية لعمل المنظمة في ظل وجود بقية الأبعاد، هذا يفسر احترام المنظمة للقوانين والأنظمة التي تصدر عن الجهات الحكومية، ويفسر اهتمام المنظمة بالمحافظة على البيئة، وهذان البعدان يشكلان المتطلبات الأساسية اللازمة للانتقال إلى الأنشطة المتعلقة بالأبعاد الاقتصادية والقانونية، أما فيما يخص البعدين المتبقين وهما البعد الإنساني والأخلاقي فهما يساهمان بصورة أقل في الممارسات التسويقية، ويمكن القول أن المنظمة تسعى إلى التوجه نحو المواطنة التسويقية من خلال الاعتماد على البعد الاقتصادي والقانوني. واعتماداً على جملة ما توصلت إليه الورقة البحثية من استنتاجات، فهي توصي بحثاً وتشجيعاً إدارة المنظمة المبحوثة على الاهتمام بالوعي البيئي للحفاظ على سلامة البيئة، والتعامل مع النفايات والغازات المنبعثة بطريقة صحيحة، وتوعية الزبون بأهمية الحفاظ على البيئة، وضرورة التزام المواطنة التسويقية في ممارساتها التسويقية من خلال تحقيق التوازن بين تحقيق الشركة للأرباح، واشباع حاجات ورغبات المستهلكين، وتلبية احتياجات ومصالح المجتمع.

كلمات مفتاحية: التسويق الأخضر، المواطنة التسويقية، البيئة الخضراء، النفايات.

مقدمة

تعد ظاهرة التلوث البيئي من الظواهر التي لاقت اهتماماً متزايداً في الآونة الأخيرة، خاصة في ظل التقدم الصناعي الذي يشهده عالمنا المعاصر. وعلى الرغم من أن هذه الظاهرة ليست جديدة وهي موجودة منذ القدم إلا أن الجديد فيها هو تعدد مصادر التلوث وتنوعها وآثاره الضارة وتنوعها. فضلاً عن محاولة الشركات الصناعية التخلص من نفاياتها المضرّة بالبيئة عن طريق إطلاقها في الهواء أو إلقائها في البحر أو دفنها في الأرض، مما كان له تأثير سلبي في الحياة البيئية. فعلى سبيل المثال إن استنشاق الدخان الذي تطلقه المصانع يؤثر في الحياة البشرية، كما يؤدي إلى إحداث ثقب في طبقة الأوزون التي تحمي الغلاف الجوي، فضلاً عن أنه يهدد بانقراض الثروة السمكية التي تمثل

أحد المصادر الغذائية الهامة ونضوب الموارد الطبيعية في المدى البعيد. ويذكر تقرير أصدرته منظمة البيئة الألمانية الفيدرالية عام 1997 م مجموعة من الأبعاد الخطيرة للتلوث البيئي المتمثلة في ارتفاع درجة حرارة الجو منذ أواخر القرن التاسع عشر، وارتفاع سطح البحر بمقدار 25 سم في المائة عام الأخيرة، واتساع فجوة الأوزون، وتسارع انقراض العديد من الكائنات الحية، وازدياد عوامل التعرية ونضوب المواد الخام بناء على ما ذكرته المنظمة السابقة نفسها فإن الخسائر التقديرية للحياة البيئية في اليوم الواحد تقدر بتخريب 55000 هكتار من الغابات الاستوائية، ونقص الأراضي الخصبة بمقدار 20000 هكتار، وانقراض 100 كائن حي إلى 200، ونشر 60 طناً من الكربون السام في الفضاء (المرزوقي، 2004، 2).

وتأتي هذه الدراسة محاولة للإجابة عن تساؤل مفاده: هل هناك التزام لدى إدارة المنظمة المبحوثة بالمتطلبات الأساسية اللازمة للانتقال إلى الأنشطة المتعلقة بأبعاد المواطنة في الممارسات التسويقية للشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية

منهجية الدراسة

مشكلة الدراسة

هنالك العديد من منظمات الأعمال تبدي اهتماماً متزايداً للمحافظة على البيئة لجعلها مكاناً آمناً للعيش لأجيال الحاضر والمستقبل. ومن خلال إعطاء المواطنة التسويقية أهمية بارزة في بناء استراتيجياتها التسويقية، وعليه تتجسد مشكلة الدراسة فيما تشهده منظمات الأعمال اليوم حول الالتزام القوي بالمواطنة التسويقية في ممارسة الأنشطة التسويقية، إلا أن ضعف الوعي البيئي لدى الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية في نينوى توصل إلى أنه لا يوجد هنالك اهتمام لأبعاد التسويق الأخضر، ونظراً لأهمية الموضوع في العالم عامة والمنظمة المبحوثة خاصة فقد وجدت الباحثتان أن هذا الموضوع جدير بالاهتمام والدراسة، واتساقاً مع ما تقدم فإن طرح التساؤلات الآتية تسهم في توضيح مشكلة الدراسة:

- هل ان لأبعاد المواطنة التسويقية نفس الدور في أداء الممارسات التسويقية بالمنظمة المبحوثة؟
- هل هنالك تصور واضح لدى إدارة المنظمة المبحوثة لأبعاد التسويق الأخضر؟
- ما مدى درجة الوعي البيئي لدى إدارة المنظمة المبحوثة؟
- هل هنالك معوقات تحد من استخدام التسويق الأخضر في المنظمة المبحوثة؟ وما هي المعوقات؟

أهمية الدراسة

تتجلى أهمية الدراسة من خلال المبادرات الداعمة للتسويق الأخضر لما يحققه من مزايا لمنظمات الأعمال بصورة عامة، ويمكن أن يضع المنظمة على قمة الهرم التنافسي، ولربما يمنحها القيادة في السوق وخاصة مع تزايد الوعي للمواطنة التسويقية في السوق ان تبني فلسفة التسويق الأخضر يجعل المنظمة قريبة من زبائنها ولا سيّما الذين لديهم توجه بيئي فضلاً عن المحافظة على البيئة وترشيد استخدام الموارد الطبيعية.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى الوقوف على أبعاد التسويق الأخضر والمواطنة التسويقية ومدى توافرها في المنظمة المبحوثة فضلاً عن محاولة البحث في التوصل إلى الأهداف الآتية:-

- تحديد مدى سعي إدارة المنظمة لتحقيق أبعاد المواطنة التسويقية في ممارساتها التسويقية
- التعرف على اثر الحماية البيئية في ممارسة المنظمة المبحوثة لمفهوم التسويق الأخضر
- تحديد مفهوم إعادة تشكيل المنتج لدى المنظمة المبحوثة.

- معرفة مدى وضوح العلاقة بين السعر والكلفة على مدى ممارسة المنظمة المبحوثة لمفهوم التسويق الأخضر.
- معرفة مدى إسهام المنظمة المبحوثة في تعليم المستهلك مفهوم التسويق الأخضر.

فرضيات الدراسة

اعتمدت الدراسة على الفرضيات التالية:

- لا يوجد تصور لدى إدارة المنظمة المبحوثة عن أبعاد التسويق الأخضر.
- لا يوجد علاقة توافقية معنوية لأبعاد التسويق الأخضر لدى المنظمة المبحوثة.
- تولي الشركة عينة الدراسة الأولوية للبعد القانوني، الاقتصادي، الأخلاقي، ثم الانساني
- لا يوجد علاقة ارتباط معنوية بين التسويق الأخضر وابعاد المواطنة التسويقية
- العلاقات الفرعية:

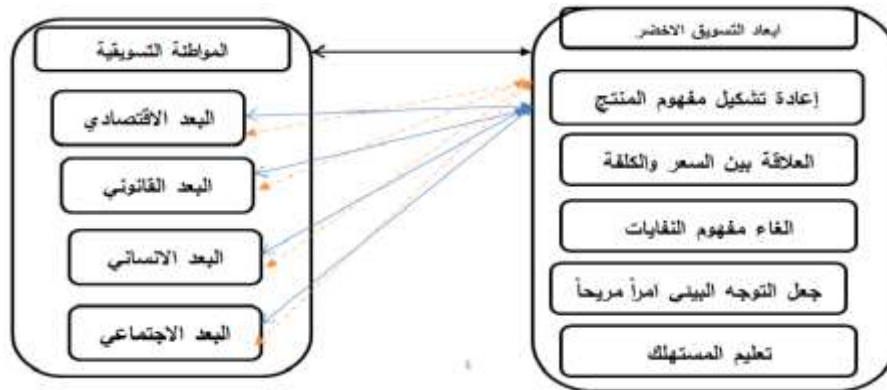
- لا يوجد علاقة ارتباط معنوية بين التسويق الأخضر والبعد القانوني
- لا يوجد علاقة ارتباط معنوية بين التسويق الأخضر والبعد الانساني
- لا يوجد علاقة ارتباط معنوية بين التسويق الأخضر والبعد الاقتصادي
- لا يوجد علاقة ارتباط معنوية بين التسويق الأخضر والبعد الأخلاقي

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتسويق الأخضر في ابعاد المواطنة التسويقية
- العلاقات الفرعية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتسويق الأخضر في البعد القانوني
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتسويق الأخضر في البعد الانساني
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتسويق الأخضر في البعد الاقتصادي
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتسويق الأخضر في البعد الأخلاقي

ج. مخطط الدراسة

تتطلبُ المعالجة المنهجية لمشكلة الدراسة تبني أنموذجٍ افتراضيٍّ يشير إلى دور التسويق الأخضر في ممارسة الشركة المبحوثة لمسؤوليتها الأخلاقية و الاجتماعية (المواطنة التسويقية)



شكل 1: أنموذج الدراسة. المصدر: من إعداد الباحثين

منهجية الدراسة

بغية الحصول على البيانات اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الباحثتان على نوعين من البيانات، تم الحصول على النوع الأول منها والمتمثلة بالجانب النظري من خلال أدبيات الموضوع وبعض الدراسات التي أجريت ضمن إطار المفاهيم العلمية لهذه الدراسة. أما النوع الثاني من البيانات فقد تم الحصول عليها من خلال الدراسة الميدانية.

الأساليب الإحصائية

تمت الاستعانة بمجموعة من الأساليب الإحصائية من أجل اختبار مخطط الدراسة وفرضياتها، ومن هذه الأساليب ما يأتي:-

- النسب المئوية والتكرارات والأوساط الحسابية والانحراف المعياري التي استفاد منها الباحث بشكل أساسي في وصف عينة الدراسة وتشخيص متغيراتها.
- استخدم تحليل (Chi-Square) في بيان العلاقة التوافقية بين متغيرات الدراسة
- استخدام الانحدار لبيان نوع العلاقة بين التسويق الأخضر وابعاد المواطنة التسويقية
- استخدام ارتباط سيرمان لبيان نوع الارتباط بين التسويق الأخضر وابعاد المواطنة التسويقية

أولاً: التسويق الأخضر

أ- مفهوم التسويق الأخضر

يوضح الجدول (1) مفهوم التسويق الأخضر وفق آراء عينة من الباحثين

جدول 1: مفهوم التسويق الأخضر وفق آراء عينة من الباحثين. المصدر: من إعداد الباحثين بعد الاطلاع على المصادر الواردة فيه

المصدر	التعريف
1 (Charter, 1992, 394)	وهو عملية استراتيجية تهدف إلى تعريف، تحديد حاجات المالكين وإرضاء مقابل مكافأة مقبولة مع عدم الإضرار أو التأثير في الأفراد أو البيئة الطبيعية.
2 (Polonsky, 1995: 3)	وهو العملية المتضمنة لكل الأنشطة المصممة لتوليد أية عملية تبادل وتسهيلها تهدف إلى إرضاء الحاجات والرغبات الخاصة بالزبائن مع أقل اثر ممكن في البيئة الطبيعية.
3 (Stanton, et al, 1997: 612)	هو أي نشاط تسويقي خاص بشركة معينة والذي يهدف إلى خلق تأثير إيجابي أو إزالة التأثير السلبي لمنتج معين في البيئة.
4 (Charter and Polonsky, 1999: 236)	وهو عملية تسويق أو ترويج منتجات معتمدة على أدائها البيئي، أي عدم الإضرار بالبيئة.
5 (Pride and Ferrell, 2000: 86)	هو عملية تطوير، وتسعير، وترويج منتجات لا تسبب أي ضرر بالبيئة الطبيعية.
6 (Darymple and parson, 2000: 19)	وهو مدخل إداري يهدف إلى تحقيق الموازنة بين حاجات الزبائن ومتطلبات البيئة وهدف الربحية.
7 (Yong, et al, 2001: 2)	وهو أحد أنواع التسويق الصديق للبيئة الطبيعية والاجتماعية.
8 (النوري، 2004، 7)	عملية نظامية متكاملة تهدف إلى التأثير في تفضيلات الزبائن بصورة تدفعهم نحو التوجه إلى طلب منتجات غير ضارة بالبيئة وتعديل عاداتهم الاستهلاكية بما ينسجم مع ذلك، والعمل على تقديم مزيج تسويقي متكامل يرضي هذا التوجه بحيث تكون المحصلة النهائية الحفاظ على البيئة، وحماية المستهلكين وإرضائهم وتحقيق هدف الربحية للشركة."

9	(بدرابي، 2008، 217)	عبارة عن الأنشطة والفعاليات المتعلقة بالتسويق والترويج والتوزيع للمنتجات غير المضرة بيئياً والمنبثقة من الاستراتيجية التي تتبناها منظمة الأعمال وضمن ثقافتها التنظيمية، والمشيعة لحاجات المستهلكين ورغباتهم، والمساهمة بتحقيق عائد مقبول والمعززة للرفاه الاجتماعي.
10	Straughan,et.al,2009:125	محاولة لربط المكونات الكلاسيكية للتسويق وإدارة القضايا البيئية
11	(حسين، 2010، 9)	يعالج البيئة المادية على أنها عنصر ذو قيمة داخلية يمكن أن يؤدي إلى نجاح المنظمة واستمرارها وبقائها في عالم الأعمال هذا فضلاً عن منفعة هذه البيئة المادية للمجتمع ككل والشركات التي تطبق مفهوم التسويق الأخضر هي شركات تحاول الآن أن تؤكد للمستهلك أن منتجاتها هي منتجات صديقة للبيئة حيث إنها تساعد على الحفاظ عليها أو إنها تسبب للبيئة أقل ضرر ممكن كما إنها تصنع الذي يمكن تصنيعه مرة أخرى أو على الأقل تصنع الغلاف من مواد يمكن إعادة تصنيعها واستخدامها مرة أخرى.
12	(البكري، 2011، 12)	يعني مدئ واسعاً من الأنشطة التي تتضمن تعديل المنتج وتغير العملية الإنتاجية وطريقة توزيعه، ليكون أكثر توافقاً مع حاجات المستهلك وانسجماً مع البيئة. وهذا ما يتطلب أيضاً من تغير في طريقة التغليف وحتى في إعادة تدوير المنتج بعد استهلاكه أو مخلفات الاستعمال والتسويق الأخضر هو تعبير عن وصف دقيق للرسالة التسويقية التي تعتمد عليها الشركات للتعبير عن خصوصية منتجاتها أو العمليات التي تقوم بها، وبما يتوافق لأن تكون أكثر أماناً للبيئة. وكذلك في قدرتها للاستجابة إلى حاجات المستهلكين والزبائن وبما ينسجم مع الشروط الأمانة والسليمة للتعامل مع منتجاتها المقدمة أو ما تقوم به من عمليات.
13	(موسى وجميل، 2012، 53)	هو مدخل مهم يعتمد تطبيقه على مجموعة من الأسس والمبادئ التي تتضمن، تغير نوع المدخلات، واعتماد مدخلات جديدة وإجراء تعديلات في العمليات الإنتاجية اللازمة والتي يجب ان تنسجم كذلك مع نوع المدخلات لينتج عن تلك العمليات منتجات جديدة تمتاز بكونها غير ضارة بالبيئة وسليمة، ومتطابقة مع حاجات الزبائن.
13	(حمودة، الأغا، 2014، 24)	أن مفهوم التسويق الأخضر عملية نظامية تبادلية متكاملة مع كافة الأطراف تهدف إلى التأثير على الزبائن بشكل يدفعهم نحو الطلب على المنتجات الخضراء غير الضارة بالبيئة وذلك من خلال تعديل السلوك الاستهلاكي لهم بحيث يحقق ذلك هدف الحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية.
14	(منى دريجي، 2017، 4)	فلسفة أو مفهوم حديث للتسويق يساهم في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تحقيق الموازنة بين إشباع حاجات المستهلك وحمايته، حماية البيئة، تحقيق الربح.

ب- أبعاد التسويق الأخضر

يستند تطبيق التسويق الأخضر إلى خمسة أبعاد رئيسية، (Pride & Ferrell, 2003,102) (الربيعاوي وعباس، 2015، 403)

- إعادة تشكيل مفهوم المنتج: يتمثل في مواكبة تكنولوجيا الإنتاج لمفهوم الالتزام البيئي، بحيث يعتمد الإنتاج اعتماداً كبيراً على مواد خام غير ضارة بالبيئة، واستهلاك الحد الأدنى منها. فضلاً عن ضرورة تدوير المنتجات نفسها بعد انتهاء المستهلك من استخدامها، ولا سيما المعمرة منها، لتعود إلى مصنعها بالنهاية حيث يمكن تفكيكها وإعادة تدويرها إلى الصناعة مرة أخرى (ضمن حلقة مغلقة). أما التغليف، فيعتمد على مواد خام صديقة للبيئة وقابلة للتدوير.
- إلغاء مفهوم النفائيات أو (تقليلها): لقد تغير المفهوم التقليدي في التعامل مع النفائيات وبقايا الصناعة ضمن التسويق الأخضر، حيث أصبح التركيز على تصميم وإنتاج سلع بدون نفائيات أو نفائيات قابلة للتدوير بدلاً من كيفية التخلص منها، وذلك من خلال رفع كفاءة العمليات الإنتاجية. أي أن المهم ليس ما يجب أن نفعله بالنفائيات، بل كيف ننتج سلعاً بدون نفائيات.

- العلاقة بين السعر والتكلفة: يجب أن يعكس سعر المنتج تكلفته الحقيقية أو يكون قريباً منها. وهذا يعني أن سعر السلعة (التكلفة الحقيقية على المستهلك) يجب أن يوازي القيمة التي يحصل عليها من السلعة، بما في ذلك القيمة المضافة الناجمة عن كون المنتج أخضر.
- جعل التوجه البيئي أمراً مربحاً: لقد أدرك العديد من المنظمات أن التسويق الأخضر يشكل فرصة سوقية قد تمنح المنظمة ميزة تنافسية و لربما مستدامة في الواقع إن معظم المنظمات تتنافس في السوق لتحقيق الكسب السريع، بغض النظر عن الآثار السلبية على البيئة. والمتعمّن في المنافسة في السوق يدرك أن هذا يعدّ منفذاً تنافسياً استراتيجياً، يمكن أن يأخذ المنظمة إلى نوع آخر من المنافسة، وخاصة مع تنامي الوعي البيئي بين المستهلكين وتحولهم التدريجي إلى مستهلكين خضر. ومن مزايا هذا التوجه الاستراتيجي هو أن الهيئات الرسمية وغير الرسمية تروج للتوجهات البيئية بشكل طبيعي ومستمر من خلال أجهزة الإعلام المختلفة وفي ذلك مساعدة ودعم مجاني من هذه الجهات لجهود الترويج الخاصة بالمنظمات التي تتبنى منهج التسويق الأخضر. ومن ثمّ سيكون هذا التوجه أمراً مربحاً، وخاصة في المدى الطويل.
- تعليم المستهلك: توعية المستهلك بأهمية التسويق الأخضر ودوره في الحفاظ على البيئة وضرورة الاهتمام بالبيئة من خلال الإعلان وتحفيز الزبون على اقتناء المنتجات الخضراء. ومن خلال الدراسة الميدانية يرى الباحث ان المنظمة المبحوثة تتبع بعض أبعاد التسويق الأخضر في حين أنها أهملت البعض الآخر منها التوجه البيئي ومفهوم الغاء النفايات وتعليم المستهلك.

ت- النتائج المترتبة عن ممارسة التسويق الأخضر

ان تبني مفهوم التسويق الأخضر يحقق لمنظمات الأعمال فوائد ومكاسب كبيرة يمكن ان تضع المنظمة على قمة الهرم التنافسي، ولربما يمنحها القيادة في السوق فضلاً عن المحافظة على البيئة وترشيد استخدام الموارد الطبيعية ومما تقدم يتضح لنا ان هنالك عدداً من المزايا المترتبة على ممارسة التسويق الأخضر وهي (العجاي، 2010، 13):-

- إرضاء حاجات المالكين: من المتوقع أن يفتح منهج التسويق الأخضر آفاقاً جديدة وفرصاً سوقية مغرية أمام المنظمات التي تمارسه، مما يتيح أمامها المجال لتجنب المنافسة التقليدية، ومن ثمّ تحقيق زيادة تنافسية في السوق وخاصة عندما تتوجه إلى السوق بمنتجات صديقة للبيئة، وتستهدف ذوي التوجهات البيئية في السوق. وسيساعد هذا الوضع التنافسي على تحقيق مكاسب وأرباح أعلى، فضلاً عن اكتساب سمعة جيدة في المجتمع وتلبية حاجات المالكين.
- تحقيق الأمان في تقديم المنتجات وإدارة العمليات: إن التركيز على إنتاج سلع آمنة وصديقة للبيئة يدفع المنظمة لرفع كفاءة عملياته الإنتاجية، مما يخفض من مستويات التلف والتلوث البيئي الناجم عن العمليات الإنتاجية. فضلاً عن تجنب الملاحظات القانونية، والتي قد تفضي إلى دفع تعويضات للمتضررين، وإثارة جمعيات البيئة وحماية المستهلك.
- القبول الاجتماعي للمنظمة: إن المنظمات التي تتبنى فلسفة التسويق الأخضر تحظى بتأييد قوي من المجتمع، بشتى فئاته وأطيافه أجمع، بسبب انسجام أهدافها مع أهداف المجتمع بخصوص الالتزام البيئي. وهذا التأييد الاجتماعي يساعد المنظمة على توطيد علاقاتها مع عملائها الحاليين وكسب عملاء جدد في المستقبل.
- ديمومة الأنشطة: إن تجنب المنظمة الخضراء للملاحظات القانونية وتأييد المجتمع لها بسبب القبول العام لأهدافها وفلسفتها، يمكنها من الاستمرار في تقديم منتجاتها الصديقة للبيئة، ودعم عملياتها وأنشطتها التجارية.

وترى الباحثتان ان تبني مفهوم التسويق الأخضر يتطلب التزام المنظمة المبحوثة (الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية في نينوى) جملةً من القواعد الأساسية للتسويق الأخضر وهي كالآتي ويتبعها معوقات:

- من هو المستهلك: إذا كنت ترغب في بيع منتج للمستهلكين الأكثر اخضراراً فأنت تحتاج للتأكد من أن المستهلك يدرك ويشعر بالقلق تجاه القضايا البيئية إذ أن المستهلك لا يدفع قيمة إضافية عند شراء ثلاجة خالية من غاز CFC (غاز ضار للبيئة يستخدم في التبريد) إذا لم يعرف أنه موجود في الثلاجة
- تشجيع المستهلكين على الشراء: تأكد بأن المستهلكين يشعرون وحدهم أو بالاشتراك مع المستهلكين الآخرين بأنهم يمكن أن يؤثروا في منتجك وهذا ما يسعى (التخويل) وهو السبب الرئيس الذي يدفع المستهلكين إلى شراء منتجات أكثر خضرة .

- الموضوع: المستهلكون يجب أن يؤمنوا بشرعية منتجك والادعاءات المعينة المبذولة لتصديقك.
- الأمان: المستهلكون بحاجة إلى الاعتقاد بأن المنتج الخاص بك يؤدي الوظيفة التي من المفروض أنه صنع من أجلها وتأخذ في عين الاعتبار بأن المستهلك لن يتخلى عن نوعية المستهلك من أجل البيئة (مع ضرورة الانتباه إلى أن المنتجات التي لا تؤدي وظيفتها ستصفي في صندوق النفايات وتلك لن تكون رحيمة جداً بالبيئة).
- التسعير: يجب أن تكون التكلفة الإضافية التي تحملها للمنتج ضمن نطاق تحمل المستهلكين وأنه قادر على تحمل أقساطها وأن يشعر أنها تستحق ذلك.

ث- معوقات التسويق الأخضر

معوقات التسويق الأخضر في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية ينجم عنها ضعف في مدى الوعي البيئي ، وأهمها:

- عدم قدرة المنظمة المبحوثة على بناء استراتيجية تسويقية قادرة على تسويق المنتجات الخضراء بطريقة فعالة.
- إن تطبيق مفهوم التسويق الأخضر يحتاج إلى القيام بأبحاث ودراسات عن السوق والمستهلك وهذه تحتاج إلى تكاليف لا تستطيع المنظمة المبحوثة تحملها.
- إن السياسات الحكومية لا تدعم بالمستوى المطلوب التسويق الأخضر أي إنها لا تحث الشركات على ضرورة الحفاظ على البيئة بشكل يضمن سلامتها.
- إن نجاح التسويق الأخضر يرتبط بمدى الوعي البيئي لدى المنظمة المبحوثة وإن اهتمام المنظمة في البيئة سيزيد من ربحيتها على المدى البعيد ويعمل على خلق انطباع ايجابي لدى المستهلك عن الشركة ويعزز ولاءه لها.
- إن مفهوم التسويق الأخضر مفهوم يتطور حالياً مع النمو المستمر لتلك المنظمة التي تشعر بمسؤوليتها الاجتماعية اتجاه البيئة التي تعمل بها.
- لا يوجد اهتمام بتدريب العاملين وتأهيلهم ضمن التوجه البيئي في المنظمة.
- تفتقد المنظمة المبحوثة إلى البرامج التطويرية والتعليمية لتثقيف المستهلكين ورفع درجة وعيهم بالمسؤولية البيئية.
- عدم قناعة المستهلك بجدوى حماية البيئة من خلال شراء السلع الخضراء.

ثانياً: المواطنة التسويقية

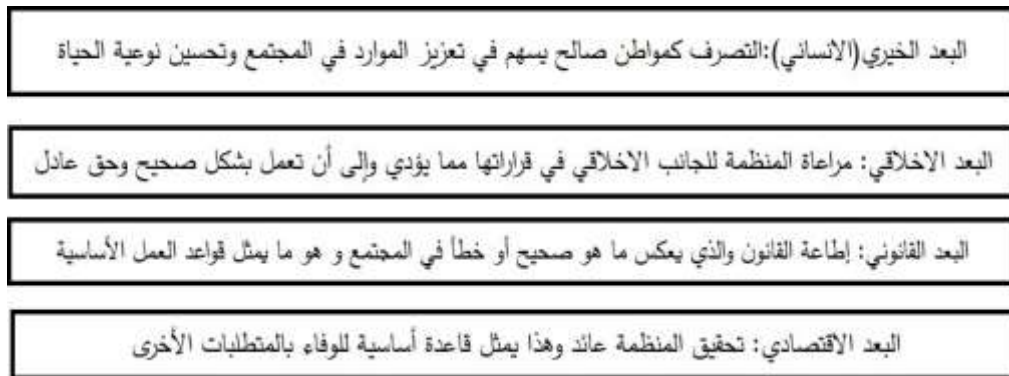
يعتبر مفهوم المواطنة Citizenship من المفاهيم التي ارتبط ظهوره بكتابات المفكرين والفلاسفة لاسيما المدينة الفاضلة لأفلاطون ، ثم ما لبث أن أصبح مفهوماً محورياً في إطار الدراسات القانونية ليصف الوضعية القانونية التي يحق للشخص بمقتضاها التمتع بما تمنحه الدولة من امتيازات لمواطنيها وتحمل كافة واجبات المواطنة كدفع الضرائب وأداء الخدمة العسكرية وغيرها. و تعتبر المواطنة التسويقية Marketing Citizenship الاختيار الأهم للمنظمات في المجتمع الذي تعمل فيه وهذا يتطلب تكثيف الجهود من أجل تعزيز ثقافة ممارسة المسؤولية ويمكن تحقيق ذلك من خلال تطبيقها لمفهوم المواطنة التسويقية ، وقد أدت العولمة ليس فقط إلى إعادة تعريف قواعد المنافسة وسلوك الأسواق واستراتيجيات الاتصال بل أدت كذلك إلى إعادة تعريف الطرق التي تمارس بها المنظمات انشطتها والدور الذي تلعبه تلك المنظمات (العجاي، 2010، 2) وعرفها (غيلاني، 2015، 4) هي عبارة عن ما تقوم به المؤسسات وتقدمه للمجتمع طبقاً لتوقعاته مع ضمان مراعاة حقوق العمال وقيم المجتمع وأخلاقياته، والالتزام بالقوانين والمعايير ومكافحة الفساد والشفافية

أ. ابعاد المواطنة التسويقية

إن التزام إدارات التسويق بالمواطنة التسويقية والأخلاقية يتطلب منها الأخذ بعين الاعتبار أربعة أبعاد أساسية (جماعي وعبدالعزیز، 2012، 16) تتمثل وفقاً لما أشار إليها (Carrol, 1999, 405)، كما موضحة في الشكل (2) وكما يأتي: (سويدان وحداد، 2004، 12) (أبو غنيم، 2010، 50)

- البعد الاقتصادي: والذي يتمثل في تحقيق الأرباح وتعظيم عوائد الاستثمار للمساهمين، فضلاً عن تأمين العمل المناسب للعاملين ضمن بيئة عمل ملائمة وتوفير فرص عمل لأفراد المجتمع. وبهذا الخصوص شركة BMW الألمانية لصناعة السيارات قامت بتخفيض ساعات العمل من (37) ساعة إلى (31) ساعة أسبوعياً، مع إبقاء مستوى الأجور على حاله، وكذلك تتحمل الشركات الأمريكية سنوياً ما يقرب من (10) مليار دولار كضمان لحماية وسلامة العاملين من المخاطر الناجمة عن العمل (البكري، 2006، 232)
- البعد القانوني: ويتمثل في التزام المنظمات بالقوانين واللوائح والأنظمة والتشريعات، وأن تكون مخرجاتها غير ضارة بالمجتمع أو البيئة.
- البعد الأخلاقي: وهو الالتزام بالمبادئ والمعايير الأخلاقية التي تحدد السلوك التسويقي المقبول في المجتمع. ومن هنا يمكن أن نتصور أن الجوانب الأخلاقية والقانونية تعلمان معاً في تناغم وترابط لبناء علاقات تسويقية قابلة للاستمرار في المدى الطويل.
- البعد الإنساني (الخير): ويتمثل في المساهمة في تحقيق الرفاهية لأفراد المجتمع. وفي هذا الصدد، تقوم العديد من المنظمات بالمساهمة في العديد من القضايا الإنسانية والاجتماعية مثل استخدام مواد صديقة للبيئة في التبرعات لأوجه الخير المختلفة منتجاتها، دعم البحوث الطبية والتبرع بالأدوية للمحتاجين، دعم العمل التطوعي في المجتمع.

وعلى سبيل المثال فإن الشركات الأمريكية تنفق ما يقارب من (6) مليارات دولار سنوياً لقضايا تتعلق بالمجتمع والبيئة، والبعض منها تخصص نسبة مئوية من صافي الأرباح لإنفاقها على قضايا اجتماعية تدعم الشركة الأنشطة البحثية والدراسات الساعية لتقليل التأثيرات البيئية لمنتجات الشركة ومخلفاتها. (البكري، 2006، 232)



شكل 2: هرم المسؤولية الاجتماعية لدى كارول (المسؤولية الاجتماعية الشاملة: المسؤولية الإنسانية + المسؤولية الأخلاقية + المسؤولية القانونية + المسؤولية الاقتصادية)

Source: Carroll Archie, The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders, Business- Horizons, July. August, 1991, p 405.

ب. عناصر المواطنة التسويقية

يوضح الجدول (2) عناصر المواطنة التسويقية في منظمات الأعمال

ثالثاً: الجانب العملي

أ- وصف أبعاد التسويق الأخضر وتشخيصها

لوصف أبعاد التسويق الأخضر وطبيعته وتحقيقاً لذلك فقد استخدمت التحليلات الإحصائية الوصفية كالنسب المئوية والتكرارات والأوساط الحسابية والانحراف المعياري وبناءً على ذلك فقد تم وصف أبعاد التسويق الأخضر وتشخيصها على النحو الآتي:

جدول 2: عناصر المواطنة التسويقية (المصدر: محمد الصيرفي، 2007، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر، ص ص: 70)

العنصر	المسؤولية
المالكون	تحقيق أكبر ربح، تعظيم قيمة السهم، رسم صورة محترمة للمنظمة في بيئتها، حماية أصول الشركة، زيادة حجم المبيعات
العاملون	رواتب وأجور مجزية، فرص التقدم الوظيفي، تدريب وتطوير، عدالة وظيفية، ظروف عمل مناسبة، رعاية صحية، امتيازات وظيفية،... الخ
المستهلكون	تقديم منتجات ذات جودة عالية، أسعار مناسبة، سهولة وتيسير الحصول على السلعة، الاعلان الصادق، منتجات آمنة للاستعمال، إرشادات استخدام للسلعة وكيفية التخلص منها بعد استعمالها.
المنافسون	منافسة عادلة ونزيهة، عدم جذب العاملين من منظمة لأخرى بوسائل غير نزيهة، التقيد بالأنظمة والقوانين التي تحافظ على نزاهة المنافسة
المجهزون	الصدق في التعامل مع المجهزون لضمان استمرارهم في تزويد المنظمة بالتجهيزات والمواد اللازمة، تسديد الالتزامات المالية
المجتمع	المساهمة في دعم البنى التحتية، توفير فرص عمل، دعم الأنشطة الاجتماعية، توظيف ذوي الحاجات الخاصة، المصادقية في التعامل مع القضايا الاجتماعية، توفير المعلومات الصحيحة والكاملة لأفراد المجتمع، احترام عادات وتقاليد المجتمع
البيئة	الحد من تلوث الهواء والماء والتربة، الاستخدام الأمثل للموارد، زيادة المساحات الخضراء، عدم تقديم المنتجات الضارة
الحكومة	الالتزام بالتشريعات والقوانين، احترام تكافؤ الفرص، تسديد الالتزامات المالية والضريبية، المساهمة في دعم أنشطة البحث والتطوير، المساهمة في دعم السياسات الحكومية في القضاء على البطالة، المساعدة في إعادة التأهيل والتدريب العاملين
جماعات الضغط	التعامل الصادق مع الصحافة، احترام أنشطة جماعات الضغط المختلفة، احترام دور جمعية حماية المستهلك

- إعادة مفهوم تشكيل المنتج: من خلال الجدول (3) تبين في تحليل المؤشرات من (X1 إلى X7) التي تقيس بُعد إعادة مفهوم تشكيل المنتج أن المعدل العام لهذا البُعد كان في الاتجاه الإيجابي وفق إجابات الأفراد المبحوثين إذ تبين أن (55.03%) جاءت بدرجة اتفق بشدة أو اتفق، وبالمقابل كانت الإجابات بلا اتفق بشدة ولا اتفق بمعدل (27.2%) والمحايد (17.77%) ويدعم هذه الإجابات قيمة المتوسط التي بلغت (3.39%) والانحراف المعياري (1.05%) وأكثر عامل أسهم في تعزيز هذا البعد هو مراعاة المنظمة المبحوثة لسهولة استخدام الزبون للمنتج والمتمثل بـ (X5) وجاء ذلك بمتوسط (4.04) وانحراف معياري (0.748).

جدول 3: التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإعادة تشكيل مفهوم المنتج (المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي SPSS)

	اتفق بشدة	اتفق	محايد		لا اتفق		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ت	%	ت	%	ت	%		
x1	11	14.9	20	27	8	10.8	3.01	1.266
x2	19	25.7	38	51.4	11	14.9	3.95	0.858
x3	11	14.9	23	31.1	7	9.5	3.05	1.302
x4	10	13.5	23	31.1	17	23	3.14	1.242
x5	19	25.7	42	56.8	10	13.5	4.04	0.748
x6	9	12.2	35	47.3	20	27	3.58	0.876
x7	6	8.1	19	25.7	19	25.7	2.96	1.078
المعدل		16.43		38.6		17.77	3.39	1.05
المجموع		55.03				27.2		

- العلاقة بين السعر والكلفة: يتضح من خلال الجدول (4) ان تحليل المؤشرات من (X8 الى X15) التي تقيس العلاقة بين السعر والكلفة، ان المعدل العام لهذا المتغير كان بالاتجاه الايجابي حسب اجابات المبحوثين، اذ تبين ان (41.89%) من الإجابات جاءت بدرجة اتفق بشدة او اتفق، وبالمقابل كانت الإجابات الأخرى بلا اتفق بشدة ولا اتفق بمعدل (34.13%) والمحايد (23.98%) وأكثر عامل ساهم في تعزيز ايجابية هذا البعد هو (X8) والمتمثل باستخدام مواد اولية جيدة ذات الأسعار المرتفعة وجاء ذلك بوسط حسابي (3.64) وانحراف معياري (1.001).

جدول 4: التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للعلاقة بين السعر والكلفة (المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي SPSS)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1.001	3.64	1.4	1	16.2	12	17.6	13	47.3	35	17.6	13	x8
1.064	2.82	10.8	8	29.7	22	29.7	22	25.7	19	4.1	3	x9
0.969	3.5	0	0	18.9	14	27	20	39	29	14.9	11	x10
0.977	3.39	0	0	25.7	19	18.9	14	45.9	34	9.5	7	x11
1.015	2.89	4.1	3	40.5	30	21.6	16	29.7	22	4.1	3	x12
1.072	3.12	2.7	2	33.8	25	21.6	16	32.4	24	9.5	7	x13
1.056	2.85	8.1	6	33.8	25	28.4	21	24.3	18	5.4	4	x14
1.016	2.81	4.1	3	43.2	32	27	20	18.9	14	6.8	5	x15
1.02125	3.1275	3.9		30.23		23.98		32.9		8.99		المعدل
		34.13						41.89				المجموع

- الغاء مفهوم النفائات: يتضح من خلال الجدول (5) ان تحليل المؤشرات من (X16 الى X21) التي تقيس الغاء مفهوم النفائات، ان المعدل العام لهذا المتغير كان بالاتجاه السلبي حسب إجابات المبحوثين، اذ تبين ان (44.4%) من الإجابات جاءت بدرجة لا اتفق بشدة أو لا اتفق، وبالمقابل كانت الإجابات الأخرى باتفق بشدة واتفق بمعدل (40.1%) والمحايد (15.5%) وأكثر عامل ساهم في تعزيز سلبية هذا البعد هو (X20) والخاص بتدوير النفائات واستخدامها في التصنيع مرة أخرى وجاء ذلك بوسط حسابي (2.22) وانحراف معياري (1.05).

جدول 5: التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإلغاء مفهوم النفائات (المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي SPSS)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		ت
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1.271	3.31	6.8	5	27	20	16.2	12	28.4	21	21.6	16	x16
1.208	3.22	2.7	2	39.2	29	8.1	6	33.8	25	16.2	12	x17
1.122	3.23	6.8	5	23	17	24.3	18	35.1	26	10.8	8	x18
1.036	3.46	2.7	2	18.9	14	21.6	16	43.2	32	13.5	10	x19
1.05	2.22	18.9	14	60.8	45	6.8	5	6.8	5	6.8	5	x20
1.07	2.61	9.5	7	50	37	16.2	12	18.9	14	5.4	4	x21
1.12	3	7.9		36.5		15.5		27.7		12.4		المعدل
		44.4						40.1				المجموع

- التوجه البيئي: يتضح من خلال الجدول (6) ان تحليل المؤشرات من (X22 إلى X29) التي تقيس التوجه البيئي، أن المعدل العام لهذا المتغير كان بالاتجاه السلبي حسب إجابات المبحوثين، إذ تبين أن (53.6%) من الإجابات جاءت بدرجة لا اتفق بشدة أو لا اتفق، وبالمقابل كانت الإجابات الأخرى اتفق بشدة واتفق بمعدل (26.8%) والمحايد (19.6%) وأكثر عامل ساهم في تعزيز سلبية هذا البعد هو (X27) الذي يمثل وعي الزبون بأهمية الحفاظ على البيئة من التلوث وجاء ذلك بوسط حسابي (3.77) وانحراف معياري (0.9)

جدول 6: التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للتوجه البيئي (المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي SPSS)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1.113	3.54	17.6	13	48.6	36	5.4	4	27	20	1.4	1	x22
1.025	3.14	6.8	5	36.5	27	23	17	31.1	23	2.7	2	x23
1.062	3.09	9.5	7	29.7	22	24.3	18	33.8	25	2.7	2	x24
1.127	3.14	13.5	10	25.7	19	25.7	19	31.1	23	4.1	3	x25
0.983	3.51	13.5	10	44.6	33	23	17	17.6	13	1.4	1	x26
0.9	3.77	16.2	12	58.1	43	13.5	10	10.8	8	1.4	1	x27
1.009	3.46	13.5	10	40.5	30	27	20	16.2	12	2.7	2	x28
1.15	3.34	14.9	11	39.2	29	14.9	11	27	20	4.1	3	x29
1.04	3.37	13.2		40.4		19.6		24.3		2.5		المعدل
		53.6						26.8				المجموع

- تعليم المستهلك: يتضح من خلال الجدول (7) ان تحليل المؤشرات من (X30 إلى X33) التي تقيس تعليم المستهلك، أن المعدل العام لهذا المتغير كان بالاتجاه السلبي حسب إجابات المبحوثين، إذ تبين أن (42,9%) من الإجابات جاءت بدرجة لا اتفق بشدة أو لا اتفق، وبالمقابل كانت الإجابات الأخرى باتفق بشدة واتفق بمعدل (35,15%) والمحايد (21,95%) وأكثر عامل ساهم في تعزيز سلبية هذا البعد هو (X30) والمتمثل بحرص المنظمة على تثقيف الزبون بأهمية المنتجات الصديقة للبيئة.

جدول 7: التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لتعليم المستهلك (المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي SPSS)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1.135	3.84	9.5	7	37.8	28	18.9	14	27	20	6.8	5	x30
1.139	2.82	10.8	8	35.1	26	21.6	16	25.7	19	6.8	5	x31
1.231	2.86	10.8	8	37.8	28	17.6	13	21.6	16	12.2	9	x32
1.047	3.16	4.1	3	25.7	19	29.7	22	31.1	23	9.5	7	x33
1.138	3.17	8.8		34.1		21.95		26.35		8.8		المعدل
		42.9						35.15				المجموع

ب- اختبار انموذج الدراسة:

تم اختبار فرضيات الدراسة وكما يأتي:

- جاء ترتيب كل من بعدي إعادة مفهوم تشكيل المنتج، والعلاقة بين السعر والكلفة في الاتجاه الإيجابي وعلى التوالي (55.03%) و (41.89%) ويعود ذلك إلى تأكيد المنظمة المبحوثة على التعبئة والتغليف بمراد أولية صديقة للبيئة وقابلة للتدوير، فضلا على أن سعر المنتج يوازي القيمة التي يحصل عليها الزبون.
- جاء ترتيب كل من إبعاد الغاء مفهوم النفايات، والتوجه البيئي، وتعليم المستهلك في الاتجاه السلبي وعلى التوالي (44.4%) و (53.6%) و (42.9%) ويعود ذلك لوجود أنظمة وقوانين بيئية تم التقيد بها، فضلا عن أن نجاح التسويق الأخضر يرتبط ارتباطا وثيقا بالوعي البيئي لدى المنظمة المبحوثة، وضرورة تثقيف الزبون بأهمية المنتجات الصديقة للبيئة.
- وعلى هذا الأساس ترفض الفرضية الأولى، لا يوجد تصور لدى إدارة المنظمة المبحوثة عن أبعاد التسويق الأخضر، للبعدين (إعادة تشكيل مفهوم المنتج)، (وضوح العلاقة بين السعر والكلفة) وتقبل الفرضية بالنسبة للأبعاد (الغاء مفهوم النفايات)، (جعل التوجه البيئي أمرا مريحا)، (تعليم المستهلك).

من معطيات الجدول (8) يتضح ما يأتي: كانت قيمة كأي المحسوبة لبعد إعادة تشكيل مفهوم المنتج تبلغ (42.627)، وهي أكبر من القيمة الجدولية البالغة (37.566) عند مستوى معنوية (0.01) مما يشير إلى وجود علاقة توافقية لمتغير إعادة تشكيل مفهوم المنتج، فيما كانت قيمة كأي المحسوبة لبعد العلاقة بين السعر والكلفة تبلغ (36.787) وهي أكبر من القيمة الجدولية البالغة (36.19) عند مستوى معنوية (0.01) مما يشير إلى وجود علاقة توافقية لمتغير العلاقة بين السعر والكلفة، وكانت قيمة كأي المحسوبة لبعد الغاء مفهوم النفايات تبلغ (49.533) وهي أكبر من القيمة الجدولية البالغة (36.19) عند مستوى معنوية (0.01) مما يشير إلى وجود علاقة توافقية لمتغير بناء مفهوم النفايات، وكانت قيمة كأي المحسوبة لبعد التوجه البيئي تبلغ (57.493) وهي أكبر من القيمة الجدولية البالغة (41.638) عند مستوى معنوية (0.01) مما يشير إلى وجود علاقة توافقية لمتغير التوجه البيئي، في حين كانت قيمة كأي المحسوبة لبعد تعليم المستهلك تبلغ (52.216) وهي أكبر من القيمة الجدولية البالغة (29.19) عند مستوى معنوية (0.01) مما يشير إلى وجود علاقة توافقية لمتغير تعليم المستهلك.

وتشير النتائج إلى وجود علاقة توافقية لأبعاد التسويق الأخضر في الشركة المبحوثة ولهذا ترفض الفرضية العدمية التي تنص على أنه لا توجد علاقة توافقية معنوية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه توجد علاقة توافقية.

جدول 8: العلاقة التوافقية لبعد التسويق الأخضر ومتغيراته. المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي SPSS

الاختبار			البعد والمتغيرات	
Sig	Df	Chi-Square		
0	20	42.627	المحسوبة	إعادة تشكيل مفهوم المنتج
		37.566	الجدولية	
0	19	36.787	المحسوبة	العلاقة بين السعر والمنتج
		36.19	الجدولية	
0	19	49.533	المحسوبة	بناء مفهوم النفايات
		36.19	الجدولية	
0	23	57.493	المحسوبة	التوجه البيئي
		41.638	الجدولية	
0	14	52.216	المحسوبة	تعليم المستهلك
		29.19	الجدولية	
0	50	84.493	المحسوبة	ابعاد التسويق الاخضر
		76.153	الجدولية	

عند مستوى معنوية (0.01)، N=74

رابعاً: فيما يتعلق بالمواطنة التسويقية

جدول 9: البعد الاقتصادي. المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي SPSS

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه اجابات افراد العينة	الرتبة من وجهة نظر المستجوبين
الشركة تحقق ربح اقتصادي دون المساس بمستويات الأجور	4.17	1.24	موافق	2
تولي ادارة الشركة اهمية بالغة لشكاوى الزبائن بغية حلها	4.28	1.19	موافق	1
احترام المنتجات المنافسة مع السعي لزيادة فوائدها الاقتصادية	4.09	1.14	موافق	4
تحقيق أعلى الأرباح بطرق شفافية	4.14	1.02	موافق	3

حصلت الفقرة الثانية على المرتبة الأولى والتي تنص على "تولي ادارة الشركة اهمية بالغة لشكاوى الزبائن بغية حلها" بمتوسط حسابي قدره 4.28، والفقرة الثالثة في المرتبة الأخيرة والتي تنص على أن "احترام المنتجات المنافسة مع السعي لزيادة فوائدها الاقتصادية" بمتوسط حسابي قدره 4.09

جدول 10: البعد القانوني. المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي SPSS

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه اجابات افراد العينة	الرتبة من وجهة نظر المستجوبين
الشركة تؤدي مهامها في إطار يتفق مع التشريعات الحكومية والقانونية	4.36	1.63	موافق	1
الشركة لا تسرب ولا تستخدم المعلومات المتعلقة بالزبائن بشكل غير قانوني	3.57	1.35	موافق	4
الشركة تتعهد بالتزاماتها القانونية	4.19	1.27	موافق	2
تحرص الشركة على توفير حقوق الموظفين من خدمات اجتماعية كوسائل النقل من إلى موقع الشركة وتقديم التسهيلات للحصول على سكن مريح	4.10	1.36	موافق	3
تحترم الشركة القوانين الخاصة بالحماية من الأخطار المهنية والحوادث الناتجة عن العمل	3.48	1.63	موافق	5

حيث حصلت الفقرة الأولى على المرتبة الأولى والتي تنص على أن "الشركة تؤدي مهامها في إطار يتفق مع التشريعات الحكومية والقانونية" بمتوسط حسابي قدره (4.36) الفقرة الخامسة في المرتبة الأخيرة والتي تنص على أن "تحترم الشركة القوانين الخاصة بالحماية من الأخطار المهنية والحوادث الناتجة عن العمل" بمتوسط حسابي قدره (3.48) وهي أيضاً بنسبة جيد تنتهي إلى مجال الموافقة، وهذا يدل على أن المنظمة تسعى جاهدة لتوفير الحماية لموظفيها من الأخطار المهنية والحوادث الناتجة عن العمل.

جدول 11: البعد الاخلاقي. المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي SPSS

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه اجابات افراد العينة	الرتبة من وجهة نظر المستجوبين
تمتلك الشركة نظاما صارما لمحاربة الفساد الإداري بشتى انواعه	3.79	1.51	موافق	3
تسعى الشركة لمراعاة حقوق الانسان وكذا احترام عادات وتقاليد المجتمعات	4.14	1.34	موافق	1
تمتلك الشركة دليل اخلاقي واضح ومعلن لجميع العاملين لديها	3.52	1.58	موافق	4
تتوافق اهداف الشركة مع اهداف وقيم المجتمع	4.02	1.37	موافق	2

حيث حصلت الفقرة الثانية على المرتبة الأولى والتي تنص على أن "تسعى الشركة لمراعاة حقوق الإنسان وكذا احترام عادات وتقاليد المجتمعات" بمتوسط حسابي قدره (4.14) وهذا يدل على درجة موافقة عالية لعينة الدراسة حول هذه العبارة كما تؤكد على أن مراعات حقوق الإنسان دور فعال في تحسين أداءها، والفقرة الثالثة في المرتبة الأخيرة والتي تنص على أن "تمتلك الشركة دليل أخلاقي واضح ومعلن لجميع العاملين لديها" بمتوسط حسابي قدره (3.52)، وهذا يشير إلى أنها أخذت أقل نسبة من بقية العبارات المتعلقة بهذا البعد.

جدول 12: البعد الإنساني. المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي SPSS

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه اجابات افراد العينة	الرتبة من وجهة نظر المستجوبين
تساهم الشركة في انجاز المشاريع الأساسية للجميع من برامج اسكان، مستشفيات،...الخ	4.62	0.80	موافق	1
تقدم الشركة المساعدات والتبرعات لـ (مراكز رعاية الملقوقين، مراكز الطفولة...الخ)	3.79	1.35	موافق	4
توافق الشركة على المساهمة في برامج لحماية البيئة والمجتمع من طرف الجمعيات والهيئات المحلية	4.24	1.46	موافق	2
تدعم الشركة الانشطة البحثية والدراسات الساعية لتقليل التأثيرات البيئية لمنتجات الشركة ومخلفاتها	3.84	1.43	موافق	3
توفير فرص عمل للنساء لتحسين مستوى دخل المواطنين ومعيشتهم	3.77	1.46	موافق	5

حصلت الفقرة الأولى على المرتبة الأولى والتي تنص على أن "تساهم الشركة في انجاز المشاريع الأساسية للجميع من برامج اسكان، مستشفيات،...الخ" بمتوسط حسابي قدره 4.62 والفقرة الأخيرة على المرتبة الخامسة والتي تنص "توفير فرص عمل للنساء لتحسين مستوى دخل المواطنين ومعيشتهم" بمتوسط حسابي قدره 3.77

الجدول التالي (13) يوضح المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لإبعاد المسؤولية الاجتماعية:

جدول 13: ترتيب لأبعاد المسؤولية الاجتماعية. المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي SPSS

أبعاد المسؤولية الاجتماعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه إجابات أفراد العينة	ترتيب الأبعاد حسب المتوسط
البعد القانوني	2.64	0.32	موافق	1
البعد الاقتصادي	2.47	0.93	موافق	2
البعد الأخلاقي	2.22	0.38	موافق	3
البعد الإنساني	2.16	0.50	موافق	4

نلاحظ من خلال الجدول (13) أن البعد القانوني حصل على الرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (2.64) وهو متوسط حسابي جيد لأنه يقع في مجال الموافقة ويلها البعد الاقتصادي في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره (2.47) ويأتي البعد الأخلاقي في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره (2.22) وأخيراً البعد الإنساني في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (2.16).

تم اختبار الفرضية باستعمال المتوسطات الحسابية والترتيب بناءً على قيمة المتوسط الحسابي، ونلاحظ من خلال الجدول (13) أن الشركة عينة البحث يرتبون ويولون أهمية لأبعاد المواطنة التسويقية كما يلي: البعد القانوني، فالأقتصادي، فالأخلاقي، ثم الانساني (2.16, 2.22, 2.47, 2.64) على الترتيب.

خامسا: اختبار علاقات الارتباط بين متغيرات البحث :

يشير الجدول (14) إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين التسويق الأخضر وابعاد المواطنة التسويقية، إذ بلغت درجة الارتباط المؤشر الكلي 0.597 عند مستوى معنوية 0.00 وهذا يعني نرفض الفرضية العدمية الرئيسة التي تنص "لا توجد علاقة ارتباط معنوية بين التسويق الأخضر وابعاد المواطنة التسويقية" ونقبل بالفرضية البديلة التي تنص انه توجد علاقة توافقية ، كما يوضح الجدول (15) علاقة الارتباط التفصيلية وكل بعد من ابعاد المواطنة التسويقية والموضحة بالآتي:

- وجود علاقة ارتباط معنوية بين التسويق الأخضر والبعد القانوني كأحد أبعاد المواطنة التسويقية إذ بلغت قيمة الارتباط 0.682 عند مستوى معنوية (0.00).
- وجود علاقة ارتباط غير معنوية بين التسويق الأخضر والبعد الانساني كأحد أبعاد المواطنة التسويقية إذ بلغت قيمة الارتباط 0.118 عند مستوى معنوية (0.00).
- وجود علاقة ارتباط معنوية بين التسويق الأخضر والبعد الاقتصادي كأحد أبعاد المواطنة التسويقية إذ بلغت قيمة الارتباط 0.592 عند مستوى معنوية (0.00).
- وجود علاقة ارتباط معنوية بين التسويق الأخضر والبعد الاخلاقي كأحد أبعاد المواطنة التسويقية إذ بلغت قيمة الارتباط 0.428 عند مستوى معنوية (0.00).

جدول 14: علاقة الارتباط بين التسويق الأخضر وابعاد المواطنة التسويقية. المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS
N=74

المؤشر الاجمالي	أبعاد المواطنة التسويقية				
	البعد الاخلاقي	البعد الاقتصادي	البعد القانوني	البعد الانساني	
0.597	0.428	0.592	0.682	0.118	التسويق الأخضر
0.00	0.00	0.00	0.00	0.443	المعنوية

سادسا: اختبار التأثير بين متغيرات البحث

أ. اختبار تأثير التسويق الأخضر في ابعاد المواطنة التسويقية

جدول 15: تأثير التسويق الأخضر وابعاد المواطنة التسويقية. المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

التسويق الأخضر					
Sig	T	F	B	R ²	ابعاد المواطنة التسويقية
0.00	4.992	24.929	0.637	0.366	

يوضح الجدول (15) علاقة تأثير التسويق الأخضر في أبعاد المواطنة التسويقية على مستوى المنظمة المبحوثة حيث تشير نتائج تحليل الانحدار إلى وجود تأثير معنوي للتسويق الأخضر في ابعاد المواطنة التسويقية إذ بلغت قيمة F المحسوبة (24.929) عند مستوى معنوية 0.00 عند درجة حرية (1,73) وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.366) وهذا يعني أن (36.6%) من الاختلاف في ابعاد المواطنة التسويقية يفسرها التسويق الأخضر والمتغيرات الباقية تعود إلى عوامل أخرى لا يمكن السيطرة عليها ومن خلال اختبار (T) تبين أن قيمة T المحسوبة (4.992) عند مستوى معنوية (0.01) والي يعني رفض الفرضية الرئيسة التي تنص وقبول الفرضية البديلة التي تنص بوجود تأثير ذو دلالة

ب-علاقة تأثير التسويق الأخضر في كل بعد من أبعاد المواطنة التسويقية

فيما يأتي توضيح علاقة تأثير التسويق الأخضر في كل بعد من أبعاد المواطنة التسويقية :

جدول 16: تأثير التسويق الأخضر في البعد القانوني. المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

التسويق الأخضر					البعد القانوني
Sig	T	F	B	R ²	
0.00	6.256	39.132	0.966	0.465	

يوضح الجدول (16) علاقات تأثير التسويق الأخضر في البعد القانوني كأحد أبعاد المواطنة التسويقية على مستوى الشركة المبحوثة حيث تشير نتائج تحليل الانحدار إلى وجود تأثير معنوي للتسويق الأخضر في البعد القانوني إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (39.123) عند درجة حرية (1,73) وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.465) وهذا يعني أن (46.5%) من الاختلافات في البعد القانوني يفسرها التسويق الأخضر والمتغيرات الباقية تعود إلى عوامل أخرى لا يمكن السيطرة عليها ومن خلال اختبار (T) المحسوبة كانت (6.256) عند مستوى معنوية (0.01) والذي يعني رفض فرضية العدم التي تنص لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتسويق الأخضر على البعد القانوني ونقبل بالفرضية البديلة التي تنص انه توجد اثر ذو دلالة احصائية.

جدول 17: تأثير التسويق الأخضر في البعد الإنساني. المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

التسويق الأخضر					البعد القانوني
Sig	T	F	B	R ²	
0.443	0.776	0.598	0.165	0.013	

يوضح الجدول (17) علاقات تأثير التسويق الأخضر في البعد الانساني كأحد أبعاد المواطنة التسويقية على مستوى الشركة المبحوثة حيث تشير نتائج تحليل الانحدار إلى عدم وجود تأثير معنوي للتسويق الأخضر في البعد الانساني إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (0.598) عند درجة حرية (1,73) وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.013) وهذا يعني أن (1.3%) من الاختلافات في البعد الانساني يفسرها التسويق الأخضر والمتغيرات الباقية تعود إلى عوامل أخرى لا يمكن السيطرة عليها ومن خلال اختبار (T) المحسوبة كانت (0.776) عند مستوى معنوية (0.01).

جدول 18: تأثير التسويق الأخضر في البعد الاقتصادي. المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

التسويق الأخضر					البعد الاقتصادي
Sig	T	F	B	R ²	
0.01	4.924	24.242	0.765	0.350	

يوضح الجدول (18) علاقات تأثير التسويق الأخضر في البعد الاقتصادي كأحد أبعاد المواطنة التسويقية على مستوى الشركة المبحوثة حيث تشير نتائج تحليل الانحدار إلى عدم وجود تأثير معنوي للتسويق الأخضر في البعد الانساني إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (24.242) عند درجة حرية (1,73) وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.350) وهذا يعني أن (35%) من الاختلافات في البعد الاقتصادي يفسرها التسويق الأخضر والمتغيرات الباقية تعود إلى عوامل أخرى لا يمكن السيطرة عليها ومن خلال اختبار (T) المحسوبة كانت (4.924) عند مستوى معنوية (0.01) والذي يعني رفض فرضية العدم التي تنص لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتسويق الأخضر على البعد الاقتصادي ونقبل بالفرضية البديلة التي تنص انه توجد اثر ذو دلالة احصائية.

جدول 19: تأثير التسويق الأخضر في البعد الاخلاقي. المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

التسويق الأخضر					البعد الاخلاقي
Sig	T	F	B	R ²	
0.003	3.180	10.114	0.650	0.184	

يوضح الجدول (19) علاقات تأثير التسويق الأخضر في البعد الاخلاقي كأحد أبعاد المواطنة التسويقية على مستوى الشركة المبحوثة حيث تشير نتائج تحليل الانحدار إلى وجود تأثير معنوي للتسويق الأخضر في البعد الاخلاقي إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (10.114) عند درجة حرية (1,73) وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.184) وهذا يعني أن (18.4%) من الاختلافات في البعد الاخلاقي يفسرها التسويق الأخضر والمتغيرات الباقية تعود إلى عوامل أخرى لا يمكن السيطرة عليها ومن خلال اختبار (T) المحسوبة كانت (3.180) عند مستوى معنوية (0.01) والذي يعني تحقق الفرضية الفرعية يعني رفض فرضية العدم التي تنص لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتسويق الاخضر على البعد الاخلاقي ونقبل بالفرضية البديلة التي تنص انه توجد اثر ذو دلالة احصائية.

الاستنتاجات

- كشفت النتائج بان اغلب إجابات المبحوثين في الاتجاه الايجابي وبالاتفاق على سعي الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية بتعبئة المنتجات وتغليفها بحيث تحافظ على سلامة الزبون وسهولة استخدامه للمنتج.
- أوضحت النتائج بان إجابات المبحوثين لبعد العلاقة بين السعر والكلفة كانت في الاتجاه الايجابي وبالاتفاق على أن الشركة المبحوثة تستخدم مواد أولية جيدة واسعار منتجاتها مقاربة للكلفة الحقيقية.
- أوضحت النتائج من خلال إجابات المبحوثين بدرجة عدم الاتفاق على ان المنظمة المبحوثة لا تتعامل مع الغازات المنبعثة بطريقة صحيحة، ولا يتم تدوير نفاياتها والسبب في ذلك يُعزى إلى إن اغلب هذه المنتجات قد تكون ملوثة وهنالك مخاطر في محاولة إعادة تدويرها خوفا من انتقال الأمراض.
- أوضحت النتائج من خلال إجابات المبحوثين بدرجة عدم الاتفاق على وعي الزبون بأهمية الحفاظ على البيئة وعدم حرص المنظمة المبحوثة على تثقيف الزبون بأهمية المنتجات الصديقة للبيئة
- اظهرت نتائج التحليل وجود علاقة ارتباط معنوية متوسطة بين التسويق الاخضر وابعاد المواطنة التسويقية بصورة اجمالية وتم تأشير افضل علاقات الارتباط ما بين التسويق الأخضر والبعد القانوني بينما كانت العلاقة مع البعد الانساني هي اسوء العلاقات.
- اشرت نتائج التحليل وجود تأثير معنوي للتسويق الأخضر في تحقيق ابعاد المواطنة التسويقية كمؤشر اجمالي وكانت قوة التأثير المؤشرة مختلفة حسب الأبعاد حيث كانت اعلاها ما بين التسويق الأخضر والبعد القانوني ثم البعد الاقتصادي يليه البعد الأخلاقي واقلها كانت مع البعد الانساني حيث كان التأثير ضعيف.

المقترحات

- ضرورة تبني المنظمة المبحوثة لمفهوم التسويق الأخضر لما فيه من فائدة للمنظمة وللمستهلك.
- مواكبة التكنولوجيا مفهوم التزام المنظمة نحو البيئة في عملية الإنتاج مع عمل دراسات وبحوث حول إمكانية إعادة تدوير المنتجات.
- ضرورة تبني المنظمة المبحوثة سياسة بيئية واضحة ووضع أهداف وبرامج خاصة بالمنظمة.
- ضرورة تعامل المنظمة المبحوثة مع النفايات تعاملًا صحيحاً وأمناً والقيام بدراسات وأبحاث حول إمكانية إعادة تدوير النفايات.
- ضرورة تعامل المنظمة المبحوثة مع الغازات المنبعثة تعاملًا صحيحاً.
- استخدام وسائل وخطط وبرامج تطويرية حديثة لتثقيف المستهلكين بأهمية الحفاظ على البيئة ورفع درجة وعيهم.
- تكثيف الجهود الرسمية وغير الرسمية والقيام بالحمالات الإرشادية والبرامج التعليمية لتثقيف الزبون ورفع درجة وعيه بأهمية الحفاظ على البيئة.
- ضرورة دعم الحكومة وتحفيزها للمنظمات التي تريد ان تتبنى التسويق الأخضر في المجالات كافة.
- نظرا للأهمية الكبيرة للقضايا البيئة في الوقت الحاضر، يتوجب على المنظمات الرسمية وغير الرسمية الاهتمام اهتماماً أكبر لإجراء دراسات واسعة ومعقدة في القضايا التي تهتم بالبيئة.

المصادر

أولاً: المصادر العربية

- ابو غنيم، ازهار نعمة عبد الزهرة، 2010، دور ابعاد المواطنة التسويقية في ادارة صورة المنظمة، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، السنة التاسعة، العدد 26
- البدر اوي، عبد الرضا فرج، 2008، تفعيل التسويق الأخضر بتوجهات البيئة المعتمدة على السوق في منظمات الأعمال العراقية: دراسة استطلاعية، مجلة تنمية الرافدين، مجلد 30 العدد 89.
- البكري، ثامر، 2011، الأبعاد الاستراتيجية لإعادة التدوير في تعزيز فلسفة التسويق الأخضر " استعراض لتجارب منتقاة من شركات ودول مختلفة، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد 7، العدد 24، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت
- جماعي، ام كلثوم، وعبد العزيز، سمير، 2012، الركائز الأساسية لنجاح المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، ورقة مقدمة للمشاركة في الملتقى الدولي الثالث بجامعة بشار حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- الربيعاوي، سعدون حمود جثير، عباس، حسين وليد حسين، 2013، التسويق -مدخل معاصر، الطبعة الاولى، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
- العجايي، محمد، 2010، التسويق الأخضر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق.
- غيلاني ايمان، 2015، أثر المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورة المؤسسة الخدمية- دراسة حالة لعينة من متعاملي مؤسسة موبيليس، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم تجارية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- محمد سعدو أحمد حمودة، مروان سليم إبراهيم الأغا، 2014، العلاقة بين تبني مفهوم التسويق الأخضر والأداء التسويقي "دراسة ميدانية على المنشآت الصناعية في محافظات قطاع غزة، ص24، جامعة الأزهر - غزة، عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية برنامج ماجستير إدارة الأعمال.
- المرزوقي، مها عباس، 2004، "دراسة وتحليل التكاليف البيئية وأهميتها في ترشيد القرارات الإدارية" دراسة ميدانية على المنشآت الصناعية بمدينة جدة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الملك عبد العزيز.
- المصري، واخرون، 2010، مدى تبني ممارسة شركات الصناعة التحويلية في فلسطين لمفهوم التسويق الأخضر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة النجاح الوطنية
- منى دريجي، وفاء هوام، و عبد الرحمان رايس، 2017، كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، جامعة العربي التبسي-تبسة.
- موسى، كسرا عنتر عبدالله وشيماء محمد نجيب جميل، 2012، أثر توجهات المنتج الأخضر على البيئة الاقتصادية في ظل العولمة في بلدان نامية مختارة للفترة من 1995-2010، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 8، العدد 25، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت
- النوري، احمد نوري، 2004، تحليل سلوك المستهلك على وفق مدخل التسويق الأخضر- دراسة استطلاعية في عينة من أسواق بغداد التجارية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.

المصادر الأجنبية

- Pride, W. & Ferrell, O.C. (2003). Marketing Concepts ad Strategies, 3rd edn, Houghton Mifflin Co. New York
- Pride, Willam, and Ferrell, OC, 2000 Marketing Concept and Strategies, 1st Edition, Houghton Mifflin Company.
- Pride, W. & Ferrell, O.C. (2003). Marketing Concepts ad Strategies, 3rd edn, Houghton Mifflin Co. New York
- Charter M, and Polonsky M.J. Green Marketing, 1999, a global perspective on Green Marketing. www.greenmarketing.com

- Charter M, and Polonsky M.J. Green Marketing,1999, a global perspective on Green Marketing,. www.greenmarketing.com
- Darymple, Douglas J. and Parsons, Leonard J.,2000, Marketing Management, 7th Edition, John Wiley and Sons.
- Polonsky, Michael Jay,1995, An Introduction to Green Marketing, University of Newcastle, Newcastle NSW www.greenmarketingresearches.com
- Yong, Zeng and Ming fang,2001 A Research on Evaluation of green marketing performance based on gray system.www.sweizeng.com

التسويق متعدد المستويات: آلية للتوجه نحو الاستقلالية المالية

د. آمال موتريفي ود. بركة بلاغماس ود. رشيدة عداد

جامعة الجزائر 3/ الجزائر العاصمة/ الجزائر

ملخص

لكي تتمكن المنظمات التي تنشط في جو المنافسة الشديدة والمتنوعة والمحاطة بالمخاطرة وعدم التأكد في الأسواق على اختلاف أحجامها وتنوع أنشطتها من لعب دورا هاما في تعزيز الاقتصاد، يجب عليها وبشكل دائم التواصل مع بيئتها والتعامل مع جميع الأطراف التي من شأنها إثراء وتطوير الإطار العام الذي تنشط فيه وعلى هذا الأساس فهي تعتمد على إتباع طرق وأساليب إدارية مختلفة يتمثل أهمها في: اختيار الاستراتيجيات التي تكسبها ميزة تنافسية وتمنحها مهارات تدفع بها لاحتياال الريادة؛ والتوجه نحو الاستعمال الأمثل لمختلف الموارد والاستفادة من التقدم العلمي خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وذلك بعصرنة وأدواتها ووسائل عملها؛ و تطبيق مبادئ التسويق ولاسيما ما يمس إنشاء والحفاظ على العلاقة بين العلامة التجارية وهدفها (العملاء / العملاء المحتملين) والبحث دائما عن أدوات تسويقية جديدة. وبفضل التحولات التي مست مصطلح التسويق فقد ظهرت مفاهيم حديثة منها ما يعرف بالتسويق العلائقي الذي لا يقتصر فقط على عملاء المتجر، بل يستهدف أيضاً التوقعات، وهو يتمثل في الحفاظ على علاقة مميزة مع العملاء وتوقعاتهم من أجل جعلهم يشتررون. وحسب قانون باريتو فإن 20٪ من العملاء قد يحققون 80٪ من المبيعات ولذلك من الضروري الاحتفاظ بهم وتحديد طبيعة العلاقة القائمة لتكييفها حسب نوع العميل. وتنسم العلاقة التسويقية بوجود عدة مستويات، مما ساعد على ظهور شكل جديد من التسويق العلائقي وهو التسويق الشبكي أو التسويق متعدد المستويات الذي انتشر بشكل هائل نظرا لسهولة استعماله فمن الناحية التقنية فهو مرتبط بشبكات التواصل الاجتماعي ومن الناحية المالية فالعوائد التي يحققها جد معتبرة. غير ان نسبة نجاحه مرهونة بعدد المستويات وقوة الاقناع. فكيف يعمل هذا الأسلوب لاكساب الأفراد أموالا قد تفوق تصوراتهم؟

ففي ظل انتشار الإنترنت وتقريب المسافات بين مختلف الفئات الاجتماعية على المستوى العالمي بالإضافة لتنامي الأعمال لإنشاء الموارد المالية أصبح الجميع يسعى للكسب السريع والجيد من خلال تواجد العلاقات. وفي هذا الإطار اضحي التسويق متعدد المستويات من اهم الأساليب الإدارية المستعملة في عالم الأعمال لان من أهدافه الاشراك بشكل واسع في مشاريع مربحة وضمان عوائد ضخمة بتكاليف منخفضة. غير ان هذا المبدأ لا يعمل الا بتوفر الشبكات، وجود علاقات بين المتدخلين في المشروع والأهم من ذلك الاقتناع بفكرة المشروع للوصول لإقناع الآخرين بها ولا يكون ذلك الا بوجود بيداغوجية معينة وبراهين مادية. لتقديم هذا الأسلوب ارتأينا من خلال هذه الورقة البحثية عرض اهم المبادئ والأسس التي يقوم عليها وآليات صنع الثروات باتباع المنهج الوصفي التحليلي بالإضافة لعرض بعض التجارب الناجحة على المستوى الدولي والوطني من خلال جمع وتحليل مجموعة من الاحصائيات والأرقام. وفي الاخير يمكننا تقديم النتائج التالية: التسويق الشبكي لا يقوم الا بوجود علاقات هرمية مبنية على الرعاية، ووجود شبكات قوية وموثوقة؛ ونجاح هذا الأسلوب مرهون بمدى أهمية المشروع المقترح ونسبة المشاركة فيه؛ والتكوين فيه يكون بسيط ومزدوج. اما فيما يتعلق بالتوصيات فيمكن حصرها فيما يلي: التأكد من صحة ومصداقية المشروع لتفادي الوقوع في النصب والاحتيال؛ والابتعاد عن المشاريع التي تكون التكاليف فيها مرتفعة نسبيا وعدم الوقوع في هرم/ شبكة بونزي؛ والتعرف على الراعي بشكل دقيق لضمان الاستثمار.

الكلمات المفتاحية: التسويق متعدد المستويات، الشبكات، العلاقات، الاستثمار، الرعاية، الازدواجية.

مقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة تزايد إدراك المنظمات على اختلاف أحجامها وتنوع أنشطتها في كثير من البلدان بدورها الهام في تحريك العجلة الاقتصادية وذلك من خلال اعتماد مناهج حديثة وتطبيق أسس ومبادئ إدارية تمكنها من تحقيق أهدافها المسطرة على المديين القريب والبعيد.

ومن بين التوجهات المدرجة في هذا الإطار يمكن عرض وتقديم التسويق العلائقي على اختلاف أنواعه.

أولاً: مفهوم التسويق بالعلاقات

نشأة التسويق بالعلاقات

ظهرت في أدبيات التسويق الحديث ما عرف بالتسويق بالعلاقات الذي يقوم على أسس مخالفة تماماً لما كان سائداً وفق المفهوم التقليدي للتسويق، وكانت عبارة التسويق بالعلاقات قد استخدمت لأول مرة في الثمانينات، ويعتبر **Berry** من الأوائل الذين قدموا هذا المصطلح في سنة 1983. وهي مازالت مصطلحاً جديداً. فمنذ أواخر الثمانينات زاد استخدام أسلوب العلاقة في مجال التسويق حيث أن العلاقة ليست هدفاً بحد ذاته بل وسيلة لزيادة ولاء الزبون. (1) وظهر هذا المفهوم كنموذج تسويقي جديد يشار له في الغالب بأنه التسويق من طرف إلى طرف (One-To-One Marketing) إذ يتضمن قيام المنظمة بتطوير علاقة طويلة الأجل مع كل زبون للتوصل إلى معرفة أفضل عن حاجات الزبون ومن ثم تسليم المنتج الذي يلبي هذه الحاجات كل منها على انفراد. ووفي التسعينات ازداد الاهتمام بالتسويق بالعلاقات كونه التسويق الذي له القدرة على إنشاء حوار شخصي بين المؤسسة و المستهلك (2) ويرى بعض الباحثين أن تسويق العلاقة قد انبثق عن ستة تيارات بحثية هي: (3)

- التيار الأول الذي يتناول التسويق من منطلق خدمية؛
- التيار الثاني الذي يركز على العلاقات التبادلية التنظيمية المتداخلة؛
- التيار الثالث الذي يرى أن المنظور الجديد لتسويق العلاقة يستند إلى أدبيات قنوات التوزيع

بمعنى تطوير علاقات فعالة وكفؤة؛

- التيار الرابع الذي يتناول العلاقات الشبكية؛
- التيار الخامس الذي ينطلق من أدبيات الإدارة الاستراتيجية التي تتناول موضوع العلاقات في سلاسل القيمة؛
- التيار السادس الذي يتناول التأثير الاستراتيجي الذي تتركه استراتيجية المعلومات على العلاقات القائمة داخل المنظمات وفيما بينها.

وبغرض التوفيق بين البعد النظري والتطبيقي اجرت المدارس الفكرية الأوروبية والأميركية باقتراح توليفة تتضمن الجوانب الخاصة بالخدمة والتفاعل والقنوات وتيارات الشبكة البحثية. ومن بين هذه التوليفة تم تشخيص وتحديد منظورين تسويقيين اثنين يضمنان أربعة أنواع متميزة من التسويق وهي:

- تسويق التعامل Transaction marketing
- تسويق العلاقة Relationship marketing الذي ينبثق منه كل من:

- التسويق عبر قواعد البيانات Data base marketing
- التسويق التفاعلي Interactive marketing
- التسويق الشبكي Network marketing

تعريف التسويق بالعلاقات

اهتم العديد من الباحثين بدراسة موضوع التسويق بالعلاقات وكان من أبرزهم: Gronroos (1994), Berry (1995), Gummesson (2002), Barnes (2004). كلهم أكدوا على أن هناك حاجة لتطوير علاقات طويلة الأجل مع الزبائن وأصحاب المصالح الأخرى، وأن التسويق بالعلاقات له دور أساسي في بناء وتطوير مثل هذه العلاقات، كما يوصف التسويق بالعلاقات على أنه أحد المظاهر التسويقية الهامة في العقدين الماضيين.

ظهر مفهوم التسويق بالعلاقات لأول مرة في عام 1983، وكان يبري أول من استخدم هذا المفهوم وعرفه على أنه عملية جذب الزبائن، والاحتفاظ بهم وتعزيز العلاقات معهم في منظمات متعددة الخدمات. واعتبره أنه عملية اجتماعية تعمل من خلال تفاعلات تتم بين عدة أطراف في إطار التبادلات التجارية (4)

ومن جهة أخرى يعرف التسويق بالعلاقات على أنه أنشطة تسويقية تدفع إلى إنشاء علاقات مع الزبائن والشركاء الآخرين وتحسين وتعزيز هذه العلاقات، بحيث تحقق أهداف جميع الأطراف، وهدف العلاقات يتحقق من خلال عمليات التبادل والوفاء بالوعد. (5)

يعتبر التسويق بالعلاقات فكرة قائمة على التفاعل في إطار شبكة من العلاقات بين الموردين والموظفين. والزبائن والأطراف الأخرى حيث أصبحت معظم المؤسسات تسعى إلى بناء العلاقات مع زبائنها والأطراف الأخرى مثل المساهمين والمنافسين والموردين والموظف الداخلي والجماعات المرجعية. ومن ناحية أخرى التسويق بالعلاقات يتطور بسرعة لأنه يتماشى مع التقدم التكنولوجي (بطاقة الولاء الإلكترونية، وإرسال الرسائل مع تحديد الموقع الجغرافي، وإدارة قواعد البيانات ...). (6)

● أهمية التسويق بالعلاقات وأهدافه

○ الأهمية:

- ✓ هناك العديد من الدراسات التي أكدت على أهمية التسويق بالعلاقات، حيث أن تكلفة الاحتفاظ بالعميل الجديد يكلف أكثر من تكلفة الاحتفاظ بالعميل الحالي أو القديم. (7)
- ✓ لأن التسويق بالعلاقات يختلف عن بقية العلاقات التي تنتهجها المؤسسات مع العملاء والموردين والمساهمين، حيث يركز على إنشاء علاقات خاصة مع العملاء وليس كأى علاقة قد تنشأ بين شركة وبناها. (8)
- ✓ أصبح التسويق بالعلاقة فكرة كبيرة تدعو إلى تطوير العلاقات بين البائعين والمشتريين. (9)
- ✓ التسويق بالعلاقة ضروري لتحسين وتطوير أداء المؤسسة من جهة، وتقوية الجودة الشاملة لها من جهة أخرى. (10)

○ أهداف التسويق بالعلاقات:

- ✓ يهدف التسويق بالعلاقات إلى الاحتفاظ بمستوى من التواصل الدائم مع العملاء ومحاولة تعزيز وتقوية العلاقات المتعلقة بهم من خلال وسائل محددة تساعد على الوصول إليهم بشكل سريع ومناسب، وقد تكون هذه الوسائل مثل الانترنت، أو المكالمات الهاتفية، أو عن طريق المندوب "البيع الشخصي"؛
- ✓ البناء والمحافظة على قاعدة من العملاء المخلصين والمربحين للمؤسسة؛
- ✓ يهدف إلى التركيز على أهمية الاحتفاظ بالعملاء الحاليين أكثر من مجرد السعي لاستقطاب عملاء جدد؛
- ✓ يهدف التسويق بالعلاقات إلى التركيز على جودة الخدمات المقدمة إلى الزبائن، كما يسعى إلى الإبداع والابتكار الدائم؛
- ✓ على العكس من التسويق التقليدي الذي يسعى فقط إلى جذب العملاء الجدد، بدون محاولة لبناء علاقات متينة وطويلة الأجل مع العملاء؛
- ✓ التعامل مع الزبائن في الوقت الحالي، الذي يتصف بالمنافسة الشديدة، والتطور التكنولوجي الهائل في ظل بيئة تتصف بالتغير السريع؛
- ✓ تسهيل إجراءات عمليات التفاعل والاتصال مع الزبائن، من أجل معرفة حاجات ورغبات العملاء أنفسهم وبأسلوب أفضل من المنافسين والقدرة على تقديمها بالطرق التي يرغب الآخرين فيها

● مرتكزات التسويق بالعلاقات: يقوم مفهوم التسويق بالعلاقات على المرتكزات الأساسية والمتمثلة في:

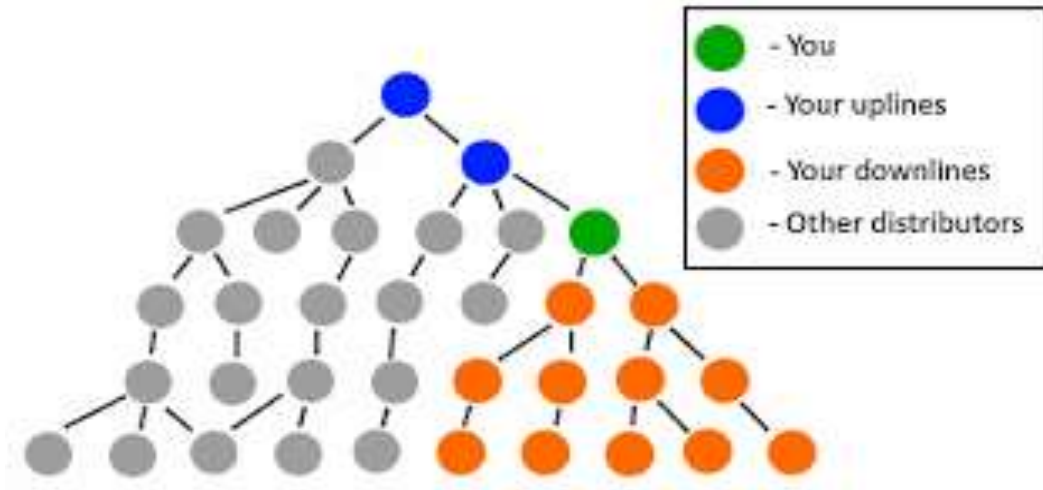
- خلق قيمة مضافة جديدة للعملاء من خلال استهلاكهم أو استعمالهم للسلعة أو الخدمة المقدمة؛

- إدراك الدور الرئيسي للمستهلك أو العميل في تحديد القيمة والمنافع التي يرغب في تحقيقها من خلال عملية اختيار واستهلاك السلعة أو الخدمة؛
- العمل على تحديد عملية الاتصال بين البائع والمشتري بشكل يدعم القيمة المدركة من قبل المستهلك أو العميل؛
- دعم التعاون والتنسيق المستمر بين المسوقين والعملاء؛
- إدراك أهمية عامل الوقت بالنسبة للعملاء؛
- بناء شبكة من العلاقات مع العملاء، إضافة إلى شبكة من العلاقات بين المنظمة ومختلف أطراف، مثل الموردين والموزعين والوسطاء وغيرهم من أصحاب المصالح مع المنظمة

ثانيا: التسويق متعدد المستويات

نشأة وتعريف التسويق متعدد المستويات

لقد ظهر هذا الأسلوب في الولايات المتحدة الأمريكية في سنوات الأربعينات، إلا أن تداوله وانتشاره بالشكل الذي أصبح عليه اليوم لم ينطلق إلا مع اتساع استعمال الانترنت لاسيما شبكات التواصل الاجتماعي. حيث ينحصر الأسلوب في المشاركة في مشروع معين من قبل مجموعة من الأعضاء على أساس رسوم عضوية أو دفع أقساط لمدة معينة حيث يقوم العضو الجديد بدفع أقساط رعايتهم المباشرين بدلا عنهم إلا أن يحصلوا بدورهم على أعضاء آخرين سيدفعون بدلا عنهم لاحقا. منتجات شركات MLM تلي حاجة حقيقية للمستهلك النهائي كما أنها قابلة للتسويق لعدد كبير من الأفراد. بالإضافة إلى ذلك، تسعى الشركات لضمان الرضا لزيائنها كما تمنحهم فترة للتفكير. وتجدر الإشارة إلى أنه وفي العادة تنفق الشركات مليارات الدولارات في مجال الاتصالات والإعلان لاكتساب عملاء جدد. أما في نظام MLM فلا تنفق الأموال ولا يتم الترويج من خلال وسائل الاتصال التقليدية (الوحدات الإعلانية / الدعاية والإعلان، والبيت التلفزيوني، الإذاعي ...) ولكن عن طريق الاتصالات التي يقوم بها الأفراد الراغبين في تطوير هذا النوع من النشاط من خلال شبكة علاقاتهم الشخصية. عندما ينجح شخص ما في تحفيز شخص آخر لممارسة نفس النشاط، نتحدث عن الرعاية. (11) وعلى هذا الأساس تأخذ الشركة شكل هرم بعدة مستويات بحيث يقوم كل مستوى بعملية التسويق؛ حيث يصبح المستوى الأول Upline والذي يضم الرعاية والقائمين على رعايتهم والمستوى الثاني Downline الذي يضم المجندين الجدد ومجنديهم؛ بحيث يخضعون بدورهم لهذا التطور على جزأين. كما يوضح الشكل أدناه:



شكل 1: هرم الشبكة ومستوياته

وبتطور النشاط تتسع قاعدة الهرم كلما انضم أعضاء جدد، ويتميز بإمكانية تحقيق العوائد بشكل مستمر ومتفاوت على مختلف المستويات.

MLM هو نظام البيع الذي يتم من فرد إلى فرد إذ تتمثل مشكلته الرئيسية في انخفاض معدل النجاح الناتج عن عدم قدرة المجندين على هيكلة أعمالهم كما هو الحال في نماذج الأعمال الأخرى، ولذلك يجب أن يستوفي المجنودون متطلبات المؤهلات والمهارات قبل الشروع في

العمل. ومن ناحية أخرى تجدر الإشارة إلى أن الكثير منهم ليسوا على استعداد للقيام بجهود التدريب. الفجوة المزدوجة هي في الرؤية وفي القدرة على تتبع المجندين. فالشركات التي ترى مجتديها كعملاء يجدون العملاء لا يقلقون من أوجه القصور هذه.

آلية عمل MLM

تقوم هذه العملية على نظام توصية داخل الشبكة الذي ينطوي على خطة مكافآت محددة مسبقا. حيث يتم دفع عمولات للشركة بشكل عام عن كل عملية بيع، أو رعاية. تستخدم العديد من شركات MLM لتطوير نظامها مصفوفة ثنائية، من خلال تقسيم الشبكة إلى قسمين: فريق على اليسار وفريق على اليمين.

- الخطوة الأولى: لجعل المال في المصفوفة الثنائية يجب الشروع برعاية شخص شخصا في كل فريق من فرقك يسارا ويمينا.
- الخطوة الثانية: تفعيل الازدواجية، فبمجرد رعاية المجند الأول يجب اخضاعه للتدريب وتعليمه نفس المبادئ التي تعلمتها ليقوم بدوره بذات الأمور ويبحث على الفور هو الآخر بدوره عن المجندين الجدد. من خلال القيام بذلك، يجب أن يجد الراعي نفسه بسرعة مع 6 أشخاص في شبكته: 3 على اليسار و3 على اليمين.

تكمّن قوة التسويق الشبكي في إنشاء اثر الرافعة/ الازدواجية على أساس رياضي كما هو موضح أدناه:

لنفترض أن شخص يرعى شخصين ويجعلهم يقومون بأداء نفس الأشياء؛ وباعتبار تأثير الرافعة المالية للمؤسسة على 4 مستويات، سرعان ما يمكن الوصول إلى مجموعة مكونة من 16 مجند في الشبكة. وتطبيق نفس المبدأ فيما عدا رعاية 3 أشخاص في المستوى الأول، كل عضو في هذه الشبكة سيقوم بنفس الخطوات؛ في هذه الحالة وعند المستوى الرابع، ستكون الشبكة من 81 مجند، وهو ما يعادل 45 فردا جديدا لكل شخص إضافي واحد فقط في كل خطوة. (12)

تجعل الازدواجية MLM بسيطا شريطة أن:

- رعاية عدد صغير من الأعضاء بجودة كافية يساعد في النجاح؛ بدل من البحث عن رفع المجندين دون التكافل بهم والإشراف عليهم (وحسب مبدأ Mintzberg المتعلق بالتوجه والقيادة لا يمكن إدارة ومتابعة التعليمات بالشكل السليم فوق عدد يفوق 5 افراد)؛ (13)
- الطريقة التقليدية/تقديم المشروع على مستوى السوق الساخن: التحدث حول المشروع في محيط ضيق؛ وهو ببساطة الأشخاص المتواجدين في الدائرة المباشرة للراعي، الذين يلتقي بهم بانتظام بحيث يعرفونه ويثقون به، لذلك سيكون النهج أسهل بكثير. ولكي لا ينسى أي شخص وليعظم فرصته في التطور السريع، يمكنه إعداد قائمة بأسماء هؤلاء الأشخاص كونهم منظمين محتملين. وهو بالفعل قاعدة جيدة للأعضاء المستقبليين المحتملين بحيث استخدمت هذه التقنية منذ عقود وقد أثبتت نجاحها للعديد من المؤسسات التي تتبع هذا الأسلوب على أساس رفع التفعيل عن طريق المحادثة لزيادة فرص العثور على أعضاء جدد؛ ومع ذلك يعتبر الاعتماد على المحيط الضيق فقط لتحقيق النجاح في التسويق العلاني خطأ.
- MLM الجيل الجديد/ السوق البارد: ظهور الإنترنت وجميع الأدوات التي تتدفق منه هي طريقة رائعة للقيام بالبحث على عدد غير محدود من الناس كون المحيط شاسع ولا يقتصر على من هم حول الراعي/ المستثمر. وحتى لو كان هذا النهج لأول وهلة صعباً أو موترّاً غير أن التفكير سوف يتوجه أكثر للأشخاص المهتمين بالفعل بمجال النشاط المعني، وليتم ذلك بشكل سليم يجب احترام بعض القواعد كنشر الإعلان على شبكات التسويق في مجموعات مخصصة التي يمكن العثور عليها على الشبكات الاجتماعية (Facebook, Twitter,...)، والفيديو على يوتيوب الذي يظهر فرصة المشروع ويساعد على تعميمها، إنشاء رابط على الشبكة بالإضافة لإعداد موقع مخصص للنشاط المراد التعريف به، وفي الأخير الحديث عن العمل على المنتديات؛
- التنظيم: وهو عنصر هام جدا يسمح باتخاذ الإجراءات اللازمة وفي الوقت المطلوب واتباع نفس الخطوات من قبل كل الأطراف المشاركة في العملية؛ ويتسم التنظيم بالتركيز على تحديد المهام وتنمية النشاط مثل: إعداد قائمة بجميع المهام التي يتعين القيام به، الرد على الرسائل الإلكترونية، اتباع الدورات التدريبية؛

- تحديد أولويات المهام وفقاً لأهميتها: من بين جميع المهام التي يتعين القيام بها، بعضها أكثر أهمية من غيرها ويمكن تصنيفها إلى ما هو: أساسي، مهم، ضروري ومؤجل. ومن ناحية أخرى يجب توزيع هذه الأولويات على جدول زمني. (14)

مميزاته

يتم الإشراف على شبكات المبيعات التي يتم تشكيلها عن طريق توظيف الأعضاء أو الشركات التابعة من قبل رمز الاستهلاك، وخاصة لمنع التقنيات المستخدمة في البيع الهرمي. وبالتالي، يتم حظر:

- البيع عن طريق أي عملية من التخلي عن أو تقديم تخفيضات على السلع أو الخدمات على شرط جمع عضوية أو مصاريف التسجيل.
- دفع مكافآت الأعضاء وفقاً لعدد الأشخاص الذين قاموا بتوظيفهم أو تسجيلهم، في حال طلب العضوية أو التسجيل؛
- الحصول على المشارك لدفع المال، لأي سبب من الأسباب، عندما دفع هذا يعطي فوائد أو المساهمة في الأجر من واحد أو أكثر من عضو؛
- حصول المشاركين على مخزون من السلع لإعادة بيعها دون استرداد الضمان من الأسهم وفقاً للشروط الشراء، وربما بعد خصم مبلغ لا يتجاوز 10٪ للسعر المقابل. قد يكون ضمان العودة هذا "مقتصراً على فترة سنة واحدة بعد الشراء"؛
- في حال كان النشاط غير دائم (من حين لآخر) وضمن حدود معينة للدخل، فقد يكون الموظف الذي يتم دفع اشتراكاته الاجتماعية من قبل الشركة الأم، ويمكن اعتبار نشاط البائع على أنه تابع للمؤسسات الصغرى عندما يكون لديه وضع مستقل وأن معدل الدوران أقل من السقف الضريبي.
- يجب على البائع إصدار أمر شراء بمعلومات الاتصال الخاصة به ومعلومات مورديه؛ يجب عليه احترام فترة التفكير التي استمرت سبعة أيام لعملائه. (15)
- ومن ناحية أخرى، من بين ما يتميز به هذا الأسلوب التسويقي إمكانية تطبيق مبدأ باريتو من خلال عملية البحث من جهة (من بين 100 شخص مستهدف مثلاً؛ 80 منهم سوف يرفضون الانضمام للمشروع ضد 20 الذين سيقبلون الفكرة) ومن جهة ثانية (20% من المجندين سيكونون فعالين وسيحققون 80% من النتائج).

آلية اختيار المؤسسات

لكل المنتج خصوصياته الفنية وبناء شبكة لا يتم بدون استراتيجية وعليه هناك قواعد يجب احترامها عند اختيار شركات MLM والتي يمكن حصر أهمها في كل من:

- اختيار نطاقاً يعجبك: لا تبدأ مع شركة منتجات رياضية إذا كانت آخر جهودك البدنية تعود إلى 10 سنوات؛
- تفضل شركة لديها ما لا يقل عن 5 سنوات من الأقدمية: تكتسب شعبية ولكن خصوصاً في المصدقية مع التقدم في النشاط، فتعزيز الثقة من قبل المجندين المستقبليين لا يتم إلا بمرور فترة معينة؛
- التوجه نحو شركات تعرض منتجات أو خدمات تتسم بالاستهلاك الحالي، مما يسمح أولاً للاستجابة إلى رغبات عدد كبير من العملاء المحتملين وثانياً أن يكون لديك فكرة عن توجه السوق، لأنه ومهما تنوعت المنتجات فلا بد أن يكون لها أسعار تنافسية و/أو جودة استثنائية مقارنة بالمنافسة؛
- توفير نظام تكوين مزدوج من قبل المجتمع نفسه، إما من قبل الراعي الخاص بالمجنّد مباشرة و/أو الاتجاه العمودي المتصاعد الذي تقوم بدمجه. (16)

إيراداته

على عكس شبكة Ponzi التي تتسم بالنصب حيث يقوم الأعضاء الجدد بدفع الأموال للأعضاء القدماء دون إمكانية حصولهم على اية عوائد خاصة، وعند توقف انضمام مشاركين جدد سرعان ما تضعف قاعدة الهرم ويختل توازنها ومن ثم ستهلك.

شبكة Ponzi: ظهر هذا الهرم في 1920، بحيث يأخذ شكل 45:

- نظم الهرمية "المقنعة": يمكنها النمو ونادرا ما تظهر في شكلها النقي بحيث تستفيد عادة من الثغرات القانونية الموجودة، على الأقل لفترة معينة، بشكل عام، تقدم مبيعات الهرم المقنعة منتجات بسيطة غير معروفة من طرف الجمهور، أو غير عادية للغاية مما يجعل قيمتها السوقية صعبة التمتع بها. يتحصل المروج على الجزء الأساسي من أرباحه بفضل توظيفه للبائعين الجدد ومن نفقاتهم الأولية.
- عملية استثمارية احتيالية تتكون من أفراد أو منظمة، تدفع فيها العوائد من قبل رأس المال المدفوع من طرف المستثمرين بدلا من الأرباح المحققة من العملية. تجتذب عادة مستثمرين جدد من خلال تقديم عوائد أعلى من الاستثمارات الأخرى، في شكل عوائد قصيرة الأجل التي هي إما عالية بشكل غير طبيعي أو مستقرة بشكل غير عادي؛
- تبدأ في بعض الأحيان مع الشركات المشروعة التي فشلت في تحقيق العوائد المتوقعة لتتابع بعد ذلك هذه الأنشطة الاحتيالية، التي يتطلب استمرار العوائد المرتفعة فيها تدفقا متزايدا باستمرار لرؤوس أموال المستثمرين الجدد لدعم وتيرة المدفوعات.

اما في شركات MLM ، عادة ما يكون هناك نوعان من الإيرادات.

- العمولات: يستفيد الممثل المستقل من هامش معين ؛
- الدخل المتبقي: (الدخل السلبي أو الدخل المتكرر أو الدخل دون استخدام نشط) هو دخل يتم دفعه على أساس متكرر ويتم حسابه وفقا لدوران شخصية الممثل فضلا عن دورته، وفقا لخطة المكافآت من شركة MLM التي يعمل معها، ويجوز للممثل المستقل أيضا، في ظل ظروف معينة، الحصول على مكافآت (يتم تشجيعها).

استراتيجية SMART لتحديد الاهداف في MLM

لتحديد وتحقيق أهدافه، فإن استراتيجية SMART ((Specific, Measureable, Attainable, Relevant, Time based) / محددة، قابلة للقياس ، قابلة للتحقيق، واقعية، مرتبطة بالوقت) أمر لا بد منه.

- خاص ومحدد: يجب أن تحدد بدقة أهداف MLM؛
- قابل للقياس: يجب أن يكون هناك وحدة أو أكثر للقياس (الوقت، الدوران والعمولات ...)، مما يوفر أداة للتحقق في أي وقت من الوصول إلى الأهداف المسطرة، ضف إلى ذلك إمكانية التأقلم لإعادة ضبط ما تم الشروع فيه في حال لم يتماشى مع ما كان متوقعا او عند حدوث تطورات جديدة.
- قابلة للتحقيق وواقعية: يعتبر تحديد الأهداف امرا ضرورياً على أساس تحقيق نتائج مرضية في ظل الوسائل المتاحة والتحديات المراد مواجهتها، مما يحفز الوصول إلى تلك الأهداف ويحافظ على زخم إيجابي ومع ذلك، يجب البقاء واقعيًا والابتعاد عن الطموح المفرط؛
- مرتبط بالوقت: يرتبط الجانب الزمني ارتباطاً وثيقاً بقابلية القياس لما يتسم به من أهمية في وضع رزمة والتي على أساسها تسير أهداف MLM لتفادي الوقوع في المماطلة والتأجيل.

ثالثا- بعض التجارب الناجحة

أصبح قطاع MLM مزدهرا في السنوات الأخيرة حيث ان إنشاء والعمل في ظل هذه الشركات يمكن من جمع الثروات والاستمتاع بمستوى من الرفاهية، فحسب أرقام الدليل الأوروبي الإحصاء ثروات العالم ل2013 فقد كانت كما يلي⁴⁶:

⁴⁵ <http://www.lafinancepourtous.com/Decryptages/Articles/Systeme-de-vente-pyramidale>

⁴⁶ <https://www.inegalites.fr/La-repartition-du-patrimoine-dans-le-monde>

- 1890-1990: 3 ملايين و600 آلاف مليونير
- 1991-2001: 7 ملايين و200 آلاف مليونير
- بعد 2015: 18 ملايين و600 آلاف مليونير (متعلقة بأكثر من 85% بالتسويق العلاني الذي يعتبر أفضل الية لتسليق المستويات الاجتماعية للسنوات العشرة القادمة)

وفي مجال النشاط الاقتصادي نعرض بعض المؤسسات التي تحتل مراكز هامة في قائمة افضل 100 شركة في 2016 على اختلاف مجالات عملها:

- Total Life Changes: التي سجلت عوائد هامة ورقم أعمال يقدر ب 77 مليون \$ رغم احتلالها المركز 100.
- LR Health & Beauty: التي لا يفشل موزعوها في الإشادة بها استحوذت مزايا شركتهم مكاناً في الترتيب ودورائها زيادة بمقدار 3 ملايين \$.
- It Works: والتي انتقلت من الرتبة 31 إلى الرتبة 29 مع زيادة في نشاطها ليعادل 39%.
- World Ventures : حصلت على 15 رتبة خلال 12 شهراً، كما ارتفعت مبيعاتها من 352 مليون إلى 693 مليون \$ بتطور يعادل 96%.

في عالم الصحة والجمال / مؤسسة Herbalife

هي شركة عامة محدودة مع طرح عام للأوراق المالية تأسست في 1980 في الولايات المتحدة، وهي متواجدة في أكثر من 80 بلداً وبلغت إيراداتها في 2016 ما يعادل 4.48 مليار \$ أمريكي. تقوم بتسويق أكثر من 400 منتج في جميع أنحاء العالم بما في ذلك أكثر من 80 مرجعاً (المنتجات الغذائية التي تساعد في اللياقة والسيطرة على الوزن، المكملات الغذائية، فضلاً عن منتجات العناية بالبشرة للجسم والوجه كالكريمات والشامبو والصابون...).

تطورت الشركة بشكل سريع وجيد وحققته نجاحات حيث تحتل المراكز الأولى في الترتيبات العالمية، كما يمكن ملاحظته من خلال الجدول التالي الذي يعرض المؤسسات التي تصدر قائمة ال 20 الأفضل عالمياً لعام 2016 / رقم الاعمال (مليار \$)

جدول 1: المؤسسات التي تصدر قائمة ال 20 الأفضل عالمياً لعام 2016

الرتبة العالمية	المؤسسة	رقم الاعمال 2014	رقم الاعمال 2015	نسبة التطور
1	Amway	10,8	9,5	12,04+
2	Avon	8,9	6,16	30,79-
3	Herbalife	5	4,47	10,60-
4	Vonwerk	3,9	4	2,56+
5	Infinitis	2,64	3,88	46,97+
6	Mary Kay	4	3,7	0,75-
7	Perfect	?	3,58	?
8	Natura	3,2	2,41	24,69-
9	Tupperware	2,6	2,28	12,31-
10	Nu Skin	2,57	2,25	12,45-
11	Tiens	1,16	1,55	33,62+
12	Primerica	1,34	1,41	5,22+

6,67-	1,4	1,5	Ambit Energy	13
19,64-	1,35	1,68	Oriflame	14
14,29-	1,2	1,4	Belcorp	15
6,36+	1,17	1,1	Telecom Plus	16
25+	1,16	0,928	New Era	17
160,14+	1,09	0,419	Jeunesse	18
?	1,01	?	New Avon	19
?	1	?	Young Living	20

وفيما يتعلق بعمل هذه الشركة فهو يتمثل في القيام بالخطوات التالية:

- في البداية يستثمر مستقبلي "أعضاء Herbalife المستقلين" في مجموعة تسمى "حزمة تسجيل Herbalife أو حزمة الأعمال الدولية" التي تحتوي على عقد الموزع والمنتجات ، فضلا عن الوثائق والمواد الترويجية لتدريب وفقا لقواعد أخلاقيات المجتمع؛
- الشركة لا تباع مباشرة إلى المستهلك حيث يتم تسويق المنتجات من قبل موزعين مستقلين ومن أجل الحصول على خصم على المنتجات، يمكن للمستهلك أن يصبح موزعاً مستقلاً إذا كان النشاط يهيم وسيتم عليه الخضوع للتدريب، الذي سيسمح له بمعرفة خصوصيات منتجات التغذية الداخلية والخارجية وتعلم كيفية التطوير؛
- لزيادة المبيعات يحتاج الموزعون إلى جذب عملاء جدد، ولكن يمكنهم أيضاً توظيف موزعين جدد؛
- ويستند تسويق Herbalife جزئياً إلى عمل موزعيها المستقلين، الذين يمكنهم العمل في "نادي التغذية"، والقيام بالاجتماعات المنزلية أو التنقل من منزل لمنزل، وتشغيل أكشاك عرض المنتجات في مراكز التسوق والعروض التجارية ، أو إنشاء مواقع مبيعات المنتجات في ظل ظروف معينة مقيدة للمحتوى والمصطلحات المستخدمة. ويستند تسويق الشركة أيضاً إلى الرعاية في مجال الرياضة لاسيما فرق كرة القدم الرئيسية واللاعبين مثل كريستيانو رونالدو.

يبين الجدول أدناه أرقام الاعمال والنتائج المحققة خلال السنوات الثلاثة الأخيرة بملايين الـ \$:

<http://www.thomsonreuters.com/>

جدول 2: أرقام الاعمال والنتائج المحققة خلال السنوات الثلاثة الأخيرة بملايين الـ \$:

البيانات	2015	2016	2017	تقديرات 2018
رقم الاعمال	4 469	4 488	4 428	4 734
التنبؤ	4 436	4 494	4 415	
الانحراف	0,76%	-0,13%	0,28%	
نتيجة الاستغلال	766	738	748	773
التنبؤ	745	737	675	
الانحراف	2,8%	0,23%	11%	
النتيجة الاجمالية	668	640	648	649
التنبؤ	637	643	645	
الانحراف	4,8%	-0,51%	0,42%	
النتيجة الصافية	339	260	214	341
التنبؤ	341	246	345	
الانحراف	-0,48%	5,8%	-38%	

في عالم السياحة والاسفار/ مؤسسة WorldVentures وتجربتها في الجزائر من خلال فكرة Dreamtrips:

Worldventures هي وكالة سفر مع نظام تسويق علائقي تم إنشاءها في 2005 في ولاية تكساس، تتواجد في 25 دولة وتضم أكثر من 1500000 عضوا وتبلغ مبيعاتها حوالي مليار \$ لتحل المرتبة 47 في ترتيب شركات MLM، Dreamtrips نادي السفر في Woldventures، هو الموقع الذي يحتوي على جميع وكالات السفر الفاخرة حيث تعرض رحلات 5 نجوم بأسعار تتراوح من 2 إلى 3 نجوم. في عام 2014 حصلت الشركة على جائزة "أفضل نادي سفر في العالم" و "أفضل وكالة سفر عبر الإنترنت في العالم"

أشكال الاشتراكات

- تعرض فرصة التجند أسلوبيين وهما: WorldVentures العميل و / أو الممثل
- يقدم للعملاء الذين هم عملاء خدمة DreamTrips نوعين من الاشتراكات: Golden/الذهبية : 200 \$ مرة واحدة 200 نقطة على الفور و 50 \$ في الشهر ما يعادل 600 نقطة في السنة. أو Platinum/البلاتينيوم: 300 \$ مرة واحدة 300 نقطة على الفور و 100 \$ في الشهر 1200 ما يعادل نقطة في السنة؛
- يتم الدفع للممثلين لبيع خدمات Dream Trips الذهبية أو البلاتينية الزبائن، من خلال الرعاية والتي تكون غالبا من خلال التحدث مع المحيط المباشر، يمكن للممثل أيضاً أن يكون عميلاً غير ان العكس ليس إلزامياً وهذا هو الحال في غالبية الحالات ولا توجد مكافآت على اكتساب ممثلين جدد.

الامتيازات:

تتمثل اهم الامتيازات فيما يأتي:

- المبيعات الشخصية: عن طريق رعاية الاشتراكات الذهبية، لا تتلقى أي أموال نقدية + 200 \$ للسفر اما بالنسبة إلى البلاتينيوم تكسب 50 \$ أمريكياً + 300 \$ للسفر؛
- الاشتراكات الشهرية: من خلال الرعاية الشخصية لثلاثة أشخاص، يمكن كسب 100 \$ لأول ثلاثية و 150 \$ لكل ثلاثية إضافية مع مهلة 28 يوماً لتنفيذها ويبدأ من 0 كل شهر؛
- مكافأة نادي: يتوقف تسديد الدفعات الشهرية بعد الرعاية الشخصية لأربع مجندين؛
- مكافأة أسلوب الحياة: يجب أن يكون لديك 5 عملاء شخصيين و 3000 \$ من المبيعات لتلقي مستوى المكافأة 300 \$ في الشهر، ومع 6 عملاء و 5000 \$ في المجموعة يمكن الحصول على 8% من قيمة المبيعات؛
- دورة الفريق: هذه خطة ثنائية حيث تتلقى 100 \$/ دورة عند رعاية 3 أشخاص على اليمين و 3 أشخاص على اليسار خلال الـ 60 يوماً الأولى، تكسبك الدورة 200 \$؛
- خطة مهنية: هناك 7 مؤهلات، من ممثل مؤهل مدير التسويق الدولي ويمكن جمع ما يصل إلى 25000 \$ في الأسبوع ومكافأة شهرية قدرها 50000 \$ أمريكي.

آلية العضوية:

يمكن أن يصبح الفرد عميلاً أو ممثلاً للانضمام إلى النادي وذلك وفق الكيفية التالية:

- العميل الذهبي: يبدأ ب 250 \$ و 50 \$ في الشهر و يتم الاحتفاظ بمبلغ 200 \$ على المغادرة بقيمة 250 \$ حتى يتمكن من تمويل رحلاته القادمة؛
- العميل البلاتيني: يبدأ ب 400 \$ و 100 \$ شهرياً بما في ذلك 300 \$ + 100 \$ شهرياً لتمويل الرحلات؛

- الممثل الذهبي: ابتداءً من 360 \$ و 50 \$ شهريًا بما في ذلك 200 \$ + 50 \$ شهريًا للسفر؛
- الممثل البلاتيني: ابتداءً من 510 \$ و 100 \$ شهريًا بما في ذلك 300 \$ + 100 \$ شهريًا.
- تجدر الإشارة إلى أن الاشتراكات سرعان ما تتحول إلى نقاط ومن ناحية أخرى يجب أن يكون العملاء راضين لتمويل سفرهم، في حين يمكن للممثلين المشاركة في رعاية الأفراد، سواء كانوا عملاء أو ممثلين.

هيكل الشبكة:

هي منظمة ثنائية وتبنى على أساس فريقين يتطوران في نفس الوقت: واحد على اليمين وآخر على اليسار على أساس ممثلين عاديين وممثلين نشيطين والذين يتحصلون على مكافآت حسب عدد مجندينهم، ويختلف فيها كل مستوى كالآتي:

- المستوى الأول: يتكون من 4 افراد مباشرين؛ إذا كان هناك أكثر من 1600 \$ من قيمة التداول في شهر التقويم يتم دفع مكافأة قدرها 200 \$ للرعي
- المستوى الثاني: يتكون من 5 افراد مباشرين؛ إذا كان أكثر من 3.200 \$ من قيمة التداول في شهر التقويم يتم دفع مكافأة قدرها 300 \$ للرعي
- المستوى الثالث: يتكون من 6 افراد مباشرين؛ إذا كان أكثر من 400'5 \$ من قيمة التداول في شهر التقويم يحصل الراعي على 8% من رقم اعمال قيمة التداول وهي مكافأة أداء قدرها من 432 إلى 900 \$ مجموعها 11.250 \$ هذه المكافأة صالحة كل شهر وتبدأ من 0 كل 1 من الشهر لتدفع في منتصف الشهر الموالي. ويتم مضاعفة المكافآت في المستويين الثاني والثالث خلال الأيام الثمانية الأولى بعد اسابيع من التسجيل. وفيما يتعلق بالدورات فهي كالآتي:
- 100 \$ لكل دورة: كلما توسع الفريق من قبل 3 عملاء جدد في الجانبين (3+ في الفريق الأيمن و 3+ في الفريق الأيسر)، بغض النظر عن مكانهم واشتراكهم (الذهب أو البلاتين)؛
- 200 \$ لكل دورة: عندما ينشئ ممثل ما لا يقل عن 3 دورات في نفس الأسبوع، حيث يتم مضاعفة الدورات الثلاثة الأولى كما ان لكل عميل جديد في الفريق مدة 6 أشهر ليتم احتسابها دورة بعد هذه المدة، لن يتم حسابه أبدًا.
- وفيما يخص نقاط Dreamtrips فلا يمكن استخدامها إلا لخصم سعر الرحلة بفترة صلاحية سنة؛ والقيام بتدريب العملاء بفترة صلاحية برنامج التدريب 90 يومًا حيث 1 \$ تدريب = 1 \$. على الأساس التالي:

- ✓ 3 عملاء شخصيين جدد في الشهر = 50 \$ تدريب
- ✓ 6 عملاء جدد في الشهر = 100 \$ تدريب (الحد الأقصى / الشهر).

تطور المسار المهني :

يتسم نظام هذه الشركة فيما يتعلق بتطور المسار المهني بسرعه وإمكانية اتاحته لجميع المنظمين وذلك وفق الترتيب التالي:

- الممثل النشط – AR: من اللحظة التي يقوم فيها شخص بشراء امتياز World Ventures، إمكانية الاشتراك في حزمة تمثيلية متاح وعليه يعتبر الفرد بمثابة الممثل النشط ويحصل بذلك على العمولات المباشرة، ومكافأة المبيعات الشخصية فقط؛
- ممثل مؤهل – Q: بمجرد إرسال دعوة شخصية لأربعة عملاء (ذهب أو بلاتيني) للانضمام إلى نادي يصبح الراعي ممثلًا مؤهلًا ويسمح هذا المنصب بالإضافة إلى الوظيفة السابقة الحصول على المكافآت التالية: الدورات أسبوعيًا (ما يصل إلى 2.000 \$ في الأسبوع)، \$ للسفر، و \$ التدريب؛
- الممثل السامي – SR: بمجرد أن يكون لدى الراعي ما لا يقل عن 30 عميلًا في اليسار [30 ذهبي أو 15 بلاتينيوم / يعتبر الذهب بمثابة عميل واحد اما البلاتينيوم فهو عميلين] و 30 عميلًا في اليمين سيصبح أكبر ممثل، وبالتالي يمكن أن تتكون الشبكة من

15 بلاتينيوم في كل فريق بغض النظر عن مصدرها: العملاء الشخصيين المباشرين، تدفق مباشرة إلى ما لا نهاية، ويمكن الوصول إلى الدخل المتبقي الشهري في 10 \$ / دائرة من 3 وحدات والتي تتوج بمبلغ 500 \$ شهرياً؛

- المدير - D: عندما يصبح لدى الراعي ما لا يقل عن 90 عميلاً ذهب [أو 45 بلاتينيوم] في فريق اليسار و90 عميلاً في فريق اليمين فهو بذلك مدير، وما لا يقل عن 140 عميل [أو 70 بلاتينيوم] يجب أن ينتج فرق من المجندين المباشرين لثنائي 90 عميل لكل فرع من الفروع الخطية (فرق من الرعاية الشخصية المباشرة). عندها يزيد الدخل الشهري المتبقي بنسبة 150٪: من 10، إلى 15 \$ / دائرة من 3 انتمائيات ليصل الحد الأقصى بنسبة 400٪ من 500 إلى 2000 \$ في الشهر؛
- مدير التسويق - MD: بمجرد أن يقوم الراعي بتجميع ما لا يقل عن 400 عميل [أو 200 بلاتينيوم] في مؤسستك (والتي تنتج عن الفرق الشخصية المباشرة الخاصة به، وليس من الفائض)، فإنه يصبح مدير التسويق، وعندها يتم احتساب 200 شخص كحد أقصى من قبل الفرع الخطي. يجب أن تكون قد جمعت 6,750 \$ من الدخل الشخصي على مدار الثلاثة أشهر الماضية (بمتوسط 2250 \$ في الشهر) بحيث تزيد جميع السقوف من 2000 إلى 5000 \$ في الأسبوع للدورات و 5000 \$ في الشهر للدخل المتبقي؛
- مدير التسويق الإقليمي - RMD: بمجرد أن يقوم الراعي بتجميع ما لا يقل عن 900 عميل [أو 450 بلاتينيوم] في مؤسسته (النتيجة عن الفرق الشخصية المباشرة)، فإنه يصبح مديراً للتسويق الإقليمي، بحيث يتم احتساب 300 شخص كحد أقصى من قبل الفرع الخطي التي يجب أن تكون قد جمعت 15,750 \$ من الدخل الشخصي على مدار الثلاثة أشهر الماضية (بمتوسط 5,250 \$ في الشهر) بحيث تزيد كل السقوف من 5000 إلى 10000 \$ في الأسبوع للدورات، و 10,000 \$ شهرياً للدخل المتبقي بالإضافة للحصول على 1000 \$ شهرياً من برنامج DreamCar Bonus
- RMD TRIP سفر فخم سنوي شامل لشخصين / رحلات جوية / فندق / أنشطة؛
- مدير التسويق الوطني - NMD: بمجرد أن يقوم الراعي بتجميع ما لا يقل عن 1800 عميل [أو 900 بلاتينيوم] في المؤسسة (والتي تنتج عن فرقه الشخصية المباشرة)، فإنه يصبح مدير التسويق الوطني وسيتم احتساب 600 شخص كحد أقصى بواسطة الفرع الخطي. يجب أن تكون قد جمعت 31500 \$ في الدخل خلال الثلاثة أشهر الماضية (متوسط 10,500 \$ في الشهر) بحيث تخضع جميع السقوف لزيادة بمقدار 10,000، إلى 20,000 \$ في الأسبوع لدورات، و 20,000 \$ شهرياً للدخل المتبقي، صف إلى ذلك 1000 \$ شهرياً من برنامج DreamCar Bonus.
- رحلة NMD سفر فخم سنوي شامل لشخصين / رحلات جوية / فندق / أنشطة؛
- مدير التسويق الدولي - IMD: بمجرد أن يقوم الراعي بتجميع ما لا يقل عن 3000 عميل [أو 1500 بلاتينيوم] في المؤسسة مؤسستك (النتيجة عن فرقه الشخصية المباشرة) يصبح مدير التسويق الدولي، حيث يتم احتساب 1000 شخص كحد أقصى بواسطة الفرع الخطي كما يجب أن تكون قد جمعت 56,250 \$ من الدخل الشخصي على مدار الثلاثة أشهر الماضية (بمتوسط 8,750 \$ شهرياً) ثم تزيد كل السقوف من 20,000 إلى 25,000 \$ في الأسبوع للدورات، و 50,000 \$ في الشهر للدخل المتبقي. ومن ناحية أخرى يظهر :

○ 1500 \$ شهرياً من برنامج DreamCar Bonus.

○ 3000 \$ شهرياً من برنامج DreamHome Bonus.

○ IMD TRIP. سفر فخم سنوي شامل لشخصين / رحلات جوية / فندق / أنشطة.

ويمكن تلخيص إمكانية تحصيل الأموال بفضل هذا النشاط من خلال الجدول التالي (3) الذي يظهر العائد السنوي الرسمي لعام 2014 والذي يؤكد ذلك:

و تجدر الإشارة الى ان هذه التجربة قد انطلقت في الجزائر أيضا من خلال نفس صيغة Dreamtrips بحيث يمثل الفرع الوكالة القبرصية المعتمدة من مؤسسة Ventures World والتي تم الشروع فيها في ديسمبر 2017 من طرف سيدة اعمال ليصل عدد المنظمين 146 عضو وانتشار التواصل لاسيما على فايسبوك.



WorldVentures Marketing, LLC - USA
2014 Annual Income Disclosure Statement

Promotion Level	High Commissions & Overrides	Low Commissions & Overrides	Median Commissions & Overrides	Average Commissions & Overrides	Percent of Independent Reps
Active Representative	\$ 81,028.97	\$ 8.00	\$ 40.00	\$ 129.50	14.535%
Qualified Representative	\$ 13,697.98	\$ 12.00	\$ 451.02	\$ 726.25	3.905%
Senior Representative	\$ 109,600.00	\$ 696.00	\$ 5,550.00	\$ 7,222.79	0.501%
Director	\$ 164,392.42	\$ 3,645.82	\$ 18,225.98	\$ 22,098.26	0.122%
Marketing Director	\$ 204,981.00	\$ 10,086.82	\$ 45,167.23	\$ 55,256.69	0.067%
Regional Marketing Director	\$ 1,022,000.00	\$ 36,972.04	\$ 99,955.00	\$ 163,260.26	0.011%
National Marketing Director	\$ 700,540.00	\$ 134,796.02	\$ 181,186.02	\$ 245,847.10	0.004%
International Marketing Director	\$ 1,953,200.00	\$ 22,245.00	\$ 340,603.01	\$ 473,232.28	0.008%

الخلاصة

وفي الأخير يمكننا ان نستخلص ان التسويق متعدد المستويات تقنية منتشرة وواسعة الاستعمال لانها غير مكلفة من حيث نفقات الاتصال والترويج، وتمنح كل فرد يريد الرفع من مستواه المعيشي إمكانية زيادة راس ماله بالإضافة إلى امتيازات أخرى لاسيما ما يتعلق بتطوير ورفع الكفاءات والمؤهلات، غير انه من الضروري التأكد من عدم الوقوع في شبكات النصب والاحتيال التي تربص بشبكات التواصل الاجتماعي.

قائمة المراجع

- عيسى بنشوري، الشيخ الداوي، تنمية العلاقات مع الزبائن عامل أساسي لاستمرارية المؤسسات: تجربة بنك الفلاحة والتنمية الريفية / المديرية الجهوية ورقلة، مجلة الباحث، 2009، الجزائر، ص 367
- (2) Bruno Marzloff, François Bellanger, les nouveaux Territoires du marketing, Enquête sur les réponses des médias au géomarketing et au marketing relationnel Paris, Editions liaisons 1996, p184
- (3) بشير عباس محمود العلاق، التسويق عبر العلاقات المستندة للتكنولوجيا، الملتقى الأول للتسويق في الوطن العربي / الواقع و آفاق التسويق، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 15-16 أكتوبر 2002، ص 36
- (4) Berry L.L. Emerging perspectives on services marketing, American Marketing Association ,USA,1983. pp.-258
- (5) Gronroos C. From marketing mix to relationship marketing Management decision. vol 32(2).1994. pp.4-20
- (6) Gummesson E, Varey. R J and Lewis B R, Internal marketing in the light of relationship marketing and network organizations, internal marketing: director for management.2002, pp25-42)
- (7) Deng Z, Lu Y, Wei K and Zhang J.Understanding Customer Satisfaction And Loyalty: An Empirical Study Of Mobile Instant Messages In China.International Journal of Information Management. 2009, pp.1-12
- (8) Lin H-H and Wang Y-Sh. An examination Of The Determinants Of Customer Loyalty In Mobile Commerce Contexts. Journal of Information & Management, Vol. 43, 2006.pp. 271–282.

- 9)Palmer A and Koenig- Lewis N. An Extended, Community Focused, Experiential Framework for Relationship Marketing. Journal of Customer behavior, Vol. 8, (1) 2009, pp. 85-96.
- (10) ستون ميلين، التسويق من خلال علاقتك بالعملاء، دار الفاروق للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص 10
- (11)Thomas Panisi, Ce qu'il faut savoir pour réussir en MLM, Edition Objectif Leader, 2015, France, p13
- (12)Sebastien Do, Recrutement MLM 3.0: les nouvelles règles incontournables du recrutement MLM sur internet, 2016, p34
- (13)Bernard Martory, Daniel Crozet, Gestion des ressources: pilotage social et performances, Dunod, 9eme Edition, Paris, 2016, p182
- (14)Yves Zeller, Devenez un expert en recrutement MLM avec le marketing d'attraction, Paris, 2016, pp13-14
- (15) Daniel Ray,William Sabadie, Marketing relationnel /Rentabiliser les politiques de satisfaction, fidélité, réclamations, Dunod,Paris,2016, pp22_26
- (16)Don Failla, 45 secondes qui changeront votre vie : Prendre votre vie en main avec le marketing relationnel, Ed Un monde diffèrent, Canada, 2012, p113

دور الموقع الإلكتروني في تسويق المنتج السياحي دراسة لبعض التجارب العربية من ضمنها العراق

الباحث مصطفى كامل يوسف الكنعاني
الجامعة التقنية الشمالية/ العراق

د. نزهان السامرائي
جامعة سامراء / العراق

ملخص:

أرغفت أهمية الموقع الإلكتروني باعتباره أداة مهمة وحديثة وغير مكلفة للترويج للمنتج السياحي، وعلى الرغم من أن البلدان العربية تمتلك الكثير من المواقع الأثرية والدينية والبيئة الطبيعية المتنوعة، إلا أنها تفتقر إلى الإمكانيات التي يمكن من خلالها تسويقها كمنتج، ومنها الوسائل الإلكترونية والإمكانيات المادية والتمويلية الداعمة لها، ومن هنا برزت وجاءت مشكلة الدراسة. إن المواقع الإلكترونية تعدّ أداة مهمة سريعة وغير مكلفة كثيراً يمكن أن تنشط السياحة في أي بلد إذا تم استخدامها بكفاءة ومهنية. وقد تناولت الورقة البحثية ماهية المواقع الإلكترونية، وأبرز المفاهيم الأساسية، وتوضيح مدى فائدتها وفعاليتها في تسويق المنتج السياحي، والمعوقات التي تعترضه. وتناولت الورقة البحثية أبرز المواقع الإلكترونية الخاصة بالنشاط السياحي في بعض الدول العربية، مثل الأردن ومصر، فضلاً عن عرض التجربة العراقية، وتحديد أبرز ملامح كل موقع ومقارنته بتلك التجربة. وقد تضمنت الورقة البحثية اقتراحاً لنموذج موقع الكتروني مستوحى من التجارب الرائدة، ويهتم بالتسويق للمنتج السياحي الخاص بالعراق، ويعكس كل الإمكانيات المتوفرة والمتنوعة، ويروج على نطاق واسع للمنتجات السياحية.

وقد توصلت الورقة البحثية إلى عدة نتائج من أهمها أن استخدام المواقع الإلكترونية في الترويج للسياحة في الدول العربية (لأسيما العراق) سيؤدي إلى انخفاض الكلفة والسرعة في تحقيق الهدف الترويجي، وسهولة وصول الزبائن (السواح) إلى هذه المواقع. ومن أبرز المقترحات التي قدمتها الورقة البحثية: ضرورة إنشاء وتطوير المواقع الإلكترونية لإنجاح عملية الترويج للسياحة في العراق بما يحاكي أبرز المواقع الإلكترونية في العالم والخاصة بالنشاط السياحي، وتوفير التمويل اللازم لقيام وعمل واستمرار تلك المواقع، والتواصل في تحديث المواقع، وتوفير الموارد البشرية المتخصصة، وتفعيل مواقع التواصل الاجتماعي، وإنشاء تطبيق مجاني لأجهزة الهواتف الذكية يحتوي على دليل كامل للسياحة في العراق باعتماد التقنيات التي تحاكي مفهوم التسويق الفيروسي. وقد تم اعتماد المنهج الوصفي في جمع البيانات والمعلومات والتفاصيل حول المشكلة أو الهدف والفرضيات والتحليل. أما حدود الدراسة فقد تمحورت في إطار المواقع الإلكترونية السياحية في جمهورية مصر العربية والمملكة الأردنية الهاشمية باعتبارها نماذج رائدة في هذا المجال، بالإضافة إلى التجربة العراقية في هذا المجال.

كلمات مفتاحية: الموقع الإلكتروني، المنتج السياحي، السائحون، تجارب، العراق، سياحة دينية وأثرية.

مقدمة

أصبحت شبكة الإنترنت من التقنيات الحديثة والأساسية التي تقود تعاملاتنا اليومية، والتي قد ساهمت وبشكل كبير في ربط الأفراد ومنظمات الأعمال والمنظمات الحكومية بكافة تخصصاتها وأنواعها بعضها ببعض وفي جميع أنحاء العالم، إذ يمكن الاتصال بالمعلومات والبيانات المتوفرة على هذه الشبكة في أي وقتٍ وأي مكانٍ ومن النادر أن نجد منظمة لا تستخدم شبكة الإنترنت، إذ تعمل اليوم المنظمات بصورة عامة والمنظمات الحكومية بصورة خاصة في الخط المفتوح على بناء علاقات أقوى مع المستفيدين وتقديم الخدمات الإلكترونية لهم بجودة عالية وذلك من خلال تأسيس مواقع لها على شبكة الإنترنت سعياً للترويج عن الخدمات التي تقدمها، ولتسهيل التعامل وتقديم الخدمة لهم.

ولما يمتلكه الوطن العربي بشكل عام والعراق بشكل خاص من معالم سياحية حضارية وتاريخية ودينية وبيئة جغرافية جذابة لذا فإن توفر موقع الكتروني لتسويق هذه المنتجات السياحية قد أصبح من الأمور الضرورية والملمحة لجذب أكبر عدد ممكن من السائحين سواء كانوا سواح من داخل البلد أم من خارجه، ولما لهذا الأمر من فائدة كبيرة لاقتصاد البلد.

مشكلة البحث:

تمتلك البلدان العربية الكثير من مقومات تقديم المنتج السياحي على خلفية توفر المواقع الأثرية الموعلة بالقدم ولمختلف الحقب وكذلك المواقع الدينية فضلاً عن البيئة الطبيعية الخلابة التي تمتاز بها العديد من البلدان العربية إلا أنها تفتقر إلى الامكانيات التي يمكن من خلالها تسويق المنتج السياحي ومنها الوسائل الالكترونية والإمكانيات المادية والتمويلية الداعمة لها والتي تمثل مشكلة البحث، ذلك لأن هناك فجوة بين تلك المقومات والإمكانيات المتوفرة.

فرضية البحث:

يرتكز هذا البحث على فرضية مفادها أن المواقع الالكترونية أداة مهمة سريعة وغير مكلفة كثيراً يمكن أن تنشيط السياحة في أي بلد مهما كانت امكانياته ليكون مركزاً سياحياً مهماً إذا ما تم استخدام تلك المواقع بكفاءة وبمهنية ليتمكن من خلالها عرض الامكانيات السياحية للبلد لكافة بلدان العالم.

همية البحث:

تعد السياحة في البلدان العربية بكافة فئاتها وأنواعها من النشاطات الاجتماعية كونها تحتل منزلة في نفوس البشر لإشباع حاجاتهم النفسية والروحية وهي تعد دافعاً مهماً لقيام الأشخاص بذلك النشاط كما أن السياحة تساهم بجزء مهم من إيرادات الدولة وبالتالي تنمية اقتصادها، كما أنها تساهم في تخفيض نسب البطالة من خلال توفيرها فرصاً للعمل وتنشط الطلب على مختلف السلع والخدمات ذات الصلة بالسياحة، ونظراً لما تمتلكه السياحة من أهمية كبيرة، لذا يجب أن تسعى الجهات المختصة لإيجاد أدوات يمكن من خلالها تنشيط السياحة، ومن أهم هذه الأدوات الموقع الالكتروني الذي يعتبر الأداة العصرية الأقل كلفة والأسرع انتشاراً في أي مكان في العالم، ومن كل ذلك تبرز أهمية هذا البحث.

أهداف البحث:

- تأسيساً على ما سبق سنحاول من خلال هذا البحث عرض أبرز المفاهيم الأساسية الخاصة بالموقع الالكتروني بالإضافة إلى توضيح مدى فائدة الموقع الالكتروني في تسويق المنتج السياحي.
- عرض أبرز المواقع الالكترونية الخاصة بالنشاط السياحي في بعض الدول العربية مثل الأردن ومصر واقلیم كردستان فضلاً عن عرض التجربة العراقية وتحديد أبرز ملامح كل موقع على حدا ومقارنة تلك التجارب الرائدة مع التجربة العراقية.
- اقتراح الباحثان لنموذج موقع الكتروني يهتم بالتسويق للمنتج السياحي الخاص بالبلد.

ماهية الموقع الالكتروني.

مفهوم الموقع الإلكتروني:

شكلت شبكة الإنترنت ومنذ إتاحتها للاستخدام بشكل عام دفعة قوية للتطورات التي حصلت في مجال الاتصالات وتقانة المعلومات، إذ تعد هذه الشبكة في الوقت الحاضر الوسيلة الأسرع والأكثر فعالية للوصول إلى المعلومة ومعالجتها والاستفادة منها، وبخلاف أدوات المعلومات التقليدية هذه الشبكة تُقدم المعلومة للمستفيد أينما كان وفي أي وقت يشاء (الشائع وشبل، 2010، 98). ونظراً لأهميتها، اهتمت العديد من المنظمات بالاعتماد عليها في توفير الخدمات الإلكترونية الخاصة بها من خلالها، وذلك من أجل إجراء تعاملاتها وتبادل معلوماتها مع زبائنها والمنظمات الأخرى التي تتعامل معها (Cabello & Ravaula, 2006, 9). ويتوفر هذه الخدمات عبر القنوات الأكثر ملائمة لطبيعة الخدمة والفئة المستفيدة منها سوف توفر فاعلية لجمهور المستفيدين، والتي سوف تساهم في توفير درجة عالية من الجودة، وإن من أهم قنوات الخدمات الإلكترونية (المواقع الإلكترونية) (حسين، 2011، 2).

يعد الموقع الإلكتروني أحد أهم وأحدث التقنيات التي دخلت إلى بيئة عمل المنظمات والأشخاص ويسرت هذه الأعمال وساهمت بتحقيق الهدف منها، فضلاً عن استخدام هذه المواقع في مختلف المنظمات الحكومية بمختلف أصنافها وتخصصاتها، وأصبحت أعدادها بالملايين ومتوفرة على نطاق واسع لكافة المستخدمين وتلبي أغلب احتياجاتهم (Jayakumar & Mukhapadhyay, 2013, 3770). ومن كل ما سبق نجد أن المواقع الإلكترونية أصبحت تمثل جزء مهم من حياتنا اليومية ويستخدمها المستخدمون لتبادل المعلومات بمختلف اللغات والأشكال والتي قد تكون (نصوص أو صور أو فيديو)، فضلاً عن استخدام الموقع الإلكتروني للاتصال بين المستخدمين (Moustakis, 2004, 59). وقد لعب الموقع الإلكتروني دوراً كبيراً في إبراز وتمثيل المنظمة بأفضل صورة، وتعد نقطة وصل بين المنظمة وجمهور المستخدمين من خدماتها وليس مجرد مكان موجود في الفضاء الرقمي للمنظمة يمكن لها أن تعرض من خلاله المعلومات الخاصة بها (نجم، 2004: 286)، ونظراً لهذه الأهمية الكبيرة تحاول أغلب المنظمات أن تطور مواقعها الإلكترونية من خلال توفير بعض المتطلبات من أهمها الشعار والرسوم المتحركة والربط مع قواعد البيانات وتوفير متطلبات عديدة أخرى. (Khawaja & Bokhari, 2010, 37) ويمكن تعريف الموقع الإلكتروني على أنه "مجموعة من الصفحات التي تصف منظمة أو شخصاً، وتعرف بهما وتنظم صفحات الموقع بشكل هرمي في مستويات مختلفة أو في مواقع فرعية تعالج أو تعنى بناحية من نشاطات واهتمامات المنظمة أو الشخص الموصوف" (عليان والسامرائي، 2004، 244)، كما تعرف بأنها "مجموعة من صفحات الويب المرتبطة مع بعضها والمخزنة على الخادم نفسه ويمكن زيارتها عبر شبكة الإنترنت" (المنصور، 2012، 26)، أما الرواحنة (2012، 15) فيرى بأن الموقع الإلكتروني "مجموعة من الحواسيب المرتبطة مع شبكة الإنترنت والتي يمكن الوصول إليها من أي جهاز حاسوب آخر على الشبكة". ولكي تكون الخدمات الإلكترونية بجودة عالية لا بد من توفر خصائص عدة في الموقع الإلكتروني منها ما يلي (الرواحنة، 2012، 15):

- يجب أن يمتاز تصميم الموقع الإلكتروني بالبساطة والجاذبية في المظهر واختصار عنوان الموقع يكون سهلاً.
- أن يمتاز الموقع الإلكتروني بوضوح الهدف منه ويوضح طبيعة الخدمات التي يقدمها من خلال الصفحة الأولى للموقع.
- أن يتجاوب الموقع الإلكتروني مع احتياجات وتساؤلات المستخدمين والمستخدمين من خلال تقديم خدمات ومعلومات محددة ومتراصة.
- أن يمتاز الموقع الإلكتروني بسرعة الظهور والاستقرار والموثوقية والحماية من الاختراق.

فاعلية الموقع الإلكتروني:

للتحكم على مدى فاعلية الموقع الإلكتروني يمكن الاعتماد على معايير عدة من أهمها (أبو فارة، 2004، 216):

- مستوى رواج وشهرة الموقع الإلكتروني: لتعظيم شهرة الموقع الإلكتروني يجب الاعتماد على أنشطة ترويج متنوعة، وذلك عبر ترويج الموقع الإلكتروني عبر المواقع الإلكترونية المشهورة المتوفرة على شبكة الإنترنت كمواقع محركات البحث والتي من أشهرها موقع قوقل وباهو وهوت ميل.
- مستوى زيارات المستخدمين للموقع الإلكتروني: كلما كان عدد زيارات المستخدمين عالياً كلما زادت فاعلية الموقع الإلكتروني، ولمعرفة أعداد الزائرين للموقع الإلكتروني يوجد عدد خاص موجود في الموقع.
- مستوى تحول المستخدمين من مواقع أعمال مشابهة (منافسة) إلى موقع المنظمة الإلكتروني: إذا زاد مستوى هذا المقياس فإن ذلك يدل على نجاح الموقع في تحويل اهتمامات وولاء المستخدمين من المواقع المنافسة للمنظمة إلى موقعها.
- مستوى تذكر المستخدمين لموقع المنظمة على شبكة الإنترنت: إذا زاد هذا المستوى فإنه سوف يعطي مؤشراً إيجابياً لمدى فاعلية الموقع الإلكتروني للمنظمة.
- مستوى أداء الموقع: ويمكن قياس مستوى أداء الموقع الإلكتروني بحساب معدل الوقت اللازم لتحميل الصفحة الرئيسية للموقع.
- نسبة تعطل الموقع عن العمل: ليكون الموقع الإلكتروني فعال يجب أن يعمل بشكل مستمر وعلى مدار الساعة على شبكة الإنترنت وبدون أي توقف، إلا أنه يمكن حدوث بعض العوائق والمشاكل التي تعطله عن العمل لبعض الوقت، وهذا التوقف يؤثر بشكل سلبي في مستوى فاعلية الموقع الإلكتروني.

فوائد الموقع الإلكتروني:

يمكن للموقع الإلكتروني أن يساعد المواطنين على كسب معلومات عن عمليات المنظمة وخدماتها ومن ثم المشاركة في العمليات والممارسات الاجتماعية التي يعرضها الموقع في أي مكان وفي أي وقت (Safeena & Kammani, 2013, 14). كما يمكن للمواقع الإلكترونية أن تقدم فوائد عدة للمستخدمين، من أهمها (عبيده، 2012، 28):

- يزود المستخدمين بخيارات عديدة وكثيرة.
- يوفر خدمات بأقل كلفة ممكنة من خلال السماح للمستخدمين باستخدامها بأي وقت وفي أي مكان.
- يُمكن المستخدمين الحصول على معلومات مفصلة ومهمة في ثوان معدودة بدلاً من الانتظار لأيام وأسابيع للحصول عليها.
- يُمكن المستخدمين من تأدية تعاملاتهم ومهامهم مع المنظمات عن بعد من دون الحاجة للحضور الشخصي.

المعوقات التي تواجه تطبيق الخدمات الإلكترونية:

يشير (vassilakis, et.al, 2005:3) بأن محددات تطبيق الخدمة الإلكترونية تشمل الآتي:

- المحددات التشريعية: تتمثل هذه المحددات بمدى توفر القوانين والتشريعات والتوجيهات المناسبة التي تسمح وتنظم تطبيق الخدمات الإلكترونية.
- المحددات الإدارية: والمتمثلة بعدم وجود نماذج أعمال مناسبة تبرر التكاليف، وتوافر المهارات الوظيفية والكفاءات البشرية القادرة على التغيير والإفادة من التقنية (الذنيبات والمبيضين، 2009، 8).
- المحددات التقنية: وهي المحددات المرتبطة بمدى توافر الأدوات المناسبة لتطوير ونشر واستخدام الخدمات الإلكترونية والمتمثلة بالبنية التحتية لتقانة المعلومات والاتصالات فضلاً عن أي مشكلات في البنية الأساسية لدى توفر الوثائق بشكل رقمي والتي تحول دون نشر الخدمات الإلكترونية (Asgarkhani, 2005, 162).
- المحددات التنظيمية: ترتبط هذه المحددات بضعف الاتجاهات نحو التغيير أو مقاومة التغيير لدى القادة والعاملين، ويعود ذلك للخوف من فقدان الوظيفة الناتج من استخدام الخدمات الإلكترونية.
- المحددات الخاصة بثقافة المستخدم: وتتمثل هذه المحددات باختلاف وجهات نظر المستخدمين نظراً لاختلاف ثقافتهم.
- المحددات المتعلقة بالخصوصية وسرية المعلومات والأمن والثقة والتنظيم الجيد (Asgarkhani, 2005, 162).

عرض بعض تجارب الدول العربية

سيتم في هذا الموضوع عرض أبرز تجارب الدول العربية مع المواقع الإلكترونية التي صممتها هيئات خاصة بتنشيط السياحة، واختار الباحثان تجارب الدول التي يشكل قطاع السياحة فيها مصدراً مهماً لتمويل الموازنة، وفي هذا الصدد نتناول تجربة المملكة الأردنية الهاشمية ومصر وأما في العراق نجد تواضعاً في موقع هيئة السياحة إلا أننا وجدنا تجربة إقليم كردستان- العراق قطعت أشواطاً مهمة تحاكي التجارب المشار إليها آنفاً، وفي نهاية عرض التجارب سوف يقوم الباحثان بعرض ومقارنة للتجارب العربية مع التجربة العراقية، وهي كالآتي:

تجربة المملكة الأردنية الهاشمية:

وهي من التجارب الرائدة التي تميزت من خلال الموقع الإلكتروني والمتمثل بموقع هيئة تنشيط السياحة الأردنية الإلكتروني والذي يعمل من خلال الرابط (<http://ar.visitjordan.com>)، إذ يوفر هذا الموقع أساليب ابتكارية في عرض وإبراز السياحة الأردنية لكافة بلدان العالم من خلال صفحات الكترونية تابعة لموقع هيئة تنشيط السياحة، إذ عند الاطلاع على هذه الصفحات وجد الباحثان وصفاً شاملاً لمكونات النشاط السياحي الأردني، ويمكن أن نحدد أهم الصفات التي تميز هذا الموقع بالنقاط الآتية:

- من الأمور التي تلفت الانتباه لأول وهلة هي الصور الموجودة على الموقع، إذ تمتاز بجودة عالية جداً وبألوان زاهية وجاذبة، وهذه الصور لها أهمية في جذب السواح.
- تتوفر معلومات هذا الموقع بأكثر من لغة تصل إلى (16 لغة) لجذب أكبر عدد من السواح ومن مختلف البلدان وعلى نطاق واسع.
- يعرض هذا الموقع أبرز الأماكن السياحية التي تشتهر بها الأردن من مدن ومحميات طبيعية ومناطق أثرية ودينية وعرض معلومات عن هذه المناطق بالتفصيل.
- يوفر الموقع دليل متكامل للسائح يتضمن عرض لعدد من مكاتب السياحة والسفر في الأردن.
- يوفر الموقع خدمة يتم تحديثها تلقائياً وبشكل يومي تعرض حالة الطقس.
- يتضمن الموقع خارطة متكاملة عن البلد وليس فقط الأماكن السياحية.
- يوفر الموقع رزنامة كاملة عن الفعاليات والنشاطات المقامة والتي ستقام في الأردن خلال السنة.
- من أجمل الخدمات وأكثرها جذباً للسائح والتي يوفرها هذا الموقع هي خدمة البث المباشر، إذ تمتاز هذه الخدمة بعرضها للصورة الحية لعدة أماكن سياحية في البلد، من خلال هذا الرابط (<http://visitjordan.com/earthcam>).
- خدمة الفيديو: تعرض هذه الخدمة تجارب السواح من الدول الأخرى عند زيارتهم للأردن، وهي خدمة فريدة ومبتكرة تجعل من السواح سفراء لنشر تجربة السياحة في الأردن، وهذه الخدمة يتم الوصول لها عند الضغط على الأيقونة الخاصة بها الموجودة في الموقع الإلكتروني، إذ سوف تظهر خريطة العالم وعند وضع المؤشر على أي جزء من الخريطة سوف تظهر صورة السائح وعلم الدولة التي ينتهي لها وعند الضغط على الصورة سوف يظهر فيديو للسائح يروي تجربته مع السياحة في الأردن.
- يوفر الموقع صور تشبه البطاقات البريدية تحتوي على آراء السواح الذين زاروا الأردن، وتظهر هذه الآراء مكتوبة عند الضغط على صورة السائح.

ومن الجدير بالذكر أن موقع هيئة تنشيط السياحة الأردنية الإلكتروني مرتبط بعدة حسابات لهيئة تنشيط السياحة الأردنية على مواقع التواصل الاجتماعي وهي (facebook, twitter, instagram, youtube) وهي مفعلة ومحدثة بشكل مستمر، إذ يتم نشر مقاطع فيديو وصور ترويجية للمنتجات السياحية الموجودة بالأردن، وأن الهدف من اعتماد وإنشاء هذه الحسابات هو إيصال الحملة الإعلانية التي تروج للمنتج السياحي الأردني إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص حول العالم، وكذلك لما تمتلك هذه المواقع من أعداد هائلة من المشتركين حول العالم تصل هذه الأعداد إلى مئات الملايين، وأن هذه الحسابات تجعل من عملية الترويج للسياحة في الأردن من أسهل ما يكون وعلى أوسع نطاق.

فضلاً عن أن الموقع الإلكتروني لهيئة يوفر دليل كامل عن وسائل وأرقام الاتصال بالهيئة وذلك عبر الهاتف والفاكس وإرسال رسالة الكترونية عبر الموقع أو عبر الإيميل الخاص بالهيئة، أو من خلال البريد العادي، ويوفر كذلك وصف كامل لموقع الهيئة على سطح الأرض عبر موقع (google map) خرائط جودل، والشكل (1) يوضح الصفحة الرئيسية لهذا الموقع.



شكل 1: الصفحة الرئيسية لموقع هيئة تنشيط السياحة الأردنية

إن من أبرز التقنيات الموجودة في الموقع الإلكتروني والتي تساهم في تسويق المنتج السياحي الأردني هو وجود حسابات للهيئة على مواقع التواصل الاجتماعي وهي من أهم أدوات التسويق الفيروسي والتي تحتوي على أعداد هائلة من المشتركين الذين يمكن أن يكونوا سياح محتملين للبلد، وكذلك استخدام الموقع لتقنية عرض مقاطع فيديو لتجربة السياح للسياحة في الأردن وكذلك البطاقات البريدية التي تعبر عن آراء السواح كتابةً والتي تمثل أيضاً تطبيق لمفهوم التسويق الفيروسي من خلال تسويق كلمة الفم أو تسويق الكلمة المنطوقة على شبكة الانترنت، فضلاً عن أن طرق عرض هذه التقنيات بأسلوب جذاب ومبتكر يساهم بشكل كبير في جذب أكبر عدد من السواح.

تجربة جمهورية مصر العربية:

لا تختلف هذه التجربة كثيراً عن تجربة هيئة تنشيط السياحة الأردنية، إلا أن هنالك اختلافات بسيطة بين الموقعين في طريقة عرض محتويات الموقع وأمر أخرى سنوضحها في صفات وخصائص هذا الموقع. و يتمثل هذا الموقع بموقع هيئة تنشيط السياحة المصرية على شبكة الانترنت، ورابط هذا الموقع هو (<http://www.egypt.travel/ar/>)، عند الدخول إلى الموقع سوف يلفت انتباه الزائر أسلوب عرض محتويات الموقع المبتكرة والتي يوضحها الشكل (2)، ويمكن تحديد أبرز خصائص ومحتويات هذا الموقع بالآتي:

- يتضمن هذا الموقع وصف كامل للبلد وللشعب المصري وثقافته.
- يعرض الموقع بأسلوب جذاب أبرز الأماكن التي تشتهر بها مصر سياحياً من مدن ومناطق أثرية ودينية ومناطق طبيعية خلابة.
- يعرض الموقع دليل متكامل للسائح يتضمن أبرز الفعاليات المقامة والتي ستقام في مصر.
- يقترح الموقع أفكار بإمكانها مساعدة السواح وارشادهم بكيفية قضاء زيارتهم للبلد.
- يتضمن الموقع رابط ينقل الزائر إلى موقع آخر بعنوان (مصر الآن Egypt now)، اذ يعرض هذا الموقع خدمة البث المباشر لعدة أماكن سياحية في مصر وهذه الخدمة تشبه خدمة البث المباشر في موقع هيئة تنشيط السياحة الأردنية إلا أنها أقل جودة وتنقل بث مباشر لعدد قليل من الأماكن، ورابط هذه الخدمة بعنوان (<http://cdn2.n-stream.tv/mot/new/index.php>).
- تتوفر معلومات الموقع بأكثر من لغة تصل إلى (14 لغة) من ضمنها العربية.
- إن الموقع مرتبط بعدة حسابات لهيئة تنشيط السياحة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وهي Facebook, twitter, Instagram, google plus) وهي مفعلة ومحدثة بشكل مستمر.

لاختلاف الأهم والذي تم اضافته إلى هذا الموقع هو توفر روابط توصل المستخدم إلى متاجر (apple store , google play) وهي المتاجر الإلكترونية المشهورة التي تحتوي على تطبيقات الهواتف الذكية لتحميل التطبيق الخاص بالهيئة والذي يعمل على أغلب الهواتف الذكية، إذ يحتوي على محتويات الموقع الإلكتروني ولكن بصيغة تتناسب وتتواءم مع الهواتف الذكية. ويوفر الموقع الإلكتروني للهيئة كذلك خاصية الاتصال بالهيئة وذلك عبر ارسال رسالة الكترونية عبر الموقع أو عبر الايميل الخاص بالهيئة، ويوفر وصف كامل لموقع الهيئة عبر (google map) خرائط جوجل.



شكل 2: الصفحة الرئيسية لموقع هيئة تنشيط السياحة المصرية

من التقنيات الموجودة على الموقع الإلكتروني والتي لها أثر في تسويق المنتج السياحي المصري هو وجود حسابات للهيئة على مواقع التواصل الاجتماعي وهي من أهم أدوات التسويق الفيروسي والتي تحتوي على أعداد هائلة من المشتركين الذين يمكن أن يكونوا سياح محتملين للبلد، والاضافة الجديدة والتي واكبت التطور الحاصل في تقانة الاتصال والمعلومات وهي توفير تطبيق الكتروني للهيئة على المتاجر الالكترونية للهواتف الذكية والذي يمكن أن يجعل السائح بإمكانه التصفح للتطبيق أينما كان في العالم قبل زيارة مصر أو عند الزيارة بتصفح الدليل السياحي، فضلاً عن أن طرق العرض لمحتويات الموقع بأسلوب جذاب جداً ومبتكر وتقديمه عروض وأفكار للسواح يمكن أن يساهم بشكل كبير في جذب أكبر عدد ممكن من السواح.

تجربة اقليم كردستان - العراق :

تمثل هذه التجربة في الموقع الإلكتروني الخاص بالهيئة العامة لسياحة كردستان- العراق، وهي هيئة تابعة لوزارة البلديات والسياحة في اقليم كردستان- العراق، وهي تشبه إلى حد كبير تجربة هيئة تنشيط السياحة المصرية المتمثلة بموقعها الإلكتروني وهذا التشابه يكمن في طريقة عرض المحتويات وهذا ما يمكن ملاحظته في الشكل (3)، ورابط هذا الموقع هو (<http://bot.gov.krd/arabic>) ومن خصائص ومحتويات هذا الموقع :

- يعرض وصف كامل لكل إمكانات اقليم كردستان- العراق السياحية من حيث الطبيعة الجغرافية والأطعمة والثقافة.
- عرض أبرز الأماكن التي يشتهر بها الإقليم سياحياً من مدن ومناطق أثرية ودينية ومناطق طبيعية غاية في الروعة من خلال الصور عالية الجودة والشرح المفصل لكل مكان.
- يعرض أفكار مقترحة للسواح.
- يتضمن الموقع خدمة البث المباشر لعدة مناطق في الإقليم.
- يتوفر الموقع بأكثر من لغة وهي (5 لغات) تتضمن (الكردية , العربية , الانكليزية , الفارسية , التركية) وهي لغات الدول المحيطة بالإقليم.
- إن الموقع مرتبط بعدة حسابات لهيئة تنشيط السياحة في اقليم كردستان - العراق على مواقع التواصل الاجتماعي وهي (facebook, twitter, youtube, google plus) وهذه الحسابات مفعلة ومحدثة.
- يوفر الموقع روابط توصل المستخدم إلى متاجر (apple store , google play) لتحميل التطبيق الخاص بالهيئة والذي يعمل على أغلب الهواتف الذكية، ويحتوي هذا التطبيق على محتويات الموقع الإلكتروني ولكن بصيغة تناسب الهواتف الذكية ويتضمن أيضاً دليل سياحي متكامل يعرض تفاصيل كاملة عن المناطق السياحية في الإقليم ويمكن تصفحه بسهولة وبدون اتصال بشبكة الأنترنت.
- ويوفر الموقع الإلكتروني للهيئة خاصية الاتصال بالهيئة وذلك عبر الهاتف والفاكس وارسال رسالة الكترونية عبر الموقع أو عبر الايميل الخاص بالهيئة، ويوفر وصف كامل لموقع الهيئة عبر (google map).



شكل 3: الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني للهيئة العامة لسياحة كردستان- العراق

لا تختلف تجربة اقليم كردستان – العراق عن تجربة مصر من حيث التقنيات الموجودة على الموقع الالكتروني التي لها أثر في تسويق المنتج السياحي , إذ أن للهيئة كذلك حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تحتوي على أعداد هائلة من المشتركين الذين يمكن أن يكونوا سياح محتملين للبلد, وأيضاً الاضافة الجديدة والتي واكبت التطور الحاصل في تقانة الاتصال والمعلومات وهي توفير تطبيق الكتروني للهيئة على المتاجر الالكترونية للهواتف الذكية والذي يمكن أن يجعل السائح بإمكانه التصفح للتطبيق أينما كان في العالم قبل زيارة الاقليم أو عند الزيارة بتصفح الدليل السياحي وبدون اتصال بشبكة الانترنت, فضلاً عن أن طرق العرض لمحتويات الموقع بأسلوب جذاب جداً ومبتكر وتقديمه عروض وأفكار للسواح يمكن أن يساهم بشكل كبير في جذب أكبر عدد ممكن من السواح.

تجربة جمهورية العراق:

تتمثل هذه التجربة في الموقع الالكتروني للهيئة العامة للسياحة العراقية وهي هيئة تابعة لوزارة الثقافة والسياحة العراقية, ورابط موقعها الإلكتروني (<http://www.mta.gov.iq/index.php>) , ومن أبرز خصائص ومحتويات هذا الموقع ما يلي:

- يوفر الموقع خدمة جميلة جداً وهي المتحف العراقي الافتراضي الذي يوفر خاصية رؤية محتويات المتحف العراقي بشكل الكتروني وبوصف كامل لكل قطعة في المتحف.
- يوفر أيضاً امكانية رؤية المناطق السياحية في العراق عبر موقع خرائط جوجل (google map).
- ويحتوي الموقع على أخبار الهيئة وأبرز أعمالها, فضلاً عن أخبار الطقس في كافة مناطق العراق.
- يحتوي الموقع على دليل سياحي يصف المواقع السياحية في العراق من ضمنها المناطق السياحية في اقليم كردستان بشكل شبه تفصيلي من مصاييف وجغرافية طبيعية وأماكن أثرية ودينية.
- يوفر الموقع الالكتروني للهيئة خاصية الاتصال بها وذلك عبر الهاتف أو إرسال رسالة الكترونية عبر الايميل الخاص بالهيئة, ويوفر وصف كامل لموقع الهيئة على الأرض.

أما السلبيات التي لاحظها الباحثان على هذا الموقع متعددة إلا أن أبرزها:

- الصور الموجودة في الموقع ذات جودة متوسطة وغير جاذبة والذي يؤثر بدوره على امكانية جذب السياح لهذا الموقع.
- اللغات المستخدمة في الموقع لغتين فقط (العربية والانكليزية).
- الموقع مرتبط بعدة حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن هذه الحسابات غير مفعلة , وهذا الأمر له أثر كبير في تسويق المنتج السياحي العراقي وذلك لما تملكه هذه المواقع من أعداد مشتركين هائلة.
- لا يمتلك الموقع تطبيق خاص به على متاجر (apple store , google play) يعمل على الهواتف الذكية.



شكل 4: الصفحة الرئيسية للموقع الالكتروني للهيئة العامة للسياحة العراقية

المقارنة الوصفية للتجربة العراقية مع التجارب العربية الأخرى:

بالإشارة إلى ما جاء من سلبيات أنفأ وعند مقارنة التجربة العراقية مع التجارب العربية المذكورة سابقاً نرى أنها تجربة متواضعة جداً مقارنةً مع ما هو متوفر في تلك المواقع الالكترونية المبحوثة فضلاً عن أن هذا الموقع الالكتروني لا يتلائم مع امكانيات العراق السياحية والتي تشمل مختلف أنواع القطاعات السياحية كالمواقع الدينية والاثريّة والطبيعية، إذ أن موقع هيئة تنشيط السياحة العراقية الالكتروني لا يحتوي على محتوى يمكن من خلاله جذب السواح إلى المناطق السياحية في العراق، وطريقة عرض محتويات الموقع ليست جذابة ولم يتم تحديثها منذ فترة وبداية لا يوجد فيها أسلوب مبتكر، ولم يتم تفعيل حسابات مواقع التواصل الاجتماعي لهذه الهيئة كما ذكرنا أنفأ وهي من أهم الأساليب التي يمكن من خلالها تسويق وترويج المنتج السياحي عبر الموقع الالكتروني.

إن المواقع الالكترونية ليست بنفس درجة الجودة وليس فيها نفس المحتوى، فإذا كانت جودة الموقع سيئة بكل بساطة سوف يتركه المستفيد ويذهب إلى موقع آخر ولا توجد فرصة ثانية لعودته مرة ثانية (Anusha,2014,1)، ولكي يجذب الموقع الالكتروني أكبر عدد ممكن من السواح للبلد يجب أن يصمم بشكل جذاب من خلال مكونات تتعامل مع العروض البصرية للموقع الإلكتروني والتي تهتم باستخدام الرسوم والألوان والصور والأنواع المختلفة من الخطوط لتحسين شكل وواجهة الموقع الإلكتروني والخصائص الأخرى المرتبطة به (Al-Kasasbeh,et.al,2011,3)، وكذلك يجب أن تكون المعلومات المعروضة عليه صحيحة ودقيقة وبأكثر من لغة (Zhang & Tang,2006,14)، وأي نقص أو تقصير في تصميم الموقع الإلكتروني يمكن أن يؤثر بشكل سلبي على جودة الموقع الإلكتروني، وبالتالي يؤثر على صورة المنظمة الراحية للموقع والمنتجات السياحية في ذهن السائح (Li,et.al,2009,6).

نموذج موقع الكتروني مقترح:

بعد مراجعة الباحثان للتجارب السابقة وجدوا تقنيات مشتركة بين تلك المواقع وكذلك تقنيات غير موجودة لبعض المواقع إلا أن لها أثر كبير في تسويق المنتج السياحي، فقد اشتركت أغلب المواقع لهيئة تنشيط السياحة (المصرية والأردنية واقلية كردستان) في تفعيل الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي وعرض الاعلانات الترويجية للسياحة في هذه البلدان وبأسلوب جذاب ومبتكر، وتكون هذه الاعلانات على شكل صور أو مقاطع فيديو ترويجية أو روابط تقوم بتمكين الزائر للحساب من الوصول إلى موقع الهيئات الالكترونية أو إلى حسابات أو مواقع الكترونية ذات علاقة بالعمل السياحي بالبلد، وكذلك طرق عرض المحتوى الإلكتروني من صور وفيديو وتفاصيل كاملة للمناطق السياحية جذابة جداً بكافة التجارب العربية ما عدا التجربة العراقية والتي من شأنها إعطاء السائح فكرة كاملة عن السياحة وجذب أكبر عدد من السواح، وكانت التقنية الأكثر لفتاً للانتباه هي تقنية عرض تجارب كل من زار الأردن عن طريق عرض فيديو أو صور على شكل بطاقات بريدية وهذه التقنية تستند على مفهوم التسويق الفيروسي (كلمة الفم عبر الانترنت) والتي لها أثر كبير في جذب أكبر عدد من السواح، وتماشياً مع التقدم التقني ومكانة الهواتف الذكية واستحوادها على جزء كبير من وقت الانسان قامت هيئة تنشيط السياحة المصرية واقلية كردستان – العراق بإضافة تطبيق يتلاءم مع هذه الهواتف وبالتالي سوف يصل الموقع الالكتروني إلى شريحة كبيرة جداً من العالم، وأبرز ما كان متوفر في موقع الهيئة العامة للسياحة العراقية هو المتحف الافتراضي والذي يوفر تجربة فريدة جداً وهي لا تتوفر في باقي التجارب.

بالنتيجة يقترح الباحثان على الهيئة العامة للسياحة العراقية أن يكون هنالك موقع الكتروني للهيئة تتوفر فيه كل التقنيات المذكورة أعلاه وهي نتاج تجارب ناجحة لدول تعتمد على السياحة كأحد الموارد الأساسية للبلد، لذا نقترح أن يتوفر بالموقع الالكتروني المقترح الخصائص والتقنيات التالية:

- عرض متميز للمحتوى الالكتروني الموجود بالموقع.
- اضافة صورة بدقة وجودة عالية جداً يمكن من خلالها جذب ذهن أكبر عدد ممكن من السواح.
- توفير تفاصيل كاملة عن المواقع السياحية الموجودة في البلد وعرضها على شكل دليل سياحي متكامل.
- توفير رزنامة تتوفر فيها تفاصيل كاملة عن الفعاليات والمهرجانات والأنشطة التي ستقام في البلد.
- إنشاء حسابات على كافة مواقع التواصل الاجتماعي محدثة بشكل مستمر ومرتبطة بالموقع الالكتروني الرئيسي.

- إنشاء تطبيق على المتاجر الالكترونية يعمل ويتلائم مع الهواتف الذكية مرتبط بالموقع الالكتروني.
- الابقاء على مشروع المتحف العراقي الافتراضي وتنميته لأنه مشروع واعد ومبتكر يساهم في الترويج للسياحة الأثرية في العراق والتي هي من أعرق الحضارات.
- اعتماد اسلوب تسويق كلمة الفم والتي طورته هيئة تنشيط السياحة الأردنية من خلال عرض تجارب السواح أثناء زيارتهم للبلد.
- عرض معلومات أو محتوى الموقع الالكتروني بأكثر من لغة ليكون بإمكانه جذب أكبر شريحة ممكنة من سكان العالم وبمختلف الثقافات.

النتائج:

- يعاني الموقع الالكتروني للهيئة العامة للسياحة العراقية سلبيات عدة والتي لاحظها الباحثان على هذا الموقع من أبرزها:
 - الصور الموجودة في الموقع ذات جودة متوسطة وغير جذابة .
 - يستخدم الموقع لغتين فقط (العربية والانكليزية).
 - حسابات مواقع التواصل الاجتماعي المرتبط بالموقع غير مفعلة .
- على الرغم من السلبيات إلا أن الموقع يوفر خدمة جميلة جداً وهي المتحف العراقي الافتراضي الذي يوفر خاصية رؤية محتويات المتحف العراقي بشكل إلكتروني وبوصف كامل لكل قطعة في المتحف.
- يحتوي الموقع على دليل سياحي يصف الأماكن السياحية في العراق من ضمنها المناطق السياحية في اقليم كردستان بشكل شبه تفصيلي.
- يوفر الموقع الالكتروني للهيئة خاصية الاتصال بها وذلك عبر الهاتف وارسال رسالة إلكترونية عبر الإيميل الخاص بالهيئة, ويوفر وصف كامل لموقع الهيئة.
- إن استخدام المواقع الالكترونية في الترويج للسياحة في العراق يعد أداة مهمة وذلك لانخفاض كلفتها وسرعة تحقيقها للهدف الترويجي وسهولة الوصول إليها من قبل الزبائن (السائحون) ولتوفر المادة السياحية المنتشرة على مساحة البلد.
- يمكن أن تحقق السياحة مورداً مهماً للعراق في حالة النجاح في استخدام المواقع الالكترونية في الترويج للسياحة فيها (المواقع , طرق الوصول اليها, المتطلبات).
- عدم توفر قوانين وأنظمة تنظم عمل قطاع السياحة في العراق وحتى في حالة توفرها فهي ضعيفة بسبب ضعف الكادر وضعف الرقابة وتواضع أدوات العمل .

المقترحات :

- ضرورة انشاء وتطوير المواقع الالكترونية لإنجاح عملية الترويج السياحي في العراق بما يحاكي أفضل المواقع الالكترونية في العالم والخاصة بالنشاط السياحي .
- توفير التمويل اللازم لقيام وعمل واستمرار تلك المواقع.
- اجراء التحديث المتواصل للموقع وفق ما هو متوفر وما سيتوفر من وسائل وأدوات داعمة للنشاط السياحي.
- توفير الموارد البشرية المتخصصة وايلاء ذلك أهمية كبيرة ومواكبة التطورات في هذا الحقل من خلال الاشتراك في الدورات والمؤتمرات والنشاطات ذات الصلة.
- تفعيل مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بالهيئة العامة للسياحة العراقية لما لها من أهمية كبيرة في الترويج للسياحة داخل وخارج البلد.
- إنشاء تطبيق مجاني لأجهزة الهواتف الذكية يحتوي على دليل كامل للسياحة في العراق.

- اعتماد التقنيات التي تحاكي مفهوم التسويق الفيروسي.

المصادر

المصادر العربية:

- حسين، إيمان محمود محمد، (2011)، "قياس جودة الخدمات الإلكترونية باستخدام مدخل الفجوات (دراسة تطبيقية في قطاع الاتصالات الأردنية)"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- الرواحنة، عمار سلامة، (2012)، "أثر جودة الموقع الإلكتروني لديوان الخدمة المدنية في إدارة الموارد البشرية في المنظمات الخاضعة لنظام الخدمة المدنية في الأردن"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- عبده، ماجدة عزت، (2012)، "الجودة المدركة لخدمات المواقع الإلكترونية وأثرها في تحقيق القيمة المضافة من وجهة نظر طلبة الجامعات الخاصة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- المنصور، محمد، (2012)، "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جهود المعلقين (دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية أنموذجاً)"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.
- الشائع، عبد الله بن محمد، الشبل، صالح بن عبد الرحمن، (2010)، "تأثير تقنية شبكة الإنترنت في حصول الباحثين بالجامعات الحكومية بمدينة الرياض على المعلومات العلمية والبحثية"، مجلة دراسات المعلومات، العدد 8.
- الذنيبات، معاذ يوسف، المبيضين، باسم أحمد، (2009)، "اختبار كفاءة الخدمات الإلكترونية المقدمة في مديرية الجنسية وشؤون الأجانب وأثرها في قبول المستفيدين للخدمة الإلكترونية"، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية (نحو أداء متميز في القطاع الحكومي)، معهد الإدارة العامة، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- أبو فارة، يوسف أحمد، (2004)، "التسويق الإلكتروني (عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت)"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان - الأردن.
- عليان، ربيعي مصطفى، السامرائي، إيمان فاضل، (2004)، "تسويق المعلومات"، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان - الأردن.
- نجم، عبود نجم، (2004)، "الإدارة الإلكترونية (الاستراتيجية والوظائف والمشكلات)"، دار المريخ للنشر، الرياض - المملكة العربية السعودية.

المصادر الأجنبية:

- Al-Kasasbeh, M. M., S. Dasgupta, et.al., (2011), "Factors Affecting E-Service Satisfaction", Communications of the IBIMA.
- Asgarkhani, M., (2005), "The Effectiveness of e-Service in Local Government: A Case Study", Electronic Journal of e-Government, Vol.3, Issue.4.
- Cabello, D. B. & U. K. Ravaula, (2006), "Public E-services Toward Citizens", Master's Thesis Unpublished, Lulea University Of Technology, Sewed.
- Khawaja, K. F. & R. H. Bokhari, (2010), "Exploring the Factors Associated With Quality of Website", Global Journal of Computer Science & Technology, Vol.10, Issue.14.
- Kumar V, Mukerji B, Butt I & Persaud A., (2007), "Factors for Successful e-Government Adoption: a Conceptual Framework", The Electronic Journal of e-Government, Vol.5, Issue1.
- Li, H., Y. Liu, et.al., (2009), "Measurement of e-Service Quality: an empirical study on online travel Service", 17th European Conference on Information Systems.

- Moustakis, V. S., C. Litos, et al. (2004), "WEBSITE QUALITY ASSESSMENT CRITERIA", Proceedings of the Ninth International Conference on Information Quality (ICIQ-04).
- R.Anusha,(2014)," A Study on Website Quality Models", International Journal of Scientific and Research Publications, Vol.4, Issue.12.
- R.Jayakumar and B. Mukhopadhyay (2013). "Website Quality Assessment Model (WQAM) for Developing Efficient E-Learning Framework- A Novel Approach." International Journal of Engineering and Technology (IJET), 5(5).
- Safeena, R. & A. Kammani , (2013), "Conceptualization of electronic Government adoption", International Journal of Managing Information Technology (IJMIT) , Vol.5, No.1.
- Vassilakis, C., G. Lepouras, et.al.,(2005),"Barriers to Electronic Service Developments, <http://www.iaconline.org/pdfs/xJuris eGov.pdf>
- Zhang, X. & Y. Tang ,(2006),"Customer Perceived E-service Quality in Online Shopping", Master's Thesis Unpublished, Lulea University Of Technology, Sewed.

دور الالتزامات الأخلاقية في تعزيز المزيج التسويقي الابتكاري: دراسة تحليلية لأراء عينه من مدراء ورؤساء اقسام الشركة العامة لصناعة الألبسة الجاهزة

د. روعة محمود الزري

جامعة الموصل

الموصل/ العراق

د. نوال يونس المراد

الجامعة التقنية الشمالية/ الكلية التقنية الادارية

الموصل/ العراق

ملخص:

نال موضوع أخلاقيات الأعمال، ومن ضمنها الالتزامات الأخلاقية، اهتمام العديد من الباحثين في مجال الإدارة، وتزامن هذا الاهتمام مع ظهور مفاهيم التسويق الاجتماعي والأخلاقي، والمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية تجاه الزبائن، والتي أصبحت من سمات القرن الحادي والعشرين، وذلك لمعالجة الآثار السلبية للسلوكيات الخاطئة من قبل بعض المنظمات التي كان سببها عدم الالتزام بالقواعد والمبادئ والمدونات الأخلاقية وعدم اهتمامهم لهذه الأمور. وتتمثل الالتزامات الأخلاقية بمجموعة من القواعد والمبادئ الأخلاقية، والآداب العامة للسلوك، والتي تقع مسؤولية تحديدها على عاتق المنظمات والهيئات المختصة. ومن جانب آخر، يلاحظ أن التغيرات الحاصلة في البيئة كان لها الدور البارز في تغيير أذواق الزبائن واحتياجاتهم. ولكي تتمكن المنظمات من التنافس والبقاء، ينبغي عليها الاستجابة لهذه التغيرات عن طريق الإبداع والابتكار، وهذا يدعو إلى التوجه نحو المزيج التسويقي الابتكاري، لأنه يعدّ العنصر المحوري للتسويق، ويعرف بأنه ممارسة جديدة أو تعبير جديد بالنسبة للفرد الذي يتبناه. وانطلاقاً من العرض السابق، فقد هدفت هذه الورقة البحثية للتعرف إلى الالتزامات الأخلاقية ودورها في تعزيز المزيج التسويقي الابتكاري، وهي دراسة تحليلية لأراء مديري ورؤساء أقسام الشركة العامة لصناعة الألبسة الجاهزة والبالغ عددهم (33) مديراً ورئيس قسم من مختلف الأقسام والتخصصات. وتم الاعتماد في جمع البيانات على استبانة احتوت جانبين، تضمن الجانب الأول: المقاييس الخاصة بالالتزامات الأخلاقية والمتمثلة بـ (الامانة والاستقامة، والسرية، والموضوعية، وقيم العمل، والسلوك، والنظم الاخلاقية للمنظمة)، أما الجانب الثاني: فقد ركّز على مقاييس المزيج التسويقي الابتكاري المتمثلة بـ (الابتكار في مجال المنتج، الابتكار في مجال السعر، الابتكار في مجال الترويج، الابتكار في مجال التوزيع).

واعتمدت الورقة البحثية على فرضيتين رئيسيتين مفادهما "وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين متغيرات الالتزامات الأخلاقية وبين متغيرات المزيج التسويقي الابتكاري، و"وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين متغيرات الالتزامات الأخلاقية وبين متغيرات المزيج التسويقي الابتكاري". وقد تم اختبار صحة فرضيات الورقة البحثية باستخدام: الارتباط، والانحدار المتعدد، والتوزيعات التكرارية، والأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية، وذلك لوصف وتشخيص المتغيرات. وتوصلت الورقة البحثية إلى مجموعة من الاستنتاجات، أهمها: أن الالتزامات الأخلاقية تحدّ من الفساد الإداري والمالي المستشري في المنظمات، ويعزز من أداء المنظمات والحفاظ على موقعها في السوق من خلال الابتكار والأفكار الجديدة التي ترضي أذواق ورغبات الزبائن، واقترحت الورقة البحثية ضرورة قيام المنظمات بوضع ضوابط أخلاقية محددة تساعد في أداء أنشطتها بشكل صحيح.

كلمات مفتاحية: الالتزامات الأخلاقية، التسويق الابتكاري.

المحور الأول : منهجية البحث

أولاً- مشكلة البحث:

يشهد حقل الإدارة تطورات وتغيرات سريعة، ويعود السبب في ذلك إلى اشتداد المنافسة بين المنظمات، من هنا ازداد اهتمام الباحثين في مجالات ومفاهيم جديدة، قد تكون مثار اهتمام كثير من المنظمات المتنافسة، ولعل من أبرز هذه المفاهيم اليوم هي الالتزامات الأخلاقية ومدى ترابطها مع مفاهيم إدارية أخرى مثل الإبداع المنظمي، الضغط الوظيفي، الصراع التنظيبي، الالتزام المنظمي، التسويق الابتكاري

ومزيجيه، وغيرها من المفاهيم الأخرى، وعليه ومن خلال هذا البحث سيتم دراسة دور الالتزامات الأخلاقية في تعزيز المزيج التسويقي الابتكاري، وسيتم عرض مشكلة البحث من خلال التساؤلات الآتية:

- ما واقع ممارسة الالتزامات الأخلاقية في الشركة؟
- ما مدى ممارسة الابتكار في المزيج التسويقي في الشركة؟
- ما طبيعة العلاقة بين الالتزامات الأخلاقية والمزيج التسويقي الابتكاري ؟
- ما هي متغيرات الالتزامات الأخلاقية الأكثر تأثيراً في المزيج التسويقي الابتكاري ؟

ثانياً - أهمية البحث:

يمكن ايضاح أهمية البحث من خلال الجوانب الآتية :

- تناولها لأحد المواضيع المهمة والضرورية في إدارة المنظمات، ألا وهي الالتزامات الأخلاقية التي أصبحت من أولويات المنظمات في الوقت الحاضر، وكذلك تركيز البحث على جانب آخر مهم، وهو التسويق الابتكاري لما له من دور في بقاء المنظمات واستمرارها.
- دعم وتوجيه مجتمع البحث لتناول مثل هذه المواضيع المهمة بالدراسة للاستفادة منها في توجيه هذا الميدان نحو المسار الصحيح وتشجيعه على الابتكار.

ثالثاً- أهداف البحث:

في ضوء مشكلة البحث فإنه يمكن تحديد أهداف البحث بالنقاط التالية:

- تقديم اطار نظري عن مفهوم الالتزامات الأخلاقية والتسويق الابتكاري ومزيجيه.
- التعرف على طبيعة العلاقة بين الالتزامات الأخلاقية والمزيج التسويقي الابتكاري.
- يسعى البحث إلى تقديم الخبرات السابقة التي طرحها الباحثون في مجال متغيرات البحث وصولاً إلى منظور نظري وإمكانية الاستفادة منها في بيئة الأعمال العراقية.

رابعاً- فرضيات البحث:

- الفرضية الأولى: يوجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين الالتزامات الأخلاقية والمزيج التسويقي الابتكاري.
- الفرضية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية إحصائية يبين الالتزامات الأخلاقية في المزيج التسويقي الابتكاري.

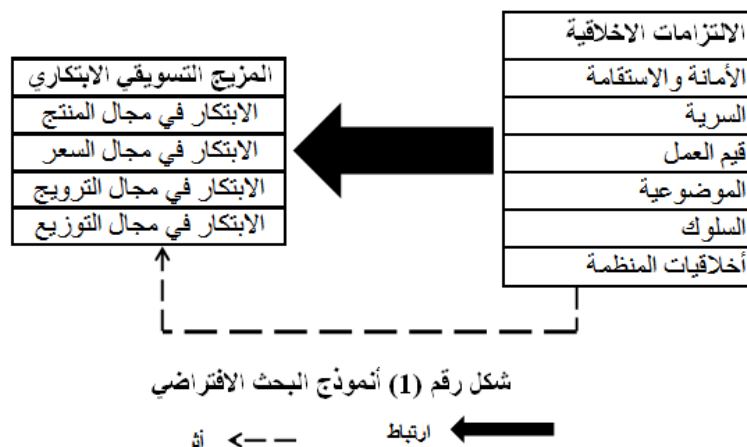
خامساً- أنموذج البحث الافتراضي:

تتطلب المعالجة المنهجية لمشكلة البحث في ضوء إطارها النظري ومضامينها الميدانية تصميم أنموذج افتراضي، ويظهر في الشكل (1) الذي يشير إلى العلاقة المنطقية بين بعدي البحث تعبيراً عن الحلول المؤقتة التي يقترحها الباحثان للإجابة عن الأسئلة البحثية المثارة في مشكلة البحث، ويعبر أنموذج البحث عن الفرضيات التي بنيت استناداً إلى إمكانية قياس كل متغير من متغيرات البحث، شمولية الأنموذج وإمكانية اختباره. وتضمن البعد المفسر بمتغيراته والمتمثل بالالتزامات الأخلاقية.

سادساً- أساليب جمع البيانات:

- اعتمد البحث في جانبه النظري على ما توفر من رسائل وبحوث وكتب علمية في هذا المجال لغرض بناء الجانب النظري للبحث ببعديه .

- أما الجانب الميداني للبحث فقد اعتمدت الباحثتان على استمارة الاستبانة بوصفها وسيلة لجمع البيانات، إذ كانت استمارة الاستبانة هي الأداة الرئيسية، وقد احتوت الاستبانة على جانبين، تضمن الجانب الأول المقاييس الخاصة بالالتزامات الأخلاقية، أما الجانب الثاني فقد ركز على مقاييس المزيج التسويقي الابتكاري، إذا تم توزيع (33) استمارة على مجموعة من مديري ورؤساء الأقسام في الميدان المبحوث.



شكل 1: العلاقة المنطقية بين بعدي البحث

سابعاً- الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث:

تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية من أجل التوصل إلى مؤشرات دقيقة تخدم أهداف البحث، واختبار فرضياتها وتمثلت بالآتي:

- النسب المئوية والتكرارات والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية التي استخدمت لوصف وتشخيص متغيرات البحث وعرض النتائج الأولية ومناقشتها.
- معامل الارتباط البسيط (بيرسون) واستخدم لقياس قوة العلاقة بين المتغيرات الرئيسية والأبعاد الفرعية للبحث الحالي.
- تحليل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد، وذلك للتعرف على تأثير المتغيرات المستقلة في المتغير التابع، لكي يتسنى للباحثين رفض أو قبول الفرضيات في ضوء تلك النتائج.

أولاً- مفهوم الالتزامات الأخلاقية:

شغلت مسألة الأخلاق حيزاً كبيراً في الديانات السماوية وتبوأ موقع الصدارة في تعاليمها والتي تحث على الالتزام بالأخلاقيات ففي القرآن الكريم وصف الله عز وجل رسولنا الكريم سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم بقوله تعالى "وإنك لعلی خلق عظیم" (القلم: 4) ويوضح مفهوم الأخلاق معنى الخير والشر ويبين ما ينبغي أن تكون عليه معاملة الناس بعضهم لبعض ويشرح الغاية التي يقصدها الناس من أعمالهم. ويعد علم الأخلاق فرعاً من فروع الفلسفة والخوض فيه مسلك خطير طالما زلت به الأقدام واضطربت فيه المفاهيم (جاء المولى، 1965، 24). لاختلافهم في مفهوم الخلق هل هو صفة مستقرة في النفس ومن أصل المزاج فيكون خاصاً بالنفس غير الناطقة كما عدها ابن مسكويه أم أن الخلق يكون مستفاداً من المران والتدريب وربما كان مبدؤه الروية والفكر فيكون للنفس الناطقة حظ أم الخلق ليس طبعاً ولا مرانا بل مطبوعون على قبوله (ابن مسكويه، 1966، 16). وقد حصر الفلاسفة الفضائل في أربع هي: الحكمة والعفة والشجاعة والعدالة، ومنها يستخرج سائر الفضائل الأخرى بوصفها فروعاً لها فتبين وظيفتها في السلوك الانساني (الزرري، 2002، 94).

لذا ارتأت الباحثتان إقرار ستة فضائل تتماشى مع واقع بحثنا الحالي والمتمثلة بالأمانة والاستقامة، السرية، الموضوعية، قيم العمل، السلوك، أخلاقيات المنظمة وتأسيساً على ما سبق يتضح بأن الالتزامات الأخلاقية تهدف أساساً إلى تحديد الواجبات والمسئوليات المهنية

الأخلاقية مما يعكس أثرها في أدائهم للعمل. وفيما يلي عرض وجهة نظر بعض الباحثين لمفهوم الالتزامات الأخلاقية وكما هو موضح في الجدول (1).

جدول 1: يوضح مفهوم الالتزامات الأخلاقية

م	أسماء الباحثون	السنة والصفحة	المفهوم
1	الغزالي	بدون سنة ، 56	هيئة راسخة في النفس تصدر عنها الأفعال بيسر وسهولة من غير حاجة إلى فكر أو روية.
2	Wehrich & koontz	1993 ، 70	كل ما يتعلق بالعدالة والمساواة في توقعات المجتمع والمنافسة النزيهة والاعلان والعلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية وحرية الزبائن والتصرفات السليمة في البيئة المحلية والدولية.
3	الجيلي ورمو	196، 1996	مبادئ ومثلاً عامة للسلوك المثالي تشجع على مستوى عالي من الأداء من خلال تأكيدها على النشاط الايجابي.
4	عبود ، نجم	2000 ، 18	مجموعة من القيم والمعايير التي يعتمد عليها أفراد المجتمع في التمييز بين ما هو جيد وما هو سيء و بين ما هو صواب وما هو خطأ.
5	Daft	2003 ، 138	تعبير عن المبادئ المعنوية وعن القيم التي تحكم سلوك الفرد أو سلوك الأفراد في المجتمع حول ما هو صحيح وما هو خطأ.
6	العثيمين	2004 ، 3	تعني السجية والطبع والمروءة والدين.
7	الخفاجي ، الغالي	2006 ، 3	مجموعة القيم والمعايير التي تحدد السلوك الصحيح والخاطئ لدى الموارد البشرية، ويمكن فهمها من خلال منحنيين الأول يهتم بالمعايير الأخلاقية لأهداف المنظمات، ويشتمل الثاني على المعايير الأخلاقية والسلوكية الصحيحة المرتبطة بغايات المنظمة ووسائل تحقيقها.
8	أرديني	2007 ، 6	مجموعة من القواعد والأصول التي تستلزم من الأفراد سلوكاً معيناً يقوم على الالتزام وذلك للمحافظة على شرف العمل لأن الإخلال به خروج عنه وعن شرفه.
9	السالم ، مؤيد سعيد	2009 ، 70	مجموعة القواعد والمبادئ التي تحدد ما هو صحيح أو خطأ في اطار السلوك الانساني ضمن بيئة معينة.

وتأسيساً على ما تقدم ترى الباحثان أنه على الرغم من تعدد مفاهيم الالتزامات الأخلاقية فإنها جميعاً تشترك في تحديد الخصائص الأتية لها:

- أنها مجموعة من القواعد الأخلاقية والقيم المبدئية التي تحكم سلوك الفرد والجماعة.
- القوه الراسخة التي تقود ما بين الخير والشر.
- تطبيق للمعايير الأخلاقية الفردية في مواقف الأعمال المختلفة.

ثانياً- مصادر القيم الأخلاقية:

يشير البعض إلى أن القيم من فروع الفلسفة التي تعني بالأخلاق والجمال والمنطق، كما يشير إلى أن للقيم والعادات دوراً في توجيه السلوك، فيتشكل منها سلوك الفرد، لذلك فإن العلاقة بين القيم والأخلاقيات علاقة عميقة ووثيقة، ومنها ما ينجم عن السلوك سواء أكان أخلاقياً أم غير أخلاقي (العنزي والساعدي، 2002، 113). ويمكن بلورة القيم في توجيه وتحديد السلوك الإنساني من خلال العديد من الدراسات والأبحاث العلمية التي أكدت دورها في المجال، فهي ليست مجرد اعتقاد فردي، ولكنها تأكيد لما يتسم به الفرد من أبعاد فكرية ومعتقدات أساسية توجه في إطار التعامل مع الآخرين، فالقيم هي عبارة عن المعتقدات التي يؤمن بها أصحابها ويعتقدون بقيمتها ويلتزمون بمضامينها. وتعرف أيضاً بأنها " تلك القواعد والمعايير التي تمكن الفرد من التمييز بين الصح والخطأ، وبين ما هو مرغوب فيه وما هو غير مرغوب فيه،

وبين ما هو كائن وما يجب أن يكون. وهناك أربعة أنواع من القيم (قيمة البقاء، قيمة الشرف، قيمة المجتمع، وقيمة الحرية) (العثيمين، 2004، 8). أما الفرق بين القيم والأخلاقيات فيتمثل في أن القيم تعد المثاليات والاعتقادات والاتجاهات التي يتبناها الأفراد والتي تحكم العلاقات الشخصية والاجتماعية والسياسية على مستوى الفرد والجماعة الصغيرة والمجتمع وتنعكس القيم من خلال المؤسسات الوطنية ونظم الحكم. أما الأخلاقيات فتعني تطبيق القيم على التصرفات الفردية وتوفير الأساس القانوني والأخلاقي للسلوك الفردي في مختلف المواقف والظروف وتنعكس في القوانين والتعليمات وقواعد السلوك والمعايير المهنية (نبعة، 2007، 14). إن القيم الأخلاقية تمثل الأساس أو القواعد التي تبنى عليها المجتمعات المتحضرة ومن دون تلك الأسس تنهار حضارة ذلك المجتمع وإن كل فرد يشترك قيمه الأخلاقية من المبدأ الديني وأداب التنشئة الاجتماعية والأسرية وكذلك من التجارب والخبرات الشخصية السابقة (الراوي، 2007، 22) ويمكن تحديد مصادر القيم الأخلاقية بالمصادر الآتية (حمود، 2002، 76):

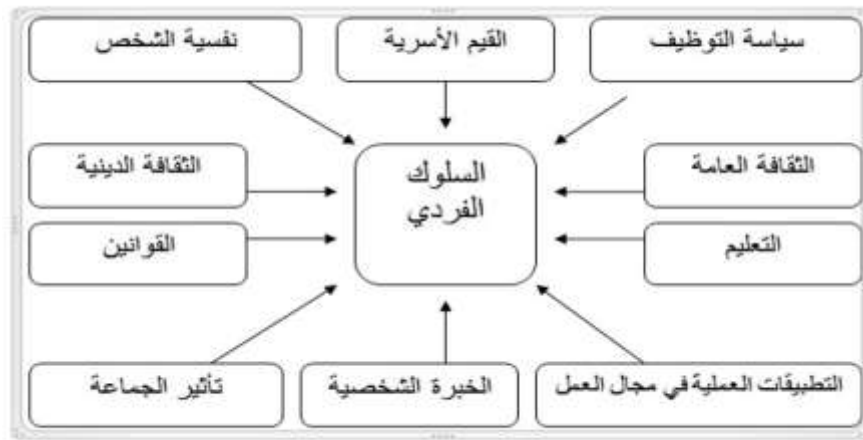
- المصدر الديني: يعد المصدر الديني هو المصدر الرئيس للقيم الأخلاقية عند الأفراد فنجد أن القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة كانا الأساس في إرساء دعائم هذه القيم الأخلاقية والاجتماعية وترسيخها في بناء المجتمع الإسلامي. ففي القرآن الكريم نجد آيات تحث على إتقان العمل منها قوله تعالى "وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون" (التوبة: 105). كما وردت أحاديث عديدة في السنة النبوية الشريفة في المعنى نفسه يقول رسول الله محمد صلى الله عليه وسلم "أن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه". كما أن الأديان السماوية الأخرى أكدت على مسألة القيم الأخلاقية في التعامل مع الآخرين ذلك أن الكتب السماوية مصدرها واحد وهو الله (عز وجل).
- التكوين الاجتماعي: يقع على عاتق الأسرة دور كبير في توجيه السلوكيات الأخلاقية لأبنائها بوصفها أهم المؤسسات التي تسهم في عملية التكوين الاجتماعي لما تحدثه من تأثير في الأفراد، فالأسرة الصالحة تعمل على غرس الآداب والسلوكيات المرغوبة لدى أبنائها وتشجيعهم على التصرف بأسلوب يتفق مع الأخلاقيات السائدة في المجتمع.
- الخبرة المتراكمة عادة ما يستمد الفرد قيمه وسلوكه من خلال ما يتعلمه ومن خلال خبراته وتجارب وتعاملاته مع بيئته الاجتماعية والعملية.
- جماعات العمل تعد جماعات العمل أحد المصادر الأساسية لترسيخ القيم لدى الأفراد فالفرد قد يغير قيمه الفردية مقابل الالتزام بقيم الجماعة نتيجة ضغوط الجماعة عليه، فالأفراد الذين نشأوا تنشئة دينية تتغير قيمهم إذا انخرطوا في عضوية جماعات غير دينية أو تصبح قيمهم متماثلة مع قيم الجماعة (المعاضيدي، 2005، 37). إن الأهمية النسبية لهذه المصادر في تشكيل المعايير والمبادئ الأخلاقية تختلف من مجتمع إلى آخر ومن فترة زمنية إلى أخرى فالدين والتاريخ والتقاليد والتكوين العشائري والقبلي والجماعات المرجعية ووسائل الإعلام كلها تسهم في تطوير أو تأخير المعايير الأخلاقية.

ثالثاً- السلوك الأخلاقي واللاأخلاقي:

إن السلوك الأخلاقي Ethical Behavior هو السلوك الذي يتطابق وينسجم مع المعايير والقواعد الاجتماعية بشكل عام "وإن السلوك اللاأخلاقي Unethical Behavior هو السلوك الذي لا يتطابق مع المعايير الاجتماعية والمرغوبة في المجتمع" (الساعدي، 2001، 427). لأن الأخلاق ما هي إلا نتاج تطور تاريخي طويل الأمد لذا فهي ضرورية في استقرار الحياة الاجتماعية. كما يميز آخرون بين كلا السلوكين إذ عدوا السلوك الأخلاقي بأنه "ذلك السلوك الذي يمكن أن يوصف بأنه مقبول وجيد وعادل ويستحق الثناء" وأن السلوك اللاأخلاقي يوصف بأنه "غير مقبول وخاطئ ورديء ويستحق صاحبه التوبيخ" ويختلف السلوك الأخلاقي بين شخص وآخر ويرجع ذلك إلى المفاهيم الخلقية التي يؤمن بها الفرد والتي تعد بمثابة دليل للتصرف والتعامل مع الحالة المطلوبة وهذه المفاهيم ما هي إلا نتاج للتأثير البيئي في الأفراد كما في الشكل (2).

يتضح من الشكل (2) أن سلوك الأفراد مرتبط بالعديد من العوامل ذات التأثيرات المختلفة في سلوكهم وليس من السهل تحديد الأخلاقيات ووضعها في إطار عام بحيث يمكن اعتمادها بوصفها مرشداً وحيداً في السلوك أو التعامل الإنساني ذلك أن هذه العوامل تؤثر بنسب مختلفة في سلوك الفرد بحسب أهميتها وتأثيرها في سلوكه. والواقع أن قضية الأخلاق هي قضية كل فرد وكل مجتمع فهناك قواعد نستند إليها عندما نقرر ما هو صحيح وما هو غير صحيح ويؤدي رسوخ هذه القواعد في العقلية الذهنية الجماعية للناس إلى تكوين اعتقادات

راسخة لدى الناس تقرر ما هو صحيح وما هو خاطئ ورسوخ هذه الاعتقادات وتحولها إلى قواعد وتقاليـد أخلاقية يؤثر في تصرفات الأفراد وفي مسار سلوكهم.



شكل 2: المؤثرات العامة في سلوك الأفراد. المصدر: نامر ياسر البكري، (2001)، "التسويق والمسؤولية الاجتماعية" دار وائل للنشر، عمان.

رابعاً- مداخل السلوك الاخلاقي:

وهناك شبه اتفاق بين الباحثين على مدخل السلوك الأخلاقي وسيتم استعراض هذه المداخل ضمن سياق هذا البحث وفق الترتيب الآتي:

- مدخل النفع العام: وفق هذا المنهج يتوقع لمتخذ القرار تجاه عمل معين أن يهتم بتأثير كل بديل من بدائل القرار في كل الأطراف ومن ثم اختيار القرار الذي يعطي أفضل حالة رضا لأكثر عدد ممكن من الأفراد. كذلك فإنه يمكن اتخاذ القرار الذي يعني فقط هؤلاء الأفراد الذين يتأثرون بشكل مباشر بذلك القرار وليس أولئك الذين يتأثرون به بشكل غير مباشر (seglin , 2000 , 202).
- المدخل الشخصي أو الفردي: يرى (Daft , 2003 , 141) أن الأفراد يقيمون الميزة أو المنفعة الفضلى ذات الأمد البعيد لأنفسهم، وذلك بوصفها المقياس لجودة القرار تجاه أي عمل مزعم للقيام به. وإن الفعل الذي يقصد بتعمد لإعطاء أفضل نسبة من (الجيد / الرديء) أو أكبرها بالنسبة للفرد المعني فهو الذي يتم مقارنته بدائل أخرى وهو الذي سيعيد القرار الأفضل. كذلك فإن الفردية تؤدي في النهاية إلى سلوك معين تجاه الآخرين يتطابق مع معايير السلوك التي يطليها الآخرون تجاه أنفسهم.
- مدخل الحقوق المعنوية: يتمثل مفهوم الأخلاق بالعمل الذي يحفظ للأفراد المتأثرين به حقوقهم الإنسانية، ويؤكد هذا المدخل أن للأفراد حقوقاً أساسية وهي حقوق عامة لا تكتسب بقرار. وعليه فإن أي قرار أخلاقي بشأن أي عمل هو ذلك القرار الذي يصون وبالشكل الأفضل تلك الحقوق الأساسية التي يجب أن يتمتع بها الأفراد.. ويرى (Wheelen & Hunger , 2000 , 47) أنه على الرغم من الوثائق التي قدمتها المنظمات الدولية إلا أن المشكلة في هذا المدخل تكمن في تعريفه حقوقاً أساسية وأن هذه الحقوق التي توضع في دولة ما قد لا تتناسب أو لا تكون مقبولة في كل أنحاء العالم على حد سواء. فضلاً عن أن هذا المدخل قد يشجع التوجه أو السلوك الأناني عندما يفسر الفرد مطلبه أو احتياجاته الخاصة على أنها حقوق يجب الحصول عليها. وفي هذا السياق عرض (Daft , 2004 , 142) ستة حقوق أخلاقية يجب أخذها في الاعتبار خلال عملية صنع القرارات المتعلقة بأي عمل وهي:

- حق القبول الحر: أي يتم معاملة الأفراد على أساس قبولهم الحر للطريقة التي يعملون بها.
- حق سرية المعلومات: أي إعطاء الأفراد حرية العمل في وظائف يتمتعون فيها بحق السيطرة على المعلومات التي تتعلق بحياتهم.

- حق حرية الضمير: أي إعطاء الفرد حرية عدم القيام بأي عمل يتعارض مع أخلاقه أو مع مبادئه الدينية.
- حرية إبداء الرأي: يعطي الفرد حرية توجيه النقد الجرح لأخلاقيات وتصرفات الآخرين.
- حق المعاملة العادلة: وهذا ما بدأت إدارات الموارد البشرية في أغلب المنظمات التأكيد عليه من خلال منح الفرص المتساوية للعاملين.
- حق الحياة والسلامة: أي حق التمتع بالحياة من دون التعرض للمخاطر وانتهاك الصحة والسلامة.
- وهذا المدخل يساعد على إصدار الأحكام بشأن تناسق وتناسق السلوكيات والقرارات الصادرة عن الآخرين مع مبدأ عدالة توزيع المنافع وتحمل الأعباء والتكاليف من قبل جميع الأفراد والجماعات.

- مدخل العدالة: يفترض الساعدي (2001، 23) في هذا المدخل بأن متخذ القرار يجب أن يكون منصفاً عادلاً وغير متحيز في توزيع الكلف والمنافع على الأفراد والجماعات. وهي تتبع مبدأ العدالة (الأفراد المتساوون في حجم الأعمال يجب أن يعاملوا بالطريقة نفسها) والعدالة تعني عدم التمييز بين الأفراد دون تمييز على أساس الجنس أو العرق أو اللون ... وغيرها استناداً إلى القوانين التوجيهية الإلهية والوصفية وأن أي خروج عن هذه القوانين يعد تصرفاً لا أخلاقياً.
- مدخل الصفات الجيدة المشتركة: يفترض هذا المدخل أن المجتمع مكون من الأفراد الذين تربطهم مصالح مشتركة، وعليه فإن ما هو جيد للمجتمع هو جيد لأي فرد منهم. وأن أعضاء هذا المجتمع مرتبطون بأواصر تعدد هي القيم والأهداف العامة الشائعة. أن الصفة المشتركة الجيدة هي فكرة قديمة نشأت منذ أكثر من (2000) عام مضى وظهر في كتابات أفلاطون وأرسطو أن منهج المصلحة المشتركة هو المنهج الذي يقدم رؤية معينة للمجتمع إذ يعد مجموعة متجانسة من الأعضاء الذين يشتركون في غايات وقيم معينة مشتركة.
- مدخل السمات الأخلاقية: وهذا المدخل يقوم على أساس أن المدير الجيد والعامل أو الموظف الجيد من الناحية الأخلاقية يمتلكون خصائص وسمات أخلاقية عالية تميزهم عن غيرهم من المديرين. ومن ثم فإن جذور الموقف الأخلاقي في هذا النوع من الأفراد تكمن في شخصياتهم المميزة أو سماتهم الموجهة نحو الأخلاق (نجم، 2000، 61).
- مدخل الالتزام بالمبدأ الرسمي (مدخل التوازن): يحاول هذا المدخل أن يبحث عن المبدأ الرسمي الذي يساعد على تحقيق الاعتدال والتوازن بين طرفي المصلحة في كل قرار أو تصرف فأساس هذا أن هناك حدين من المصالح الحد الأول: ويتمثل في الأنانية أي تحقيق أقصى المصالح الشخصية. والحد الثاني: هو الإيثار وحب الغير أي تحقيق أقصى المنافع الاجتماعية وفق مبدأ أقصى سعادة لأكثر عدد. وإن كلا الحدين يمثلان حالة التطرف. من هنا المبدأ الرسمي الأكثر قبولاً هو تحقيق مصلحة الاثنين عند نقطة التوازن بينهما (نجم، 2000، 63).

خامساً- مفهوم التسويق الابتكاري وأهميته:

مفهوم التسويق الابتكاري:

يعرف (Kotler et al., 2005, 191) التسويق الابتكاري بأنه مبدأ مرشد للتسويق يتطلب من الشركة السعي وبصوره جاده لتحسين المنتجات (سلع وخدمات). ويضيف (O'Dwyer et al., 2011, 91-104) بأنه التسويق الابتكاري هو استخدام التحالفات الاستراتيجية على نحو جديد. وفي السياق نفسه يطرح (Sun, 2010, 24) معادلة لتمثل التسويق الابتكاري حيث يرى أن التسويق الابتكاري له طرفان تسويق، ابتكار، أي أن التسويق الابتكاري = الزبون الموجه المنشئ من خلال الابداع + الزبون الموجه من خلال التسويق الابتكاري.

يعرف الصيرفي (2003، 12) التسويق الابتكاري بأنه ممارسة جديدة أو تعبير جديد بالنسبة للفرد الذي يتبناه ومن ثم لن يكون التركيز على درجة اختلاف الفكرة عن الأفكار المستقرة ولكن التركيز على تبنيها. وأشار (أبو جمعة، 2003، 20) إلى أن التسويق الابتكاري هو الاستغلال الناجح لأفكار جديدة ويمكن إدخاله بوصفه نظاماً ويمكن تعلمه ويمكن ممارسته وقد ينصب التسويق الابتكاري على عنصر المنتج (سلعة كان أم خدمة) أو عنصر السعر أو عنصر الترويج أو عنصر المكان (التوزيع) أو على كل هذه العناصر في آن واحد. وقد يكون الابتكار في مجال بحوث التسويق وكذلك قد يأخذ التسويق الابتكاري شكل تبني قضية معينة أو الاختلاف بين المنافسين في موقفهم تجاه قضية معينة أو موضوع معين.

كما يرى الجياشي (2003، 5) أن التسويق الابتكاري يركز على النشاط التسويقي وأساليب العمل التسويقية ولاسيما ما يتصل بعناصر المزيج التسويقي وما تقوم به المنظمة من أساليب وإجراءات أو استخدام معدات أو آلات تسهم في خلق حالة جديدة تسويقياً سواء في مجال المنتج أو التوزيع أو التسعير كما أن توزيع المنتج بطريقة آلية هو ابتكار تسويقي وابتداع طريقة تسعير تعزز القيمة هو ابتكار تسويقي كذلك ابتكار طريقة للاتصال الترويجي من خلال الحفلات الخاصة لعينة من الزبائن هو ابتكار تسويقي أيضاً وعملياً فإن مهمة الوصول إلى الزبون ثم تحقيق الحاجات والرغبات له لا تأتي إلا من خلال تبني المنظمة لاستراتيجية تسويقية تضم في محتواها عناصر عديدة يمكن من خلالها الوصول إلى الهدف التسويقي، كما إن اختيار الهدف التسويقي وتحليل هذا الهدف يتطلب ابتكار مزيج تسويقي من عناصره المعروفة (منتج، ترويج، تسعير، توزيع) (الديوه جي، 2000، 38).

أهمية التسويق الابتكاري:

إن المنظمات المعاصرة الناجحة تدرك أن الأرباح وزيادة حصة المنظمة في السوق لا يحصل عليها إلا الرواد والمبتكرون والمجددون الذين يؤمنون بأن معظم الأفكار الجديدة والتي ثبت نجاحها بدأت بأفكار كان من الصعب تصديقها أو الاقتناع بها وأدركت المنظمات أن أساس إيجاد استراتيجيات ناجحة يعتمد على المعلومات والتحليل بالدرجة نفسها التي تعتمد على الابتكار والتخيل والحكم الشخصي وتحدي الثوابت التي ينظر إليها في الصناعة بوصفها قوانين لا ينبغي المساس بها.

ويشير (Soosay & W.yland, 2004, 41) إلى أن الابتكار هو عامل هام للحفاظ على تنافس المنظمة على المدى الطويل إذ أن على المنظمات التي تتنافس في الأسواق الديناميكية مع تقنيات متحركة بسرعة يجب عليها أن تقابل خطر المنافسين عليها وهذا لا يتحقق إلا من خلال الابتكار مفتاحاً رئيساً لازدهار العمل، ولاسيما بعد التغير المستمر في حالة المعرفة والتقنيات وطلب الزبون وحضور سوق جديدة وعروض الانتاج والقابلية في اجتذاب حجم طاقة معينة والاحتفاظ بها سوف يسمح للمنظمات بالحفاظ على هوامش ربح ونمو مبيعات، وبين الصرن (2001، 74-76) الأهمية القصوى للابتكارات السلعية في مجال التسويق في النقاط الآتية :

- تبرير وجود وإقامة المنظمة: إن التبرير لوجود الأعمال هو قدرة المنظمة على إفادة الزبائن وإرضائهم سواء أكانوا زبائن نهائين أم مشترين صناعيين لذلك يجب أن تدار تلك الأعمال بالطرائق العلمية والتكنولوجية والتي يجب أن تتوفر لصنع السلع وتقديم الخدمات المرتبطة بالحاجات الجديدة للمستهلكين.
- السلعة محدد أساسي للربح: ترغب كل منظمة في تكرار عملية البيع وتكرار هذه العملية يعد سبباً في البقاء إلا أنها لا يمكن أن تباع بشكل دائم وناجح سلعة رديئة على المدى الطويل لذلك فإن تخطيط السلعة الجديدة يعد أمراً أساسياً وجوهرياً لبقاء المعدل المتوقع للمنظمة من الأرباح.
- الانتقائية المتزايدة للزبون: بمرور السنين يصبح الزبون أكثر انتقاءً للسلع التي ترضي رغباته وهنا تكمن أهمية السلع الجديدة المنتجة والمبتكرة لذا يجب أن تتركز جهود المنظمة على الابتكار وليس التقليد مما يجعلها تأخذ دور القائد للسوق وليس المنافسة والتصادم مع المنظمات الأخرى. كما لا يوجد خلاف حول أهمية التسويق الابتكاري سواء بالنسبة للمنظمات التي تستخدمه أو الزبائن الذين يستفيدون منه أو المجتمع عموماً على اعتبار ترابط هذه الحلقات الثلاث فيما بينها بسبب العلاقة الوثيقة التي تجمعها معاً.

والمنظمات التي تستخدم التسويق الابتكاري يمكن أن تتحقق لها ميزة تنافسية من خلال تميزها عن المنافسين والصورة الذهنية لها وسمعتها وما شابه ذلك من العوامل التي تساعد في تحقيق هذه الميزة (McDonald, 1990, 11). ولا يخفي ما يمكن أن يحدث وجود مثل هذه الميزة من نتائج ايجابية للمنظمة تتمثل في المحافظة عليها أو زيادة حصتها السوقية وزيادة مبيعاتها وأرباحها وإمكانية أن تصل إلى مركز القيادة في السوق وجني ما يترتب على هذه القيادة من فوائد وكسب زبائن جدد والمحافظة على الزبائن الحاليين.

وبالطبع فإن التسويق الابتكاري يعمل على إيجاد ميزة تنافسية والحفاظ عليها أطول وقت ممكن ومن ثم جني الفوائد المرجوة من هذا النوع من التسويق لفترة أطول فالعبارة ليست بإيجاد ميزة تنافسية وإنما بالحفاظ عليها أطول فترة ممكنة (Wilson & Colin, 1998, 334). أما الزبائن منظمات كانوا أو أفراداً فإن التسويق الابتكاري يمكن أن يحقق لهم الكثير من الفوائد التي قد تأخذ شكل إشباع حاجات لم تكن

مشبعة أو ملبأة أو إشباع حاجات حالياً بشكل أفضل أو التوفير في النفقات أو ما شابه ذلك من الفوائد. وتنعكس الفوائد على مستوى كل من المنظمات التي تستخدم التسويق الابتكاري والزبائن الذين يوجه لهم مثل هذا النوع من التسويق وعلى المجتمع عموماً حيث قد يسهم في رفع مستوى المعيشة.

سادساً- المزيج التسويقي الابتكاري:

على الرغم من تعدد المتغيرات التي أجادها الباحثون بشأن تحديد العناصر الخاصة بالمزيج التسويقي الابتكاري لذا فإن هذا البحث سيشرح المتغيرات الأربعة المشار إليها في نموذج البحث بوصفه الحجر الأساس للتسويق الابتكاري وفيما يلي عرض للابتكار في كل مجال من مجالات التسويق الابتكاري:

- الابتكار في مجال المنتج: يعد المنتج العنصر الأساسي في المزيج التسويقي أو العنصر الذي تقوم عليه بقية عناصر هذا المزيج فإذا لم يكن هناك منتج (سلعة أو خدمة) لن يكون هناك سعر أو ترويج أو توزيع. كذلك فإن وجود منتج غير مطلوب أو غير مرغوب فيه من السوق قد لا يجدي معه أو يعالجه أي من العناصر الأخرى. ويلعب الابتكار دوراً أساسياً في مجال المنتجات وذلك للوصول إلى منتجات جديدة بالمعنى الحرفي للمصطلح أي جديدة تماماً بالنسبة للسوق أو في إدخال تعديلات أو إضافات سواء جذرية أو محدودة على المنتجات الحالية أو تحسينها بحيث تختلف عن المنتجات الحالية بدرجة أو بأخرى. ويؤثر الابتكار في مجال المنتجات بدرجة كبيرة على نجاح المنظمات في تحقيق العديد من أهدافها. ويرى البعض أن المنظمات ليست في موقف الاختيار بين القيام بالابتكار في مجال المنتجات من عدمه وإنما في كيفية تحقيق ذلك بأكبر قدر ممكن من الكفاءة والفعالية وتقليل المخاطرة المرتبطة به إلى أقل حد ممكن. ويؤدي الابتكار دوراً مهماً في مجال المنتجات وذلك للوصول إلى منتجات جديدة ويمكن تقديمها إلى السوق، إذ يشير البكري (2002، 167) إلى أن المنتج لا يمكن أن يبقى على حاله لمدة طويلة من الزمن ولا سيما عندما يكون هناك سلع منافسة أو بديلة عنه، عليه فإن التطور يجب أن يدخل إلى المنتج سواء كان ذلك من حيث المحتوى أو الشكل واللون والسعر والوزن وبطبيعة الحال فإن عملية التطوير هذه لا تأتي اعتباطاً بل هي نتيجة دراسة وتدقيق لعدد من المواقف والتحليلات لنتائج عمليات البيع والتي تستلزم أن تتم عملية التطوير سواء كان ذلك لاستمرار عملية البيع أو لمواكبة التطورات الحاصلة في مجال إنتاج تلك المنتجات، فضلاً عن مدى إسهامها في تحقيق الأرباح المحتملة. ويشير (lie,1998,16-15) إلى أن من بين أهم مميزات المنتج المبتكر هي (النوعية، والموثوقية، والحدثة) فضلاً عن فرادته وهذا ما يجعل للمنظمة قابلية لتلبية حاجة الزبون بشكل أوسع كما أكد على أن المنتجات المبتكرة الجديدة لها وقع كبير على المنظمة ويتضمن ابتكاراً عالياً وإنتاجاً تكنولوجياً عالياً يسمح للزبون أن يقوم بمهام فريدة فضلاً عن تقليل الكلف ورفع الأداء التسويقي في السوق عن طريق الإخراجات المالية والتنافسية ورفع مستوى الأرباح والعائدات والحصة السوقية إلى جانب أن الدراسات الشاملة في تطوير المنتج الجديد تخلق بعض الإثباتات بأن مميزات المنتج الجديد المبتكر تؤدي إلى أداء منتج متفوق وكلما كانت مميزات المنتج أعظم كان أداؤه أفضل.

- الابتكار في مجال السعر: يؤدي السعر دوراً بارزاً في نجاح المنظمة في تسويق منتجاتها، إذ يعد أحد المؤثرات الهامة على قرار الزبون بالشراء من عدمه ولا يقصد بذلك أن السعر لابد أن يكون منخفضاً حتى يؤثر إيجابياً في قرار الزبون بالشراء بل العكس قد يكون صحيحاً إذا ما كان المنتج موضع الاعتبار منتجاً تفاعلياً أو مظهرياً أو إذا كان السعر يرتبط باعتبارات الجودة المدركة فارتفاع السعر يغري على الشراء والعكس صحيح في هذه الحالة. ومن ثم فإن المهم أن يحدد السعر بحيث يلائم المتغيرات المكونة للموقف التسويقي من ناحية المنظمة وللموقف الشرائي من ناحية الزبون. ويرى السامرائي والبرزنجي (2004، 187) أن العناية بتحديد الأسعار يمتد إلى إدارات أخرى غير إدارة التسويق فالإدارة المالية تهتم كثيراً بالتسعير لأنها الجهة المسؤولة عن جوانب التمويل والإيرادات والأرباح وتغطية عناصر التكاليف المختلفة إلى جانب أهمية دراسة أثر تغيير السعر على نتائج الأعمال وموقف المنظمة. أما إدارة العمليات فهناك ارتباط بينها وبين السعر من ناحية تكاليف كل طريقة من طرائق الإنتاج وعناصره وكلف التحسينات في الجودة والتطوير التصميم. ومن الأمثلة على الابتكارات السعرية ما يأتي (أبو جمعة، 2003، 179):

○ البيع بالتجزئة بسعر البيع بالجملة: تقوم هذه الطريقة في التسعير للمنتجات على أساس أن الجميع يعرفون أن أسعار الجملة أقل بدرجة أو بأخرى عن أسعار التجزئة ولكن عادة ما لا يستطيع الزبون الشراء من تاجر الجملة لسبب أو لآخر

مثل أن الكمية التي يشترط شراؤها للحصول على سعر الجملة لا تلائم الزبون العادي لذلك فإن هذه النوعية من المتاجرة التي تستخدم سياسة البيع بالتجزئة تجذب العديد من الزبائن للتعامل معها إذ يشترون بالكميات الملائمة لهم والتي عادة ما تكون فئات صغيرة بسعر أقل بكثير من السعر الذي يشترون به من المتاجر التي لا تطبق هذه السياسة.

○ الأسعار المغربية أو العشرية: وهي الأسعار التي توضع بشكل أقل من العدد الصحيح وتحتل مكاناً بارزاً في تجارة التجزئة وهي تمتلك شهرة واسعة بسبب اعتقاد الزبائن أن هذه الأسعار موضوعة على أساس علمي وبشكل دقيق وعلى مستوى الحد الأدنى من الكلف فهي تولد شعوراً خاصاً عند الزبائن بأن هذه الأسعار متدنية فمثلاً سعر أحد المنتجات هو \$8.95 يظن الزبون \$10 بالأصل وأن التاجر قام من تلقاء نفسه بالحسم المسبق ومن ثم فإن حصول الزبون على الباقي من المبلغ سوف يؤثر في ادراكاته .

○ الابتكار في مجال الترويج: يدور نشاط الترويج حول الاتصالات بين المنظمة والأطراف المختلفة المستهدفة منه وخاصة الزبائن بل إن البعض يعرف الترويج "كعملية اتصال لإقامة والحفاظ على علاقات من خلال إعطاء معلومات وإقناع جمهور أو أكثر من جمهور وتتمثل أهم مكونات الشبكة الترويجية في الإعلان والبيع الشخصي والعلاقات العامة والدعاية فضلاً عن مختلف وسائل تنشيط المبيعات ويقع على عاتق استراتيجية الترويج الشاملة التركيز على كل عنصر من هذه العناصر وأثر ذلك في تكلفة المزيج الترويجي المناسب للسلعة (عبيدات، 2002، 19) . وقد كان الترويج ولا يزال بعناصره المختلفة وبصفة خاصة عنصر الاعلان يمثل مجالاً خصباً للابتكار إذ يشير كل من (peter & Bennett 1988,561) إلى أن استراتيجية الابتكار لمنتج معين أو خدمة معينة هي عبارة عن فكرة أولية لابد من أن يتم الترويج لها عن طريق حملة الإعلان وان الابتكارية في الإعلان تعتمد على مواهب عبقرية وتصورات كتاب الرسالة الإعلانية، في لكي تكون فاعلة في تحقيق أغراضها ينبغي أن تكون منضبطة ، فالإعلام الناجح يتطلب معرفة البيئة التسويقية الكلية وادراك قدرات التعلم لدى الزبون والكيفية التي سوف يستجيب بموجها ذلك الزبون للإعلانات ووسائلها. وعلى هذا الأساس فالابتكارية في الإعلان ليست ابتكارية سائبة تعتمد على تصورات ومخيلات الكاتب وإنما ينبغي أن تكون منضبطة وعلى الشخص المبتكر (الكاتب الابتكاري) أن يقوم بانتقاء العناصر اللفظية والعبارات والكلمات والجمل المرموقة ويحقق نوعاً من الترابط بينهما بأسلوب بارع وذكي فضلاً عن القيام بتحديد القرار بخصوص استخدام روح الفكاهة أو جذب محبة الأفراد إلى جانب اختيار العبارات غير اللفظية والتي تتمثل بحالات التوضيح والماركات التجارية والألوان والحركة والتأثيرات الصوتية.

ومن أهم مكونات وعناصر الاستراتيجية الابتكارية في مجال الترويج ما يأتي (العلاق وربايعة، 285-288):

- الوعد الابتكاري: أي القيمة الفعلية للسلعة أو التي يسعى الإعلان إلى إيصالها للزبائن إذ يتم تقديم جوهر الرسالة الإعلانية الابتكارية على شكل مزايا ومنافع يتمتع بها المنتج وفي ضوء هذه الوعود يتم تكوين الرسالة الابتكارية، على سبيل المثال قامت شركة simplicity بتقديم إعلان كان الهدف منه (تثبيت حالة باترونات الشركة بمثابة الحل لمشكلات الموضة التي تواجه المرأة العصرية اليوم وهذا كان الوعد الابتكاري كما يأتي (أن باترونات الشركة تضع نهاية للمعاناة المترتبة على البحث عن ملابس ذات طراز ملائم وبكافة الأحجام وبأسعار معتدلة) .
- دعم الادعاء: إن دعم الادعاء هو بمثابة تأكيد لمصداقية الرسالة الإعلانية ففي المثال السابق لشركة Simplicity ورد النص الآتي دعماً للادعاء (إن باترونات شركتنا مبسطة إلى درجة أن من يتابعها خطوة بخطوة يستطيع أن يحصل على بدلة ذات طراز حديث وفي غضون ساعات بكلفة أقل من مثيلاتها في المتجر وأن من جرب طريقتنا في التفصيل والخياطة هو اليوم في غاية السعادة فالكنتالوج الخاص بالشركة قد أصبح موضة بحد ذاته).
- الأسلوب الإبداعي: إن الاستراتيجية الابتكارية يجب أن تتضمن وصفاً بنبرة مرحة أو احترافية سواء كان الإعلان مسموعاً أو مقروءاً فالحركة والإيقاع واللون المميز هي إضافات ضرورية.

وتشير الفهادي (2005 ، 36) إلى أن الابتكار في مجال الترويج يعتمد على جملة من العوامل هي:

- يتوقف الابتكار الترويجي على مجموعة عوامل لعل أهمها يتمثل بنوع الزبون ،نوع المنتج ودورة حياته، طبيعة المنافسة، وسلوك المنافسين فضلاً عن الموارد المخصصة للترويج واستراتيجية قنوات التوزيع والابتكار في مجال الترويج مثله مثال أي

- مجال آخر يمكن أن يكون ناجحاً ويمكن أن يكون غير ذلك .
- التسويق الابتكاري لا يكون ناجحاً إلا بالاعتماد على عنصرين أساسيين:
 - البحث عن استخدامات جديدة للمنتجات.
 - تصميم إعلان تلفازي مبتكر.
 - وهذا فإن الإعلان التلفازي يساند الابتكار في مجال أو أكثر من المجالات الأخرى للتسويق ولا سيما في مجال المنتج إذ أن الإعلان المبتكر يدعم ويزيد من فعالية استخدام المنتجات.
- ضرورة اختبار الإعلان قبل استخدامه حتى لو كانت المنظمة واثقة من منتجاتها ولا تقل في الجودة عن مثيلاتها المنافسة خوفاً من فشلاً ذريعاً.
- ضرورة أن يكون الإعلان المبتكر ومن خلال عنوانه قادراً على نقل الرسالة الإعلانية أو الفكرة.
- ضرورة مراعاة خصائص ومواصفات البيئة الاجتماعية والثقافية التي يعرض فيها الإعلان إذ إنه مهما كانت درجة الابتكار في الإعلان فإن مخالفته للقيم الاجتماعية يؤدي إلى انتقاده والهجوم عليه ومن ثم فشله.

الابتكار في مجال التوزيع:

عرف (Kotler. 2000 536) التوزيع بأنه "عملية حصول الزبون على المنتج عن طريق نقله من نقطة الأصل إلى جهة الاستخدام أو الاستهلاك بالوقت المناسب وبأقل التكاليف الكلية" ويتضمن التوزيع الأنشطة التي يتم أداؤها من أجل انسياب المنتجات إلى زبائنها (أفراد/منظمات). ويؤدي بهذا المفهوم دوراً أساسياً في خلق المنافع المكانية والزمنية وذلك عن طريق الأنشطة المختلفة من شراء وبيع ونقل وتخزين وتنفيذ وتشغيل للأوامر وخدمة الزبائن وعرض وتجميع وغير ذلك من الأنشطة ذات الصلة بالتوزيع. وهناك العديد من أنشطة ومجالات التوزيع التي يمكن أن يفيد الابتكار فيها كل من السوق والزبائن فقد يكون الابتكار في طريقة جديدة وغير مألوفة في توزيع المنتجات أو تصميم أو شكل منفذ التوزيع نفسه. وقد يكون الابتكار في التصميم الداخلي لمنفذ التوزيع أو في الجو المحيط بعملية التوزيع والذي يؤثر في الزبائن بدرجة أو بأخرى وغير ذلك من الأنشطة أو المجالات. وأشار أبو فاره (1998، 61) إلى أن هناك أبعاداً أساسية لهدف التوزيع منها:

- تغطية الأطراف الوسيطة المهمة بالمنتج .
- تغطية الأسواق الجغرافية المختلفة.
- تغطية منافذ التوزيع الخاصة بتجار التجزئة.
- الترويج الفعال للمبيعات وفي الأوقات المناسبة .
- البيع الشخصي الفاعل من قبل الأطراف الوسيطة.

وبعد هذا الاستعراض لعناصر المزيج التسويقي (المنتج ، السعر ، الترويج ، التوزيع) يمكننا القول إن الابتكار في أحد هذه العناصر لابد وأن ينعكس على بقية العناصر أي بمعنى أن الابتكار في مجال لابد وأن يصاحبه ابتكار مماثل في طريقة الترويج لهذا المنتج، وكذا الحال بالنسبة للتسعير والتوزيع فالعملية هي أشبه بسلسلة مترابطة يؤثر أحدها في الآخر سلباً أو إيجابياً ولضمان النجاح لابد من تقديم مزيج تسويقي يحوز رضا الزبائن ويحقق أهداف المنظمات.

المحور الثالث: الإطار الميداني للبحث:

يتناول هذا المحور وصف متغيرات البحث وتشخيصها بهدف معالجتها ابتداءً من التحليل الأولي للبيانات المتعلقة ببيانات البحث مستخدمين التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار العلاقة والأثر بين المتغيرات ولتحقيق ذلك تم تقسيم هذا المبحث على فقرتين:

أولاً- وصف الالتزامات الأخلاقية وتشخيصها:

- الأمانة والاستقامة: تشير معطيات الجدول (2) والخاصة بتحليل العوامل (X1-X3) التي تقيس متغير الالتزام الأخلاقي المتعلق بالأمانة تأكد أفراد العينة أهمية الأمانة في الالتزامات الأخلاقية إذ تبين أن (79.6%) من الإجابات التي جاءت بدرجة اتفق وبالمقابل كانت الإجابات الأخرى لا اتفق (9.09%) ويدعم هذه الإجابات قيمة الوسط الحسابي الذي بلغ مقداره (3.9) وبانحراف معياري (0.78). ومما أسهم في إيجابية هذا المتغير حرص الأفراد المبحوثين على الالتزام بالأمانة في كل علاقات العمل والمتمثلة بالعامل (X1) واتفاق (66.6%) منهم ويدعم هذه النسبة وسط حسابي مقداره (3.73) وبانحراف معياري (0.97).
- الموضوعية: تبين من نتائج جدول (2) أن (73.0%) من الأفراد المبحوثين قد جاءت إجاباتهم بدرجة اتفق في حين كانت الإجابات بلا اتفق بنسبة (4.02%) ويدعم هذه الإجابات وسط حسابي مقداره (3.89) وبانحراف معياري (1.08) ومن أكثر العوامل التي أسهمت في إيجابية هذا المتغير هو تجنب الأفراد المبحوثين الأعمال التي من شأنها أن تمس موضوعيتهم وسمعتهم في العمل والمتمثلة بالعامل (X5) وباتفاق (81.8%) منهم ويدعم هذه النسبة وسط حسابي مقداره (3.96) وبانحراف معياري (0.68).

جدول 2: التوزيعات التكرارية والوسط الحسابي والانحرافات المعيارية لمتغيرات الالتزامات الأخلاقية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق		اتفق نوع ما		اتفق		مضمون العامل	العبارات
		%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
S.D	X	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
0.97	3.73	15.15	5	18.18	6	66.6	22	X1	الأمانة
0.73	4.12	6.06	2	3.0	1	90.6	30	X2	
0.66	3.85	6.06	2	12.12	4	81.8	27	X3	
0.78	3.9	9.09		11.1		79.6		المعدل	
0.78	3.88	3.0	1	27.27	9	64.6	23	X4	الموضوعية
0.68	3.96	3.0	1	15.15	5	81.8	27	X5	
0.79	3.84	6.06	2	21.21	7	72.7	24	X6	
1.08	3.89	4.02		21.2		73.0		المعدل	
0.44	4.39					100	33	X7	السرية
0.63	4.18			12.12	4	87.8	29	X8	
0.57	4.27			6.06	2	93.9	31	X9	
0.54	4.28	صفر		6.06		93.9		المعدل	
0.97	3.73	15.15	5	18.18	6	66.6	22	X10	السلوك
0.71	4.15	3.0	1	21.21	7	75.7	25	X11	
0.69	4.12			18.18	6	81.8	27	X12	
0.79	4	6.05		19.1		74.7		المعدل	
0.68	4.30	3.0	1	3.0	1	93.9	31	X13	قيم العمل
0.79	4.15	6.06	2	6.06	2	87.7	29	X14	
0.66	4.42			6.06	2	93.9	31	X15	
0.71	4.29	3.02		5.04		91.8		المعدل	
0.88	4.13	3.0	1	12.12	4	84.8	28	X16	أخلاقيات المنظمة
0.78	3.88	3.0	1	27.27	9	69.6	23	X17	
0.57	4.27	6.06		6.06	2	93.9	31	X18	
0.74	4.09	4.02		15.1		82.7		المعدل	

- السرية : عند قياس المتغير الخاص بالالتزام الأخلاقي المتعلق بالسرية بتحليل العوامل (X7-X9) تبين أن (93.9%) من الأفراد المبحوثين يتفقون على أهمية السرية في حين كانت نسبة لا اتفق (صفر) وبوسط حسابي مقداره (4.28) وبانحراف معياري (0.54) والعامل الأكثر أهمية والذي أسهم في إيجابية هذا المتغير هو التزام الأفراد المبحوثين بالمحافظة على سرية المعلومات الخاصة بالعمل والتي يمثلها (X7) باتفاق (100%) منهم ويدعم هذه النسبة وسط حسابي مقداره (4.39) وبانحراف معياري (0.44).
- السلوك : تؤكد إجابات المبحوثين أن الالتزامات الأخلاقية وعواملها (X10-X12) حظيت بتأييد (74.7%) للإجابات اتفق في حين بلغت نسبة إجابات لا اتفق (6.05%)، أما الأفراد اتفق نوعاً ما فقد بلغت نسبتهم (19.1%) وبوسط حسابي مقداره (4) وبانحراف معياري (0.79) . ومن العوامل التي أسهمت في إغناء هذا المتغير العامل (X12) المتمثل بالابتعاد عن الانحراف خارج قواعد السلوك الأخلاقي ونسبة (81.8%) ووسط حسابي مقداره (4.12) وبانحراف معياري (0.69) .
- قيم العمل : يتضح من تحليل عوامل قيم العمل (X13-X15) أن الإجابات التي جاءت بدرجة اتفق (91.8%) في حين بلغت نسبة الإجابات التي لا تتفق (3.02%) بوسط حسابي مقداره (4.29) وبانحراف معياري (0.71). ولعل العاملين (X13) و (X15) قد أسهما بإيجابية هذا العامل بصورة متقاربة إذ أن تأكيد المنظمة على أن العمل يمثل قيمة عليا والمتمثلة بالعامل (X13) قد حظي بدعم (93.9%) من إجابات الأفراد المبحوثين في حين أن تأكيد المنظمة على ضرورة الالتزام بمتطلبات العمل وأدائه بكفاءة وفاعلية وهو العامل (X15) قد حظي بنفس الدعم من خلال الإجابات التي جاءت بالاتفاق وقد بلغت نسبتها (93.9%) وبوسط حسابي (44.2) وبانحراف معياري (0.66) .
- أخلاقيات المنظمة : تؤكد نتائج الإجابات الخاصة بالالتزام الأخلاقي المتعلق بالنظم الأخلاقية للمنظمة وعوامله (X16-X18) أن نسبة المتفقين بلغت (82.7%) في حين أن نسبة الإجابات التي لا تتفق بلغت (4.02%) أما الأفراد المحايدون فكانت نسبتهم (15.1%) وبوسط حسابي مقداره (4.09) وبانحراف معياري (0.74) وهناك عدة عوامل أسهمت في إيجابية هذا المتغير، أولها امتلاك المنظمة مدونات أخلاقية تعمل بها بشكل واضح ورسعي والمتمثل بالعامل (X16) وباتفاق (84.8%) من الأفراد المبحوثين وبالنسبة بنفسها تمت الإجابة على العامل (X18) والمتمثل بكون المدونات الأخلاقية موجهة لأعمال المنظمة ونسبة أكثر بقليل وباتفاق (93.9%) من الأفراد المبحوثين على العامل (X17) المتمثل بإيمان المنظمة بأن وجود المدونات الأخلاقية يعد من الظواهر الحضارية ويدعم هذه النسب والأوساط الحسابية لها (4.27) (3.88) (4.13) على التوالي وبانحراف معياري (0.78) (0.88) (0.57) على التوالي .

ثانياً-وصف متغيرات المزيج التسويقي الابتكاري وتشخيصه:

- الابتكار في مجال المنتج: تشير النتائج في الجدول (3) إلى أن العوامل (X19-X21) التي تقيس الابتكار في مجال المنتج كانت نتائجها مع الاتجاه الإيجابي حسب إجابات أفراد عينة البحث إذ جاءت إجاباتهم بدرجة اتفق بنسبة (75.7%) في حين كانت الإجابات بلا اتفق بنسبة (8%) أما الأفراد الذين يتفقون نوعاً ما بلغت نسبتهم (17.1) وبوسط حسابي مقداره (4.51) وبانحراف معياري (0.73). وقد كان أفضل العوامل التي أسهمت في إيجابية هذا المتغير (X21) عملية الابتكار في منظمتكم لا تتوقف بمجرد تحقيق نتائج طيبة من ابتكارات معينة ونسبة (81.8%) وبوسط حسابي مقداره (94.54) وبانحراف معياري (0.79) .
- الابتكار في مجال السعر : تم قياس متغير الابتكار في مجال السعر بالعوامل (X22-X24) ولوحظ أن الإجابات الإيجابية هي السمة البارزة إذ تمثلت باتفاق الأفراد المبحوثين بنسبة (75.7%) في حين بلغت نسبة الإجابات بلا اتفق (12.1%) ووسط حسابي مقداره (4.59) وبانحراف معياري (0.52) وقد أسهم العامل (X24) تقوم المنظمة بتغيير أسعار منتجاتها بين فترة وأخرى حسب التغيرات الموسمية التي توجه المنظمة بنسبة (63.6) ووسط حسابي مقداره (4.33) وانحراف معياري (0.69) .
- الابتكار في مجال الترويج : عند قياس متغير الابتكار في مجال الترويج وعوامله (X25-X27) تبين أن الأفراد الذين جاءت إجاباتهم أنفق نسبتها (87.8%) أما إجابات الأفراد باتفاق نوعاً ما فكانت نسبتهم (10.1%) في حين كانت إجابة الأفراد الذين جاءت بلا اتفق بنسبة (2%) ووسط حسابي مقداره (4) وبانحراف معياري (0.83) ولعل العامل (X25) تسعى منظمتكم إلى التميز من خلال استخدام أساليب ترويجية مبتكرة لترويج منتجاتها مقارنة بالمنافسين قد أسهم بإيجابية ونسبة (90.9%) ووسط حسابي مقداره (4.36) وبانحراف معياري (0.65) .

جدول 3: لتوزيعات التكرارية والوسط الحسابي والانحرافات المعيارية لبعء المزيج التسويقي الابتكاري

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق		اتفق نوع ما		اتفق		مضمون العامل	العبارات
		%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
0.79	4.54	9	3	15.1	5	78.7	26	X19	الابتكار في مجال المنتج
0.61	4.45	9.1	3	24.2	8	66.6	22	X20	
0.79	4.54	6.1	2	12.1	4	81.8	27	X21	
0.73	4.51	8		17.1		75.7	المعدل		
0.43	4.75	9.1	3	15.2	5	75.7	25	X22	الابتكار في مجال السعر
0.46	4.69	6.1	2	6.1	2	87.8	29	X23	
0.69	4.33	21.2	7	9.1	3	63.6	21	X24	
0.52	4.59	12.1		10.1		75.7	المعدل		
0.65	4.36			9.1	3	90.9	30	X25	الابتكار في مجال الترويج
1.19	3.21	6.1	2	18.2	6	75.7	25	X26	
0.65	4.54			3.0	1	96.9	32	X27	
0.83	4	2		10.1		87.8	المعدل		
0.61	4.15	3.0	1	3.0	1	93.9	31	X28	الابتكار في مجال التوزيع
0.71	4.33	9.1	3	21.2	7	63.6	21	X29	
0.61	4.45	9.1	3	24.2	8	66.6	22	X30	
0.64	4.31	7		16.1		74.7	المعدل		

- الابتكار في مجال التوزيع: تشير نتائج الجدول (3) إلى أن العوامل (X28-X30) التي تقيس الابتكار في مجال التوزيع كانت نتائجها إيجابية حسب إجابات الأفراد المبحوثين إذ كانت إجاباتهم والتي بدرجة اتفق بنسبة (74.7%) أما الأفراد الذين يتفقون نوعاً ما فقد بلغت نسبتهم (16.1%) في حين كانت إجابات أفراد العينة المبحوثة بلا اتفق بنسبة (7%) ووسط حسابي مقداره (4.31) وبانحراف معياري (0.64) زيادة المعلومات عن الأسواق المستهدفة والتي تتمثل بالعامل (X30) أثر واضح في إيجابية هذا المتغير بنسبة (66.6%) ووسط حسابي مقداره (4.45) وبانحراف معياري (0.61).

ثالثاً- اختبار أنموذج البحث وفرضياته:

استكمالاً للعمليات الوصفية والتشخيصية القائمة على معطيات التحليل والوصف لمتغيرات الالتزامات الأخلاقية ومتغيرات المزيج التسويقي الابتكاري تهدف هذه الفقرة إلى اختبار علاقات الارتباط والأثر في المنظمة مجتمع البحث.

تحليل علاقات الارتباط بين متغيرات البحث:

جدول 4: نتائج علاقات الارتباط بين متغيرات الالتزامات الأخلاقية وبين متغيرات المزيج التسويقي الابتكاري

العدد المفسر							البعد المستجيب
المؤشر الكلي X	أخلاقيات المنظمة	قيم العمل	السلوك	السرية	الموضوعية	الأمانة	
0.416**	0.402**	0.560**	0.426*	0.386**	0.342**	0.290*	الابتكار في مجال المنتج
0.951**	0.367**	0.323*	0.312*	0.055	0.323*	0.001	الابتكار في مجال السعر
0.949**	0.300*	0.129	0.262*	0.035	0.314*	0.014	الابتكار في مجال الترويج
0.952**	0.308*	0.142	0.286*	0.043	0.325*	0.01	الابتكار في مجال التوزيع

وتشير معطيات الجدول (4) ومن خلال المؤشر الكلي وجود علاقات ارتباط معنوية موجبة بين متغيرات الالتزام الأخلاقي مجتمعة مع جميع متغيرات بعد المزيج التسويقي الابتكاري وتراوحت هذه العلاقة بين (0,416-09,52) وهذا يعني أنه كلما كان هناك التزامات أخلاقية في المنظمات المبحوثة زادت قدرة المنظمات على الابتكار في مجال عناصر المزيج التسويقي.

ومن متابعة علاقات الارتباط البسيط يلاحظ وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين الأمانة والابتكار في مجال المنتج إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0,290) في حين لا توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الأمانة وكل من الابتكار في مجال السعر والترويج والتوزيع. كما ارتبط الابتكار بالمنتج بعلاقة معنوية موجبة مع كل من الموضوعية والسرية والسلوك وقيم العمل وأخلاقيات المنظمة وبمعاملات ارتباط تراوحت بين (0,290-0,560). وتشير هذه العلاقات إلى أنه كلما زاد الاهتمام بالمتغيرات المذكورة آنفاً زادت قدرة المنظمات على الابتكار في مجال المنتج.

كما بين الجدول وجود علاقة ارتباط معنوية بين الابتكار في مجال السعر مع كل من الموضوعية والسلوك وقيم العمل وأخلاقيات المنظمة وبمعاملات ارتباط (0,367) (0,323) (0,312) (0,323) وعلى التوالي في حين ارتبط الابتكار في مجال الترويج مع الموضوعية والسلوك وأخلاقيات المنظمة بعلاقات ارتباط معنوية موجبة وبمعاملات ارتباط (0,300) (0,262) (0,314) وعلى التوالي.

كما بين الجدول وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين الابتكار في التوزيع مع كل من الموضوعية والسلوك وأخلاقيات المنظمة وبمعاملات ارتباط (0,308) (0,286) (0,325) وعلى التوالي.

وفي ضوء معطيات الجدول (4) والتي بينت وجود علاقات ارتباط معنوية موجبة بين بعد الالتزامات الأخلاقية ومتغيراته مع بعد المزيج التسويقي الابتكاري ومتغيراته وهذا يشير إلى قوة العلاقة بين البعدين كما ويدعم الجانب النظري للبحث ويقودنا إلى قبول الفرضية الأولى للبحث.

تحليل علاقات التأثير بين متغيرات البحث:

جدول 5: نتائج علاقات التأثير لمتغيرات الالتزامات الأخلاقية في متغيرات المزيج التسويقي الابتكاري

المتغيرات المستجيبة	المتغيرات المفسرة								قيمة F
	B0	الأمانة B1	الموضوعية B2	السرية B3	السلوك B4	قيم العمل B5	النظم الأخلاقية B6	R ²	محسوبة
المنتج									5.048*
السعر	2.606 (1.989)*	.332 (1.495)	.354 (1.984)*	.479 (2.279)*	.354 (1.381)	.094 (.580)	.394 (2.407)*	.307	3.7*
التوزيع	1.565 (.826)	.313 (.976)	.632 (2.448)*	.577 (1.901)*	.578 (1.761)*	.277 (1.729)	.461 (2.497)*	.265	3.009*
الترويج	2.291 (1.338)	.299 (1.931)*	.561 (2.409)*	.522 (1.902)*	.473 (1.413)	.251 (1.129)	.410 (2.517)*	.255	2.857*

P ≤ 0.05 ، D.F (6,27)

يوضح الجدول (5) وجود تأثير معنوي لمتغيرات الالتزامات الأخلاقية في متغيرات المزيج التسويقي الابتكاري إذ تؤثر الالتزامات الأخلاقية معنوياً في الابتكار في مجال المنتج ويدعم هذا التأثير قيمة F المحسوبة (5,048) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2,25) ومعامل التحديد (R²) (0,377) وضمن مستوى معنوية (0,05) وبدرجة حرية (6,50) ومن متابعة معاملات (B) واختبار (T) لها تبين أن أعلى إسهام في هذا التأثير يرتكز في قيم العمل وبمعامل (0,313) وبدلالة (T) المحسوبة التي بلغت (2,417) وهي قيمة موجبة وتدل هذه العلاقة على

أنه كلما كان هناك اهتمام بالالتزامات الأخلاقية المتعلقة بقيم العمل أدى ذلك إلى زيادة الابتكار في مجال المنتج. كما تؤثر الالتزامات الأخلاقية معنوياً في الابتكار في مجال السعر وتدعمها قيمة F المحسوبة (3.7) وهي أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (2.25) ومعامل التحديد (R^2) (0.307) ويستدل من معاملات (B) واختبار (T) لها على أن أعلى تأثير لمتغيرات الالتزامات الأخلاقية في الابتكار في مجال السعر يرتكز في الالتزام الأخلاقي المتعلق بالسرية وبإسهام قدره (0.479) وبدلالة قيمة (T) المحسوبة (2.279) التي هي قيمة معنوية وتدل هذه العلاقة على أن زيادة الابتكار في مجال السعر يرتكز إلى السرية في العمل. كما ظهر أن هناك تأثيراً معنوياً للالتزامات الأخلاقية في الابتكار في مجال التوزيع ويدعمها قيمة F المحسوبة (3.009) وهي أعلى من قيمتها الجدولية ويفسر تباينها قيمة معامل التحديد (R^2) بمقدار (0.265) ويستدل من معاملات (B) واختبار (T) لها أن أعلى تأثير للالتزامات الأخلاقية في الابتكار في مجال التوزيع يرتكز في الالتزام الأخلاقي المتعلق بالموضوعية بمقدار (0.632) وبدلالة (T) المحسوبة (2.448) وهي قيمة معنوية وتعكس هذه النتيجة طبيعة إجابات المبحوثين وقدرتهم على الابتكار في مجال التوزيع من خلال اعتمادهم الموضوعية في أداء أعمالهم. وتؤثر الالتزامات الأخلاقية معنوياً في الابتكار في مجال الترويج وتدعمها قيمة F المحسوبة (2.857) وهي أعلى من قيمتها الجدولية ويفسر تباينها قيمة معامل التحديد (R^2) بمقدار (0.255) ويستدل من معاملات (B) واختبار (T) لها على أن أعلى تأثير للالتزامات الأخلاقية في الابتكار في مجال الترويج يرتكز في الالتزام الأخلاقي المتعلق بالموضوعية أيضاً وبإسهام قدره (0.561) وبدلالة (T) المحسوبة (2.409) والتي هي قيمة معنوية. وبناء على ما تقدم تقبل الفرضية الثانية التي تنص على وجود تأثير معنوي لمتغيرات الالتزامات الأخلاقية في متغيرات المزيج التسويقي الابتكاري.

أولاً- الاستنتاجات:

كشفت نتائج التحليل الوصفي لمتغيرات البحث عن الآتي:

- يرى أفراد عينة البحث من خلال إجاباتهم أن المنظمات المبحوثة ملتزمة بالقواعد والمبادئ الأخلاقية المتمثلة بـ (الأمانة، الموضوعية، السرية، السلوك، قيم العمل، أخلاقيات المنظمة) والتي من شأنها المساهمة بإيجابية في المزيج التسويقي الابتكاري.
- تشير أغلب إجابات أفراد عينة البحث إلى سعيهم لتقديم أفكار جديدة لتطوير العمل في تلك المنظمات وذلك من خلال الاتفاق على جوانب الابتكار في مجالات (المنتج، السعر، التوزيع، الترويج).
- إن هناك علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الالتزامات الأخلاقية ومتغيرات المزيج التسويقي الابتكاري ولكن تباينت هذه العلاقة من حيث قوتها إذ كانت أقوى علاقة بين أخلاقيات المنظمة والمزيج التسويقي الابتكاري ثم تلاها بعد الموضوعية والسلوك على التوالي.
- تبين من نتائج تحليل الانحدار وجود علاقات تأثير معنوية للالتزامات الأخلاقية في المزيج التسويقي الابتكاري على مستوى المتغيرات الفرعية.
- أقرت نتائج البحث التحليلية أن هناك علاقات ارتباط معنوية بين متغيرات الالتزامات الأخلاقية مجتمعة ومتغيرات المزيج التسويقي الابتكاري الذي يفصح لنا عن وجود امتدادات وتأثيرات الالتزامات الأخلاقية في المزيج التسويقي الابتكاري، ولما كان المزيج التسويقي الابتكاري الغاية المتوخاة للمبحوثين، عليه تجلت هذه العلاقة وبوجهها الصحيح أي ارتباط المزيج التسويقي الابتكاري بطبيعة الالتزامات الأخلاقية.
- اتضح من نتائج البحث أن هناك علاقة تأثير معنوية للمتغيرات المستقلة والمتمثلة بالالتزامات الأخلاقية مجتمعة في متغيرات المزيج التسويقي الابتكاري، مما يسهم ويشجع مدراء ورؤساء الأقسام على تعزيز قدراتهم في الابتكار من خلال توليد أفكار جديدة تجعل بالإمكان بناء قاعدة متينة تستند عليها بأخلاقياتهم.

ثانياً- المقترحات:

- ضرورة قيام المنظمات بوضع ضوابط أخلاقية محددة تساعد في أداء أنشطتها بشكل صحيح.
- القيام بعملية تحديث قواعد السلوك الأخلاقي بما يتلاءم ومراحل التطور التي تحصل بين مدة وأخرى.
- وضع أنظمة للرقابة داخل المنظمات تسهم في دعم الالتزامات الأخلاقية للكوادر العاملة فيها.

- إشراك العاملين في المنظمات بدورات خاصة بمفاهيم أخلاقيات العمل بشكل يعزز أدائهم وفق هذا المنهج.
- تخصيص ندوات ونشرات خاصة توضح مبادئ وقواعد الالتزامات الأخلاقية.
- ضرورة تبني المنظمات مفاهيم التسويق الابتكاري بجميع مجالاته لأنه يعد من المفاهيم التي تسهم في بقاء ونجاح المنظمات.
- ضرورة قيام المنظمة بإنشاء وحدة تكون مسئولة عن الاهتمام بالابتكار والأفكار الجديدة والأساليب الابتكارية.
- ضرورة متابعة التغيرات التي تحصل في البيئة الخارجية للمنظمة لكي تتمكن من مواكبة تلك التغيرات واقتناص الفرص بشكل يزيد من حصتها السوقية.
- العمل على استقطاب الأفراد الذين لديهم أفكار ابتكارية ومهارات عالية بغية استثمارها في تحسين وضع المنظمة.
- الاهتمام بحقوق المستهلك ومراعاتها عند الابتكار بشكل لا يؤثر عليه من حيث السعر والنوعية والسلامة والأمان وغيرها من الحقوق الأخرى.
- ضرورة قيام المنظمات بعمل مزيج تحليلي من عناصر المزيج التسويقي الابتكاري الذي يساعد المنظمات المبحوثة على النمو والبقاء.

المصادر

أولاً- المصادر باللغة العربية:

- أبو فارة، يوسف أحمد محمد، (1998)، التدقيق التسويقي وأثره في الكفاءة والفاعلية التسويقيين: دراسة ميدانية في مستشفيات بغداد، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية.
- الراوي، شيماء محمد سمير إبراهيم، (2007)، دور الالتزامات الأخلاقية لمهنة المحاسبة في تحقيق الإبداع المحاسبي: دراسة استطلاعية لآراء عينة مختارة من ممارسي المهنة بمحافظة نينوى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة الموصل.
- الزرري، روعة محمود، (2002)، علاقات الألفاظ في المتخير لابن فارس- تحليل دلالة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الموصل.
- الساعدي، مؤيد يوسف نعمة، (2001)، أخلاقيات الإدارة وأثرها في الرقابة الإدارية على وفق نموذج الثقة: دراسة ميدانية في الشركة العامة للاستكشافات النفطية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة بغداد.
- الفهادي، شيماء ناظم حمدون، (2005)، أثر الابتكار التسويقي على مستوى الأداء في منظمات الأعمال الصغيرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة الموصل.
- المعاضبي، محمد عصام، (2005)، أثر أخلاقيات العمل في تعزيز المعرفة: دراسة لآراء عينة من تدريسيي جامعة الموصل، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة الموصل.
- نبعة، إشراف إحسان يوسف، (2007)، البعد الأخلاقي للمحاسبين الإداريين وانعكاساته على الأساليب الإدارية الحديثة: دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية بغداد.
- ارديني، طه أحمد حسن، (2007)، التحديات التي تواجه أخلاقيات مهنة المحاسبة في العراق: دراسة لآراء مجموعة من المحاسبين في مدينة الموصل، مجلة تنمية الرافدين، مجلد 29، العدد 85، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
- العنزي، سعد و الساعدي، مؤيد، (2002)، أخلاقيات الإدارة مدخل التكوين في منشأة الأعمال، المجلة العربية للعلوم الإدارية، مجلد (1)، العدد (3).
- الجياشي، علي عبد الرضا، (2003)، حالة الابتكار في المنظمة وانعكاساتها على الابتكار التسويقي: دراسة ميدانية لعينة من شركات تكنولوجيا المعلومات الأردنية، المجلة الإدارية للعلوم التطبيقية، المجلد السادس، العدد الثاني، عمان، الأردن.
- مقداد أحمد، الجليلي وحيد، رمو، (1996)، مشاكل الالتزام بقواعد سلوك مهنة المحاسبة والتدقيق إشارة خاصة للعراق، مجلة تنمية الرافدين، مجلد (18)، العدد (48).

- الخفاجي، نعمة عباس والغالي، طاهر محسن، (2006)، المنظور الأخلاقي للحاكمين في المؤسسات، المؤتمر العلمي الدولي السنوي السادس لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة، الأردن.
- أبو جمعة، نعيم حافظ، (1997)، نماذج واقعية للابتكار في مجال التسويق، المؤتمر السنوي الثاني للعلوم الإدارية، منظمات الأعمال في مواجهة التحديات الجديدة: الأداء المحلي العالمي، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الإمارات العربية المتحدة.
- بن مسكويه، أبو علي أحمد، (1966)، تهذيب الأخلاق، تحقيق قسطنطين، زريق، بيروت.
- الديوه جي، أبي سعيد، (2000)، المفهوم الحديث لإدارة التسويق، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.
- العلاق، بشير عباس وربايعة، علي محمد، (2002)، الترويج والإعلان التجاري: أسس- نظريات - تطبيقات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان.
- البكري، ثامر ياسر، (2001)، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- البكري، ثامر ياسر، (2002)، إدارة التسويق، الدار الجامعية للطباعة والنشر، العراق.
- حمود، خضير كاظم، (2002)، السلوك التنظيمي، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- الصرن، رعد حسن، (2001)، إدارة الابتكار والإبداع: كيف تخلق بيئة ابتكارية في المنظمات، الطبعة الأولى، دار الرضا للنشر، سوريا.
- العثيمين، فهد بن سعود، (2004)، أخلاقيات الإدارة في الوظيفة العامة، الطبعة الثالثة، المملكة العربية السعودية.
- المولى، محمد أحمد جاد، (1965)، الخلق الكامل، الجزء الأول، الطبعة الثانية، مصر.
- عبيدات، محمد إبراهيم، (2002)، استراتيجية التسويق: مدخل سلوكي، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- الصيرفي، محمد عبد الفتاح، (2003)، الإدارة الرائدة، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- داغر، منقذ محمد وصالح، عادل حرحوش، (2000)، نظرية المنظمة والسلوك التنظيمي، دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد.
- السالم، مؤيد سعيد، (2009)، إدارة الموارد البشرية مدخل استراتيجي تكاملي، دار إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- نجم، عبود، (2000)، أخلاقيات الإدارة في عالم متغير، الطبعة الأولى، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، سلسلة بحوث ودراسات القاهرة.
- السامرائي، نزار عبد المجيد والبرزنجي، أحمد محمد، (2004)، استراتيجية التسويق: المفاهيم الأسس - الوظائف، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
- أبو جمعة، نعيم حافظ، (2003)، التسويق الابتكاري، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية - القاهرة.

ثانياً- المصادر الانجليزية:

- Claudine A.soosay & Paul W.yland 2004 Driving Innovation in logistics : case studies in Distribution centers Creativity and Innovation management Journal VOL.13NO.1.
- Lie & etal 1998 The Impact of marketing Knowledge competence on new product Advantage : conceptualization and Empirical Examination Journal of marketing Vol.62No.4.
- M.McDonald 1990"SMES-Twelve factors for Success in the 1990" Business Growth and profitability Vol. No.1.
- ODwyer, M., Gilmore , A. and Carson, D. (2011) ,, Strategic alliances as an element of innovative marketing in SMEs", Journal of Strategic Marketing , No.19.
- R.M.S. Wilson and Colin Gilligan 1998 "Strategic Marketing Management :Planning Implementation and Control "(Oxford U.K.:Butterworth Heinemann) .
- P.Kotler,2000 Marketing Management the Macmillan Edition printed in the United state of America.
- Peter D. Bennett 1988 Marketing McGraw-Hill book company-U.S.A
- Pride & O.C.Ferrell2000 Marketing concepts strategic op cit.

- Richard L. Daft 2003 " Management" 6th Ed Thomson south western U.S.A
- Sun Hongqing,2010,CKM-embedded Innovation Marketing as Success Driver for product Innovation ,Theoretical Framework and Empirical Research ,Doktor der Wirtschaftswissenschaften.
- 5.WeihrichHeinz &Koontz Harold (1993)Management :AGlobal perspective International Edition McGraw-Hill Inc. New York- U.S.A.
- Wheelen Tomas L. And Hunger J. David 2000 "Strategic Management and Business Policy" 7th Ed Prentice Hall International Inc New Jersey U.S.A.
- Kotler,p.,Brown,L.,Adam,s.andArmstrong,G.(2005).Marketing5th ed.Sydney:prenticeHall.U.s.A

الاتصالات التسويقية للمؤسسات الخدمية - دراسة ميدانية لوكالات السياحة والسفر -

الباحثة قرزيز أنوار

جامعة الحاج لخضر - باتنة 1 / الجزائر

ملخص:

باعتبار قطاع السياحة احد أهم القطاعات الإستراتيجية الداعمة للتنوع الاقتصادي، جاءت هذه الورقة البحثية بهدف إبراز مدى مساهمة وكالات السياحة والسفر في الترويج للمنتج السياحي الوطني، من خلال التعرف على أهم الأنشطة الترويجية التي تركز على استخدامها، وقد تم إجراء هذه الدراسة بالاعتماد على استبيان موزع ورقيا على وكالات السياحة والسفر بمدينة باتنة بالجزائر والتي بلغ عددها 25 وكالة. وقد انتهت الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها مساهمة وكالات السياحة والسفر بشكل كبير في الترويج للمنتج السياحي الوطني، وتركز في ذلك على استخدام الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة أساسية وضرورية لنشر الرسائل الإعلانية، والتعريف بالجزائر كوجه سياحية جذابة وذات مقومات سياحية متنوعة، كما أن استعمالها للأنشطة الترويجية الأخرى مثل العلاقات العامة وتنشيط المبيعات يبقى محدودا، نظرا لارتفاع تكلفة استخدامها وعدم وجود موارد مالية كافية لتمويلها.

كلمات مفتاحية: وكالات السياحة والسفر، الترويج السياحي، المنتج السياحي، المزيج الترويجي السياحي.

مقدمة

يعتبر قطاع السياحة احد اهم القطاعات الاستراتيجية الداعمة للتنوع الاقتصادي، لما له من قدرة على الرفع من المداخيل المالية للبلد خاصة مع تراجع عائدات قطاع المحروقات والانخفاض الكبير المسجل في أسعار البترول في الأسواق العالمية، ولهذا يعتبر تطوير وتنمية هذا القطاع ضرورة حتمية من اجل مواجهة الازمة الاقتصادية. وتعتبر وكالات السياحة والسفر أحد أهم المتعاملين الاقتصاديين في قطاع السياحة لما تلعبه من دور في تنفيذ السياسة السياحية الموضوعة من طرف السلطات والتي تعمل بدورها على تنشيط وترقية السياحة، حيث تعرض هذه الوكالات خدماتها السياحية بالاعتماد على الجهود الترويجية التي تحفز السائح لاقتنائها بعد ان يقوم بدفع سعرها مسبقا ولا يتعرف عليها إلا في موعد استهلاكها.

ويحتل النشاط الترويجي اهمية بالغة ضمن عناصر المزيج التسويقي السياحي لما له من خصائص ومزايا، حيث يعمل على جذب السياح واقناعهم بشكل يلفت نظرهم ويثير اهتمامهم بالمنتج السياحي المروج له، ويحرك رغبتهم في اقتناء البرنامج السياحي، حيث ان بقاء وكالات السياحة والسفر في السوق السياحي يتوقف على مدى قدرتها على استخدام الاساليب الترويجية المختلفة من اجل التعريف بما يحتويه البلد من مقومات سياحية، مع إقناع وتذكير العملاء بالخدمات التي تقدمها في حال قبولهم التعاقد وشراء برنامج سياحي معين.

اشكالية البحث

مما سبق تبرز معالم اشكالية البحث في السؤال التالي: كيف يمكن للوكالات السياحية – باعتبارها أحد الفاعلين الاقتصاديين في قطاع السياحة- أن تساهم في الترويج للمنتج السياحي الوطني؟

اهمية البحث

تبرز اهمية البحث في التعرف على مساهمة وكالات السياحة والسفر في مساعدة السائح للتعرف على المناطق السياحية التي تزخر بها الجزائر، ومدى نجاحها في استقطابه لزيارتهم وشراء خدماتها السياحية التي تعرضها، وهذا من خلال الجهود الترويجية التي تبذلها في سبيل تحقيق ذلك.

اهداف البحث:

ان اهم الاهداف المراد تحقيقها من هذا البحث هي:

- التعرف على مفهوم وكالات السياحة والسفر وابرز المهام التي تقوم بها .
- إبراز مساهمة الوكالات السياحية في الترويج للمنتج السياحي الوطني من خلال عناصر المزيج الترويجي التي تركز على استخدامها.

-

فرضية البحث

بقوم البحث على أساس فرض رئيس وهو: - يمكن لوكالات السياحة والسفر أن تساهم في الترويج للمنتج السياحي الوطني وذلك من خلال اعتمادها على مختلف الأساليب الترويجية.

-

منهج وأدوات البحث

بغية الاجابة على مشكلة البحث تم الاعتماد على دراسة ميدانية لوكالات السياحة والسفر بولاية باتنة، وقد تم جمع البيانات عن طريق توزيع استبيان ورقي على هذه الوكالات والتي بلغ عددها 25 وكالة.

تقسيم البحث

من أجل دراسة الموضوع والإلمام بمختلف جوانبه تم تقسيم البحث الى المحاور التالية:

- المحور الاول: ماهية وكالات السياحة والسفر.
- المحور الثاني: ماهية الترويج السياحي.
- المحور الثالث: دراسة ميدانية لمدى مساهمة وكالات السياحة والسفر بمدينة باتنة في الترويج للمنتج السياحي الوطني.

المحور الاول: ماهية وكالات السياحة والسفر

سيتم من خلال هذا المحور التطرق الى تعريف وكالات السياحة والسفر وابرز المهام التي تقوم بها من اجل تحسين صورة البلد السياحي والترويج له كوجهة سياحية مريحة وأمنة.

تعريف وكالات السياحة والسفر

تعتبر مكاتب ووكالات السياحة والسفر من أهم العناصر التي تساعد على صناعة السياحة في أي بلد، وذلك لاعتبارها مكان لبرمجة وتنظيم وترتيب رحلات السائحين إلى المناطق السياحية، إضافة إلى تقديمها لخدمات سياحية شاملة. وتعرف الوكالات السياحية بأنها شركات تنظم وتنتج وتبيع للسكان المحليين وغير المحليين بضاعتها الجماعية الخاصة، ورحلاتها الفردية بالإضافة إلى بيع الخدمات الإضافية المرتبطة بها، أي أنها عبارة عن وسيط بين السائح من جهة، والمنتج السياحي من جهة أخرى، مقابل حصولها على عمولة (جلدة، سليم، 2009). كما تعرف بانها كل مؤسسة تجارية تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا، يتمثل في بيع مباشر أو غير مباشر لرحلات، وإقامات فردية أو جماعية وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها (وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية، 2017).. ومن خلال هذين التعريفين يتضح أن عمل الوكالة السياحية هو عمل مزدوج يكمن في استقطاب السياح المحليين والأجانب نحو منتجاتها، اي خدمة السائح المحلي والأجنبي معا.

مهام وكالات السياحة والسفر

تقوم الوكالات السياحية بعدة مهام تسعى من خلالها إلى تحسين صورة البلد السياحي وتنمية السياحة فيه، من خلال استقطاب أكبر عدد من السياح لزيارة الأماكن التي تروج لها، وفيما يلي نذكر أهم الخدمات المرتبطة بنشاط وكالة السياحة والأسفار(وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية، 2017).

- تنظيم وتسويق أسفار ورحلات سياحية وإقامات فردية وجماعية؛
- تنظيم جولات وزيارات رفقة مرشدين داخل المدن والمواقع والآثار ذات الطابع السياحي، والثقافي والتاريخي؛
- تنظيم نشاطات القنص والصيد البحري والتظاهرات الفنية والثقافية، والرياضية والمؤتمرات والملتقيات المكتملة لنشاط الوكالة أو بطلب من منظمها؛
- وضع خدمات المترجمين والمرشدين السياحيين تحت تصرف السياح؛
- الإيواء أو حجز غرف في المؤسسات الفندقية، وكذا تقييم الخدمات المرتبطة بها؛
- النقل السياحي وبيع كل أنواع تذاكر النقل، حسب الشروط والتنظيم المعمول بهما لدى مؤسسات النقل؛
- بيع تذاكر أماكن الحفلات الترفيهية والتظاهرات ذات الطابع الثقافي، أو الرياضي أو غير ذلك؛
- استقبال ومساعدة السياح خلال إقامتهم؛
- القيام لصالح الزبائن بإجراءات التأمين من كل المخاطر الناجمة عن نشاطاتهم السياحية؛
- تمثيل وكالات محلية وأجنبية أخرى، قصد تقديم مختلف الخدمات باسمها أو مكانها؛
- كراء السيارات بسائق أو بدون سائق ونقل الأمتعة وكراء البيوت المنقولة وغيرها من معدات التخيم.

المحور الثاني: ماهية الترويج السياحي

يعتبر الترويج أحد أهم عناصر المزيج التسويقي وتزداد أهميته في القطاع السياحي من أجل انجاح البرامج السياحية المعروضة، فهو يتم من خلال عملية اتصال مباشر أو غير مباشر بالسائح وباستخدام مجموعة من الأنشطة والتي تعرف بالمزيج الترويجي السياحي لإقناع السياح بأهمية التعامل مع البرامج السياحية وحثهم على شراءها.

تعريف الترويج السياحي

يعرف الترويج السياحي بأنه تلك الجهود المبذولة التي تهدف إلى توضيح الصورة السياحية للدولة، للتأثير على السائح وإثارة دوافعهم للقيام برحلة سياحية، من أجل إشباع رغبتهم وتحقيق أهدافهم السياحية(عبد الرحيم، أحمد، 2012). كما يعرف الترويج السياحي بأنه كافة الجهود الإعلامية والدعائية الرامية إلى نقل رسائل معينة عن الصوري إلى ياحية لدولة أو منظمة، من أجل أحداث المعرفة لدى السائح وأحداث تفاعل إيجابي بينه وبين المعلومات التي حصل عليها عن طريق الجهود الترويجية، وتشجيعه وتحفيزه للقيام بسلوك إيجابي أساسه التعاقد على أحد البرامج السياحية التي تقدمها المنظمة السياحية، وخلق طلب كامن لديه يظل يشعره بالقلق والتوتر حتى يقوم بإشباعه(المغربي، محمد، 2017).

المزيج الترويجي السياحي:

حسب kotler يتكون المزيج الترويجي من العناصر التالية:

- الاعلان السياحي: عرفت الموسوعة الفرنسية لاروس (la rousse) الاعلان بأنه مجموعة الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية واقناعه بمميزات منتجاتها والايحاء له لاقتنائها(أبو طليعة، حسام، 2008). كما عرفته الجمعية

الأمريكية للتسويق بأنه عملية اتصال غير شخصي مدفع الثمن، تتبعها جهة معلومة ومقابل اجر مدفوع قصد تقديم السلع والخدمات والأفكار، لمجموعة من المستهلكين أو المستثمرين الصناعيين واقتناعهم بها (المحمدي، سعد، 2014). أما الاعلان السياحي فهو عبارة عن مزيج من الجهود الغير شخصية التي تهدف الى تعريف الجمهور السياحي المستهدف بالخدمات المراد الترويج لها، من خلال التأثير الذهني على هذا الجمهور للحصول على استجابات سلوكية متمثلة في الانضمام والتعاقد وشراء البرامج والمنتجات السياحية (السراي واخرون، 2011). ومن اجل نشر الرسائل الاعلانية السياحية يتم استخدام العديد من الوسائل اهمها الراديو والتلفزيون، الاقنات والملصقات، الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، الجرائد والمجلات ...

- البيع الشخصي: عرفته الجمعية الأمريكية للتسويق (A.M.A) بأنه كافة الجهود الشخصية الموجهة الى العملاء بهدف حثهم على القيام بشراء السلعة او الخدمة المقدمة لهم (عبد السميع، صبري، 2007). كما عرفه كوتلر (kotler) على انه التفاوض الشفهي بين رجل البيع وعميل واحد او اكثر من العملاء المرتقبين من اجل اتمام عملية التبادل (الشاهد، الياس، 2013). ويركز نشاط البيع الشخصي على مهارات وقدرات مندوبي المبيعات، حيث يجب ادارة القوى البيعية من خلال عملية استقطاب واختيار رجال المناسبين، والتركيز على تدريبهم وتحفيزهم ومن ثم تقييم ادائهم من اجل اتخاذ الاجراءات التصحيحية اللازمة
- التسويق المباشر: عرفته جمعية التسويق المباشر Direct Marketing Association بأنه النظام التفاعلي الذي يستخدم وسيلة اتصال واحدة أو أكثر للتأثير على الزبائن، من اجل اتخاذ قرار الشراء او عقد صفقة تجارية في زمان ومكان محددين يتم الاتفاق عليهما بين الزبون والمسوق المباشر، ويبين هذا التعريف ضرورة حصول استجابة فورية قابلة للقياس (Response Measurable) فضلاً عن إمكانية قيام الزبون بالتفاعل مباشرة مع البائع أو المسوق وتحديد طلباته، هذا إلى جانب الوصول إلى الزبون في أي مكان يوجد فيه (الطائي، حميد، 2009) كما عرفه فيليب كوتلر (kotler) بأنه اتصال مباشر مع مستهلك مستهدف يتم اختياره بعناية فائقة بهدف الحصول على استجابة فورية منه (جرار، ذياب ومصالح، عطية وسماره، عبدالله، 2013) ومن اهم ادوات التسويق المباشر التي يتم استخدامها في القطاع السياحي نذكر التسويق عبر الهاتف البيع وجها لوجه، التسويق عبر التلفاز التفاعلي، تسويق بالكاتالوج، تسويق البريد المباشر، التسويق عبر الخط.
- تنشيط المبيعات: عرفه فيليب كوتلر (philip kotler) بأنه مجموعة من الادوات المحفزة، في المدى القصير من الزمن، صممت لتحفيز الشراء بسرعة اكبر وحجم اكثر لسلعة او خدمة معينة من طرف المستهلكين او الوسطاء التجاريين (عيشوش، عبود، 2017). اما في القطاع السياحي فان ترويج المبيعات السياحية تعبر عن جميع الاساليب الغير معتادة والظرفية والمؤقتة في العملية الترويجية، والتي تستعملها المؤسسات السياحية لزيادة حجم الطلب على برامجها السياحية، من خلال استخدام مختلف الادوات والوسائل المغرية المادية والمالية، بغية جذب اكبر عدد من السياح، وتحقيق استجابة انية لتسريع تصريف خدماتها السياحية وزيادة حجم المبيعات في اقصر فترة زمنية ممكنة والمتمثلة في الموسم السياحي، وذلك بواسطة اسلوب البيع الغير شخصي (بلقاسم، تويبة، 2016). ومن اهم الوسائل المستخدمة لتنشيط المبيعات السياحية نجد العينات المجانية، الحوافز والمكافآت، التخفيضات السعرية، الزيارات المجانية، ارجاع جزء من السعر، المسابقات وسحوبات اليانصيب.
- العلاقات العامة: عرفها المعهد البريطاني للعلاقات العامة بأنها تلك الجهود المخططة والمستمرة لتأسيس وصيانة السمعة الحسنة والتفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها (كافي، مصطفى، 2015) اما في قطاع السياحة فتعرف العلاقات العامة السياحية بأنها عبارة عن حلقة اتصال لتوجيه وتنمية علاقات المهتمين والمتفاعلين بالسياحة في بلد ما أو بين بلدين أو أكثر، وتغذية كل طرف بالآخر بالمعلومات السياحية الصحيحة بمختلف الطرق، مع العمل على تحسين واستمرار هذه العلاقات ممّا ينتج عنه زيادة في عدد السياح، كما انها كافة الجهود المبذولة من طرف هيئة او مؤسسة سياحية بهدف تحسين صورتها في أذهان الجماهير وكسب ودّهم ورضاهم وثقتهم ودعم التفاهم بينهما (بركان، امينة جليل نور الدين، 2015). ومن اهم الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة نذكر مشاركة المنظمة في المعارض والمؤتمرات السياحية.

المحور الثالث: دراسة ميدانية لمدى مساهمة وكالات السياحة والسفر بمدينة باتنة في الترويج للمنتج السياحي الوطني

استكمالاً للموضوع تم اعداد دراسة ميدانية بالاعتماد على استبانة لتقييم مدى مساهمة وكالات السياحة والسفر بمدينة باتنة في الترويج للمنتج السياحي الوطني.

الإطار المنهجي للدراسة الميدانية.

تم توزيع الاستبيان ورقيا على اغلب وكالات السياحة والسفر الكائن مقرها بمدينة باتنة، وتم استرجاع 25 استبياناً خضعت للتحليل الاحصائي، تضمن الاستبيان محورين كما يلي :

- المحور الاول: تضمن بيانات عامة تخص الوكالات السياحية حول عدد العمال بالوكالات السياحية وفروعها خارج الولاية، وقد تضمن هذا المحور سؤالين
- المحور الثاني: تضمن خمسة اجزاء بحيث يحتوي كل جزء على مجموعة من الاسئلة تقيس مدى اهتمام الوكالات السياحية بالتنوع في استخدام عناصر المزيج الاتصالي السياحي والمتمثلة في الاعلان، البيع الشخصي، تنشيط المبيعات، العلاقات العامة، التسويق المباشر .

ويمكن عرض أهم نتائج التحليل المتحصل عليها كما يلي:

نتائج المعلومات المتعلقة بالوكالات السياحية بمدينة باتنة

جدول 1: فروع الوكالات السياحية. المصدر: من اعداد الباحثة بناء على نتائج الاستبيان

النسبة	التكرارات	للكالة السياحية فروع
52%	13	نعم
48%	12	لا
100%	25	المجموع

يتضح من الجدول أن نسبة 52% من الوكالات السياحية والمقدر عددها ب 13 من اصل 25 وكالة لها فروع خارج ولاية باتنة، في حين نسبة 42% والمقدر عددها ب 12 وكالة لاتزال لم تفتح فروع خارج الولاية، ويرجع السبب في ذلك الى حداثة هذه الوكالات وعدم وجود رؤوس اموال كافية لفتح فروع جديدة.

جدول 2: عدد عمال الوكالات السياحية. المصدر: من اعداد الباحثة بناء على نتائج الاستبيان

النسبة	العدد	المتغير	
64%	16	اقل من 10 عمال	عدد عمال الوكالة
24%	6	من 10 الى 25 عامل	
8%	2	من 26 الى 40 عامل	
4%	1	اكثر من 40 عامل	
100%	25	المجموع	

ما يمكن ملاحظته من خلال الجدول هو ان اغلب الوكالات السياحية تستخدم عدد عمال مصنف ضمن الفئة الاولى (اقل من 10 عمال) حيث بلغ عددها 16 وكالة بنسبة 64% ، في حين بلغ عدد الوكالات التي تستخدم من 10 عمال الى 25 عامل 6 وكالات وبنسبة 24%، اما عدد الوكالات التي تستخدم عدد عمال يتراوح بين الفئتين الاخيرتين كانت على التوالي: وكالتين تستخدمان من 26 الى 40 عامل و بنسبة 8%، ووكالة واحدة تستخدم اكثر من 40 عامل بنسبة 4%.

نتائج المعلومات المتعلقة بالمزيج الاتصالي السياحي للوكالات السياحية بمدينة باتنة

اهم النتائج فيما هو أت:

جدول 3: الوسيلة المستخدمة لنشر الرسائل الاعلانية للوكالات السياحية. المصدر: اعداد الباحثة

الوسيلة	التكرار	الرتبة	النسبة
الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي	24	1	96%
اللوحات الاعلانية والملصقات	21	2	84%
التلفاز والراديو	3	4	12%
الجرائد والمجلات	4	3	16%

من الجدول (3) يتضح ان اغلب وكالات السياحة والسفر تستخدم الانترنت كوسيلة لنشر رسائلها الاعلانية خاصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وقد احتلت هذه الوسيلة المرتبة الاولى وقدر عدد مستخدميها ب 24 وكالة وبنسبة 96% ، وهذا راجع الى انخفاض تكلفتها وارتفاع نسبة رواد مواقع التواصل الاجتماعي مايزيد من سرعة وامكانية وصول الرسالة الاعلانية الى الجمهور المستهدف، في حين احتلت اللوحات الاعلانية والملصقات المرتبة الثانية وبلغ عدد مستخدميها 21 وكالة وبنسبة 84%، اما الجرائد والمجلات فقد صنفت في المرتبة الثالثة ويقدر عدد مستخدميها ب اربع وكالات وبنسبة 16% ويعود هذا الانخفاض الى مدى التطور التكنولوجي الذي ادى الى تراجع نسبة اقتناء الجرائد والمجلات ومشاهدة الاعلانات المطروحة فيها، في حين احتل التلفزيون والراديو المرتبة الاخيرة، وقدر عدد الوكالات المستخدمة لهذه الوسيلة ب ثلاث وكالات وبنسبة 12% وهذا راجع الى ارتفاع تكاليف نشر الرسائل الاعلانية عبرها.

جدول 4: اهتمام الوكالات السياحية بمندوبي المبيعات. المصدر: اعداد الباحثة

نوع الاهتمام	التكرار	الرتبة	النسبة
تنظيم دورات تدريبية وتكوينية	18	1	72%
تحفيز رجال البيع ماديا او معنويا	16	2	64%
تقييم أداء رجال البيع بهدف حل المشاكل التي تواجههم	4	5	16%
تمنحهم حرية التصرف اثناء تادية مهامهم	12	3	48%
اشراكهم في اتخاذ القرارات	11	4	44%

من النتائج الموضحة في الجدول (4) تبين ان نسبة كبيرة من وكالات السياحة تهتم بتنظيم دورات تدريبية وتكوينية لمندوبي المبيعات من اجل الرفع من مهاراتهم وقد قدر عددهم ب 18 وكالة وبنسبة 72%، كما تلجا العديد من الوكالات الى تحفيز رجال البيع ماديا ومعنويا من اجل ضمان استمرارهم في العمل ومضاعفة مجهوداتهم، وقد احتلت المرتبة الثانية وقدر عددهم ب 16 وكالة وبنسبة 64%، اما في ما يخص منح رجال البيع حرية التصرف اثناء تادية مهامهم فهذا الاسلوب تستخدمه 12 وكالة فقط من بين 25 وكالة وبنسبة 48%، وهذا راجع الى حب السيطرة لدى اصحاب الوكالات وعدم وجود ثقافة المشاركة وغلق قنوات الاتصال الغير رسمية مع الموظفين، وقد جاء في المرتبة الرابعة اسلوب اشراك رجال البيع في اتخاذ القرارات حيث تستخدم هذا الاسلوب 11 وكالة وبنسبة 44%، وهي نسبة منخفضة نوعا ما، ويعود السبب في ذلك الى وجود مركزية في اتخاذ القرارات، اما المرتبة الخامسة فقد صنفت ضمنها اسلوب تقييم أداء رجال البيع، حيث قدرت نسبة استخدامه ب 16%، بعدد اجمالي قدر بأربعة وكالات فقط، وهذا راجع الى جهل اساليب تقييم أداء رجال البيع، وماهي الاجراءات التصحيحية التي يمكن تطبيقها بهدف تفادي المشاكل المستقبلية ومعالجة المشاكل الحالية التي يمكن ان تؤثر على ظروف سير العمل.

جدول 5: نشاط العلاقات العامة في الوكالات السياحية

نوع النشاط	التكرار	الرتبة	النسبة
اصدار نشرات وكتيبات سياحية لامداد العملاء بالمعلومات الضرورية	13	3	52%
رعاية مختلف الاحداث الرياضية والثقافية والاجتماعية	2	5	8%
المشاركة في المؤتمرات والمعارض الوطنية و الدولية	16	2	64%
تقديم هدايا او ملابس ترويجية تحمل اسم الوكالة وعنوانها وشعارها من فترة لآخرى	11	4	44%
تحديث موقعها الرسمي عبر الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي	21	1	84%

من الجدول (5) تتضح نسب استخدام الوكالات السياحية لنشاط العلاقات العامة حيث احتلت المرتبة الاولى اسلوب تحديث الموقع الرسمي عبر الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بعدد يقدر ب 21 وكالة وبنسبة 84%، يلها في المرتبة الثانية المشاركة في المعارض والمؤتمرات الدولية بعدد 16 وكالة وبنسبة 64%، اما المرتبة الثالثة والرابعة فكانت على التوالي لإصدار نشرات وكتيبات سياحية وتقديم هدايا او ملابس ترويجية بعدد 13 و 11 وكالة وبنسبة 52% و 44% اما المرتبة الاخيرة فكانت لرعاية مختلف الاحداث الرياضية والثقافية وقدر عدد الوكالات التي تستخدم هذا الاسلوب بوكالتين وبنسبة 8%

جدول 6: نشاط تنشيط المبيعات السياحية للوكالات. المصدر: اعداد الباحثة

وسيلة تنشيط المبيعات	التكرار	الرتبة	النسبة
تخفيضات سعرية على البرامج السياحية في فترات معينة من السنة	23	1	92%
مسابقات وسحوبات اليانصيب في مواسم معينة من السنة	6	4	24%
ارجاع جزء من السعر للعملاء الذين يكررون شراء نفس البرنامج السياحي	11	2	44%
تجميع العديد من الخدمات السياحية تحت عرض واحد وبسعر متميز	10	3	40%
تقديم زيارات مجانية للمواقع السياحية للعملاء الدائمين	10	3	40%

تتضح من الجدول (6) نسب استخدام اساليب تنشيط المبيعات السياحية حيث احتل اسلوب التخفيضات السعرية المرتبة الاولى بعدد 23 وكالة وبنسبة 92% ويرجع ارتفاع نسبة استخدام هذا الاسلوب من قبل الوكالات السياحية الى انه اكثر الاساليب التي تجذب العملاء لشراء البرامج السياحية التي اعلنت عليها تخفيضات سعرية، اما المرتبة الثانية فكانت لاسلوب ارجاع جزء من السعر للعملاء الذين يكررون شراء نفس البرنامج السياحي وقدر عدد الوكالات التي تستخدم هذا الاسلوب ب 11 وكالة وبنسبة 44% ، كما جاء اسلوب تجميع العديد من الخدمات السياحية تحت عرض واحد وبسعر متميز واسلوب تقديم زيارات مجانية للمواقع السياحية للعملاء الدائمين في نفس المرتبة (المرتبة الثالثة) وقدر عدد الوكالات ب 10 وكالات و بنسبة 40%، اما المرتبة الاخيرة فكانت لاسلوب مسابقات وسحوبات اليانصيب حيث تستخدمه 6 وكالات فقط وبنسبة 24%.

جدول 7: استخدام التسويق المباشر في الوكالات السياحية. المصدر: اعداد الباحثة

الوسيلة	التكرار	الرتبة	النسبة
الهاتف المحمول للاتصال بالعملاء وامدادهم بمعلومات حول البرامج السياحية الجديدة واقناعهم بها	24	1	96%
الارقام المجانية عبر شاشة التلفاز التي تسمح بالتفاعل المباشر مع العروض السياحية المقدمة من خلاله	2	5	8%
البريد المباشر من خلال ارسال مطويات دورية تحتوي على اهم البرامج السياحية	11	3	44%
البريد الالكتروني للرد السريع على استفسارات وآراء العملاء	20	2	80%
كاتالوجات تحتوي على معلومات مفصلة حول المناطق السياحية التي يتم تنظيم رحلات اليها	10	4	40%

تتضح من الجدول (7) نسب استخدام اساليب التسويق المباشر من طرف وكالات السياحة والسفر بحث كانت المرتبة الاولى لاسلوب الهاتف المحمول بعدد قدر ب 24 وكالة وبنسبة 96% وهذا راجع الى كونه وسيلة متاحة ومتوفرة لدى اغلب الشرائح الاجتماعية، ما يجعل استخدامه فعال للاتصال بالعملاء في اي وقت وفي اي مكان يتواجدون فيه، لإبلاغهم بجديد البرامج السياحية، وتليه في المرتبة الثانية استخدام البريد الالكتروني باعتباره وسيلة سهلة للتواصل وغير مكلفة، حيث بلغ عدد الوكالات التي تستخدمه 20 وكالة وبنسبة 80%، اما اسلوب البريد المباشر وكتالوجات فقد احتل المرتبة الثالثة والرابعة على التوالي، وقدر عدد الوكالات المستخدمة لهذين الاسلوبين ب 11 و 10 وكالات وبنسبة 44% و 40% على التوالي، اما مرتبة الاخيرة كانت من نصيب اسلوب التلفزيون التفاعلي بنسبة 8% اي وكالتين فقط وهذا راجع الى ارتفاع تكلفة استخدامه كأسلوب ترويجي.

خاتمة

تساهم وكالات السياحة والسفر في الترويج للمنتج السياحي الوطني، فهي تعتبر المصدر الاساسي الذي يلجأ اليه السائح في عملية البحث عن المعلومات حول المقاصد السياحية الى يرغب في زيارتها إذ تعمل على تعريف السائح بالمنتج السياحي الوطني من خلال تزويده بمختلف المعلومات المتعلقة بأماكن الإقامة، طرق النقل، الاتصالات، المأكّل والمشرب، التسلية والترويج عن النفس، كما انها تلعب دور الوسيط بين العميل ومختلف المؤسسات السياحية، هذا ما يمكنها من الوصول إلى مختلف السياح الوطنيين والأجانب، كما يسهل ويزيد من توافدهم نحو المقصد السياحي المروج له، وشراء مختلف الخدمات السياحية المرتبطة به. ومن خلال الدراسة التي تم اجراءها يمكن تلخيص اهم النتائج والتوصيات الموجهة لوكالات السياحة والسفر

نتائج الدراسة

- تستخدم معظم وكالات السياحة والسفر الانترنت كوسيلة لنشر رسائلها الاعلانية خاصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وقد احتلت هذه الوسيلة المرتبة الاولى وهذا راجع إلى سرعة انتشارها على نطاق واسع ومزاياها المتعددة وكذا احتكاكها بمختلف شرائح المجتمع، وهذا مادي الى تراجع كبير في استخدام الجرائد والمجلات كوسيلة اعلانية لقلة عدد الاشخاص الذين يقومون باقتنائها .
- رغم الاهمية الكبيرة للراديو والتلفزيون كوسائل اعلانية الا ان نسبة استخدامهما من طرف وكالات السياحة والسفر منخفضة جدا وهذا راجع الى التكاليف المرتفعة لنشر رسائل اعلانية عبرها، بالإضافة الى قلة الوقت المستغرق لنشر هذه الرسائل ومعدل تكرارها، ما أدى الى توجه معظم الوكالات السياحية الى استخدام الانترنت كبديل فعال ،سريع وغير مكلف.
- بدء الاهتمام بعملية التدريب والتحفيز لرجال البيع يأخذ جانب كبير من الاهتمام من طرف وكالات السياحة والسفر، وزاد وعيها بأهمية العنصر البشري، خاصة ان نجاح عملية تقديم الخدمة السياحية يرتبط بالدرجة الاولى بمهارات رجال البيع، وقدرتهم على التفاعل الايجابي مع العميل، الا ان تطبيق عملية اشراك العاملين في اتخاذ القرارات ومنحهم الحرية في ابداء الراي لا تزال بعيدة عن حيز التطبيق بسبب المركزية في اتخاذ القرار من طرف اصحاب الوكالات السياحية.
- تركز اغلب الوكالات السياحية على نشاط العلاقات العامة من خلال تحديث موقعها الرسمي عبر الانترنت، بالإضافة الى الحضور في المعارض والمؤتمرات الدولية والوطنية، من اجل التعريف بالمنتج السياحي الوطني، وبصورة الجزائر كبلد سياحي له مقوماته الطبيعية والتاريخية والحضارية،
- تنشيط المبيعات السياحية هي مجموعة من النشاطات تضاف إلى العرض السياحي تستخدمها وكالات السياحة والسفر لزيادة جذب السياح تجاه المنتجات السياحية ودفعهم إلى الطلب الفوري خلال فترة زمنية قصيرة، حيث تستخدم هذا النشاط بأساليب متنوعة اهمها اسلوب التخفيضات السعرية في مواسم معينة من السنة، كما تحظى الأساليب الاخرى بأهمية نسبية متفاوتة مثل المسابقات وسحوبات الجوائز المجانية، ارجاع جزء من السعر ...
- تستخدم معظم وكالات السياحة والسفر الهاتف المحمول كأسلوب للتسويق المباشر باعتباره الوسيلة المتاحة لدى اغلب شرائح المجتمع ، اضافة الى استخدام البريد الالكتروني للتواصل مع العملاء وابلغهم بجديد البرامج السياحية .

التوصيات

استنادا للنتائج التي توصلت اليها الدراسة يمكن تقديم مجموعة من التوصيات يمكن لوكالات السياحة والسفر الاستفادة منها مستقبلا:

- وضع ميزانية سنوية خاصة بالترويج وتجزئتها على مختلف الأنشطة الترويجية التي سيتم استخدامها، مع الحرص على ان يشرف عليها كادر محاسبي وكذا تسويقي متخصص. بث الاعلانات التلفزيونية الهادفة وبشكل صادق، لأنها الوسيلة الأكثر تأثيرا واقناعا وتتمتع بمصداقية كبيرة .
- وضع خطط وبرامج تدريبية داخل الجزائر وخارجها لتحسين وتطوير الكادر العامل في المجال الترويج السياحي، مع التركيز على الترويج لكافة المناطق السياحية عبر الوطن.

- خلق روح التعاون والتنسيق مع مختلف العاملين في الوكالات السياحية، والغاء الحواجز التي تحد من قدراتهم الابداعية.
- تعيين متخصصين للقيام بدراسة السوق بصورة جيدة، من اجل اظهار الخدمة السياحية بصفات وخصائص ممتازة تلي تطلعات السياح وتعمل على زيادة المبيعات.
- يجب على وكالات السياحة والسفر ان تدعم نشاط العلاقات العامة من خلال الرفع من نسبة رعايتها للأحداث الرياضية او الثقافية، وكذا اصدار كتيبات سياحية بمختلف اللغات من اجل التعريف بالمنتج السياحي الوطني، وبالإضافة الى منح ملابس او هدايا ترويجية خاصة للسياح الاجانب من اجل تشجيعهم على تكرار الزيارة .
- توطيد علاقات خارجية مع وكالات اجنبية للترويج للسياحة الجزائرية، من خلال تحفيزهم واعطائهم ضمانات، من اجل التوجه للسوق الجزائري.

قائمة المراجع

- أحمد الطاهر عبد الرحيم: تسويق الخدمات السياحية، دار الوفاء للطباعة والنشر، الطبعة 1، الاسكندرية، مصر، 2012، ص93.
- امينة بركان، جليل نور الدين: دور العلاقات العامة في الترويج السياحي، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، جامعة الجزائر 3، العدد 32، 2015، ص. 72.
- بلقاسم تويزة: الترويج السياحي واثره في تفعيل السياحة بالجزائر، اطروحة دكتوراه علوم، تخصص تسويق، جامعة الجزائر3، 2015-، 2016، ص. 143.
- حسام فتحي ابو طليعة: الاعلان وسلوك المستهلك، دار الفاروق للنشر والتوزيع، الطبعة 1، عمان، الاردن، 2008، ص.21.
- حميد الطائي: البيع الشخصي والتسويق المباشر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2009، ص. 109.
- جرار، ذياب ومصالح، عطية وسماره، عبدالله: الاتصالات التسويقية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، الطبعة 1، القاهرة، مصر، 2013، ص. 357.
- سعد علي ربحان المحمدي: استراتيجيات الاعلان والاتجاهات الحديثة في تطوير الاداء المؤسسي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2014، ص.46.
- سليم بطرس جلدة: مبادئ إدارة مكاتب السياحة والسفر، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2009، ص.28.
- الشاهد الياس: التسويق السياحي في الجزائر دراسة نظرية وميدانية، اطروحة دكتوراه علوم، تخصص تسويق، جامعة الجزائر 3، 2012، 2013، ص. 156.
- صبري عبد السميع: التسويق السياحي والفندقي (اسس علمية وتجارب عربية)، المنظمة العربية للتنمية الادارية، الطبعة 1، القاهرة، مصر، ص. 253.
- عبدو عيشوش: دور السياسات الترويجية في تسويق المنتجات الالكترونية، اطروحة دكتوراه علوم، تخصص علوم تجارية، جامعة باتنة، 2016-2017، ص.142.
- علاء حسين السرابي وآخرون: التسويق والمبيعات السياحية والفندقية، دار جرير للنشر والتوزيع، الطبعة 1، عمان، الاردن، 2011، ص. 204.
- محمد الفاتح محمود المغربي: دور العلاقات العامة في الترويج السياحي، ملتقى العمران السياحي في المناطق الجبلية، المعهد العربي لانماء المدن، منطقة عسير، المملكة العربية السعودية، 19 و 20 سبتمبر، 2017، ص. 2.
- مصطفى يوسف كافي: العلاقات العامة، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة 1، عمان، الاردن، 2015، ص. 21.
- وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية: <http://www.matta.gov.dz> تم الاطلاع يوم: 03/03/2017

مؤشر الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للبنوك دراسة مقارنة بين البنك الإسلامي الأردني وبنك البركة الجزائري

أ.د. عبد السلام أبو طبنجة	د. طبائية سليمة	د. بوهرين فتيحة
جامعة مؤتة	جامعة 8 ماي 1954	جامعة عبد الحميد مهري
الأردن	قلمة، الجزائر	قسنطينة 2، الجزائر

ملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تحديد مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للبنوك عن طريق إجراء مقارنة بين البنك الإسلامي الأردني وبنك البركة الجزائري خلال 2010-2015. ولتحقيق أهداف هذه الورقة، تم بناء مؤشر للمسؤولية الاجتماعية، لقياس مستوى الإفصاح في التقارير السنوية للبنكين محل الدراسة. وقد تم استخدام أسلوب تحليل المضمون لاختبار الفرضيات. وتوصلت هذه الورقة البحثية إلى تباين مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية بين البنكين، كما أن مستوى الإفصاح كان ضعيفا بالنسبة لبنك البركة الجزائري، إذ تبين أن متوسط الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية للبنك لم يتجاوز 13%، على عكس البنك الإسلامي الأردني الذي بلغ فيه متوسط مؤشر الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية حوالي 60%.

كلمات مفتاحية: الإفصاح، المسؤولية الاجتماعية، البنك، مجال، مؤشر، معلومات.

مقدمة:

تعد المسؤولية الاجتماعية مهمة بالنسبة للبنوك والمجتمع ككل، إذ يؤدي تطبيقها من طرف البنوك إلى تحقيق أهدافها والتي تتمثل في الأهداف التسويقية التي تنصب في تحقيق الهدف الرئيسي للبنك ألا وهو الربح، ويبقى نشاط البنوك ليس منعزل عن المجتمع من جهة ومن جهة أخرى فإن نجاحها وإستمرارها مرتبط بالخدمات التي توفرها لعملائها، موظفيها والمجتمع ككل، لهذا أصبح تطبيق المسؤولية الاجتماعية بالبنوك ضرورة ملحة، حيث أصبح تقييمها لا يعتمد فقط على المؤشرات المالية فقط وإنما يعتمد على المؤشرات الاجتماعية، وعليه كان لا بد من إيجاد صيغة للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية ضمن التقارير السنوية للبنوك حيث وضعت عدة نماذج للإفصاح الاجتماعي من جهة وثم بناء عدة مؤشرات لقياسه من جهة أخرى.

مشكلة الدراسة:

لقد تناول العديد من الباحثين والأكاديميين الإفصاح بصفة عامة والإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بصفة خاصة، إذ قام العديد من الباحثين بدراسة الإفصاح الاجتماعي عن طريق دراسة العوامل المؤثرة فيه، وهناك من قام بدراسة المعلومات الواجب الإفصاح عنها بالقوائم والتقارير التي تقوم بإعدادها البنوك، على اعتبار أن هذه المعلومات تختلف باختلاف البيئة التي يعمل بها البنك من جهة وإختلاف نوع الإفصاح الذي يقوم به من جهة أخرى، ولقد إنصبت الدراسة على بنكين مهمين إلا وهما البنك الإسلامي الأردني وبنك البركة الجزائري حيث تم إختيار هذين البنكين نظرا لمجمل النشاطات الاجتماعية والإقتصادية التي يقومان بها، وعليه جاءت هذه الدراسة لتجيب على السؤال الرئيسي التالي: إلى أي مدى يلتزم كلا من البنك الإسلامي الأردني وبنك البركة الجزائري بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية ضمن تقاريرهما السنوية

فرضيات الدراسة:

بناء على الإطار النظري والدراسات السابقة يمكن صياغة فرضيات البحث على النحو الآتي:

- الفرضية الرئيسية الأولى: تعبر المسؤولية الاجتماعية عن كل الأنشطة الاجتماعية التي يقوم بها البنك والتي يهدف من خلالها المساهمة في تحقيق رفاهية المجتمع؛
- الفرضية الرئيسية الثانية: يقوم البنك بالإفصاح عن جميع المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية؛
- الفرضية الرئيسية الثالثة: يفصح البنك عن مختلف المجالات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى توضيح مدى قيام كل من البنك الإسلامي الأردني وبنك البركة الجزائري الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية في تقاريرهما السنوية المنشورة خلال 2010-2015 عن طريق القيام بإعداد مؤشر للإفصاح الاجتماعي والتعرف على مجالات المسؤولية الاجتماعية المفصّل عنها في التقارير السنوية المنشورة.

منهج الدراسة:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي في الدراسة النظرية من خلال الاستعانة بالمراجع ذات العلاقة بموضوع الدراسة، والمنهج التحليلي في عرض التقارير السنوية للبنك الإسلامي الأردني وبنك البركة الجزائري محل الدراسة خلال 2010-2015.

تقسيمات الدراسة:

وقد تم تقسيم هذه الدراسة إلى محورين:

- المحور الأول: الإطار النظري للدراسة؛
- المحور الثاني: دراسة ميدانية مقارنة بين البنك الإسلامي الأردني وبنك البركة الجزائري؛
- المحور الثالث: نتائج وتوصيات الدراسة.

المحور الأول: الإطار النظري:

سننتظر في هذا الجزء من الدراسة إلى الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية من حيث مفهومه، أهميته ومجالاته.

أولاً: مفهوم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية:

قبل تناول الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لا بد تناول تعريف المسؤولية الاجتماعية التي أعطيت لها عدة تعاريف من بينها البنك الدولي الذي عرف المسؤولية الاجتماعية بأنها: "التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي لتحسين معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد" (السكرانة: 2015، ص 162) من خلال هذا التعريف نستنتج أن المسؤولية الاجتماعية هي جميع العمليات التي تقوم بها المؤسسة اتجاه المجتمع بصفة عامة و العاملين بصفة خاصة.

ولقد عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل (الحموري، والمعاينة: 2015، ص 17) يشترك هذا التعريف مع التعريف السابق في كون الهدف النهائي للمسؤولية الاجتماعية هو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية .

كما تعنى محاسبة المسؤولية الاجتماعية بتطبيق المحاسبة في العلوم الاجتماعية كعلم الاجتماع وعلم السياسة وعلم الاقتصاد، أي هي مجموعة من الأنشطة التي تختص بقياس وتحليل الأداء الاجتماعي لوحدة محاسبية معينة، وتوصيل المعلومات اللازمة للفئات المختصة بهدف اتخاذ القرارات الصحيحة. (العليمات: 2010، ص 28). ومهما كان تعريف المسؤولية الاجتماعية فإنه لا بد على المؤسسات أن تفصح عنها في قوائمها وتقاريرها السنوية، وعليه لا بد من تناول تعريف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية. كما يقصد بالإفصاح المحاسبي بأنه: "بث المعارف أو نقل المعلومات من مصدر إنتاجها إلى مستقر الاستفادة منها أو إستخدامها، بالإفصاح هو نقل هادف للمعلومات ممن يعلمها لمن لا يعلمها" (الصبان: 1989، ص 245). ويرى أيضا الصبان أنه: "هو إظهار كل المعلومات التي قد تؤثر في موقف متخذ القرار تجاه قرار معين يتعلق بالوحدة المحاسبية، كما يعني أيضا إن تظهر المعلومات في القوائم والتقارير المحاسبية بلغة مفهومة للقارئ الواعي دون لبس أو تظليل أو مراوغة". (الصبان: 1989، ص 103).

أما بالإفصاح المحاسبي عن الأداء الاجتماعي يمكن تعريفه على أنه: " العملية التي بواسطتها تستطيع المؤسسة التواصل مع المجتمع من خلال إظهار كل التأثيرات الاجتماعية والبيئية سواء بالنسبة لذوي المصالح أو للمجتمع ككل " (Burke lee & Richard C: 1980, 22) يعرف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية أو كما يسمى بالإفصاح الاجتماعي بأنه عرض البيانات المتعلقة بالنشاط الاجتماعي للوحدة الاقتصادية بشكل يمكن من تقويم الأداء الاجتماعي للوحدة (يوسف، 2012، ص 08) بمعنى أن تقوم المؤسسات بالإفصاح عن مسؤوليتها إتجاه المجتمع، عملائها وموظفيها ضمن قوائمها المالية.

كما يمكن القول أن الإفصاح الاجتماعي ينطوي على كل التقارير المقدمة من طرف الشركات حول الجوانب الاجتماعية لنشاط المؤسسة بعيدا عن الأرباح، وهي التقارير التي تهتم المساهمين والدائنين وحتى الموظفين (Nafez Abu-Baker: 1999, p 250).

ثانيا: العوامل المؤثرة على مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية:

هنالك العديد من العوامل والإعتبارات المؤثرة في مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية سواء للبنوك أو المؤسسات والتي يمكن أن نلخصها في:

- عوامل تتعلق بالوحدة الاقتصادية: إن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى تحمل الوحدة الاقتصادية تكاليف إضافية لذلك قد لا تلجأ هذه الوحدات إلى تبني الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لأنه سيولد تكاليف إضافية ناجمة عن متطلبات التوسع في الإفصاح، وتتمثل هذه العوامل في (عنيزة، وعلي: 2014، ص ص: 161-165):

- حجم الوحدة الاقتصادية: إن الوحدات الاقتصادية الكبيرة الحجم تقوم بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بصورة أكبر من الوحدات المتوسطة والصغيرة الحجم وذلك لعدة أسباب منها:

- ✓ إن الوحدات الاقتصادية الكبيرة يكون تأثيرها أكثر وضوحا في المجتمع من حيث عدد العاملين فيها ونوعية المنتجات التي تقوم بإنتاجها وحجم تأثيرها في البيئة؛
- ✓ ضغط وسائل الإعلام والمجتمع بصورة عامة يتجه نحو الوحدات الاقتصادية الكبيرة ويتطلب منها إفصاح موسع بصورة أكبر من الوحدات الصغيرة الحجم؛
- ✓ إن الوحدات الاقتصادية الكبيرة يمكن أن تتحمل التكاليف المترتبة على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية الطوعي وتستطيع أن تستخدم الأفراد المؤهلين للقيام بذلك ؛
- ✓ تحاول الوحدات الاقتصادية الكبيرة الحجم المحافظة على صورتها أو لكي تمنع التدخل الحكومي. لذلك يمكن أن نرى بأن هنالك علاقة ايجابية بين حجم الوحدة الاقتصادية ومستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

- طبيعة الصناعة: تؤثر طبيعة الصناعة التي تعمل بها الوحدة الاقتصادية على درجة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية فالوحدات التي تعمل في مجالات النفط والمنتجات الكيماوية والصناعات الإستخراجية والإتصالات تقوم بالإفصاح عن

- مسؤولياتها الاجتماعية بصورة أكبر من الوحدات التي تعمل في المجالات الأخرى، وأيضاً الوحدات التي تعمل في مجال تقنية المعلومات تقوم بالإفصاح بصورة أكبر من غيرها بسبب إمتلاكها للخبرة في مجال إستخدام شبكة المعلومات الدولية؛
- أرباح الوحدة الاقتصادية: هنالك علاقة بين أرباح الوحدة ودرجة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، حيث كلما إزدادت أرباح الوحدة إزداد مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية حيث أن الوحدات ذات الأرباح الجيدة تستطيع أن تتحمل تكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية؛
- الوحدات الاقتصادية المتعددة الجنسيات: إن الوحدات الاقتصادية المتعددة الجنسيات تقوم بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بصورة أكبر من الوحدات الاقتصادية المحلية؛
- عمر الوحدة الاقتصادية: إن هنالك علاقة إيجابية بين عمر الوحدة الاقتصادية ومستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، حيث كلما إزداد عمر الوحدة إزدادت نشاطاتها الاجتماعية وازدادت خبرتها في هذه النشاطات ويشير إلى إن الوحدات الاقتصادية الأكبر عمراً لها نشاطات كبيرة في مجال المسؤولية الاجتماعية ولديها عمليات تشغيلية كبيرة.

- عوامل تتعلق بالمراجع الخارجي: قد يظهر المراجع الخارجي معارضته لأي توسع في الإفصاح من شأنه إلقاء مسؤوليات جديدة على عاتقه ولا سيما تلك المجالات التي تتطلب مراجعة عمليات وأنشطة غير تقليدية، أي أن على المراجعين الخارجيين أن يحثوا زبائنهم لممارسة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وإن شركات المراجعة الكبرى تكون غير خاضعة لتأثير الزبائن عليها بل هي تمتلك تأثيراً كبيراً عليهم، وبالتالي فهي قادرة على حثهم نحو الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، ومنه فإن الوحدات الاقتصادية التي تقوم بتدقيقها شركات المراجعة الكبرى يمكن أن تفصح بصورة أكبر من مثيلاتها.

ثالثاً: مجالات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية:

هناك عدة مجالات للمسؤولية الاجتماعية التي تقوم المؤسسة بالإفصاح عنها، والتي يمكن تقسيمها إلى: (Gray : 2002, pp. 293-331)

- مجال العاملين: ويتضمن هذا المجال الأنشطة التي توجه لتلبية حاجيات العاملين بالمنظمة من أجل تحسين ظروفهم بصفة عامة من أجل تحقيق أهدافها، لذلك فإن هذا المجال يمثل مجالاً داخلياً من مجالات المحاسبة الاجتماعية، ومن أمثلة هذه الأنشطة توفير الرعاية الصحية للعاملين وتهيئة ظروف للعمل، وتقديم وسائل الأمن الصناعي.
- مجال البيئة: وتشمل مجموعة الأنشطة الاجتماعية التي تؤدي إلى التقليل من التدهور البيئي والحد من الآثار السلبية الناجمة عن ممارسة المنظمة لنشاطها والتي تؤثر على البيئة، والتي تهدف لحماية الموارد الطبيعية والبيئة المحيطة والمحافظة عليها، ويعتبر هذا المجال من أهم مجالات المحاسبة الاجتماعية نظراً لما تسببه هذه الأنشطة من أضرار على البيئة مثل: تلوث المياه، الهواء والتربة؛
- مجال المجتمع: وتتمثل في الأنشطة التي تقوم بها المؤسسات والهدف منها تحقيق فوائد ومنافع لكافة أفراد المجتمع وهذا من أجل المساهمة في رفاهيته، كالأنشطة الخاصة برعاية المعوقين وتشغيلهم، تدريب طلبة الجامعات وتكوينهم، المساهمة في تقليص مشاكل السكن، المساهمة في الرعاية الصحية ودعم الجمعيات الخيرية وغيرها من الأعمال؛
- مجال حماية المستهلك: وتشتمل على الأنشطة التي تهدف إلى الإهتمام بالعملاء وتحقيق رضائهم وولائهم، وهذا من خلال تعريفهم بالمنتج أو الخدمات المقدمة من حيث خصائصه ومجالات إستخداماته، وكذا المخاطر المرتبطة ومدة الصلاحية.

ثالثاً- دراسات سابقة:

يتواجد على المستوى الدولي والإقليمي والمحلي عدة دراسات تناولت الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وسنركز في هذه الدراسة على ما تناوله الباحثين عن الإفصاح في التقارير السنوية في مجال المسؤولية الاجتماعية من جهة وبالتحديد البنوك الإسلامية من جهة أخرى، وعليه سيتم تناول الدراسات التي تناولت الموضوع سواء باللغة العربية أو الأجنبية.

دراسات باللغة العربية:

دراسة جريوع (2007): هدفت الدراسة إلى تحديد مفهوم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، التعرف على أسس وأساليب الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية التي تقدمها الشركات بقطاع غزة، كما هدفت إلى اقتراح نموذج المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية للشركات تتفق مفاهيمه ومتغيراته مع ظروف تركيبة البنيان الاجتماعي والاقتصادي لدول العالم النامي عامة والعالم العربي خاصة بما فيها فلسطين، و لقد استخدم الباحث الاستمارة من أجل جمع المعلومات، حيث توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: إن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يجب أن يتم في قوائم مالية تعرض الأداء الاجتماعي (إلى جانب الأداء الاقتصادي) أي إتباع أسلوب الدمج (وذلك بالنسبة للتكاليف والمنافع التي يمكن قياسها كمياً حتى تتم عملية المقابلة بين التكاليف والمنافع الاجتماعية النقدية أما بالنسبة للبنود التي لا يمكن الوصول إلى قياسها كمياً فيمكن عرضها إما في القوائم الملحقه أو كملاحظات هامشية؛ إن الدراسة التحليلية لموضوع المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال قد أظهرت الإطار العام للمسؤولية الاجتماعية، وهو إطار غير محدد المعالم، ولم يتفق على أبعاده حتى اليوم بشكل قاطع في الدول النامية عامة والدول العربية خاصة، وذلك بغض النظر عن الجهود التشريعية والقانونية والتنظيمية على مستوى هذه الدول في هذا المجال.

دراسة بيطار، وفرحات (2012): يهدف هذا البحث إلى بيان مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وبيان مدى إهتمام المعايير المحاسبية الصادرة عن هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية بضرورة الإفصاح المحاسبي عن البعد الاجتماعي، ومدى تقيد المصارف الإسلامية بالإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية، ولقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: إن التزام المصارف الإسلامية بالمسؤولية الاجتماعية نابع من التعاليم الإسلامية السامية، التي نظرت إلى أن الإنسان أسعى ما في الكون؛ بينت المعايير المحاسبية الصادرة عن هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية أن على المصارف الإسلامية إعداد قائمة مصادر وإستخدامات أموال صندوق الزكاة والصدقات، وقائمة مصادر وإستخدامات أموال صندوق القرض، لكنها أغفلت أهمية الإفصاح عن المعلومات المتعلقة بالأنشطة البيئية، والأنشطة الاجتماعية الأخرى، وما لهذه البيانات من أهمية في التأثير في قرارات المستثمرين في سوق الأوراق المالية؛ لم تفصح المصارف الإسلامية العاملة في سورية عن المسؤولية الاجتماعية، واقتصر الإفصاح على بيان أن مسؤولية إخراج الزكاة على المساهمين وأصحاب حسابات الإستثمار، وإنفرد بنك البركة بالإفصاح على موقعه الإلكتروني عن إفتتاحه لصندوق البركة للزكاة؛ تهتم المصارف الإسلامية الرائدة في العالم العربي بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وإختلف الأسلوب المتبع للإفصاح في القوائم المالية السنوية، وتميز بيت التمويل الكويتي بإصدار تقرير المسؤولية الاجتماعية.

دراسة الزامل (2015): تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية المساهمة السعودية، من خلال مقارنة الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للشركات بمؤشر الإفصاح الاجتماعي المقترح، ولقد استخدم الباحث النماذج الإحصائية لحساب الارتباط، ولقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: لا توجد فروق في مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية المساهمة السعودية محل الدراسة تبعاً للموقع الجغرافي للشركة؛ توجد علاقة بين إجمالي أصول الشركات الصناعية المساهمة السعودية محل الدراسة ومستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية؛ توجد علاقة بين إجمالي المبيعات للشركات الصناعية المساهمة السعودية محل الدراسة ومستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية.

دراسات باللغة الأجنبية:

دراسة Brendan et al., (2016) هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى كفاية الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية بإيرلندا، ولقد استخدم الباحثين في هذه الدراسة إستمارة، وفي النهاية توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود طلب من أصحاب المصالح عن الأداء الاجتماعي للمؤسسات لما له من دور في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

دراسة : djajadikerta & trireksani.(2012) هدفت الدراسة إلى تحديد حجم الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات الأندونيسية المدرجة بالسوق المالي الأندونيسي، وبغرض تحقيق الهدف تم استخدام ما يسمى بتحليل المحتوى للتقارير السنوية المتواجدة بالمواقع الإلكترونية لتلك الشركات، ولقد توصلت الدراسة إلى ضعف حجم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات محل الدراسة كما أن الإفصاح كان وصفيًا أكثر منه كمياً.

وما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة لها أنها مطبقة على قطاع متخصص من قطاع البنوك يتمثل في البنوك الإسلامية من جهة، وتطبيق طريقة محتوى المضمون على التقارير السنوية المنشورة على المواقع الإلكترونية لكل من البنك الإسلامي الأردني وبنك البركة الجزائري. وعليه فإن هذه الدراسة تحاول قياس حجم الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية، من خلال التقارير السنوية للبنكين محل الدراسة خلال 2010-2015.

المحور الثاني: دراسة ميدانية مقارنة بين البنك الإسلامي الأردني وبنك البركة الجزائري:

أولاً: منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة ما يأتي في منهجيتها:

- تجميع وتحليل البيانات: من أجل تحقيق الهدف من الدراسة تم استخدام التقارير السنوية للبنكين محل الدراسة خلال الفترة 2010-2015، وتحليل مضمونها من حيث قياس حجم ونوع ومجالات الإفصاح في التقارير السنوية للبنكين.
- خطوات ومراحل تنفيذ تحليل مضمون التقارير السنوية: إن تحليل مضمون التقارير السنوية لا بد من إتباع الخطوات التالية:
 - الحصول على التقارير السنوية للبنكين خلال نفس الفترة 2010-2015 من أجل القدرة على المقارنة؛
 - بيان فئات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية؛
 - بيان محددات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية؛
 - بناء مؤشر للإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية، بغرض قياس هذا الأخير لدى البنكين وبيان الاختلافات الموجودة بينهما.

حدود الدراسة:

تمثلت حدود الدراسة فيما هو أت:

- الحدود المكانية: تنحصر حدود الدراسة المكانية على دراسة بنك البركة الجزائري، والبنك الإسلامي الأردني لأهمهما يتوفران على التقارير السنوية لفترة الدراسة من جهة، وإنتمائهما إلى مجموعة واحدة ألا وهي مجموعة البركة المصرفية؛
- الحدود الزمنية: تنحصر حدود الدراسة الزمنية خلال الفترة الممتدة من سنة 2010 إلى غاية سنة 2015، وذلك اعتماداً على التقارير المالية المنشورة في الموقع الإلكتروني لكل من البنكين محل الدراسة.

ثانياً: تحليل البيانات ومناقشة النتائج:

يتناول هذا الجزء من الدراسة بتحليل ومناقشة جهود البنكين في مجال الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية المنشورة، من خلال حساب مؤشر الإفصاح والإجابة على التساؤلات المشار إليها سابقاً، ومن أجل تحقيق هذا الهدف تم الحصول على ستة تقارير سنوية لكل بنك، وسنعرض فيما يلي أهم النتائج المتوصل إليها.

حجم الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للبنكين:

من أجل قياس حجم الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للبنكين تم وضع بنود القائمة المعيارية التي على أساسها تم احتساب مؤشر الإفصاح، ويتألف هذا المؤشر من 15 بند للمعلومات القابلة للتطبيق والواجب الإفصاح عنها ضمن التقارير السنوية للبنكين خلال فترة الدراسة 2010-2015 والتي تم توضيحها الجدول التالي: (1):

جدول 1: بنود القائمة المعيارية لمؤشر الإفصاح الاجتماعي. المصدر: من إعداد الباحثين.

رقم البند	بنود الإفصاح
مجال المجتمع	
1	إيجاد فرص عمل
2	دعم الأنشطة المؤسسات التعليمية
3	دعم الأنشطة والمؤسسات الرياضية
4	تكاليف التبرع لصالح البحث العلمي
5	التبرعات والمساهمات الخيرية
6	عدد المواطنين المستفيدين
مجموع البنود 06	
مجال العاملين	
1	عدد العاملين بالشركة
2	برامج تدريب وتطوير العاملين
3	عدد العاملين اللذين تم تدريبهم
4	تكاليف تدريب العاملين
5	دعم الندوات و الفعاليات
مجموع البنود 05	
وجود قوائم مالية	
1	وجود قوائم مالية منفصلة للأداء الاجتماعي
2	وجود قوائم مدمجة مع القوائم المالية للأداء الاجتماعي
3	وجود إفصاح كمي للمسؤولية الاجتماعية
4	وجود إفصاح وصفي للمسؤولية الاجتماعية
مجموع البنود 04	
مجموع بنود القائمة المعيارية 15	

لقد وضع lainez et al أربع مستويات لإمتثال المؤسسات لمتطلبات الإفصاح وهي :

- إمتثال مرتفع ويتحقق ذلك إذا كان مؤشر الإفصاح أكبر أو يساوي 80%؛
- إمتثال متوسط ويتحقق ذلك إذا كان مؤشر الإفصاح بين 60% و 79%؛
- إمتثال منخفض ويتحقق ذلك إذا كان مؤشر الإفصاح بين 40% و 59%.
- إذا كان مؤشر الإفصاح أقل من 40% فهذا يعني وجود فجوة كبيرة بين الإفصاح الفعلي الذي تقوم به المؤسسة ومتطلبات الإفصاح المعياري.

بعد إعطاء درجة 1 للبند المفصح عنه ودرجة 0 للبند الذي لم يفصح عنه توصلنا إلى النتائج التالية:

مؤشر الإفصاح للبنك الإسلامي الأردني:

- عدد بنود الإفصاح الموضوعية (بنود القائمة المعيارية) = 15.
- عدد بنود الإفصاح الفعلية أي التي أفصح عنها البنك الإسلامي الأردني = 09.

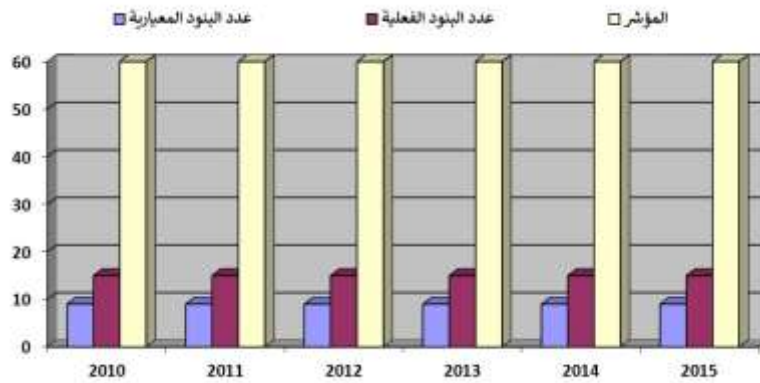
ومنه : مؤشر الإفصاح = البنود الفعلية / البنود المعيارية = $15 / 9 = 60\%$

بمعنى أن البنك الإسلامي الأردني كان إمثاله متوسط و أن هناك 40% من المعلومات لم يفصح عنها، حيث لم يعرض البنك الإسلامي الأردني القوائم المالية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وإنما أدرجها في مجال شرح لأهم البنود المتعلقة بها. لكنه قام بالإفصاح الكمي عن المسؤولية الاجتماعية من حيث قيمتها سواء المتعلقة بالبحث العلمي أو التبرعات، ويبين الجدول الموالي مؤشر الإفصاح للبنك خلال 2010-2015.

جدول 2: مؤشر الإفصاح بالبنك الإسلامي الأردني خلال 2010-2015. المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على التقارير السنوية للبنك الإسلامي الأردني.

البيان	2010	2011	2012	2013	2014	2015
عدد البنود الفعلية	9	9	9	9	9	9
عدد البنود المعيارية	15	15	15	15	15	15
المؤشر	60%	60%	60%	60%	60%	60%

يبين لنا الجدول (1) أن مؤشر الإفصاح بالبنك الإسلامي الأردني ثابت لم يتغير وأن متوسط المؤشر هو 60%



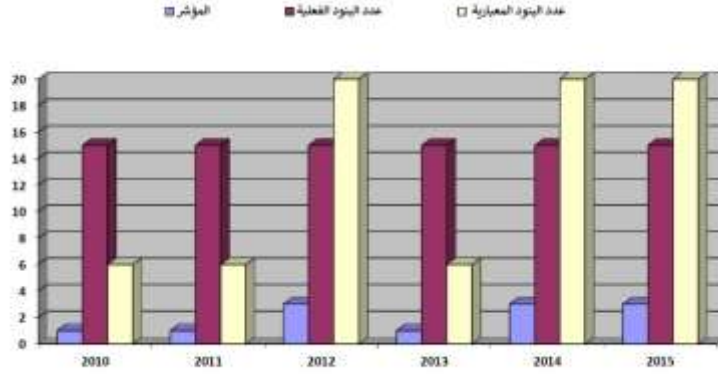
شكل 1: مؤشر الإفصاح بالبنك الإسلامي الأردني خلال 2010-2015. المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على الجدول السابق

مؤشر الإفصاح لبنك البركة الجزائري:

عدد البنود الفعلية المفصّح عنها 6. ، ومنه : مؤشر الإفصاح = البنود الفعلية / البنود المعيارية = $15 / 6 = 40\%$. بمعنى أن هناك فجوى كبيرة بين الإفصاح الفعلي الذي يقوم به بنك البركة الجزائري ومتطلبات الإفصاح المعياري. مع العلم أن بنك البركة الجزائري قام بالإفصاح الوصفي حيث قام بوصف المسؤولية الاجتماعية إتجاه المجتمع، العاملين والعملاء ، دون أن يقوم بالإفصاح المالي والكمي إذ لم يعرض كمياً سوى عدد الموظفين المستفيدين من التدريب دون ذكر التكاليف، جدول (3) يبين مؤشر الإفصاح للبنك 2010-2015.

جدول 3: مؤشر الإفصاح ببنك البركة الجزائري خلال 2010 - 2015 المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على التقارير السنوية لبنك البركة الجزائري.

البيان	2010	2011	2012	2013	2014	2015
عدد البنود الفعلية	1	1	3	1	3	3
عدد البنود المعيارية	15	15	15	15	15	15
المؤشر	6.6%	6.6%	20%	6.6%	20%	20%



شكل 2: مؤشر الإفصاح ببنك البركة الجزائري خلال 2010-2015. المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على الجدول السابق

نلاحظ أن الإفصاح ببنك البركة الجزائري خلال سنتي 2014 و 2015 أفضل من سنتي 2010 و 2011، وأن متوسط مؤشر الإفصاح هو 13.33%.

من خلال دراستنا لمؤشر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للبنكين، نستنتج أن البنك الإسلامي الأردني أفضل من بنك البركة الجزائري، مع العلم أنه بالرجوع إلى التقارير السنوية لمجموعة البركة نجد مساهمة البنكين ضمن المسؤولية الاجتماعية للمجموعة والذي تم الإفصاح عنها ضمن تقارير المجموعة المتعلقة بذلك والتي نوضحها في الفقرات اللاحقة.

مجالات المسؤولية الاجتماعية التي يتم الإفصاح عنها في التقارير السنوية للبنكين:

تبين الجداول مجالات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لكل من البنك الإسلامي الأردني وبنك البركة الجزائري خلال 2010-2015.

مجال العاملين:

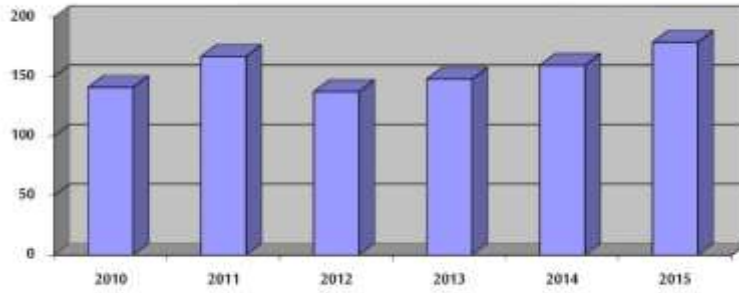
تعد الموارد البشرية عنصرا مهما من عناصر الإنتاج وهي ضرورية لزيادة ربحية أي بنك، لهذا تعمل البنوك على تحسين المستوى الاجتماعي، المادي والنفسي للعاملين وبالرجوع إلى التقارير السنوية لكلا البنكين نجدهما قاما بعملية الإفصاح بمستويات مختلفة، والجداول التالية تبين لنا ذلك.

التدريب والتأهيل في العلوم والتقنيات الخاصة بالأعمال المصرفية:

- البنك الإسلامي الأردني: قام البنك بالإفصاح عن هذا العنصر في تقاريره السنوية، التي تبين لنا بأنه يخصص مبالغ معتبرة من أجل تدريب وتأهيل العمال وموظفي البنك بما له من أثار على زيادة الربحية من جهة والمحافظة على العملاء من جهة أخرى، والجدول والشكل البياني يوضحان لنا ذلك.

جدول 4: التدريب والتأهيل بالبنك خلال 2010-2015 (المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على التقارير السنوية للبنك الإسلامي الأردني).

السنة						البيان
2015	2014	2013	2012	2011	2010	(الوحدة ألف دينار أردني)
4.200	4.200	4.200	3.115	3.561	3.135	نفقات مباشرة لمعهد تدريب البنك
174.798	155.379	143.843	134.32	163.455	137.829	مساهمة في نفقات دراسة وتدريب الموظفين
178.998	159.579	148.043	137.435	167.016	141.064	المجموع



شكل 4: التدريب والتأهيل بالبنك خلال 2010-2015. المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على الجدول (4)

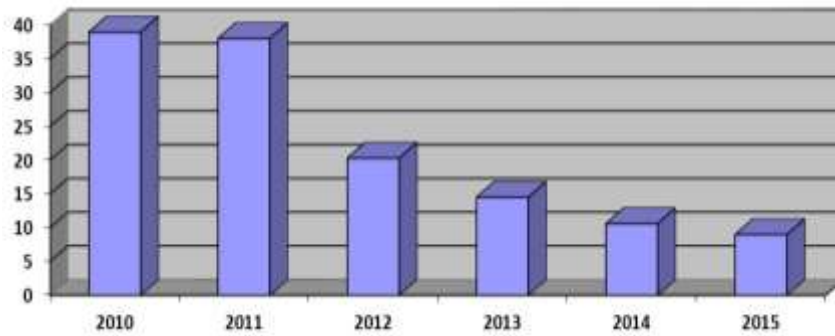
- بنك البركة الجزائري: لم يفصح البنك عن النفقات التي ينفقها في مجال تدريب العاملين بالبنك، سواء بالقوائم المالية أو الملحقات. نلاحظ أن الإفصاح عن بند التدريب والتأهيل في العلوم والتقنيات الخاصة بالأعمال المصرفية بينك البركة الجزائري منعدم، بالرغم من أن النظام المحاسبي المالي البنكي الجزائري يلزم البنوك بالإفصاح عن كل المعلومات التي تتناولتها القوائم المالية، والتي تبين مجموع النفقات وتفاصيلها.

تشجيع العاملين ومساعدتهم على التعلم والإلتحاق بالمعاهد العليا والجامعات:

- البنك الإسلامي الأردني: قام البنك بالإفصاح عن هذا العنصر في تقاريره السنوية، حيث يعمل على تشجيع العاملين للإلتحاق بالمعاهد العليا ونخص هنا معهد الدراسات المصرفية التابع للبنك المركزي الأردني، والذي يحصل منه المتعلم على شهادات ذات العلاقة بالعمل المصرفي، والجدول والشكل البياني يوضحان لنا حجم تلك النفقات خلال فترة الدراسة.

جدول 5: مشاركة البنك الإسلامي الأردني في نفقات معهد الدراسات المصرفية التابع للبنك المركزي الأردني خلال 2010-2015. المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على التقارير السنوية للبنك المركزي الأردني.

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015
المبلغ (الوحدة ألف دينار أردني)	38.937	38.003	20.280	14.501	10.591	8.973

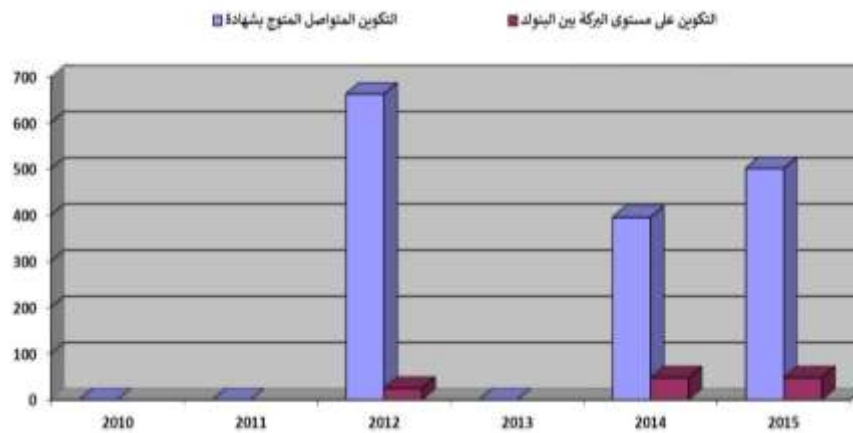


شكل 5: مشاركة البنك الإسلامي الأردني في نفقات معهد الدراسات المصرفية التابع للبنك المركزي الأردني خلال 2010-2015. المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على الجدول (5)

- بنك البركة الجزائري: لم يفصح البنك عن النفقات التي ينفقها في مجال تعليم العاملين بالبنك، لكنه يقوم بالإفصاح عن عدد الموظفين الذين إستفادوا من تكوين سواء للحصول على شهادة من الجامعة أو على شهادة من المدرسة العليا للبنوك، والجدول الموالي يبين لنا هذا العدد.

جدول 6: عدد الموظفين في بنك البركة الجزائري المستفيدين من تكوين للحصول على شهادات خلال 2010-2015 (المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على التقارير السنوية لبنك البركة الجزائري).

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015
التكوين المتواصل المتوج بشهادة	-	-	662	-	395	501
التكوين على مستوى البركة بين البنوك (المدرسة العليا للبنوك)	-	-	25	-	48	48



شكل 6: عدد الموظفين في بنك البركة الجزائري المستفيدين من تكوين للحصول على شهادات خلال 2010-2015 (المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على الجدول 6)

مع العلم أن:

- بقية الأنشطة التكوينية خلال سنة 2014 فقد خصت التكوينات الداخلية التي وجهت لنحو 347 موظفا منهم 264 بالموقع؛
- هناك عدة تكوينات كانت بالجزائر مست 446 موظف و 7 إدارات بالخارج هذا خلال 2015 .

بالرغم من أن بنك البركة الجزائري لم يفصح عن هذا البند في تقاريره السنوية، إلا إنه بالرجوع إلى التقارير السنوية لمجموعة البركة المتعلقة بالإستدامة والمسؤولية الإجتماعية نجد أن كلا البنكين ساهما في التبرع وتمويل التعليم، والجدول الموالي يبين لنا ذلك.

جدول 7: أهداف البنكين (الإسلامي الأردني والبركة الجزائري) للتنمية المستدامة (المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على تقرير الإستدامة والمسؤولية الإجتماعية 2016 – 2020 لمجموعة البركة) - الوحدة: دولار

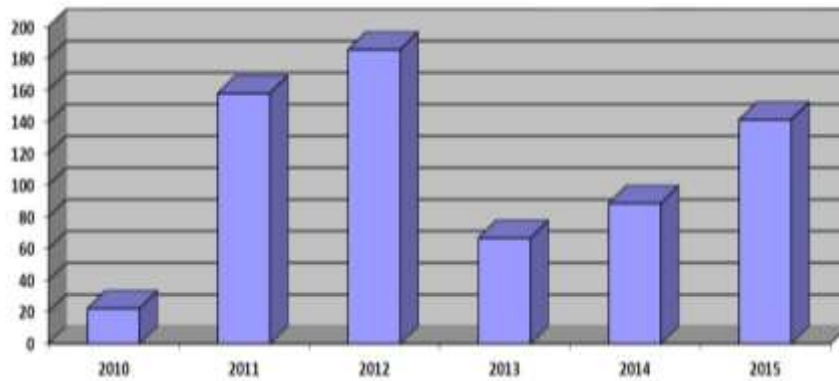
أهداف مجموعة البركة	البنك الإسلامي الأردني	بنك البركة الجزائري
أهداف 5 سنوات		
تمويل التعليم	40,655,840	22,000,000
التبرع لتعليم	916,784	93,000
أهداف 2016		
تمويل التعليم	8,131,168	4,400,000
التبرع لتعليم	183,357	18,600
المنجز		
تمويل التعليم	29,269	353,000
التبرع لتعليم	218,000	113,000

البحث العلمي:

- البنك الإسلامي الأردني: يعمل البنك على تشجيع البحث العلمي من خلال رعاية مؤتمرات علمية و مؤسسات تعليمية، والجدول والشكل البياني يوضحان لنا حجم تلك النفقات خلال فترة الدراسة.

جدول 8: تبرع ورعاية مؤتمرات علمية ومؤسسات تعليمية من قبل البنك الإسلامي الأردني خلال 2010-2015 (المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على التقارير السنوية للبنك الإسلامي الأردني). الوحدة ألف دينار أردني

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015
المبلغ	22.300	158.038	185.535	66.683	88.602	141.313



شكل 7: تبرع ورعاية مؤتمرات علمية ومؤسسات تعليمية من قبل البنك الإسلامي الأردني خلال 2010-2015 (المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على الجدول السابق).

- بنك البركة الجزائري: لم يفصح البنك عن النفقات التي ينفقها في مجال البحث العلمي، بالرغم من أن البنك قام برعاية العديد من المنتقيات والمشاركة في تنظيمها.

مجال التفاعل مع المجتمع:

حل مشكلة السكن:

- البنك الإسلامي الأردني: خصص البنك في مجال حل مشكلة السكن مبالغ مالية وهذا إنطلاقاً من مبادرة الملك عبد الله الثاني "سكن كريم لعيش كريم"، والجدول الموالي يبين لنا المبالغ التي خصصها البنك الإسلامي الأردني في هذا المجال خلال فترة الدراسة.

جدول 9: تمويل البنك الإسلامي الأردني لشراء شقق بأسلوب الإجارة المنتهية بالتملك و المراجعة 2010-2015. المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على التقارير السنوية للبنك الإسلامي الأردني. الوحدة مليون دينار أردني

البيان	2010	2011	2012	2013	2014	2015
عدد المواطنين	173	673	858	-	-	-
المبلغ	4.7	18.8	17.7	-	-	-

- بنك البركة الجزائري: لا يساهم البنك في حل مشكلة السكن بالجزائر بالرغم من تفاقمها من سنة إلى أخرى.

القرض الحسن:

- البنك الإسلامي الأردني: عمل البنك على إستقبال الودائع في حساب القرض الحسن من الراغبين في إقراضها عن طريق البنك كقروض حسنة، وإستمر البنك بتقديم القروض الحسنة لغايات إجتماعية مبررة كالتعليم والعلاج والزواج، ومن الجدير ذكره أن عددا من هذه القروض يتم منحها لشباب مقبلين على الزواج بالتعاون مع جمعية العفاف الخيرية، والجدول التالي يوضح لنا إجمالي هذه القروض خلال فترة الدراسة.

جدول 10: القروض الحسنة الممنوحة للشباب المقبلين على الزواج من قبل البنك الإسلامي الأردني خلال 2010-2015. المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على التقارير السنوية للبنك الإسلامي الأردني.. الوحدة ألف دينار أردني

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015
عدد الشباب	340	340	341	351	197	306
قيمة القروض	335	335	338	185	138	144

كما أن هناك العديد من القروض الحسنة منحت للمعلمين من خلال الإتفاقية الموقعة مع نقابة المعلمين الأردنيين والجدول الموالي يبين لنا مبالغ هذه القروض.

جدول 11: القروض الحسنة الممنوحة للمعلمين قبل البنك الإسلامي الأردني خلال 2010-2015. المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على التقارير السنوية للبنك الإسلامي الأردني.

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015
عدد المستفيدين	-	-	353	10607	10633	2066
قيمة القروض	-	-	174 ألف	981 ألف	1.1 مليون	1.5 مليون

- بنك البركة الجزائري: لم يفصح البنك عن حجم القروض الحسنة، لكنه أفصح عن الفئات التي توجه لها هذه القروض، حيث قام البنك بإعداد أربعة أنواع من البرامج ذات البعد التضامني الإجتماعي والبعد الإقتصادي في ذات الوقت، وتتمثل هذه البرامج في:

- برنامج زكاة الإستثمار؛
- برنامج تمويل النشاطات النسوية في البيوت؛
- برنامج الوقف المستمر؛
- برنامج المشاركة المصغرة لتمويل المؤسسات المتناهية الصغر.

المحور الثالث: نتائج الدراسة والتوصيات:

أولا: نتائج الدراسة ومناقشتها:

تناولت الدراسة مؤشر الإفصاح عن معلومات المسؤولية الإجتماعية للبنوك بإستخدام التقارير السنوية المنشورة، حيث كانت الدراسة عبارة عن دراسة مقارنة بين كل من البنك الإسلامي الأردني وبنك البركة الجزائري خلال الفترة الممتدة من 2010 إلى غاية 2015، ومن خلال تحليل المعلومات الموجودة في التقارير السنوية توصلنا إلى النتائج التالية:

- تبين أن البنك الإسلامي الأردني أفصح عن المعلومات الإجتماعية في تقاريره السنوية، حيث كان الإفصاح وصفيا وكميا على عكس بنك البركة الجزائري الذي شملت تقاريره السنوية وصفا لعناصر المسؤولية الإجتماعية؛

- من خلال الإطلاع على التقارير السنوية للبنكين، تبين لنا عدم وجود نظام محاسبي متعلق بالإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية سواء بالجزائر أو الأردن؛
- تختلف تقارير مجالات المسؤولية الاجتماعية المعدة من قبل البنكين بالرغم من إنتمائهما إلى مجموعة البركة المصرفية والتي تعمل على نشر تقارير مفصلة عن المسؤولية الاجتماعية سواء على مستوى المجموعة ككل أو على مستوى الفروع والوحدات؛
- يعتبر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لبنك البركة الجزائري ضعيف مقارنة بالبنك الإسلامي الأردني، حيث أظهرت النتائج أن متوسط الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية لبنك البركة الجزائري يقدر بـ 13.33%.

ثانيا: التوصيات:

- من الضروري أن يقوم بنك البركة الجزائري بعملية الإفصاح عن الأداء الاجتماعي له، لما له من أهمية كبيرة في ربط أهداف البنك بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية على مستوى الجزائر؛
- وجوب قيام الجهات التشريعية بوضع تشريعات وقوانين تلزم البنوك على القيام بالإفصاح عن المحاسبة الاجتماعية في تقاريرها السنوية؛
- يعتبر الإفصاح الوصفي غير كافٍ ضمن التقارير السنوية، وإنما لا بد من وجود الإفصاح الكمي والمالي لأنهم مترابطين مع بعضهم البعض.

المراجع:

مراجع باللغة العربية:

- بوخلخال، يوسف.(2012): المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل المحاسبة الاجتماعية(الإفصاح المحاسبي).
- جربوع يوسف محمود.(2007)، مدى تطبيق القياس والإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في الشركات بقطاع غزة، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد الخامس عشر، العدد الأول، فلسطين..
- الحموري، صالح رولا والمعايطة رولا.(2015): المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من الألف إلى الياء، الطبعة الأولى، دار كنوز، الأردن.
- خلف ، بلال خلف(2014): أخلاقيات العمل، الطبعة الرابعة، دار الميسرة، الأردن.
- الصبان، سمير محمد.(1989): دراسات في المحاسبة المالية أصول القياس وأساليب الاتصال المحاسبي، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت.
- العليمات، توفان حامد محمد.(2010): القياس المحاسبي لتكاليف أنشطة المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في القوائم المالية الختامية، أطروحة دكتوراه، تخصص محاسبة، كلية الاقتصاد، قسم الدراسات العليا، جامعة دمشق.
- عنيزة، حسين هادي و علي، ماهر ناجي.(2014): تأثير الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في قرارات مستخدمي هذه القوائم دراسة تطبيقية واستطلاعية، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة الكوفة، العدد 26 ، العراق ..
- فداغ، الفداغ(2007)، مشكلات وحالات محاسبية"، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن.

مراجع باللغة الأجنبية:

- Burke lee & Richard C, «The discover of social accounting information», cost and management, May, June 1980.
- Gray, R. "The Social Accounting Project and Accounting Organizations and Society", Privileging Engagement, Imaginings, New Accountings and Pragmatism Over Critique?", Accounting Organizations and Society, 2002, Vol. 27.

- Nafez Abu-Baker, Corporate Social Reporting and Disclosure Practice in Jordan: An Empirical Investigation, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Al-Najah University, Nablus, Palestine. Received on 21/11/1998 and Accepted for Publication on 1/11/1999.

أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وأثرها في تعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية دراسة استطلاعية في عدد من الشركات الصناعية الصغيرة في محافظة نينوى

الباحث احمد عبدالستار الطالبي
جامعة الموصل

م. د. مارب حازم الغضنفري
جامعة الموصل

أ. د. أكرم احمد الطويل
جامعة الموصل

ملخص:

سعت هذه الورقة البحثية إلى تحديد علاقات الارتباط والتأثير بين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وتعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية في عدد من الشركات الصناعية الصغيرة في محافظة نينوى. ولتحقيق ذلك تم إعداد مخطط افتراضي يتضمن متغيرات الورقة البحثية، فضلاً عن صياغة عدد من الفرضيات الرئيسة والفرعية، وقد تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات والمعلومات، مع استخدام عدد من الأساليب الإحصائية لاختبار الفرضيات. ولمحدودية الدراسات التي تناولت العلاقة والتأثير بين هذه المتغيرات في البيئة العراقية ضمن حدود اطلاع الباحثين، فقد ضمنوا بحثهم الحالي هذه المتغيرات ضمن إطار شمولي. وبشكل عام حاولت الورقة البحثية الإجابة على التساؤل الآتي: ما طبيعة علاقات الارتباط والتأثير بين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وأبعاد المسؤولية الاجتماعية في الشركات المبحوثة؟ وقد توصلت الورقة البحثية إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها: وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وأبعاد المسؤولية الاجتماعية في الشركات المبحوثة، ووجود تأثير معنوي لأنشطة إدارة اللوجستك في أبعاد المسؤولية الاجتماعية في الشركات المبحوثة. واعتماداً على ذلك فقد تم تقديم مجموعة من المقترحات المنسجمة مع تلك الاستنتاجات مع تحديد آليات تنفيذها.

كلمات مفتاحية: اللوجستك الأخضر، أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

مقدمة

في ظل الاستنزاف الكبير للموارد الاقتصادية والبيئية أصبح وضع الانسان في كوكب الارض في خطر دائم الامر الذي دفع الحكومات ومنظمات حماية البيئة ومنظمات حقوق الانسان إلى زيادة الضغط على الشركات للالتزام بموضوع المسؤولية الاجتماعية، فضلاً عن توجيه الشركات عموماً ولاسيما الصناعية منها نحو زيادة الاهتمام بتخضير انشطتها التي تقوم بها كإطار لتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية المنشودة. ويُعد هذا البحث محاولة متواضعة لدراسة علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرين ذو اهمية متزايدة وهما أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية. ونظراً لمحدودية الدراسات التي تناولت متغيرات هذا البحث في العراق بعامه وفي محافظة نينوى بخاصة فقد وجد من المناسب تناول هذين المتغيرين ضمن إطار شمولي. وقد تضمن البحث المباحث الآتية: المبحث الأول: منهجية البحث. المبحث الثاني: الجانب النظري. المبحث الثالث: الجاني الميداني. المبحث الرابع: الاستنتاجات والمقترحات.

المبحث الأول: منهجية البحث

تناول هذا المبحث المنهجية المستخدمة في البحث وفق المحاور الآتية:

أولاً: مشكلة البحث:

تعد أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر من الموضوعات حديثة العهد نسبياً والتي حظيت باهتمام كبير وجاد من قبل الشركات الصناعية والخدمية في دول العالم المتقدمة نظراً للدور الذي تلعبه في المحافظة على البيئة وخدمة المجتمع الذي تعمل فيه. وتسعى الشركات بعامه ولاسيما الصناعية منها إلى الالتزام بمسؤولياتها تجاه المجتمع، فضلاً عن المحافظة على البيئة من التلوث والتي أصبحت تمثل أحد القيود على التنمية ولاسيما في الدول التي تسعى إلى تعزيز المسؤولية الاجتماعية ومنها العراق. ونظراً لمحدودية الدراسات التي تناولت هذا الموضوع في العراق بعامه وفي محافظة نينوى بخاصة من جهة ومن جهة أخرى قام الباحثون بدراسة استطلاعية أولية في عدد من الشركات

الصناعية في محافظة نينوى للفترة من 3/ 12/ 2017 ولغاية 10/ 12/ 2017 وإجراء مقابلات مع بعض المدراء والعاملين فيها وقد تبين محدودية معرفتهم بطبيعة علاقات الارتباط والتأثير بين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مما حفز الباحثون على تناول هذا الموضوع. وبشكل عام يمكن التعرف على مشكلة البحث من خلال طرح التساؤل الاتي: ما طبيعة علاقات الارتباط والتأثير بين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية في الشركات المبحوثة؟

ثانياً: اهداف البحث:

يسعى البحث الحالي إلى تحقيق الاتي:

- زيادة المعرفة النظرية والميدانية للمدراء والعاملين في الشركات المبحوثة حول أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وابعاد المسؤولية الاجتماعية.
- تحديد طبيعة علاقات الارتباط والتأثير بين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وابعاد المسؤولية الاجتماعية في الشركات المبحوثة.

ثالثاً: مخطط البحث الافتراضي:

الشكل (1) يعكس مخطط البحث الافتراضي



شكل 1: مخطط البحث الافتراضي. المصدر من اعداد الباحثين

رابعاً: فرضيات البحث

- الفرضية الرئيسة الاولى: توجد علاقة ارتباط معنوية بين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر مجتمعة وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الشركات المبحوثة. وانبثقت منها الفرضية الفرعية الاتية: توجد علاقة ارتباط معنوية بين كل نشاط من أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر منفرداً وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الشركات المبحوثة.
- الفرضية الرئيسة الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لأنشطة إدارة اللوجستك الأخضر مجتمعة في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الشركات المبحوثة. وانبثقت منها الفرضية الفرعية الاتية: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لكل نشاط من أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر منفرداً في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الشركات المبحوثة.

خامساً: منهج البحث:

عتمد الباحثون على المنهج الوصفي والتحليلي في وصف مجتمع وعينة البحث، فضلاً عن دراسة وتحليل علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث وصولاً الى النتائج ومن ثم الاستنتاجات وتقديم المقترحات وأليات تنفيذها.

سادساً: حدود البحث:

- الحدود المكانية: اقتصر البحث على مجموعة من الشركات الصغيرة في محافظة نينوى المتمثلة بـ (شركة الجزيرة للألبان المحدودة، شركة الوطنية لإنتاج الألبان، شركة الريان لإنتاج الألبان المحدودة، معمل راشي الحمدانية، معمل نجارة حسن، معمل نجارة السعيد، معمل الأهلية لإنتاج الأصباغ) وذلك لتعاون إدارات هذه الشركات مع الباحثين.
- الحدود الزمانية: حددت مدة البحث بمدة البدء بالبحث والمقابلات التي أجراها الباحثون بالإضافة لتوزيع استمارات الاستبيان على الأفراد المبحوثين واستلامها منهم ولحين انجاز البحث وهذه المدة استمرت من (2017/12/3) الى (2018/2/20).

سابعاً: مصادر جمع البيانات والمعلومات:

اعتمد الباحثون في جمع البيانات والمعلومات التي ساعدتهم في كتابة الجانب النظري والميداني والوصول إلى نتائج واستنتاجات البحث على المصادر الآتية:

- مصادر ثانوية تمثلت بالاستعانة ببعض المصادر العربية والاجنبية، فضلاً عن الدوريات والرسائل والاطاريح الجامعية والبحوث من شبكة الانترنت التي لها علاقة بموضوع البحث لتغطية الجانب النظري للبحث ودعم الجانب الميداني له.
- مصادر اولية تمثلت بالاستبانة (*)؛ حيث اعتمد الباحثون على الاستبانة كأداة رئيسة للحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بالجانب الميداني للبحث. وقد تم اعداد العبارات المتعلقة بأنشطة إدارة اللوجستك الأخضر بالاعتماد على آراء ودراسات بعض الكتاب ومنهم: (Chris, 2011)، (بوتي، 2011)، (اغا، 2012)، (Nyland, 2012)، (Ozlen & Omerhodzic, 2013). في حين تم اعداد العبارات المتعلقة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية بالاعتماد على آراء ودراسات بعض الكتاب ومنهم: (صالح، 2011)، (رحماني، 2014)، (Kohoutkova, 2015)، (Birim, 2016)، (Harkonen, 2017).

ثامناً: الوسائل الإحصائية المستخدمة:

استخدم الباحثون الوسائل الاحصائية الاتية (التكرارات والنسب المئوية، معامل الارتباط البسيط والمتعدد، معامل التحديد R^2 ، الانحدار الخطي البسيط والمتعدد، اختبار F، واختبار T) وذلك لوصف الافراد المبحوثين وتحديد علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث بهدف استخلاص النتائج.

تاسعاً: اختبارات ثبات الاستبانة:

يهدف التعرف على مدى صلاحية المقياس وثبات الاستبانة تم استخدام مقياس (Alpha-Cronback) وقد بلغت قيمة معامل المقياس المذكور (0.941) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوية (0.05) وتشير هذه النتيجة إلى قوة ثبات الاستبانة المستخدمة (Uma, 1992, 76-78).

المبحث الثاني: الجانب النظري

المحور الأول: اللوجستيات الخضراء:

يتضمن هذا المحور الفقرات الآتية:

(*) أنموذج استمارة الاستبانة في الملحق (1)

أولاً- مفهوم اللوجستك الأخضر:

اشار (Sbihi&Eglese,2010,159) إلى ان العقدين الاخيرين من القرن العشرين شهدا قلقاً متزايداً ازاء الاثار البيئية على كوكب الارض من النشاطات البشرية والممارسات اللوجستية والتي قد لا تكون مستدامة على المدى البعيد. وحدد (Nyland,2012,12) ان المشاكل البيئية التي نشأت من النمو الاقتصادي كاستنفاد طبقة الاوزون، الاختفاء السريع للغابات المطرية، تلوث الهواء والمياه، ندرة مطامر النفايات وحدثت ظاهرة الاحتباس الحراري بدأت تشكل تهديداً لجودة الحياة. وبذلك أصبح اللوجستك التقليدي غير قادر على تلبية متطلبات المجتمع الحديث وله تأثير كبير على البيئة (Deng&Huang,2012,1). فالقضايا البيئية تؤثر في العديد من القرارات اللوجستية لذا ظهر مفهوم اللوجستك الأخضر (Carlsson,2013,14). وقد عرف (Berishy,et.al,2013,2) اللوجستك الأخضر على انه انضباط متعدد الواجه، والذي يضم العناصر الاقتصادية والبيئية والاجتماعية، وتركز على الاجراءات المتخذة لتقليل الاثار الضارة على البيئة وتقديم الادوات والسلوكيات التي تساهم في تحسين المجتمع ومستواه الاقتصادي. وباتجاه متصل حدده (Stolka,2014,303) بأنه نشاط تنظيمي يأخذ في الحسبان القضايا البيئية وتكاملها في إدارة سلسلة التجهيز لغرض تغيير الاداء البيئي للمجهز والزبون. وذكر (Rensburg,2015,3) بأنه الأنشطة او الممارسات التي تهدف إلى الحد من الاثار البيئية للممارسات اللوجستية من خلال ادخال إدارة بيئية فعالة للتدقيق الامامي والعكسي للمنتجات. وعرفه (Aziz,et.al, 2016, 123) بأنه تكامل القضايا البيئية مع الأنشطة اللوجستية بهدف اتخاذ القرارات التي من شأنها تقليل التأثيرات السلبية لتلك الأنشطة على البيئة. واتساقاً مع ما تقدم يرى الباحثون بأن اللوجستك الأخضر هو العملية التي تسعى إلى دمج الاعتبارات البيئية في جميع ارجاء وأنشطة الشركة فضلاً عن الاعتبارات الاقتصادية والاجتماعية وذلك بهدف تقليل التلوث البيئي الذي تنتجه تلك الأنشطة وحماية البيئة وتقليل الهدر في استهلاك الموارد الطبيعية وتحقيق الكفاءة في استهلاك الطاقة.

ثانياً: اهمية وفوائد اللوجستك الأخضر:

تبرز اهمية اللوجستك الأخضر من خلال اهتمامه بالحد من التلوث الناتج عن جميع أنشطة اللوجستك، فاللوجستك التقليدي لا يقوم بتطبيق اللوجستك الصديق للبيئة ولا يقوم باتباع المعايير البيئية في عملياته المختلفة، اما اللوجستك الأخضر فإنه يقوم بنفس العمليات اللوجستية ولكن عن طريق اتباع المعايير البيئية (الشيخ، 2013، 178). واللوجستك الأخضر يقلل من الاثار البيئية لجميع العمليات، من توريد المواد الخام إلى الاستهلاك النهائي وتحديد النتائج في إعادة التدوير بعد الاستخدام، وإعادة الاستخدام والتخلص من النفايات (Pak,2013,1). وان أنشطة اللوجستك الأخضر تتضمن قياس الاثر البيئي لاستراتيجيات التوزيع المختلفة، وتقليل استخدام الطاقة في الأنشطة اللوجستية، وتقليل النفايات وادارتها وعلاجها (Stolka,2014,303). ويعدّ اللوجستك الأخضر مهم جداً لحماية البيئة وتوفير الموارد وتحقيق التنمية المستدامة للمجتمع من خلال الاتي: (Rong,2011,4635): أ-يستند اللوجستك الأخضر على الصيانة والتنمية المستدامة للبيئة، ويعطي الاولوية لترشيد استهلاك الموارد والحد من الضرر الذي يلحق بالبيئة، ويشجع على تطوير المجتمع والاقتصاد والبيئة معاً. ب-يسهم اللوجستك الأخضر في تحقيق قيمة اقتصادية واجتماعية كبيرة للشركات وجعلها قادرة على الحصول على ميزة تنافسية جديدة. ت-يساعد اللوجستك الأخضر في تحسين القدرة التنافسية الدولية للشركات.

ثالثاً-أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر:

تباينت وجهات النظر المقدمة عن أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر من حيث تأكيدها على بعض الأنشطة دون اخرى إلا أن اغلب الكتاب ومنهم) : (Xuezhong,et.al, 2011, 334), (Xiu & chen, 2012, 2766), (Tang, et.al, 2013, 1337), (Odruta & Alexandru,2015,116), (Zhou & Zhang, 2009, 252), (Wu & Dunn, 1995, 21). قد إتفقوا على أن أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر تتمثل بـ (الشراء الأخضر، والنقل الأخضر، والتخزين الأخضر، والتصنيع الأخضر، والتعبئة الخضراء والتغليف الأخضر، واللوجستيات العكسية). والاتي ايضاح مختصر لكل نشاط من أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر:

- نشاط الشراء الأخضر: يُعد نشاط الشراء الأخضر من العناصر المهمة في إدارة اللوجستك الأخضر ويحتاج إلى اجماع في اتخاذ القرار بين الاقسام المختلفة ويحتاج ايضاً إلى دراسة العوامل البيئية عند اتخاذ قرار الشراء (Kui,et.al,2007,559). ويعد أيضاً من الحلول التي تفيد الشركات المهتمة بالبيئة والمحافظة عليها من الناحية الاقتصادية كما انه مفهوم مهم في الحصول على

مجموعة مختارة من المنتجات (السلع والخدمات) التي تقلل من الاثر البيئي (Ninlawan,2010,2). وأوضح (Vazifehdoust, et.al, 2013, 2490) ان الشراء الأخضر هو عملية تطبيق المعايير البيئية عند اختيار المواد والمنتجات لتقليل اثارها السلبية على البيئة طوال دورة حياتها. اما الدوافع التي تدفع الشركات إلى تبني ممارسات الشراء المفضلة بيئياً التي تساعد على تحسين البيئة فقد حددها (Shekari, et.al, 2011, 543) بالاتي:

- استجابة إلى اهتمامات الزبائن بالمنتجات الصديقة للبيئة والممارسات الصديقة للبيئة.
 - تمايز الشركة ومنتجاتها عن المنافسين. - محاولة تقليل الكلف.
- نشاط النقل الأخضر: ذكر (Wang & Luo, 2010, 11-12) ان نشاط النقل الأخضر هو أحد أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر والذي يهدف إلى زيادة كمية المواد والمنتجات التي يتم نقلها بأقل ضرر ممكن على البيئة من خلال تسهيل عملية السير والمرو في مناطق سير وسائط النقل كالطرق البرية، الامر الذي ينعكس على تقليل حجم الانبعاثات من غاز ثاني اوكسيد الكربون (CO₂) الناتج عن اشتغالها. وأضاف (Jumadi & Zailani, 2010, 262) بأنه يشير إلى استخدام نوع من الوقود الذي يكون له اقل تأثير ممكن في تلوث البيئة والعمل على تقليل التلوث من خلال استخدام النقل المتعدد والتخصيص المتعدد. وذكر (Karagulle, 2012, 457) بأنه خدمة النقل التي تقلل أو تخفف الأثر السلبي للنقل على الصحة البشرية والبيئة الطبيعية بالمقارنة مع خدمات النقل المنافسة التي تخدم الغرض نفسه. اما الهدف من نشاط النقل الأخضر فقد أوضح (Psaraftis, 2016, 6) بأن الهدف من نشاط النقل الأخضر بوصفه أحد أنشطة اللوجستك الأخضر هو: 1- التأكد من أن أنظمة النقل تلي احتياجات المجتمع مع التأكيد على التقليل من أثاره السلبية على البيئة والمجتمع والاقتصاد. 2- تحقيق مستويات مستدامة من استخدام الطاقة والتقليل من الغازات الدفيئة. 3- خفض انبعاثات الملوثات. 4- تحقيق تحول متوازن نحو طرق صديقة للبيئة. 5- التقليل من الضوضاء المصاحبة لعملية نقل المنتجات.
 - نشاط التخزين الأخضر: ذكر (Tan, et.al, 2009, 1) بأن هذا النشاط يطلق عليه بالتخزين المستدام والذي يتعلق بتكامل وتحقيق التوازن وإدارة المدخلات والمخرجات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية لعمليات نشاط التخزين، فالشركات التي تسعى إلى تحقيق التخزين المستدام لا تأخذ في الحسبان العوامل الاقتصادية فقط كالإيجار وكلف العمليات ولكن ايضاً تحقيق التوازن مع الاثار البيئية والاجتماعية التي تحدث داخل المخزن، فضلاً عن المساحة المجاورة والمحيط بالمخزن. وأشار (Jumadi & Zailani, 2010, 262) إلى ان نشاط التخزين الأخضر يشير إلى اعتماد الائمة في عملية تخزين المواد والمنتجات لتوفير كلفة العاملين، فضلاً عن اعتماد المواد الصديقة للبيئة في تعقيم المواد والمنتجات المخزونة وإعتماد طريقة الخزن المركزي لتقليل الإنتشار إلى المحيط وكذلك تقليل التأثير السلبي للتخزين على البيئة. وفيما يتعلق بالهدف من نشاط التخزين الأخضر فقد أشار (Guirong & Yuxin, 2010, 567) بأن الهدف من نشاط التخزين الأخضر هو امكانية الإستفادة من تصميم المخازن واستراتيجية التخزين لتقليل كلفة اللوجستيات، فضلاً عن تقليل تلوث البيئة. وذكر (Khan & Khan, 2012, 5) بأن الإدارة الفعالة للمخازن يُمكن أن تساهم ايضاً في تقليل الهدر والضيعات إلى حد كبير.
 - نشاط التصنيع الأخضر: يُعد نشاط التصنيع الأخضر بمثابة الاسلوب الانتاجي الذي يهدف إلى تحقيق الاستخدام الكفوء للموارد المتاحة في جميع المراحل الانتاجية، فضلاً عن الحد من التلوث وانبعاث الغازات الدفيئة من جهة، وتخفيض التكلفة المترتبة على اصابات العاملين من جراء ذلك التلوث من جهة أخرى (Ninlawan, et.al, 2010, 2). وأشار (Jian, 2013, 1223) ان التصنيع الأخضر هو مصطلح يستخدم لوصف ممارسات التصنيع التي لا تضر بالبيئة خلال اي جزء من عمليات التصنيع، ويشدد على استخدام العمليات التي لا تلوث البيئة ولا تسبب ضرر للزبائن والعاملين أو غيرهم من اعضاء المجتمع. وفيما يتعلق بالهدف من نشاط التصنيع الأخضر فقد اشار (Li, et.al, 2013, 1) إلى ان التصنيع الأخضر يلعب دوراً رئيساً في توفير مصادر الطاقة النظيفة والحد من الانبعاثات في الغلاف الجوي ويحد من أثر الغازات المسببة للاحتباس الحراري، ويعمل على حفظ الموارد الطبيعية والطاقة وتعظيم العائد وتقليل النفايات، وبذلك فإنه سيكون مهم ليس فقط لقطاع الطاقة المتجددة والتقنيات النظيفة التي أخذت تنمو بسرعة فحسب، ولكن ايضاً يكون مفيد إلى حد كبير للمجتمع والاقتصاد. وأوضح (Zainudin, 2014, 23) ان التصنيع الأخضر يهدف إلى تحقيق 3R وهي (التخفيض Reduce، وإعادة الاستخدام Reuse، وإعادة الاسترجاع Recovery). وأضاف (Nukman, et.al, 2017, 371) ان التصنيع الأخضر يحقق: 1- تخفيض كلفة المواد

الخام، وذلك باستخدام طاقة اقل وإعادة استخدام النفايات المعاد تدويرها بدلاً من شراء مواد جديدة للإنتاج. 2-تقليل الأثر البيئي على المجتمع والذي من شأنه تحسين صورة الشركات.

- نشاط التعبئة الخضراء والتغليف الأخضر: أوضح (Crumrine,2004,2) بأن الأثار البيئية لمواد التعبئة والتغليف ونفاياتها أصبحت قضية ذات اهتمام متزايد من قبل الحكومات والشركات في جميع انحاء العالم، اذ تستخدم جميع الشركات الصناعية انواع وكميات مختلفة من المواد لتعبئة وتغليف منتجاتها بهدف المحافظة عليها، واليوم تتأثر بيئتنا الطبيعية بشكل سلبي بمواد ومنتجات التعبئة والتغليف ونفاياتها. لذا يعد التخلص من نفايات التعبئة والتغليف أمراً هاماً وضرورياً تتطلبه مقتضيات البيئة النظيفة الآمنة، وهذا أدى إلى اضافة بعداً جديداً لنشاط التعبئة والتغليف ألا وهو التعبئة والتغليف الصديق للبيئة (عبدالمحسن، 2006، 5). وأشار (Li&Yanmin,2011,56) إلى أن التعبئة الخضراء والتغليف الأخضر هي التعبئة والتغليف التي يمكن أن تلي اقتصادياً المتطلبات الوظيفية للمنتجات طوال دورة حياتها من دون ان تسبب باي ضرر على البيئة الايكولوجية او صحة الانسان. وأكد (Choudhary&Seth,2011,4991) على أهمية التعبئة والتغليف الصديقة للبيئة التي تعمل ضمن سياق اللوجستك الأخضر على توفير الكلف وتعزيز المنافسة والعمل على التحسين البيئي للتعبئة والتغليف بهدف استمرار العبوات والاغلفة.

- نشاط اللوجستيات العكسية: يعد نشاط اللوجستيات العكسية أحد المجالات الأكثر أهمية بالنسبة لإدارة اللوجستك والذي عادة ما كانت تغفله الشركة او تعطيه أهمية قليلة. ويمثل كل من التخلص من وإعادة دوران مواد العادم او الفائض او المواد المتقدمة وشراء المنتجات المعاد تصنيعها او المجددة والتعامل مع المنتجات المعادة والعيوب وجهاً من اوجه برامج اللوجستيات العكسية الشاملة، وقد أصبحت هذه المهام أكثر أهمية بسبب العوامل البيئية وإدراك اوجه العائد من اللوجستيات العكسية (ستوك ولامبرت، 2009، 386). اما مفهوم اللوجستك العكسي فقد بينت جمعية اللوجستيات العكسية (RLA)* أن اللوجستك العكسي يعني كل الأنشطة المرتبطة بالمنتج ما بعد نقطة البيع، والهدف الاساسي منه هو تحسين أو جعل نشاط ما بعد البيع أكثر كفاءة، وبالتالي توفير المال والموارد البيئية (Elmas & Eldogmus,2011,165). وعرفه (Dheeraj & Rishal,2012,81) بأنها مصطلح يستخدم في معظم الأحيان للإشارة إلى دور اللوجستيات في إرجاع المنتج، وتخفيض الموارد، وإعادة التدوير، واستبدال المواد، وإعادة استخدام المواد، والتخلص من النفايات، وإعادة التصنيع والاصلاح. وعرفه (حنظل، وحسين، 2017، 52) بأنه العملية التي يتم من خلالها استلام المنتجات التي من الممكن إعادة تصنيعها او إعادة تدويرها ومن ثم إعادة استخدامها او بيعها او التخلص منها من نقطة الاستهلاك وذلك بهدف توليد القيمة وتقليل التلوث البيئي والمساهمة في تحقيق استدامة الموارد. وأشار (Yimsiri,2009,4) إلى أن تزايد الإهتمام بتنفيذ اللوجستيات العكسية يعود إلى الأسباب الآتية: 1-القوانين البيئية التي تجبر الشركات على استعادة منتجاتها والاعتناء بها. 2-الفوائد الاقتصادية لاستخدام المنتجات المدورة أو المعادة في عملية الإنتاج بدلاً من دفع كلف إضافية للتخلص منها. 3-تزايد الوعي البيئي للزبائن.

المحور الثاني المسؤولية الاجتماعية:

يتضمن هذا المحور الفقرات الآتية:

أولاً-مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

(Mondy, 2008, 39) الى ان المسؤولية الاجتماعية تعني التزام الإدارة بالتصرفات والمهام كافة نحو تحقيق وضمان حماية المجتمع. وعرفها (J.Camacho, 2012, 15) بأنها اسلوب او نمط اداري في قيادة الشركات نحو تحسين الانشطة جميعها الاجتماعية والاقتصادية والبيئية لها. وذكر (رجب، وحسين، 2015، 143) بأنها التصرف على نحو يتسم بالمسؤولية والمسألة أمام الجميع سواء كانوا العاملين بالوحدة او خارجها او المجتمع ككل او الافراد او الحكومة او أصحاب المصالح. وحددها (Kohoutkova, 2015, 19) بأنها مفهوم تقوم فيه الشركات بدمج الشواغل الاجتماعية والبيئية في عملياتها التجارية وفي تفاعلها مع أصحاب المصلحة على أساس طوعي. وأوضح (Savolainen, 2016,)

*Reverse Logistic Association (RLA) وتشير الى جمعية اللوجستيات العكسية

13) بأنها إلزام الشركة اخذها بالحسبان المتغيرات الاجتماعية والبيئية والاعمال الخيرية واهتمامات المساهمين عند صنع قرارات التصنيع والعمليات اليومية. وأضاف (Lin & et.al, 2017) بأنها تعني تحديد اهداف للجودة والوقت والكلفة التي يجب اخذها بالاعتبار من قبل المساهمين للاستجابة لمعالجة المشكلات الاجتماعية والبيئية المعاصرة في دورة حياة المشروع. واتساقاً مع ما تقدم نرى أن المسؤولية الاجتماعية تشير الى التعاون والتكامل بين الشركة والمجتمع لتعزيز الروابط بينهما بهدف تحسين حالة المجتمع وتقوية الصورة الذهنية للشركة من خلال الاعمال الطوعية التي تقوم بها الشركة.

ثانياً-اهداف المسؤولية الاجتماعية:

ان التطبيق الناجح للمسؤولية الاجتماعية للشركات يحقق مجموعة من الاهداف أهمها: (Awomodu, et.al., 2015, 4)، (Zhou, 2017, 45)

- توسيع التأثير الإيجابي للأعمال التجارية وتقليل الآثار السلبية
- استخدام السلطة التجارية بطريقة مسؤولة
- المساهمة في مجتمع جيد من خلال القيام بما هو صحيح اخلاقياً
- تأسيس سمعة (مكانة ذهنية) للعلامة التجارية للشركة.
- تدعيم بشكل غير مباشر التسويق والمبيعات وبالتالي تحقيق أرباح للشركة على المدى الطويل
- بناء علاقات جيدة وقوية مع الزبائن.

ثالثاً: مزاي التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية:

ان المزايا التي تعود على الشركات عند التزامها بالمسؤولية الاجتماعية هي: (Bratenius, 2015, 14)، (Idowu & et.al., 2016, 158)، (Birim, 2016, 72)، (Harkonen, 2017, 33):

- زيادة القدرة التنافسية للشركة. اذ يؤدي تطبيق المسؤولية الاجتماعية الى تحسين صورة وسمعة الشركة وبالتالي تفوقها على المنافسين.
- استجابة الزبائن بشكل إيجابي تجاه الشركة
- زيادة قيمة الأسهم وكذلك قيمة الشركة.
- تحفيز العاملين والاحتفاظ بهم من خلال توفير بيئة عمل مناسبة والمشاركة في الأنشطة الطوعية وهذا من شأنه أن يؤدي الى زيادة الإنتاجية وتحقيق وفورات في الكلف.
- تمكن الشركات من خفض دوران العمالة والإحتفاظ بالموظفين على المدى الطويل، فضلاً عن جذب الموظفين ذوي الخبرات العالية الى الشركة
- تسهم في تحسين موقع الشركة في السوق الحالي، فضلاً عن فتح أسواق جديدة
- تسهم في تعزيز رفاه مواردها البشرية والمجتمع المحيط بها
- توليد الإنطباعات الإيجابية بين أصحاب المصلحة.
- التقليل من المخاطر الاجتماعية التي تترتب على قيام الشركات بنشاطها الاقتصادي والمتمثلة في الإلتزام البيئي واحترام قوانين العمل والمواصفات القياسية، وقد تكون هناك بعض الآثار المالية المباشرة كتجنب الغرامات مثلاً.

رابعاً-وظائف المسؤولية الاجتماعية:

أوضح (Martinez & et.al, 2016, 12) أن الوظائف التي ينبغي على الشركات أن تتصرف بها بمسؤولية وفقاً لدورهم في المجتمع هي:

- وظيفة داخلية: وهي طبيعة اقتصادية تهدف الى توزيع السلع والخدمات التي من شأنها توليد فرص عمل جديدة وزيادة الدخل لأفراد المجتمع.
- وظيفة وسيطة: تلبى التوقعات والقيم والأولويات الاجتماعية لأصحاب المصلحة.
- وظيفة خارجية: تحاول التقليل من الاختلالات الاجتماعية والبيئية في المجتمع.

خامساً- ابعاد المسؤولية الاجتماعية:

اتفق عدد من الكتاب والذين منهم (Harkonen, 2017, 30)، (Sila & Cek, 2016, 798)، (Idowu & *et.al.*, 2016, 225)، (Kohoutkova, 2015, 25)، (صالح، 2011، 75)، (Ming, *et.al.*, 2010, 1)، على ان ابعاد المسؤولية الاجتماعية تتمثل بـ (البعد الاقتصادي، والبعد القانوني، والبعد الأخلاقي، والبعد الخيري).

فيما هو أت ايضاح لكل بعد من ابعاد المسؤولية الاجتماعية:

- **البعد الاقتصادي:** أشار (Chvoshbshi, *et.al.*, 2012, 627) بأن البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية يعني قيام منظمات الاعمال بإنتاج السلع والخدمات التي يحتاجها المجتمع واتاحتها بالسعر المرضي للمجتمع والمستثمر معا بما يحقق في الوقت نفسه الديمومة والبقاء للشركة. وحدده (الحسن، 2014، 13) بأنه يعني أن تكون الشركة نافعة ومجدية اقتصادياً، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للأخرين. وعرفه (رجب، وحسين، 2015، 144) بأنه يشير الى ايجاد القيمة من خلال انتاج السلع والخدمات التي يحتاجها المجتمع وتقديم الخدمات من خلال توفير فرص عمل ومصادر دخل وبشرط بقاء وجودها الذي يركز على ان تكون نتيجة النشاط مربحة. وذكر (قهواجي، وحسان، 2016، 6) بأنه يستند الى مبادئ المنافسة والتطور التقني، إذ يشتمل على مجموعة كبيرة من عناصر المسؤولية الاجتماعية التي ينبغي ان تؤخذ في إطار احترام قواعد المنافسة العادلة والحرية والاستفادة التامة من التطور التقني. وأضاف (Ho, 2017, 71) بأن البعد الاقتصادي للمسؤولية الاجتماعية يتضمن تحقيق الأهداف الاقتصادية للشركات ويجاد فرص عمل لبناء علاقة مع المجتمع المحيط الذي تعمل فيه الشركة والمساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع.
- **البعد القانوني:** أشار (Rahman & Corinne, 2012, 308) ان البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية يعني جملة التشريعات التي تحمي المجتمع والمنصوص عليها من خلال القوانين التي من الواجب ان تنصاع اليها الشركات وتلتزم بها. وذكر (وهيبة، 2014، 79-80) انه يندرج في هذا الإطار الالتزام الواعي او الطوعي بالقوانين والتشريعات الحاكمة لمختلف الجوانب في المجتمع سواء كان هذا في الاستثمار او الأجور او العمل او البيئة او المنافسة او غيرها. وعرفه (عثمان، ومحمد، 2015، 124) بأنه التزام شركات الاعمال بإنجاز مسؤولياتها الاقتصادية ضمن الإطار القانوني للدولة والقواعد المتفق عليها، فهو تجسيد العمليات العادلة كما هو منصوص عليها من قبل المشرعين، ومثال على ذلك (أمن العاملين، المقاييس البيئية، قوانين الضريبة، ...) وضمان تطبيقها بشكل صحيح وعادل، وان تفي الشركة بالمتطلبات القانونية اللازمة لمنتجاتها. وأوضح (Ho, 2017, 71) بأن البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية يتضمن الوفاء بالمتطلبات الحكومية وضمان السلامة المهنية وبيئة عمل عادلة وتحقيق الرفاهية للعاملين والزبائن وفق القوانين.
- **البعد الأخلاقي:** أشار (Smith, 2007, 311) بأن البعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية يعبر عن القيم والعادات الأخلاقية والإنسانية السائدة التي اعتاد عليها الجميع بأنها هي العمل الصحيح. وعرفه (Ming, *et.al.*, 2010, 1) بأنه الالتزام بالأشياء العادلة والنزهة وتجنب إلحاق الأذى بأصحاب المصلحة. وأوضح (وهيبة، 2014، 80) بأنه مراعاة الشركة للجانب الأخلاقي في كل قراراتها ومسايرها في الصناعة التي تعمل بها تجنباً لأي ضرر قد يلحق بالمجتمع. وذكر (الحدراوي، والعطوي، 2015، 36) ان البعد الأخلاقي يركز على ممارسة السلوك الأخلاقي واحترام حقوق الانسان والعادات والتقاليد، وكذلك يتضمن عدم انتهاك الشركة للمبادئ المتفق عليها والتي تحدد الصواب والخطأ عند توجيهها لأعمالها. وأضاف (Ho, 2017, 71) بأنه السلوكيات التجارية اللازمة التي لا يشترطها القانون ولكن متوقعة ومطلوبة من قبل المجتمع مثل المنتجات الآمنة والخدمات ذات الجودة المناسبة التي ينبغي ان توفرها الشركات، ويتضمن البعد الأخلاقي للمسؤولية الاجتماعية تطبيق مبادئ اخلاقيات الاعمال وتنفيذها وتوفير منتجات ذات جودة جيدة ورعاية منافع الزبائن.

- البعد الخيري: أشار (Ming, et.al., 2010, 1) الى أن البعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية يعني استثمار الموارد للمجتمع وتحسين جودة الحياة، وأن تكون الشركات كمواطن صالح يخدم مجتمعه الذي يعمل فيه. وعرفه (Gayo, 2012, 3) بأنه أعمال ليست لها قواعد او تنظيم دقيق يتم تنفيذها طوعا من قبل الشركة وتتضمن المواقف الايجابية واعمال الخير والتبرعات. وحدده (رجب، وحسين، 2015، 144) بأنه قيام الفرد او الوحدة الاقتصادية من تلقاء نفسها بمعالجة ما تركته من اثار وان تعكس ذلك من خلال الرغبة في رؤية الشركات تعمل في مجال تحسين رفاه المجتمع. وأضاف (Ho, 2017, 71) بأن البعد الخيري للمسؤولية الاجتماعية يتضمن المساهمة في زيادة رفاه المجتمع المحلي والمساهمة في صندوق الرعاية الاجتماعية للمجتمع الذي تعمل فيه الشركة.

المبحث الثالث: الجانب الميداني

ويتضمن هذا المبحث المحاور الآتية:

أولاً: وصف الشركات مجتمع الدراسة ومبررات اختيارها:

تم اختيار مجموعة من الشركات الصناعية الصغيرة في محافظة نينوى ميداناً للبحث الحالي وتمثل مجتمع البحث بـ (شركة الجزيرة لإنتاج الألبان المحدودة، شركة الريان لإنتاج الألبان المحدودة، شركة الوطنية لإنتاج الألبان، معمل رايشي الحمدانية، معمل نجارة حسن، معمل نجارة السعيد، معمل الأفق لإنتاج الأصباغ-اصباغ الاهلية). ولعل أهم مسوغات اختيار هذه الشركات ميداناً للدراسة هي ما يأتي:

- وضوح متغيرات البحث لأغلب الافراد المبحوثين في الشركات المبحوثة.
- تتوفر لدى هذه الشركات كواادر ادارية وفنية ذات خبرة ومهارة مناسبة في ميدان تخصصها.
- الدور الكبير للشركات المبحوثة في تلبية احتياجات الزبائن.
- اهتمام الزبائن بمنتجات هذه الشركات وحاجتهم اليها.
- استمرار هذه الشركات في انتاجها على الرغم من صعوبة الظروف التي مرت بها محافظة نينوى.
- قيام المدراء والعاملين في الشركات المبحوثة بالتعاون مع الباحثين ومساعدتهم في الاستجابة لاستمارة الدراسة والحصول على البيانات والمعلومات المطلوبة.

والجدول (1) يوضح وصف مبسط للشركات المبحوثة:

جدول 1: وصف مبسط للشركات المبحوثة

ت	اسم الشركة	موجز مختصر عن الشركة	أهم منتجات الشركة
1.	شركة الجزيرة لإنتاج الألبان المحدودة	تأسست الشركة عام (1989) وعدد العاملين فيها (80) وتهدف الى تنشيط القطاع الخاص وتشجيع المنتجين للحليب الى تسليمه الى الشركة للقيام بإنتاج وتوفير المنتجات للأسواق المحلية. وتمتلك الشركة موقعين للإنتاج وثلاثة منافذ توزيع، فضلاً عن السيارات الجواله للتوزيع. علماً ان الشركة حاصلة على شهادة جهاز التقييس والسيطرة النوعية العراقية.	قيمر محلي، كريم حر، لبن بأنواعه " لبن كامل الدسم / لبن قليل الدسم"، أجبان، والشنيّة، فضلاً عن انتاج الاليس كريم.
2.	شركة الوطنية لإنتاج الألبان	تأسست الشركة عام (2001) وعدد العاملين فيها (84) عامل وتهدف الشركة الى تلبية احتياجات الزبائن من منتجات الالبان في محافظة نينوى. وتضم الشركة عدة اقسام إدارية ونتاجية، فضلاً عن مراكز البيع المنتشرة في	اللبن بأنواعه، الجبن، القشطة، الحليب المطعم، القيمر.

		محافظة نينوى، وتمتلك الشركة موقعين للإنتاج وحاصلة على شهادة التقييس والسيطرة النوعية العراقية عام 2002.	
3.	شركة الريان لإنتاج الألبان المحدودة	تأسست الشركة عام (1990) وعدد العاملين فيها (40) عامل، وتمتلك الشركة (5) خطوط إنتاجية وموقعين للإنتاج وفرعين للتوزيع في مدينة الموصل وموقع آخر في محافظة أربيل. وتتطلع الشركة إلى إضافة خط انتاجي جديد لانتاج الاليس كريم. والشركة حاصلة على شهادة التقييس والسيطرة النوعية عام 1994.	الالبان ومشتقاته، القيمر، الاجبان، والقشطة.
4.	معمل راشي الحمدانية	تأسس المعمل عام (1972) وعدد عامليه (12) وأبدع المعمل في إستخدام السمس العراقي بعذّه من أجود الانواع ومنافذ توزيعه تقتصر على بيع المنتج على المحلات التجارية والزبائن	الراشي بأنواعه.
5.	معمل نجارة حسن	تأسس المعمل عام (1979) وعدد العاملين فيه (28) عامل ويستخدم المعمل اجود أنواع الاخشاب لتقديم منتجات ذات جودة جيدة الى الزبائن.	غرف نوم، طاولة طعام، منضدة دراسية، كراسي .. وغيرها.
6.	معمل نجارة السعيد	تأسس المعمل عام (1984) وعدد عامليه (30) عامل ويتكون المعمل من قسمي قسم الادارة ويتفرع الى (قسم التسويق/ قسم المشتريات) والقسم الآخر قسم العمال (ورشة صغيرة لصيانة المكنان والمعدات) وتنتشر منافذ توزيعه في الاسواق المحلية.	صناعة الملاين وابواب الصاج.
7.	معمل الأفق لإنتاج الاصباغ (أصباغ الأهلية)	تأسس المعمل عام (1997) وعدد عامليه (34) عامل. ويهدف المعمل الى تلبية حاجة السوق المحلية من الاصباغ، ويقدم اصباغ ذات جودة جيدة وأسعار تنافسية.	اصباغ دهنية مستحلبة، اصباغ الاملشن

ثالثاً-وصف الافراد المبحوثين:

تم اختيار عينة قصدية تمثلت بالأفراد الذين لديهم الخبرة والدراية والعلم بأنشطة الشركة وعملياتها ضمناً لتحقيق الاستفادة من البيانات والمعلومات الدقيقة والمفيدة المقدمة من قبلهم فضلاً عن الصلاحيات التي يتمتعون بها في اتخاذ القرارات التي يمكن ان تسهم في اجراء تغييرات جديّة في مجمل أنشطة الشركة وبالتالي امكانية الحصول على الافكار والمقترحات التي تعزز من اهمية البحث. وقام الباحثون بتوزيع (70) استمارة على الافراد المبحوثين في مواقع عملهم في الشركات المبحوثة وتم الحصول على (60) استمارة صالحة للتحليل، أي بلغت نسبة الاستجابة (85.7%). ويوضح الجدول (2) خصائص الافراد المبحوثين في الشركات المبحوثة:

يظهر من الجدول (2) المركز الوظيفي للأفراد المبحوثين اذ تبين ان الإدارة العليا للشركة تمثل (20%) في حين ان الإدارة الوسطى والإدارة الدنيا شكلت (80%) من اجمالي افراد العينة، وهذا مؤشر حسن يدل على عدم حصر الاستبانة بمستوى اداري دون اخر اذ تم الحصول على اراء من مختلف المستويات الادارية. كما تبين من الجدول (2) ان التحصيل الدراسي للأفراد المبحوثين الذين يحملون مؤهلاً علمياً جيداً يمكنهم من فهم استمارة الاستبانة والتعامل معها بشكل صحيح ودقيق قد بلغت نسبته (78.33%). كما يتضح أن (90%) من الأفراد المبحوثين لديهم خدمة في الشركة ستة سنوات فأكثر مما أسهم ذلك في تحسين خبرتهم ومعرفتهم بأعمال الشركة وله الأثر الكبير في التعامل مع استمارة الدراسة.

رابعا-علاقة الارتباط بين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الشركات المبحوثة:

يهدف تحديد علاقة الارتباط بين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية في الشركات المبحوثة، خصص هذا المحور للتحقق من امكانية قبول او رفض الفرضية الرئيسة الاولى والفرضية الفرعية المنبثقة منها وكالاتي: أ-علاقة الارتباط بين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة. ويعرض الجدول (3) نتائج علاقات الارتباط بين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وابعاد المسؤولية الاجتماعية في الشركات المبحوثة.

جدول 2: خصائص الافراد المبحوثين في الشركات المبحوثة

المنصب الوظيفي					
إدارة عليا		إدارة وسطي		إدارة دنيا	
العدد	%	العدد	%	العدد	%
12	20	20	33.33	28	46.67

التحصيل الدراسي									
عدادية		دبلوم فني		بكالوريوس		دبلوم عالي		ماجستير	
العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
13	21.67	17	28.33	25	41.67	3	5	2	3.33

سنوات الخدمة في الشركة (سنة)													
5-1		10-6		15-11		20-16		25-21		30-20		31 فأكثر	
العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
6	10	12	20	15	25	10	16.7	7	11.7	6	10	4	6.66

جدول 3: نتائج علاقة الارتباط بين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الشركات المبحوثة.

المؤشر الكلي	أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر (المتغير المستقل)						المتغير المعتمد
	الشراء الأخضر	النقل الأخضر	التخزين الأخضر	التصنيع الأخضر	التعبئة الخضراء والتغليف الأخضر	اللوجستيات العكسية	
تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة	*880.6	0.542*	*5820.	7*860.	*6530.	*8660.	*860.7

يلاحظ من الجدول (3) وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر مجتمعة وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة على مستوى الشركات المبحوثة، إذ بلغت قيمة المؤشر الكلي لمعامل الارتباط (*0.786) عند مستوى معنوية (0.05)، وهذا دليل على قوة العلاقة بين المتغيرين، إذ تشير هذه النتيجة إلى انه كلما زادت إدارات الشركات المبحوثة من اهتمامها بأنشطة إدارة اللوجستك الأخضر مجتمعة أدى ذلك إلى تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Rong,2011) والتي أكد فيها على ان زيادة الاهتمام بأنشطة إدارة اللوجستك الأخضر سيسهم في حماية البيئة من التلوث وتوفير الموارد وتعزيز المسؤولية الاجتماعية. وبناءً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الرئيسة الأولى على مستوى الشركات المبحوثة. ويعرض الجدول (3) أيضاً علاقات الارتباط بين كل نشاط من أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر منفرداً وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة وحسب ما جاء من في الفرضية الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسة الاولى فيمكن التحقق منها كما في الجدول (3) وكالاتي:

- العلاقة بين نشاط الشراء الأخضر وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة: يُشير الجدول (3) إلى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين نشاط الشراء الأخضر بوصفه متغيراً مستقلاً وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة بوصفها متغيراً

معتمداً، اذ بلغت قيمة المؤشر الكلي لمعامل الارتباط (0.688^*). وهذا يدل على أن اهتمام إدارات الشركات المبحوثة بنشاط الشراء الأخضر لديها سيسهم في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة.

- العلاقة بين نشاط النقل الأخضر وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة: يُشير الجدول (3) إلى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين نشاط النقل الأخضر بوصفه متغيراً مستقلاً وابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة بوصفها متغيراً معتمداً اذ بلغت قيمة المؤشر الكلي لمعامل الارتباط (0.542^*). وهذا يدل على أن اهتمام إدارات الشركات المبحوثة بنشاط النقل الأخضر لديها سيسهم في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Nietz, 2012) والتي اشار فيها إلى أن نشاط النقل يحقق فوائد عديدة إذ أن نتائجه البيئية هامة وتتمثل في تأثيره على جودة الماء والهواء ومستوى الضوضاء والصحة العامة لذا فإن نشاط النقل الأخضر يعد نشاط هام لتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية.

- العلاقة بين نشاط التخزين الأخضر وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة: يُشير الجدول (3) إلى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين نشاط التخزين الأخضر بوصفه متغيراً مستقلاً وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة بوصفها متغيراً معتمداً اذ بلغت قيمة المؤشر الكلي لمعامل الارتباط (0.582^*). وهذا يدل على أن اهتمام إدارات الشركات المبحوثة بنشاط التخزين الأخضر لديها سيسهم في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Li&Yamin, 2011) والتي اشارا فيها إلى أن نشاط التخزين الأخضر يشير إلى خزن المواد والمنتجات بشكل مناسب في المخازن يعمل على الحد من تلوث البيئة فضلاً عن تقليل التلوثات الاشعاعية والمواد الكيميائية التي تسببها بعض المواد والمنتجات على العاملين فضلاً عن تجنب تلفها عند خزنها.

- العلاقة بين نشاط التصنيع الأخضر وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة: يُشير الجدول (3) إلى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين نشاط التصنيع الأخضر بوصفه متغيراً مستقلاً وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة بوصفها متغيراً معتمداً اذ بلغت قيمة المؤشر الكلي لمعامل الارتباط (0.867^*). وهذا يدل على أن اهتمام إدارات الشركات المبحوثة بنشاط التصنيع الأخضر لديها سيسهم في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Sezen&Cankaya, 2013) التي اشارا فيها إلى أن نشاط التصنيع الأخضر هو منهج متكامل ذو منظومة واسعة ومحفز اقتصادياً لتقليل وازالت كل النفايات والفضلات المرافقة لعمليات التصميم والتصنيع واستخدام المواد والمنتجات أو التخلص منها بشكل امن وذلك للمحافظة على البيئة من التلوث.

- العلاقة بين نشاط التعبئة الخضراء والتغليف الأخضر وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة: يُشير الجدول (3) إلى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين نشاط التعبئة الخضراء والتغليف الأخضر بوصفه متغيراً مستقلاً وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة بوصفها متغيراً معتمداً اذ بلغت قيمة المؤشر الكلي لمعامل الارتباط (0.621^*). وهذا يدل على أن اهتمام إدارات الشركات المبحوثة بنشاط التعبئة الخضراء والتغليف الأخضر لديها سيسهم في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة.

- العلاقة بين نشاط اللوجستيات العكسية وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة: يُشير الجدول (3) إلى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين نشاط اللوجستيات العكسية بوصفه متغيراً مستقلاً وابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة بوصفها متغيراً معتمداً اذ بلغت قيمة المؤشر الكلي لمعامل الارتباط (0.668^*). وهذا يدل على أن اهتمام إدارات الشركات المبحوثة بنشاط اللوجستيات العكسية لديها سيسهم في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Mavi, et.al, 2012) التي اشاروا فيها إلى أن اللوجستك العكسي يركز بشكل اساس على ارجاع المنتجات والمواد القابلة لإعادة التدوير أو إعادة الاستخدام إلى سلسلة التجهيز المستقبلية فضلاً عن تقليل كمية المواد المستخدمة وذلك بما يؤدي إلى خفض الكلف فضلاً عن المساهمة الفاعلة في علاج المشكلات البيئية والاجتماعية.

واتساقاً مع ما تقدم تقبل الفرعية المنبثقة عن الفرضية الرئيسة الأولى على مستوى الشركات المبحوثة. وعليه تقبل الفرضية الرئيسة الأولى والفرضية الفرعية المنبثقة عنها على مستوى الشركات المبحوثة.

خامساً: علاقة التأثير بين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية في الشركات المبحوثة:

حسب الفرضية الرئيسة الثانية التي تنص على "يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لأنشطة إدارة اللوجستك الأخضر مجتمعة في تعزيز ابعاد

المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الشركات المبحوثة" تم تحديد هذا التأثير وكما في الجدول (4) وعلى النحو الاتي: يوضح الجدول (4) ذلك التأثير وعلى النحو الاتي:

جدول 4: نتائج تأثير أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر مجتمعة في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الشركات المبحوثة

F		R ²	أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر مجتمعة (المتغير المستقل)		المتغير المعتمد
الجدولية	المحسوبة		β_1	β_0	
4.02	186.753*	0.765	0.599 (13.021*)	0.511	تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة

يتبين من الجدول (4) الخاص بنتائج تحليل الانحدار وجود تأثيراً معنوياً لأنشطة إدارة اللوجستك الأخضر مجتمعة بوصفها متغيراً مستقلاً في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة بعدّها متغيراً معتمداً. إذ بلغت قيمة F المحسوبة (186.753*) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.02) عند درجتي حرية (58, 1) وبمستوى معنوية (0.05). وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.765) وهذا يعني ان (76.5%) من الاختلافات المفسرة في ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة تعود إلى تأثير أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر مجتمعة ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها او انها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً. ومن متابعة قيمة معامل β_1 البالغة (0.599) واختبار (T) لها تبين ان قيمة (T) المحسوبة بلغت (13.021*) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.677) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (58, 1). وهذه النتيجة تشير إلى ان تحسين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر مجتمعة سيسهم في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Jiang, 2009) والتي اشار فيها إلى ان أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر يمكن لها ان تسهم في تحسين اداء الشركة باتجاه البيئة الاجتماعية، فضلاً عن ان اللوجستيات الخضراء يمكن ان تربط جميع عمليات الاداء البيئية. اتساقاً مع ما تقدم تقبل الفرضية الرئيسية الثانية على مستوى الشركات المبحوثة.

كما يعرض الجدول (5) علاقات التأثير لكل نشاط من أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر منفرداً في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة وحسب ما جاء من في الفرضية الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الثانية فيمكن الوقوف عليها من خلال الاتي:

يتضح من الجدول (5) وجود تأثيراً معنوياً لأنشطة إدارة اللوجستك الأخضر بوصفها متغيرات مستقلة (تفسيرية) في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة بعدّها متغيراً معتمداً (مستجيباً) ويدعم هذا التأثير قيمة F المحسوبة البالغة (76.840*) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.28) عند درجتي حرية (53, 6) وضمن مستوى معنوية (0.05). وقد بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.824). وهذا يعني ان (82.4%) من الاختلافات المفسرة في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة تفسرها أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر، ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها، او انها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً. ومن متابعة معاملات β واختبار T لها وجد ان هنالك تأثيراً معنوياً لكل نشاط من أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر منفرداً في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة. ويمكن الوقوف على تسلسل واولوية هذا التأثير من خلال الاتي:

جدول 5: تأثير كل نشاط من أنشطة اللوجستك الأخضر منفرداً في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الشركات المبحوثة

F		R ²	أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر (المتغير المستقل)						المتغير المعتمد
الجدولية	المحسوبة		اللوجستيات العكسية	التعبئة الخضراء والتغليف الأخضر	التصنيع الأخضر	التخزين الأخضر	النقل الأخضر	الشراء الأخضر	
			β_6	β_5	β_4	β_3	β_2	β_1	β_0
2.28	6.840*7	0.824	3170. (2.01*)	3010. (3.78*)	5850. (12.31*)	2130. (2.2)9*	1340. (2.89*)	3720. (3.42*)	310.
									تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة

- تأثير نشاط التصنيع الأخضر في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية: يتضح لنا من الجدول (5) ان اعلى تأثير لأنشطة إدارة اللوجستك الأخضر في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية يتمثل في نشاط التصنيع الأخضر والذي جاء بالمرتبة الاولى من حيث التأثير، اذ بلغت قيمة (β_4) (0.585) في حين بلغت قيمة (T) المحسوبة (12.31^*) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.677) عند درجتي حرية (53, 6) ومستوى معنوية (0.05).
- تأثير نشاط الشراء الأخضر في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة: جاء تأثير نشاط الشراء الأخضر في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في المرتبة الثانية من حيث التأثير، اذ بلغت قيمة (β_1) (0.372) وكانت قيمة T المحسوبة (3.42^*) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.677) عند درجتي حرية (53, 6) ومستوى معنوية (0.05).
- تأثير نشاط اللوجستيات العكسية في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية: جاء تأثير نشاط اللوجستيات العكسية في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة بالمرتبة الثالثة اذ بلغت قيمة (β_6) (0.317) في حين بلغت قيمة (T) المحسوبة (2.01^*) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.677) عند درجتي حرية (53, 6) ومستوى معنوية (0.05).
- تأثير نشاط التعبئة الخضراء والتغليف الأخضر في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة بالمرتبة الرابعة اذ بلغت قيمة (β_5) (0.301) في حين بلغت قيمة (T) المحسوبة (3.78^*) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.677) عند درجتي حرية (53, 6) ومستوى معنوية (0.05).
- تأثير نشاط التخزين الأخضر في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية: جاء تأثير نشاط التخزين الأخضر في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة بالمرتبة الخامسة اذ بلغت قيمة (β_3) (0.213) في حين بلغت قيمة (T) المحسوبة (2.29^*) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.677) عند درجتي حرية (53, 6) ومستوى معنوية (0.05).
- تأثير نشاط النقل الأخضر في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة: جاء تأثير نشاط النقل الأخضر في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة بالمرتبة السادسة اذ بلغت قيمة (β_2) (0.134) في حين بلغت قيمة (T) المحسوبة (2.89^*) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.677) عند درجتي حرية (53, 6) ومستوى معنوية (0.05).

اتساقاً مع ما تقدم تقبل الفرضية الفرعية المنبثقة عن الفرضية الرئيسة الثانية على مستوى الشركات المبحوثة. وعليه تقبل الفرضية الرئيسة الثانية والفرضية الفرعية المنبثقة عنها على مستوى الشركات المبحوثة.

المبحث الرابع / الاستنتاجات والمقترحات

أهم الاستنتاجات والمقترحات فيما يأتي:
اولا- الاستنتاجات:

اهم استنتاجات الدراسة ما يأتي:

- تحقق وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر مجتمعة وتعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الشركات المبحوثة. وهذا يشير إلى أن زيادة اهتمام إدارات الشركات المبحوثة بأنشطة إدارة اللوجستك الأخضر سيسهم في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية لديها.
- تحقق وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين كل نشاط من أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر منفرداً وتعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة. ويشير ذلك إلى ان زيادة اهتمام إدارات الشركات المبحوثة بكل نشاط من أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر منفرداً سيسهم في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة لديها.
- تحقق وجود تأثير ذو دلالة معنوية لأنشطة إدارة اللوجستك الأخضر مجتمعة في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الشركات المبحوثة، وهذا يشير إلى امكانية تأثير أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر مجتمعة في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الشركات المبحوثة.

- تحقق وجود تأثير ذو دلالة معنوية لكل نشاط من أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر منفرداً في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة في الشركات المبحوثة. وإن أكثر الأنشطة تأثيراً في تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية كان نشاط التصنيع الأخضر، واقل الأنشطة تأثيراً كان نشاط النقل الأخضر، وهذا ما افترضته نتائج التحليل الإحصائي.

ثانياً: المقترحات:

اهم مقترحات الدراسة تمثلت فيما هو ات:

المقترح الاول:"

- زيادة اهتمام إدارات الشركات المبحوثة بمضامين الفكر الاداري في مجالي أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وابعاد المسؤولية الاجتماعية وتعميقها لدى المدراء والعاملين لما لذلك من اسهام وتعزيز لقدرة الشركة في البقاء والنمو في عالم الاعمال.
- آلية تنفيذ المقترح: اعداد برنامج ثقافي سنوي متكامل عن أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وابعاد المسؤولية الاجتماعية على ان يتضمن هذا البرنامج مجموعة من المحاضرات والحلقات النقاشية مع استضافة مجموعة من المتخصصين في مجالات إدارة اللوجستك والموارد البشرية والإدارة البيئية والمسؤولية الاجتماعية في الجامعات والمعاهد العراقية كجامعة الموصل/كلية الإدارة والاقتصاد هذا من جهة ومن جهة أخرى نشر الملصقات والنشرات الجدارية في مراكز الشركات ومصانعها واقسامها وشعبها المختلفة عن أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وابعاد المسؤولية الاجتماعية لتكوين ثقافة لدى العاملين عن هذه الأنشطة والابعاد.

المقترح الثاني:

- وجيه انظار إدارات الشركات المبحوثة لأنشطة إدارة اللوجستك الأخضر والمتمثلة بـ (الشراء الأخضر، والنقل الأخضر، والتخزين الأخضر، والتصنيع الأخضر، والتعبئة الخضراء والتغليف الأخضر، واللوجستيات العكسية) لأهميتها في مختلف مجالات أنشطة وعمليات الشركة.
- آلية تنفيذ المقترح:

- الشراء الأخضر: على إدارات الشركات المبحوثة اجراء تقييم عادل وصادق للمجهزين المحليين والخارجيين ودعوتهم للالتزام بضرورة المحافظة على البيئة من التلوث واختيار المجهز الاكثر التزاماً من بينهم لتجهيزها باحتياجاتها من المواد الاولى والاجزاء المناسبة لأنشطتها وعملياتها المختلفة بهدف انتاج منتجات صديقة للبيئة.
- النقل الأخضر: على إدارات الشركات المبحوثة استخدام وسائل نقل حديثة نسبياً والتي تكون قليلة الانبعاثات الغازية قدر الامكان لتقليل تأثيرها على البيئة، فضلاً عن اجراء صيانة وقائية دورية لوسائل النقل المملوكة للشركة كالرافعات والحاويات ... وغيرها لضمان عملها بكفاءة من خلال تقليل انبعاثاتها الغازية إلى أدنى مستوى ممكن لتقليل تأثيرها على البيئة والعاملين في الشركات المبحوثة من جهة، وافرد المجتمع من جهة اخرى.
- -التخزين الأخضر: على إدارات الشركات المبحوثة اعتماد الاتي: -زيادة الاهتمام بظروف الخزن المادية المناسبة للمواد الأولية، فضلاً عن المنتجات تامة الصنع من حيث توفير درجات الحرارة والاضاءة والتهوية المناسبة وذلك للمحافظة على جودتها وسلامتها.
- تهئية ظروف الخزن المادية المناسبة للمواد الاولى من جهة وللمواد والاجزاء والادوات من جهة ثانية والمنتجات تامة الصنع من جهة ثالثة كدرجات الحرارة المناسبة والتهوية المناسبة.
- التصنيع الأخضر: على إدارات الشركات المبحوثة اعتماد الاتي: -زيادة الاهتمام بمفهوم التصنيع الأخضر والعمل على تطبيقه ميدانياً من اجل تجنب حصول النفايات وتقليل الهدر في الانتاج وهذا ما يستمد من المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية والقانونية للشركة.

- -زيادة الاهتمام بالصيانة الوقائية الدورية للمكانن والمعدات لتقليل انبعاثاتها من الغازات والابخرة والاغبرة... وغيرها والتي تتولد نتيجة عملها على البيئة والعاملين في الشركة.
- التعبئة الخضراء والتغليف الأخضر: على إدارات الشركات المبحوثة زيادة الاهتمام بمكانن التعبئة والتغليف الحالية من خلال اجراء الصيانة الدورية عليها، فضلاً عن سعي إدارات الشركات المبحوثة لاستبدال المكانن المتقادمة بأخرى أكثر تطوراً وأقل استهلاكاً للطاقة وأقل تأثيراً على تلوث البيئة. وكذلك زيادة استخدام العبوات الخفيفة الوزن لتعبئة المنتجات التامة الصنع على ان تكون محكمة ولا تسبب ضرراً على البيئة.
- اللوجستيات العكسية: على إدارات الشركات المبحوثة زيادة الاهتمام بنشاط اللوجستك العكسي لكي تصبح أكثر كفاءة من الناحية البيئية من خلال اعادة التدوير، واعادة الاستخدام. فضلاً عن زيادة اهتمام إدارات الشركات المبحوثة بالتدقيق العكسي للمواد والمنتجات بهدف تقليل النفايات إلى أدنى حد ممكن.

المقترح الثالث:

- يادة اهتمام إدارات الشركات المبحوثة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية (الاقتصادية، والقانونية، والأخلاقية، والخيرية) التزاماً منها تجاه أصحاب المصلحة والمجتمع الذي تعمل فيه.
- آلية تنفيذ المقترح:
- توسيع افاق المدراء والعاملين حول المسؤولية الاجتماعية وابعادها من خلال توفير ما هو جديد في هذا المجال لمواكبة التطورات الحاصلة فيه لزيادة معرفة وادارك المدراء والعاملين بهذا المجال.
- زيادة اهتمام إدارات الشركات المبحوثة بالنمو الاقتصادي للشركة وتحقيق الكفاءة في استخدام الموارد المتاحة لديها والسعي نحو تنوع المنتجات، فضلاً عن زيادة كمية الانتاج من كل نوع لإشباع حاجات ورغبات الزبائن المتزايدة من جهة ومن جهة أخرى توفير بعض فرص العمل لأفراد المجتمع.
- سعي إدارات الشركات الى تقديم منتجات غير مضرّة بالبيئة من خلال الالتزام بالمعايير والمواصفات والمحددات البيئية المتبعة في أنظمة الانتاج وفي الشركة بعمومها.
- زيادة التعاون مع منظمات المجتمع المدني ومنظمات حقوق الانسان بغية تعزيز دور الشركات المبحوثة في المجتمع.
- زيادة الاهتمام بمعايير الصحة والسلامة الصناعية وقواعدها في المصانع والاقسام المتعددة وخطوط الإنتاج للشركات المبحوثة لضمان صحة العاملين وسلامتهم.

المقترح الرابع:

- قيام إدارات الشركات المبحوثة بدراسة وتحليل علاقات الارتباط والتأثير بين أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر وابعاد المسؤولية الاجتماعية باستمرار.
- آلية تنفيذ المقترح: تحديد العلاقة والاثر التي تربط بين كل نشاط من أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر منفرداً وابعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة والسعي نحو الافادة القصوى من امكانية التطبيق حسب العلاقة بينهما ومتابعة النتائج المتعلقة بها من اجل تحقيق التطورات في هذا المجال.

المقترح الخامس:

- زيادة اهتمام إدارات الشركات المبحوثة بتبني أنشطة إدارة اللوجستك الأخضر، فضلاً عن تبني ابعاد المسؤولية الاجتماعية.
- آلية تنفيذ المقترح: زيادة اهتمام إدارات الشركات المبحوثة بالتحسين المستمر لمدخلاتها وعملياتها ومخرجاتها وفق تعزيز ابعاد المسؤولية الاجتماعية، فضلاً عن زيادة تعزيز جوانب القوة فيما يتعلق بأنشطة إدارة اللوجستك الأخضر والمسؤولية الاجتماعية ومعالجة نقاط الضعف فيهما من خلال تطبيق الوسائل المناسبة لذلك كالعصف الذهني وحلقات الجودة.

أولاً: المصادر العربية

- اغا، احمد عوني احمد حسن عمر، 2012، امكانية اقامة متطلبات ادارة سلسلة التجهيز الخضراء دراسة تحليلية في الشركة العامة للإسمنت الشمالية / محافظة نينوى، مجلة تنمية الرافيدين، المجلد (110)، العدد (34)، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
- بوتي، فرست علي شعبان ابراهيم، 2011، دور ادارة سلسلة التجهيز الخضراء في تعزيز الاداء الاستراتيجي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
- الحدراوي، رافد حميد والعطوي، مهند حميد، 2015، دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز ولاء الزبون: دراسة تحليلية لآراء عينة من زبائن مصرف الرافيدين فرع الغري – النجف الاشرف، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (17)، العدد (4).
- الحسن، بو بكر محمد، 2014، دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المنظمة-دراسة حالة مؤسسة نפטال وحدة-باتنة، رسالة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر-بسكرة، الجزائر.
- حنظل، قاسم احمد وحسين، علياء ابراهيم، 2017، دور مرتدات اللوجستيات العكسية في تعزيز استدامة الاعمال: دراسة استطلاعية في شركتي الهلال الصناعية والصناعات الخفيفة في محافظة بغداد، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (2)، العدد (38).
- رجب، خليل ابراهيم وحسين، حسن احمد، 2015، المسؤولية الاجتماعية في الفكر الإسلامي وافاق تفعيلها في ظل عصر العولمة، مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (5)، العدد (1).
- رحمان، الزهرة، 2014، تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة المؤسسة الوطنية للإشغال في الابار-حاسي مسعود-ورقلة للفترة (2000-2013)، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي-مرباح-ورقلة، الجزائر.
- ستوك، جيمس ولامبرت، دوكلاس، 2009، الادارة الاستراتيجية للامداد، ترجمة سرور علي ابراهيم سرور، الجزء الاول، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- الشيخ، ساوس، 2013، أثر تطبيق الادارة البيئية في إطار ادارة سلسلة الامداد على الاداء دراسة تطبيقية على عينة من شركات الصناعة الغذائية الجزائرية، اطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر.
- صالح، خويلدات، 2011، المسؤولية الاجتماعية لوظيفة التسويق للمؤسسة: دراسة حالة مؤسسة سونلغاز – ورقلة، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
- عبدالمحسن، نجية، 2006، التعبئة والتغليف للمنتجات الغذائية: تقنياتها ومواردها والحد من الهدر واساليب التدوير والمواصفات العربية والدولية، الندوة العلمية للمنظمة العربية للتنمية الادارية حول الاعتبارات البيئية في الصناعات الغذائية العربية الاوضاع الحالية واتجاهات المستقبل، القاهرة، مصر.
- عثمان، ايسل حمدي ومحمد، بشرى هاشم، 2015، تأثير المسؤولية الاجتماعية في بناء وإدارة سمعة المنظمات: دراسة استطلاعية تحليلية لآراء عينة من العاملين في مصرفي الرافيدين والرشيد، مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد (38)، العدد (2).
- قهواجي، امينة وبن حسان حكيم، 2016، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الاعمال ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، المؤتمر الدولي الثالث عشر حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة – الواقع والرهانات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بو علي بالشلف، الجزائر.
- وهيبة، مقدم، 2014، تقييم مدى استجابة منظمات الاعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية – دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، الجزائر.

- Awomodu, Gbolahan and Alofoje, Ohiorenuwa and Fasehun, Oyewole, 2015, Corporate Social Responsibility as a Catalyst for Consumer Choice, MBA Theses, Blekinge Institute of Technology.
- Aziz, Tengku Aishah Tengku and Jaffar, Harlina Suzana and Tajuddin, Ramlah Mohd, 2016, Green Supply Chain: Awareness of Logistics Industry in Malaysia, Science Direct Journal, Vol. 219.
- Berishy, Nagham and Rugge, Ingrid and Scholz-Reiter, Bernd, 2013, The Interrelation Between Sustainable And Green Logistics, 6th IFCA Conference Management and Control of production and Logistics, Elsevier Journal, Vol. 6, No. 1. <http://www.ivsl.org>.
- Birim, Bahadır, 2016, Evaluation of Corporate Social Responsibility and Social Media as Key Source of Strategic Communication, Science Direct Journal, Vol. 235.
- Bratenius, Anna Linnea Helena, 2015, The Impact of CSR on Financial Performance- An Event Study of Unnormal Stock Returns of Swedish Company as a Reaction to the Release of the Folksam Index of Corporate Social Responsibility, Master Theses, Copenhagen Business School.
- Carlsson, Hannah, 2013, Logistics Solution For Joint Webshops A Collaboration Between Small Businesses, Master Theses, Master of Science in Engineering Technology Industrial and Management Engineering, Lulea University of Technology.
- Choudhary, Manish and Seth, Nitin, 2011, "Integration of Green Practices in Supply Chain Environment the Practices of Inbound, Operational, Outbound and Reverse Logistics", International Journal of Engineering Science and Technology, Vol.3, No.6.
- Chris, Yeung, Hiu-fun, 2011, A Study of Green Logistics in The Third Party Logistics Industry in Hong Kong, Master Theses Unpublished, Hong Kong University.
- Chvoshbshi, Farzaneh and Davod, Tlematian and Nahid, Dehan Afifi, 2012, mathematical modeling social responsibility for dynamic organizations, research journal of Applied sciences, engineering and technology 4 (6).
- Codruta, Popescu Alexandra and Alexandru, Sipos Ciprian, 2015, Green Logistics- A Condition of Sustainable Development, Revista Economica, Vol. 67, No. 4.
- Crumrine, Brian and Russel, Paul and Geyer, Roland, 2004, Green Packaging: A Guideline and Tools for Environmentally Sound Packaging Practices for Computer and Electronics Products, A Group Project Proposal to the Donald Bren School of Environmental Science and Management, University of California, Santa Barbara. www.bren.ucsb.edu/services.
- Deng, Yan and Huang, Liangfang, 2012, Research on Strategies of Developing Green Logistics, International Conference on Information Management And Engineering, IPCSIT Journal, Vol. 52., No. 67.
- Dheeraj, Nimawat and Rishal, Namdev, 2012, An Overview of Green Supply Chain Management in India, Research Journal of Recent Sciences, Vol. 1, No. 6.
- Elmas, Gulden and Erdogmus, 2011, The Importance of Reverse Logistics, International Journal of Business and Management Studies, Vol. 3, No. 1.
- Gago. Sabela, 2012, mandatory and voluntary corporate social responsibility policy debates in Indonesia, www.icird.org.

- Govindan, Kannan and Diabat, Ali and Shankar, K. Madan, 2014, Analyzing the Drivers of Green Manufacturing With Fuzzy Approach, Journal of Cleaner Production, Vol. xxx.
- Guirong, Zhang and Yuxin, Mu, 2010, Green Logistics of Logistics Enterprises, 3rd International Conference on Information, Innovation Management and Industrial Engineering, China.
- Harkonen, Hanna, 2017, The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Earnings Management in Finnish Listed Companies, Master Theses, Lappeenranta University of Technology.
- Ho, Thuy T. T., 2017, Corporate Social Responsibility Perceptions and Activities of Small and Medium Enterprises in Vietnam, Master Theses, The Voinovich School of Leadership & Public Affairs.
- Idowu, Samuel O. and Schmidpeter, Rene and Vetigans, Stephen, 2016, Corporate Social Responsibility: Academic Insights and Impacts, Springer International Publishing Switzerland.
- J. comacho. Danielle, 2012, improving the environment Effects of business practice toward corporate social responsibility, Ph.d. Theses, walden university.
- Jian, Chen Ying, 2013, The Role of Green Manufacturing in Reducing Carbon Dioxide Emissions, Fifth Conference on Measuring Technology and Mechatronics Automation, Institute of Scientific and Technical Information of China, Beijing.
- Jiange, Tao, 2009, Researches on Establishment Model of Green Logistics System, School of Economics and Management, Zhongyuan University of technology, Zhengzhou, P.R.China. <http://www.seiofbluemountain.com>.
- Jumadi, Herina and Zailani, Suhaiza, 2010, Integrating Green Innovation in Logistics Services Towards Logistics Services Sustainability: A Conceptual Paper, Environmental Research Journal, Vol. 4, No. 4, Penang, Malaysia.
- Karagulle, Ali Ozgur, 2012, Green Business for Sustainable Development and Competitiveness: An Overview of Turkish Logistics Industry, International Conference on Leadership, Technology and Innovation Management, Elsevier Journal, Procedia- Social and Behavioral Sciences, Vol. 41.
- Khan, Anna and Khan, Mohammed Naved, 2012, Analysis of Barriers and Strategies for Promoting Green Marketing, International Journal of Business and Management Tomorrow, Vol. 2, No. 8.
- Kohoutkova, Dagmar, 2015, The Responsibility of A Firm Towards its Employees, Master Theses, Masaryk University.
- Kui, Qing Cao and Li-Jie, Li and Bing, Yu, 2007, Decision-Making Research of Green Purchasing Based on Set-Pair Analysis, 14th International Conference on Management Science & Engineering, Harbin, P.R.China.
- Li, Jinghan and Morrison, James R. and Zhang, Mike Tao and Nakano, Masaru and Biller, Stephan and Lennartson, Bengt, 2013, Editorial Automation in Green Manufacturing, IEEE Transactions on Automation Science and Engineering, Vol. 10, No. 1.
- Li, Lin, and Yanmin, Li, 2011, Development Path of Green Logistics Under Environmental Maintenance, IEEE Journal. www.ivsl.org.
- Lin, Xue and Fong Ho., Christabelman and Qipingshen, Geoffrey, 2017, Who Should Take Responsibility? Stakeholders, Power Over Social Responsibility Issues in Construction Project, Journal of Cleaner Production, Vol. 154.
- Martinez, Jesus Barrena and Fernandez, Macarena Lopwz and Fernandez, Pedro Miguel Romero, 2016, Corporate Social Responsibility: Evolution Through Institutional and Stakeholder Perspectives, European Journal of Management and Business Economics, Vol. 25.

- Mavi, Reza Kiani and Kazemi, Sajad and Najafabadi, Ali Fallahian and Mousaabadi, Hosein Bemani, 2013, Identification and Assessment of Logistical Factors to Evalutate a Green Supplier Using the Fuzzy Logic Dematel Method, *Pol. J. Environ. Stud.*, Vol. 22, No. 2.
- Ming, Yuan Chang and Ping, Wu Feng and Zhen, Sun Qing, 2010, An Investigation on Performance of Private Enterprises Social Responsibility, *IEEE Journal*.
- Mondy. R. Wayne, 2008, *Human Resource Management*, Person Prentic Hal.
- Nietz, Martin, 2012, *Green Logistics – Key Elements for a Well-Functioning Sustainable Logistics System*, Master Theses, Master in International Management, Escola Brasileira de Administracao Publica e de Empresas, Fundacao Getulio Vargas.
- Ninlawan, C. and Seksan, P. and Tossapol, K. and Pilada, 2010, The Implementation of Green Supply Chain Management Practices in Electronics Industry, *International Multi-Conference of Engineers and Computer Scientists*, Hong Konk.
- Nukman, Y. and Farooqi Awais and Alsultan, Osama and Alnasser, Abdulrahman & Bhuiyan, M.S.H, 2017, A Strategic Development of Green Manufacturing Index (GMI) Topology Concerning the Environmental Impacts, *Science Direct Journal*, Vol. 184.
- Nyland, Sabina, 2012, *Reverse Logistics and Green Logistics: A Comparison Between Wartsila and Ikea*, Master Theses, Vaasan Ammattikorkeakoulu Vasa Yrkeshogskola, Unversity of Applied Sciences.
- Ozlen, Muhammed Kursad and Omerhodzic, Nejra, 2013, *Green Supply Chain Management: A New Movement Towards Healthier Environment*, *European Researcher*, Vol. 55, No. 7-2.
- Pak, Sungjae, 2013, *A Review of The Literature and A Framework For Green Supply Chen Management*, *International Conference On Business, Economics, And Accounting*, Bangkok, Thailand.
- Psaraftis, Harilaos N., 2016, *Green Transportation Logistics: The Quest for Win-Win Solution*, *International Series in Operations Research & Management Science*, Springer International.
- Rahman, Noush, Corinne post, 2012, measurement issues in environmental corporate social responsibility (ECSR): Toward a transparent, reliable and construct valid instrument, *bus ethics springer science + business media*, Dol 10.1007/ S10SS1 – 011 – 0967 – X.
- Rensburg, Suzanne Louise Jansen Van, 2015, *A Framework in Green Logistics for Companies in South Africa*, Master Theses, Master of Commerce, University of South Africa.
- Rong, Chagling, 2011, *Green Logistics Research Based on Sustainable development*, *IEEE Journal*.<http://www.ivsl.org>.
- Savolainen, Joonas, 2016, *From Corporate Social Responsibility to Consumer Responsibility: A Study of the Factors That Influence Purchase Intentions*, Master Theses, University of Turku.
- Sbihi, Abduelkader and Eglese, Richard W., 2010, *Combinatorial Optimization and Green Logistics*, Springer Science+Business Media, Vol. 175.
- Sezen, Bulent and Cankaya, Sibel Yildiz, 2013, *Effect of Green Manufacturing and Eco-Innovation on Sustainability Performance*, *Elsevier Journal, Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol. 99.
- Shekari, Hamideh and Shirazi, Skander and Afshari, Mohamad Ali and Veyseh, Said Mehdi, 2011, *Analyzing the Key Factors Affecting the Green Supply Chain Management: A Case Study of Steel Industry*, *Management Science Letters*, Vol. 1.

- Sila, Ismail and Cek, Kemal, 2017, The Impact of Environmental, Social and Governance Dimensions of Corporate Social Responsibility: Australian Evidence, Elsevier Journal, Vol. 120.
- Smith, Mike (2007), Fundamentals of Management, McGraw. Hill, Newyork, USA.
- Stolka, Seroka Oksana, 2014, The Development of Green Logistics for Implementation Sustainable Development Strategy in Companies, Elsevier Journal, Procedia- Social and Behavioral Sciences, Vol. 151. <http://www.ivsl.org>.
- Tan, Kah-Shien and Ahmed, M. Daud and Sundaram, David, 2009, Sustainable Warehouse Management, Proceedings of EOMAS, New Zlanland.
- Tang, Siao-Ching and Chen, Kai-Ying and Chen, Shih-Min and Wang, Yung-Ning, 2013, Strategies for The Development of Green Logistics in Taiwan, 2nd International Scientific Conference Economic and Social Development, Enterprise in Turbulent Environment.
- Uma, Sekaran, 1992, Research Methods For Business, 2thed, McGraw-Hill, Inc: New York, U.S.A.
- Vazifehdoust, Hosein and Taleghani, Mohammad and Esmaeilpour, Fariba and Nazari, Kianoush and Khadang, Mahdie, 2013, Purchasing Green to Become Greener: Factors Influence Consumers Green Purchasing Behavior, Management Science Letters, Vol. 3.
- Wang Meizi and Luo Xiyu, 2010, The study of Green Supply Chain Management A case study of Byd, a Chinese Car Manufacturer, Master Thesis in Industrial Management and Logistics, University of Gavel, Sweden.
- Wu, H. J. and Dunn, S. C., 1995, Environmentally Responsible Logistics Systems, International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 42, No. 1.
- Xiu, Guoyi and Chen, Xiaohua, 2012, Research on Green Logistics Development at Home and Abroad, Journal of Computers, Vol. 7, No. 11.
- Xuezhong, Chen and Linlin, Jiange and Chengbo, Wang, 2011, Business Process Anajysis and Implemenation Strategies of Greening Logistics in Appliances Retail Industry, Science Direct Journal, Energy Procedia, Vol. 5.
- Yimsiri, Sanya, 2009, Designing Multi-Objective Reverse Logistics Network Using Genetic Algorithms, PHd Theses, University of Texas at Arlington.
- Zainudin, Mohd Zaini, 2014, Green Supply Chain Management and Environment Performance in Malaysian Healthcare Industry, European Journal of Academic Essays, Vol. 1, No.6.
- Zhou, Jing, 2017, The Development of Impact Investing and Implications for China, Master Theses, Massachusetts Institute of Technology.
- Zhou, Xiaoye and Zhang, Miao, 2009, Research on Reverse Logistics Network Design Household Appliances Based on Green Logistics, International Journal of Business and Management, Vol.4, No.9.

مدى تو أفرأبعاد المسؤولية الاجتماعية بالاعتماد على المواصفة الدولية ISO 26000

دراسة تحليلية في شركة اسياسيل للاتصالات والانترنت في محافظة نينوى

الباحثة وجدان حسن حمودي
الكلية التقنية الإدارية
الجامعة التقنية الشمالية / العراق

الباحث فارس صلاح نجم عبد الله
الكلية التقنية الإدارية
الجامعة التقنية الشمالية / العراق

ملخص:

تعدّ المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال جزءاً مهماً من منظومة اقتصاد السوق الاجتماعي، وان كان هدف هذا القطاع هو سوق منافسة اقتصادي فان عليهم أن يلتزموا بمتطلباته الاجتماعية، والأخذ بالبعد الاجتماعي كميزة تنافسية للاستثمار في المجتمع أكثر من كونها عملاً خيرياً. وفي ضوء الالتزام بالقوانين والمعايير الأخلاقية، وانعكاس أثرها على حقوق الإنسان، وحقوق العمال، وممارسات العمل، وحماية البيئة، وحقوق المستهلك، والتنمية، والمشاركة المجتمعية، والتي تعد معايير المواصفة الدولية (ISO 26000) لتطبيق المسؤولية الاجتماعية كاللزام لمتخذ القرار في انتهاز أسلوب للعمل يؤمن من خلاله حماية المجتمع وإساعده فضلاً عن تحقيق منفعة الخاصة، فإن وظيفة أي مشروع لم تعد مقتصرة على تحقيق الربح فقط وإنما أصبحت تشمل على تقديم خدمات وخلق فرص عمل وتحسين نوعية ومستوى ظروف الحياة لأفراد المجتمع. وفي ضوء ما تقدم، جاءت هذه الورقة البحثية لتتناول موضوع المسؤولية الاجتماعية ودراسة مدى توافر أبعادها في إحدى شركات الاتصال العاملة في مدينة الموصل وهي شركة اسياسيل للاتصالات والانترنت بالاعتماد على المواصفة الدولية ISO (26000) وتضمنت محتوياته عرض لثلاثة محاور رئيسية، المحور الأول ركز على المنهجية والمشكلة البحثية التي تجلت في قصور فهم وتحديد لإبعاد المسؤولية الاجتماعية المتمثلة بالبعد (الاقتصادي، القانوني، الأخلاقي، والإنساني/الخيري) بالاعتماد على المواصفة الدولية (ISO 26000) بشكل واضح وصريح لدى الشركة المبحوثة.

في حين أنت أهمية هذه الورقة البحثية من دورها في ترسيخ مفاهيم ومضامين أبعاد المسؤولية الاجتماعية وفق المواصفة الدولية (ISO 26000) لدى الشركة المبحوثة بما يحقق أداءً عالياً وتميزاً في بيئة منظمة الأعمال ضمن الإطار التنافسي، وتم اختيار ميدان البحث شركة اسياسيل للاتصالات والانترنت في محافظة نينوى وباستخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، واشتملت على (25) فقرة متعلقة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية وفق المواصفة الدولية (ISO 26000)، إذ وزعت (35) استمارة على العينة البحثية التي تضمنت متخذي القرار بمختلف المستويات الإدارية في الشركة المبحوثة، وتم تحليل البيانات باستخدام النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية بالاعتماد على البرنامج الإحصائي (SPSS) بما يتوافق مع الفرضية البحثية التي تتعلق بمدى توافر أبعاد المسؤولية الاجتماعية بالاعتماد على المواصفة الدولية (ISO 26000)، أما المحور الثاني للورقة البحثية فقد تمثل بالجانب النظري متضمناً مفهوم ومبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية، والمعايير، وأهداف المواصفة الدولية (ISO 26000). ثم جاء المحور الثالث ليبين الجانب العملي من خلال تحليل بيانات استمارة الاستبيان والتوصل إلى مجموعة من النتائج والمقترحات، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الورقة البحثية أن الشركة المبحوثة تدرك وبشكل عام مسؤوليتها الاجتماعية إلا أن أسلوب عرضها لهذه المسؤولية غير معلن نتيجة عدم وجود تعليمات مهنية أو حكومية تلزمها بذلك، وكانت أهم توصيات هذه الورقة للشركة المبحوثة أن لا يكون نشاطها معزولاً عن أهداف المجتمع التنموية، وان لا تحقق أرباحاً على حساب العاملين والبيئة والمجتمع.

كلمات مفتاحية: أبعاد المسؤولية الاجتماعية، ISO 26000.

مقدمة

أصبحت المسؤولية الاجتماعية معياراً رئيساً للتميز والتفوق لمنظمات الأعمال والتي تظهر في إدارتها لإعمالها بقيادة متميزة والالتزام في اندماج القيم الأخلاقية والاجتماعية والشفافية والامتثال للمتطلبات القانونية واحترام الأفراد ومشاركة الفرد والمجتمع في معظم قرارات الشركة عند صناعة المنتج بالإضافة إلى المساهمة في حماية البيئة، ومن خلال هذا المنطلق جاء البحث الحالي محاولة لتسليط الضوء على مفهوم

وأبعاد ومبادئ المسؤولية الاجتماعية بالإضافة إلى إعطاء نظرة شمولية لمفهوم المواصفة الدولية ISO 26000 الذي يعتبر دليل إرشادي للمسؤولية الاجتماعية. وقد تأطر البحث الحالي وفق محاور رئيسية، تمثل الأول بمنهجية البحث، والثاني جانب النظري، والثالث شمل الجانب العملي في حين تناول الرابع الاستنتاجات والتوصيات.

أولاً: منهجية البحث

مشكلة البحث

اعتبرت المسؤولية الاجتماعية أحد أهم القضايا الأساسية التي يتوجب على الشركات الصناعية والخدمية الأخذ بها إذا ما أرادت البقاء في الأسواق العالمية وتحقيق مركز تنافسي قوي يؤهلها في الاستمرار والبقاء والنمو، الأمر الذي دفع الباحثان إلى تناول موضوع المسؤولية الاجتماعية. يحاول البحث الحالي طرح مضمون مشكلة البحث والعمل على معالجتها من خلال طرح التساؤل الآتي: هل لدى الشركة المبحوثة فهم واضح وصريح لإبعاد المسؤولية الاجتماعية بالاعتماد على المواصفة الدولية ISO 26000.

أهمية البحث وأهدافه

نحاول في بحثنا هذا تقديم مساهمة متواضعة في الدراسات العربية في مجال المسؤولية الاجتماعية والمواصفة الدولية ISO 26000 ومن خلال الآتي:

- تعريف الشركة المبحوثة بإبعاد المسؤولية الاجتماعية وما هي المواصفة الدولية التي تناولت هذا المفهوم.
- ترسيخ مفاهيم ومضامين المسؤولية الاجتماعية وفق المواصفة الدولية ISO 26000 لدى الشركة المبحوثة بما يحقق أداء عالي ومتميز في بيئة الأعمال ضمن الإطار التنافسي.

فرضية البحث:

لمعالجة إشكالية البحث الحالي فقد تم صياغة الفرضية التي تتمثل بالآتي: مدى توافر أبعاد المسؤولية الاجتماعية بالاعتماد على المواصفة الدولية ISO 26000.

منهج البحث:

اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي والتحليلي في قياس واختبار فرضية البحث.

أساليب جمع البيانات:

تم جمع البيانات المتعلقة بالشركة المبحوثة من خلال توزيع استمارة استبانة على متخذي القرار في مختلف المستويات الإدارية والتي اشتملت على (25) فقرة متعلقة بإبعاد المسؤولية الاجتماعية وفق المواصفة الدولية ISO 26000 كما موضح في الملحق (1)، حيث وزعت (35) استمارة على أفراد عينة البحث، وتم تحليل البيانات بالاعتماد على البرنامج الإحصائي (SPSS) وباستخدام النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وبما يتوافق مع فرضية البحث.

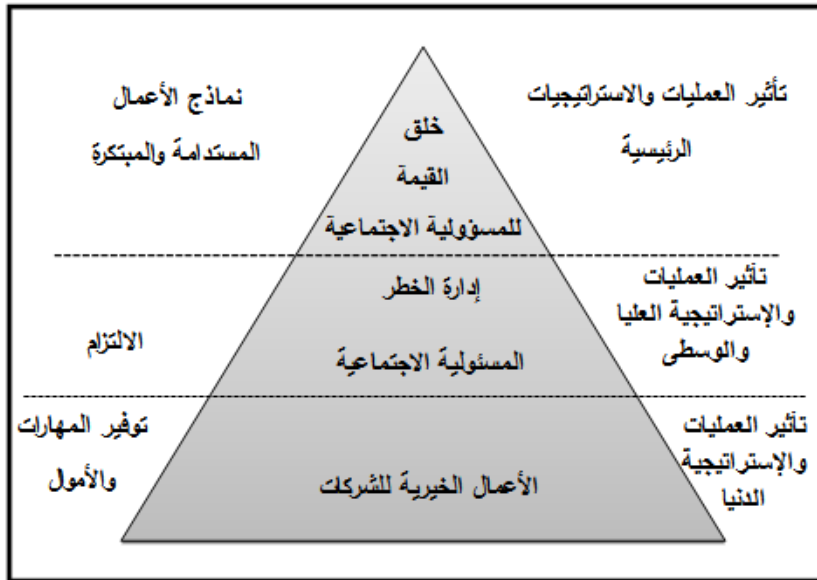
ثانياً: الجانب النظري:

يتضمن هذا الجانب المحاور الآتية:

مفهوم المسؤولية الاجتماعية

لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية معروفا بشكل واضح ومحدد في بداية القرن العشرين، حيث كانت المنظمات تحاول تعظيم أرباحها بكافة الوسائل بغض النظر عن الكيفية والغاية التي يتم من خلالها جني هذه الأرباح ومن خلال عدة طرق، فقامت باستغلال العاملين والأطفال للحصول على أفضل عمل ودفع أجور ورواتب منخفضة لهم والعمل لساعات طويلة وفي بيئة غير آمنة وغير صحية (كوتلر ولي، 2012، 87).

غير أن اهتمام منظمات الأعمال توجه فيما بعد نحو ترسيخ سمعتها ومكانتها في السوق بالتركيز على الاعتبارات الاجتماعية ومدى مساهمة المنظمة في حل قضايا المجتمع، إضافة إلى تلبية متطلبات زبائنها بما يخص سلعتها أو خدماتها. وقد قدم الباحثون والمهتمون بهذا الجانب صيغ ومفاهيم عديدة لتبيان مسؤولية المنظمة الاجتماعية تجاه بيئتها ومنهم الباحث (Drucker, 1977) الذي عرفها بأنها التزام الشركة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه (الغالي والعامري، 2011، 216) وأوضح (الشحات، 1988) بأنها التزام أخلاقي أدبي لم تسنه القوانين والأنشطة بل تفرضه ضرورات المنفعة الشخصية والاجتماعية العامة (الطه، 2002، 16) ويرى (Crowther&Aras, 2008, 11) بأنها عملية دمج الشركات مع المجتمع والبيئة التي تعمل فيها لاهتمامها بإدارة الأعمال وتداخلهم مع أصحاب المصالح في العمل التطوعي الأساسي. في حين أضاف (التميمي، 2010، 352) بأن المسؤولية الاجتماعية تمثل مجموعة من السياسات والإجراءات والأفعال فضلا عن الاعتبارات الأخلاقية والالتزامات التي تعتنيها الشركات وتؤمن بها أكثر من كونها أداة للتعامل مع المجتمع وتطبيقها للعديد من الأنشطة كجزء من متطلبات مساهمتها بالمجتمع على نحو فاعل من دون المساس أو إلحاق الضرر به بهدف تحقيق الرفاهية له. في حين عرفت منظمة الماييس الدولية الايزو المسؤولية الاجتماعية بأنها رغبة الشركات بدمج المجتمع بالاعتبارات البيئية في صنع القرار بحيث تكون مسؤولة في تأثيرها على القرارات والأنشطة التي تخص البيئة والمجتمع ككل (ISO, 2010, 35). وأشار كلا من (Claasen&Roloff, 2011, 381) بأن المسؤولية الاجتماعية هي فكرة تطوعية تقرر من خلالها الشركات الصناعية المساهمة في بناء مجتمع أفضل وإيجاد بيئة عمل أنظف. وقد بين (Karlsson, 2011, 16) بأنها مسؤولية الشركات الصناعية والخدمية تجاه الأفراد والمجتمع والبيئة التي تعمل بها والتي تتأثر بنشاطاتهم، ومن أجل إيصال مفهوم المسؤولية الاجتماعية بشكلها الصحيح وضع (Karlsson, 2011, 16) ثلاثة تقسيمات مختلفة لها وكما موضحة بالشكل رقم (1).



شكل (1) ثلاثة مفاهيم مختلفة لتوضيح مفهوم المسؤولية الاجتماعية

Source: Karlsson, Heidi Maria, 2011, integration of social responsibility into the Norwegian environmental certification, department of industrial economics and technology management, NTNU.

أما (Mater& Assenova, 2012, 1067) فيرى أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يتلخص بالالتزام الاقتصادي والقانوني والاجتماعي والأخلاقي والبيئي تجاه أصحاب المصالح ومنهم (العاملين، الزبائن، الحكومة، الموردين، المساهمين، المجتمع وبما يحتويه من أطراف ذو علاقة فاعلة منهم منظمات المجتمع المدني، الهيئات الحكومية.. الخ). وأكد مجلس الأعمال للتنمية المستدامة بأنها الالتزام المستمر بالعمل والتصرف بشكل أخلاقي بما يساهم في التنمية الاقتصادية ويحسن نوعية حياة العاملين وأسرتهم بالإضافة إلى المجتمع ككل (مخلوف، 2013، 5)، وقد عرفها البنك الدولي للاستثمار بأنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعوائهم والمجتمع ككل لتحسين مستوى المعيشة للأفراد بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في آن واحد (مقدم، 2014، 75).

وبناء على ما تقدم يرى الباحثان بأنها ممارسات طوعية لا إجبارية ولا تحتاج إلى سن القوانين أو وضع قواعد محددة تلزم الشركات للقيام بمسؤوليتها تجاه المجتمع بل هي التزام يقع على عاتق الشركة تجاه أصحاب المصالح والمجتمع والبيئة التي تعمل فيها من خلال تحقيق إنجازات في الأنشطة الاجتماعية والإنسانية مثل محاربة الغش والخداع وتحسين الخدمات الصحية للفرد وخلق جو من الرفاهية إضافة إلى إنتاج منتجات صديقة للبيئة.

مبادئ المسؤولية الاجتماعية

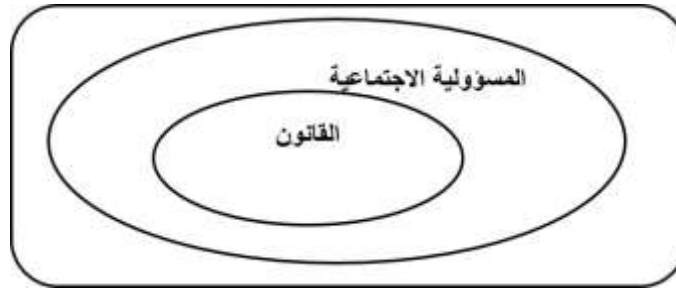
تعددت الطروحات التي تناولت مبادئ المسؤولية الاجتماعية وكلاً حسب وجهة نظره وفيما يأتي عرض لأبرز تلك المبادئ والتي ركز عليها كلا من (الحسن، 2014، 16) (Handbook for implementers, 2011,30-33) (مقدم، 2014، 90) (Karlsson, 2011,2) (المليحي، 2010، 25-19) (Robert Bosch Gmb, 2014,1-4) (ISO, 2010,10-13).

- مبدأ العمل: يتمثل بإدارة الشركة لمواردها البشرية كشركاء ذو قيمة في العمل واحترام حقوقهم وممارسة العدالة في الأعمال والأجور وتوفير بيئة عمل آمنة وملائمة، واحترام حرية تكوين الجمعيات والعلاقات والاعتراف بحقوقهم في المفاوضات الجماعية، مع القضاء على كافة أشكال العمل الجبري واستخدام الأطفال، والتمييز في مجال الترقية والتوظيف.
- مبدأ مكافحة الفساد: يتضح هذا المبدأ من خلال الرغبة الحقيقية للشركة في الكشف عن المعلومات والأنشطة المتعلقة بالفساد بكافة أشكاله والمحافظة على الممتلكات والأصول واستدامة الأموال بأداء مالي متميز بهدف تعزيز نمو الشركة على المدى الطويل.
- مبدأ السلوك والقيم: يتمثل بتنفيذ وتطوير سلوك الشركة المبني على أخلاقيات الأمانة، العدل، التكامل، الالتزام، الاحترام المرتبط بالتعامل مع أصحاب المصالح (مالكين، زبائن، ممولين، عاملين).
- مبدأ سيادة القانون: يقصد به احترام الشركة للمعايير الدولية والالتزام بسيادة القانون وهيمنته، إذ لا يحق لفرد أو لشركة أن يكون فوق القانون.
- مبدأ الشفافية والارتباط الاجتماعي: يشمل الإعلان بشكل واضح ودقيق عن سياسات، قرارات، وأنشطة الشركة من خلال تكوين علاقات مفتوحة مع المجتمع وينبغي أن تتسم تلك العلاقات بالإيجابية والتعاون والمشاركة لجعل المجتمع مكان أفضل لممارسة الأعمال.
- مبدأ حقوق الإنسان: يشمل دعم وحماية الشركة لحقوق الإنسان المعلنة دولياً واحترامها وعدم مساهمة الشركة وبأي شكل من أشكال الانتهاكات لحقوق الإنسان.
- مبدأ البيئة: يتجلى بدعم وتشجيع الشركة على إتباع نهج وقائي إزاء التحديات البيئية التي تواجهها من خلال ترويج التنمية المستدامة وتطوير تقنيات صديقة لحماية وإصلاح البيئة.

أبعاد المسؤولية الاجتماعية

قدم الباحث (Carroll, 2006) أربعة أبعاد جوهرية للمسؤولية الاجتماعية ونالت تأييد العديد من الباحثين (الغالي و العامري، 2011، 87) (klassen& Roloff, 2012,386) (karlsson, 2011,16)، واتفق ذلك مع وجهة نظرنا في طرحها كمتغيرات أساسية لبحثنا وهي كالآتي:

- البعد الاقتصادي: يستند هذا البعد على التزام الشركة بتوفير كافة مستلزمات أفراد المجتمع من سلع وخدمات ذات قيمة عالية وبأسعار منافسة، وفي ذلك تحقق الشركة الأرباح المالية التي تمكنها من الاستمرار والبقاء في الأسواق العالمية والتي يتوجب عليها الأخذ بالاعتبار احترام قواعد المنافسة العادلة والاستفادة من تطور التقنية الحاصل بما لا يلحق أي ضرر في المجتمع والبيئة. فإحساس الشركة بمسؤوليتها الاقتصادية يشكل طابع مهم جدا بالنسبة للعاملين من خلال توفير بيئة عمل آمنة ونظيفة وأتباع العدالة الوظيفية لتشجيع وتطوير العاملين. حيث قامت شركة بي ام دبليو الألمانية من تقليل ساعات العمل من 39 إلى 31 ساعة بالأسبوع، ومع ذلك حافظت على أجور ورواتب العاملين كما هي (سويدان، حداد، 2006، 87).
- البعد القانوني: يتمثل بالالتزام الشركات باللوائح والقوانين والأنظمة والتشريعات التي تسنها الحكومة والتي يتوجب عليها عدم تجاوزها واحترامها وإلا فإن الشركة ستقع في إشكالية قانونية، فالبعد القانوني لا يمكن حصره في حدود الشركة، الزبون، المجتمع، وما تربطهم من علاقات بل يعمل على حماية الشركات فيما بينها من جراء المنافسة غير العادلة التي قد تحصل فيما بينهم. حيث حدد (Brandao&Rego, 2012,8) العلاقة بين القانون والمسؤولية الاجتماعية من خلال الشكل رقم (2).



شكل 2: العلاقة بين القانون والمسؤولية الاجتماعية

Source: Brandao, Christina, Rego, guilhermina, 2012, social responsibility: A new paradigm of hospital governance, the author. this article is published with open access at Springer, link. Com.

ويمثل البعد الاقتصادي والقانوني القاعدة الأساسية لظهور الدور الاجتماعي بشكل أوضح للشركة، حيث لا يوجد معنى من تبني والالتزام الشركة بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع من جانب وتعمل على خرق الجوانب القانونية والاقتصادية من جانب آخر لذلك على الشركة تبني إقامة كلا من البعدين السابقين.

- البعد الأخلاقي: يشير هذا البعد إلى الالتزام بالمبادئ والمعايير الأخلاقية وبمعتقدات المجتمع الذي تعمل فيه الشركة، رغم أن هذه الجوانب لم توضع في لائحة القانون لتلزم الشركات بالعمل بها لكن احترام الشركة لها يعتبر أمرا مهما وضروريا لزيادة مكانة وسمعة الشركة في أذهان المجتمع من خلال الالتزام بعمل ما هو صحيح وعادل ونزيه، وبناء على ما تقدم فالقوانين واللوائح لا تكفي وحدها في التحكم في زمام الأمور وحماية المجتمع، وهنا يأتي دور مبادرة الشركة بإتباع السلوك الأخلاقي ومدى مساهمتها في وضع رفاهية المجتمع وتحقيق التنمية المستدامة كتقديم التبرعات ومشاريع التوعية الأخلاقية.
- البعد الإنساني (الخيري): يرتبط هذا البعد بتحسين جودة حياة المجتمع فهو عبارة عن رسالة خدمية إنسانية تقدمها الشركة لمجتمعها من خلال حل مشكلات معينة ودعم القضايا التي تتعلق بالبيئة والمجتمع وتحسين جوانب الحياة لهم، كاستخدام مواد صحية صديقة للبيئة في منتجاتها، أو تقديم برامج للتدريب لفئات المجتمع من الشباب وكبار السن. إذ تقدم بشكل مبادرات إنسانية طوعية غير ملزمة للشركة.

وقد وضع (Carroll) هذه الأبعاد بشكل هرمي متسلسل لتوضيح طبيعة العلاقة بينها وكما موضح بالشكل رقم (3) الأتي:

المواصفة الدولية ISO 26000

اقتصر اهتمام اغلب الشركات الصناعية أو الخدمية بما يخص المسؤولية الاجتماعية على تقديم الدعم المادي فقط، إلا أن هذا الاهتمام لا يعكس الحقوق والواجبات التي يجب على الشركات الالتزام بها إذ يتوجب عليها الاهتمام بالعديد من الإجراءات المادية والمعنوية لتثبيت

بذلك قيامها بدورها الفعال تجاه المجتمع وتجاه أصحاب المصالح (نشرة تعريفية، 2011، 6). لذلك قامت منظمة التقييس الدولية ISO بإعداد مشروع مواصفة دولية في عام 2010 خاصة بالمسؤولية الاجتماعية ISO 26000، فقد تم أعداد هذه المواصفة الدولية من قبل مجموعة متعددة من خبراء من أكثر من 90 دولة و 40 منظمة دولية وإقليمية واسعة الانتشار، هؤلاء الخبراء يمثلون 6 مجموعات مختلفة ذات العلاقة مع الشركة وهم (الزبائن- حكومة- صناعة- عمال- منظمات غير حكومية- منظمات خدمية وبحثية) (ISO/DIS,2010,15).



شكل (3) هرم (Carroll) لإبعاد المسؤولية الاجتماعية
المصدر: الغالبي، طاهر محسن و العامري، صالح مهدي، 2008، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان - الأردن.

وقد وضع تعريف للمواصفة ISO 26000 بأنها أول مواصفة عالمية مهتمة بالمسؤولية الاجتماعية، وتستخدم كدليل إرشادي اختياري لا يقصد بها الإلزام والاعتماد وليس لها شهادة معتمدة كـ بعض المواصفات القياسية، ولا يمكن لهذه المواصفة أن تحل محل مسؤولية الدولة تجاه المجتمع (الخفاجي والتميمي، 2016، 43) كما عرفت بأنها معيار دولي يقدم إرشادات حول المسؤولية الاجتماعية وتكون مصممة بحيث يتم استخدامها من قبل جميع أنواع الشركات سواء كانت ضمن القطاع العام أو الخاص. ويشتمل معيار ISO 26000 على إرشادات طوعية وليست إجبارية فهي لا تستخدم كمعيار لمنح شهادة مثل باقي شهادات الايزو 9001 & 14001 (رسالة التمييز، 2013).

وبناء على ما تقدم فقد ذكرت منظمة الايزو أن هناك مجموعة من الفوائد التي يمكن تحقيقها إذا ما قامت الشركة بتطبيق المواصفة ISO 26000: (ISO,2010, vi)

- تحقيق ميزة تنافسية جيدة في الأسواق.
- السمعة الطيبة لدى المجتمع والزبائن.
- القدرة على استقطاب العاملين والزبائن والمستخدمين.
- الحفاظ على معنويات العاملين والتزامهم بإنتاجية الشركة.
- العلاقة الجيدة مع الشركات والحكومة وكذلك وسائل الإعلام والموردين والمستهلكين بالإضافة إلى المجتمع الذي تعمل فيه.
- رأي المستثمرين والمجتمع الدولي بوضع المالي للشركة.

وفيما يلي استعراض للملخص بنود المواصفة الدولية ISO 26000 التي حدتها منظمة التقييس الدولية (ISO,2010,vii) وكما موضحة بالجدول رقم (1).

جدول (1): ملخص بنود المواصفة الدولية ISO 26000

عنوان البند	رقم البند	وصف محتويات البند
المجال	البند (1)	تعرف المحتوى والمجال الذي تغطيه هذه المواصفة الدولية وتحدد قيود واستثناءات معينة
المصطلحات و التعاريف	البند (2)	تحدد وتقدم تعريف المصطلحات الرئيسة ذات الأهمية البالغة لفهم المسؤولية الاجتماعية.
فهم المسؤولية الاجتماعية	البند (3)	تصف العوامل والظروف الهامة التي لها اثر على تطور المسؤولية الاجتماعية، وتصف أيضا مفهوم المسؤولية الاجتماعية نفسها-معناها وكيفية تطبيقها على الشركات. يتضمن البند دليل إرشادي لشرح كيفية استخدام هذه المواصفة في الشركات المتوسطة وصغيرة الحجم.
مبادئ المسؤولية الاجتماعية	البند (4)	تقدم وتشرح المبادئ العامة للمسؤولية الاجتماعية.
إدراك المسؤولية الاجتماعية والمشاركة مع الأطراف المعنية	البند (5)	تتناول الممارستان الخاصتان بالمسؤولية الاجتماعية: إدراك الشركة لمسؤوليتها الاجتماعية وتحديد لها والمشاركة مع أطرافها المعنية، كما تقدم الإرشاد بشأن العلاقة بين الشركة وأطرافها المعنية والمجتمع مع إدراك الموضوعات والقضايا الجوهرية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.
دليل إرشادي حول الموضوعات الجوهرية للمسؤولية الاجتماعية	البند (6)	توضح الموضوعات الجوهرية والقضايا المرتبطة بها ذات الصلة بالمسؤولية الاجتماعية، وقد تم تقديم معلومات لكل موضوع جوهري حول مجاله وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية والمبادئ والاعتبارات والإجراءات والتوقعات ذات الصلة.
دليل إرشادي حول دمج المسؤولية الاجتماعية داخل المنشأة	البند (7)	تقدم دليل إرشادي حول وضع المسؤولية الاجتماعية في حيز الممارسة داخل الشركة، ويتضمن ذلك الإرشاد بشأن تفهم الشركة لمسؤوليتها الاجتماعية ودمج المسؤولية الاجتماعية خلال الشركة والتواصل بشأن المسؤولية الاجتماعية وتحسين مصداقية الشركة للمسؤولية الاجتماعية ومراجعة التقدم الذي يتم إحرازه وتحسين الأداء وتقييم المبادرات الاختيارية للمسؤولية الاجتماعية.
ملحق حول الآليات والمبادرات التطوعية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية	الملحق (أ)	يقدم قائمة غير تفصيلية بالآليات والمبادرات التطوعية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والتي تتناول نشاط جوانب لا الموضوعات الجوهرية أو أكثر أو دمج المسؤولية الاجتماعية داخل الشركة.
الاختصارات	الملحق (ب)	يقدم قائمة بالاختصارات المستخدمة في المواصفة.
قائمة المراجع		تشمل المراجع الخاصة بالمواثيق الدولية الرسمية ومواصفات الايزو التي تم الاستعانة بها في هذه المواصفة كمواضع مرجعية.
فهرس		يقدم عنوان المراجع للموضوعات والمفاهيم والمصطلحات الواردة في هذه المواصفة الدولية.

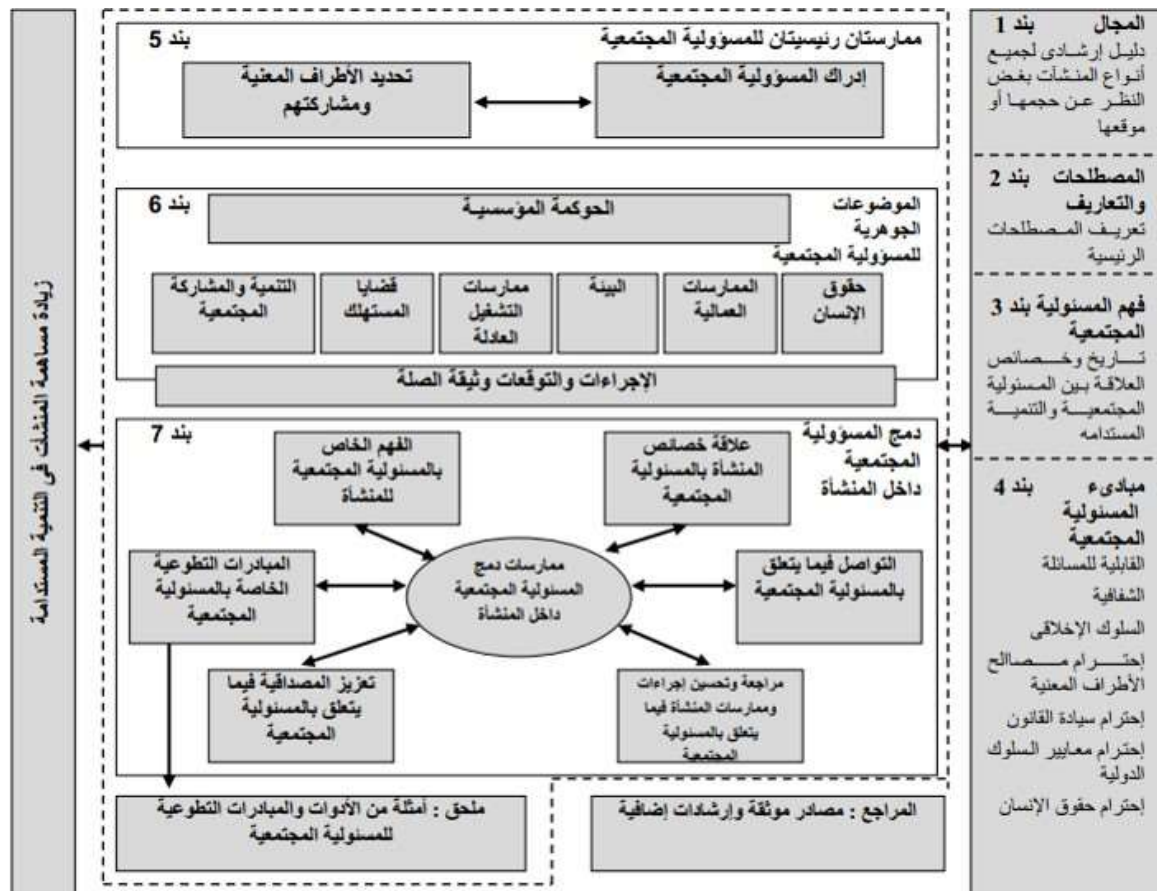
Source: Draft international standard, 2010, Guidance on social responsibility, ISO/DIS 26000, www.ISO.org.

وأيضاً قد وضعت منظمة الايزو لمحة تخطيطية عامة عن ISO 26000 تهدف من خلالها مساعدة الشركات على فهم العلاقة بين البنود المتعددة للمواصفة وهي كما موضحة بالشكل رقم (4).

ثالثاً: الجانب العملي

من اجل الوصول إلى أبعاد المسؤولية الاجتماعية المعتمدة على المواصفة الدولية ISO 26000 ودراسة مدى توافرها في شركة اسياسيل

لذا يتوجب علينا اختبار فرضية البحث من خلال استخدام أدوات التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها بواسطة استمارة الاستبانة، وقبل تحليل فرضية البحث الحالي سنقدم نبذة مختصرة عن الشركة ميدان البحث ووصف عينته.



شكل (4): لمحة تخطيطية للمواصفة الدولية ايزو 26000

Source: Draft international standard, 2010, Guidance on social responsibility, ISO/DIS. 26000, www.ISO.org.

- وصف الشركة ميدان البحث: تأسست شركة اسياسيل (شبكة الاتصالات الخلوية الأولى في العراق) في مدينة السليمانية عام 1999، ومع دخول الشركة إلى سوق عالمي منافس ومتقدم من نوعه بشرت بولادة عهد جديد من الاتصالات في جميع أنحاء البلاد، ومهدت الطريق للشبكات الأخرى للسير على خطاها. في أكتوبر من العام 2003 حصلت اسياسيل على رخصة النظام الموحد للاتصالات المتنقلة (GSM) في المحافظات الشمالية الست (دهوك، اربيل، سليمانية، موصل، تكريت، كركوك) للعراق لمدة عامين، وبعد ذلك جرى توسيع نطاق الرخصة عام 2005 لتغطي جمهورية العراق بالكامل وبذلك لتكون شركة اسياسيل الشبكة الوحيدة التي تغطي جميع أنحاء البلاد، حيث تقدم الشركة خدماتها لما يزيد عن 8.7 مليون مشترك، وبذلك لا يسعنا إلا القول بأنها الشركة الرائدة في مجال الاتصالات الخلوية في العراق.
- وصف عينة البحث: من الجدول رقم (2) يتضح ان خصائص عينة البحث من الأفراد المبحوثين يتمتعون بنضج فكري وتحصيل دراسي ومدة خدمة تؤهلهم لإعطاء مؤشرات دقيقة تحقق هدف البحث .

وصف متغيرات البحث وتشخيصها:

يستعرض هذا المحور وصفا وتشخيصا لمتغيرات البحث (أبعاد المسؤولية الاجتماعية) لبيان مدى توافر أو تبيي الشركة المبحوثة لتلك الأبعاد المتمثلة ب (البعد الاقتصادي , البعد القانوني , البعد الأخلاقي , البعد الإنساني – الخيري) موضحا المتغيرات التي حققت أعلى نسبة اتفاق وأدناها .

جدول (2): وصف عينة البحث

العمر						الجنس					
46- فما فوق		45-36		35-25		46- فما فوق		45-36			
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد
11.7	4	40.8	15	47.5	16	14.7	5	85.3	30		
التحصيل الدراسي						سنوات الخدمة					
ماجستير		دبلوم		بكالوريوس		15-11		10-6		5-1	
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد
8.8	3	8.8	3	82.4	29	41.3	15	46	16	11.7	4

إذ يشير جدول رقم (3) إلى التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لكل متغير من متغيرات البحث على مستوى الشركة المبحوثة وكالاتي:-

جدول (3): التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري لأبعاد المسؤولية الاجتماعية

الأبعاد	اتفق بشدة (5)		اتفق(4)		اتفق إلى حد ما (3)		لا اتفق (2)		لا اتفق بشدة (1)		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%			
الاقتصادي	X1	6	17.1	20	57.1	9	25.7	-	-	-	3.91	0.65	
	X2	3	8.6	23	65.7	8	22.9	1	2.9	-	3.80	0.63	
	X3	-	-	10	28.6	12	34.3	13	37.1	-	3.60	0.65	
	X4	5	14.3	22	62.9	8	22.9	-	-	-	3.91	0.61	
	X5	4	11.4	24	68.6	7	20	-	-	-	3.91	0.56	
	X6	9	25.7	17	48.6	8	22.9	1	2.9	-	3.97	0.78	
	X7	3	8.6	23	65.7	7	20	2	5.7	-	3.77	0.68	
المؤشر الكلي		68.9										3.84	0.65
القانوني	X8	9	25.7	20	57.1	5	14.3	1	2.9	-	4.05	0.72	
	X9	7	20	62.9	5	14.3	1	2.9	-	-	4.0	0.68	
	X10	8	22.9	10	28.6	12	34.3	5	14.3	-	3.80	0.67	
	X11	7	20	54.3	9	25.7	-	-	-	-	3.94	0.68	
	X12	6	17.1	20	57.1	9	25.7	-	-	-	3.91	0.65	
	X13	9	25.7	15	42.9	10	28.6	1	2.9	-	3.91	0.81	
	المؤشر الكلي		72.3										3.93
الإخلاقي	X14	7	20	18	51.4	10	28.6	-	-	-	3.91	0.70	
	X15	2	5.7	26	74.3	7	20	-	-	-	3.85	0.49	
	X16	6	17.1	21	60	7	20	1	2.9	-	3.91	0.70	
	X17	5	14.3	22	62.9	8	22.9	-	-	-	3.91	0.61	
	X18	11	31.4	12	34.3	11	31.4	1	2.9	-	3.94	0.87	
	X19	12	34.3	14	40	8	22.9	1	2.9	-	4.05	0.83	
	المؤشر الكلي		75.2										3.94
المجموع	4	11.4	6	17.1	14	40	8	22.9	3	8.6	3.0	1.11	

0.77	3.22	2.9	1	8.6	3	54.3	19	31.4	11	2.9	1	X21
0.60	3.40	-	-	5.7	2	48.6	17	45.7	16	-	-	X22
0.57	3.71	-	-	-	-	34.3	12	60	21	5.7	2	X23
0.58	3.68	-	-	-	-	37.1	13	57.1	20	5.7	2	X24
0.61	3.74	-	-	-	-	34.3	12	57.1	20	8.6	3	X25
0.70	3.46	50.4									المؤشر الكلي	

- البعد الاقتصادي: تشير نتائج جدول رقم (3) إلى المؤشر الكلي لهذا البعد جاء بنسبة اتفاق (68.9%) من الأفراد المبحوثين يؤيدون أن شركتهم تتبنى هذا البعد من المسؤولية الاجتماعية ، ويدعم ذلك الوسط حسابي والانحراف المعياري (3.84) و(0.65) على التوالي . أما المتغير الذي ساهم بدرجة كبيرة في إمكانية توفر البعد الاقتصادي فتمثل بالمتغير (X5) بنسبة (80%) من الأفراد المبحوثين يتفقون على أن شركتهم تعمل على زيادة أجور عاملها بهدف رفع مستوى الدخل وتأمين مستويات معيشية أفضل لهم وهي النسبة الأعلى على مستوى المتغيرات البحثية ككل بوسط حسابي وانحراف معياري (3.91) و(0.56) على التوالي . في حين جاءت أدنى نسبة اتفاق للمتغير (X3) بنسبة (28.6%) من الأفراد المبحوثين والذي ينص على أن الشركة المبحوثة تقدم تبرعات وإعانات للمشاريع الخيرية بوسط حسابي وانحراف معياري (3.91) و(0.61) على التوالي .
- البعد القانوني: تبين نتائج جدول رقم (3) أن المؤشر الكلي لهذا البعد جاء بنسبة اتفاق (72.3%) من الأفراد المبحوثين يتفقون أن شركتهم تعمل على توفير هذا البعد وبوسط حسابي وانحراف معياري (3.84) و(0.65) على التوالي . والمتغير الذي ساهم في إيجابية هذا البعد هو (X9) بنسبة اتفاق (82.9%) من الأفراد المبحوثين يؤيدون أن شركتهم تتحمل مسؤوليتها تجاه أفراد المجتمع المحلي ككل ولا تميز على أساس العرق أو الجنس أو الدين ويدعم ذلك وسط حسابي وانحراف معياري (4.0) و(0.68) على التوالي . وتشير أدنى نسبة اتفاق ضمن نفس البعد للمتغير (X10) بنسبة (51.5%) من الأفراد المبحوثين يتفقون على أن شركتهم تسعى لتوفير حقوق العاملين من خدمات اجتماعية كتوفير وسائل نقل من وإلى موقع العمل وتقديم تسهيلات للحصول على السكن ، بوسط حسابي وانحراف معياري (3.80) و(0.67) على التوالي .
- البعد الأخلاقي: تدل نتائج جدول رقم (3) إلى أن المؤشر الكلي لهذا البعد جاء بنسبة اتفاق (75.2%) من الأفراد المبحوثين بان شركتهم توفر البعد الأخلاقي كأحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية ، وبوسط حسابي وانحراف معياري (3.94) و(0.70) على التوالي . والمتغير صاحب أكبر مساهمة في تبني هذا البعد هو (X15) بنسبة اتفاق (80%) من الأفراد المبحوثين يتفقون على أن شركتهم توفر فرص عمل متكافئة وعادلة للجميع بوسط حسابي وانحراف معياري (3.85) و(0.49) على التوالي . وان أدنى نسبة اتفاق كانت للمتغير (X18) بنسبة (65.7%) من الأفراد المبحوثين بان شركتهم تمتلك دليل أخلاقي واضح ومعلن لجميع العاملين لديها بوسط حسابي وانحراف معياري (3.94) و(0.87) على التوالي .
- البعد الإنساني (الخيري): توضح نتائج جدول رقم (3) أن المؤشر الكلي لهذا البعد جاء بنسبة اتفاق (50.4%) من الأفراد المبحوثين يتفقون على تنفيذ هذا البعد بوسط حسابي وانحراف معياري (3.46) و(0.70) على التوالي . والمتغير ذات نسبة اتفاق أعلى ضمن هذا البعد هو (X23) بنسبة (65.7%) من الأفراد المبحوثين يتفقون على أن شركتهم توفر متطلبات الرعاية الصحية والاجتماعية للأفراد العاملين بوسط حسابي وانحراف معياري (3.71) و(0.57) على التوالي . في حين كانت أدنى نسبة اتفاق تقع للمتغير (X20) بنسبة (28.5%) من الأفراد المبحوثين يتفقون على أن شركتهم توفر فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة وهي النسبة الأدنى على مستوى متغيرات البحث ككل، وبوسط حسابي وانحراف معياري (3.46) و(0.70) على التوالي .

رابعاً: الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات:

- أن المسؤولية الاجتماعية كما وضحتها المنظمة الدولية للتقييس ISO ضمن المواصفة ISO26000 لا تعد دليلاً إلزامياً كغيرها من المواصفات الأيزو وإنما هي إرشادات طوعية وليست إجبارية لإدراك الشركة مسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع بصورة عامة.

- تعد المسؤولية الاجتماعية التزاما اقتصاديا، قانونيا، أخلاقيا، وإنسانيا تجاه أصحاب المصالح يقع على عاتق الشركة المبحوثة إذا ما أرادت البقاء والتميز.
- تشير اغلب إجابات رؤساء الأقسام المبحوثين إلى أن شركتهم تتبنى تنفيذ أبعاد المسؤولية الاجتماعية وإن كان بصورة غير مصرح بها بشكل علني .
- مساهمة الشركة المبحوثة في تأمين مستويات معيشية أفضل لعاملها وضمان حقوقهم وتوفير فرص عمل متكافئة وعادلة رغبة منها في تحقيق المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصالح.

التوصيات

- ضرورة اهتمام الشركة المبحوثة بأبعاد المسؤولية الاجتماعية مجتمعة لكي لا يكون نشاطها معزولا عن أهداف المجتمع التنموية وإن لا تحقق أرباحا على حساب العاملين والبيئة والمجتمع.
- على الشركة المبحوثة أن تعمل على تعزيز مساهمتها في تقديم التبرعات والإعانات للمشاريع الخيرية.
- ينبغي على الشركة المبحوثة توفير فرص عمل لذوي الاحتياجات الخاصة مساهمة منها في تبني البعد الخيري كأحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية.
- على الشركة المبحوثة تبني المواصفة الدولية ISO26000 إذ ما أرادت تحقيق سمعة طيبة وميزة تنافسية جيدة في الأسواق.

قائمة المصادر

المصادر العربية:

- التميمي، وفاء، 2010، واقع المسؤولية الاجتماعية في التسويق للشركات المنتجة لمستحضرات التجميل: دراسة ميدانية لآراء مجموعة من مديري شركات التجميل، المجلة الأردنية، المجلد 6، العدد 31، عمان – الأردن.
- الحسن، بو بكر محمد، 2014، دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المنظمة: دراسة حالة لمؤسسة نفطال وحدة – باتنة، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر – الجزائر.
- الخفاجي، محمود عبد الله و التميمي، سالم صالح، 2016، تنفيذ مواصفة المسؤولية المجتمعية ISO 26000 في قضايا المستهلك: دراسة حالة في مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، مجلة دراسات محاسبية ومالية، مجلد 11، العدد 37، بغداد – العراق.
- رسالة التمييز، 2013، صندوق المسؤولية الاجتماعية، برنامج الشيخ خليفة للتميز الحكومي، دبي – الإمارات www.skgep.gov.ae
- سويدان، نظام موسى و حداد، شفيق، 2006، التسويق مفاهيم معاصرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان – الأردن.
- الطه، شهاب محمد محمود، 2002، المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للمنظمات الإنتاجية في توفير مبدأ حماية المستخدم بالتطبيق على مجموعة من المنظمات العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل – العراق.
- الغالي، طاهر محسن و العامري، صالح مهدي، 2008، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان – الأردن.
- الغالي، طاهر محسن و العامري، صالح مهدي، 2011، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات: دراسة تطبيقية لعينة من المصارف الأردنية، المنظمة العربية للعلوم الإدارية، القاهرة – مصر.
- فلاق، محمد، 2013، المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية: شركتي سوناطراك الجزائرية، ارامكو السعودية، مجلة الباحث-عدد 12، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، الجزائر.
- كوتلر، فليب ولي، نانسي، 2012، المسؤولية الاجتماعية للشركات، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، لبنان.

- مخلوف، شادية، 2013، ضمان جودة المسؤولية الاجتماعية للتعليم الجامعي (نموذج مقترح) مديرة دائرة الجودة، جامعة القدس المفتوحة، shadiam@yahoo.com.
- المليجي، أسامة، 2010، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات والمواصفة القياسية الدولية ISO 26000، المؤتمر السنوي للجمعية المصرية للجودة، الجودة وإستراتيجية التغيير، القاهرة – مصر.
- نشرة تعريفية، 2012، المسؤولية الاجتماعية ISO 26000، شركة تنمية المعرفة، المملكة العربية السعودية www.kl-dev.com.
- وهيبة، مقدم، 2014، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران - الجزائر.

المصادر الأجنبية:

- Balzarova, Michaela, Castka, Pavel, 2012, stakeholders influence and contribution to social standards development: the case of multiple stakeholders approach to ISO 26000 development, Springer science + business media B.V.
- Brandao, Christina, Rego, Guilhermina, 2012, social responsibility: A new paradigm of hospital governance, the author. this article is published with open access at Springer, link. Com.
- Crowther, David, Aras, Guler, 2010, corporate social responsibility, download free text book at book boon.com
- Claasen, Cyrlene, Roloff, Julia, 2012, the link between responsibility and legitimacy: the case of de beers in Namibia, Springer science + business media B.V.
- Draft international standard, 2010, Guidance on social responsibility, ISO/DIS 26000, www.ISO.org.
- Karlsson, Heidi Maria, 2011, integration of social responsibility into the Norwegian environmental certification, department of industrial economics and technology management, NTNU. <http://www.unglobalcompact.com>
- The handbook for implementers of ISO 26000, global standard on social responsibility, 2011, Designed by ECOLOGIA for Small and Medium sized Businesses.
- Matev, Dimitar, Assenova, Mariana, 2012, Application of corporate social responsibility approach in Bulgaria to support sustainable tourism development, Springer – Verlag.
- Robert Bosch GmbH, 2014, Basic principles of social responsibility at Bosch, Europa Commieett of the Boach Group, International Metalworkers Federation.

معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي

الباحث محمد حسنى الرماح
وزارة المالية- ليبيا

د. عماد محمد أبوعجيلة
جامعة الزاوية- ليبيا

ملخص:

هدفت هذه الورقة البحثية الى التعرف إلى معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي، وذلك من حيث إدراك إدارة الشركات المساهمة لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، ومدى التزامها بالقوانين والتشريعات المتعلقة بالإفصاح الاجتماعي، ودور نقابة المحاسبين والمراجعين القانونيين في المسؤولية الاجتماعية، والتكاليف المترتبة على الإفصاح الاجتماعي. وقد تمثل مجتمع الدراسة في الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي، واشتملت عينتها على المحاسبين والمراجعين، والمديرين الماليين، بالإضافة إلى بعض موظفي الإدارات ذات العلاقة داخل تلك الشركات. وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، بالاعتماد على الاستبانة لغرض جمع البيانات، حيث وزعت (60) استبانة، تم استرداد (54) استبانة صالحة للتحليل، واستخدم الباحثان البرنامج الإحصائي (SPSS) لاختبار فرضيات الدراسة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: وجود ضعف في إدراك مفهوم المسؤولية الاجتماعية من قبل إدارة الشركات، وتمثل ذلك في (التفاوت بين ثقافة الشركات وثقافة المجتمع وضعف الدور الإعلامي وعدم مطالبة الأطراف ذات المصالح بالمعلومات الاجتماعية)؛ كذلك الضعف في القوانين والتشريعات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، وتمثل ذلك في (عدم وجود نصوص قانونية واضحة وغياب دور جماعات الضغط، وكذلك عدم فرض عقوبات على الشركات التي تمتنع عن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية)، بالإضافة إلى تجنب الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية التي يمكن أن تلحق الضرر بقيمة الشركات، وكذلك، النقص في الموارد المالية التي تمكن الشركات من تبني نظام محاسبي فعال. وبناء على تلك النتائج، فقد أوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات، أهمها: ضرورة تعزيز ثقافة الشركات بالمسؤولية الاجتماعية، وكذلك اهتمام الدولة بإصدار قوانين وتشريعات ملزمة للشركات بالإفصاح عن معلومات أدائها الاجتماعي وفرض عقوبات على الشركات المخالفة، بالإضافة إلى تبني نموذج موحد للإفصاح المحاسبي عن الأداء الاجتماعي.

كلمات مفتاحية: الإفصاح، المسؤولية الاجتماعية، سوق المال الليبي.

مقدمة

نتيجة للتطور الهائل في الحياة الاقتصادية بشكل عام، وتطور المنشآت وزيادة أنشطتها وتنوعها بشكل خاص، فقد ظهرت العديد من المشاكل المحاسبية بسبب هذه التطورات، الأمر الذي تطور معه نظرية المحاسبة، حيث ظهرت العديد من الأفكار المحاسبية لمواجهة هذه التطورات، وإيجاد الحلول لتلك المشاكل، وتعتبر المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية والبيئية من أحدث مراحل تطور الفكر المحاسبي، وأصبحت أمراً مقبولا في جميع المجتمعات المتقدمة والنامية. كما أن تطور المجتمعات وظهور حاجات متجددة لهذه المجتمعات في الحصول على مستويات معيشية أفضل، فقد ظهر مستخدمون جدد للمعلومات المحاسبية مثل جماعات الضغط، ومنظمات حقوق الإنسان، ومنظمات حماية البيئة، والتي تطالب الشركات بضرورة الإفصاح عن نتائج أدائها الاجتماعي، بالإضافة لنتائج أدائها الاقتصادي في تقاريرها المالية المنشورة. وفي ظل هذه الظروف والتغيرات المتسارعة فقد زادت المطالبات لتطوير الأنظمة المحاسبية لأغراض العرض والإفصاح عن المعلومات الخاصة بالجوانب والأنشطة الاجتماعية للمنشآت في التقارير المالية، وذلك بهدف قياس مدى نجاح أو فشل الوحدات الاقتصادية في استغلال الموارد المتاحة لها بالشكل الأمثل وتحقيق الأرباح المستهدفة، والمساهمة في تحقيق الرفاهية الاجتماعية.

وأصبحت منظمات الأعمال ملزمة سواء من تلقاء نفسها أو تحت ضغط الرأي العام بالوفاء بأشكال مختلفة من مسؤولياتها الاجتماعية في حدود إمكانياتها، مع العمل في نفس الوقت على إعلام الأطراف المعنية بأشكال ذلك الأداء الاجتماعي، والإفصاح عن نتائجه (جربوع: 2007).

وهذا بدوره يساهم في تحسين صورة ومركز الوحدة الاقتصادية في أعين العملاء والجمهور مما ينعكس إيجابيا على عائدات الوحدة في الأجل المتوسط والأجل الطويل، لذلك فإن المسؤولية الاجتماعية للوحدة تعتبر استثمارا طويلا للأجل له عائد على المدى الطويل. وإذا كان هذا هو الحال في الدول التي تتميز بالتقدم في علم المحاسبة، فكيف هو الحال في ليبيا، حيث يعاني المجتمع الليبي كغيره من المجتمعات الأخرى من تفاقم المشكلات الاجتماعية والبيئية من ارتفاع معدلات البطالة والفقر والمرض والتلوث البيئي وغيرها من المشاكل الأخرى، الأمر الذي يتطلب تضامنا جهود كافة أفراد المجتمع والشركات العامة والخاصة والمنظمات والمؤسسات المهنية لإيجاد الحلول لهذه المشاكل.

وتأتي هذه الدراسة لتوضيح معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي، حيث أشارت العديد من الدراسات السابقة والتي أجريت في هذا الموضوع إلى وجود ضعف في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في الوقت الذي أصبحت المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية من الأمور المهمة باعتبارها أداة تستخدمها الشركات للوفاء بواجباتها تجاه المجتمع من ناحية، وكأداة تستخدمها مختلف الأطراف لتوظيف مخرجاتها لاتخاذ القرارات السليمة من ناحية أخرى.

مشكلة الدراسة

نتيجة للقصور في مخرجات النظام المحاسبي من وجهة النظر التقليدية لقياس مدى مساهمة الوحدة الاقتصادية في تحقيق الرفاهية الاجتماعية، إذ أن مخرجات النظام المحاسبي لا تعتمد القياس لأنشطة الأنشطة الاجتماعية لذلك ينبغي تطوير مخرجات هذا النظام بالشكل الذي يهدف إلى تقديم المعلومات التي تعكس الدور الجديد له والمتمثل بتحديد وقياس مساهمة الوحدة اقتصاديا وبيئيا واجتماعيا (عودة:2008)

وعلى الرغم من زيادة المطالبات من قبل الأطراف المستفيدة من مخرجات النظام المحاسبي بضرورة تبني الشركات لمفهوم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في تقاريرها المالية فإن هذا المفهوم لا يزال غير واضح لدى العديد من الشركات وعدم إدراك هذه الشركات لهذه المسؤولية، وهذا ما أكدته دراسة (زريق، 2009) ودراسة (بن عيسى، 2010).

وباعتبار أن القانون التجاري في هو المرجعية التي تحكم الممارسات المحاسبية في ليبيا، حيث إن ما هو مطبق الآن في ليبيا من أنظمة محاسبية ما هو إلا خليط من أنظمة مستوردة من بلدان أخرى وإن هذا الخليط ناتج عن عدم وجود منظمات أهلية أو حكومية فاعلة تهتم بتقنين مهنة المحاسبة وإصدار القواعد والمعايير المنظمة لها. (الكيلاني:2006، 213) وعلى الرغم من صدور القانون رقم (116) لسنة 1973 بشأن تنظيم مهنة المحاسبة والمراجعة في ليبيا وذلك من خلال إنشاء نقابة المحاسبين والمراجعين الليبيين كهيئة مهنية مستقلة تتولى الإشراف على تنظيم المهنة في ليبيا وإصدار المعايير والرفع من كفاءة المحاسبين والمراجعين الليبيين، إلا أن هذه النقابة لم تهتم بموضوع المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية.

ومن خلال إطلاع الباحثان على التقارير المالية المنشورة لبعض هذه الشركات المدرجة في سوق المال الليبي فقد لاحظ أن هناك ضعف في الإفصاح عن الأنشطة الاجتماعية لهذه الشركات، حيث لا تزال تعد تقاريرها المالية بشكل لا يخلو من الطابع الحكومي وتفتقر للمهنية المتخصصة في إعداد القوائم المالية وخصوصا فيما يتعلق بالإفصاح عن أدائها الاجتماعي، ويعزو الباحثان ذلك ربما لوجود معوقات تقلل من إفصاح هذه الشركات عن نتائج أنشطتها الاجتماعية، فقد تكون معوقات إدراكية، أو معوقات قانونية، أو معوقات مهنية، أو معوقات مالية.

وبالتالي فإن تلك الحقائق قد يكون لها سبب مباشر في ضعف الإفصاح الاجتماعي لهذه الشركات، واستناداً لما سبق يمكننا صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي:- هل هناك معوقات للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي؟

ويندرج تحت هذا السؤال التساؤلات الفرعية التالية:

- هل هناك قصور في إدراك مفهوم المسؤولية الاجتماعية من قبل إدارة الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي؟
- هل هناك قصور في الإجراءات القانونية والتشريعية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية داخل الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي؟
- هل هناك قصور من نقابة المحاسبين والمراجعين الليبيين في الإهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية داخل ليبيا؟
- هل هناك رغبة لدى الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي إلى تجنب تحمل تكاليف الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقاريرها المالية المنشورة؟

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة بشكل رئيس إلى: التعرف على معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي. ويندرج تحت هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية:

- التعرف على مدى إدراك إدارة الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- التعرف على مدى التزام الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي بالإجراءات القانونية والتشريعية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.
- التعرف على مدى مساهمة ودور نقابة المحاسبين والمراجعين الليبيين في الاهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية داخل ليبيا.
- التعرف على ما إذا كانت التكاليف الاجتماعية تشكل عائقاً أمام إدارة الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي في تبني مفهوم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في تقاريرها المالية المنشورة.

أهمية الدراسة

- تنبع الأهمية العلمية للدراسة في كونها تتناول أحد المواضيع المهمة وهو المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية باعتبارها أحدث مراحل تطور الفكر المحاسبي، والذي برز بسبب الزيادة في حجم وقدرة الشركات التي لها تأثيرات اقتصادية واجتماعية وبيئية واسعة النطاق، وظهور مستخدمين جدد للمعلومات المحاسبية مثل جماعات الضغط ومنظمات حقوق الإنسان وغيرها، مما أدى إلى زيادة الاهتمام بها من قبل المؤسسات والجمعيات المحاسبية والمهنية والجهات الأكاديمية.
- وتعتبر هذه الدراسة مهمة للشركات محل الدراسة لتفعيل الطابع الإجتماعي بما يساهم في تحقيق أهدافها وأهداف المجتمع في التنمية ويحقق إستمرارها، كذلك إدراكها للأهمية المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في تقاريرها المالية، بما يلي رغبات العديد من الأطراف المختصة كالدولة والمستثمرين والمستهلكين والمجتمع.
- كما أن الدراسة مهمة للمجتمع بأنها توضح واقع وأهمية الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في التقارير المالية للشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي، وذلك من خلال تحديد بعض المعوقات التي ربما تحد من الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لهذه الشركات.

فرضيات الدراسة:

في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها سيتم صياغة الفرضية التالية التي سيجرى اختبارها واستخلاص النتائج والتوصيات منها:

الفرضية الرئيسية:

توجد معوقات للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي. ويندرج تحت هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

- الفرضية الفرعية الأولى: يوجد قصور في إدراك الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.
- الفرضية الفرعية الثانية: يوجد قصور في القوانين والتشريعات الصادرة عن الدولة التي تلزم الشركات المساهمة بضرورة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.
- الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد قصور في الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل نقابة المحاسبين والمراجعين الليبيين.
- الفرضية الفرعية الرابعة: تشكل زيادة التكاليف المترتبة عن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية عائقاً للإفصاح عنها في التقارير المالية للشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي.

دراسات سابقة

دراسة (الككلي، 2009)، بعنوان: الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية للوحدات الاقتصادية في القوائم المالية المنشورة (دراسة ميدانية في الشركات الصناعية الليبية بالمنطقة الغربية). هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية ومدى الإفصاح عنها في القوائم المالية للشركات الصناعية الليبية، وموقفها من هذا الإفصاح. وقد اشتملت عينة الدراسة على (18) شركة صناعية بالمنطقة الغربية من أصل (24) شركة صناعية. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنه لا يوجد إتفاق على تعريف محدد للمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، كما أنه لا يوجد فهم كافٍ لمعلومات المسؤولية الاجتماعية، وبالرغم من وجود قوانين ملزمة لحماية المجتمعات من المخلفات التي تنتج عن الشركات الصناعية، مثل قانون حماية البيئة إلا أنه لا يتم تطبيق تلك القوانين بطريقة صارمة. وقد أوصت الدراسة بناءً على ذلك بزيادة اهتمام الجمعيات العلمية والمهنية بالإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية، بالإضافة لضرورة توفير البيانات بطريقة واضحة تخدم الأطراف المستفيدة، كما أوصت بضرورة الالتزام بالقوانين والتشريعات وتطبيقها التطبيق الصحيح ومعاقبة كل من يتجاوز القوانين.

دراسة (زريق، 2009)، بعنوان: الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية وموقف المحاسبين القانونيين منه. هدفت هذه الدراسة للتعرف على آراء وجهات نظر المحاسبين الليبيين حول الإفصاح عن المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، وركزت هذه الدراسة على محاسبي أقسام الائتمان بالمصارف التجارية ومحاسبي مصرف ليبيا المركزي ومحاسبي ومراجعي اللجنة الشعبية العامة (سابقاً). وقد اشتملت عينة الدراسة على (100) مفردة من مفردات المجتمع البالغة 385 مفردة بنسبة 26% من حجم مجتمع الدراسة. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن القانون هو الوسيلة المثلى لالتزام المنظمات بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، كما أن من أهم الأسباب لعدم الإفصاح عن المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية هو افتقار الجمهور للمعرفة بها. وقد أوصت الدراسة بضرورة تدخل الدولة بإصدار قوانين ملزمة بالإفصاح عن مسؤوليتها الاجتماعية وفرض عقوبات على المنظمات المخالفة، وضرورة تأهيل المحاسبين عن طريق إقامة الندوات وورش العمل للتعرف على المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية، وعدم الإكتفاء بمجرد توجيه إدارات المنظمات إلى أهمية الدور الاجتماعي بل ينبغي التدخل من قبل الجهات الرقابية لمتابعة قيامها بهذا الدور ومحاسبتها على أي قصور، كما يجب تفعيل دور المؤسسات الأهلية الراعية للمسؤولية الاجتماعية.

دراسة (فرقد، 2010)، بعنوان: المسؤولية البيئية والإفصاح البيئي للشركات من وجهة نظر مديري الشركات الصناعية الليبية. هدفت هذه الدراسة لقياس موقف الإدارة في الشركات الصناعية الليبية من المسؤولية الاجتماعية والأسباب التي أدت لتدني مستوى الإفصاح البيئي. وقد اشتملت عينة الدراسة على إحدى عشرة شركة من أصل ثلاثة عشرة شركة تم التركيز فيها على الفئات التالية (رئيس مجلس الإدارة- عضو مجلس الإدارة- المدير المالي) حيث بلغ عددهم ستة وستون مستجيب. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن هناك مجموعة من الأسباب التي أدت لتدني مستوى الإفصاح البيئي من أهمها غياب المعايير المطلوبة من قبل الجهات المحاسبية المتخصصة مثل نقابة المحاسبين والمراجعين القانونيين، غياب دور الأطراف المستفيدة، كلفة تجميع البيانات المتعلقة بالأداء البيئي. كما أوصت الدراسة بالعمل على الرفع من مستوى الإفصاح عن معلومات الأداء البيئي للشركات الصناعية الليبية في تقاريرها، كما أوصت بضرورة قيام الجهات المحاسبية المتخصصة مثل نقابة المحاسبين والمراجعين القانونيين بالعمل على إصدار معايير تنظم عملية الإفصاح عن الأداء البيئي للشركات، كما يجب أن يكون الإفصاح البيئي إجبارياً بموجب القانون وليس اختيارياً.

دراسة (بن عيسى، 2010)، بعنوان : واقع المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها – دراسة ميدانية بالشركات الصناعية الليبية بالمنطقة الغربية. هدفت هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى التعرف على مدى إدراك الشركات الصناعية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والمحاسبة عنها، كذلك بيان ما إذا كانت مجالات المسؤولية الاجتماعية الأربعة والمتمثلة في (الموارد البشرية – البيئة – المستهلكين – المجتمع) تحظى بنفس الاهتمام والتطبيق لدى هذه الشركات. وقد تركزت عينة الدراسة على الشركات الصناعية الليبية المستمرة في نشاطها والتي بلغ عددها (22) شركة من أصل (27) شركة صناعية عاملة في المنطقة الغربية. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنه يوجد ضعف في الوعي والإدراك لدى الشركات الصناعية بالمسؤولية الاجتماعية، كما أن مستويات المسؤولية الاجتماعية الأربعة تحظى بدرجة من الأهمية النسبية لدى الشركات الصناعية وتختلف من شركة لأخرى. وقد أوصت الدراسة بضرورة العمل على زيادة توعية المستويات الإدارية المختلفة بالشركات الصناعية الليبية بأهمية المسؤولية الاجتماعية باعتبارها جزءاً من البيئة، والعمل على تدليل المعوقات التي تحول دون إفصاح الشركة عن مسؤوليتها وذلك من خلال (الالتزام بالتشريعات والقوانين لتشجيع الشركات الصناعية على الوفاء بمسؤوليتها الاجتماعية- تبني نموذج موحد للإفصاح المحاسبي عن الأداء الإجتماعي للشركات الصناعية داخل ليبيا).

دراسة (قطاطي، 2012)، بعنوان : الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية المنشورة للمصارف التجارية العاملة في ليبيا. هدفت هذه الدراسة إلى قياس حجم الإفصاح الإجتماعي وتحديد نوعية المعلومات التي يتم الإفصاح عنها في التقارير السنوية المنشورة، بالإضافة إلى تحديد مجالات المسؤولية الاجتماعية التي يتم الإفصاح عنها في التقارير السنوية المنشورة. وقد اشتملت عينة الدراسة على المصارف التالية (مصرف الجمهورية- مصرف الصحاري- مصرف التجاري- مصرف الأمة- مصرف الوحدة- مصرف التجارة والتنمية) ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن جميع المصارف قد أفصحت عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في تقاريرها السنوية بأشكالها المختلفة في التقارير (مالية – وصفية – كمية)، بالإضافة للتدني في مستوى الإفصاح الإجتماعي عن مجال المحافظة على البيئة بسبب إختلاف نشاط المصارف عن المنظمات الأخرى، إضافة لعدم وجود نموذج محاسبي واضح للإفصاح عن المعلومات الاجتماعية، بما يدل على عدم وجود نظام للمحاسبة الاجتماعية والإفصاح عنها مطبق فعلاً داخل المصارف. وقد أوصت الدراسة بضرورة زيادة وعي المستويات الإدارية بالمصارف بأهمية المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها في التقرير السنوي، وضرورة قيام الجهات المحاسبية والرقابية المختصة بعملية إصدار القوانين والتشريعات والمعايير المحاسبية التي تلزم المصارف بالإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية.

دراسة (أبو العزم، 2005)، بعنوان : معوقات الإفصاح البيئي في التقارير المالية- دراسة حالة جمهورية مصر العربية. هدفت هذه الدراسة إلى بيان مفهوم وآليات الإفصاح البيئي، واستعراض ما ورد من تشريعات وقوانين تطالب بالإفصاح البيئي، بالإضافة للوقوف على واقع الإفصاح البيئي في التقارير المالية للشركات المصرية. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود عدة أسباب وراء معوقات الإفصاح البيئي في التقارير المالية للشركات المصرية وهي: (عدم وجود إلزام للشركات بالإفصاح البيئي من قبل الهيئة العامة لسوق المال – لا توجد معايير محاسبية لقياس وعرض الآثار البيئية – نقص الوعي العام بالقضايا البيئية- الإفصاح البيئي إفصاح اختياري حسب رغبة الإدارة). وقد أوصت الدراسة بضرورة أن تهتم الهيئة العامة لسوق المال بالإفصاح البيئي للشركات وذلك بوضع القواعد الملزمة له تماشياً مع ما هو مطبق في سوق المال في الولايات المتحدة الأمريكية والدول الأوروبية لتلبية لحاجات المجتمع المصري، كما أوصت بضرورة إصدار معيار محاسبي مصري خاص بالمحاسبة والإفصاح البيئي للشركات المصرية.

دراسة (جربوع، 2007)، بعنوان : مدى تطبيق القياس والإفصاح في المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في الشركات بقطاع غزة. دراسة استكشافية لآراء المديرين الماليين ورؤساء أقسام المحاسبة في الشركات الصناعية المساهمة العامة في قطاع غزة)، وقد هدفت هذه الدراسة إلى تحديد معنى واضح للمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بالإضافة لدراسة أساليب قياس التكلفة والعائد الإجتماعي، والتعرف على أسس أساليب الإفصاح في القوائم المالية لهذه الشركات، كما اقترحت نموذجاً للمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في الشركات في الدول النامية بما فيها دولة فلسطين. كما اشتملت عينة الدراسة على المدراء الماليين ورؤساء أقسام المحاسبة في هذه الشركات والبالغ عددهم (63) مدير ورؤس قسم. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن الاهتمام المتزايد من المجموعات المختلفة مثل أصحاب المشروع والعاملين والمستثمرين والجهات الحكومية المختلفة وجماعات الضغط في المجتمع بالمسؤولية الاجتماعية وإدارة المشروع، أدى إلى تغيير النظرة التقليدية في الحكم على المشروع. وأن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يجب أن يتم في قوائم مالية تعرض الأداء الإجتماعي إلى جانب الأداء الاقتصادي. كما أوصت الدراسة بضرورة وجود قوانين وأنظمة لحماية البيئة وفرض عقوبات على

الشركات التي لا تلتزم بحماية البيئة وتسبب أضراراً لها. بالإضافة إلى ضرورة تطوير القوائم المالية لكي تشمل على بيانات تفصيلية عن الأداء الاجتماعي للشركات الفلسطينية.

دراسة (أبوسمرة، 2009)، بعنوان: معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية من وجهة نظر مدققي الحسابات. هدفت الدراسة إلى التعرف على معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية (التشريعات القانونية، وثقافة الشركات المساهمة العامة، واهتمام الجمعيات المهنية الفلسطينية، والتكاليف المترتبة عن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية) في تقارير الشركات المساهمة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية من وجهة نظر مدققي الحسابات. وقد تكون مجتمع الدراسة من مدققي الحسابات في قطاع غزة والضفة الغربية والبالغ عددهم (278) مدقق، إضافة إلى الإدارة الشركات المساهمة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية والتي عددها (37) شركة. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن هناك معوقات تحد من الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية تمثلت في ضعف التشريعات المتعلقة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وضعف ثقافة الشركات بالقضايا الاجتماعية، وضعف الإهتمام بالمسؤولية الاجتماعية من قبل الجمعيات المهنية الفلسطينية، زيادة التكاليف المترتبة عن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية. وقد أوصت الدراسة بأن يهتم سوق فلسطين للأوراق المالية بالإفصاح عن المعلومات ذات الدلالات الاجتماعية، وضرورة قيام الهيئات الرسمية والمنظمات غير الربحية بتطوير مؤشر خاص بالمسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها، إضافة لتعزيز ثقافة وممارسة الشركات المساهمة العامة بمسؤوليتها الاجتماعية، وتفعيل دور الجمعيات المهنية الفلسطينية في هذا المجال.

دراسة (بن محمد، 2015)، بعنوان: مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية المساهمة السعودية (دراسة تحليلية للتقارير المالية السنوية لشركات الإسمنت والبتر وكيموايات)، هدفت هذه الدراسة بشكل رئيس إلى تحديد مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية من خلال مقارنة الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للشركات بمؤشر الإفصاح الاجتماعي المقترح. وقد تمثلت عينة الدراسة في شركات الإسمنت والبتر وكيموايات الصناعية المساهمة المدرجة في سوق الأوراق المالية السعودي والبالغ عددها سبع وعشرون شركة. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أن الشركات الصناعية محل الدراسة تقوم بالإفصاح عن مسؤوليتها الاجتماعية، إلا أن هذا الإفصاح لا يزال منخفضاً وليس بالقدر الكافي، كما أظهرت النتائج أن هناك فروقاً بين الشركات فيما يتعلق بمستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية. وقد أوصت الدراسة بضرورة رفع مستوى الوعي لدى مديري الشركات بأهمية المسؤولية الاجتماعية والبيئية، كما يجب الإهتمام بمسألة الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية بشكل منفصل عن البيانات المحاسبية المالية.

دراسة (Branco-2008)، بعنوان: الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للمصارف البرتغالية في مواقعها الإلكترونية. هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية للمصارف البرتغالية في مواقعها الإلكترونية لعامي (2004-2005)، ومقارنتها بالإفصاح المحاسبي الاجتماعي في التقارير السنوية المنشورة في نفس الأعوام في الصحف التقليدية. وما هي نوعية المعلومات التي تفصح عنها. وتوصلت الدراسة إلى أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية أداة مهمة في الحوار بين الشركات والمجتمع المحيط، كما إن المصارف الكبيرة الحجم تولى اهتماماً أكبر بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية. وقد أوصت الدراسة بضرورة إفصاح جميع المصارف عن المسؤولية الاجتماعية سواء صغيرة أو كبيرة الحجم جنباً إلى جنب مع المعلومات الاقتصادية.

الإطار النظري

الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية

يعتبر الإفصاح المحاسبي عن الأداء الاجتماعي هو الطريقة التي بموجبها تستطيع المنظمة إعلام المجتمع بأطرافه المختلفة عن الأنشطة المختلفة ذات المضمون الاجتماعي، وذلك من خلال القوائم والتقارير المالية المقدمة لهم، ونتيجة للاهتمام الواسع بموضوع الإفصاح المحاسبي عن الأداء الاجتماعي فقد تزايد إقتناع المنظمات بذلك، ففي دراسة أجراها كل من (Trotman and Bradley) تزايد عدد المنظمات التي تفصح في تقاريرها المالية عن أنشطة أدائها الاجتماعي حيث أوضحت تلك الدراسة التي أجريت على (500) شركة أمريكية ارتفاع نسبة الشركات التي تفصح عن الأداء الاجتماعي من 59.6% سنة 1983، إلى 89.20% عام 1977. (Trotman: 1981)

ففي مجال إعداد تقرير محاسبي يتضمن كافة النواحي الإجتماعية التي تعتبر المنظمة مسئولة عنها قامت شركة Minnesota and Mining Manufacturing Company عام 1975 بإعداد تقرير بعنوان (Report on Equal Employment Opportunity) تقرير عن تكافؤ فرص العمل (وأوضح ذلك التقرير العائد الإجتماعي الذي يحصل عليه العاملون عن طريق الشركة، كما إشتمل على كافة النواحي الإجتماعية التي يتم إدانة الشركة بها نتيجة الأضرار التي تلحق بالعاملين بالشركة وكافة التعويضات والإعانات التي تدفع للعاملين.

كما بين مسح قامت به KPMG سنة 2004 للأكثر من (250) شركة في العالم أن 88% من هذه الشركات تصدر تقاريراً منفصلة لمسؤوليتها الإجتماعية، وقد كانت اليابان الرائدة في هذا المجال إذا أن نسبة 72% من الشركات اليابانية تقوم بإعداد هذه التقارير، مقابل 49% من الشركات في المملكة المتحدة و36% في الولايات المتحدة الأمريكية. (Dara O'Rourke, 2004: 12)

مفهوم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية

فقد عرفه (Jennifer) على أنه عرض البيانات والمعلومات المتعلقة بالنشاط الإجتماعي بشكل يمكن من تقييم الأداء الاجتماعي للمنظمة (Jennifer, 1997: 4) ويضيف (Christina and Zuaini) بأن الإفصاح الاجتماعي هو العملية التي بواسطتها تستطيع المنظمة التواصل مع المجتمع من خلال إظهار كل التأثيرات الاجتماعية والبيئية سواء بالنسبة لذوي المصالح أو للمجتمع ككل (Christina and Zuaini, 2012: 153).

القوانين والتشريعات الداعمة لمحاسبة المسؤولية الاجتماعية وإسهامات الفكر المحاسبي في ذلك.

القوانين والتشريعات العالمية والدولية.

يتناول القانون الدولي من خلال الاتفاقيات والمعاهدات الدولية، المحافظة على البيئة وصحة المستهلك وحقوق الإنسان، حيث إن العديد من الاتفاقيات تحمل البلدان الموقعة عليها المسؤولية عن تطبيقها مثل اتفاقيات العمل التي أبرمتها منظمة العمل الدولية ، واتفاقية بازل بشأن التحكم في نقل النفايات الخطيرة والتخلص منها، وبروتوكول مونتريال بشأن المواد المستنفذة لطبقة الأوزون. كما إن القوانين تنظم العلاقة بين المؤسسات والمجتمع بضمان حماية أصحاب الأسهم والمستهلكين والموظفين، كما يمكن أن تصبح العديد من المبادرات في مجال المسؤولية الاجتماعية التي أصدرتها المنظمات تتسم بصفة الطوعية.

كما أنه في ظل الظروف البيئية المتسارعة فقد تطورت التشريعات الخاصة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، ففي فرنسا ومنذ عام 2002 فقد اشترطت القوانين على جميع المؤسسات المدرجة في سوق تداول الأوراق المالية أن تدرج في تقاريرها المالية المسائل المتعلقة بالعمالة والبيئة والمجتمع، أما في هولندا فقد نشر مجلس الإبلاغ السنوي بناء على طلب الحكومة مبادئ توجيهية للإدراج تتمثل في نشر معلومات عن المسؤولية الاجتماعية في تقاريرها السنوية.(الأمم المتحدة، 2004: 9)

كما إن الميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية وهو مبادرة دولية صدر في عام 1999، ألزمت الشركات بضرورة التحلي بروح المواطنة المؤسسية، وزيادة مساهمتها في التصدي لتحديات العولمة، والمشاركة الطوعية في التنمية المستدامة، ويعتبر الميثاق أن المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص هي كل ما تقوم به المنظمات، أيأ كان حجمها أو مجال عملها، طوعية من أجل تعظيم قيمتها المضافة للمجتمع ككل، وأن المسؤولية الاجتماعية هي مسؤولية كل شخص بالمنظمة وليست مسؤولية إدارة واحدة أو مدير واحد، وتبدأ المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص من التزام المنظمات بالقوانين المختلفة خاصة ما يتعلق بحقوق العاملين، والحفاظ على البيئة، وتنمية المجتمع.

المسؤولية الاجتماعية والتشريع الليبي

صدرت العديد من القوانين والتشريعات والنصوص التي تجسد المسؤولية الاجتماعية بمجالاتها المختلفة، والتي تمثلت فيما هو ات من القوانين:

قانون رقم 12 لسنة 2010 بشأن العمل:

تسري أحكام هذا القانون على جميع الأشخاص الذين يعملون بمقتضى عقد عمل من عمال الحكومة والهيئات العامة ما لم تصدر بتنظيم شؤونهم لائحة خاصة من مجلس الوزراء، حيث أجاز المشرع في المادة الرابعة عشر بأنه يحق لكل موظف أو عامل أن يحصل على راحة أسبوعية بمقابل لا تقل عن 24 ساعة ويراعى أن تكون يوم الجمعة، وأتبعه بالمادة السادسة عشر والتي جاء فيها (إذا اشتغل الموظف في يوم راحته وجب أن يعطى يوماً بديلاً عنه)، وجاء في المادة السابعة عشر بأنه يجب أن تتخلل ساعات العمل فترة أو أكثر للصلاة وتناول الطعام. كما ألزم القانون في المادة الثالثة والعشرين جهات العمل بأن تقوم بتوفير مساكن ملائمة ووسائل للمواصلات والوجبات الغذائية للعاملين في الأماكن البعيدة عن العمران.

وجاء في المادة الخامسة والعشرين أنه يحق للمرأة إجازة أمومة بمقابل مدتها أربعة عشر أسبوعاً، كما يكون للمرأة العاملة الحق في التمتع خلال ساعات العمل بفترات إرضاع. وأجاز المشرع في المادة الثامنة والعشرين بتشغيل الأحداث بعمل أكثر من 6 ساعات في اليوم تتخللها فترة للراحة وتناول الطعام لا تقل في مجموعها عن ساعة.

كما ألزم القانون في المادة الثامنة والثلاثين جهات العمل بإجراء التأمين اللازم على العاملين أو الموظفين وتوفير الرعاية الصحية والإجتماعية لهم ولأفراد أسرهم. وأتبعه بالمادة التاسعة والثلاثون بضرورة قيام جهات العمل بتدريب العاملين والموظفين على أسس سليمة لأداء أعمالهم. أما في المادة الواحدة والخمسين فألزم المشرع كافة جهات العمل الوطنية والأجنبية باستخدام العناصر الوطنية وتوفير وسائل استمرارهم في العمل، بحيث يجب ألا تقل نسبة العمالة الوطنية عن 75%.

قانون رقم (93) لسنة 1976 م بشأن الأمن الصناعي والسلامة العمالية.

حيث ألزم القانون في مادته الأولى صاحب العمل أيّاً كان نشاطه باتخاذ جميع الاحتياطات اللازمة لحماية عماله ومن يتواجد منهم في أماكن العمل من أخطار العمل وأضراره والأمراض التي تنشأ عنه وذلك وفقاً للأحكام المبينة في هذا القانون.

وأتبعه في ذلك المادة الثانية على صاحب العمل الذي تقتضي صناعته أو مهنته استخدام آلات أو أدوات تعرض من يستخدمها أو يقترب منها للإصابة بمختلف درجاتها، أن يتخذ جميع الاحتياطات الكفيلة بدرء أخطار هذه الآلات أو الأدوات، سواء ما تعلق من هذه الاحتياطات بتحقيق سلامة العامل الذاتية أو تحقيق الأمان في مكان العمل، ويكون ذلك بتوفير وسائل الوقاية التي تتحدد وفقاً للأصول والمواصفات الفنية. وألزم القانون في المادة الخامسة كل صاحب عمل في المهن والصناعات المشار إليها بتوفير وسائل العلاج الطبي والإسعاف العاجل وذلك وفقاً لما تقتضيه الأخطار التي تنجم عن كل مهنة أو صناعة، وعليه توفير وسائل نقل المصابين من عماله أو غيرهم بأسرع وقت إلى أقرب المستشفيات أو مراكز العلاج. كما ألزم القانون في مادته السادسة عشر بتشكيل مجلس للسلامة العمالية يختص بالآتي.

- اقتراح السياسة العامة للأمن الصناعي والسلامة العمالية والصحة المهنية.
- اقتراح إصدار القوانين والقرارات اللازمة لتحقيق السلامة العمالية والأمن الصناعي.
- اقتراح برامج التدريب والتوعية المتعلقة بالأمن الصناعي.

قانون رقم (13) لسنة 1984 بشأن الأحكام الخاصة بالنظافة العامة.

حيث نصت المادة الثالثة منه على أنه يحضر على الأفراد والهيئات والمؤسسات والشركات والمصالح العامة كانت خاصة أو وطنية أو أجنبية إلقاء الفضلات والنفايات والقمامة، أو التخلص منها في غير الأماكن المخصصة لهذا الغرض. كما ألزمت المادة السادسة منه الشركات والمنشآت الصناعية وغيرها من المنشآت التي ينتج عنها مخلفات ضارة بالصحة مثل المخلفات الصناعية والكيميائية جمع ونقل المخلفات والتخلص منها بالطرق الفنية.

قانون رقم (15) لسنة 2003 بشأن حماية وتحسين البيئة.

حيث نصت المادة الثانية من هذا القانون على أنه يهدف إلى تحقيق الرقابة على البيئة بقصد حمايتها وتحسينها، باعتبارها المحيط الذي يعيش فيه الإنسان وجميع الكائنات الحية بما في ذلك الماء والغذاء والهواء والتربة من التلوث، مع إيجاد الطرق المناسبة لقياس التلوث. وقد نصت المادة الثالثة منه على أن تقوم كافة الهيئات والمؤسسات والشركات عامة أو خاصة وطنية أو أجنبية ببذل كافة الجهود لوقف ظاهرة التلوث بكافة مسبباتها. وألزمت المادة الخامسة منه الجهات العامة المختصة أن تأخذ في الاعتبار الطرق والوسائل الكفيلة بالمحافظة على التوازن البيئي عند وضع مخططاتها المتعلقة بالتطوير العمراني وإنشاء المدن السكنية، كما ألزمتها بتنفيذ الشروط الخاصة بمنع الضوضاء والضجيج. كما ألزم القانون في المادة الحادية عشر كل منشأة أو مصنع أو معمل تنبعث منه ملوثات الهواء الاحتفاظ بتسجيل لنوعية ومكونات وكمية هذه الملوثات وتقديمها للجهات المختصة. كما منع القانون في مادته الرابعة عشر إشعال النيران في المواد المطاطية والنفطية والقمامة والعضوية والتخلص منها في المناطق الأهلة بالسكان أو المجاورة لها.

قانون رقم (20) لسنة 2010 بشأن نظام التأمين الصحي

حيث ألزم في المادة الثالثة بضرورة قيام جهات العمل العامة و الخاصة بالاشتراك لصالح منتسبيها في إحدى أدوات التأمين الصحي. كما ألزم في مادته الرابعة جهات التأمين الصحي بالوفاء بقيمة علاج المنتفع وسداده إلى مقدمي خدمة العلاج الطبي وتصدر جهة التأمين وثيقة تأمين للمشارك والمشتريين معه تحدد فيها الشروط العامة والمنافع والاستثناءات. وأشار المشرع في الفقرة الثالثة عشر بغرامة 300 دينار ولا تزيد عن 1000 دينار لكل صاحب عمل امتنع عمداً عن الاشتراك بنظام التأمين الصحي وذلك عن كل شهر لا يتم الاشتراك عنه.

منهجية الدراسة.

من أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة، قام الباحثان باستخدام المنهج الوصفي التحليلي والذي يحاول وصف وتقييم معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي حيث يعرف هذا المنهج بأنه طريقة في البحث تتناول أحداث وظواهر وممارسات موجودة ومتاحة للدراسة والقياس كميًا وهي دون تدخل الباحثان في مجرياتها ويستطيع الباحثان أن يتفاعل معها فيصنفها ويحللها للوصول إلى النتائج، ومن ثم الاستنتاجات وبعدها وضع التوصيات التي تساهم في الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي وهي (مصرف الوحدة – مصرف الجمهورية – مصرف الصحاري – مصرف التجاري الوطني - مصرف التجارة والتنمية- مصرف السرايا الحمراء – شركة المتحدة للتأمين – شركة ليبيا للتأمين – شركة الصحاري للتأمين – شركة سوق المال الليبي)

عينة الدراسة:

اشتملت عينة الدراسة على المحاسبين والمراجعين، والمديرين الماليين بالإضافة إلى بعض موظفي الإدارات ذات العلاقة داخل الشركات المدرجة في سوق المال الليبي، حيث قام الباحثان باستخدام طريقة العينة العشوائية البسيطة وتم توزيع عدد (60) إستبانة، وتم استرجاع (54) منها.

تحليل البيانات واختبار الفرضيات.

فيما يات تناول مفصل لتحليل البيانات واختبار الفرضيات:

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

قام الباحثان بتفريغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) وبما أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ثم استخدام الاختبارات الإحصائية المعلمية وقد تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

- النسب المئوية والتكرارات والمتوسطات الحسابية
- اختبار T (T - test) في حالة عينة واحدة لمعرفة متوسط درجة الاستجابة هل تساوي الدرجة الوسطي وهي 3 أم زادت عنها أم نقصت ولقد استخدم هذا الاختبار للتأكد من دلالة متوسط كل فقرة من فقرات الاختبار.
- اختبار (Independent Samples T-Test) في حالة عينتين مستقلتين لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات واستخدم الفروق التي تعزو للمتغير الذي يشتمل مجموعتين.
- اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Analysis of Variance - ANOVA) واستخدم لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية للمتغير الذي يشتمل على ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات واستخدمه الباحثان لمعرفة الفروق ذات دلالة إحصائية لثلاث مجموعات أو أكثر.

إختبار الفرضيات

الفرضية الرئيسية: توجد معوقات للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي. ويتفرع منها الفرضيات التالية:

- القصور في إدراك مفهوم المسؤولية الاجتماعية من قبل إدارة الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي. تم اختبار هذه الفرضية واستخدام اختبار T لمعرفة متوسط درجات الإجابة إذا ما وصلت إلى الدرجة المتوسطة وهي 3 أم لا. كما بالجدول التالي (1):

جدول 1: المتوسط الحسابي وقيم الاختبار وقيمة الاحتمال للمجال الأول:

الرقم	الفقرة	مجموع الاستجابات	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي %	قيمة اختبار T	قيمة الاحتمال	الترتيب
الأولى	هناك ضعف في إدراك الشركات المساهمة لمسؤوليتها الاجتماعية اتجاه الفرد والمجتمع والبيئة.	224	4.15	83.0	10.41	0.00	2
الثانية	هناك قصور في ممارسة الشركات المساهمة لمسؤوليتها الاجتماعية اتجاه الفرد والمجتمع والبيئة.	216	4.00	80.0	9.16	0.00	5
الثالثة	إن الشركات المساهمة لا تنظر لمسؤوليتها الاجتماعية على أنها واجب اجتماعي يساهم في تحقيق التنمية المستدامة.	220	4.11	82.2	12.87	0.00	3
الرابعة	عدم مطالبة الأطراف ذات المصالح في الشركات المساهمة بالمعلومات الاجتماعية.	218	4.04	80.8	13.10	0.00	4
الخامسة	ضعف الدور الإعلامي في نشر ثقافة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات المساهمة.	230	4.26	85.2	16.65	0.00	1

السادس ة	لا يؤثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على تقييم إدارة الشركات المساهمة من قبل الجمعية العمومية.	170	3.52	70.4	3.60	0.00	8
السابعة	لا تفصح الشركات المساهمة عن تكاليف الدورات التدريبية للموظفين.	166	3.07	61.4	0.47	0.64	9
الثامنة	لا تمتلك الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي الموارد البشرية والمادية ما يؤهلها للقيام بمسؤوليتها الاجتماعية اتجاه الفرد والمجتمع.	181	3.35	67.0	2.60	0.01	7
التاسعة	هناك تفاوت بين الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي وثقافة المجتمع الليبي فيما يتعلق بمتطلبات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية	208	3.85	77.0	8.80	0.00	6

من الجدول (1) نلاحظ: إن الفقرة الخامسة وهي (ضعف الدور الإعلامي في نشر ثقافة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات المساهمة). تأتي في المرتبة الأولى قيمة الاختبار 16.65 وقيمة الاحتمال اقل من 0.05 وهي دالة إحصائية وبوزن نسبي 85.2 % وبمتوسط حسابي 4.26 وتأتي في درجة موافقة (موافق بشدة) مما يدل على أن متوسط الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن المتوسط بدرجة كبيرة جدا، ومردة إلى أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، ويعزي الباحثان ذلك إلى إدراك المستجيبين للغياب الكبير للدور الإعلامي في نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية للشركات وتوعيتها بدورهم الاجتماعي اتجاه الفرد والمجتمع . وتأتي الفقرة السابعة في المرتبة الأخيرة وهي (لا تفصح الشركات المساهمة عن تكاليف الدورات التدريبية). حيث كانت قيمة الاختبار 0.47 وقيمة الاحتمال أكبر من 0.05 وهي غير دالة إحصائية وبوزن نسبي 61.4 % وبمتوسط حسابي 3.07 وتأتي في درجة موافقة (موافق إلى حد ما) مما يدل على أن متوسط الاستجابة لهذه الفقرة لا يختلف عن المتوسط ، ومردة إلى أن هناك تباين من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، ويعزو الباحثان ذلك إلى الاختلاف بين الشركات في النظر لهذه التكاليف والإفصاح عنها حيث تنظر لها بعض الشركات كتكاليف وتنظر لها الأخرى على أنها استثمار في رأس المال.

- يوجد قصور في الإهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل نقابة المحاسبين والمراجعين الليبيين.

جدول 2: المتوسط الحسابي وقيم الاختبار وقيمة الاحتمال للمجال الثاني

الرقم	الفقرة	مجموع الاستجابات	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي %	قيمة اختبار T	قيمة الاحتمال	الترتيب
الأولى	عدم قيام النقابة بوضع معايير محاسبية لقياس وعرض أثار الأنشطة الاجتماعية للشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي.	216	4.00	80.0	8.13	0.00	3
الثانية	عدم قيام النقابة بعقد دورات وندوات بخصوص محاسبة المسؤولية الاجتماعية الإفصاح عنها.	218	4.04	80.8	21.64	0.00	2
الثالثة	القصور من قبل النقابة في توعية المحاسبين بأهمية المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها.	230	4.24	84.8	14.38	0.00	1
الرابعة	عدم توافر الخبرات المحاسبية لدى نقابة المحاسبين والمراجعين القانونيين لوضع وضبط معايير المسؤولية الاجتماعية ومتابعة تنفيذها.	198	3.67	73.4	14.28	0.00	6

الخامسة	لا تقوم النقابة بمتابعة الأداء الإجتماعى الشركات المساهمة المدرجة ي سوق المال الليبي.	216	4.00	80.0	13.82	0.00	3
السادسة	عدم قيام نقابة المحاسبين والمراجعين بطباعة نشرات علمية متخصصة تعزز من ممارسات المحاسبين وتحثهم على الإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية.	212	3.93	78.6	13.41	0.00	5
السابعة	عدم توفر وكفاية البرامج التعليمية في مجال نشر ثقافة الإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية.	215	3.98	79.6	14.34	0.00	4

من الجدول ن(2) لاحظ إن الفقرة الثالثة وهي (القصور من قبل النقابة في توعية المحاسبين بأهمية المسؤولية الإجتماعية والإفصاح عنها). تأتي في المرتبة الأولى بقيمة الاختبار 14.38 وقيمة الاحتمال أقل من 0.05 وهي دالة إحصائيا وبوزن نسبي 84.8% وبمتوسط حسابي 4.24 وتأتي في درجة موافقة (موافق بشدة) مما يدل على أن متوسط الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن المتوسط بدرجة كبيرة جدا كبيرة، وهذا مرده إلى أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، ويعزو الباحثان ذلك لغياب وانعدام دور النقابة في توعية المحاسبين بالمسؤولية الإجتماعية.

بينما تأتي الفقرة الرابعة في المرتبة الأخيرة وهي (عدم توافر الخبرات المحاسبية لدى نقابة المحاسبين والمراجعين القانونيين لوضع وضبط معايير المسؤولية الإجتماعية ومتابعة تنفيذها). حيث كانت قيمة الاختبار 14.28 وقيمة الاحتمال أقل من 0.05 وهي دالة إحصائيا وبوزن نسبي 73.4% وبمتوسط حسابي 3.67 وتأتي في درجة موافقة (موافق) مما يدل على أن متوسط الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن المتوسط بدرجة كبيرة ومرده إلى أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، ويعزو الباحثان ذلك إلى أن نقابة المحاسبين لم تقم بتدريب أعضائها ومنتسبيها على مثل هذه البرامج وهذا ما سلف ذكره في الفقرة السابقة

- القصور في الإجراءات القانونية والتشريعية المتعلقة بالمسؤولية الإجتماعية داخل الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي.

جدول 3: المتوسط الحسابي وقيم الاختبار وقيمة الاحتمال للمجال الثالث

الرقم	الفقرة	مجموع الاستجابات	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي %	قيمة اختبار T	قيمة الاحتمال	الترتيب
الأولى	عدم وجود نصوص قانونية واضحة تلزم الشركات المساهمة بالإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية.	200	3.70	74.0	5.36	0.00	7
الثانية	ضعف رقابة أجهزة الدولة في المجال الإجتماعى يشكل عائقا للإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية للشركات المساهمة العامة.	222	4.11	82.2	14.28	0.00	1
الثالثة	لا توجد عقوبات على الشركات المساهمة العامة التي تمتنع عن الإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية.	209	3.87	77.4	99.4	0.00	6
الرابعة	لا تقوم هيئة سوق المال الليبي بإجبار الشركات بالإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية في تقاريرها المالية.	211	3.91	78.2	9.42	0.00	5
الخامسة	لا تقوم هيئة سوق المال الليبي بفرض عقوبات على الشركات التي لا تفصح عن المسؤولية الإجتماعية في تقاريرها المالية.	209	3.87	77.4	9.12	0.00	6

السادسة	ضعف دور جماعات الضغط في ليبيا للضغط على الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي بتحمل مسؤوليتها الاجتماعية والإفصاح عنها.	214	3.96	79.2	8.85	0.00	4
السابعة	لا يوجد تعاون بين هيئة سوق المال الليبي والجهات الحكومية لفرض الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات المدرجة في السوق.	216	4.00	80.0	9.46	0.00	3
الثامنة	عدم وجود قرارات تحفز الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي نحو الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	221	4.09	74.0	10.94	0.00	2

من الجدول (3) نلاحظ أن الفقرة الثانية وهي: (ضعف رقابة أجهزة السلطة في المجال الإجتماعي يشكل عائقا للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات المساهمة العامة). تأتي في المرتبة الأولى بقيمة الاختبار 14.28 وقيمة الاحتمال أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً وبوزن نسبي 82.2 % وبمتوسط حسابي 4.11 وتأتي في درجة موافقة (موافق) مما يدل على أن متوسط الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن المتوسط بدرجة كبيرة ، ومردده إلى أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، ويعزو الباحثان ذلك إلى وعي المستجيبين بأهمية الدور الذي تلعبه أجهزة السلطة في الرقابة على الشركات والتقليل من التجاوزات. وتأتي الفقرة الأولى في المرتبة الأخيرة وهي (عدم وجود نصوص قانونية واضحة تلزم الشركات المساهمة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية). حيث كانت قيمة الاختبار 0.47 وقيمة الاحتمال أكبر من 0.05 وهي غير دالة إحصائياً وبوزن نسبي 9.06 % وبمتوسط حسابي 3.07. وتأتي في درجة موافقة (موافق إلى حد ما) مما يدل على أن متوسط الاستجابة لهذه الفقرة لا يختلف عن المتوسط، ومردده إلى أن هناك تباين من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، ويعزو الباحثان ذلك إلى سبب تنوع العمل والخدمات في الشركات المساهمة حيث يرى بعض أفراد العينة أنه توجد قوانين واضحة وضعها المشرع يلزم بها الشركات بالإفصاح الإجتماعي، بينما يرى بعضهم الآخر عكس ذلك.

- زيادة التكاليف المترتبة عن الإفصاح الإجتماعي يشكل عائقا للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.

جدول 4: المتوسط الحسابي وقيم الاختبار وقيمة الاحتمال للمجال الرابع

الرقم	الفقرة	مجموع الاستجابات	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي %	قيمة اختبار T	قيمة الاحتمال	الترتيب
الأولى	توجد صعوبة في قياس التكاليف الاجتماعية والمنافع المترتبة عليها يعتبر عائقا وراء عدم تبني الشركات للمسؤولية الاجتماعية.	205	3.28	65.6	6.67	0.00	2
الثانية	تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية يؤدي لزيادة التكاليف ومن ثم زيادة في أسعار المنتجات أو الخدمات لهذه الشركات.	184	3.41	68.2	3.05	0.00	6
الثالثة	تتجنب الشركات الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية التي يمكن أن تلحق الضرر بقيمة الشركات واستثماراتها.	186	3.44	68.8	3.79	0.00	5
الرابعة	تتجنب الشركات الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية التي يمكن أن تتسبب في تدني مستوى الإيرادات.	186	3.44	68.8	3.61	0.00	5

الخامسة	عدم وجود حوافز مادية أو معنوية من قبل الدولة للشركات التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها.	220	4.07	81.4	12.33	0.00	1
السادسة	يؤثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لهذه الشركات على مركزها وقدرتها التنافسية في السوق.	173	3.20	64.0	1.42	0.16	7
السابعة	عدم رغبة الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي في تحمل استثمارات إضافية وفاء بمسؤوليتها الاجتماعية.	202	3.74	74.8	6.97	0.00	3
الثامنة	الشح في الموارد المالية التي تمكن الشركات المساهمة من تدريب موظفيها على تطبيق المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها.	188	3.48	69.6	3.82	0.00	4

من الجدول (4) نلاحظ أن الفقرة الخامسة وهي (عدم وجود حوافز مادية أو معنوية من قبل الدولة للشركات التي تتبنى المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها). تأتي في المرتبة الأولى بقيمة الاختبار 12.33 وقيمة الاحتمال 0.000 وهي دالة إحصائية حيث إنها أقل من 0.05 وبوزن نسبي 81.4% وبمتوسط حسابي 4.07 وتأتي في درجة موافقة (موافق) مما يدل على أن متوسط الاستجابة لهذه الفقرة قد زاد عن المتوسط بدرجة كبيرة ومردة إلى أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة، ويعزي الباحثان ذلك في غياب دور الدولة المهم في تحفيز الشركات المساهمة بالإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية من خلال الإعفاءات الضريبية وتقديم التسهيلات. وتأتي الفقرة السادسة في المرتبة الأخيرة وهي (يؤثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية لهذه الشركات على مركزها وقدرتها التنافسية في السوق). حيث كانت قيمة الاختبار 1.42 وقيمة الاحتمال 0.161 وهي غير دالة إحصائية حيث إنها أكبر من 0.05 وبوزن نسبي 64.0% وبمتوسط حسابي 3.20 وتأتي في درجة موفقة (موافق إلى حد ما) مما يدل على أن متوسط الاستجابة لهذه الفقرة لا تختلف عن المتوسط، ومردة إلى أن هناك تباين بين آراء أفراد العينة حول هذه الفقرة ويعزو الباحثان ذلك إلى نظرة الإدارة للإفصاح الاجتماعي بأنه سوف يزيد من ثقة مستخدمي القوائم المالية وبالتالي تعزيز مركزها المالي، بينما النظرة الأخرى بأن الإفصاح الاجتماعي سيزيد التكاليف وبالتالي إظهار المركز المالي أقل من المتوقع.

تحليل فقرات جميع محاور الاستبانة:

جدول (5): المتوسط الحسابي وقيم الاختبار وقيمة الاحتمال لجميع المجالات.

رقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي %	قيمة اختبار T	قيمة احتمال	الترتيب
1	يوجد قصور في إدراك الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية .	3.82	76.64	19.67	0.00	3
2	يوجد قصور في القوانين والتشريعات الصادرة عن الدولة التي تلزم الشركات المساهمة بضرورة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية.	3.98	79.60	24.6	0.00	1
3	يوجد قصور في الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل نقابة المحاسبين والمراجعين الليبيين.	3.94	78.80	25.94	0.00	2
4	زيادة التكاليف المترتبة عن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يشكل عائقا للإفصاح عنها في التقارير المالية للشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي.	3.57	71.40	13.03	0.00	4
5	جميع الفقرات	3.18	63.60	39.71	0.00	

من الجدول السابق (5) نلاحظ أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال الأول (يوجد قصور في إدراك الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية) هو 3.82 وبوزن نسبي 76.64% وبقيمة اختبار 19.67 وقيمة الاحتمال هي 0.00 ، لذلك يعتبر هذا المجال دالة إحصائية بدرجة موافقة (موافق) وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذا المجال، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (بن عيسى 2010) إلى وجود ضعف في الوعي والإدراك لدى الشركات الصناعية بالمسؤولية الاجتماعية، هذا يتفق مع ما توصلت له دراسة (قرقد 2010) بغياب دور الأطراف المستفيدة، كما توصلت دراسة (Nejati & Ghasemi 2013) إن من أهم العراقيل في تبني المسؤولية الاجتماعية في الشركات الإيرانية هو إفتقارها للموارد المالية اللازمة، وللخبرات المهنية.

كما نلاحظ أيضاً، أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال الثاني (يوجد قصور في القوانين والتشريعات الصادرة عن الدولة التي تلزم الشركات المساهمة بضرورة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية)، هو 3.98 وبوزن نسبي 79.60% وبقيمة اختبار 24.60 وقيمة الاحتمال هي 0.00 ، لذلك يعتبر هذا المجال دالة إحصائية بدرجة موافقة (موافق) وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذا المجال وهذا ما أوصت به دراسة (زريق 2009) بضرورة تدخل الدولة بإصدار قوانين ملزمة بالإفصاح الإجتماعي وفرض العقوبات على المخالفين، وهو م أكدت عليه دراسة (أبو العزم 2005) إلى عدم وجود إلزام للشركات بالإفصاح البيئي من قبل الهيئة العامة لسوق المال المصري، كذلك يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (اللولو 2009) إنه لا تتوفر تشريعات وقوانين تلزم الشركات بالإفصاح عن أداؤها الإجتماعي.

كذلك أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال الثالث (يوجد قصور في الاهتمام بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية من قبل نقابة المحاسبين والمراجعين الليبيين)، هو 3.94 وبوزن نسبي 78.80% وبقيمة اختبار 25.94 وقيمة الاحتمال هي 0.00 ، لذلك يعتبر هذا المجال دالة إحصائية بدرجة موافقة (موافق) وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذا المجال، وهذه ما توصلت إليه دراسة (قرقد 2010) إلى غياب المعايير المطلوبة من قبل الجهات المحاسبية المتخصصة مثل نقابة المحاسبين والمراجعين القانونيين، أيده في ذلك دراسة (عوض 2014) التي توصلت إلى عدم توفر الخبرة والمعرفة لدى القائمين على الجمعيات المهنية لوضع معايير ولوائح تضبط المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات، كما توصلت دراسة (جربوع 2007) إلى إن المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لم تحظ بالقدر الكافي الواجب من الاهتمام من جانب المعاهد والمنظمات المهنية المحاسبية في الدول النامية بما فيها الدول العربية.

وأن المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال الرابع (زيادة التكاليف المترتبة عن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يشكل عائقاً للإفصاح عنها في التقارير المالية للشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي)، هو 3.57 وبوزن نسبي 71.40% وبقيمة اختبار 13.03 وقيمة الاحتمال هي 0.00 ، لذلك يعتبر هذا المجال دالة إحصائية بدرجة موافقة (موافق) وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد العينة على هذا المجال، حيث توصلت دراسة (عوض 2014) إلى أن زيادة التكاليف المترتبة عن المسؤولية الاجتماعية من أهم أسباب عجز الشركات الصناعية الأردنية عن القيام بمسؤوليتها الاجتماعية. كما توصلت دراسة (عودة، 2008) ودراسة (سمهود، 2003) إلى أن هناك صعوبة وتعقيد في قياس التكاليف والمنافع الاجتماعية وذلك بسبب وجود متغيرات عديدة بعضها قابل للقياس الكمي والبعض الآخر غير قابل لذلك. وأما ما يتعلق بالمتوسط الحسابي لجميع المجالات، فإننا نلاحظ أنه يساوي 3.18 والوزن النسبي 63.60% وهي أكبر من الوزن النسبي المحايد وكانت قيمة الاختبار 39.71 وقيمة الاحتمال 0.000 وهي دالة إحصائية مما يدل على أن مجالات معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي بصورة عامة جيدة وإن اختلف الترتيب من حيث الأهمية لنسبية لكل مجال من المجالات.

مناقشة النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج

اهم النتائج ملخصة ادناه:

- إن إدارة الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي بمختلف قطاعاتها لديها قصور وضعف في إدراك مفهوم المسؤولية الاجتماعية بمعناه الواسع، حيث تمثل ذلك في التالي:

- عدم مطالبة الأطراف ذات المصالح بالمعلومات الإجتماعية.
 - ضعف الدور الإعلامي في نشر ثقافة الإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية للشركات المساهمة.
 - الإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية لا يؤثر على تقييم إدارة الشركات المساهمة من قبل الجمعية العمومية.
 - التفاوت بين ثقافة الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي وبين ثقافة المجتمع (ما يتوقعه أفراد المجتمع من الشركات المساهمة) فيما يتعلق بمتطلبات الإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية.
- هناك ضعف وقصور من قبل نقابة المحاسبين والمراجعين الليبيين في الاهتمام بالمحاسبة بشكل عام وبمحاسبة المسؤولية الإجتماعية بشكل خاص ، حيث تمثل ذلك في التالي.
 - عدم توافر الخبرات المحاسبية لدى نقابة المحاسبين والمراجعين القانونيين لوضع وضبط معايير المسؤولية الإجتماعية ومتابعة تنفيذها.
 - عدم قيام النقابة بطباعة النشرات وعقد دورات وندوات سواء لمنتسبيها أو للكوادر المحاسبية في الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي بخصوص محاسبة المسؤولية الإجتماعية والإفصاح عنها.
- الضعف في القوانين والتشريعات المتعلقة بموضوع المسؤولية الإجتماعية، حيث تمثل ذلك في التالي.
 - عدم وجود نصوص قانونية واضحة تلزم الشركات المساهمة بالإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية في تقاريرها المالية.
 - لا توجد عقوبات على الشركات المساهمة العامة سواء من الدولة أو من هيئة سوق المال التي تمتنع عن الإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية.
 - عدم وجود قرارات تحفز الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي نحو الإفصاح عن المسؤولية الإجتماعية مثل الإعفاءات الضريبية والمنح والتسهيلات المالية.
 - غياب دور جماعات الضغط مثل (منظمات حقوق الإنسان- منظمات حماية البيئة- النقابات العمالية) للضغط على الشركات لتبني مسؤوليتها الإجتماعية والإفصاح عنها.
- إن الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي تتجنب تحمل تكاليف إضافية فيما يخص تبني المسؤولية الإجتماعية، حيث يتمثل ذلك في التالي:
 - الصعوبة في قياس التكاليف الإجتماعية والمنافع المترتبة عليها خصوصا في ظل عدم وجود نموذج محاسبي موحد وواضح لتبني المسؤولية الإجتماعية في الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي.
 - تتجنب الشركات الإفصاح عن المعلومات الإجتماعية التي يمكن أن تلحق الضرر بقيمة الشركات وتدني إيراداتها واستثماراتها ومن ثم قدرتها التنافسية في السوق.
 - النقص في الموارد المالية التي تمكن الشركات من تبني نظام محاسبي فعال وتدريب موظفيها على تطبيق المسؤولية الإجتماعية والإفصاح عنها.

ثانياً: التوصيات

وبناء على النتائج السابقة التي توصل إليها الباحثان، فإنهما يوصيان بما يلي:

- ضرورة تعزيز ثقافة الشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي بالمسؤولية الإجتماعية ودورها في تحقيق الرفاهية الإجتماعية.

- ضرورة تفعيل دور نقابة المحاسبين والمراجعين القانونيين الليبيين لتوعية الشركات بمفهوم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها، والعمل على إعداد أسس ومعايير ونماذج محاسبية تساعد الشركات على تطبيق هذا المفهوم.
- ضرورة تدخل الدولة بإصدار قوانين وتشريعات ملزمة للشركات بالإفصاح عن معلومات أدائها الإجتماعى إلى جانب معلومات أدائها المالي وفرض عقوبات على الشركات المخالفة.
- ضرورة تبني نموذج موحد للإفصاح المحاسبي عن الأداء الإجتماعى للشركات المساهمة المدرجة في سوق المال الليبي.
- تطوير المناهج الدراسية في الجامعات والمعاهد بحيث تتضمن مادة المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية والبيئية بهدف زيادة إلمام الطالب بهذا المجال الحديث نسبيا، لخلق جيل من الموظفين في المستقبل على دراية بهذا الموضوع.

المراجع:

القوانين:

- قانون رقم (93) لسنة 1976 م بشأن الأمن الصناعي والسلامة العمالية.
- قانون رقم (13) لسنة 1984 بشأن الأحكام الخاصة بالنظافة العامة.
- قانون رقم (15) لسنة 2003 بشأن حماية وتحسين البيئة.
- قانون رقم (12) لسنة 2010 بشأن العمل.
- قانون رقم (20) لسنة 2010 بشأن نظام التأمين الصحي.

المقالات العلمية:

- أبو العزم، فهميم، (2005)، معوقات الإفصاح البيئي في التقارير المالية: حالة جمهورية مصر العربية، مجلة الإدارة العامة، المجلد الخامس والأربعين، العدد الأول.
- الأمم المتحدة، (2004)، كشف بيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، منشورات الأمم المتحدة، نيويورك.
- جربوع، يوسف، (2007)، مدى تطبيق القياس والإفصاح في المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية في الشركات بقطاع غزة، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد الخامس عشر، العدد الأول.
- الكيلاني، عبد الكريم الكيلاني، (2006)، خصائص بيانات النظام المحاسبي من أجل تخطيط التنمية الإقتصادية والإجتماعية في ليبيا، مؤتمر مفهوم ودور التخطيط في ظل إعادة هيكلة الإقتصاد الوطني، معهد التخطيط، طرابلس.

الرسائل العلمية:

- أبوسمرة، حامد أحمد، (2009)، معوقات الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في تقارير الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية من وجهة نظر مدقي الحسابات، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- امحمد، محمد بن عيسى، (2010)، واقع المسؤولية الاجتماعية والإفصاح عنها -دراسة ميدانية بالشركات الصناعية الليبية بالمنطقة الغربية، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، ليبيا.
- بن محمد، سليمان بن عبد الله، (2015)، مستوى الإفصاح عن عناصر المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية المساهمة السعودية (دراسة تحليلية للتقارير المالية السنوية لشركات الإسمنت و البتروكيماويات)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى المملكة العربية السعودية.

- زريق، مراد أبو القاسم علي، (2009)، الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية وموقف المحاسبين القانونيين منه، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، ليبيا.
- سمهود، فتحي، (2003)، دور المحاسبة في قياس وعرض الأداء الاجتماعي للوحدات الصناعية (دراسة ميدانية على الشركات العامة للصناعات الكيماوية بآبي كماش)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة غريان، ليبيا.
- عودة، إياذ محمد، (2008)، قياس التكاليف الاجتماعية ومدى مساهمتها بتحقيق الرفاهية الاجتماعية (دراسة تطبيقية) على فنادق ذات فئات خمس نجوم في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.
- عوض، أنس أحمد، (2014)، أسباب عجز الشركات عن القيام بالمسؤولية الاجتماعية (دراسة حالة على الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان للأوراق المالية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط.
- قرق، على مفتاح، (2010)، المسؤولية البيئية والإفصاح البيئي للشركات من وجهة نظر مديري الشركات الصناعية الليبية، - رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، ليبيا.
- قساطي، نوري على محمد، (2012)، الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية في التقارير السنوية للمصارف التجارية العاملة في ليبيا، - رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، ليبيا.
- الككلي، سعاد، (2009)، الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية للوحدات الاقتصادية في القوائم المالية المنشورة (دراسة ميدانية في الشركات الصناعية الليبية بالمنطقة الغربية) - رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، ليبيا.
- اللولو، محمد سالم، (2009)، مدى إمكانية تطبيق المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات المساهمة العامة (دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية) - رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.

المراجع الأجنبية:

- Branco. M. Rodrigus. (2008) social responsibility disclosure study of proxies for the public visibility of Portuguese banks. The British accounting review.
- Christina ,Tri Setyorini and Zuaini, Ishak, (2012), Corporate Social and Environmental Disclosure: A Positive Accounting Theory View Point, International Journal of Business and Social Science, Vol. 3 No. 9.
- Dara O'Rourke, (2004) , OPPORTUNITIES AND OBSTACLES FOR CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORTING IN DEVELOPING COUNTRIES, University of California, Berkeley, for the Corporate Social Responsibility Practice of the World Bank Group.
- Jennifer, Griffin, John, Mahon, (1997), The corporate social performance and corporate financial performance debate, Boston university, Vol. 36, No.1.
- Trotman, K. T. and Bardley, G. W. (1981) : Associations between Social Responsibility Disclosure and characteristics of companies, Accounting , Organizations and Society

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية بالمنطقة الصناعية وإشكالية تحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة مؤسسة فرتيال (عنابة/ الجزائر)

د. آمال خدامية

جامعة باجي مختار عنابة / الجزائر

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تحليل واقع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية بالمنطقة الصناعية، ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، وذلك من خلال إبراز أهم مؤشرات توظيفها، وما توفره من مناخ و بيئة استثمارية، وما يسببه نشاطها من الآثار السلبية على البيئة والمجتمع. وفي سبيل إدماج البعد البيئي والاجتماعي في إستراتيجيته، وضعت عدة إجراءات و تدابير تلائم مبادئ التنمية المستدامة. وفي هذا السياق، تم إجراء دراسة ميدانية على مستوى مؤسسة فرتيال عنابة لمعرفة لمسؤولية الاجتماعية التي تلتزم بها، و م التوصل إلى أن هذه المؤسسة لديها مسؤولية كبيرة اتجاه بيئتها الداخلية والخارجية وفي جميع المجالات.

كلمات مفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، المؤسسة الاقتصادية، المنطقة الصناعية، التنمية المستدامة.

المقدمة وإشكالية البحث:

نظرا للدور الكبير الذي يلعبه قطاع الصناعة في تفعيل التنمية المستدامة و التنشيط الاقتصادي، فقد حظي باهتمام كبير من خلال محاولة إنعاشه و تطويره باستمرار، وبهذا الصدد أقيمت العديد من المناطق الصناعية واليوم لم يعد من مصلحة المؤسسات المتواجدة بهذه المناطق سواء على المدى البعيد أو القصير إغفال الجوانب المتعلقة بحماية البيئة و الموارد البيئية المختلفة إذ أصبح تبني المسؤولية الاجتماعية أمرا ضروريا لضمان استمرارية المؤسسة على المستوى الجزئي و المنطقة الصناعية على المستوى الكلي و تحسّن أدائها الاقتصادي و كذا الحفاظ على صورتها في المحيط الذي تتواجد فيه، ودمج المحور البيئي داخل المؤسسات بهدف تحقيق البعد البيئي الذي لا غنى عنه لاستدامة التنمية. ومن هنا يمكن طرح الإشكالية التالية: إلى أي مدى يمكن للمؤسسة الاقتصادية بالمنطقة الصناعية أن تساهم في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تبنيها المسؤولية الاجتماعية؟ وتندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية والتي نوجزها في الآتي:

- هل سير النشاط الاقتصادي للمؤسسة بالمنطقة الصناعية محل الدراسة يستجيب و يتماشى مع مبادئ و أهداف التنمية المستدامة؟
- إلى أي مدى تتبنى المؤسسة محل الدراسة المسؤولية الاجتماعية؟
- ما مدى فعالية أدوات و آليات التعامل مع التلوث الصناعي على مستوى المؤسسة بالمنطقة الصناعية؟

فرضيات الدراسة:

بناءا على طبيعة موضوع البحث والإشكالية المطروحة المدعومة بالتساؤلات الفرعية يمكن وضع الفرضية الرئيسية التالية: تساهم المؤسسة محل الدراسة بشكل كبير في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تبنيها للمسؤولية الاجتماعية ؟ و بناءا على الفرضية الرئيسية ويهدف اختبارها و أملا في تحقيقها ميدانيا، تم تدعيمها بمجموعة من الفرضيات الفرعية، و المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية في المنطقة الصناعية و إشكالية تحقيق التنمية المستدامة، و إسقاطها على مؤسسة "فرتيال" و المتمثلة في:

- النشاط الاقتصادي و بالأخص الصناعي للمؤسسة بالمنطقة الصناعية هما المصدر الرئيسي للتلوث.

- إن مؤسسة فرتيال تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية في جميع المجالات.
- المؤسسة بالمنطقة الصناعية تستعمل جميع الآليات من أجل القضاء على التلوث و تحقيق التنمية المستدامة.

أهمية البحث:

تنبع هذه الأهمية من المخاطر الكبيرة التي تهدد البيئة من النشاطات الملوثة لها خاصة في المناطق الصناعية التي لازال يسيطر عليها هاجس التكلفة و الربح و الإنتاج بكميات كبيرة دون الأخذ بعين الاعتبار لمخاطر التلوث، و الذي كانت له انعكاسات و تداعيات جد سلبية تمثلت في العديد من الأضرار الصحية على المجتمع المحلي و أخرى على النظام البيئي، و بالتالي جاء البحث ليطور العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية بالمنطقة الصناعية و مدى مساهمتها في تحقيق التنمية المستدامة، و يمكن اعتبار هذه الورقة البحثية محاولة متواضعة لتوضيح إلزامية تحمل المؤسسات الاقتصادية بالمناطق الصناعية لمسؤوليتها الاجتماعية و البيئية خدمة للتنمية المستدامة.

أهداف الدراسة:

- يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على موضوع هام يتعلق بالمؤسسات بالمناطق الصناعية و التزاماتها البيئية و الاجتماعية و الاقتصادية بغرض المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة، و يعد من المواضيع الحديثة التي لم يتطرق إليها بشكل كبير من قبل رغم المكانة التي تحتلها .
- هذه الدراسة تساعد على معرفة كيفية استخدام الموارد الطبيعية بشكل عقلاني و ذلك من أجل إنشاء المؤسسات بالمناطق الصناعية و آثارها فيما بعد على البيئة و المجتمع.
- التقليل من الانتشار العشوائي لهذه المؤسسات بالمناطق الصناعية و تأثيرها على المناطق و المجمعات السكانية.
- تحسيس المؤسسات بالمناطق الصناعية بضرورة إتباع طرق التسيير الحديث و الاهتمام بالجوانب البيئية و الاجتماعية.
- إبراز أهمية تطبيق التطورات التكنولوجية الكبيرة المهتمة بالبيئة و الحفاظ على موارد الأجيال القادمة، أي إتباع التكنولوجيات النظيفة و الصديقة للبيئة.
- محاولة إسقاط المفاهيم النظرية على واقع المؤسسات الموجودة بالمنطقة الصناعية الجزائرية.

منهج الدراسة و الأدوات المستعملة في البحث:

بالنظر إلى طبيعة الموضوع و الأهداف المرجوة منه حيث أن هذه الدراسة حديثة لأنها متعلقة بالتنمية المستدامة ودى تحقيقها على المستوى الجزئي و الكلي ، تم اختيار المنهج الوصفي التحليلي للدراسة و الذي من خلاله يمكن الإلمام بكل من المسؤولية الاجتماعية و المناطق الصناعية و التنمية المستدامة في محاولة للوصول إلى نتائج مقنعة من جهة و إلى محاولة تحقيق الأهداف المسطرة من البحث من جهة أخرى ، كما تم الاعتماد على ما يشبه بالمسح الوثائقي و منهج دراسة الحالة من خلال الدراسة الميدانية للمؤسسة بالمنطقة الصناعية. وللإجابة على هذه الدراسة تم تقسيمها إلى محورين هما:

- المحور الأول: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية نقاط تصادم والتقاء بالمناطق الصناعية؛
- المحور الثاني: الإطار المنهجي في الدراسة الميدانية وعرض و تحليل بيانات الاستمارة.

أولاً: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية نقاط تصادم والتقاء بالمناطق الصناعية

أدت المؤسسات الاقتصادية المتواجدة بالمناطق الصناعية في مختلف النواحي الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و السياسية إلى إحداث الكثير من التغيرات و الانجازات التي صاحبها الإضرار بالبيئة، و إزاء هذه المشكلات و المخاطر البيئية أصبح من الضرورة التوفيق بين البيئة و الصناعة و التغلب على هذه العقبات و التحديات، من خلال التزامها بالمسؤولية الاجتماعية و الإدارة البيئية.

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية بالمناطق الصناعية نقاط التصادم:

للمؤسسات الاقتصادية بالمناطق الصناعية أهمية بالغة بالنسبة للتنمية ، غير أن سعي هذه المؤسسات لتحقيق أهدافها الاقتصادية والمتمثلة في تعظيم الأرباح أدى إلى جعل الجانب الاجتماعي والبيئي أقل مكانة من ضمن الأهداف ، وهذا ما يجعل الإدارة البيئية لهذه المناطق عاجزة عن تحقيق دورها أمام عدة تحديات ، فتبني هذه المؤسسات بالمناطق الصناعية للمسؤولية الاجتماعية من خلال عدة جوانب لتحقيق التنمية المستدامة يساهم في التخفيف من هذه التحديات والتي من أبرزها .

- **التحديات الاقتصادية:** إن خلق مؤسسات جديدة بالمناطق الصناعية يعد وسيلة للتنمية الاقتصادية لأنها تسمح بخلق مناصب الشغل وضمان الثروة المستدامة، و الأولوية ليست لعدد المؤسسات المنشأة وإنما لاستمرارية و تطور المؤسسات الموجودة، ومن أجل تحقيق ذلك تتطلب التنمية الاقتصادية القيام باستثمارات تؤدي إلى تحقيق فوائد خلال فترة معينة، بالنسبة للمنطقة الصناعية يمكن لهذه الفوائد أن تكون مباشرة "بيع أراضي، ضريبة احترافية" أو غير مباشرة "أجور عمال، الأنشطة الملحقه"، ومنه فإن الأمر يتعلق بالحفاظ على نوعية المنطقة الصناعية ومدى جاذبيتها و تطورها مع مرور الزمن، لذلك فاعتماد الإدارة البيئية عند إنشاء المنطقة الصناعية يسمح بتفادي إمكانية الاستثمار مستقبلا في إعادة التأهيل، وبالنسبة للمؤسسات الراغبة في خلق نشاطاتها على مستوى المنطقة لا ينبغي لاستثمارها العقاري أن يقابل بخسائر مالية عند إعادة البيع، حيث ترتبط قيمة السلع بعاملين مؤثرين يتمثلان في نوعية التلقيم الذي أنشأت فيه و نوعية السلع في حد ذاتها.
- **التحديات البيئية:** إن المؤسسات بالمناطق الصناعية لها تأثير مزدوجا على البيئة من خلال إنشائها و الاستحواذ على المساحات و تركيز الأنشطة على مستوى نفس الإقليم، ويمكن ملاحظة الفرق الكبير بين وسط المدينة و المنطقة الصناعية، إذ يتم بذل الجهود لتحسين نوعية الحياة على مستوى مراكز المدن بينما تتعرض الجهات المحيطة بها إلى تدهور بشكل عام، والهدف من الإدارة البيئية هو مراعاة التأثيرات البيئية بشكل شامل أي من دون الاقتصار على حدود إقليم معين و بشكل خاص حيث تكون المخاطر كبيرة و بالتالي فإن تطبيق الإدارة البيئية يسمح بإعطاء نظرة عن السياسة البيئية الجيدة للإقليم. و الهدف يتمثل في الوعي بهذه التحديات البيئية من أجل الحد من تأثيرات الأنشطة على البيئة و التحكم في المخاطر و تبعاتها، وتنتج عن الإدارة الجيدة للجانب البيئي مزايا اقتصادية قد تكون: التحكم في التكاليف: الاقتصاد في استهلاك الطاقة؛ إمكانية التخفيض من الضرائب و الرسوم؛ تفادي الغرامات المالية؛ ضمان قيمة الذمة للمؤسسة؛ الحصول على أسواق جديدة.
- **التحديات الاجتماعية:** يسمح بتطوير المنطقة في المقام الأول بخلق مناصب الشغل ، والمنطقة الصناعية تجعل المؤسسات توظف أشخاصا ذوي خصائص احترافية مختلفة، فالنسيج الاجتماعي للمنطقة يرتبط كثيرا بهذه الأنشطة، كما أن إيجاد خدمات جديدة على مستوى المنطقة الصناعية كالحضانة و النشاطات الرياضية و الثقافية، يسمح بخلق فضاء حقيقي للحياة، ومنه فالإدارة البيئية للمناطق الصناعية تسمح بتحسين السمعة لدى السكان المجاورين، الجمعيات، السلطات و المجتمع. ويمكن توضيح التحديات الثلاث للإدارة البيئية للمنطقة الصناعية من خلال الشكل الآتي (1):



شكل 1: التحديات الثلاث للإدارة البيئية للمنطقة الصناعية

ALEXANDRA ROBASTO, GUIDE DE GESTION ENVIRONNEMENTALE D'UNE ZONE D'Activités, CENTRE Technologique TITECH, UNION Européenne, 2007, P23.

من خلال الشكل أعلاه (1) يتضح أن الإدارة البيئية للمؤسسات بالمناطق الصناعية تواجه عدة تحديات تقف في طريق تحقيق برامجها البيئية الإنمائية.

نطاق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية بالمناطق الصناعي نقاط الالتقاء.

تساهم المؤسسات بالمناطق الصناعية في تفعيل المسؤولية الاجتماعية من خلال جوانب أهمها: (صالح السحبياني، 2005، ص 7-8)

● الجانب الثقافي: و ذلك من خلال:

- تعمل المؤسسات المتبنية لمبدأ المسؤولية الاجتماعية على أن تدعم وتحترم حقوق الإنسان المعلنة عالمياً؛
- دعم التطور الثقافي و الحضاري؛
- نشر ثقافة الالتزام بالأنظمة و القوانين في المجتمع؛
- تعزيز الثقافة الوطنية و التاريخية؛
- التواصل الثقافي العالمي.

● الجانب الاجتماعي: و ذلك من خلال:

- احترام الأنظمة و القوانين الثقافات المختلفة؛
- تعزيز القيم الأخلاقية و التكافل الاجتماعي؛
- مواجهة الكوارث و الأزمات؛
- دعم الأنشطة الرياضية و الصحية.

● الجانب البيئي: و ذلك من خلال:

- المساهمات البيئية الصحيحة في العملية الإنتاجية؛
- تطوير بيئة العمل؛
- الالتزام البيئي على المستوى المحلي و الدولي.

● الجانب الاقتصادي: و ذلك من خلال:

- دعم الأنشطة الاقتصادية الاجتماعية؛
- الالتزام بالأنظمة و القوانين في ممارسة العملية الاقتصادية؛
- الاهتمام بالموظفين من خلال تدريبهم و تطويرهم و التعامل معهم من خلال مبدأ تكافؤ الفرص و المساواة.

● الجانب القانوني: و ذلك من خلال:

- الالتزام بالقوانين المحلية و الوطنية أثناء ممارسة النشاط الاقتصادي.
- مراعاة القوانين العالمية و الدولية.
- الشفافية في نشر الأنظمة و القوانين العالمية و الدولية للاطلاع عليها من قبل جميع الموظفين و الجهات القانونية الأخرى.

دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية بالمناطق الصناعية في تحقيق التنمية المستدامة.

يتمثل دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة في ما يلي: (وهيبة مقدم، 2007، ص 19-21)

- المسؤولية الاجتماعية و السياسة البيئية للمؤسسة الاقتصادية: إن دور المسؤولية الاجتماعية يأتي من حيث أن تتبنى المؤسسة الالتزام الاجتماعي في رسالتها و رؤيتها الإستراتيجية، و يعتبر الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها في تحديد السياسة البيئية للمؤسسة، كما يعتبر الإطار العام الذي من خلاله يتم استنباط الأهداف البيئية الكبرى في المؤسسة، و تحويلها إلى خطط عملية، و هذا يسهل إعداد السياسات البيئية بالاعتماد على ما تم تحديده من مظاهر الالتزام الاجتماعي اتجاه البيئة، حيث تتم الخطوات التالية:

- تحديد عناصر بيئة العمل بالنسبة للمؤسسة؛
- تحديد الخطوات التنفيذية العريضة لكيفية تعامل المؤسسة مع معطيات البيئة؛
- وضع الخطوات التنفيذية التي يجب أن تتخذ لرصد و متابعة الأحداث البيئية؛
- تحسين الوضع البيئي للمؤسسة.

- المسؤولية الاجتماعية وسيلة لترسيخ ثقافة المؤسسة: إن الثقافة التنظيمية للمؤسسة لا تكون فعالة إلا إذا كانت تراعي كل جوانب الالتزام الاجتماعي للمؤسسة (الجوانب الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية)، فكلما كانت ثقافة المؤسسة راقية و تعكس احترام للإنسان و المجتمع و البيئة كلما كان الوضع امثل سواء للمؤسسة ذاتها أو للمجتمع، أو البيئة التي تعمل فيها و يصبح من الضروري التعريف بهذه الثقافة التنظيمية لكل المستويات الإدارية حتى يسعى جميع من في المؤسسة العمل بما فيها و تنفيذه و الاعتماد على المرتكزات التالية:

- إيجاد الإدراك و اليقين على مستوى القيادة العليا و على مستوى باقي الأفراد بأهمية الحفاظ على البيئة و حمايتها و تنميتها بالسبل المتعددة، و التي تتلاءم مع قدرات المؤسسة.
- إيجاد النظم التي تعمل على تحسين الصورة العامة للمؤسسة أمام المجتمع بأنها مؤسسة صديقة للبيئة.
- وضع الإطار التنظيمي لتحقيق الهدفين السابقين (إقامة إدارة بيئية و تحديد مسؤولياتها، و وضع آليات التقييم و المتابعة و الأخذ بعين الاعتبار للأثر البيئي في كل القرارات الإدارية المختلفة).

- المسؤولية الاجتماعية و التنمية المستدامة: إن مفهومي المسؤولية الاجتماعية و التنمية المستدامة مفهومين قريبين جدا، فالأول يعني دمج الاهتمامات الاجتماعية و البيئية في النشاطات الاقتصادية، و الثاني يعني التوفيق بين الجوانب الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية، فلو لاحظنا مجال تطبيق المسؤولية الاجتماعية و الذي يشمل العناصر التالية:

- احترام البيئة، مكافحة التلوث، إدارة الفضلات، و الاستغلال العقلاني للمواد الأولية؛
- الأمان عند عملية الإنتاج و تحقيق الأمان في خصائص المنتوجات؛
- تكافؤ الفرص و تحسين ظروف العمل؛
- احترام حقوق الإنسان في أماكن العمل، و احترام القوانين الدولية لحقوق العامل، و مكافحة عمل الأطفال؛
- الالتزام بأخلاقيات الإدارة، و مكافحة الرشوة و تبييض الأموال؛
- الاندماج في المجتمع من خلال التنمية المحلية؛
- الانضمام إلى المقاييس العالمية مثل نظام ISO14000.

نفس العناصر التي تشملها المسؤولية الاجتماعية مطروحة في المفاهيم المتعلقة بالتنمية المستدامة، فالمفهومين متكاملان و كلاهما يخدم الآخر، و اليوم أصبحت المؤسسات تهتم بإعداد التقارير المستدامة التي تشمل على جوانب اجتماعية و أخلاقية و بيئية و اقتصادية، و تنقيد بإعداد التقارير حسب المواصفات التي تتعلق بنظام الإدارة البيئية و المعايير العالمية للمسؤولية الاجتماعية. وعليه فإن التنمية المستدامة تحتاج إلى التزام قبل التطبيق، و هذا ما يمكن تحقيقه من خلال وضع سياسة مؤسسية واضحة و طويلة الأمد تلتزم فيها المؤسسة بتخصيص نسبة مئوية من مواردها لعناصر مسؤولية المؤسسات في المجالات الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية، و المهم أن تكون هذه السياسة واضحة و قابلة للتطبيق و معلنة لجميع الأطراف بحيث يمكن متابعتها و الاستمرار في تنفيذ بنودها.

دور المناطق الصناعية في التنمية.

إن إقامة المناطق الصناعية يساهم في دعم العملية التنموية بصفة عامة و تنمية القطاع الصناعي بصفة خاصة، ويمكن أن نجيز دورها في ما يلي: (صبيحي فارس الهيتي، بدون سنة نشر ، ص 198).

- الدفع بعجلة التنمية الاقتصادية بصفة عامة و التنمية الصناعية بصفة خاصة.
- توفير فرص العمل في المناطق الريفية بجذب الصناعة إليها.
- استيعاب الفائض من العمالة في القطاع الزراعي و تنويع مصادر الدخل.
- تهيئة الفرصة أمام أصحاب المؤسسات للحصول على العقار الصناعي بأسعار مغرية و بدون تأخير.
- جذب الاستثمار الخاص للمساهمة في تنمية القطاع الصناعي.
- جذب الاستثمار الأجنبي المباشر و غير المباشر بتوفير بعض الامتيازات الخاصة بهذه المناطق.
- تقديم الخدمات و المنافع للمشروعات الصناعية بحيث تقل تكاليفها و تزداد أرباحها.
- تخصيص الأراضي المناسبة للاستعمال الصناعي مما يساعد على التهيئة العمرانية الجيدة.
- تنظيم التوسع الصناعي و ترشيد اختيار مواقع المشروعات الصناعية داخل أقاليم المدن الكبيرة.
- توفير مواقع جديدة للصناعات المضطرة لنقل مواقعها بسبب المشروعات الكبرى لتطوير المدن.
- تحقيق توزيع متوازن لكل من العمالة و الإنتاج ما ينتج عنه تنمية إقليمية متوازنة.
- إجراء تغييرات جذرية في هيكل الإنتاج و العمالة و العمل على تنوعها.

أصبحت المؤسسات اليوم ملزمة بتطبيق الأبعاد الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية و التكنولوجية، ضمن ما يعرف بالتنمية المستدامة نتيجة آثارها السلبية على المجتمع و البيئة الموجودة فيها، و الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية باستخدام التكنولوجيا النظيفة، لضمان حق الأجيال القادمة في هذه الموارد.

ثانيا: الإطار المنهجي في الدراسة الميدانية وعرض و تحليل بيانات الاستمارة.

يتمثل الإطار المنهجي في الدراسة الميدانية كما يلي:

تحديد الدراسة الميدانية لمؤسسة فرتيال عناية وأدوات جمع البيانات

يهدف معرفة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية بالمنطقة الصناعية و إشكالية تحقيق التنمية المستدامة، تم دراسة مؤسسة فرتيال بعناية، وهي من من المؤسسات العالمية الرائدة في إنتاج الأسمدة الأزوتية و الفوسفاتية، و لها أهمية بالغة في الارتقاء بالاقتصاد و زيادة الدخل الوطني.. حيث تم إجراء لقاءات مع العديد من الإطارات ذوي الخبرة الذين تحصلنا منهم على بعض المعلومات الخاصة بالمؤسسة محل الدراسة و الوحدات الموجودة على مستواها.

إجراءات تطبيق الدراسة الميدانية:

لإجراء هذه الدراسة تطلب منا العديد من الإجراءات الضرورية التي تتمثل فيما يلي:

- الاتصال بالعديد من الإطارات في المؤسسة و في مديرية الجودة و امن البيئة.
- تم طرح أسئلة شفوية على إطارات مؤسسة فرتيال عناية، واستعمال الملاحظة من اجل الحصول على المعلومات التي تخصنا (كمعرفة نوع التلوث و التكنولوجيا المستخدمة إلى غير ذلك)، إضافة إلى استعمال الاستمارة التي تضمنت ثلاث محاور (المحور

الأول تعلق بالمعلومات الخاصة بالبيانات الشخصية. أما المحور الثاني تعلق بأسئلة حول المناطق الصناعية و المسؤولية الاجتماعية بالمؤسسة الاقتصادية. أما لمحور الثالث فضم أسئلة حول التنمية المستدامة).

إطار الدراسة الميدانية :

يتمثل إطار الدراسة الميدانية كما يلي:

- الإطار البشري: من أجل الإجابة على الاستمارة الموجهة للمؤسسة تم اختيار إطارات في هذه المؤسسة على أساس الخبرة العملية، و المستوى العلمي، و المستوى العلمي و الظروف نظرا للالتزامات و المسؤوليات الكثيرة لهم.
- الإطار المكاني: اقتصرت الدراسة على مستوى مؤسسة فرتيال بعنابة.
- الإطار الزمني: لقد تمت الدراسة على مستوى مؤسسة فرتيال بعنابة خلال 90 يوم حيث كانت المدة كافية لجمع و الحصول على المعلومات لمتطلبات الدراسة.

تحديد أدوات جمع البيانات

تعتبر المقابلة مع الاستمارة الأداة الرئيسية لهذه الدراسة إضافة إلى الملاحظة.

أساليب المعالجة الإحصائية وتحديد مجتمع وعينة الدراسة

- أساليب المعالجة الإحصائية: تم الاستعانة بالأدوات الإحصائية التالية لمعالجة الدراسة و هي: التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة باستخدام النسب المئوية و التكرارات، والاعتماد على برنامج EXCEL.
- تحديد مجتمع و عينة الدراسة: نظرا لطبيعة الموضوع المرتبط بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية بالمنطقة الصناعية و إشكالية تحقيق التنمية المستدامة، فقد تم اختيار المؤسسة وهي مؤسسة FERTIAL SPA بعنابة، ويمثل مجتمع البحث جميع العاملين بالمؤسسة و البالغ عددهم 667 فرد وتم اختيار عينة منهم قدرت بـ 30 فرد وشكلوا نسبة 4.49%.

عرض بيانات الاستمارة وتحليل نتائجها واختبار الفرضيات

تحليل بيانات محور البيانات الشخصية

تشكل البيانات الشخصية الخلفية التي ينطلق منها أي باحث في توظيف و فهم مجتمع الدراسة على اعتبار أن هذه البيانات تحدد خصائص أفراد العينة، و تساهم في فهم و تفسير متغيرات الظاهرة البحثية، وفي هذا الإطار تبين التحليلات الإحصائية المتعلقة بمحور البيانات الشخصية كما يلي:

- الجنس: النتائج كما في الجدول (1)

جدول 1: جنس أفراد العينة

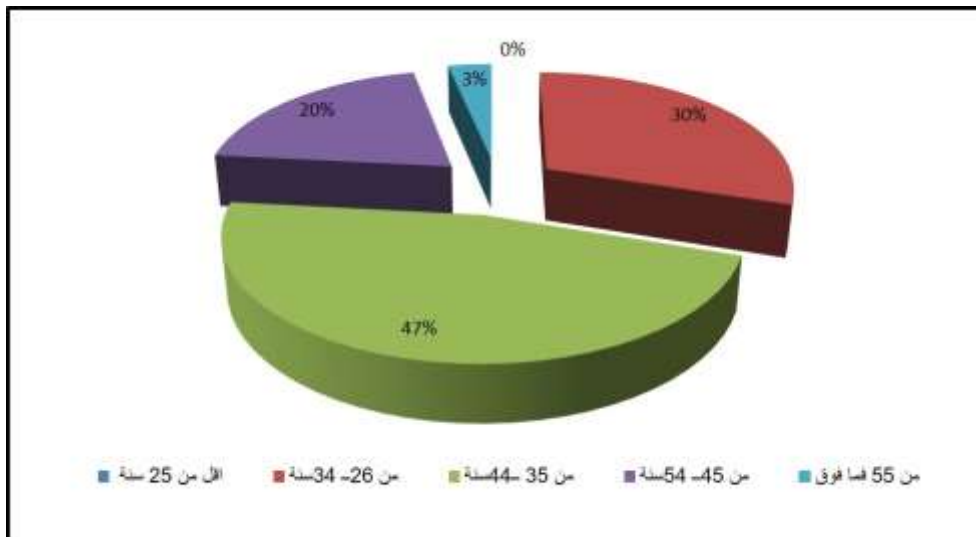
الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	19	63.33%
أنثى	11	36.67%
المجموع	30	100%

تبين نتائج جدول رقم (1) بأن 63% من أفراد العينة هم ذكور، في حين أن 37% منهم إناث. ومن هذا نستنتج بأن نسبة الذكور أكثر من الإناث، و يرجع ذلك بالدرجة الأولى إلى طبيعة العمل في المؤسسة التي تحتاج إلى الفئة الذكورية.

- السن: النتائج كما في الجدول (2)، والشكل (2)

جدول 2: سن أفراد العينة

السن	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 25 سنة	0	0%
من 26 الى 34 سنة	9	30%
من 35 الى 44 سنة	14	46.67%
من 45 الى 54 سنة	6	20%
من 55 سنة فما فوق	1	3.33%
المجموع	30	100%



شكل 2: سن أفراد العينة

تبين لنا نتائج الجدول و الشكل البياني بأن نسبة أفراد العينة التي تقل أعمارهم عن 25 سنة قدرت ب 0%، ومن 26 . 34 سنة قدرت ب 30 %، أما من 35 . 44 سنة قدرت ب 46.67%، في حين أن نسبة الأفراد التي تتراوح أعمارهم ما بين 45 . 54 سنة قدرت ب 20%، كما قدرت نسبة الأفراد التي تفوق 55 سنة ب 3.33%. ومن هذا نستنتج بأن نسبة الأفراد التي يتراوح سنهم ما بين 35 . 44 سنة هي أعلى نسبة، وهذا راجع إلى طبيعة العمل التي تتطلب الخبرة و المهارة.

- الحالة المدنية: النتائج في الجدول (3)

جدول 3: الحالة المدنية لأفراد العينة

الحالة العائلية	التكرار	النسبة المئوية
أعزب	10	33.33%
متزوج	1	3.33%
مطلق	19	63.34%
أرمل	0	0%
المجموع	30	100%

أسفرت نتائج هذا الجدول (3) على أن نسبة 33% من أفراد العينة عزاب، و 64% متزوجين، ومطلق واحد بنسبة 3%. ومن هذه النتائج نستنتج بأن نسبة المتزوجين هم الفئة الغالبة في العينة، وهذا قد يكون له انعكاس على واقع المؤسسة من حيث ما يترتب عليها من إعانات مادية باعتبار أن لديهم عائلات أو باعتبارهم أفراد قادرين على تحمل المسؤولية.

● المستوى التعليمي: النتائج كما في الجدول (4)

جدول 4: المستوى التعليمي لأفراد العينة

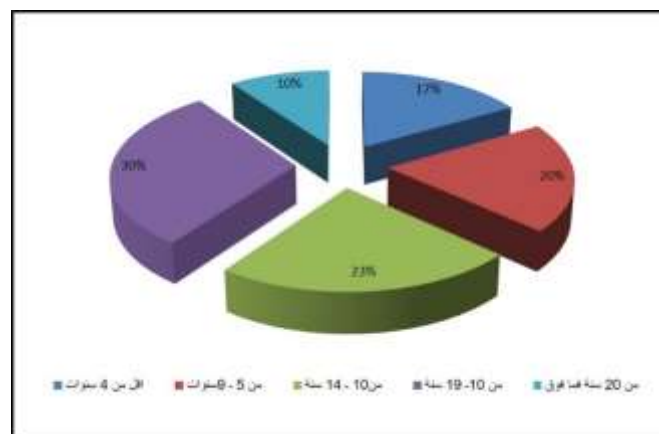
النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
3.33%	1	متوسط
23.33%	7	ثانوي
50%	15	جامعي
23.33%	7	دراسات عليا
100%	30	المجموع

أوضحت نتائج الجدول (4) اختلاف المستويات التعليمية لأفراد هذه العينة، حيث وجدت نسبة 3% أي ما يعادل شخص واحد متحصل على المستوى المتوسط، و 24% متحصلين على المستوى الثانوي، ونسبة 50% متحصلين على المستوى الجامعي وهي نسبة كبيرة، ونسبة 23% متحصلين على دراسات عليا. ومن هذا نستنتج وجود إطارات ذات خبرات، وكفاءات عالية داخل المؤسسة تعمل على التحسين و التطوير المستمر.

● الاقدمية في العمل: النتائج كما في جدول (5).

جدول 5: الاقدمية في العمل لأفراد العينة،

النسبة المئوية	التكرار	الاقدمية في العمل
16.67%	5	أقل من 4 سنوات
20%	6	من 5 - 9 سنوات
23.33%	7	من 10 - 14 سنة
30%	9	من 15 - 19 سنة
10%	3	من 20 سنة فما فوق
100%	30	المجموع



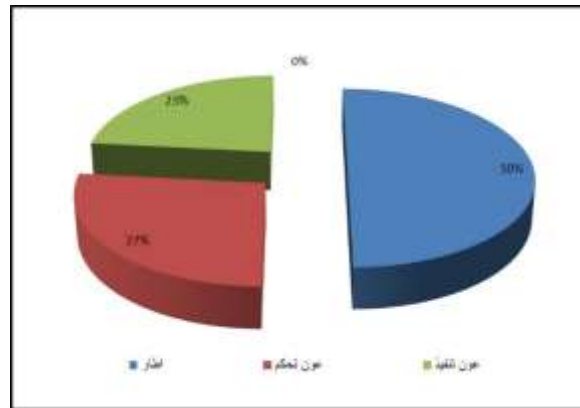
شكل 3: نتائج الاقدمية في العمل لأفراد العينة

أوردت نتائج هذا الجدول (5) و الشكل البياني (3) أن نسبة 23% من أفراد العينة أقدميتهم في العمل اقل من 4 سنوات، و نسبة 30% أقدميتهم في العمل تتراوح بين 5.9 سنوات وهي أعلى نسبة، ونسبة 17% من أفراد العينة أقدميتهم في العمل تتراوح بين 10.14 سنة ونسبة 20% أقدميتهم في العمل تتراوح بين 15.19 سنة، في حين توجد نسبة 10% أقدميتهم من 20 سنة فما فوق. وهذا ان دل على شيء فإنه يدل على أن المؤسسة تمتلك عمال ذوي اقدمية كبيرة، وبالتالي تملك كفاءات و خبرات كافية إلا انه يجب أن تتنبأ باحتياجاتها المستقبلية من الأفراد.

● المستوى المهني: النتائج كما في الجدول (6)

جدول 6: المستوى المهني لأفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	المستوى المهني
50%	15	إطار
26.67%	8	عون تحكم
23.33%	7	عون تنفيذ
100%	30	المجموع



شكل 4: المستوى المهني لأفراد العينة

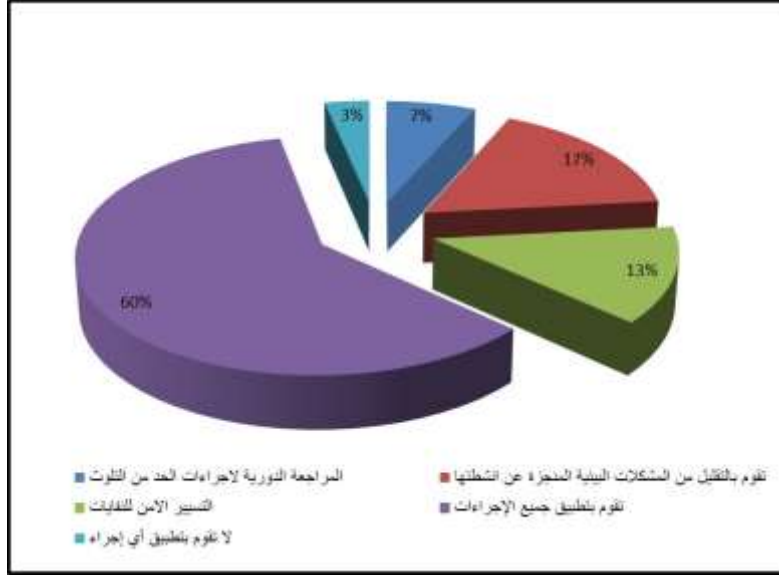
بينت نتائج هذا الجدول و الشكل البياني بان أفراد العينة يتوزعون حسب المستوى الوظيفي كالآتي 50% إطارات، 27% أعوان تحكم، 23% أعوان تنفيذ. ومنه نستنتج بان المؤسسة تعتمد في نشاطها بنسبة اكبر على الإطارات.

المناطق الصناعية والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية

● مدى قيام المؤسسة في المنطقة الصناعية بدور فعال في حماية البيئة

جدول 7: مدى قيام المؤسسة بالمنطقة الصناعية بدور فعال في حماية البيئة

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
6.67%	2	المراجعة الدورية لإجراءات الحد من التلوث
16.67%	5	تقوم بالتقليل من المشكلات البيئية المنجزة عن أنشطتها
13.33%	4	التسيير الآمن للنفايات
60%	18	تقوم بتطبيق جميع الإجراءات
3.33%	1	لا تقوم بتطبيق أي إجراء
100%	30	المجموع



شكل 5: مدى قيام المؤسسة بالمنطقة الصناعية بدور فعال في حماية البيئة

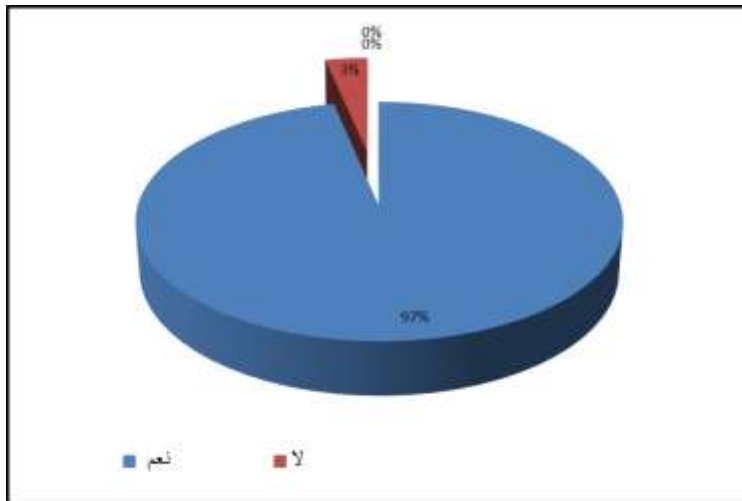
من خلال هذا الجدول (7) و الشكل البياني (5) نلاحظ بان نسبة 7% من أفراد العينة تعبر عن وجود مراجعة دورية لإجراءات الحد من التلوث، ونسبة 17% تعبر عن قيام المؤسسة بالتقليل من المشاكل البيئية المنجزة عن أنشطتها، و نجد نسبة 13% تعبر عن وجود التسيير الآمن للنفايات، و نسبة 60% تعبر عن وجود جميع الإجراءات، في حين أن نسبة 3% تعبر عن عدم وجود أي إجراء من اجل حماية البيئة

ومما سبق نستنتج بان المؤسسة تقوم بتطبيق جميع الإجراءات الممكنة للحد من التلوث و حماية البيئة.

- إذا كان تخطيط و تصميم و تشغيل المؤسسة داخل المنطقة الصناعية يتم من منظور بيئي

جدول 8: إذا كان تخطيط و تصميم و تشغيل المؤسسة داخل المنطقة الصناعية يتم من منظور بيئي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	29	96.67%
لا	1	3.33%
المجموع	30	100%



شكل 6: إذا كان تخطيط و تصميم و تشغيل المؤسسة داخل المنطقة الصناعية يتم من منظور بيئي

نلاحظ من خلال الجدول (8) و الشكل البياني (6) بأن نسبة 97% من أفراد العينة تعبر على انه يتم تخطيط و تصميم و تشغيل المؤسسة داخل المنطقة الصناعية من منظور بيئي، في حين أن نسبة 3% تعبر عن عدم تطبيق التخطيط و التصميم و التشغيل البيئي. ومما سبق نستنتج بأن تخطيط و تصميم و تشغيل المؤسسة داخل المنطقة الصناعية يأخذ بعين الاعتبار الجوانب البيئية، وذلك من أجل تحديد كل الأضرار التي تهدد المجتمع و البيئة.

- الصورة التي ينظر بها للمنطقة الصناعية

جدول 9: الصورة التي ينظر بها للمنطقة الصناعية

الاجابة	التكرار	النسبة
عناقيد صناعية	2	6.67%
منطقة صناعية تقنية	10	33.33%
تجمعات صناعية	18	60%
المجموع	30	100%

من خلال هذا الجدول نجد أن نسبة 7% تعبر بأن المنطقة الصناعية عبارة عن عناقيد صناعية، ونسبة 33% تعبر بأنها منطقة صناعية تقنية، في حين تعبر نسبة 60% على إنها تجمعات صناعية. و بالتالي نستنتج أن هذه المنطقة الصناعية عبارة عن تجمعات صناعية، وهي مؤسسات متقاربة جغرافياً، تكون متخصصة في مجالات إنتاج متقاربة.

- اذا كانت المؤسسة بالمنطقة الصناعية حصلت على شهادة الايزو 14001

من خلال هذا الجدول (10) نلاحظ أن نسبة 100% تعبر عن حصول المؤسسة بالمنطقة الصناعية على شهادة الايزو 14001 ، و بالتالي نستنتج ان المؤسسة مراعية لكل ما يتعلق بالبيئة.

جدول 10 : اذا كانت المؤسسة بالمنطقة الصناعية حصلت على شهادة الايزو 14001

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
تم الحصول على الشهادة	30	100%
في طور الاعداد	0	0%
المجموع	30	100%

- الوسائل التي ساعدت المؤسسة في الحصول على شهادة الايزو 14001

جدول 11: الوسائل التي ساعدت المؤسسة في الحصول على شهادة الايزو 14001

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
التحفيز الحكومي	3	10%
وجود إطارات متخصصة في مجال حماية البيئة	11	36.67%
موقع المنطقة الصناعية و الخدمات التي يقدمها المستثمر	16	53.33%
المجموع	30	100%

من خلال هذا الجدول (11) نلاحظ أن نسبة 10% من أفراد العينة تعتبر أن التحفيز الحكومي ساعد المؤسسة في الحصول على الشهادة من خلال تسهيل الإجراءات القانونية في هذا المجال، ونجد أن نسبة 37% ترى أن من أسباب الحصول على الشهادة هي وجود إطارات متخصصة في مجال حماية البيئة لان المؤسسة لديها إستراتيجية واضحة في مجال الحماية البيئية، في حين نجد أن نسبة 53% ترى أن

المؤسسة حصلت على الشهادة من خلال موقع المنطقة و الخدمات التي يقدمها المستثمر. ومما سبق نستنتج أن المؤسسة محل الدراسة حصلت على شهادة الإيزو 14001 بسبب خصائص موقعها و الخدمات التي يقدمها المستثمر.

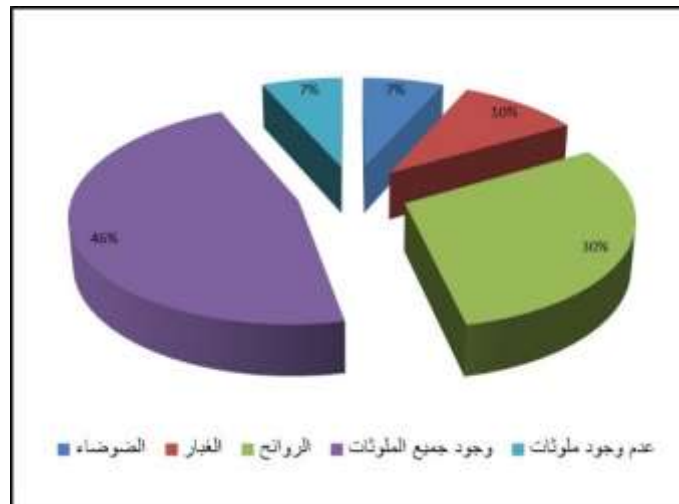
• مدى تأثير الموقع الصناعي للمنطقة الصناعية على المحيط الخارجي

جدول 12: مدى تأثير الموقع الصناعي للمؤسسة بالمنطقة الصناعية على المحيط الخارجي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
الضوضاء	2	6.67
الغبار	3	10%
الروائح	9	30%
وجود جميع الملوثات	14	46.67%
عدم وجود ملوثات	2	6.67%
المجموع	30	100%

الشكل البياني (7) يوضح مدى تأثير الموقع الصناعي للمؤسسة بالمنطقة الصناعية على المحيط الخارجي

نلاحظ من خلال هذا الجدول (12) و الشكل البياني (7) أعلاه أن نسبة 7% من أفراد العينة تعبر على أن الموقع الصناعي يؤثر على المحيط الخارجي من خلال الضوضاء، ونجد نسبة 10% تعبر عن التأثير من خلال الغبار، و نسبة 30% تعبر عن التأثير من خلال الروائح، في حين أن نسبة 46% تعبر عن التأثير من خلال وجود جميع الملوثات، ونسبة 7% تعبر عن عدم وجود ملوثات أي أن الموقع لا يؤثر على المحيط الخارجي و بالتالي مما سبق نستنتج بان هذا الموقع الصناعي للمؤسسة بالمنطقة الصناعية يؤثر على المحيط الخارجي بكل أنواع التلوث..



شكل 7: مدى تأثير الموقع الصناعي للمؤسسة بالمنطقة الصناعية على المحيط الخارجي

• مدى دفع المؤسسة داخل المنطقة الصناعية غرامة مالية في حالة التلوث

من خلال هذا الجدول (13) نلاحظ بان نسبة 17% من الأفراد ترى بان المؤسسات تقوم بدفع غرامات مالية تساعد على حماية البيئة من التلوث، في حين أن نسبة 83% هي النسبة التي تعبر عن أغلبية الأفراد الذين يرون بان المؤسسة داخل المنطقة الصناعية لا تقوم بدفع الضرائب البيئية للمساهمة في الحد من التلوث. حيث ان أغلبية العمال يعبرون عن عدم دفع المؤسسة لغرامات مالية وهذا لاهتمامها بالجانب البيئي وتحمل مسؤولية فضلاتها.

جدول 13): مدى دفع المؤسسة داخل المنطقة الصناعية لغرامات مالية في حالة التلوث

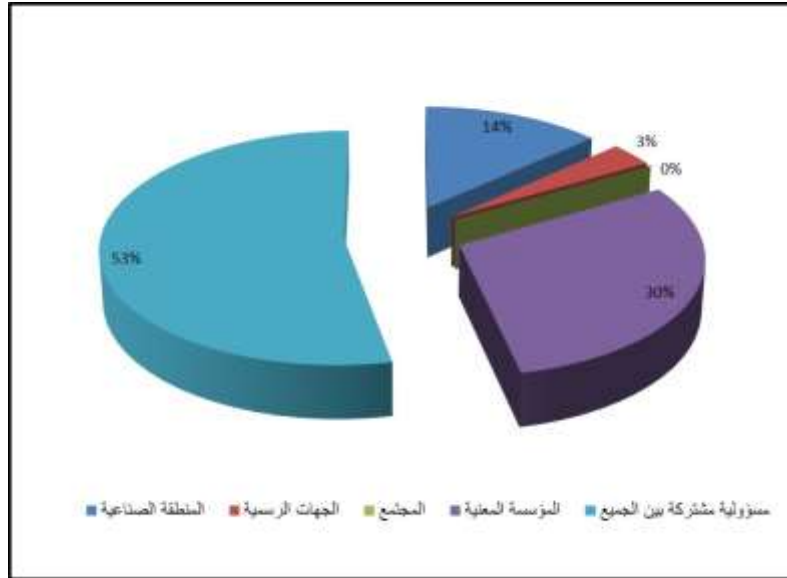
الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	5	16.67%
لا	25	83.33%
المجموع	30	100%

- مدى إمكانية تحديد الطرف المسؤول عن حماية البيئة من التلوث

جدول 14): مدى إمكانية تحديد الطرف المسؤول عن حماية البيئة من التلوث

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
المنطقة الصناعية	4	13.33%
الجهات الرسمية	1	3.33%
المجتمع	0	0%
المؤسسة المعنية	9	30%
مسؤولية مشتركة بين الجميع	16	53.3%
المجموع	30	100%

الشكل البياني (8) يوضح مدى إمكانية تحديد الطرف المسؤول عن حماية البيئة من التلوث



شكل 8: مدى إمكانية تحديد الطرف المسؤول عن حماية البيئة من التلوث

من خلال هذا الجدول (14) و الشكل البياني (8) نلاحظ بان نسبة 14% من أفراد العينة يعتبرون بان حماية البيئة هي مسؤولية المنطقة الصناعية، و نسبة 3% تحمل مسؤولية حماية البيئة للجهات الرسمية خاصة مديريات البيئة، أما نسبة 30% يرون أنها مسؤولية المؤسسة المعنية، في حين أن نسبة 53% يعتبرون حماية البيئة مسؤولية مشتركة بين الجميع. من خلال ما سبق نستنتج بان حماية البيئة من التلوث هي مسؤولية مشتركة بين الجميع، لذلك عليهم السعي لمكافحة هذه الظاهرة.

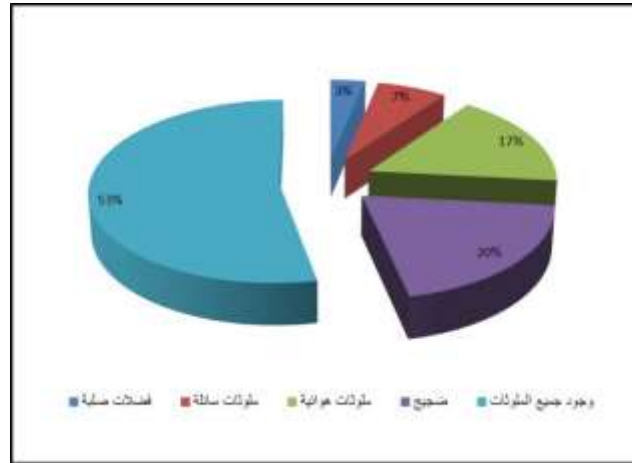
- أشكال التلوث الصادرة عن المؤسسة

جدول 15: أشكال التلوث الصادرة عن المؤسسة

الاجابة	التكرار	النسبة
فضلات صلبة	1	3.33%
ملوثات سائلة	2	6.67%
ملوثات هوائية	5	16.67%
ضجيج	6	20%
وجود جميع الملوثات	16	53.33%
المجموع	30	100%

الشكل البياني (9) يبين أشكال التلوث الصادرة عن المؤسسة

نلاحظ من خلال الجدول (15) و الشكل البياني (9) أن نسبة 3% من أفراد العينة تعبر عن وجود فضلات صلبة، و نسبة 7% تعبر عن وجود ملوثات سائلة، أما نسبة 17% تعبر عن وجود ملوثات هوائية، ونسبة 20% تعبر عن وجود ضجيج، في حين أن نسبة 53% أي معظم العمال يعبرون عن وجود جميع الملوثات على مستوى المؤسسة. و بالتالي نستنتج مما سبق أن لدى العمال وعي فيما يخص أنواع الملوثات الناتجة عن النشاط الصناعي، ومن خلال هذه النسب يمكن تحديد أهم المشاكل البيئية التي تعاني منها المؤسسة وهي مشكلة الضجيج أي وجود مستوى عالي من الضوضاء أيضا مشكلة تلوث الهواء بالغازات نتيجة احتراق بعض العناصر الكيميائية، ووجود ملوثات سائلة و صلبة، وبهذا الصدد يجب على المؤسسة توعية ولفت انتباه موظفيها للمشاكل البيئية، وتعامل معها للتخفيف من تأثيراتها، لان التسليح بالوعي يساهم بشكل كبير في مواجهة المشاكل.



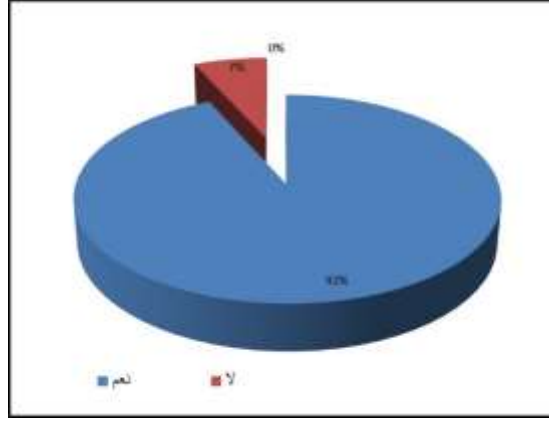
شكل 9: أشكال التلوث الصادرة عن المؤسسة

- إذا كان نظام الوقاية المعمول به داخل مؤسستكم في المنطقة الصناعية يوفر الحماية اللازمة للعمال

جدول 16: إذا كان نظام الوقاية المعمول به داخل مؤسستكم في المنطقة الصناعية يوفر الحماية اللازمة للعمال

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	28	93.33%
لا	2	6.67%
المجموع	30	100%

الشكل البياني (10) يبين النتائج المتعلقة بما إذا كان نظام الوقاية المعمول به داخل مؤسستكم في المنطقة الصناعية يوفر الحماية اللازمة للعمال



شكل 10: إذا كان نظام الوقاية المعمول به داخل مؤسستكم في المنطقة الصناعية يوفر الحماية اللازمة للعمال

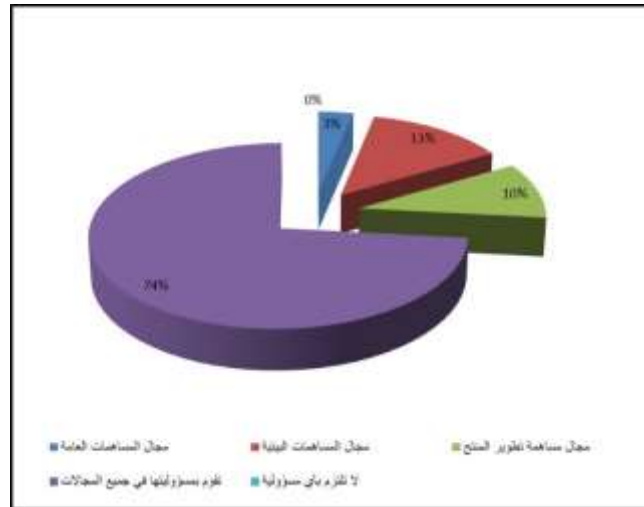
نلاحظ من خلال الجدول (16) و الشكل البياني (10) بأن نسبة 93% من أفراد العينة تعبر على أن النظام المعمول به داخل المنطقة يوفر الحماية اللازمة للعمال، في حين أن نسبة 7% تنفي ذلك. ومن هذا نستنتج بأن المؤسسة لديها وعي اتجاه حماية العمال، بحيث تقوم بتوفير الحماية اللازمة لهم و كل الوسائل التي هم بحاجة إليها أثناء القيام بوظيفتهم.

- إذا كانت مؤسستكم بالمنطقة الصناعية تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية

جدول 17: إذا كانت مؤسستكم بالمنطقة الصناعية تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
مجال المساهمات العامة	1	3.33%
مجال المساهمات البيئية	4	13.33%
مجال مساهمة تطوير المنتج	3	10%
تقوم بمسؤوليتها في جميع المجالات	22	73.34%
لا تلتزم بأي مسؤولية	0	0%
المجموع	30	100%

الشكل البياني رقم (11): إذا كانت مؤسستكم بالمنطقة الصناعية تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية



شكل 11: النتائج حول ما إذا كانت مؤسستكم بالمنطقة الصناعية تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية

من خلال هذا الجدول (17) و الشكل البياني (11) نلاحظ بان نسبة 3% من أفراد العينة ترى بان المؤسسة تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية في مجال المساهمات العامة، و نسبة 13% في مجال المساهمات البيئية، و نسبة 10% في مجال مساهمات تطوير المنتج، في حين أن نسبة 73% وهي اكبر نسبة ترى بأن المؤسسة تقوم بمسؤوليتها في جميع المجالات. و مما سبق نستنتج بان المؤسسة بالمنطقة الصناعية تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية على أكمل وجه، و تتحمل الكثير من الالتزامات، و تعمل على المساهمة في تطوير الإنتاج وتحقيق الربح و حماية البيئة و الاهتمام بالعمال.

- مدى قيام المؤسسة بتفتيش دوري لتفادي الأخطاء المهنية

جدول 18: مدى قيام المؤسسة بتفتيش دوري لتفادي الأخطاء المهنية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	28	93.33%
لا	2	6.67%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول (18) أعلاه نلاحظ أن نسبة 93% من أفراد العينة ترى بان المؤسسة تقوم بتفتيش دوري لتفادي الأخطاء المهنية، و نسبة 7% ترى بان المؤسسة لا تقوم بأي تفتيش. ومن هذا نستنتج بان المؤسسة تقوم بتفتيش دوري لتفادي الأخطاء المهنية، لأنها تأخذ بعين الاعتبار البيئة المحيطة بها و حسن سير العمل.

- مدى محاولة المؤسسة استبدال مواد تستعمل في عملية الإنتاج بمواد اقل تلويثا للبيئة

جدول 19: مدى محاولة المؤسسة استبدال مواد تستعمل في عملية الإنتاج بمواد اقل تلويثا للبيئة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	29	96.67%
لا	1	3.33%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول (19) أعلاه نلاحظ أن نسبة 97% ترى بان المؤسسة تحاول استبدال مواد تستعمل في عملية الإنتاج بمواد اقل تلويثا للبيئة، و نسبة 3% ترى بان المؤسسة لا تقوم بأي محاولة لاستبدال المواد. وعليه نستنتج بان المؤسسة تراعي الظروف البيئية المحيطة و تحاول جاهدة حمايتها و المحافظة عليها.

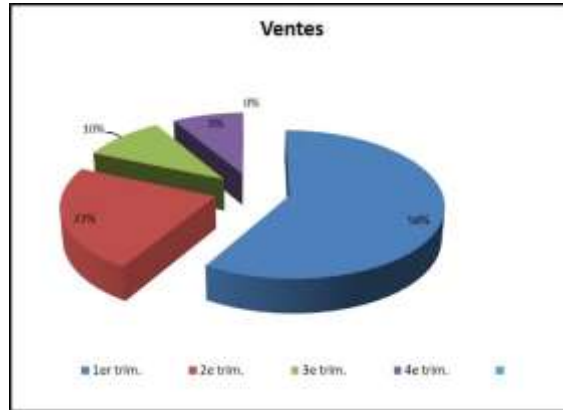
تحليل بيانات التنمية المستدامة

- مدى معرفة أفراد العينة لمفهوم التنمية المستدامة

جدول 20: مدى معرفة أفراد العينة لمفهوم التنمية المستدامة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
استمرار و بقاء المؤسسة في النشاط الاقتصادي	1	3.33%
الاهتمام بالجانب البيئي	1	3.33%
الاهتمام بالجانب التكنولوجي و استخدام احدث التكنولوجيا	2	6.67%
الاهتمام بالجانب التكنولوجي	1	3.33%
كل ما سبق ذكره	25	83.33%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال هذا الجدول (20) و الشكل البياني (12) أن نسبة 3% تفهم التنمية المستدامة على أنها استمرار المؤسسة في النشاط من خلال تحقيق الأرباح و لا تهتم بالجانب البيئي، و أيضا نفس النسبة 3% تفهمها على أنها الاهتمام بالجانب البيئي، ونسبة 7% تفهمها على أنها الاهتمام بالجانب التكنولوجي واستخدام أحدث التكنولوجيا، أما نسبة 3% تفهمها بأنها الاهتمام بالجانب الاجتماعي، في حين نسبة 84% تفهم بان التنمية المستدامة هي الاهتمام بالجانب الاقتصادي و البيئي و الاجتماعي و التكنولوجي. وعليه نستنتج بان أفراد العينة محل الدراسة تعرف المدلول الحقيقي للتنمية المستدامة و تعتبرها من احد الاستراتيجيات المهمة في تحقيق الربح للمؤسسة و حماية البيئة من التلوث الصناعي و استخدام أحدث التكنولوجيا في الإنتاج و الاهتمام بالحالة الاجتماعية للعمال.



شكل 12: مدى معرفة أفراد العينة لمفهوم التنمية المستدامة

• مدى الوعي بأهمية حماية البيئة

جدول 21: مدى الوعي بأهمية حماية البيئة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
ضعيف	2	6.66%
متوسط	11	36.67%
مرتفع	17	56.67%
المجموع	30	100%

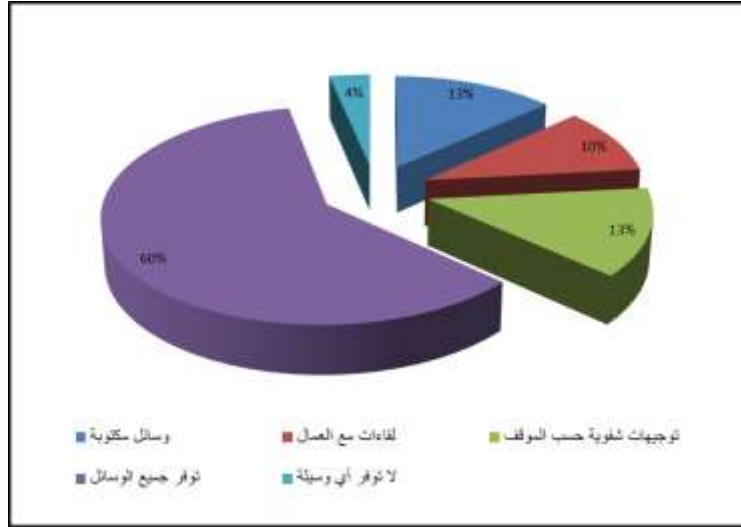
هذا الجدول (21) يبين أن نسبة 6% من الأفراد على درجة ضعيفة بالوعي البيئي أي لا تهتم إطلاقا بمشكلة التلوث، و نسبة 37% لها درجة متوسطة من الوعي البيئي حيث لا تهتم بشكل كبير بحماية البيئة من التلوث الصناعي، في حين نجد نسبة 57% من الأفراد على قدر كبير من الوعي بمخاطر التلوث الصناعي على البيئة. وعليه فإن أغلبية أفراد العينة على درجة كبيرة من الوعي بمخاطر التلوث الصناعي لكن المشكلة تبقى في عملية التطبيق العملي في الميدان.

• مدى وجود وسائل لتوعية الافراد بيئيا

جدول 22: مدى وجود وسائل لتوعية الافراد بيئيا

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
وسائل مكتوبة	4	13.33%
لقاءات مع العمال	3	10%
توجيهات شفوية حسب الموقف	4	13.33%
توفر جميع الوسائل	18	60%
لا توفر أي وسيلة	1	3.34%
المجموع	30	100%

الشكل البياني رقم (13) يبين مدى وجود وسائل لتوعية الافراد بيئيا



شكل 13: مدى وجود وسائل لتوعية الافراد بيئيا

من خلال هذا الجدول (22) و الشكل البياني (13) نلاحظ بان نسبة 13% من الأفراد ترى بان المؤسسة لديها وسائل لتوعية الأفراد بيئيا تتمثل في الوسائل المكتوبة، و نسبة 10% ترى بان المؤسسة تعتمد على اللقاءات مع العمال و تعتبرها أحسن وسيلة لتوعيتهم، و نسبة 13% ترى أن المؤسسة في الغالب تعتمد على التوجيهات الشفوية، في حين أن نسبة 60% ترى أن المؤسسة تعتمد على جميع الوسائل لتوعية الأفراد بيئيا، أما نسبة 3% ترى أن المؤسسة لا تعتمد على أية وسيلة لتوعية الأفراد. وعليه فإن المؤسسة محل الدراسة لديها وسائل لتوعية الأفراد بيئيا، حيث تركز على جميع الوسائل وهي الوسائل المكتوبة، و اللقاءات مع العمال، و التوجيهات الشفوية، وهي الطريقة الناجحة التي تعمل على تقويم سلوك العمال و تحسيسهم بأهمية حماية البيئة من التلوث.

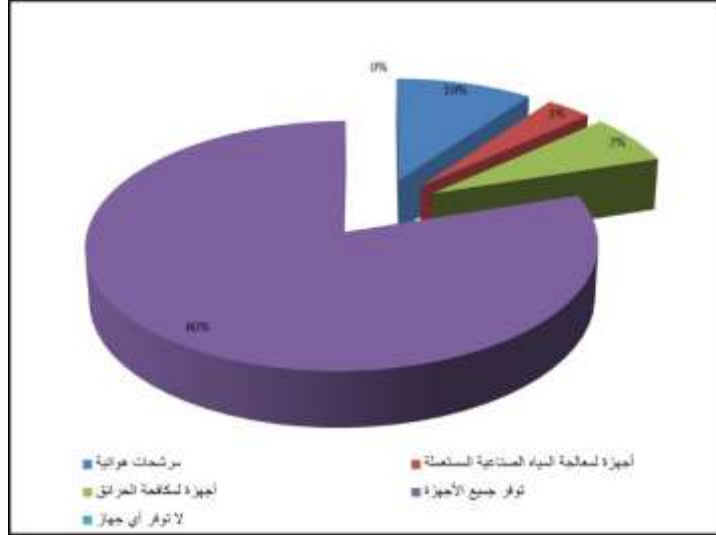
• مدى امتلاك المؤسسة أجهزة لحماية البيئة من التلوث

جدول 23: مدى امتلاك المؤسسة أجهزة لحماية البيئة من التلوث

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
مرشحات هوائية	3	10%
أجهزة لمعالجة المياه الصناعية المستعملة	1	3.33%
أجهزة لمكافحة الحرائق	2	6.67%
توفر جميع الأجهزة	24	80%
لا توفر أي جهاز	0	0%
المجموع	30	100%

الشكل البياني (14) مدى امتلاك المؤسسة أجهزة لحماية البيئة من التلوث

نلاحظ من خلال هذا الجدول (23) و الشكل البياني (14) بأن نسبة 10% من أفراد العينة تعبر عن وجود مرشحات هوائية، و نسبة 3% تعبر عن وجود أجهزة لمعالجة المياه الصناعية المستعملة، و نسبة 7% تعبر عن وجود أجهزة لمكافحة الحرائق و هذا لأهمية هذه الأجهزة نظرا لكثرة الحوادث المتعلقة بالحرائق، في حين أن نسبة 80% تعبر عن وجود جميع الأجهزة لدى المؤسسة. وعليه نستنتج بأن المؤسسة محل الدراسة تعتبر أن أجهزة مكافحة الحرائق من أهم الوسائل، و تهتم بالوسائل الحديثة في التقليل من التلوث الصناعي كالمرشحات الهوائية و معالجة المياه الصناعية المستعملة، و بالتالي فهي تمتلك أجهزة بالمعنى الحقيقي لمكافحة التلوث.



شكل 14: مدى امتلاك المؤسسة أجهزة لحماية البيئة من التلوث

الخاتمة والنتائج وتحليلها على ضوء الفرضيات

إن نجاح أي مؤسسة اليوم أصبح لا يقاس بمدى ما تحققه من أهداف اقتصادية فقط، بل ما تحققه من إنجاز كلي على المستوى الاقتصادي والمتمثل في أقصى ربحية ممكنة والمستوى الاجتماعي والمتمثل في الالتزام بواجباتها بما يؤدي إلى تحسين الصورة العامة في أذهان العاملين والمستهلكين وكل أفراد المجتمع، بالإضافة إلى الجانب البيئي والمتمثل في المحافظة على البيئة بالحد من التلوث والتسيير المستدام للنفايات، وكل هذا دفع المؤسسات ذات الأنشطة الملوثة إلى التفكير في وضع مقاربة تعتمد بالدرجة الأولى على إعطاء العنصر البيئي المكانة التي يحتاجها بين وظائفها، فتوجهت إلى تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية ورفع شعار المؤسسة المواطنة التي تعمل على دمج الجانب البيئي. ومؤسسة فرتيال كغيرها من المؤسسات الصناعية التي لها دور في التلوث البيئي حيث بعد الدراسة الميدانية المفصلة التي أجريت في هذه المؤسسة وتحليل دلالات الاستبيان الموزع على العاملين فيها تم التوصل إلى النتائج التالية:

• فيما يخص المناطق الصناعية والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية

- تقوم المؤسسة بالمنطقة الصناعية بالتقليل من المشكلات البيئية المنجزة عن أنشطتها، ولكنه ليس فعال بدرجة كبيرة في حماية البيئة، ولا بد من تطبيقها لجميع الإجراءات الأخرى الأكثر فعالية؛
- المؤسسة داخل المنطقة الصناعية يتم تخطيطها وتصميمها وتشغيلها من المنظور البيئي، وهذا يعني أنها تأخذ بعين الاعتبار الجوانب البيئية للتهرب من المتابعة القضائية وشكاوي المواطنين؛
- المؤسسة بالمنطقة الصناعية عبارة عن تجمعات صناعية؛
- المؤسسة حصلت على شهادة ISO14001؛
- ساعدت المؤسسة موقع المنطقة الصناعية والخدمات التي يقدمها المستثمر في الحصول على شهادة ISO14001؛
- الموقع الصناعي للمنطقة يؤثر على المحيط الخارجي بكل أنواع التلوث الصناعي كالضوضاء والغبار والروائح، وبالخصوص على التجمعات السكنية القريبة منها؛
- المؤسسة داخل المنطقة الصناعية لا تقوم بدفع غرامات مالية لاهتمامها بالجانب البيئي وتحمل مسؤولية فضلاتها، في حالة التلوث تقوم بالدفع؛
- معظم أفراد العينة تعتبر أن حماية البيئة هي مسؤولية مشتركة بين الجميع؛
- المؤسسة ينجم عنها جميع الملوثات، الصلبة، السائلة، الهوائية، الضجيج؛
- نظام الوقاية المعمول به داخل المؤسسة بالمنطقة الصناعية يوفر الحماية اللازمة للعمال؛
- المؤسسة بالمنطقة الصناعية تقوم بمسؤوليتها في جميع المجالات العامة، البيئية، وتطوير المنتج؛

- المؤسسة تقوم بتفتيش دوري لتفادي الأخطاء المهنية؛
- المؤسسة تحاول إستبدال مواد تستعمل في عملية الإنتاج بمواد أقل تلويثا للبيئة.

● فيما يخص التنمية المستدامة

- أغلب أفراد العينة تعرف المدلول الحقيقي لمفهوم التنمية المستدامة (البعد البيئي، الاقتصادي، الاجتماعي، التكنولوجي)؛
- هناك درجة مرتفعة من الوعي لدى عمال المؤسسة الصناعية اتجاه حماية البيئة من التلوث بكل أشكاله؛
- تعتمد المؤسسة على عدة وسائل لتوعية العمال في مجال حماية البيئة وهي طريقة ناجحة لتحسيسهم بأهمية البيئة؛
- تمتلك المؤسسة عدة أجهزة لحماية البيئة من التلوث الصناعي، متمثلة أساسا في مرشحات هوائية، أجهزة مكافحة الحرائق و معالجة المياه الصناعية المستعملة.

ومن خلال هذه النتائج نستخلص ما يلي:

- الوضع البيئي للمؤسسة: بما أن المؤسسة متخصصة في مجال حساس (إنتاج الأسمدة الازوتية و الفوسفاتية) يصدر عنها كل أشكال التلوث نتيجة تشغيل الآلات و المحركات، و باعتبار أنها تقع في وسط نسيج عمراني و بجانب البحر، فان هذه الملوثات الناجمة عنها تلحق الضرر بالسكان المحيطين و تعرضهم للعديد من الأمراض مثل الحساسية و ضيق التنفس، و أمراض العيون و الأعصاب و غيرها، و تلحق أيضا الضرر بالبحر بتلويثه و القضاء على جماله و ثروته السمكية.

● الجانب الإداري للمؤسسة:

- المؤسسة تقوم بسلوكيات تعطي انطباع حسن لدى الاعتبار التي تكنها للجانب البيئي.
- تتبع المؤسسة بالمنطقة عمليات التخطيط البيئي لمنع التأثيرات السلبية، ووصلت تقريبا إلى المستوى المطلوب.
- وجود بعض التشريعات الخاصة بحماية البيئة من التلوث الصناعي، و وجود التطبيق الفعلي لها، أدى إلى القضاء على بعض أنواع التلوث.
- تعاقد المؤسسة مع جمعية حماية البيئة و مكافحة التلوث ANPEP، أدى بها إلى الكثير من الالتزامات القانونية بتوفير الأمن الداخلي و الخارجي.

- النواحي الفنية و الإنتاجية التي تخص المؤسسة بالمنطقة الصناعية: أثناء عملية الإنتاج يوجد هدر كبير للمادة الأولية (الغاز الطبيعي) داخل الوحدات الصناعية، و التي يمكن أن تستغل بطريقة أفضل، لذلك تعمل اليوم مؤسسة فرتيال على تنفيذ مشروع FERTIAL INVEST2012/ 2020 قدرت تكلفته 350 مليون دولار، لتهيئة مصانع فرتيال حسب المواصفات العالمية، هدفه استهلاك أقل للمواد و إنتاج أكثر و تلويث اقل.

● العنصر البشري:

- من خلال عملية الاستقصاء التي قمنا بها في المؤسسة بالمنطقة، لاحظنا وجود درجة مرتفعة من الوعي بين فئات العمل.
- المؤسسة تنفذ برامج التكوين لعمالها، عن طريق دورات و بعثات للوصول إلى كفاءات عالية.
- المؤسسة تقدم تحفيزات للعاملين منها:

- ✓ منحة الأعمال الخاصة
- ✓ منحة تشجيعية لصناعة الامونياك،
- ✓ ميدالية الوفاء (فضة، برونز، قرمزية، ذهبية)

- ✓ منحة كل ثلاثة أشهر بقيمة 500 دج لكل عامل لغياب حوادث العمل (0 حادث)
- ✓ خدمات اجتماعية تتمثل في: اتفاقيات مع المستشفيات (فراي)، العمرة ، الحمامات، تمويل الأندية الرياضية الجوارية للمؤسسة، مخيمات صيفية لعائلات العمال، قفة رمضان، الهلال الأحمر إلى غير ذلك. - توفر المؤسسة وسائل عمل ملائمة للعمال، فلتقليل جهد العمال اشترت آلات بقيمة 240 مليار.

وبشكل عام كانت معظم الاستنتاجات تدل على الالتزام البيئي من قبل المؤسسة اتجاه البيئة، وهذا الالتزام كافي من اجل قيادتها لتحقيق التنمية المستدامة، ولهذا عليها المواصلة في تنفيذ الالتزامات، وتطبيق جميع التشريعات البيئية، و الاجتماعية، و الاقتصادية، وذلك من أجل مواصلة كفاءتها و قيادتها بخطى ثابتة لتحقيق التنمية المستدامة.

ثانيا: تحليل النتائج على ضوء الفرضيات

فيما يخص الفرضية الأولى و المتعلقة بالنشاط الاقتصادي و بالأخص الصناعي للمؤسسة بالمنطقة الصناعية هما المصدر الرئيسي للتلوث. - أثبتت الدراسة الميدانية بأن هذه المؤسسة بالمنطقة ينجم عنها كل أشكال التلوث بما فيها من فضلات صلبة و سائلة، و ملوثات هوائية و ضجيج، و ذلك بنسبة 53% كما هو مبين في الجدول رقم (3 - 15)، و الشكل البياني رقم (3 - 16). - كما أثبتت الدراسة أيضا بان الموقع الصناعي للمؤسسة في المنطقة الصناعية له تأثير كبير على المحيط الخارجي من خلال الضوضاء و الغبار و الروائح، وذلك بنسبة 46%، و عليه يمكن تأكيد صحة الفرضية الأولى.

أما فيما يخص الفرضية الثانية: مؤسسة فرتيال تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية في جميع المجالات. أثبتت الدراسة الميدانية بأن مؤسسة فرتيال تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية في جميع المجالات بما فيها مجال المساهمات العامة، و مجال المساهمات البيئية، و مجال مساهمات تطوير المنتج، و ذلك بنسبة 74% و عليه يمكن تأكيد صحة الفرضية الثانية.

و بخصوص الفرضية الثالثة: المؤسسة بالمنطقة الصناعية تستعمل جميع الآليات من أجل القضاء على التلوث و تحقيق التنمية المستدامة. أثبتت الدراسة الميدانية بأن المؤسسة بالمنطقة الصناعية تمتلك أجهزة لحماية البيئة تتمثل أساسا في مرشحات هوائية، أجهزة لمعالجة المياه المستعملة، أجهزة لمكافحة الحرائق، وذلك بنسبة 80%، كما أنها تقوم بدور فعال في حماية البيئة بالقيام بجميع الإجراءات من خلال المراجعة دورية لإجراءات الحد من التلوث، و التقليل من المشكلات البيئية المنجزة عن أنشطتها، و التسيير الأمن للنفايات، و ذلك بنسبة 60% و عليه يمكن القول أن المؤسسة بالمنطقة الصناعية تستعمل جميع الآليات الفعالة من اجل القضاء على التلوث و تحقيق التنمية المستدامة، و هذا ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة.

وبخصوص الفرضية الرئيسية: تساهم المؤسسة محل الدراسة بشكل كبير في تحقيق التنمية المستدامة من خلال التزامها بالمسؤولية الاجتماعية داخليا و خارجيا. من خلال نتائج الدراسة الميدانية بصفة عامة و نتائج الفرضيات بصفة خاصة تؤكد لنا صحة الفرضية الرئيسية، و بالتالي مساهمة هذه المؤسسة بشكل كبير في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تبنيها للمسؤولية الاجتماعية، لأنها في واقع الأمر تسعى إلى ذلك بشدة، حيث وفقت في الجوانب الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية، كما أنها تستوفي متطلبات التنمية المستدامة و خاصة في الجوانب المتعلقة بالبعد البيئي بحصولها على شهادة ISO14001 سنة 2004، و ISO50001، و البعد الاقتصادي بحصولها على شهادة ISO9001 سنة 2008، و البعد الاجتماعي بحصولها على شهادة OHSAS18001 و شهادة EFQM.

التوصيات:

- عند اختيار الموقع الصناعي لا يجب اعتماد الجانب الاقتصادي فقط في عملية الاختيار بل يجب الأخذ بعين الاعتبار مختلف الجوانب الاجتماعية و البيئية و الصحية بما في ذلك الجانب العمراني و المعماري بعين الاعتبار عند تصميم المنطقة الصناعية بما ينسجم و الهيكل العمراني للمدينة.

- اتخاذ الاحتياطات اللازمة لتجنب آثار التلوث البيئي من خلال استخدام التكنولوجيا النظيفة و الحديثة الغير ملوثة للبيئة في التخلص من الغازات و الدخان و نفايات المصانع و كذلك وضع أحزمة خضراء حول المنطقة الصناعية و من جهة التجمعات السكانية.
- توفير الخدمات الضرورية اللازمة للمؤسسة بالمنطقة الصناعية.
- الإسراع في تجديد الوحدات الصناعية و خاصة الوحدات الأكثر تأثيرا على البيئة.
- العمل على ترويج ما تقوم به المؤسسة فيما يخص مبادراتها في الجانب الاجتماعي و البيئي لتحسين صورتها لدى المجتمع الخارجي.
- الاهتمام بالتدريب البيئي الدائم للعمال، و إقامة دورات تكوينية بالتعاون مع الجامعات للتعريف بمفهوم المسؤولية الاجتماعية و نظم الإدارة البيئية و طرق تفعيل الجانب الاجتماعي و البيئي للمؤسسة.

قائمة المراجع والمصادر

- ALEXANDRA ROBASTO, GUIDE DE GESTION ENVIRONNEMENTALE D'UNE ZONE D'Activités, CENTRE Technologique TITECH, UNION Européenne, 2007, P23.
- صالح السحيباني، المسؤولية الاجتماعية و دورها في مشاركة القطاع الخاص في التنمية . دراسة حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي حول قطاع الخاص في التنمية: تقييم و استشراف، بيروت ، 23.25 مارس 2005، ص 7 ، ص8.
- وهيبة مقدم، دور المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال في دعم نظم الإدارة البيئية لتحقيق التنمية المستدامة، مذكرة ماجستير، جامعة مستغانم .الجزائر .، ص 19، ص 21.
- صبحي فارس الهيتي، التخطيط الحضري، دار اليازوي العلمية للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، ص 198.

دور عمليات الإستراتيجية الخضراء في تعزيز المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية دراسة حالة في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية/ نينوى

الباحث عمر سالم عزيز المولى
جامعة الموصل/ الموصل/ العراق

د. معن وعبدالله المعاضبي
جامعة الموصل/ الموصل/ العراق

ملخص:

تستهدف هذه الورقة البحثية الكشف عن دور عمليات الإستراتيجية الخضراء في تعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية عبر دراسة حالة الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية/ نينوى. ولإتمام دراسة الحالة تم استخدام الأدوات البحثية المناسبة للحصول على البيانات والمعلومات، فقد وظفت المعايشة الميدانية لواقع متغيري الورقة البحثية في الشركة المبحوثة، وتمّ في الأخرى اللجوء إلى المقابلات الشخصية مع المعنيين في شعبة البيئة في الشركة المبحوثة. وتمت الاستعانة بالاستبانة، فيما تم تبني قائمة الفحص مرة أخرى لجمع آراء عينة من القيادات الإدارية البالغ عددهم (60) فرداً يمثلون (أعضاء مجلس الإدارة، ومديري الأقسام، ومسؤولي الوحدات والشعب، والقائمين على شعبة البيئة) للوقوف على واقع تلك المتغيرات ميدانياً. وقد تم تأشير العديد من المشكلات المرتبطة بمتغيري الورقة البحثية، وتم طرح تساؤلات بصدد، وقد تجسّد أهمها بالتركيز على معرفة مدى إسهام مستويات الإستراتيجية الخضراء في تعزيز المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، ومعرفة فيما إذا كان هناك تباين في تأثير مستويات الإستراتيجية الخضراء في المنظمة المبحوثة على المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية. ولتحقيق أهداف الورقة البحثية وإجابة تساؤلاتها، تمّ بناء أنموذج فرضي يعبر عن العلاقة والأثر بين متغيرات هذه الورقة، وانبثق عن ذلك الأنموذج مجموعة فرضيات رئيسية، اختبرت وجرى تحليل البيانات المتحصلة باعتماد مجموعة أساليب إحصائية بتوظيف معطيات البرنامج الجاهز (SPSS).

وبناءً على اختبار الفرضيات، تمّ التوصل إلى مجموعة من النتائج، صيغت بضوئها سلسلة من الاستنتاجات، كان أبرزها توفر بيئة ملائمة وداعمة تدرك أهمية الإستراتيجية الخضراء وتطوير الثقافة الخضراء. وقد أوردت الورقة البحثية عدداً من المقترحات أكملت بدعوة الباحثين الآخرين بإجراء المزيد الدراسات المستقبلية الأكثر عمقاً، فضلاً عن ضرورة تناول متغيرات أخرى تؤثر في المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية لمنظمات الأعمال.

كلمات مفتاحية: الإستراتيجية الخضراء، المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، المسؤولية البيئية، المسؤولية الأخلاقية، مستويات الإستراتيجية الخضراء.

مقدمة:

تشهد منظمات الأعمال اليوم اتجاهاً جديداً نحو حماية البيئة المقترن بالوعي المتزايد لأضرار التلوث الذي تحدّثه المنظمات جراء عملياتها ونشاطاتها في البيئة؛ مما استلزم ضرورة أن تكيف منظمات الأعمال نفسها استجابة للتطورات المتتالية، فكان التطور الكبير أن انتقلت المنظمات من المسؤولية الاقتصادية الوحيدة للأعمال إلى المسؤولية الاجتماعية عبر التأكيد على الربح المسؤول اجتماعياً، ومعلوم إن هذا التطور الأساس الذي واجه الأعمال من داخلها حتى الآن هو الناشئ عن التحدي البيئي الأخضر، هذا التحدي الذي لم يعد مجرد مشكلات جزئية صغرى، وإنما يعدّ نمطاً من المشكلات الكلية الكونية، التي تتمثل بتغيّر المناخ واستنفاد طبقة الأوزون وذوبان جليد القطب وجرد الغابات والتصحر وتدهور الأنظمة البيئية جراء التلوث على نطاق واسع؛ لذلك نلاحظ تزايد الاهتمام في الوقت الحاضر بالمفهوم الأخضر على نحو واضح وملفت للنظر، فالיום تتردد مصطلحات كثيرة مثل المنتج الصديق للبيئة، والاستهلاك الأخضر وغيرها من التسميات، فبعد أن كانت الكفاءة هي مركز الاهتمام الوحيد، والربح هو الهدف الأساس والمسؤولية الوحيدة للأعمال، حظيت الأعمال الخضراء بعناية فائقة، ليعاد صياغة الأهداف والإستراتيجيات بطريقة تُظهر المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية لمنظمات الأعمال. ومن أجل تحقيق أهدافه، ضمّ البحث أربعة محاور، تناول الأول منهجيته، فيما غطى الثاني إطاره النظري، واستعرض الثالث اختبار فرضياته، وأختتم البحث بمحوره الرابع الذي عرض أهم الاستنتاجات والمقترحات التي تمخضت عنه.

المحور الأول: منهجية البحث

تفاصيل حول المشكلة والاهمية والاهداف والمنهجية فيما هو ات:

أولاً. مشكلة البحث:

يتعامل البحث مع المعطيات البيئية للإستراتيجية الخضراء لبيان علاقتها وتأثيرها في أبعاد المسألة الاجتماعية ببعدها الإستراتيجي الذي يعبر عنه بـ (المركزية، والملائمة، والتطوعية، والوضوح، والاستباقية) لاكتشاف طبيعة تلك العلاقات والتأثيرات التي يمارسها المتغير المستقل (الإستراتيجية الخضراء) على المتغير المعتمد (المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية) وللوصول إلى معالجة فكرية وتطبيقية للمعضلة الفلسفية، فقد أثار البحث التساؤل الآتي: ما طبيعة العلاقة والتأثير بين الإستراتيجية الخضراء وأبعاد المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية في الشركة المبحوثة؟

ثانياً. أهمية البحث:

يستمد البحث أهميته من أهمية المتغيرات التي تعامل معها، إذ تتلخص هذه الأهمية بالمعطيات الآتية:

- تتجسد أهمية البحث ببعدين، الأول نظري يتمثل بالعرض المفاهيمي للأطر والمعالجات الفكرية ذات الصلة بمتغيري البحث (الإستراتيجية الخضراء والمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية)، والثاني ميداني يتمثل بتحليل مضامين الواقع واستقصاء توجهاته.
- تكمن أهمية البحث في محاولة توفير قاعدة معلومات يمكن توظيفها في الشركة المبحوثة لمواجهة التغيرات الحالية والمستقبلية، وتحديث أساليب أعمالها، وهياكلها لزيادة كفاءتها وفعاليتها.
- حاجة منظمات الأعمال العراقية إلى إدراك المفاهيم النظرية والممارسات العملية للإستراتيجية الخضراء والمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية والمنافع المترتبة عليها.
- ندرة الدراسات العربية التي تناولت الإستراتيجية الخضراء وعلاقتها بالمنافع الاجتماعية والاقتصادية لمنظمة الأعمال ودورها في تعزيز المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية الشاملة، بجانب محدودية الدراسات الأجنبية التي تعاملت مع متغيرات هذا البحث.

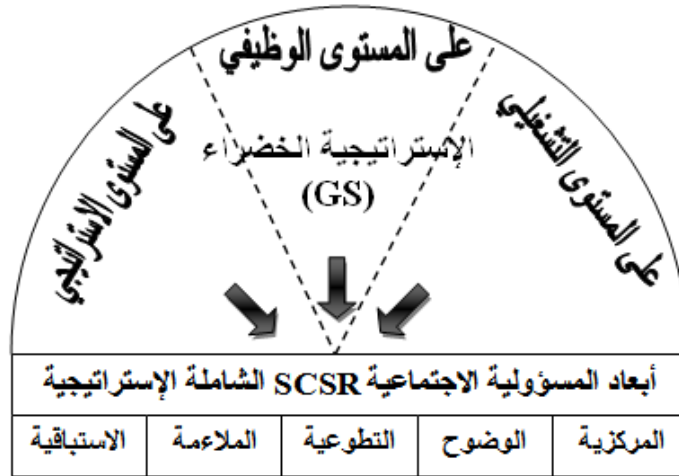
ثالثاً. أهداف البحث:

يسعى البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف، يمكن إدراجها كما يأتي:

- بناء إطار نظري يعدّ محاولة لتقديم أهم ما عرضته الأدبيات والدراسات في موضوع الإستراتيجية الخضراء، والمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية.
- تحديد مدى أسهام الإستراتيجية الخضراء في تعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية في الشركة المبحوثة.
- اختبار طبيعة العلاقة والأثر بين الإستراتيجية الخضراء وأبعاد المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية.

رابعاً. أنموذج البحث وفرضياته:

لأجل معالجة مشكلة البحث وتحقيق أهدافه وتجسيد أهميته اعتمد الباحثان أنموذجاً افتراضياً يعكس العلاقة والتأثير بين متغيرات البحث والمخطط الآتي يوضح هذا الأنموذج (شكل 1).



شكل 1: انموذج البحث الافتراضي

وتنبثق من الأنموذج أعلاه فرضيتان يسعى البحث إلى اختبارهما، وهما:

- الفرضية الرئيسة الأولى: هناك علاقة ارتباط معنوية بين الإستراتيجية الخضراء والمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية.
- الفرضية الرئيسة الثانية: تؤثر الإستراتيجية الخضراء بأبعاد المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية (منفرداً ومجتمعاً).
- الفرضية الرئيسة الثالثة: يتباين تأثير مستويات الإستراتيجية الخضراء في المنظمة المبحوثة بوصفهم عينة للبحث، وقد بلغ الإستراتيجية (منفرداً ومجتمعاً).

سادساً. منهج البحث:

اعتمد الباحثان في دراستهما على المنهج (الوصفي والتحليلي) الذي يعتمد على تجميع البيانات وتبويبها وتحليلها وتفسيرها، إذ اعتمد البحث أسلوب الحصر الشامل للمدراء ومدراء الأقسام ومسؤولي الوحدات والشعب المختلفة في الشركة المبحوثة بوصفهم عينة للبحث، وقد بلغ مجموعهم (60) فرداً،

سابعاً. مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث بالشركات كافة التي تتمثل فيها مشكلة البحث وبأفضل صورة. وبعد ذلك الأساس الذي تركز عليه الدراسة الميدانية في اختيار العينة عبر المعرفة الدقيقة بحجم هذا المجتمع وخصائصه، إذ يشير الواقع إلى أن هناك العديد من شركات صناعة الأدوية والمستلزمات الطبية العاملة في العراق تغطي ما يقارب 20% من حاجة السوق المحلية للأدوية، ولعل أبرز مسوغات هذا الاختيار تكمن بالآتي:

- قرب الشركة المبحوثة جغرافياً
- وجدّ من الضروري أن تتبنى هذه الأنواع من الصناعات توفير الحماية البيئية لها ولمنتجاتها وللبيئة المحيطة بها من مخلفاتها التي تتولد من نشاطاتها وعملياتها الإنتاجية.

ثامناً. أسلوب جمع البيانات:

اعتمد الباحثان أكثر من أسلوب لجمع البيانات التي تعدّ الأساس في إبراز نتائج البحث وعلى النحو الآتي:

- الجانب النظري: اعتمد الباحثان في تغطية الجانب النظري على المصادر العربية والأجنبية التي شملت الكتب والدوريات، والرسائل والأطاريح الجامعية ذات الصلة بمتغيرات البحث.
- الجانب العملي: اعتمد الباحثان في توفير البيانات للجانب العملي على الوسائل الآتية:
 - الزيارات الميدانية للحصول على المعلومات الأولية عن المنظمة ونشاطاتها.
 - استمارة الاستبانة وقائمة الفحص: تم الاعتماد على استمارة الاستبانة وقائمة الفحص للحصول على المعلومات المتعلقة بالبحث الميداني.

تاسعاً. تصميم الاستبانة وقائمة الفحص

تصميم الاستبانة:

تحتوي الاستبانة على ثلاثة أجزاء رئيسية استهدفت جمع المعلومات اللازمة لغرض اختبار فرضيات البحث، وعلى النحو الآتي:

- الجزء الأول: خصص للمعلومات الشخصية لأفراد عينة البحث، وضمت (5) فقرات.
- الجزء الثاني: خصص لمتغير الإستراتيجية الخضراء، بعدد (53) فقرة، وقد تم توزيع الفقرات إلى (3) مستويات وعلى النحو الآتي: التشغيلي (17)، الوظيفي (20)، الاستراتيجي (16)
- الجزء الثالث: خصص هذا الجزء لمتغير المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، وشمل (21) فقرة، توزعت على (5) أبعاد، هي: المركزية (5) فقرات، الملاءمة (3) فقرات، التطوعية (4) فقرات، الاستباقية (4) فقرات، والوضوح (5) فقرات.

مقياس الاستمارة وقائمة الفحص:

تم استخدام المقياس الثلاثي في قائمة الفحص، الذي يتضمن: (اتفق)، (محايد)، (لا اتفق)، وقد حددت القيم بـ (صفر) للإجابة بـ (اتفق)، و (1) للإجابة بـ (محايد) و (2) للإجابة بـ (لا اتفق)، وكما موضح في الملحق (2). أما استمارة الاستبانة فقد تمّ فيها استخدام المقياس الثنائي الذي يحتوي على إجابتين (نعم و لا) في الإجابة، وذلك للوصول إلى درجة عالية من الوضوح والدقة في إجابات الأفراد المبحوثين، وقد حددت القيم بـ (1) للإجابة بـ بنعم و (2) للإجابة بـ لا، الملحق (3).

اختبارات صدق قائمة الفحص واستمارة الاستبانة: أ

خضعت قائمة الفحص واستمارة الاستبانة إلى بعض الاختبارات تمثلت بالآتي:

- قياس ثبات الاستبانة: قام الباحثان بإجراء اختبار أولي تم من خلاله توزيع (10) قوائم فحص و (10) استمارات على عينة من المبحوثين، ثم أعيد توزيعها بعد شهر من التوزيع الأولي واتضح التطابق في الإجابات بلغ (74%) بالنسبة لقائمة الفحص، و (79%) بالنسبة لاستمارة الاستبانة.
- اختبار الصدق الظاهري: تمّ عرض استمارة الاستبانة على مجموعة من الأساتذة المحكمين، إذ تمّ بموجب ملاحظاتهم إجراء عمليات الحذف والإضافة لتخرج قائمة الفحص واستمارة الاستبانة المعتمدة في البحث بصيغتها النهائية.

المحور الثاني: الإطار النظري

الأسس النظرية ذات العلاقة بموضوعات الدراسة ملخصة ادناه:

أولاً. مضامين الإستراتيجية الخضراء: المفاهيم والأساسيات

المفهوم:

تمثل الإستراتيجية الخضراء مفهوماً جديداً وصنفها أساسياً من أصناف الإستراتيجية في المنظمات (Daniel & Winston, 2009, 27). إذ يراها (Tutore, 2010, 4) بأنها "خيار حتمي لمنظمات الأعمال باتجاه التنمية الاقتصادية المستدامة"، إذ يتمثل مضمونها في تطوير الاقتصاد الأخضر، ورفع كفاءة استخدام الموارد، وتطوير الإنتاج الأخضر (النظيف)، وخفض تكاليف معالجة التلوث الناجم عن عمليات الإنتاج، وتطوير الاستهلاك الأخضر، وخلق بيئة إيكولوجية يتعايش فيها الفرد بتناغم وانسجام؛ لذلك فهي تهدف إلى التحول من النمط المعالج للتلوث بعد وقوعه إلى نمط الرقابة والسيطرة على كافة العمليات بما فيها تصميم الإنتاج، واختيار الطاقة والمواد الخام الأولية، والعمليات الفنية، والتقنيات، وصيانة المعدات، واسترجاع المخلفات والاستفادة منها بهدف تخفيض مستوى التلوث الناتج عن ذلك، وحفز إعادة تدوير واستخدام الموارد وتقييم التأثيرات الناجمة عنها. أما (المعاضبي وأحمد، 2009، 7) فيرى أن الإستراتيجية الخضراء تتمحور حول الطبيعة الأساسية لأعمال المنظمة التي تعبر عن آليات التشغيل فيها. وما تنتجُه وتبعه، وآليات تفاعلها مع مدى واسع من الأفراد داخل المنظمة سواء أكانت صغيرة أم كبيرة، تقدّم سلع أم خدمات، تباع لأشخاص أم لمنظمات، وغيرها. وبموجب ما سبق، يطرح الباحثان تعريفاً إجرائياً لها يتمثل بـ "كونها التي تركز في صياغتها على مبدأ الوقاية وحماية البيئة من التلوث، وتتجسد بالكفاءة الاقتصادية، والإنتاجية الخضراء، وتخفيض التأثيرات الضارة بالبيئة، واستخدام تقنيات نظيفة، وتدوير المنتجات، والحد من الانبعاثات، وتعتمد أساساً على إستراتيجية استباقية في التخطيط للوقاية من التلوث واستبعاده قبل حدوثه، بدلاً من انتظار وقوع التلوث ثم التفكير في معالجته، وتمتد الإستراتيجية الخضراء من خفض الاستهلاك للموارد خفضاً ملموساً إلى تجنب استخدام مواد خطرة ودمج الاعتبارات البيئية التي تسهم جميعها في تعزيز المسؤولية الاجتماعية، وتتميز الإستراتيجية الخضراء بشموليتها فهي لا تختص بقطاع معين أو بمستوى تنظيمي معين، بل تشمل كافة القطاعات والمستويات ويمتد ذلك إلى مستوى إستراتيجية الدولة".

فوائدها:

حدد (Eric, 2009, 23) (نجم، 2008، 182 و 450) فوائد الإستراتيجية الخضراء ومزاياها بالآتي:

- تساعد المنظمة وعلى نحوٍ أساس في صنع القرارات الإستراتيجية وتمويل عملياتها، واستثمار تلك القرارات في أعمال خضراء، والتحسين المستمر للأداء.
- تحدد الإستراتيجية الخضراء دور المنظمة في الإشراف البيئي وتوسعه.
- بقدر ما تكون إيجابية على البيئة، فإنها تكون إيجابية ومربحة على الأعمال.
- التلاؤم مع البيئة والاستجابة لمطالبها، وكسب الميزة التنافسية البيئية
- تطوير تقانات أو عمليات جديدة توصف بكونها أقل ضرراً وأكثر ملاءمة للبيئة.

فيما يشير (Rojsek, 2001, 44) بأنه على الرغم من التكلفة العالية لتنفيذ الإستراتيجية الخضراء، إلا أن عوائدها تتسم بتزايدها. من هنا، يمكن للباحثان القول بأن مدى الفوائد التي تحققها المنظمات التي تقوم بتبني إستراتيجيات خضراء يوصف بالسعة والتنوع والتأثير على سمعة المنظمة ومستقبلها، لذلك لا بد من سعي كافة المنظمات إلى امتلاك إستراتيجيات خضراء للاستفادة من الفوائد والمزايا الكبيرة التي تحققها لها.

البدائل:

تتجه المنظمات نحو توليد مجموعة بدائل إستراتيجية ممكنة في ضوء الظروف المؤاتية لها للتكيف مع بيئتها، وتلبي بها طلبات الزبائن (الزبائن الخضراء) الواعين بيئياً أو أصدقاء البيئة ثم اختيار أفضلها في ضوء المتغيرات القائمة، وعلى الرغم من تعدد الخيار الاستراتيجي بسبب اختلاف مداخل دراسة الخيار الاستراتيجي، إلا أن اتفاق الكتاب أمثال (Thompson & Strickland, 1984, 79-80)، (McGlashan)

(Singleton, 1987, 127), & (Harvey, 1988, 109-111), (Thomas, 1989, 195), (Boseman, 1989, 65-66), (Wheelen & Hunger, 1989, 203-204), (Certo, 1990, 85-87) في مفهومهم للخيار الاستراتيجي بأنه "ذلك البديل الذي تم اختياره من مجموعة بدائل إستراتيجية. يمثل أفضل طريق للوصول إلى أهداف المنظمة", وعلى الرغم من ذلك يبقى الخيار الاستراتيجي قراراً أو بديلاً إستراتيجياً يتم اختياره من بين البدائل الملائمة لأهداف المنظمة وإمكاناتها ليعزز من قدرتها التكتيفية مع بيئتها الخارجية (النجفي, 1996, 42). وطالما أن الإستراتيجية الخضراء هي أحد أشكال البدائل الإستراتيجية في إطار الاقتصاد الأخضر, لذلك فإن ما حدده (Kao et al., 2008, 73) يعدّ من أهم بدائل الإستراتيجية الخضراء, الجدول (1).

جدول 1: بدائل الإستراتيجية الخضراء ونشاطاتها

ت	الإستراتيجية	نشاطات الإستراتيجية الخضراء
1	إستراتيجية تشكيل الثقافة الخضراء الداخلية	تقيم المنظمة دورات تدريبية للموارد البشرية (الموظفين) على نحو دوري لتوعيتهم بأهمية حماية البيئة. القيام بإدارة المواهب باستمرار. تستثمر المنظمة وتتخذ مبدأ الحماية البيئية وبالجوانب الصديقة بيئياً في تعليم الموظفين وزيادة وعيهم في هذا المجال.
2	إستراتيجية السلوك المؤثر على البيئة الخارجية	زيادة الجهود الاجتماعية في مجالات حماية البيئة. إفصاح المنظمة عن تقاريرها البيئية على نحو منتظم وعن نشاطاتها المساهمة في هذا المجال. دعم المنتجات التي تحمي البيئة لنشر الأفكار الخضراء التي تتعلق بالمحافظة على البيئة بين الناس.
3	إستراتيجية دعم سلسلة التجهيز الخضراء	قيام المنظمة بفرض شروط على المجهز ترتبط هذه الشروط بالأساليب والمواصفات العالمية المتعلقة بحماية البيئة. تنظيم وتجهيز جميع سلسلة نظام الإدارة الخضراء. قيام المنظمة بدعم وتشجيع جهود الموظفين في الحماية البيئية على أن تستمر حتى إلى المستويات التنفيذية في المنظمة وعلى نحو تعاوني.
4	إستراتيجية تطوير المنتجات لمقابلة متطلبات الإدارة الخضراء	الأخذ بعين الاعتبار دورة حياة المنتجات عند التصميم. تتبع المنظمة قواعد الإدارة البيئية العالمية وتطبيق معايير المواصفة ISO14001 المتعلقة بالبيئة. تأخذ المنظمة بعين الاعتبار حماية البيئة كاتجاه في تقييم السوق واستمرار الإنتاج وتقديم الخدمات.
5	إستراتيجية الاعتماد على المجهز الأصلي للمواد	وضع المنظمة خطط إستراتيجية للسيطرة على مسببات التلوث البيئي من المواد الأولية والحد منه. منع إنتاج أو استهلاك يؤثر في طبقة الأوزون وعدم استخدام المواد الكيميائية التي يمكن أن تلوث البيئة بشكل مؤذي عند تصميم المنتج. تجنب تراكم المواد الكيميائية في البيئة لمدة طويلة, واستخدام التحلل البيولوجي للمنتجات. إن المواد المكونة للمنتج يجب أن يتجنب صنعها باستخدام مواد مستخلصة من حيوانات نادرة أو من الموارد الطبيعية غير القابلة للتجديد, وتبني الموارد كمادة ثمينة.
6	إستراتيجية خفض استهلاك الطاقة	استخدام التكنولوجيا النظيفة التي تكون أقل تلويثاً للبيئة واستخدام الطاقة المستدامة. إدامة المعدات وإدراك توفير الطاقة وتقليل الكلفة وزيادة كفاءة الإنتاج.

ت	الإستراتيجية	نشاطات الإستراتيجية الخضراء
		تخفيض استهلاك الطاقة بالنسبة لإنتاج كل قطعة وتقليل الطلب على الطاقة وكلفة المنتجات أو الخدمات. استخدام المنظمة لوسائل نقل متخصصة لتداول وتخزين المنتجات اقل استهلاكاً للطاقة (تمتاز بكفاءتها باستخدام الطاقة) بما لا يؤدي إلى حدوث أضراراً بالبيئة.
7	إستراتيجية معالجة النفايات والمخلفات	اعتماد المنظمة آليات ملائمة لمعالجة نواتج ومخلفات عملياتها كالماء (ماء النفايات الناتج) والغازات وغيرها. التخفيض من كمية النفايات والبقايا الصناعية. قيام المنظمة بتأسيس التسهيلات مع الجهات المجتمعية ذات في المحافظة على البيئة ومنع السيطرة على التلوث. تخطيط موقف المنظمة فيما يخص السيطرة والمنع الكلي للتلوث.

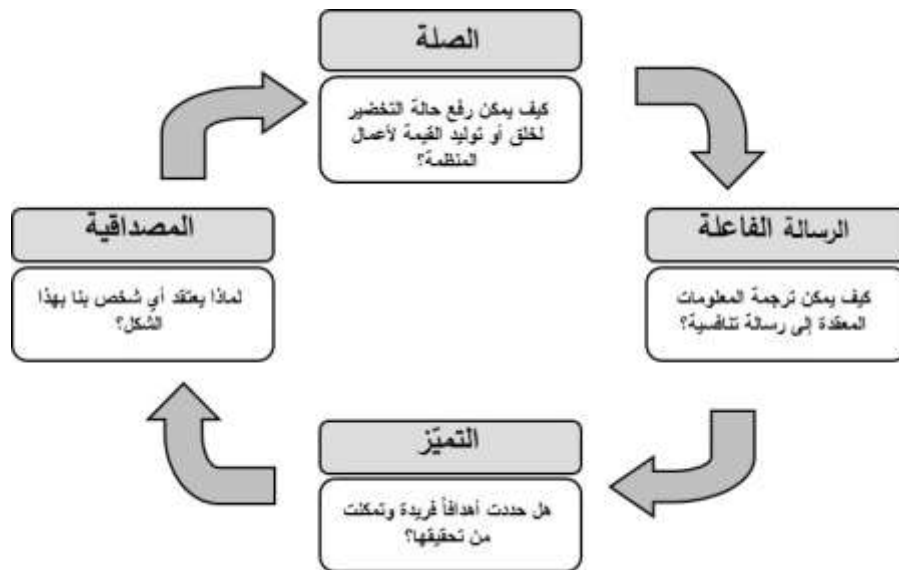
الجدول من إعداد الباحثين باعتماد المصدر:

Kao et. al., 2008, Raising Corporate Social Responsibility By Green Strategy; Technical College /East Asia, **Yadong Journal**, No.28, P. 6.

يتضح للباحثان مما سبق، أن تبني أي من الإستراتيجيات أعلاه هو وسيلة تحقيق أهداف المنظمة في المواءمة بين المنظمة والبيئة، وتحقيق النجاح النابع من التوأمة مع البيئة.

خصائص الإستراتيجية الخضراء

أدركت منظمات الأعمال في ظل بيئة اليوم وما تواجهه من تحديات، والصيحات المطالبة بالحماية البيئية إلى ضرورة تبني المفهوم الأخضر في صياغة إستراتيجياتها التي تُعدّ بمثابة وسيلة لتحقيق أهدافها والوصول إلى صياغة إستراتيجية خضراء تحمل مواصفات تتحدد بـ: (المصدقية، والصلة، والرسالة الفاعلة، والتميز) التي تعرف اختصاراً بـ: (CRED) وهي: Credibility, Relevance, Effective Messaging, Differentiation (Makower, 2009, 181), الشكل (2)



شكل 2: خصائص الإستراتيجية الخضراء

Source: Makower, Joel, 2009, Strategies for Green Economy: Opportunities and Challenges in the New World for Business, McGraw-Hill Books Co., U.S.A, P. 181.

تعد كلاً من المصدقية، والصلة، والرسالة الفاعلة، والتميز مكونات تؤدي إلى نجاح الإستراتيجية الخضراء، وقد يتغير نظام تلك المكونات الأربعة من منظمة إلى أخرى، إذ قد تبدأ المنظمة بالصلة التي تحدد قيمة المفهوم الملائم للزبائن وثقافة المنظمة نفسها، وإذا ما أرادت المنظمة أن تقوم بصياغة إستراتيجية خضراء لا بد وأن تحدد نقطة الانطلاق المناسبة بحسب ظروفها ومكانتها ومستلزمات انطلاقها في إطار دورة خصائص ومواصفات الإستراتيجية الخضراء كما يراها كل من (Makower, 2009, 182) و(المعاضبي وأحمد، 2009، 9).

- المصدقية Credibility: ينطلق وصف المصدقية في إستراتيجية المنظمة عبر طرح التساؤل الآتي: لماذا يجب أن يقتنع الناس بالمنظمة؟ والإجابة على ذلك يكمن في أن المنظمة لكي تكون مؤثرة وفاعلة، لا بد وأن تكون إستراتيجيتها مستندة إلى رسالة واضحة مقنعة مدعومة بالحقائق والأشكال، ولكي تضمن المنظمة مصداقيتها البيئية لا بد أن تجيب عن الأسئلة الآتية: هل يتناسب أداء المنظمة مع الأدبيات الخضراء؟ وهل يمكن تأكيد ذلك؟ وكيف يمكن مقارنة المنظمة أو منتجاتها مع المنافسين ومع أفضل المنتجات؟ وما المتطلبات الحكومية وهل تمّ ملاقاتها في منتجات المنظمة؟ وما اتجاهات الأداء التاريخي لمنتجات المنظمة؟
- الصلة Relevance: يتحقق مفهوم الصلة بقدرته المنظمة على إقناع زبائنها وتحقيق الرغبة لديهم في شراء منتجاتها، أو مكافأة الموظفين في المنظمة، وإن خاصية الصلة في الإستراتيجية الخضراء لا تضمن بالضرورة بيع المنتجات، لذلك شرعت الشركات للتفكير بالعديد من مكوناتها، التي يمكن أن تقود إلى إدراك المفهوم الأخضر من الموظفين والمهتمين بالعمل في المنظمة التي تعتمد مبدأ القيادة الخضراء، إذ يمكن لهذه المنظمات أن تقلص الخسائر، وتكاليف الإجراءات وتكاليف إعادة تدريب الموظفين عن طريق التأكيد على القيادة الخضراء (المعاضبي وأحمد، 2009، 9).
- الرسالة الفاعلة Effective Messaging: تقوم العديد من المنظمات بتحديد رسالة فاعلة تسعى عبرها إلى القيام بأعمال جيدة تتلاءم مع مطالب الأطراف ذات المصلحة، إذ إن الأهمية الكبرى للرسالة الفاعلة تتطلب ترجمة معلومات البيئة وجعلها الأساس في العمل، وهي تصف كيف تعزز المنظمة دمج وتجسيد مطالب الزبائن في عملية صنع القرار الاستراتيجي (هل وجونز، 2006، 82). ومن هذا المنطلق يرى (الدوري، 2005، 55) أن ما يميز الرسالة الفاعلة هو تطابقها مع غايات المنظمة وأهدافها، وقدرتها على التكيف، كما تتسم الرسالة الفاعلة بتوصيف دقيق لكيفية تحقيق المنظمة لأهدافها المرغوبة عبر الأعمال والنشاطات التي تؤديها إنتاجية كانت أم خدمية، فضلاً عن تحقيق المسؤولية الاجتماعية والقدرة على ترسيخ قيم ومعتقدات المنظمة وملاءمتها لقيم المجتمع وظروفه، والأمان والبيئة النظيفة، وإمكانية تحقيق أهداف أصحاب المصالح مع المنظمة.
- التميز Differentiation: يشير التميز إلى قيام المنظمة بشيء يمكن أن يميزه الزبائن، فقيام المنظمة بالأعمال الأكثر اخضراراً لمنتجاتها يعدّ تمييزاً يستطيع الزبون أن يلمسه على نحو واضح مقارنةً بباقي المنظمات التي تنتج منتجات مشابهة لها. فالتمييز يعني "الابتكار"، وهو الإتيان بما هو مختلف عن الآخرين منافسين كانوا أو غير منافسين، بمعنى أن تكون الأفضل من المنافسين في واحد أو أكثر من أبعاد الأداء الاستراتيجي، والتخلي المنظم عن القديم، وقدرة المنظمة على التوصل إلى الجديد الذي يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق (الجعبري، 2009، 39).

أسسها وقواعدها

تستند الاستراتيجية الخضراء إلى مجموعة أسس والقواعد، هي (غازي، 2009، 7):

- تبني أساليب إدارية لتنمية الموارد الطبيعية وحمايتها من التلوث أو التدهور البيئي والعمل على ترشيد استخدامها للمحافظة على الموارد المتجددة منها وإطالة أمد غير المتجددة منها مراعاة التنمية التي توازن بين احتياجات التنمية والبيئة وبين احتياجات الجيل الحالي والأجيال المتعاقبة.
- تحسين نوعية الهواء والحد من تلوثه بتخفيض تراكيز الملوثات من المواد العالقة والغازات بأنواعها المختلفة إلى الحد الأدنى المسموح به طبقاً للمقاييس الدولية.
- تبني التقنيات الحديثة في مجال البيئة والعمل على توطئتها والاستفادة منها وتشجيع البحث العلمي في مجالات حماية البيئة والمحافظة عليها، ودعم توفير المعلومات والبيانات البيئية.
- تعزيز التوعية والتربية وتنمية الحس البيئي لدى المؤسسات والأفراد، وتشجيع المبادرات الفردية من المؤسسات غير الحكومية التي تهدف إلى دعم البيئة.

- التنسيق بين جميع الجهات لدعم العلاقات الإقليمية والدولية سواء من الدول أم المنظمات المتخصصة أو الأفراد لزيادة التعاون في مجال تطوير وحماية الموارد البيئية.

متطلبات وآليات تنفيذها

من أجل تنفيذ مفهوم الاستراتيجية الخضراء داخل المنظمات لابد من الإشارة إلى سياسات ومتطلبات تنفيذها، التي تتمحور حول:

- سن أنظمة وتشريعات العمل المستمر لمراجعة الإجراءات وتحديث المعايير والإرشادات الخاصة بتطوير البيئة وحمايتها ورفع الوعي البيئي لدى الأفراد والمؤسسات المختلفة.
- أخذ الاعتبارات البيئية المتمثلة بـ التخطيط والتصميم والإنشاء والتشغيل لمشروعات التنمية في جميع القطاعات، واستمرار مبدأ التقييم للأثار البيئية لأي نشاط تنموي.
- توفير المعلومات والبيانات الخاصة بالوضع الراهن للبيئة وتطورها وحالتها المتوقعة مع استمرار تطوير سبل رصد وتجميع وتبويب وعرض هذه المعلومات والبيانات.
- دعم الجهة المركزية المسؤولة عن البيئة وجميع الجهات ذات العلاقة لضمان تنفيذ الإستراتيجية الوطنية للبيئة والتنمية المستدامة ولتعزيز مشاركة جميع الوزارات والمصالح الحكومية المعنية في وضع الإستراتيجية موضع التنفيذ (غازي، 2009، 12).

استناداً إلى ما عرض في هذا المجال نجد أن الإستراتيجية الخضراء تعدّ من المفاهيم الإدارية الحديثة التي احتلت في الوقت الحالي أهمية خاصة بوصفها من الموجهات الأساسية للتميز والبقاء، فقد اتضح أن الإستراتيجيات الخضراء تتمتع بقدرات كبيرة في تحسين الموقف التنافسي، وتحسين قدرة التكيف مع البيئة ومع التغير في طلبات الزبون المتجددة، لتسعى المنظمة بذلك إلى تحقيق هدفين رئيسيين، يكمن الأول في تحقيقها لأهدافها، أما الثاني فيتمثل بتعزيز أبعاد المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، التي ستعدّ مضموناً لما هو لاحق.

ثانياً. المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية: المفهوم، والأساسيات، والمبادئ

تُعبّر المسؤولية الاجتماعية للمنظمات في الوقت الحاضر عن مبادراتها الإستراتيجية للقيام بإسهامات اجتماعية وبيئية مستمدة من التحليل الدقيق لكل الكفاءات والفرص الاستثنائية والثقافة الفريدة للمنظمة، إذ تعدّ بمثابة مبادرات تتعدى المتطلبات القانونية لحماية الموظفين والمجتمع والبيئة الجيدة لتنهل أعمالها في نشاطات مستدامة تولد منافع ملموسة لمنظمات الأعمال لأنها تضم المكون البيئي، ومكون الاستدامة البشرية.

المفهوم

تعمل المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية بطريقة تتعدى المتطلبات القانونية لحماية الموظفين والمجتمعات البيئية الجيدة، بحيث تهتمك أعمالها في النشاطات المستدامة للأعمال على نحو اقتصادي لخلق فوائد ملموسة للمنظمة لتكون مستدامة ذاتياً على نحو مالي وأقل عرضة للصراخات البارزة حول تبذير ثروة المساهمين، وهذا في إطار شمول المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية لكل من المكون البيئي ومكون الاستدامة البشرية (Heslin & Ochoa, 2008, 3). من هنا، فإن تعريف المسؤولية الاجتماعية ليس ثابتاً، بل هو تعريف ديناميكي، وواقعي، ومتطور يتواءم مع التغيرات الاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية. ومن أجل الفهم لا بد من البحث في: المقصود بالمسؤولية الاجتماعية؟ فقد عرّفها (William & Chandler, 2006) بأنها "فلسفة تداخل المسؤولية الاجتماعية الشاملة في منظور وممارسات إستراتيجية المنظمة". ويشير (رونجارد، 2010، 2) إلى أن النظر إلى المسؤولية الاجتماعية من منظور إستراتيجي يحتاج إلى صياغة فهم أعمق للمسؤولية الاجتماعية، إذ يؤكد على عدم وجود نموذج للمسؤولية الاجتماعية الشاملة الإستراتيجية يناسب جميع المنظمات. وتأسيساً على ما تقدم يطرح الباحثان التعريف الإجرائي للمسؤولية الاجتماعية الشاملة الإستراتيجية للمنظمة بأنها "مفهوم يتعدى كونه مفهوماً يتعلق بالأعمال الخيرية التطوعية أو الالتزام بالمتطلبات القانونية التي تفرضها الحكومة والمجتمع، فهي حالة تعتمد المنظمة سلاحاً ذا قوة فريدة من نوعها تزج بها في استراتيجياتها الخضراء، فيظهر في نتائج أداؤها لأعمالها".

النشأة والتطور

تشير قاعدة التطور إلى أن لكل ظاهرة تاريخية مراحلها ومؤثراتها، ولكل اتجاه أساسي منحنى تطور متصاعد لغاية الوصول إلى الذروة ليأخذ شكلاً أكثر اعتدالاً وقبولاً (ياسين، 2008، 17). لقد استمر تطور هذا الاتجاه، فظهرت ثلاثة أجيال عبرت عن تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، حددها بعض الباحثين ومنهم (الغالي والعامري، 2005، 58) (Porter & Kramer, 2006, 2) (ياسين، 2008، 19) (Heslin & Ochoa, 2008, 125) بالآتي:

- الجيل الأول: نمت المسؤولية الاجتماعية الشاملة فيه وتطورت بوصفها نتيجة طبيعية لإخفاق منظمات الأعمال في الاستجابة لاحتياجات بيئتها الاجتماعية ولمصالح الأطراف الأخرى فيها. إذ أكد (Porter & Kramer, 2006, 2) على حرص المنظمات في هذا الجيل على تبني المسؤولية الاجتماعية بالمشاركات والمساعدات الطوعية من أصحاب رؤوس الأموال في الأعمال الخيرية المؤثرة لتحسين العواقب البيئية والاجتماعية لنشاطاتها وأعمالها، ولكن هذه الجهود لم تبلغ هدفها المنشود على نحوٍ كامل مثلما كانت ترغب المنظمات، بسبب قيام المنظمات بوضع الأعمال من دون مراعاة المجتمع في الوقت الذي كان لابد فيه من التكامل بين المجتمع والأعمال.
- الجيل الثاني: تعمل غالبية المنظمات حالياً على وفق أسس الجيل الثاني الذي ينظر إلى المسؤولية الاجتماعية الشاملة بوصفها عنصراً رئيساً في الإستراتيجية، ومكمل لإستراتيجية أعمالها، مثل التعامل مع المسؤولية، والتحلي بأخلاق العمل مع كافة المتعاملين مع المنظمة (داخليين وخارجيين)، يمتاز هذا الجيل بتعاظم قوة النقابات والاتحادات العمالية التي تنادي بحقوق العاملين وتلبية متطلباتهم في توفير ظروف العمل المناسبة، وتوفير أمن واستقرار العاملين وحقوقهم المالية، وتحسين العلاقة بين العمال وأرباب العمل، وبروز جماعات الضغط والعملة والخصخصة، فبدأت المنظمات بالبحث عن أصحاب المصلحة البارزين ذوي الوعي البيئي والاجتماعي ليشاركوا بحل المشكلات الاجتماعية والبيئية، مما يؤدي إلى تأثيرهم المباشر أو غير المباشر في نجاح المنظمات، إذ يقود التناغم والاندماج وتحقيق الرضا بين منظمات الأعمال وأصحاب المصلحة إلى تحقيق الفوائد لكلا الطرفين والحفاظ على مكانة بارزة للمنظمة في المحيط الذي تعمل فيه من جانب، ويجعلها في مكانة متميزة عن أقرانها من المنظمات.
- الجيل الثالث: يدمج هذا الجيل القضايا الاجتماعية ومواءمتها مع تطوير الأعمال والأنشطة التي تقوم بها الشركات لتحقيق الميزة التنافسية المتفردة، عبر تبني تلك المنظمات للمسؤولية الاجتماعية من منظور استراتيجي. فقد فرض مفهوم المسؤولية الاجتماعية الشاملة نفسه في محيط العلاقات الاقتصادية المحلية والعالمية على نحوٍ ديناميكي ومتسارع، ويوماً بعد يوم أخذ هذا المفهوم صدى واسعاً في منظمات الأعمال، وبدأت المنظمات تنظر إلى المسؤولية الاجتماعية إستراتيجياً، فأطلق عليها بالمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية (SCSR) Strategic Corporate Social Responsibility، وعدّها إستراتيجية أساسية مرتبطة بإستراتيجيات المنظمة، إذ نحا مفهوم المسؤولية الاجتماعية منحاً جديداً في إطار أكثر شمولية وأوسع معنى، وانتقل مفهوم المسؤولية الاجتماعية الشاملة من المفهوم الضيق للتعامل مع أحداث بيئية آنية إلى هدف إستراتيجي يتطلب إعطائه أهمية كبيرة في عملية الإدارة الإستراتيجية.

الأهمية

يرى (Bhattacharyya, 2008) أن أهمية المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية تبرز في أنها عنصراً مهماً في صياغة الإستراتيجية الخضراء للمنظمة كونها تولد فرص إبداع رائدة عديدة تعود بالنفع على المجتمع والمنظمات سواً. كما يؤكد على ارتباط المسؤولية الاجتماعية بكل جوانبها بأداء الأعمال وتصب في اهتمام مشترك وهو الحفاظ على البيئة، كما يضيف (Porter & Kramer, 2006, 16) بأن المسؤولية الاجتماعية تمكن المنظمة من السعي إلى اختيار مكانة متميزة وإنجاز أعمالها على نحوٍ مختلف عن المنافسين بطريقة تخفض من التكاليف، أو تعمل على نحو أفضل لتلبية حاجات الزبون، وتطبق هذه المبادئ على علاقة المنظمة مع المجتمع، كما تطبق في إطار عدد من المبادرات التي تكون فوائد أعمالها الاجتماعية كبيرة ومميزة. فيما يرى (جعفر، 2007، 6) بأن قيام المنظمات بدورها تجاه المسؤولية الاجتماعية يضمن على نحوٍ ما دعم جميع أفراد المجتمع لأهدافها ورسالتها التنموية والاعتراف بوجودها، يضاف إلى ذلك خلق فرص جديدة عبر إقامة مشاريع خيرية واجتماعية ذات طابع تنموي. فيما أوضح (الكردى، 2010، 7) أهمية المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية بالآتي: القضاء على

جميع أشكال السخرة والعمل الإجباري، والقضاء على تشغيل الأطفال، والقضاء على التمييز في مجال التوظيف، وتشجيع إتباع نهج احترازي إزاء جميع التحديات البيئية، والاضطلاع بمبادرات لتوسيع نطاق المسؤولية عن البيئة، وتشجيع تطوير التقانة غير الضار بالبيئة ونشرها، وشعور العاملين لدى الشركات التي لديها برامج فاعلة في مجالات عمل المسؤولية الاجتماعية على النطاق الداخلي والخارجي للمنظمات بالرضا الوظيفي والانتماء للمنظمة.

التمييز بين المسؤولية الاجتماعية الشاملة والمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية

يكن الفرق الأساس بين المسؤولية الاجتماعية الشاملة (CSR) والمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية (SCSR) في اهتمامات كل منهما، إذ تهتم CSR بالجانب البيئي والاجتماعي وعملت على وضع حلول لتلك المشكلات الاجتماعية والبيئية بصورة آنية، بينما اهتمت SCSR بتبني CSR من منظور إستراتيجي واسع النطاق واعتمدتها بوصفها إستراتيجية في ممارستها لأعمالها ونشاطاتها ومهامها التي تتأثر وتتأثر بالمجتمع والبيئة، لذلك فإن SCSR لم تقتصر على إنجاز التوقعات والمطالب الداخلية في المنظمة فحسب، بل تمتد لتشمل رأس المال الفكري والعلاقة مع أصحاب المصالح والجماعات البيئية الأخرى. وفي هذا الصدد أشار (الغالي والعامري، 2010، 72) إلى أن محور التمييز يشمل جوانب عدة سواءً من جانب نشاطات أم أبعاد كل منهما، فمن جانب نشاطات CSR فهي تعمل على منع التلوث وحل المشكلات الاجتماعية والبيئية الآنية، وتسهم في تكوين بيئة مثالية خالية من التلوث أو بمعنى أدق تضم أقل نسبة من التلوث.

أما SCSR فهي موجهة إلى نطاق واسع من المشكلات الاجتماعية والبيئية فهي تعمل على اتخاذ النشاطات والأعمال وتبنيها من المنظور الاستراتيجي بالقيمة العملية للأداء الاجتماعي للمنظمة وإسهام الأداء الاجتماعي في إنجاز أهدافها، لتصل المنظمة إلى مرحلة المشاركة في تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في أداء مهامها الصحية والتقليدية والاجتماعية الأخرى التي تقدمها للناس والمجتمع. إذ أكد (Burke & Logsdon, 1996, 492) أن SCSR تعدّ بمثابة قيمة للمنظمة – يكون خلق القيمة في مجال يمكن فيه قياس الفوائد التي تتوقع المنظمة تلقيها منها بسرعة، لذلك فإن مبادرات SCSR التي تقود إلى خفض الكلفة أو تمييز المنتج تعدّ مؤشرات بارزة لـ CSR التي تكون إستراتيجية بطبيعتها. وتأسيساً، فإن المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية للمنظمة تركز على المزاوجة بين إستراتيجية المنظمة والمسؤولية الاجتماعية الشاملة، فضلاً عن أن إستراتيجية المنظمة ومسؤوليتها الاجتماعية الإستراتيجية تركزان على بيئة المنظمة، ما يعني تضمين معاني المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية ومتطلباتها في توجيهها الاستراتيجي بكل عناصره بدءاً من الرؤية والرسالة وانتهاءً بمسارات وتكتيكات العمل اليومية (المالك، 2009، 17).

ثالثاً. مبادئ المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية وأبعادها

المبادئ

يشير الباحثين إلى مبادئ المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية التي عُدّت أداة وإرشادات لمبادرات المنظمة الهادفة لتوليد فرص الإبداع والتطوير، وإضافة القيمة وتحقيق الاستدامة الإستراتيجية في المنظمة، إذ يشير (Heslen & Ochoa, 2008, 131) بهذا الصدد أن مبادئ المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية تتمثل بالآتي: التقليل من التأثيرات البيئية، والانتفاع من المنتجات الثانوية، والقيام باحتواء الزبائن، وتطوير سلسلة التجهيز الخضراء، وصقل الموهبة وتطويرها، وتطوير أسواق جديدة، وحماية رفاهية العمل. أما (الحموري، 2009، 3) فيشير إلى أن المبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية تكمن في الآتي:

- مبدأ الإذعان القانوني: أن تلتزم المنظمة بجميع القوانين واللوائح السارية المحلية منها والدولية المكتوبة منها والمعلنة والمنفذة طبقاً لإجراءات راسخة ومحددة والإمام بها.
- مبدأ احترام الأعراف الدولية: أن تحترم المنظمة الاتفاقيات الدولية والحكومية واللوائح التنفيذية عند قيامها بتطوير سياساتها وممارساتها للمسؤولية الاجتماعية.
- مبدأ احترام مصالح الأطراف المعنية: أن تقر المنظمة وتتقبل أن هناك تنوعاً بالمصالح للأطراف المعنية وتنوعاً في النشاطات ومنتجات المنظمة الرئيسة والثانوية وغيرها من العناصر التي قد تؤثر على تلك الأطراف المعنية.

- مبدأ الشفافية: أن تفصح المنظمة على نحو واضح ودقيق عن سياستها وقراراتها ونشاطاتها بما في ذلك التأثيرات المعروفة والمحتملة على البيئة والمجتمع، وأن تكون هذه المعلومات متاحة للأشخاص المتأثرين أو المحتمل تأثرهم جوهرياً من المنظمة.
- مبدأ القابلية للمساءلة: أن تكشف المنظمة وعلى نحو منتظم للسلطات القانونية والأطراف المعنية بحيادية وإلى حد ملائم السياسات والقرارات والإجراءات ومن ضمنها الإجراءات التصحيحية التي تتحمل مسؤوليتها على الرفاهية الاجتماعية وعلى التنمية المستدامة.
- مبدأ احترام الحقوق الأساسية للإنسان: أن تنفذ المنظمة السياسات والممارسات التي من شأنها احترام الحقوق الموجودة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان.

مسوغات تبني المنظمات لـ SCSR

تدفع المنظمات لتبني المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية مسوغات عديدة، نأخذ منها ما أشار إليه (Porter & Kramer, 2006, 3) تتمثل بالآتي:

- الواجب الأخلاقي: ويتمثل بالأخلاقيات التي تستدعي من المنظمات مهمة لبناء المواطنة الجيدة والقيام "بالعمل المناسب" ويُعدّ هذا هدف المسؤولية الاجتماعية.
- الاستدامة: وتعني "تلبية الحاجات الحالية من دون تشويه قدرة الأجيال المستقبلية على تلبية حاجاتها الذاتية" وتركز على الإشراف البيئي والمجتمعي.
- الرخصة للعمل: إن فكرة الرخصة للعمل تشتق من الحقيقة القائلة بأن كل منظمة تحتاج إلى رخصة ضمنية أو ظاهرية من الحكومات، وعدد من أصحاب المصلحة للقيام بالأعمال.
- السمعة: تستخدم اغلب المنظمات السمعة الجيدة بتسويق مبادرات المسؤولية الاجتماعية على أساس أنها سوف تحسّن من صورة المنظمة، وتقوّي من علامتها التجارية.

أبعادها

عرض بعض الباحثين أبعاد المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية في إطار عام يغطي أغلب جوانبها، ويمكن لهذه الأبعاد أن تكيّف بقياسات مختلفة على وفق اعتبارات طبيعة عمل المنظمة ونشاطاتها، وتأثير فئات أصحاب المصالح عليها. إذ حددها بعض الباحثين ومنهم (Burke & Logsdon, 1996) & (Raynard & Forstater, 2005, 5) (Bhattacharyya, 2008) بخمسة أبعاد تعبّر عن الخصائص والنتائج الممكنة عن تصرفات المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية في المنظمة، وتكمن هذه الأبعاد في الجدول (2).

جدول 2: أبعاد المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية

أبعاد (SCSR)	توضيح موجز حول كل بعد من الأبعاد الخمسة
الملائمة/التحديد Appropriability	الملاءمة هي قدرة المنظمة على ربط العوائد المالية لتحقيق أهداف اجتماعية بالوقت نفسه، إذ من المؤمل لمبادرات SCSR أن تفيد المنظمة، ولابد أن تكون المنظمة قادرة على استجواز واستيعاب فوائد مبادرة SCSR لصالحها، وأن مبادرات SCSR في تحقيق الملاءمة ستساعد المنظمة في الحفاظ على الميزة التنافسية التي قد تنشأ إما عن تقديم كلفة أو من الحصول على مكانة مميزة (Crawford & Scaletta, 2005; Karna et. al., 2003; Miles & Covin. 2000; Hunt, 2000; Wenstey & Day, 1988; Porter, 1985; Rumelt, 1980).
الاستباقية Proactivity	المدى الذي تتوقع فيه المبادرات الاجتماعية المشتركة للاتجاهات الاجتماعية، ويشير البرهان التطبيقي بوجود ميول علاقة واضحة بين السياسة الاجتماعية البيئية المبادرة وبين إستراتيجية مبادرة الأعمال (Husted & Allen, 2009). وتتوقع المنظمات المبادرة اجتماعياً أن يكون هناك تغيرات في الاتجاهات والقيم الاجتماعية التي يحسّن بدورها من ذكاء الأعمال الذي يعدّ من عناصر الإبداع (Schmidheiny, 2006).

المركزية Centrality	أن تكون مبادرة SCSR قريبة من مهمة المنظمة وأهدافها (Thorelli, 1977; Ansoff 1983; 1977)، إذ ترتبط برامج SCSR بأهداف المنظمة وتلقى أولوية الإدارة، مما يثمر عن فوائد ومزايا يمكن ترجمتها لميزة تنافسية لها
التطوع (الطوعية) Voluntarism	وهي أن يتم إنجاز النشاطات الاجتماعية للمنظمة على نحو حر، بدلاً من الاستجابة للقيود القانونية أو للمحفزات المالية (Logsdon & Burke, 1996).
الوضوح Visibility	المدى الذي تلاحظ فيه المبادرات الاجتماعية من أصحاب المصلحة. وأن لمشاريع المسؤولية الاجتماعية المرئية تأثير إيجابي على سمعة المنظمة (Fombrun & Shanley, 1990). كما أن يكون لدى مبادرة المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية كل من ملاحظة نشاط المسؤولية الاجتماعية فضلاً عن قدرة المنظمة في الحصول على قبول من كل أحاب المصلحة الخارجيين والداخليين (Husted & Allen, 2009).

المصدر: الجدول من إعداد الباحثين اعتماداً على:

- Burke, L., and J. M. Logsdon, (1996), How Corporate Social Responsibility Pays off, Long Range Planning, 29 (4), PP. 495-502.
- Bhattacharyya Som Sekhar, (2008), Development of a CSR-Strategy-Framework", Doctoral Thesis, Queen's University, Belfast, P. 10.

رابعاً. العلاقة النظرية بين الإستراتيجية الخضراء والمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية

تستهدف هذه الفقرة عرض الطروحات النظرية التي تُظهر طبيعة العلاقة بين متغيرات هذا البحث، وهي: (الإستراتيجية الخضراء، والمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية) عبر عرض ما تم تأشيريه في عدد من الدراسات والبحوث على نحو مباشر وغير مباشر. إذ يمكن القول ابتداءً بأن الاتجاه نحو تخضير الأعمال ليس بالظاهرة الجديدة، فهي حالة نمت منذ سنوات خلت، لتعود بدايات الاهتمام بهذا المجال إلى عقد الثمانينات من القرن العشرين، فكان السعي إليها بعد إدراك المنظمات أن التخضير يمكن أن يسهم في تقليص الكلف، والمخاطر، وإظهار المسؤوليات القانونية لها عبر إستراتيجيات خضراء تتطابق بها المنظمات مع التشريعات والقوانين واللوائح البيئية. ويهدف تعزيز منحنى البحث الحالي من وجود علاقة بين الإستراتيجية الخضراء والمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، فإننا نتطابق مع ما أشار إليه (Kao, 2008, 72) *et al.* من أن رفع أو تحسين المسؤولية الاجتماعية الشاملة يتم عن طريق تبني المنظمات للإستراتيجية الخضراء تخطيطاً وتنفيذاً. ومن شأن ذلك أن يعزز ما ذهب إليه (Porter & Kramer, 2006: 2) من أن صياغة الإستراتيجية الخضراء يجب يستمد من المجتمع، مع التأكيد على أن المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية يمكن أن تكون مصدراً للفرصة والإبداع والميزة التنافسية للمنظمة إذا تم تبنيها وتنفيذها على نحو فاعل.

ويعود (Husted & Allen, 2009: 783) في هذا الصدد ليشير إلى أبعاد المسؤولية الاجتماعية الشاملة المتمثلة بالمركزية والرؤية للذات يتطلبان فهم وإدراك معممَيْن لدورهما الفاعل في توليد قيمة مضافة لأعمال المنظمة. فيما يؤكد (Eric, 2010, 23) على وجود علاقة وثيقة بين الإستراتيجية الخضراء والمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، فيرى أن ضمان مشاركة المجتمع في الأمور البيئية من شأنه توفير السياسات لدعم الإجراءات التي تمكن الأفراد والمجتمع من تحملهم بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية، فضلاً عن الوعي البيئي الذي يُسهم في تعزيز المسؤولية الاجتماعية بكل أبعادها.

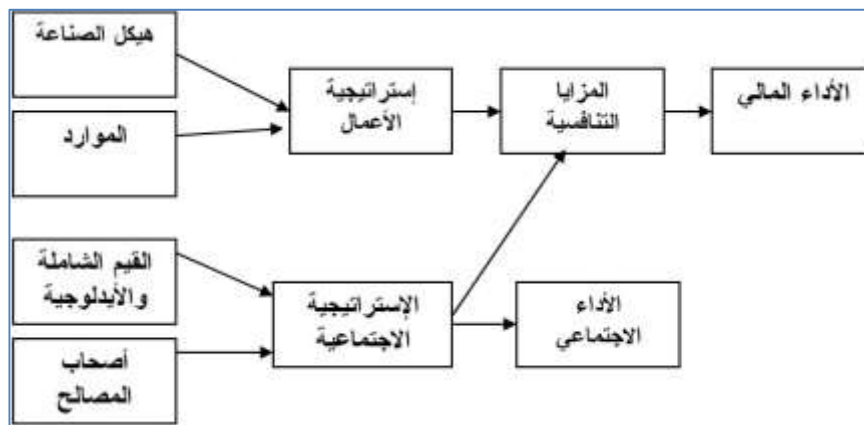
كما أشار (Eric) إلى أن الإستراتيجية الخضراء تساعد على نحو أساس يعرض الفرص أمام المنظمات لكي تفكر بنتائج نشاطاتها ومنتجاتها، وبناء مكانة تنافسية وانطباع جيد وجديد عن المنظمة وأعمالها الصديقة للبيئة التي تُسهم في تحقيق الملاءمة في المجتمع، التي تُعد أحد أبعاد المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، وقد شدد بهذا الصدد على تشجيع الأفكار الخضراء في كل القرارات التي تتخذها المنظمة التي تسهم مباشرة أو على نحو غير مباشر في تبني المجتمع للمفهوم الأخضر الذي يولد الثقافة الخضراء لديه (Eric, 2010, 25). فيما يرى (نيوتن، 2006، 9) أن كلاً من المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية والإستراتيجية الخضراء يلتقيان في النتائج التي تسعيان إليها، إذ تراوح المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية بين الأخلاقيات البيئية وأخلاقيات الأعمال والمفاهيم التي تصب جميعها في رفاهية المجتمع، أما الإستراتيجية الخضراء فتنشأ من مبدأ الإيكولوجي والأنظمة البيئية مع الأعمال والاقتصاد الذي يصب أيضاً في زيادة رفاهية المجتمع. الشكل (3).



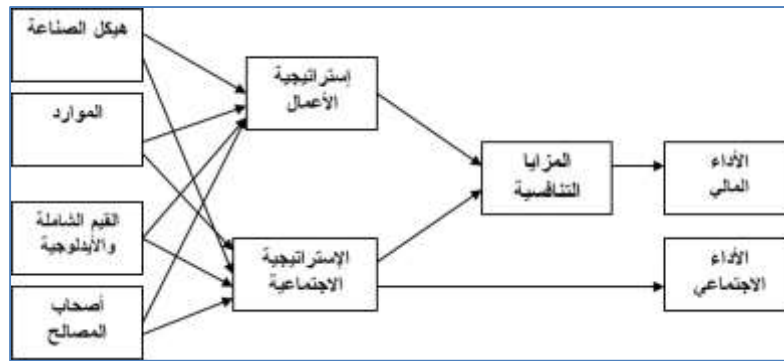
شكل 3: توحيد المسؤوليات البيئية والاقتصادية والاجتماعية للشركات

المصدر: نيوتن، ليزا، 2006، نحو شركات خضراء: مسؤولية مؤسسات الأعمال نحو الطبيعة"، ترجمة إيهاب عبد الرحيم محمد، سلسلة عالم المعرفة، مطابع المجموعة الدولية، الكويت، ص 343.

ومن خلال الشكل (3) نجد أن اندماج الأنظمة البيئية والأعمال وعلم الأخلاق يقود إلى تشكيل قواعد قوية، يشد بعضها البعض باتجاهات مستقلة منطقياً وغير متوافقة مع بعضها في كثير من الأحيان، إذ يمثل التركيب الأول علمي الاقتصاد والأخلاق، وهو مجال البحث الذي نسميه الآن "أخلاقيات الأعمال"، أما التركيب الثاني فيمثل الأخلاق والإيكولوجي، أما التركيب الثالث فيعبر عن الاقتصاد والبيئة وهو أحدثها وأكثرها تأثيراً وتوتراً. أما (Husted, 2001, 24) فأضاف بأن العلاقة بين الإستراتيجية الخضراء والمسؤولية الاجتماعية كانت في السابق علاقة شبه معدومة وبإمكان أي منها تحقيق الميزة التنافسية على نحو منفرد، ومع تطور المفاهيم تبين بأن تحقيق الميزة التنافسية المستدامة والتميز للمنظمات لا يتم سوى من خلال دمج الاثنين معاً. إذ أن التغيرات التي تحدث في منظمات الأعمال نتيجة المستجدات البيئية المليئة بالتحديات التنافسية تجعل من الصعوبة على منظمات الأعمال اكتساب ميزتها التنافسية، وإن اكتسبتها فهي وقتية، وطالما أنها تبحث عن مزايا تنافسية مستدامة، لذا بدأت الأفكار تتجه نحو الإدارة الخضراء باعتبارها قدرة محورية ونشاط تتفوق به المنظمة قياساً بمنافسها. كما أنها طريقة وأفكار تختلف عن الطرائق التقليدية في أداء أعمال الشركات، لذلك ولدت الطريقة الحديثة التي تقوم على الدمج بين إستراتيجية الأعمال الخضراء للمنظمة مع إستراتيجيتها الاجتماعية لتحقيق الميزة التنافسية واستدامتها، الشكلي (4) و (5).



شكل 4: وجهة النظر التقليدية للأعمال والاستراتيجية الاجتماعية



شكل 5: وجهة النظر التكاملية للأعمال والاستراتيجية الاجتماعية

Source: Husted, Bryan W. & Allen, David, B., 2001, Toward A Model of Corporate Social Strategy Formulation, Paper Presented at the Social Issues in Management Division, Academy of Management, August.

المحور الثالث: اختبار أنموذج البحث وفرضياته

أولاً. العلاقة بين عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء والمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية

تشير نتائج تحليل الارتباط البسيط إلى ارتباط المتغير الرئيس المستقل (عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء) بالمتغير الرئيس المعتمد (المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية)؛ إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (0.704) وهي قيمة معنوية موجبة عند مستوى (0.05) والجدول (3) يبين ذلك، وهذا يدل على قوة العلاقة بين المتغيرين الرئيسين للأنموذج الافتراضي للبحث وبذلك تقبل الفرضية الرئيسة الأولى التي تنص على: هناك علاقة ارتباط معنوية بين الإستراتيجية الخضراء والمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية.

كما نفذ اختبار الارتباط البسيط بشكل أكثر تفصيلاً ليشمل علاقة عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في المستويات الإدارية الثلاثة كل على حدا بالمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، الجدول (3).

جدول 3: معاملات الارتباط بين عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء والمسؤولية الاجتماعية الشاملة

المتغير المعتمد	المتغيرات المستقلة
المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية	الإستراتيجية الخضراء في المستوى التشغيلي
*0.563	الإستراتيجية الخضراء في المستوى الوظيفي
*0.643	الإستراتيجية الخضراء في المستوى الاستراتيجي الكلي
*0.759	المؤشر الكلي: عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء
*0.704	

* $P \leq 0.05$ N.S= not significant. N=60

ثانياً. تأثير عمليات صياغة الاستراتيجية الخضراء في المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية

يتضح من نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط المعروضة في الجدول (4) وجود تأثير ايجابي لعمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، وعكست ذلك قيمة المعلمة (β_1) البالغة (0.713) وهي قيمة معنوية موجبة بدلالة قيمة (t) المحسوبة البالغة (7.56) باحتمالية (P=0.000). كما يتضح أن عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء تفسر ما نسبته (38.8%) من التغيرات في المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، وأن (49.6%) من التغيرات تعود إلى متغيرات عشوائية أخرى لم يتضمنها الأنموذج، بدلالة قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.496)، جاء ذلك في إطار نموذج معنوي عند مستوى معنوية (0.05) ودرجات حرية (D.F.=1, 58) فبلغت قيمة (F) المحسوبة (57.11) باحتمالية (P=0.000).

جدول 4: تأثير عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية

المتغير المستقل					المتغير المعتمد
P-Value	F المحسوبة	R ²	عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء		
			β ₁	β ₀	
			0.713 *(7.56) {0.000}	0.513 *(368) {0.001}	المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية

N=60 D.F.=1, 58 *P≤0.05 N.S= not significant

الأرقام بين القوسين تشير إلى قيمة (t) المحسوبة { } تشير إلى قيمة الاحتمالية (P-Value)

ورغبة من الباحثان التعمق في استقصاء علاقات التأثير تم فحص تأثير كل متغير من متغيرات عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، وكانت النتائج كما موضحة في الجدول (5) الذي يتضح منه وجود تأثير إيجابي معنوي للإستراتيجية الخضراء (على المستوى التشغيلي والوظيفي الاستراتيجي) كلاً على حدا في المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، مما يعزز قوة النموذج الافتراضي للبحث.

جدول 5: تأثير متغيرات عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية

P-Value	F المحسوبة	R ²	الإستراتيجية الخضراء في المستوى التشغيلي		المتغير المستقل المتغير المعتمد
			β_1	β_0	
0.000	*26.91	0.317	0.533 *(5.19) {0.000}	0.810 *(5.57) {0.000}	المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية
P-Value	F المحسوبة	R ²	الإستراتيجية الخضراء في المستوى الوظيفي		المتغير المستقل المتغير المعتمد
			β_1	β_0	
0.000	*40.93	0.414	0.603 *(6.40) {0.000}	0.668 *(4.76) {0.000}	المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية
P-Value	F المحسوبة	R ²	الإستراتيجية الخضراء في المستوى الاستراتيجي الكلي		المتغير المستقل المتغير المعتمد
			β_1	β_0	
0.000	*78.97	0.577	0.709 *(8.89) {0.000}	0.479 *(3.91) {0.000}	المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية

N=60 D.F.=1, 58 *P≤0.05 N.S= not significant

الأرقام بين القوسين تشير إلى قيمة (t) المحسوبة { } تشير إلى قيمة الاحتمالية (P-Value)

تأثير عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في بُعد المركزية

فيما يتعلق بقبول الفرضيات الفرعية المنبثقة عن الفرضية الرئيسة السادسة أو رفضها، تم إجراء اختبارات الانحدار الخطي البسيط

على المستوى متغيرات المسؤولية الاجتماعية الجزئية والجدول (6) يبين وجود تأثير ايجابي لعمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في المركزية عكس ذلك قيمة المعلمة (β_1) البالغة (0.711) وهي قيمة معنوية موجبة بدلالة قيمة (t) المحسوبة البالغة (5.10) باحتمالية (P=0.000).

كما يتضح أن عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء تفسر (31%) من التغيرات في المركزية وأن (69%) من التغيرات تعود إلى متغيرات عشوائية أخرى لم يتضمنها النموذج بدلالة قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.310)، جاء ذلك في إطار نموذج معنوي عند مستوى معنوية (0.05) ودرجات حرية (58, D.F.=1) فبلغت قيمة (F) المحسوبة (26.01) باحتمالية (P=0.000).

جدول 6: تأثير عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في بُعد المركزية

P-Value	F المحسوبة	R^2	عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء		المتغير المستقل المتغير المعتمد
			β_1	β_0	
0.000	*26.01	0.310	0.711 *(5.10) {0.000}	0.550 *(2.67) {0.010}	بُعد المركزية

N=60 D.F.=1, 58 *P≤0.05 N.S= not significant

الأرقام بين القوسين تشير إلى قيمة (t) المحسوبة { } تشير إلى قيمة الاحتمالية (P-Value)

تأثير عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في بُعد التحديد (الملائمة)

يبين الجدول (7) وجود تأثير ايجابي لعمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في التحديد (الملائمة) عكس ذلك قيمة المعلمة (β_1) البالغة (0.934) وهي قيمة معنوية موجبة بدلالة قيمة (t) المحسوبة البالغة (6.67) باحتمالية (P=0.000)، كما يتضح أن عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء يفسر (43.4%) من التغيرات في التحديد (الملائمة) وأن (76.6%) من التغيرات تعود إلى متغيرات عشوائية أخرى لم يتضمنها النموذج بدلالة قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.434)، جاء ذلك في إطار نموذج معنوي عند مستوى معنوية (0.05) ودرجات حرية (58, D.F.=1) فبلغت قيمة (F) المحسوبة (44.46) باحتمالية (P=0.000).

جدول 7: تأثير عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في بُعد التحديد (الملائمة)

P-Value	F المحسوبة	R^2	عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء		المتغير المستقل المتغير المعتمد
			β_1	β_0	
0.000	*44.46	0.434	0.934 *(6.67) {0.000}	0.192 N.S (0.93) {0.356}	بُعد التحديد (الملائمة)

N=60 D.F.=1, 58 *P≤0.05 N.S= not significant

الأرقام بين القوسين تشير إلى قيمة (t) المحسوبة { } تشير إلى قيمة الاحتمالية (P-Value)

تأثير عمليات صياغة الاستراتيجية الخضراء في التطوعية

وبالنظر إلى تحليل الانحدار الخطي البسيط تبين عدم وجود تأثير ايجابي لعمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في التطوعية، جاء ذلك بدلالة قيمة المعلمة (β_1) البالغة (0.262) وهي قيمة غير معنوية بدلالة قيمة (t) المحسوبة البالغة (1.94) باحتمالية (P=0.057)، كما يتضح أن عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء يفسر (6.1%) من التغيرات في التطوعية وأن (93.9%) من التغيرات تعود إلى متغيرات عشوائية أخرى لم يتضمنها النموذج بدلالة قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.061)، جاء ذلك في إطار نموذج غير معنوي عند مستوى معنوية (0.05) ودرجات حرية (58, D.F.=1) فبلغت قيمة (F) المحسوبة (3.76) باحتمالية (P=0.057)، الجدول (8).

جدول 8: تأثير عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في التطوعية

P-Value	F المحسوبة	R ²	عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء		المتغير المستقل المتغير المعتمد
			β_1	β_0	
0.057	N.S. 3.76	0.061	0.262 N.S (1.94) {0.057}	1.281 *(6.41) {0.000}	بُعد التطوعية

N=60 D.F.=1 , 58 *P≤0.05 N.S= not significant

الأرقام بين القوسين تشير إلى قيمة (t) المحسوبة { } تشير إلى قيمة الاحتمالية (P-Value)

تأثير عمليات صياغة الاستراتيجية الخضراء في بُعد الوضوح (الملموسية)

وبالنظر إلى تحليل الانحدار الخطي البسيط تبين وجود تأثير إيجابي لعمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في بُعد الوضوح (الملموسية)، جاء ذلك بدلالة قيمة المعلمة (β_1) البالغة (0.925) وهي قيمة معنوية موجبة بدلالة قيمة (t) المحسوبة البالغة (7.44) باحتمالية (P=0.000) ، كما يتضح أن عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء تفسر (48.8%) من التغيرات في الوضوح (الملموسية) وأن (51.2%) من التغيرات تعود إلى متغيرات عشوائية أخرى لم يتضمنها النموذج بدلالة قيمة معامل التحديد (R²) البالغة (0.488)، جاء ذلك في إطار نموذج معنوي عند مستوى معنوية (0.05) ودرجات حرية (D.F.=1 , 58) فبلغت قيمة (F) المحسوبة (55.35) باحتمالية (P=0.000)، الجدول (9).

جدول 9: تأثير عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في بُعد الوضوح (الملموسية)

P-Value	F المحسوبة	R ²	عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء		المتغير المستقل المتغير المعتمد
			β_1	β_0	
0.000	*55.35	0.488	0.925 *(7.44) {0.000}	0.082 N.S(0.45) {0.653}	بُعد الوضوح (الملموسية)

N=60 D.F.=1 , 58 *P≤0.05 N.S= not significant

الأرقام بين القوسين تشير إلى قيمة (t) المحسوبة { } تشير إلى قيمة الاحتمالية (P-Value)

تأثير عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في بُعد الاستباقية

فيما يتعلق بقبول الفرضية الفرعية الخامسة المنبثقة عن الفرضية الرئيسية السادسة أو نفيها، تم إجراء اختبار الانحدار الخطي البسيط والجدول (10) يبين وجود تأثير إيجابي لعمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في المبادرة عكس ذلك قيمة المعلمة (β_1) البالغة (0.738) وهي قيمة معنوية موجبة بدلالة قيمة (t) المحسوبة البالغة (5.97) باحتمالية (P=0.000) ، كما يتضح أن عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء تفسر (38.1%) من التغيرات في الاستباقية وأن (61.9%) من التغيرات تعود إلى متغيرات عشوائية أخرى لم يتضمنها النموذج بدلالة قيمة معامل التحديد (R²) البالغة (0.381)، جاء ذلك في إطار نموذج معنوي عند مستوى معنوية (0.05) ودرجات حرية (D.F.=1 , 58) فبلغت قيمة (F) المحسوبة (35.70) باحتمالية (P=0.000). وبذلك تقبل الفرضية الرئيسية الثانية التي تنص على: تؤثر الإستراتيجية الخضراء بأبعاد المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية (منفرداً ومجتمعاً)، عدا عن النتيجة التي تبين ضعف تأثير الإستراتيجية الخضراء في بُعد التطوعية.

ثالثاً) تأثير عمليات صياغة الاستراتيجية الخضراء باختلاف مستوياتها في المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية

تظهر نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد، الجدول (11) أن الإستراتيجية الخضراء في المستوى التشغيلي والمستوى الوظيفي لا يؤثران معنوياً في المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، وأن الإستراتيجية الخضراء في المستوى الاستراتيجي تؤثر معنوياً في المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية في ظل الأنموذج المتعدد، كما يتضح من التحليل المتعدد ما يأتي:

جدول 10: تأثير عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في بُعد الاستباقية

P-Value	F المحسوبة	R ²	عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء		المتغير المستقل
			β_1	β_0	المتغير المعتمد
0.000	*35.70	0.381	0.738 *(5.97) {0.000}	0.477 *(2.62) {0.011}	بُعد الاستباقية

N=60 D.F.=1, 58 *P≤0.05 N.S= not significant

الأرقام بين القوسين تشير إلى قيمة (t) المحسوبة { } تشير إلى قيمة الاحتمالية (P-Value)

- تؤثر الإستراتيجية الخضراء في المستوى التشغيلي سلباً في بُعد المركزية، وأن الإستراتيجية الخضراء في المستوى الاستراتيجي تؤثر إيجابياً ومعنوياً في بُعد المركزية فيما لم يظهر أي تأثير ذي دلالة معنوية للإستراتيجية الخضراء في المستوى الوظيفي في بُعد المركزية.
- الإستراتيجية الخضراء في المستوى الاستراتيجي فحسب تؤثر إيجابياً ومعنوياً في بُعد التحديد (الملائمة).
- لم تظهر نتائج تحليل الانحدار المتعدد أي تأثير إيجابي للإستراتيجية الخضراء في المستويات الثلاثة في بُعد التطوعية.
- تؤثر الإستراتيجية الخضراء في المستوى التشغيلي والاستراتيجي معنوياً في بُعد الوضوح (الملموسية).
- تؤثر الإستراتيجية الخضراء في المستوى الاستراتيجي إيجابياً ومعنوياً في بُعد الاستباقية.

جدول 11: نتائج تحليل الانحدار المتعدد لبيان تأثير مستويات صياغة الإستراتيجية الخضراء في المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية

P-Value	F المحسوبة	R ²	الإستراتيجية الخضراء في المستوى الاستراتيجي الكلي	الإستراتيجية الخضراء في المستوى الوظيفي	الإستراتيجية الخضراء في المستوى التشغيلي	β_0	المتغير المستقل
			β_3	β_2	β_1		المتغير المعتمد
0.000	*17.28	0.481	1.002 *(4.59) {0.000}	0.078 N.S (0.34) {0.734}	-0.389 *(-2.07) {0.043}	0.497 *(2.73) {0.008}	بُعد المركزية
0.000	*16.44	0.468	0.567 *(2.31) {0.025}	0.425 N.S (1.66) {0.103}	-0.073 N.S (-0.35) {0.730}	0.174 N.S (0.85) {0.397}	بُعد التحديد (الملائمة)
0.253	N.S 1.40	0.070	0.252 N.S (1.04) {0.304}	-0.037 N.S (-0.15) {0.882}	0.049 N.S (0.23) {0.816}	1.268 *(6.24) {0.000}	بُعد التطوعية
0.000	*24.70	0.570	0.890 *(4.32) {0.000}	-0.273 N.S (-1.27) {0.209}	0.321 N.S (1.81) {0.076}	0.037 N.S (0.22)	بُعد المرئية (الملموسية)

						{0.829}	
0.000	*13.81	0.425	0.636 (2.96)* {0.005}	0.100 (0.45) ^{N.S} {0.656}	-0.004 (-0.02) ^{N.S} {0.982}	0.449 (250)* {0.015}	بُعد المبادرة
0.000	*25.44	0.577	0.701 (4.48)* {0.000}	0.026 (0.16) ^{N.S} {0.873}	-0.018 (-0.14) ^{N.S} {0.893}	0.479 (3.67)* {0.001}	المؤشر الكلي للمسؤولية الاجتماعية الشاملة الإستراتيجية

N=60 D.F.=3 , 56 *P≤0.05 N.S= not significant

الأرقام بين القوسين تشير إلى قيمة (t) المحسوبة { } تشير إلى قيمة الاحتمالية (P-Value)

تباين تأثير متغيرات عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء باختلاف مستوياتها في المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية

تعطي نتائج تحليل الانحدار المتدرج بياناً لأهمية كل متغير مستقل عبر دخوله أولاً إلى الأنموذج ومن ثم حجم تأثيره عن طريق ما يسهم به في رفع القدرة التفسيرية للأنموذج، والجدول (12) يبين التأثير المتدرج لعمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في المستويات الثلاثة في المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، إذ يظهر أن الإستراتيجية الخضراء في المستوى الاستراتيجي تشكّل المتغير الأهم والأكثر تأثيراً في المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، فقد دخلت لوحدها في الأنموذج في المرحلة الأولى، وتم استبعاد عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في المستويات الأخرى (التشغيلي والوظيفي) وبلغت عندها القدرة التفسيرية للأنموذج (R^2) (57.66%) وهي القدرة التفسيرية النهائية للأنموذج، أما عمليات صياغة الإستراتيجية الخضراء في المستوى التشغيلي والوظيفي فلم يتضمنها الأنموذج المتدرج، فقد استبعدتا لأن دخولها إلى الأنموذج لا يزيد من القدرة التفسيرية له، وبذلك تقبل الفرضية الرئيسة الثالثة التي تنص على: الفرضية الرئيسة الثالثة: يتباين تأثير مستويات الإستراتيجية الخضراء في المنظمة المبحوثة بالمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية (منفرداً ومجتمعاً).

جدول 12: نتائج تحليل الانحدار المتدرج لتأثير مستويات الإستراتيجية الخضراء في المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية

المرحلة	المتغيرات المستقلة الداخلة للأنموذج	R^2
الأولى	الإستراتيجية الخضراء في المستوى الاستراتيجي الكلي	57.66%
الثانية	-	-
الثالثة	-	-

المحور الرابع: الاستنتاجات والمقترحات

أولاً. الاستنتاجات

- يقع الاهتمام بالإستراتيجية الخضراء على عاتق الإدارة العليا، لذا يتطلب منها المحافظة على نمط إداري يرتبط بالنشاط البيئي الأخضر يقوم على فهم الفرص وإدراكها وتسيير الأمور وإيجاد طرائق جديدة أفضل لتحقيق المسؤولية الاجتماعية وتعزيزها.
- في إطار الاستراتيجيات الخضراء الصديقة للبيئة المؤدية للتميز، واستناداً على الرؤى المتعددة المعروضة يجد الباحثان أن هناك إمكانية لتأمل نظرة أكثر واقعية سارية نظرياً وصحيحة تجريبياً عن الإستراتيجية الخضراء تشمل العمليات والنشاطات والممارسات الإستراتيجية الموجهة نحو البيئة..
- إن العلاقة التي تربط الإستراتيجية الخضراء بالمسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية لها ما يسوغها من حيث أنها تسهم في إيجاد طرائق للبقاء في بيئة الأعمال الشاقة، كتبنيها التقانات الخضراء في عملياتها، ومعالجة مخلفاتها قبل طرحها، ومبادراتها الطوعية تجاه البيئة والمجتمع، ومن ثم فإن الوعي الأكبر للعلاقة بين الإستراتيجية الخضراء وطرائق تنفيذها هو من سيعزز المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية.

- أفرزت نتائج دراسة الحالة وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة بين الإستراتيجية الخضراء وأبعاد المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، وهذا يفسر حقيقة وجود مثل هذا الارتباط الذي يتأكد باعتماد الشركة المبحوثة على الإستراتيجية الخضراء في الوصول إلى تحقيق وتعزيز المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية.
- انصح أن إتباع الشركة المبحوثة لمبدأ الأخضر ومفهومه ضمن إطار الإستراتيجية الخضراء بمستوياتها الثلاثة يُعدّ العلاقة الأقوى في تعزيز المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية، الأمر الذي يمكن تفسيره بأن الشركة تتمتع بميزة تنافسية بإتباعها المفهوم الأخضر سواء داخلها أو مع شركات أخرى.

ثانياً. المقترحات

أهم مقترحات الدراسة تمثلت فيما هو أت:

- الاهتمام بإدارة التدريب، وإقامة دورات تدريبية دورية للعاملين تتعلق بالحفاظ على البيئة وتوعيتهم بأهمية حماية البيئة وانعكاسه على نتائج أعمال الشركة وبقائها.
- يتوجب على إدارة الشركة والفائمين عليها الأخذ بآراء العاملين ومقترحاتهم خاصة فيما يتعلق بإجاباتهم عن أفضل السبل لتفعيل الإستراتيجية الخضراء وكيفية تطويرها.
- ضرورة تعزيز الدعم المالي والتقني لمراكز البحث العلمي والتطوير في مجال صناعة الأدوية والسعي لتحقيق أفضل النتائج بأقل تأثير في البيئة.
- ضرورة الاهتمام بالكفاءات والمهارات الإدارية والفنية الموجودة في الشركة المبحوثة، والسعي لاستقطاب العناصر الكفوء وذات الخبرة، واستخدامها على نحوٍ أمثل كونها تعدّ المساهم المباشر في تقليل الهدر، وتقليل كمية النفايات والانبعاثات الناتجة عن العمليات الإنتاجية.
- نظراً لظهور التأثير المعنوي والإيجابي للإستراتيجية الخضراء على المسؤولية الاجتماعية الإستراتيجية وإن كان بنسب متفاوتة بحسب إجابات المبحوثين في قائمة الفحص أو استمارة الاستبانة، فبموجب ذلك يقترح الباحثان على الإدارات العليا للشركة المبحوثة السعي لزيادة لتعزيز هذا التأثير لأنه يصب في صالح المجتمع عموماً، وفي صالح التوجهات المستقبلية للشركة عن طريق الاستراتيجيات الخضراء المختارة خصوصاً.

المصادر

المراجع العربية:

- الجعبري، تغريد عيد أسعد، 2009، دور إدارة التميز في تطوير أداء مؤسسات التعليم العالي في الضفة الغربية"، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة الخليل.
- جعفر، صادق، 2007، لمحات من واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات في مملكة البحرين، إصدارات الدائرة التطوعية www.pdfactory.com.
- الحموري، صالح سليم، 2009، مجلة التنمية البشرية/عمان الأردن
- الدوري، زكريا مطلق، 2005، الإدارة الإستراتيجية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن.
- رونجارد، ديفيد، 2010، المسؤولية الاجتماعية للشركات في الخليج: مفهوم التبرعات الخيرية السائد في الوقت الحالي، صحيفة الاقتصادية الإلكترونية، www.aleqt.com
- غازي، سمير جميل، 2009، الملامح العامة لإستراتيجية البيئة والتنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية، الرئاسة العامة للأرصاد وحماية البيئة، www.un.org/esa/sustdev/natinfo

- الغالي، طاهر محسن والعامري، صالح مهدي محسن، 2005، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظم المعلومات: دراسة تطبيقية لعينة من المصارف الأردنية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 63، جامعة مؤتة.
- الكردي، أحمد السيد طه، 2010، المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية الاقتصادية، مجلة التنمية الاقتصادية، العدد (1).
- المالك، عبد الرضا ناصر محسن، 2009، أبعاد إستراتيجية المسؤولية الاجتماعية الشاملة ودورها في الأداء الاستراتيجي لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
- المعاضيدي، معن وعبدالله وأحمد، محمد نهاد، 2009، "مدى توافر خصائص الإستراتيجية الخضراء في المنظمات الصناعية العراقية"، المؤتمر العلمي الدولي السنوي التاسع، جامعة الزيتونة الأردنية الخاصة، عمان، الأردن.
- المغرل، نهال وفؤاد، ياسين، 2008، المسؤولية لاجتماعية لرأس المال في مصر، ورقة عمل، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، مصر.
- النجفي، زياد، 1996، أثر قيم المدير الإستراتيجي في الخيار الاستراتيجي، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية.
- نجم، نجم عبود، 2008، البعد الأخضر للأعمال، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان الأردن
- نيوتن، ليزا، 2006، نحو شركات خضراء: مسؤولية مؤسسات الأعمال نحو الطبيعة"، ترجمة إيهاب عبد الرحيم محمد، سلسلة عالم المعرفة، مطابع المجموعة الدولية، الكويت، ص 343.
- هل، شارلز وجونز، جارث، 2006، الإدارة الإستراتيجية: مدخل متكامل، ترجمة
- د. رفاعي محمد رفاعي، د. محمد سيد أحمد عبدالمعتال، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2001.

المراجع الإنجليزية

- Bhattacharyya Som Sekhar, 2008, Development of a CSR-Strategy-Framework", Doctoral Thesis, Queen's University, Belfast, P. 10.
- Burke, L., and J. M. Logsdon, 1996, How Corporate Social Responsibility Pays off, Long Range Planning, 29 (4)
- Daniel Esty, and Andrew Winston, 2009, Green to Gold: How Smart Companies Use Environmental Strategy to Innovate, Create Value and Build Competitive Advantage, New Jersey, Wiley.
- Eric G. Olson, 2009, Better Green Business: Handbook for Environmentally Responsible and Profitable Business Practices, Wharton School Publishing, New Jersey, U.S.A..
- Heslin Peter A. & Jena D. Ochoa, 2008, Understanding and Developing Strategic Corporate Social Responsibility, Organizational Dynamics, Vol. 37.
- Husted, Bryan W. & Allen, David, B., 2001, Toward A Model of Corporate Social Strategy Formulation, Paper Presented at the Social Issues in Management Division, Academy of Management, August.
- Kao et. al., 2008, Raising Corporate Social Responsibility By Green Strategy; Technical College /East Asia, Yadong Journal, No.28.
- Makower, Joel, 2009, Strategies for Green Economy: Opportunities and Challenges in the New World for Business, McGraw-Hill Books Co., U.S.A.
- Porter Michael E. and Mark R. Kramer, 2006, Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, Harvard Business Review, December.
- Raynard, Peter & Forstater, Maya, 2002, Corporate Social Responsibility; Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries, United Nations Industrial Development Organization, Vienna.

- Rojsek, Ica, 2001, From Red to Green: Towards the Environmental Management in the Country in Transition, Journal of Business Ethics,
- Tutore, Ilaria, 2010, Key Drivers Of Corporate Green Strategy, Edamba Summer Academy, Department of Management Studies University of Naples "Parthenope" Via Medina 40, 80133, Naples, Italy.

دراسة استطلاعية لأثر تطبيق معيار التقرير المالي الدولي رقم 16 (IFRS16) على جودة ملاءمة المعلومة المالية في بيئة الأعمال الجزائرية من منظور المهنيين المحاسبين – حالة الشركات المستأجرة

د. إبراهيم بوطالب
جامعة امحمد بوقرة – يومرداس/ الجزائر

د. يوسف مامش
جامعة الجزائر 3 – الجزائر/ الجزائر

ملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى محاولة تحليل، وفحص اتجاهات المهنيين المحاسبين في الجزائر لأثر تطبيق معيار التقرير المالي الدولي (IFRS16) على جودة خاصية ملاءمة المعلومة المالية في بيئة الأعمال الجزائرية، وهذا عقب تبني مجلس معايير المحاسبة الدولية (IASB) بتاريخ 13 يناير 2016م للمقاربة المحاسبية الجديدة لعقود الإيجار، والتي تدخل حيز التنفيذ ابتداءً من 01 يناير 2019 م لتحل محل المعيار المحاسبي الدولي الحالي (IAS 17). ومن شأن نتائج هذه الورقة البحثية لفت اهتمام الباحثين، والمهنيين بالشأن المحاسبي، ووضعي القوانين المحاسبية في البلدان النامية، حول الأثر المتوقع الذي يمكن أن ينجم عن تطبيق المقاربة المحاسبية الجديدة لعقود الإيجار على جودة خصائص المعلومة المالية في البلدان النامية، وبالتالي أخذه بعين الاعتبار عند تحديث أو تطوير المعايير المحاسبية لهذه الدول، في سبيل مساعدة المستثمرين وغيرهم من مستخدمي القوائم المالية على اتخاذ قرارات اقتصادية سليمة، ويهدف تعزيز الشفافية المالية والاقتصادية. وتُعد هذه الورقة البحثية في حدود علم الباحثين، من بين الدراسات الأولى من نوعها التي تنطرق إلى معيار التقرير المالي الدولي رقم 16 وأثره على جودة ملاءمة المعلومة المالية في بيئة أعمال دولة عربية نامية (مثل الجزائر) وحديثة عهد بالمعايير المحاسبية الدولية، وبالفلسفة المحاسبية الأنجلوسكسونية، والتي لها خصائص تختلف عن البلدان التي تُعد مصدراً ومنشأً للمعايير المحاسبية الدولية على غرار بريطانيا، وأستراليا، وكندا وغيرها. وقد اعتمدت الورقة البحثية على المنهج الوصفي، وعلى قائمة استقصاء (استبيان) كأداة لجمع البيانات اللازمة، حيث خضعت للتحليل (200) استبانة. كما تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية لأغراض تحليل البيانات.

وأظهرت نتائج الورقة البحثية أن تطبيق معيار التقرير المالي الدولي لا يساهم في تحسين خاصية ملاءمة المعلومة المالية في بيئة الأعمال الجزائرية، كما خلصت الدراسة إلى أن تحسين جودة ملاءمة المعلومة المالية، الناتج عن تطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16)، يخضع، حسب المهنيين المحاسبين الجزائريين، إلى بعض العوامل التي تُعدّ محددات أساسية، وهي: جودة المراجع وأهمية التدريب والهيئات المحاسبية، ومستوى الوعي الثقافي المحاسبي للمستثمرين، والاحتياجات المحاسبية والخصائص الاقتصادية للبلد والتكيف مع الثقافة المحاسبية الجديدة. وعلى الرغم من أهمية النتائج التي تم التوصل إليها، إلا أن هناك بعض القيود التي حالت دون عدم إغفال الورقة البحثية لبعض العناصر، فعينة الدراسة لم تأخذ بعين الاعتبار وجهة نظر المستثمرين، ومستخدمي المعلومة المالية، كما أن الورقة البحثية لم تنطرق إلى الأثر المتوقع من تطبيق المقاربة المحاسبية الجديدة لعقود الإيجار على القوائم المالية للشركات المؤجرة، ومن شأن هذه النقائص أن تفتح آفاقاً لمواضيع بحثية مستقبلية سواء على مستوى الجزائر أو على عينة من دول أخرى.

كلمات مفتاحية: IFRS 16، ملاءمة المعلومة المالية، عقود الإيجار، معيار التقرير المالي الدولي.

مقدمة البحث Research Introduction

قام مجلس معايير المحاسبة الدولية (IASB) بإصدار معيار المحاسبة الدولي رقم 17 (IAS 17) عقود الإيجار في شهر سبتمبر 1982، و الذي خضع للتعديل في عام 1982. ووفقاً لهذا المعيار، فإنه لا يمكن للمستأجرين معالجة عقود الإيجار محاسبياً إلا بعد تصنيفها، إما إلى عقد إيجار تشغيلي، أو عقد إيجار تمويلي. فالصنف الأول هو عبارة عن عقد يتم من خلاله تحويل أغلب المخاطر والمنافع المرتبطة بالأصل المستأجر إلى المستأجر، وبالتالي تسجل محاسبياً على مستوى قائمة المركز المالي. أما النوع الثاني، فيتمثل في باقي العقود التي لم يتم تصنيفها كعقود إيجار تمويلية، ويتم تسجيلها محاسبياً على مستوى قائمة الدخل كمصروفات من دون الإقرار بأي التزام على مستوى قائمة المركز المالي، حيث يكتفي المستأجر بتوفير بعض المعلومات المرتبطة بالدفعات المتبقية للسداد على مستوى الملاحق. هذا مايجبر

المحللين بإجراء بعض التعديلات أثناء تقييم الشركات بهدف توفير معلومات ملائمة صالحة للمساعدة على اتخاذ القرار. و يرى مجلس معايير المحاسبة الدولية (IASB) بأن هذا التمييز بين الإيجارات التمويلية والإيجارات التشغيلية غير ملائم من الناحية المحاسبية، خاصة وأن نسبة عقود الإيجار المسجلة خارج قائمة المركز المالي قدرت بـ 85% ، أي 3.3 ترليون دولار، و من هنا تبرز أهمية الحاجة إلى إيجاد نموذج محاسبي جديد يتيح قراءة أفضل و يحسن من قابلية المقارنة بين القوائم المالية. و في هذا السياق، قام مجلس معايير المحاسبة الدولية (IASB) بتاريخ 13 يناير 2016 بتبني معيار محاسبي جديد خاص بالمعالجة المحاسبية لعقود الإيجار هو معيار التقرير المالي الدولي رقم 16 (IFRS16)، و الذي جاء تنويجا للعمل المشترك بين مجلس معايير المحاسبة الدولية (IASB) و مجلس معايير المحاسبة المالية الأمريكية (FASB). و يدخل هذا المعيار حيز التنفيذ ابتداء من 01 يناير 2019 ليحل محل المعيار المحاسبي الدولي الحالي (IAS 17).

مشكلة الدراسة Research problem

بناء على ماسبق تسعى الورقة البحثية إلى الإجابة على الإشكالية الرئيسية التالية: ما مدى مساهمة تطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد رقم 16 (IFRS16) عقود الإيجار في تحسين خاصية ملائمة المعلومة المالية لمستخدمي التقارير المالية في بيئة الأعمال الجزائرية من منظور المهنيين المحاسبين ؟ و تتفرع عن هذه الإشكالية الرئيسية مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- هل يساهم تطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد رقم 16 (IFRS16) "عقود الإيجار" في تحسين القيمة التنبؤية لمعلومات القوائم المالية في بيئة الأعمال الجزائرية من منظور المهنيين المحاسبين ؟
- هل يساهم تطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد رقم 16 (IFRS16) "عقود الإيجار" في تحسين القيمة التأكيدية لمعلومات القوائم المالية في الجزائر ؟
- هل يساهم تطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد رقم 16 (IFRS16) "عقود الإيجار" في تحسين الأهمية النسبية لمعلومات القوائم المالية في بيئة الأعمال الجزائرية من منظور المهنيين المحاسبين ؟
- فيما تتمثل محددات تحسين خاصية ملائمة المعلومة المالية المرتبطة بمعيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) "عقود الإيجار" في بيئة الأعمال الجزائرية من منظور المهنيين المحاسبين

دوافع الدراسة Research Motivations

يعتبر اصدار هذا المعيار الجديد في شهر يناير 2016 ، ودخوله حيز التنفيذ بداية من عام 2019 من الدوافع التي أثارت فضولنا للبحث في آثار هذا المعيار في بيئة عربية لدولة نامية مثل الجزائر، خاصة وأن هناك دراسات اهتمت بمدى ملائمة تطبيق معايير المحاسبة الدولية في البلدان النامية التي لها خصائص تختلف عن البلدان التي تعد مصدرا و منشأ للمعايير المحاسبية الدولية على غرار بريطانيا، وأستراليا، وكندا ...الخ.

هدف الدراسة Research Objective

تهدف الورقة البحثية إلى:

- محاولة تحليل وفحص اتجاهات المهنيين المحاسبين في الجزائر لأثر تطبيق معيار التقرير المالي الدولي رقم 16 (IFRS16) على جودة خاصية ملائمة المعلومة المالية في بيئة الأعمال الجزائرية، وهذا عقب تبني مجلس معايير المحاسبة الدولية (IASB) بتاريخ 13 يناير 2016م للمقاربة المحاسبية الجديدة في المعالجة المحاسبية لعقود الإيجار، والتي سوف تدخل حيز التنفيذ مع مطلع عام 2019م.
- كما تسعى هذه الورقة إلى تسليط الضوء على أهم الفروقات بين المعيار المحاسبي الدولي الحالي (IAS17) المطبق في الجزائر ومعيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS 16).

أهمية الدراسة Research importance

تنبع أهمية هذا البحث من خلال اتساقه مع المواضيع البحثية المحاسبية المعاصرة، حيث يعتبر البحث في مسائل القياس وجودة الإفصاح المحاسبي ومجال المعايير المحاسبية الدولية من ضمن القضايا البحثية الحساسة التي تشكل حقل بحوث في المحاسبة المعاصرة (Qiong & Jianjun, 2011)، حيث من شأن هذه الدراسة لفت أنظار الباحثين، والمهتمين بالشأن المحاسبي وواضعي القوانين المحاسبية في البلدان العربية والنامية، حول الأثر المتوقع الذي يمكن أن ينجم عن تطبيق المقاربة المحاسبية الجديدة، لمجلس معايير المحاسبة الدولية (IASB) بخصوص المعالجة المحاسبية لعقود الإيجار، على جودة خصائص المعلومة المالية في البلدان النامية، وبالتالي أخذه بعين الاعتبار عند تحسين أو تطوير المعايير المحاسبية لهذه الدول، في سبيل مساعدة المستثمرين وغيرهم من مستخدمي القوائم المالية على اتخاذ قرارات اقتصادية سليمة و يهدف تعزيز الشفافية المالية والاقتصادية.

أصالة وقيمة الدراسة (المساهمة البحثية) Originality/value (Research Contributions)

من شأن الدراسة أن تساهم بشكل كبير في إثراء أدبيات معايير المحاسبة الدولية في بيئة أعمال البلدان النامية، أو الدول الحديثة العهد بالمعايير المحاسبية الدولية. إذ تتميز هذه الدراسة بتطرقها بالدرجة الأولى إلى مسألة المقاربة المحاسبية الجديدة لعقود الإيجار ومدى تأثيرها على جودة ملائمة المعلومة المالية في بيئة دولة عربية. وفي هذا الإطار، تعتبر الورقة البحثية، في حدود علمنا، من بين الدراسات الأولى من نوعها التي تتطرق إلى معيار التقرير المالي الدولي رقم 16 وأثره على جودة ملائمة المعلومة المالية في بيئة أعمال دولة عربية نامية، وحديثة عهد بالمعايير المحاسبية الدولية، وبالفلسفة المحاسبية الأنجلوسكسونية مثل الجزائر.

منهجية الدراسة Research methodology

تتبع الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتعتمد على قائمة استقصاء (استبيان) كأداة لجمع البيانات اللازمة لعينة من المهنيين المحاسبين في الجزائر لاختبار فرضيات البحث، بالإضافة لاستخدام حزمة البرامج الإحصائية (SPSS Statistics 20) بهدف تحليل البيانات المجمعة، حيث تتمثل أهم الأساليب الإحصائية المستعملة في: الإحصاء الوصفي (الوسط الحسابي، الأهمية النسبية، الانحراف المعياري، ومعامل التباين)، اختبارات الصدق والثبات، اختبار الفرضيات للعينة الواحدة (One sample T-test) وكذلك التحليل العاملي بطريقة تحليل المكونات.

خطة الدراسة Research structure

تحقيقاً لأهداف البحث واختبار فرضياته، سيتم عرض الدراسات السابقة المرتبطة بالموضوع في مقام أول، يليها الإطار النظري لمعيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS 16)، بالإضافة إلى عرض الإجراءات المنهجية ذات الصلة بالدراسة الميدانية، من خلال وصف منهج وأدوات الدراسة، ومصادر الحصول على البيانات، وكذلك الإجراءات المتبعة لتحليل البيانات للتوصل إلى النتائج، والتوصيات، والتوجهات البحثية المستقبلية.

المصطلحات المفاهيمية Conceptual Definitions

فيما يلي تعريف أهم المصطلحات المستخدمة في معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) عقود الإيجار (IFRS16, 2016):

- المستأجر Lessee: المنشأة التي تحصل على الحق في استخدام الأصل محل العقد لفترة من الزمن في مقابل عوض.
- المؤجر Lessor: المنشأة التي تمنح الحق في استخدام الأصل محل العقد لفترة من الزمن في مقابل عوض.
- عقد الإيجار Lease Contract: عقد، أو جزء من عقد يحول الحق في استخدام أصل (الأصل محل العقد) لفترة من الزمن في مقابل عوض.

- تاريخ نشأة عقد الإيجار Inception Date of the lease : تاريخ اتفاقية عقد إيجار أو تاريخ تعهد الأطراف على الشروط والأحكام الأساسية لعقد الإيجار أيهما أكبر.
- تاريخ بداية عقد الإيجار Commencement Date of the Lease : هو التاريخ الذي يجعل فيه المؤجر الأصل محل العقد متاحاً للاستخدام بواسطة المستأجر.
- تعديل عقد الإيجار Lease Contract Modification: هو التغير في نطاق عقد الإيجار أو عوض عقد إيجار لم تكن جزءاً من الشروط والأحكام الأساسية لعقد الإيجار (على سبيل المثال: إضافة أو إنهاء حق استخدام واحد أو أكثر للأصول محل العقد أو تمديد أو تقصير الفترة التعاقدية لعقد الإيجار).
- الأصل محل العقد (المحدد) Identified Asset: الأصل موضوع عقد الإيجار الذي تم منح حق استخدامه بواسطة مؤجر لمستأجر.
- حق استخدام الأصل Right-of-use Asset: الأصل الذي يمثل حق المستأجر لاستخدام أصل محدد لمدة عقد الإيجار.
- معدل الإقتراض الإضافي للمستأجر Lessee's Incremental Borrowing Rate : معدل الفائدة الذي يجب أن يدفعه المستأجر لكي يقترض على مدى مدة مماثلة وبنفس ضمانات التمويل اللازم للحصول على أصل بنفس قيمة حق استخدام الأصل في بيئة اقتصادية مماثلة.
- عقد الإيجار التمويلي Finance Lease: عقد الإيجار الذي يحول بصورة جوهرية ما يقارب كافة المخاطر والمنافع العائدة للملكية الأصل محل العقد.
- عقد الإيجار التشغيلي Operating Lease: هو عقد إيجار لا يحول بصورة جوهرية ما يقارب كافة المخاطر والمنافع العائدة للملكية الأصل محل العقد.
- عقد الإيجار قصير الأجل Short-term Lease: عقد إيجار له مدة إيجار 12 شهر أو أقل في تاريخ بداية عقد الإيجار. عقد الإيجار الذي يتضمن خيار شراء لا يعتبر عقد إيجار قصير الأجل.
- مدة عقد الإيجار Lease Term : الفترة غير القابلة للإلغاء والتي للمستأجر الحق خلالها في استخدام الأصل محل العقد جنباً إلى جنب.
- مدفوعات الإيجار Lease Payments : مدفوعات تمت بواسطة مستأجر لمؤجر مرتبطة بحق استخدام أصل محدد خلال فترة الإيجار.
- حوافز عقد الإيجار Lease Incentives : مدفوعات تمت بواسطة مؤجر لمستأجر مرتبطة بعقد إيجار أو سداد أو تحمل بواسطة المؤجر لتكاليف المستأجر.
- دفعات ثابتة Fixed Payments: مدفوعات تمت بواسطة مستأجر لمؤجر للحق في استخدام أصل محدد خلال مدة عقد الإيجار بخلاف مدفوعات الإيجار المتغيرة.
- مدفوعات الإيجار المتغيرة Variable Lease Payments: الجزء من المدفوعات التي تمت بواسطة مستأجر لمؤجر لحق استخدام أصل محدد خلال مدة الإيجار التي قد تختلف بسبب التغيرات في الوقائع والظروف التي تحدث بعد تاريخ بداية عقد الإيجار بخلاف مرور الوقت.
- مدفوعات عقد الإيجار الاختيارية Optional Lease Payments: مدفوعات تتم بواسطة مستأجر لمؤجر لحق استخدام أصل محدد خلال فترة مشمولة بخيار تمديد أو إنهاء عقد الإيجار لم يتم إدراجها في مدة عقد الإيجار.

أدبيات الدراسة

مراجعة الدراسات السابقة Literature review

نظراً لحدثة إصدار معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16)، في شهر يناير 2016، فقد حاز، في حدود علمنا، على نصيب ضئيل من الدراسات والبحوث التي تطرقت له، سواء على المستوى العربي أو على المستوى العالمي. وباستعراض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة نجد، من جهة، أن جزءاً منها تطرق لموضوع معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) من الناحية النظرية البحتة،

على غرار دراسة *Bunea-Bonta* (2017) التي هدفت إلى استخلاص أهم الفروقات الرئيسية بين معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) "عقود الإيجار"، ومعيار المحاسبة الدولي الحالي (IAS17)، كما أشارت في ثناياها إلى الآثار التي يمكن أن تنجم عن تطبيق النموذج المحاسبي الجديد لعقود الإيجار على المعلومات المالية للشركات بصورة عامة. ومن جهة أخرى، هناك دراسات ميدانية حديثة خاضت في الموضوع من خلال تحليل أثر تطبيق المعيار الجديد على القوائم والنسب المالية للشركات المستأجرة. فوفقاً لدراسة *Sari, et al.* (2017)، التي أجريت على عينة مكونة من 13 شركة تجزئة تركية مسعرة في بورصة اسطنبول في تركيا لفترة مابين 2010 و2014 بهدف البحث في مدى تأثير النموذج المحاسبي الجديد لعقود الإيجار على النسب والبيانات المالية، فإن هناك أثراً سلبياً دال إحصائياً لتطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) على النسب المالية لعينة الدراسة (الالتزامات/ الأصول، الالتزامات/ حقوق الملكية، العائد على الأصول ROA، العائد على حقوق الملكية ROE). وهذا ما أفضت إليه دراسة *Öztürk& Serçemeli* (2016)، حيث تبين، من خلال دراسة حالة لإحدى شركات الطيران في تركيا، أن هناك ارتفاعاً ملحوظاً على مستوى الأصول والالتزامات في قائمة المركز المالي، بالإضافة إلى انخفاض جوهري في نسبة العائد على الأصول (ROA). وقد أيد بحث *You* (2017) وجود هذا التأثير من خلال دراسة انصبت على عينة مكونة من 31 شركة طيران عالمية خلال الفترة مابين 2013 و2015، حيث أظهرت نتائجها ارتفاعاً جوهرياً في نسب المديونية ونسب الربحية، أي العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية لعينة الدراسة. كما تبين في دراسة *Czajor & Michalak* (2015) أجريت على 31 شركة مسعرة في بورصة بولندا لعام 2015، بهدف تحليل الآثار المحتملة لرسملة عقد الإيجار التشغيلي على القوائم والنسب المالية للشركات البولندية، أن التسجيل المحاسبي لعقود الإيجار على مستوى قائمة المركز المالي (الأصول والالتزامات) له أثر سلبي معتدل (Moderate) على نسب المديونية، كما أنه يؤدي إلى تحسن على مستوى مؤشر الأرباح قبل الفوائد والضرائب (EBIT) أو مؤشر الأرباح قبل الفوائد والضرائب والمخصصات (EBITDA) للشركات الفاعلة في المحيط الإقتصادي البولندي. من جانبها أثبتت دراسة *Bohušová* (2015)، من خلال بحث حول أثر الاعتراف المحاسبي لعقد الإيجار التشغيلي على مستوى قائمة المركز المالي على القوائم والنسب المالية لستة شركات غير المالية مسعرة في بورصة براغ لسنة 2013، أن التسجيل المحاسبي لعقود الإيجار على مستوى قائمة المركز المالي (الأصول والالتزامات) له أثر سلبي على جميع النسب المالية (الالتزامات/ الأصول، الالتزامات/ حقوق الملكية، العائد على الأصول ROA، العائد على حقوق الملكية ROE).

وبالتمعن في الدراسات السابقة، نجد أنها انصبت على تحليل الآثار على مستوى الشركات المستأجرة، نظراً لكون المعيار المحاسبي الجديد أحدث ثورة على مستوى محاسبة المستأجر خاصة. وتميزت هذه الدراسات في معظمها بصغر حجم العينة التي كان أكبرها في دراسة *You* (2017) التي شملت عينة مكونة من 31 شركة طيران عالمية. كما أنها لم تتطرق لمدى تأثير تطبيق المعيار الجديد لمحاسبة عقود الإيجار على جودة خصائص المعلومة المالية و مدى تأثيرها على قرارات المستثمرين ومستخدمي القوائم المالية. وفي هذا الإطار، فإن الدراسة الحالية تتميز عن غيرها باهتمامها بمدى تأثير النموذج المحاسبي الدولي الجديد لعقود الإيجار لدى الشركات المستأجرة على جودة ملائمة المعلومة المالية في بيئة الأعمال الجزائرية من منظور المهنيين المحاسبين الجزائريين على الوجه الخصوص، حيث أنها تحقق في الآثار المتوقعة للإفصاح عن عقود الإيجار، وفق المعيار المحاسبي الدولي الجديد، على مستوى القوائم المالية لشركات تنشط في بيئة دولة عربية نامية وحديثة العهد بالمعايير المحاسبية الدولية و بالفلسفة المحاسبية الأنجلوسكسونية التي فرضها النظام المحاسبي الجزائري الجديد الذي دخل حيز التنفيذ في بداية سنة 2010.

Theoretical framework الإطار النظري للدراسة

هدف ونطاق معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) "عقود الإيجار"

يهدف هذا المعيار، الذي تم إصداره بتاريخ 13 يناير 2016، إلى تحديد المبادئ المتعلقة بالإثبات والقياس والعرض والإفصاح عن عقود الإيجار. والهدف هو ضمان تقديم المستأجرين والمؤجرين ملائمة بطريقة تعطي تعبيراً صادقاً عن تلك المعاملات (IFRS16: §1, 2016). حيث يطبق هذا المعيار على كافة عقود الإيجار بما في ذلك عقود الإيجار لحق استخدام الأصل بالباطن، باستثناء عقود الإيجار لاستكشاف أو استخدام المعادن والنفط والغاز الطبيعي وما يماثلها من الموارد غير المتجددة، عقود إيجار الأصول الحيوية ضمن نطاق معيار المحاسبة الدولي 41 "الزراعة" المحتفظ بها بواسطة المستأجر، وترتيبات امتياز الخدمة العامة ضمن نطاق لجنة تفسيرات معيار التقارير المالية الدولية رقم 12 "ترتيبات امتياز الخدمة العامة"، وتراخيص الملكية الفكرية الممنوحة بواسطة المؤجر ضمن نطاق المعيار الدولي للتقرير المالي 15 "الإيراد من العقود مع العملاء"، والحقوق المحتفظ بها بواسطة المستأجر بموجب إتفاقيات ترخيص ضمن نطاق معيار المحاسبة

الدولي 38 "الأصول غير الملموسة". كما يمكن للمستأجر، ولكن ليس مطلوباً منه، تطبيق هذا المعيار على عقود إيجار الأصول غير الملموسة (IFRS16:§4, 2016) وللمستأجر الحق أيضاً في عدم تطبيق متطلبات هذا المعيار في حالتين (IFRS16:§5, 2016): حالة عقود الإيجار قصيرة الأجل؛ أو حالة عقود الإيجار لأصل محدد ذي قيمة منخفضة، أي أقل من \$5,000 (PWC, 2016).

منهجية تحليل عقد الإيجار حسب معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16)

ينص معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) على أنه يجب على المنشأة عند نشأة العقد تقويم ما إذا كان العقد عقد إيجار أو ينطوي على عقد إيجار. بحيث يكون العقد عقد إيجار أو ينطوي على عقد إيجار إذا كان العقد يحول حق السيطرة على استخدام الأصل محل العقد لفترة من الزمن مقابل عوض (IFRS16:§9, 2016). و يقترح معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) منهجاً يعتمد على معيارين أساسيين للتمييز بين عقد الإيجار (Lease contract)، الذي يتم إدراجه في قائمة المركز المالي، وبين عقد الخدمة (Service contract)، الذي يسجل كمصروف في قائمة الدخل:

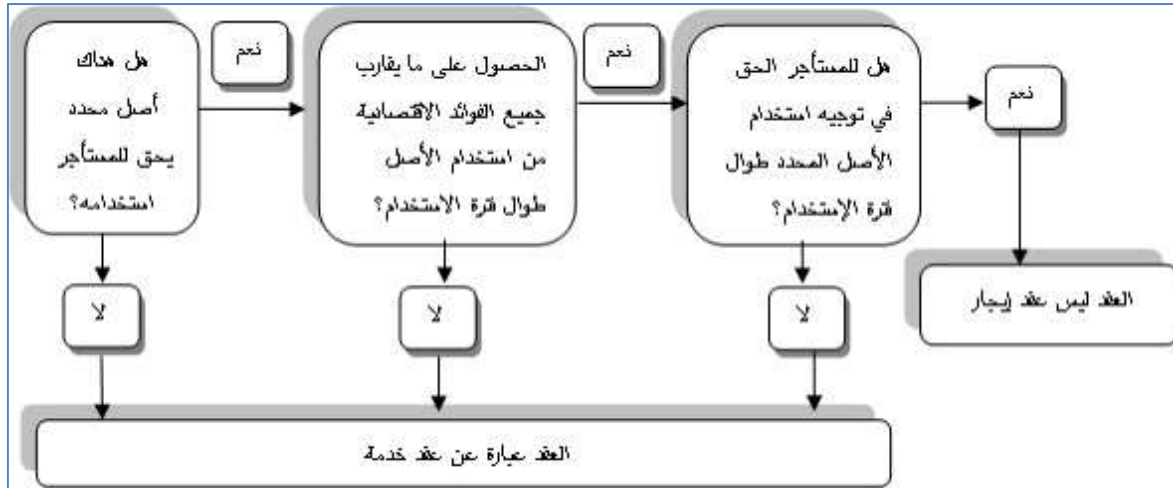
- المعيار الأول: استخدام أصل محدد The use of an identified asset: يكون الأصل محددًا إذا تم ذكره صراحة في العقد أو إذا كان تنفيذ العقد يعتمد ضمناً على استخدام الأصل المؤجر، و لم يكن للمورد الحق الأساسي في استبدال الأصل خلال فترة الاستخدام (Mazars, 2016). وتجدر الإشارة إلى أنه يصبح حق المورد في استبدال الأصل أساسياً إذا كان للمورد القدرة العملية لاستبدال أصول بديلة خلال فترة الاستخدام ويستفيد اقتصادياً من ممارسة حقه في استبدال الأصل، أي من المتوقع أن تتجاوز المنافع الاقتصادية المرتبطة (IFRS16:B13-B14, 2016). أما بالنسبة لأجزاء الأصول، فإنه يعد الجزء من الطاقة الإنتاجية للأصل أصلاً محددًا إذا كان متميزاً مادياً مثل: طابق في مبنى. أما الطاقة الإنتاجية أو الجزء الآخر من الأصل الذي لا يتميز مادياً (على سبيل المثال، الجزء من الطاقة الإنتاجية من كابل الألياف البصرية) فلا يعتبر أصلاً محددًا ما لم يمثل ما يقارب جميع الطاقة الإنتاجية للأصل ومن ثم يمنح العميل الحق في الحصول على ما يقارب جميع الفوائد الاقتصادية من استخدام الأصل (IFRS16:B20, 2016).
- المعيار الثاني: الحق في السيطرة على استخدام الأصل The right to control the use of the asset للسيطرة على استخدام أصل محدد، يتطلب من المستأجر أن يكون له:

- الحق في الحصول على ما يقارب جميع الفوائد الاقتصادية من استخدام الأصل طوال فترة الاستخدام (على سبيل المثال من خلال الحصول على حق الاستخدام الحصري للأصل طوال هذه الفترة). يمكن للعميل الحصول على الفوائد الاقتصادية من استخدام الأصل بصورة مباشرة أو غير مباشرة بعدة طرق مثل استخدام الأصل أو الاحتفاظ به أو تأجيره من الباطن. وتشمل المنافع الاقتصادية من استخدام الأصل منتجاته الرئيسية والثانوية (بما في ذلك التدفقات النقدية المحتملة المتحققة من هذه البنود) والمنافع الاقتصادية الأخرى من استخدام الأصل التي يمكن تحقيقها من معاملة تجارية مع طرف ثالث (Ernest & Young, 2016).
- الحق في توجيه استخدام الأصل المحدد طوال فترة الاستخدام من حيث الكيفية والغرض من استخدام الأصل المحدد أو اتخاذ القرارات المرتبطة به (Mazars, 2016).

ويخلص الشكل (1) بصورة مختصرة خطوات تحديد طبيعة عقد الإيجار حسب متطلبات معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16):

التدابير الاختيارية لتبسيط محاسبة عقود الإيجار حسب معيار التقرير المالي الدولي (IFRS16)

ينص معيار التقرير المالي الدولي (IFRS16)، القائم على مقارنة على إلزام المستأجرين بإدراج جميع عقود الإيجار التي تفي بالمتطلبات والمعايير المذكورة سابقاً، على بعض الاستثناءات الاختيارية التي تخول للمستأجرين الحق في إدراج عقود الإيجار على مستوى قائمة الدخل كمصروفات، حيث يتعلق الأمر بـ (IFRS16:§5, 2016):



شكل 1: منهجية تحليل عقد الإيجار حسب معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16)، المصدر: (BDO IFRSADVISORY,2017)

- حالة عقود قصيرة الأجل، أي مدتها 12 شهرا على الأكثر،
- حالة عقود الإيجار لأصل محدد ذي قيمة منخفضة، أي أقل من \$5,000 (Deloitte, 2016).

و بالتالي تصبح محاسبة عقود الإيجار في مثل هذه الحالات مماثلة لمحاسبة عقد الإيجار التشغيلي المنصوص عليه في المعيار المحاسبي الدولي رقم 17 (IAS 17). أي يتم الاعتراف بدفعات الإيجار كمصروف في قائمة الدخل على أساس القسط الثابت على مدى مدة الإيجار، إلا إذا كان هناك أساس منتظم آخر يمثل النمط الزمني لاستغلال المنافع الاقتصادية للأصل المستخدم (Mazars, 2016). وفي هذا الإطار يتعين على الشركات تحليل عقود الإيجار بهدف اتخاذ القرارات المناسبة بشأن تبني الاستثناءات ذات الصلة بالمعالجة المحاسبية لعقود الإيجار على مستوى قائمة المركز المالي.

المعالجة المحاسبية لعقود الإيجار لدى المستأجر حسب نموذج معيار التقرير المالي الدولي (IFRS16)

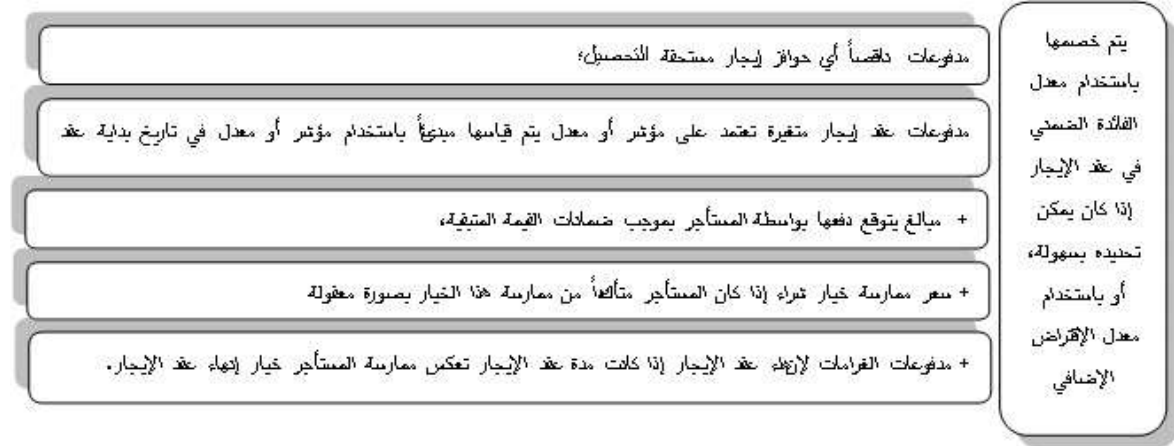
ينص معيار التقرير المالي الدولي (IFRS16) على أنه يجب على المستأجر في تاريخ بداية عقد الإيجار إثبات حق استخدام الأصل والتزام عقد الإيجار. حيث يتم قياس أصل حق الاستخدام مبدئياً بمبلغ الإلتزام لعقد الإيجار مضافاً إليه أي تكاليف مباشرة أولية متكبدة بواسطة المستأجر، ومع الأخذ بعين الاعتبار تقدير التكاليف التي يتكديدها المستأجر في تفكيك وإزالة الأصل محل العقد، وإعادة الموقع الذي يوجد فيه الأصل أو إعادة الأصل نفسه إلى الحالة المطلوبة وفقاً لأحكام وشروط عقد الإيجار (IFRS16:§22-24, 2016).



شكل 2: قياس حق الاستخدام حسب معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16)

المصدر: (Raymond Ghabot Grant Thornton,2016)

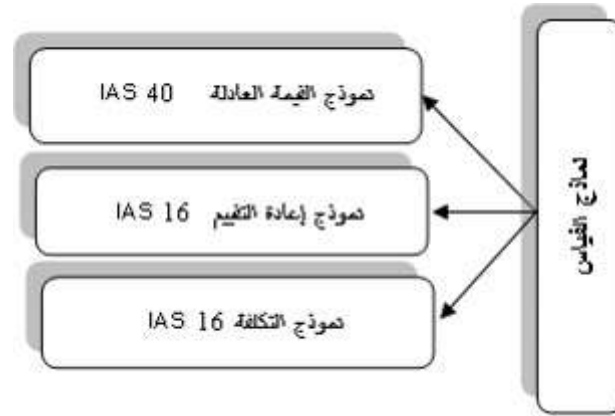
ويتم قياس التزام عقد الإيجار بالقيمة الحالية لدفعات الإيجار غير المدفوعة حتى تاريخه، باستخدام معدل الفائدة الضمني في عقد الإيجار إذا كان يمكن تحديده بسهولة، أو باستخدام معدل الإقتراض الإضافي إذا لم يكن في الإمكان تحديد معدل الفائدة الضمني (IFRS16:§26, 2016).



شكل 3: قياس التزام عقد الإيجار حسب معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16)

المصدر: (Raymond Ghabot Grant Thornton, 2016)

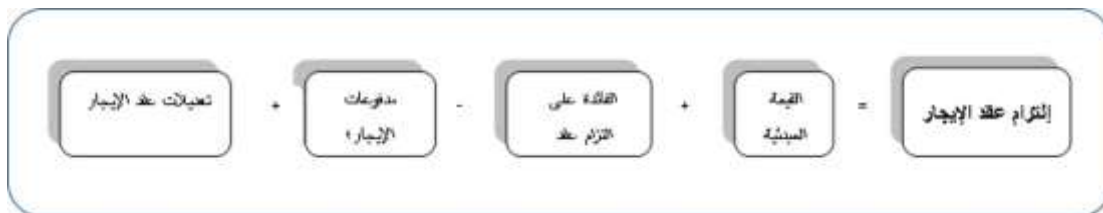
فيما يخص القياس اللاحق لحق استخدام الأصل، فإنه يتم قياس حق الاستخدام بتطبيق نموذج التكلفة، أي مع الأخذ بعين الاعتبار الإستهلاك المتراكم وأي خسائر هبوط في القيمة. كما يسمح المعيار بتطبيق نموذج إعادة التقييم وكذلك نموذج القيمة العادلة على حق استخدام الأصول التي تفي بتعريف العقار الاستثماري (Benoît Lebrun, 2016).



شكل 4: القياس اللاحق لحق استخدام الأصل حسب معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16)

المصدر: (BDO IFRADVISORY Limited, 2017)

أما فيما يخص القياس اللاحق لالتزام عقد الإيجار فيتم وفقاً للطريقة الموضحة في الشكل الموالي:



شكل 5: القياس اللاحق لالتزام عقد الإيجار حسب معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16)

المصدر: (BDO IFRADVISORY Limited, 2017)

منهجية الدراسة الميدانية

يتناول هذا الجزء بيان أسلوب الدراسة، أسلوب جمع وتحليل بيانات الدراسة وكذلك مجتمع وعينة الدراسة.

أسلوب الدراسة

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وذلك باستخدام الاتجاه الاستقرائي الذي يشتمل على مجموعة من أساليب البحث العلمي، لغايات اختبار مدى صحة أو عدم صحة فرضيات الدراسة و في سبيل تحقيق أهداف البحث .

أسلوب جمع بيانات الدراسة

اعتمدت الدراسة على قائمة استقصاء استبائية، كأداة لجمع البيانات اللازمة لاختبار فرضيات البحث، مكونة من عبارات (فقرات) تقييمية لتحديد إجابات عينة الدراسة و باستخدام مقياس ليكرت الخماسي على مستوى كل محور من محاور الاستبانة.

جدول 1: محاور أداة الدراسة

محاوّر الإستبانة	موضوع المحور	عدد العبارات
المحور الأول	مدى مساهمة تطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد رقم 16 (IFRS16) عقود الإيجار في تحسين خاصية ملائمة المعلومة المالية لمستخدمي التقارير المالية	4
المحور الثاني	محددات خاصية ملائمة المعلومة المالية المرتبطة بمعيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) عقود الإيجار في بيئة الأعمال الجزائرية ..	12

أساليب تحليل بيانات الدراسة

تم استخدام حزمة البرامج الاحصائية (SPSS Statistics 20) بهدف تحليل البيانات المجمعة، حيث تمثلت أهم الأساليب الاحصائية المستعملة في: الاحصاء الوصفي (الوسط الحسابي، الأهمية النسبية، الانحراف المعياري، ومعامل التباين)، اختبار T للعينة الواحدة (One Sample T-test)، معامل ارتباط Pearson، وكذلك التحليل العاملي لاستخلاص محددات خاصية ملائمة المعلومة المالية المرتبطة بمعيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) "عقود الإيجار" في بيئة الأعمال الجزائرية من منظور المهنيين المحاسبين.

تحليل صدق وثبات أداة الدراسة

تحليل الصدق الظاهري لأداة الدراسة

تم عرض الإستبانة، لغايات الصدق الظاهري، على مجموعة من الخبراء الأكاديميين والخبراء المهنيين ذوي الكفاءة في مجال معايير المحاسبة الدولية وتطبيقاتها، حيث تم إدراج بعض التعديلات على محتوى الإستبانة بناء على ملاحظات وتوصيات الخبراء.

تحليل الاتساق الداخلي لأداة الدراسة

تم التحقق من الإتساق الداخلي لأداة الدراسة عن طريق حساب معامل ارتباط Pearson بين درجة كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه هذه العبارات لعينة تمهيدية مكونة من ثلاثين (30) مستجوبا من المهنيين المحاسبين الجزائريين. و أظهرت نتائج الجدول (1) والجدول (2) بأن جميع العبارات ترتبط مع المحور الذي تنتهي إليه، كما أن هذا الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة 1%. وعليه تعتبر فقرات كل محور متسقة داخليا مع المحور الذي تنتهي إليه أي أن العبارات تقيس ما وضعت لقياسه ولا تقيس شيء آخر.

جدول 1: نتائج تحليل الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول

رقم السؤال	1	2	3	4
معامل الارتباط Pearson	0.842	0.880	0.880	0
مستوى الدلالة	0.01	0.01	0.01	0.01

جدول 2: نتائج تحليل الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني

رقم السؤال	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
معامل الارتباط Pearson	0.65	0.56	70.6	30.5	0.65	50.7	0.63	50.6	0.53	600.	30.5	0.53
مستوى الدلالة	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01

تحليل ثبات أداة الدراسة

تم التحقق من ثبات استبانة الدراسة، من خلال معامل ألفا كرونباخ (α de Cronbach's)، كما هو مبين في الجدول رقم (3) الذي يظهر بأن معامل ألفا كرونباخ لكل محور من محاور أداة الدراسة هو أكبر من الحد الأدنى المطلوب (0.70) حسب (Nunnally, 1978). و بالتالي فإن أداة الدراسة ثابتة في جميع عباراتها وهي جاهزة للتطبيق على عينة الدراسة.

جدول 3: نتائج تحليل ثبات أداة الدراسة

عدد العبارات	Cronbach's Alpha	محاور الإستبانة
4	0.914	المحور الأول
14	0.899	المحور الثاني

مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في الشركات الخاصة، والعمومية، والمختلطة الفاعلة في المحيط الاقتصادي الجزائري، إذ تم اختيار عينة الدراسة من المهنيين المحاسبين بمختلف مستوياتهم (المدرء الماليون، مسؤولو قسم المالية والمحاسبة، مسؤولو قسم المحاسبة،...الخ) بالنسبة للشركات الخاضعة لتطبيق النظام المحاسبي المالي الجزائري المستمد من المعايير المحاسبية الدولية. وفي سبيل الحصول على المعطيات الدقيقة المتعلقة بأهداف الدراسة، تم توزيع الاستبانات على عينة الدراسة، إما عن طريق التسليم المباشر، أو عن طريق إرسالها بواسطة البريد الإلكتروني، وفي كثير من الأحيان دعت الحاجة إلى شرح وتوضيح الموضوع لعينة الدراسة. و تم تحديد حجم العينة المناسبة للدراسة بالاستناد إلى العلاقة التالية (Barlett et.al, 2001):

$$n = z^2 * p(1-p) / e^2$$

حيث أن:

- n: حجم العينة.
- z: القيمة الجدولية تحت المنحنى المعتدل الطبيعي حسب قانون التوزيع الطبيعي، و الذي عادة ما يساوي 1,96 عند مستوى ثقة 95%.
- p: عبارة عن النسبة في مجتمع الدراسة الذين يتميزون بالخاصية المعنية بالدراسة، و في حالة ما إذا كانت مجهولة فإنها تقدر بـ 0,5.
- e: هامش الخطأ المسموح به في المعاينة الإحصائية، و الذي عادة ما يساوي إلى 5%.

وفي هذا الإطار، فإنه إذا علم بأننا نريد تحديد حجم العينة بهامش خطأ أقصى يقدر بـ 7% عند مستوى ثقة 95%، فإن الحجم الأدنى لعينة الدراسة الواجب الحصول عليه هو 196.

$$196)^2 = 0n = z^2 * p(1-p) / e^2 = (1,96)^2 * 0,5 * (1-0,5) / (0,07$$

و تم توزيع (221) استمارة الاستبيان على أفراد العينة بصورة عشوائية مع استبعاد (21) استبانة لعدم صلاحيتها للتحليل، وبذلك خضعت للتحليل (200) استبانة (90.50%) من مجموع الاستبانات التي وزعت على أفراد عينة الدراسة.

خصائص عينة الدراسة

استنادا إلى معطيات الجدول (4)، فإنه يتضح بأن نسبة 16% من أفراد العينة لا يحوزون على شهادة البكالوريوس، في حين أن 67.50% حاصلين على شهادة البكالوريوس، أما نسبة الحاصلين على شهادة الماجستير فقد بلغت 15%. وفيما يتعلق بمتغير الشهادة المهنية، فإنه يظهر من خلال الجدول أن نسبة حملة شهادة مراجع قانوني 27.50%، في حين بلغت نسبة الحائزين على شهادة خبير محاسبي 2.50%، بينما 35% من أفراد العينة هم بدون شهادة مهنية، أما النسبة المتبقية (35%) فتمثل الأفراد المستجوبين الذين لديهم شهادة محاسب معتمد. كما يتجلى من خلال التحليل الوصفي أن غالبية المستجوبين تتمركز خبرتهم عند الفئة ما بين 3 سنوات و 4 سنوات، تليها الفئة التي تتراوح خبرتها أقل من 3 سنوات بنسبة 22.50%، أما فئة الأفراد الذين خبرتهم ما بين 5 سنوات و 9 سنوات فقد بلغت نسبتها 17.50%، بينما تأتي فئة الأفراد الذين تزيد خبرتهم عن 10 سنوات في المرتبة الأخيرة 15%. أما فيما يتعلق بالمنصب الوظيفي، فإن الذين يشغلون منصب مدير قسم المحاسبة تشكل 40%، في حين بلغت نسبة الأفراد الذين يشغلون منصب محاسب 17.50%، أما مدراء المحاسبة والمالية فيشكلون ما نسبته أيضا 17.50%، بينما قدرت نسبة الأفراد الذين يشغلون منصب مراجع بـ 10%، أما نسبة الأفراد الذين يشغلون منصب مدير مكتب أو شركة محاسبة فلم تتجاوز عتبة 15%.

جدول 4: ملخص عرض خصائص عينة الدراسة

1/ الدرجة العلمية	عدد المشاهدات (n)	(%)
مادون البكالوريوس	32	16.00%
بكالوريوس	135	67.50%
ماجستير	30	15.00%
دكتوراه	3	1.50%
المجموع	200	100%
3/ عدد سنوات الخبرة	عدد المشاهدات (n)	(%)
أقل من 3 سنوات	45	22.50%
من 3 إلى 4 سنوات	90	45.00%
من 5 إلى 9 سنوات	35	17.50%
أكثر من 10 سنوات	30	15.00%
المجموع	200	100%
2/ الشهادة المهنية	عدد المشاهدات (n)	(%)
بدون شهادة مهنية	70	35.00%
محاسب معتمد	70	35.00%
مراجع قانوني	55	27.50%
خبير محاسبي	5	2.50%
المجموع	200	100%

4/ الوصف الوظيفي	عدد المشاهدات (n)	(%)
محاسب	35	17.50%
مدير المحاسبة	80	40.00%
مدير المحاسبة والمالية (CFO)	35	17.50%
مراجع (Auditor)	20	10.00%
مدير شركة محاسبة	30	15.00%
المجموع	200	100%

نتائج اختبار فرضيات الدراسة

يتضمن هذا الجزء اختبار فرضيات الدراسة التي تمت صياغتها في مقدمة هذا البحث، باستخدام اختبار T للعينة الواحدة (One Sample T-test) للإختبارات المعلمية (Parametric Statistics)، التي يمكن تطبيقها، حسب دراسة (De Winter & Dodou, 2010)، على مقياس ليكرت الخماسي الذي يصنف كمقياس ترتيبي. بالإضافة إلى الإستعانة بالتحليل العاملي لاستخلاص محددات خاصية ملاءمة المعلومة المالية المرتبطة بمعيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) عقود الإيجار في بيئة الأعمال الجزائرية من منظور المهنيين المحاسبين. وفيما يلي عرض لنتائج اختبار فرضيات الدراسة:

النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى:

لا يساهم تطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) عقود الإيجار في تحسين القيمة التنبؤية لمعلومات القوائم المالية في الجزائر؟

- H_a : المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة = 3
- H_b : المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة $\neq 3$

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار T للعينة الواحدة (One Sample T-test) بغية اختبار الفرق بين المتوسط الحسابي لإجابات العينة و المتوسط الافتراضي (3) عند مستوى دلالة 5%، وهذا بالاعتماد على البيانات الواردة في المحور الأول من الإستبانة (السؤال رقم 01). و يظهر الجدول التالي نتائج اختبار الفرضية المذكورة أعلاه.

جدول 5: نتائج الاختبار (T) لمدى مساهمة تطبيق (IFRS16) عقود الإيجار في تحسين القيمة التنبؤية

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T) المحسوبة	الدلالة الإحصائية	نتيجة الفرضية
2.43	0.684	-11.790	.000	رفض H_a وقبول H_b

يلاحظ من الجدول (5) أن مستوى الدلالة للفروق ($\text{sig} = 0.000$) أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم (H_a) ونقبل الفرضية البديلة (H_b). و بما أن متوسط العينة (2.43) أقل من المتوسط الافتراضي (3)، فإن تطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) عقود الإيجار لا يساهم في تحسين القيمة التنبؤية لمعلومات القوائم المالية في بيئة الأعمال الجزائرية من منظور المهنيين المحاسبين.

النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية:

لا يساهم تطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) عقود الإيجار في تحسين القيمة التأكيدية لمعلومات القوائم المالية في الجزائر؟

- H_a : المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة = 3
- H_b : المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة $\neq 3$

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار T للعينة الواحدة (One Sample T-test) بغية اختبار الفرق بين المتوسط الحسابي لإجابات العينة و المتوسط الافتراضي (3) عند مستوى دلالة 5%، وهذا بالاعتماد على البيانات الواردة في المحور الأول من الإستبانة (السؤال رقم 02). و يظهر الجدول التالي نتائج اختبار الفرضية المذكورة أعلاه.

جدول 6: نتائج الاختبار (T) لمدى مساهمة تطبيق (IFRS16) عقود الإيجار في تحسين القيمة التأكيدية

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T) المحسوبة	الدلالة الإحصائية	نتيجة الفرضية
2.20	0.665	-17.013	.000	رفض H_a وقبول H_b

يلاحظ من الجدول (6) أن مستوى الدلالة للفروق ($\text{sig} = 0.000$) أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم (H_a) ونقبل الفرضية البديلة (H_b). و بما أن متوسط العينة (2.20) أقل من المتوسط الافتراضي (3)، فإن تطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) عقود الإيجار لا يساهم في تحسين القيمة التأكيدية لمعلومات القوائم المالية في بيئة الأعمال الجزائرية من منظور المهنيين المحاسبين.

النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة:

لا يساهم تطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) عقود الإيجار في تحسين الأهمية النسبية لمعلومات القوائم المالية في الجزائر؟

- H_a : المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة = 3
- H_b : المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة $\neq 3$

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار T للعينة الواحدة (One Sample T-test) بغية اختبار الفرق بين المتوسط الحسابي لإجابات العينة و المتوسط الافتراضي (3) عند مستوى دلالة 5%، وهذا بالاعتماد على البيانات الواردة في المحور الأول من الإستبانة و باستخدام السؤالين رقم 03 و 04. حيث يلاحظ من الجدول (7) أن مستوى الدلالة للفروق ($\text{sig} = 0.000$) أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم (H_a) ونقبل الفرضية البديلة (H_b). و بما أن متوسط العينة (2.29) أقل من المتوسط الافتراضي (3)، فإن تطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) عقود الإيجار لا يساهم في تحسين الأهمية النسبية لمعلومات القوائم المالية في بيئة الأعمال الجزائرية من منظور المهنيين المحاسبين.

جدول 7: نتائج الاختبار (T) لمدى مساهمة تطبيق (IFRS16) عقود الإيجار في تحسين الأهمية النسبية

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T) المحسوبة	الدلالة الإحصائية	نتيجة الفرضية
2.29	0.583	-17.217	.000	رفض H_a وقبول H_b

النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة:

يعتبر العامل المقترح محددًا لتحسين خاصية ملاءمة المعلومة المالية المرتبطة بمعيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) عقود الإيجار في بيئة الأعمال الجزائرية من منظور المهنيين المحاسبين.

- H_a : يتسم العامل المقترح بالأهمية (من الدرجة 03) بالنسبة لإجابات أفراد العينة
- H_b : لا يتسم العامل المقترح بالأهمية (من الدرجة 03) بالنسبة لإجابات أفراد العينة

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار T للعينة الواحدة (One Sample T-test) بغية اختبار الفرق بين المتوسط الحسابي لإجابات العينة و المتوسط الافتراضي (3) عند مستوى دلالة 5%، وهذا بالاعتماد على البيانات الواردة في المحور الثاني من الإستبانة و باستخدام الأسئلة من 05-16.

يلاحظ من الجدول (8) أن مستوى الدلالة للفروق (sig) أقل من مستوى المعنوية ($\alpha=0,05$) في جميع الحالات ، وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة. و بما أن القيمة المراد اختبارها (3) اكبر من متوسط العينة الخاص بالأسئلة من 05 إلى 12 و بالسؤالين 15 و 16 ، فإنه يمكن القول بأن العوامل التالية تعتبر عوامل محددة لتحسين خاصية ملائمة المعلومة المالية المرتبطة بمعايير التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) عقود الإيجار في بيئة الأعمال الجزائرية من منظور المهنيين المحاسبين: جودة المراجع القانوني، ومستوى الوعي الثقافي المحاسبي للمستثمرين، ومستوى الإنفتاح على العالم الخارجي، والتكيف مع الثقافة المحاسبية الأنجلوسكسونية، وفعالية نظام التدريب المحاسبي المستمر، وضرورة تكييف الإنتماء الثقافي للمسؤولين والقادة، والأخذ بعين الاعتبار لاحتياجات وخصائص الفاعلين في المحيط الإقتصادي للبلد، وطبيعة ملكية الشركات، ومدى تطور السوق المالية، وإشراك الهيئات المهنية المحاسبية في عملية إرساء معايير المحاسبة الدولية. بينما لا تعد العوامل المرتبطة بمستوى تطور الهيئات المهنية المحاسبية وبالموازنة بين تكلفة ومنفعة المعلومة المالية عوامل محددة لتحسين خاصية ملائمة المعلومة المالية المرتبطة بمعايير التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) من وجهة نظر المهنيين المحاسبين.

جدول 8: نتائج الاختبار (T) لمحددات تحسين خاصية ملائمة المعلومة المالية المرتبطة بمعايير التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) عقود الإيجار في بيئة الأعمال الجزائرية .

العامل (المحدد)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T) المحسوبة	الدلالة الإحصائية	ترتيب الأهمية النسبية	مستوى الأهمية النسبية	نتيجة الفرضية
5. جودة المراجع القانوني	4.66	.91	25.69	.000	3	مرتفع	رفض H_a وقبول H_b
6. مستوى الوعي الثقافي المحاسبي للمستثمرين	4.53	1.06	20.33	.000	4	مرتفع	رفض H_a وقبول H_b
7. مستوى تطور الهيئات المهنية المحاسبية	4.19	1.58	10.63	.000	6	مرتفع	رفض H_a وقبول H_b
8. التكيف مع الثقافة المحاسبية الأنجلوسكسونية	4.76	.61	40.69	.000	2	مرتفع	رفض H_a وقبول H_b
9. فعالية نظام التدريب المحاسبي المستمر	4.46	1.37	15.02	.000	5	مرتفع	رفض H_a وقبول H_b
10. ضرورة تكييف الإنتماء الثقافي للمسؤولين و القادة	4.83	.38	67.76	.000	1	مرتفع	رفض H_a وقبول H_b
11. الأخذ بعين الاعتبار لاحتياجات و خصائص الفاعلين في المحيط الإقتصادي للبلد	3.25	.43	8.14	.000	8	متوسط	رفض H_a وقبول H_b
12. مدى تطور السوق المالية	3.25	.43	8.14	.000	7	متوسط	رفض H_a وقبول H_b
13. مستوى الإنفتاح على العالم الخارجي	2.71	.98	-4.21	.000	14	متوسط	رفض H_a وقبول H_b

14. الموازنة بين تكلفة و منفعة المعلومة المالية	2.78	.89	-3.58	.000	13	متوسط	رفض H_a وقبول H_b
15. طبيعة ملكية الشركات	3.19	.39	6.72	.000	9	متوسط	رفض H_a وقبول H_b
16. إشراك الهيئات المهنية المحاسبية في عملية إرساء معايير المحاسبة الدولية	3.15	.59	3.49	.000	10	متوسط	رفض H_a وقبول H_b

نتائج التحليل العاملي

تم إجراء التحليل العاملي بهدف توليف العوامل المحددة لتحسين خاصية ملاءمة المعلومة المالية المرتبطة بمعياري التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) عقود الإيجار في بيئة الأعمال الجزائرية، والتي تم استخلاصها من نتائج اختبار T للعينات الواحدة (One Sample T-test) سابقا.

اختبار Bartlett للكروانية واختبار KMO لكفاية العينة

يظهر من خلال الجدول (9) بأن محدد مصفوفة الارتباط يساوي 0.025، وحسب معيار Field فإنه يمكن الاستنتاج بأن المصفوفة هي مصفوفة الوحدة، أي أنها تقبل حلولاً عاملية. علاوة على هذا، يشير مؤشر تقييم التحليل العاملي Bartlett أن مصفوفة الارتباطات ذات دالة إحصائية عند مستوى دلالة 5%، كما أن مؤشر KMO قدره 0.675، وهو ما يدل على أن الارتباطات بين المتغيرات مقبولة، ومنه يمكن استنتاج كفاية ومناسبة العينة للتحليل العاملي.

جدول 9: نتائج اختبار Bartlett للكروانية واختبار KMO لكفاية العينة

الملاحظات	النتائج	المعيار	البيان
محدد مصفوفة الارتباط	0.025	$0.00001 <$	
اختبار بارتلليت للكروانية Bartlett's test for sphericity	0.000	$0.05 >$	
اختبار kmo	0.675	$0.5 <$	

اختيار طريقة الاستخلاص وتحديد العوامل

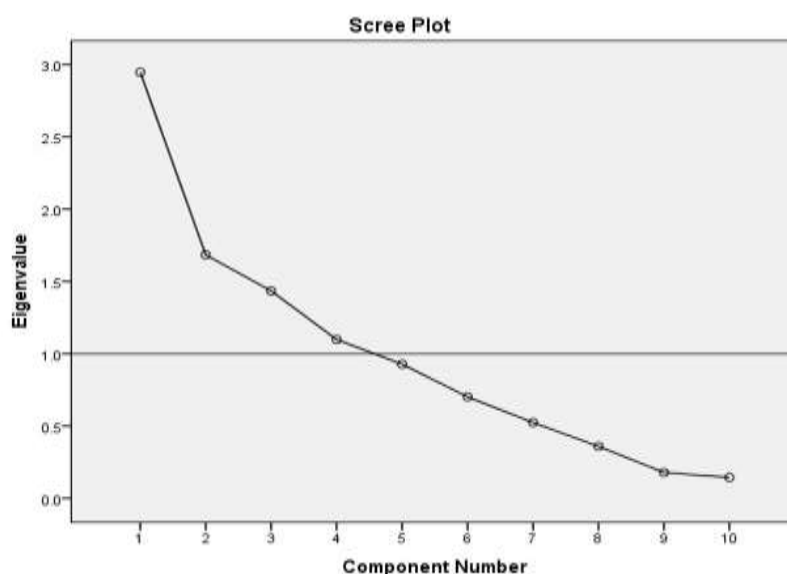
تم اختيار طريقة المكونات الأساسية (Principal components) للتحليل العاملي بصفتها طريقة تسمح بتفسير جزء كبير من التباين للمتغيرات، واختزال مصفوفة الارتباطات إلى أقل عدد من العوامل غير المرتبطة.

جدول 10: نتائج التباين المفسر واختيار العوامل

Total Variance Explained									
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.948	29.476	29.476	2.948	29.476	29.476	2.796	27.965	27.965
2	1.685	16.847	46.323	1.685	16.847	46.323	1.779	17.795	45.759
3	1.435	14.348	60.671	1.435	14.348	60.671	1.468	14.681	60.440
4	1.098	10.981	71.653	1.098	10.981	71.653	1.121	11.212	71.653
5	.928	9.280	80.933						

6	.702	7.016	87.949						
7	.524	5.239	93.188						
8	.359	3.591	96.779						
9	.178	1.783	98.562						
10	.144	1.438	100.000						
Extraction Method: Principal Component Analysis.									

تبين نتائج الجدول (10) للتحليل المفسر بأن هناك أربعة عوامل ذات قيمة عينية أكبر من الواحد الصحيح، وهذا ما يؤكد الرسم البياني في الشكل (6). كما تفسر العوامل الأربعة مجتمعة ما نسبته 71.65% من التباين الكلي للمتغيرات العشرة. علاوة على هذا، فإن العامل الأول يفسر لوحده ما نسبته 27.97% من التباين الإجمالي، كما يساوي الجذر الكامن للعامل نفسه ما قيمته 2.796.



شكل 6: رسم بياني للقيم الذاتية (العينية)

تدوير العوامل وتفسيرها

تم استخدام طريقة Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) والتي تتقبل فكرة البناء البسيط مع الإحتفاظ بالتعامد (الاستقلالية) بين العوامل. كما تم إجراء التدوير عن طريق إقصاء كل متغير يكون معامل تشبعه أقل أو يساوي 50%.

جدول 11: مصفوفات المكونات بعد إجراء التدوير باستخدام طريقة Varimax

Component Matrix ^a				
Variables	Component			
	1	2	3	4
F005	.869			
F006		.693		
F007	.825			
F008				.651
F009	.927			
F010				-.773

F011			.728	
F012			.560	
F015		.694		
F016		-.688		
Extraction Method: Principal Component Analysis.				
a. 4 components extracted.				

يمثل الجدول (11) مصفوفة العوامل قبل التدوير والتي تتضمن (4) عوامل مع ملاحظة بأن الجدول يتضمن حذف المتغيرات ذات التشبعات التي تقل عن 0.50 كما حددنا سابقا. و عليه فإنه يمكن تلخيص نتائج الجدول السابق على النحو التالي:

جدول 12: تسمية العوامل و تفسيرها

العامل 04	العامل 03	العامل 02	العامل 01	
التكيف مع الثقافة المحاسبية الجديدة	الاحتياجات المحاسبية والخصائص الاقتصادية للبلد	الوعي الثقافي المحاسبي للمستثمرين وطبيعة ملكية شركاتهم	جودة المراجع وأهمية التدريب و الهيئات المحاسبية	
8. التكيف مع الثقافة المحاسبية الأنجلوسكسونية 10. ضرورة تكيف الإلتزام الثقافي للمديرين.	11. الأخذ بعين الاعتبار لاحتياجات وخصائص الفاعلين في المحيط الإقتصادي للبلد 12. مدى تطور السوق المالية.	6. مستوى الوعي الثقافي المحاسبي للمستثمرين. 15. طبيعة ملكية الشركات.	5. جودة المراجع القانوني 7. مستوى تطور الهيئات المهنية المحاسبية 9. فعالية نظام التدريب المحاسبي المستمر 16. إشراك الهيئات المهنية المحاسبية في عملية إرساء معايير المحاسبة الدولية.	مكونات العامل
11.21%	14.68%	17.79%	27.96%	نسبة تفسير العامل

يلاحظ من الجدول رقم (12) بأنه وقع تسمية العامل الأول "جودة المراجع وأهمية التدريب والهيئات المحاسبية" وهو يفسر مانسبته 27.96% من التباين الإجمالي. أما العامل الثاني فقد تم تسميته "الوعي الثقافي المحاسبي للمستثمرين" وهو يفسر مانسبته 17.79% من التباين الإجمالي. في حين وقع تسمية العامل الثالث "الاحتياجات المحاسبية والخصائص الاقتصادية للبلد" وهو يفسر مانسبته 14.68% من التباين الإجمالي. بينما تم تسمية العامل الرابع "التكيف مع الثقافة المحاسبية الجديدة" وهو يفسر مانسبته 11.21% من التباين الإجمالي.

مناقشة نتائج الدراسة والتوصيات

توصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن تطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) عقود الإيجار لا يساهم في تحسين خاصية ملائمة المعلومة المالية لمستخدمي التقارير المالية في بيئة الأعمال الجزائرية من منظور المهنيين المحاسبين. أي عدم وجود أثر دال إحصائيا لتطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) على مستوى القيمة التنبؤية، أو القيمة التأكيدية، أو حتى الأهمية النسبية لمعلومات القوائم المالية في الجزائر. حيث تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Khanagha, 2011) التي أنجزت في بيئة الإمارات العربية المتحدة و دراسة (Umoren & Enang, 2015) التي أنجزت في بيئة نيجيريا، والتي أثبتت بأن تبني معايير المحاسبة الدولية لا يساهم في تحسين ملائمة المعلومة المالية في بيئة البلدان النامية.

كما خلصت الدراسة إلى أن تحسين خاصية ملاءمة المعلومة المالية لمستخدمي التقارير المالية في بيئة الأعمال الجزائرية الناتج عن تطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16) يخضع، من وجهة نظر المهنيين المحاسبين الجزائريين، إلى بعض العوامل التي تعتبر كمحددات أساسية لبلوغ الهدف المنشود:

- فبالنسبة للعامل الأول الذي وقع تسميته "جودة المراجع وأهمية التدريب والهيئات المحاسبية"، فقد أكدت نتائج دراسة (Raffournier B., 1991) على أهمية ودور جودة المراجع القانوني في تعزيز جودة المعلومة المالية التي تتضمنها القوائم المالية. أما دراسة (Wong, 2004 ; Uyar & Gökçen, 2016) فقد أثبتت أيضا بأن التدريب المستمر في مجال المحاسبة يعتبر عاملا جوهريا للالتزام بتطبيق المعايير المحاسبية الدولية. في حين جاءت نتائج دراسة (Zaman & Shiraz Rahaman, 2005) لتؤيد مدى أهمية إشراك الهيئات المهنية المحاسبية في عملية إرساء معايير المحاسبة الدولية في بنغلاديش.
- أما فيما يتعلق بالعامل الثاني الذي تم تسميته "مستوى الوعي الثقافي المحاسبي للمستثمرين وطبيعة ملكية شركاتهم"، والذي أكدت نتائج الدراسة على أهميته لتحسين خاصية ملاءمة المعلومة المالية نتيجة تطبيق معيار التقرير المالي الدولي الجديد (IFRS16)، وهذا ما يتوافق مع توصلت إليه نتائج دراسات (Zehri & Chouaibi, 2013; Zeghal & Mhedhbi, 2006; Hai, 2015)، والتي أكدت على أن الوعي الثقافي للمستثمرين يعد محددًا من محددات تبني معايير المحاسبة الدولية في البلدان النامية. كما أن أثبتت نتائج دراسة (Tyrrall, et al., 2007) على مدى أهمية الأخذ بعين الاعتبار طبيعة ملكية الشركات التي تنشط في المحيط الاقتصادي عند تبني معايير المحاسبة الدولية في بيئة الدول النامية.
- بخصوص العامل الثالث الذي أعطي تسمية "الاحتياجات المحاسبية والخصائص الاقتصادية للبلد"، فقد أكدت نتائج دراسة (Tyrrall, et al., 2007) مدى أهمية الأخذ بعين الاعتبار لاحتياجات وخصائص الفاعلين في المحيط الاقتصادي للبلد وطبيعة ملكية الشركات التي تنشط في المحيط الاقتصادي عند تبني معايير المحاسبة الدولية لضمان تحقيق الأهداف المرجوة من تطبيقها في بيئة الدول النامية. كما بينت النتائج المتوصل إليها في دراسات (Zeghal & Mhedhbi, 2007; Tyrrall, et al., 2006; Stainbank, 2014) الدور الذي يلعبه درجة تطور السوق المالية في التطبيق الجيد لمعايير المحاسبة الدولية و في تعزيز تحسين جودة المعلومة المالية في البيئة الاقتصادية.
- أما العامل الرابع فجاء تحت تسمية "التكيف مع الثقافة المحاسبية الجديدة"، حيث يعد متغير التكيف مع الثقافة المحاسبية الأنجلوسكسونية محددًا هامًا يؤثر على جودة المعلومة المالية عند تبني معايير المحاسبة الدولية في البلدان النامية حسب نتائج دراسة (Zeghal & Mhedhbi, 2006) التي صبت حول 32 بلدا ناميا يطبق معايير المحاسبة الدولية. كما يعتبر الانتماء الثقافي للمسؤولين والقادة في البلد من العوامل المحددة والمؤثرة على جودة تطبيق معايير المحاسبة الدولية وتحسين ملاءمة المعلومة المالية، وهذا ما تم تأكيده من خلال نتائج دراسة (Zaman & Shiraz Rahaman, 2005).
- بالرغم من أهمية النتائج المتوصل إليها، وأثرها البارز على المهتمين بالشؤون المحاسبية وواضعي القوانين المحاسبية في البلدان العربية والنامية، من خلال إعطاء تصور عن الإنعكاسات المتوقعة التي يمكن أن تنجم عن تطبيق المقاربة المحاسبية الجديدة لعقود الإيجار لدى المستأجر على جودة خصائص المعلومة المالية في البلدان النامية، وبالتالي أخذها بعين الاعتبار لدى تحسين معايير المحاسبة أو تبني معايير محاسبية جديدة، إلا أن هناك بعض القيود التي حالت دون عدم إغفال البحث لبعض العناصر. فعينة الدراسة لم تأخذ بعين الاعتبار وجهة نظر المستثمرين و مستخدمي المعلومة المالية، كما أن البحث لم يتطرق إلى الأثر المتوقع عن تطبيق المقاربة المحاسبية الجديدة لعقود الإيجار على مستوى القوائم المالية للشركات المؤجرة. و من شأن هذه النقائص أن تفتح آفاقا لمواضيع قابلة للبحث مستقبلا وفي هذا الإطار يمكن طرح بعض الجوانب من هذا الموضوع : دراسة أثر تطبيق معيار التقرير المالي الدولي رقم 16 (IFRS16) على القوائم المالية للشركات المؤجرة، ودراسة أثر تطبيق معيار التقرير المالي الدولي رقم 16 (IFRS16) على القوائم المالية للشركات من وجهة نظر مستخدمي القوائم المالية (المستثمرين...الخ)، وتطبيق معيار التقرير المالي الدولي رقم 16 (IFRS16) ومدى أثره على مهمة المراجع القانوني.

المراجع

- Barlett, J. E., Kotrlík, J. W., & Higgins, C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research. *Information technology, learning, and performance journal*, 19(1).

- BDO IFRADVISORY Limited, (2017).IFRS in practice : IFRS16 Leases.
- Benoît Lebrun.(2016). IFRS 16 sur les contrats de location Décryptage d'une norme novatrice. RF Comptable.N°440. Juillet-Aout2016
- Bohušová, H. (2015). Is Capitalization of Operating Lease Way to Increase of Comparability of Financial Statements Prepared in Accordance with IFRS and US GAAP?. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 63(2), 507-514.
- Bunea-Bonta, C. A. (2017). lease accounting under ifrs 16 and ias 17 - a comparative approach. *Contemporary Economy Journal*. 2(1), 78-84.
- Czajor, P., & Michalak, M. (2017). Operating Lease Capitalization-Reasons and its Impact on Financial Ratios of WIG30 and sWIG80 Companies. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 18(1, cz. 1 Practical and Theoretical Issues in Contemporary Financial Management), 23-36.
- De Winter, J. C., & Dodou, D. (2010). Five-point Likert items: t test versus Mann-Whitney-Wilcoxon. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 15(11), 1-12.
- Deloitte.(2016). Leases : a guide to IFRS 16. June 2016.
- Ernest & Young. (2016). How will IFRS 16 impact Real Estate entities ? .May 2016.
- Hai, T. T. T. (2015). An Analysis of the Factors Affecting the Adoption of Accounting Legislation by Small and Medium-Sized Enterprises (SMES) in Vietnam. *International Journal of Business and Management*, 10(2), 176.
- IASB, (2016), IFRS 16 Leases. IFRS Foudantion. 01-90.
- Khanagha, J. B. (2011). Value relevance of accounting information in the United Arab Emirates. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 1(2), 33.
- Mazars .(2016). IFRS 16 What does the future hold for your lease contracts - June 2016.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* .2nd ed. New York: McGraw-Hill.
- Öztürk, M., & Serçemeli, M. (2016). Impact of New Standard" IFRS 16 Leases" on Statement of Financial Position and Key Ratios: A Case Study on an Airline Company in Turkey. *Business and Economics Research Journal*, 7(4), 143-157.
- PWC. (2016). IFRS16 : The leases standard is changing, are you ready? 01-14.
- Raffournier B. (1991), « The extent of disclosure in annual reports in a weakly regulated country: The case of Switzerland », 14 the Congress of the European Accounting Association.
- Raymond Chabot Grant Thornton .(2016). Révision Majeure dans la comptabilisation des contrats de location .Mars 2016.
- Sari, E. S., Altintas, A. T., & Taş, N. (2016). The Effect of the IFRS 16: Constructive Capitalization of Operating Leases in the Turkish Retailing Sector. *Journal of Business, Economics and Finance (JBEF)*, ISSN: 2146-7943
- Stainbank, L. J. (2014). Factors influencing the adoption of international financial reporting standards by African countries. *South African Journal of Accounting Research*, 28(1), 79-95.
- Tyrrall, D., Woodward, D., & Rakhimbekova, A. (2007). The relevance of International Financial Reporting Standards to a developing country: Evidence from Kazakhstan. *The international Journal of accounting*, 42(1), 82-110.
- Umoren, A., & Enang, E. R. (2015).IFRS adoption and value relevance of financial statements of Nigerian listed banks. *International Journal of Finance and Accounting*,4(1), 1-7.

- Uyar, A., Kılıç, M., & Gökçen, B. A. (2016). Compliance with IAS/IFRS and firm characteristics: evidence from the emerging capital market of Turkey. *Ekonomika istraživanja*, 29(1), 148-161.
- Wong, P. (2004). Challenges and successes in implementing international standards: Achieving convergence to IFRSs and ISAs. New York: International Federation of Accountants (IFAC), (pp. 27-p).
- You, J. (2017). The Effect of IFRS 16 Leases on Financial Statements of Airline Companies. Master Thesis. Auckland university of Technology.
- Zaman Mir, M., & Shiraz Rahaman, A. (2005). The adoption of international accounting standards in Bangladesh: An exploration of rationale and process. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 18(6), 816-841
- Zeghal, D., & Mhedhbi, K. (2006). An analysis of the factors affecting the adoption of international accounting standards by developing countries. *The International Journal of Accounting*, 41(4), 373-386.
- Zehri, F., & Chouaibi, J. (2013). Adoption determinants of the International Accounting Standards IAS/IFRS by the developing countries. *Journal of Economics Finance and Administrative Science*, 18(35), 56-62

أثر تقلبات معدل الصرف على النمو الاقتصادي في ليبيا دراسة تحليلية خلال الفترة من 1980-2010

د. سائلة الطيب خليفة سالم
جامعة طرابلس / ليبيا

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية بشكل أساسي إلى اختبار أثر تقلبات معدلات الصرف الحقيقية للدينار الليبي مقابل الدولار على النمو الاقتصادي في ليبيا، باستخدام بيانات سنوية تغطي الفترة من 1980 إلى 2015، ولتحقيق ذلك تم تصميم نموذج قياسي يستند إلى النظريات الاقتصادية والدراسات العلمية المنشورة، كما تم استخدام طرق واختبارات التحليل القياسي المناسبة. وقد تم الحصول على البيانات من موقع البنك الدولي (WB)، وبنك ليبيا المركزي، ومركز بحوث العلوم الاقتصادية، وبينت نتائج التحليل القياسي وجود أثر سلبي ذي دلالة إحصائية لمتغير معدلات الصرف الحقيقية على النمو الاقتصادي. وفي ضوء النتائج المتوصل إليها توصي هذه الورقة البحثية بضرورة التحكم في الإنفاق غير المنتج للسيطرة على التضخم، واستخدام كل من السياستين النقدية والمالية لتحقيق الاستقرار النقدي وعلى الأخص استقرار سعر الصرف، وزيادة التوجه نحو تشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي وتوجيه المستوردات نحو الغايات التنموية والإنتاجية، وذلك للتقليل من تأثير أسعار الصرف الحقيقية على زيادة معدلات التضخم، وزيادة الإنتاج المحلي وتنويعه وتحسين جودته لخلق وضع تنافسي من حيث الجودة والأسعار، للتقليل من درجة الاعتماد على سلعة واحدة للتصدير وما ينتج عنه من مشكلات مختلفة، وبالتالي استقرار الميزان التجاري.

كلمات دالة: تقلبات معدل الصرف، النمو الاقتصادي، ليبيا.

مقدمة:

تعد التقارير المالية الوسيلة الرئيسية لتوصيل المعلومات عن منشآت الأعمال والتي تساعد الأطراف المختلفة على تقييم الأداء واتخاذ القرارات، وتعتبر الأرباح المحاسبية أهم مؤشرات تقييم ذلك الأداء، ولما كانت هذه التقارير تعد في ضوء المعايير المحاسبية التي تسمح للإدارة في كثير من الأحيان بحرية الاختيار من بين الطرق المحاسبية لمعالجة نفس البند، كما تسمح لها بحرية التقدير لكثير من بنود القوائم المالية بهدف مساعدتها في جعل التقارير المالية أكثر قدرة على التعبير عن الأداء الحقيقي لمنشآت الأعمال، ولكن ما يحدث في بعض الأحيان هو أن تستخدم الإدارة هذه الحرية للتأثير على الأداء الحقيقي وعلى وجه التحديد الأرباح المحاسبية لإظهارها على غير حقيقتها وهو ما يعرف بإدارة الأرباح (Earnings Management) وذلك لتحقيق مصالحها الذاتية (رضوان، 2013).

وان احتواء هذه الأرباح على قدر من التلاعب وفقدانها للجودة قد يغلب مصالح فئة معينة من المهتمين بالمنظمة على حساب الفئات الأخرى ذات العلاقة، وفي سياق العديد من الفضائح المالية التي أحدثت بمصادقية وظيفية المراجعة، اتجهت العديد من الدراسات في السنوات العشر الماضية إلى تأسيس علاقة إيجابية بين بدائل جودة المراجعة، وتنوعية التقارير المالية، والتي تعد المرشد الأساسي لاتخاذ العديد من القرارات من قبل الأطراف ذات العلاقة والتي يتم تعزيزها من خلال تقرير المراجع في مدى عدالة ومصادقية القوائم المالية (Piot, 2005; Yu, 2011)، الأمر الذي يقضي بأن تحتوي تلك التقارير على معلومات صحيحة وعادلة لكي تحقق الغرض الذي أعدت من أجله، وتضفي ثقة المستخدمين فيها (صقر، زغلول، الفداوي، 2016).

وبالرغم من أن معايير المحاسبة الدولية تهدف إلى البعد عن التحيز وموضوعية القياس المحاسبي، وعرض المعلومات المالية والافصاح عنها بعدالة وشفافية، إلا أن المرونة التي أتاحها تلك المعايير لإدارة الوحدات الاقتصادية في الاختيار من بين السياسات والإجراءات والطرق المحاسبية البديلة، والتي قد تستغل من جانب الإدارة لتحقيق دوافع وأهداف خاصة، والتي من شأنها أن تؤثر مباشرة على التقارير والقوائم المالية، والذي قد يلحق الضرر بمصالح الأطراف الأخرى ذات العلاقة (Cheng, Et al, 2015)، (إبراهيم، 2014).

ونظرا لما ترتب على ممارسات ادارة الأرباح من تضليل وطمس للحقائق، فقد نتج عن تلك الممارسات العديد من الفضائح والانهيارات لكبرى الشركات العالمية والتي من أشهرها Enron, WorldCom، وقد كان من أسباب حدوث الانهيار لتلك الشركات: اختلال الهياكل التمويلية، وعدم القدرة على سداد تدفقات نقدية لسداد الالتزامات المستحقة، والافتقار الى الممارسات السليمة للإشراف والرقابة، علاوة على عدم الاهتمام بتطبيق المعايير المحاسبية التي تتعلق بالإفصاح والشفافية، وأيضا الفساد المالي والمحاسبي والاداري والذي توطأت معه بعض كبرى شركات المحاسبة والتدقيق كأمثال Arthur Anderson والذي أدى أيضا الى انهيارها (Kastantin, 2005:35-4; Ratsula 2010: 4). (ابراهيم، 2011: 437).

من هنا تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على أثر جودة المراجعة في الحد من ممارسات ادارة الأرباح في المصارف الفلسطينية المساهمة العامة.

مشكلة الدراسة:

يعد تضارب المصالح بين الوكيل والأصيل من العوامل التي قد تدفع الوكيل لاستخدام المرونة المتاحة في المعايير المحاسبية وحرية اتخاذ القرارات المتعلقة بالعمليات والأنشطة لإظهار أرباح الشركة على غير حقيقتها لتحقيق مصلحته على حساب مصلحة الأصيل وغيره من أصحاب المصالح الآخرين. وطبقا لنظرية الوكالة فان جودة المراجعة تعتبر مطلبا أساسيا للعديد من الأطراف لدورها في التخفيف من حدة عدم تماثل المعلومات Information Asymmetry بين الوكيل والأصيل، وفي تخفيف تكاليف الوكالة الناتجة عن السلوك الانتهازي الذي قد تنتهجه الادارة عند اعداد التقارير المالية رغم أن الادارة تقوم بإعداد المعلومات المحاسبية في اطار من المعايير المهنية، والتي تهدف الى سلامة وموضوعية القياس المحاسبي والعدالة في العرض والإفصاح، الا أن هذه المعايير ما تزال تعطي ادارة الشركة مرونة واسعة في الاختيار من بين السياسات والطرق المحاسبية البديلة والتي قد تستغل من قبل الادارة لمصلحتها على حساب مصالح الأطراف الأخرى ذات العلاقة. الأمر الذي يؤكد الحاجة الى جودة عمليات المراجعة لدورها في منع واكتشاف أي تحريف أو تضليل في القوائم المالية. لذا تأتي هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

- هل تمارس المصارف الفلسطينية المساهمة العامة ادارة الأرباح؟
- هل هنالك تأثير لحجم مراجع الحسابات الخارجي على ممارسات ادارة الأرباح؟
- هل هنالك تأثير لحجم شركة المراجعة على ممارسات ادارة الأرباح؟
- هل هنالك تأثير لنسبة الرافعة المالية للمصارف الفلسطينية المساهمة العامة على ممارسات إدارة الأرباح؟
- هل هنالك تأثير لحجم المصارف الفلسطينية المساهمة العامة على ممارسات إدارة الأرباح؟

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من أهمية موضوع إدارة الأرباح باعتباره من المواضيع المهمة والحديثة التي برزت في الآونة الأخيرة في الأدبيات والبحوث المحاسبية على نطاق دولي، ويعود ذلك لأهمية ما تعرضت له مهنة المحاسبة والمراجعة في السنوات الأخيرة الى العديد من الانتقادات المتعلقة بضعف دور المراجع الخارجي والداخلي في المنع أو التقرير عن بعض ممارسات الإدارة-غير الأخلاقية- بصفتها وكيلة عن المساهمين وبسبب علاقتهم المباشرة بإعداد التقارير المالية، وذلك سعيا منها نحو تحقيق وتعظيم منافعها الذاتية على حساب هؤلاء المساهمين، الأمر الذي يؤثر على ثقة مستخدمي القوائم المالية كنتيجة لإدارة الأرباح، وما يتبعها من انخفاض في جودة المعلومات المحاسبية والذي يتبعه انخفاض في جودة عمليات المراجعة المقدمة لتلك القوائم للحكم على مصداقيتها، مما يلفت الانتباه نحو كيفية توفير الجودة المطلوبة لعملية المراجعة وكيف يمكن لتلك الجودة أن تؤثر على عمليات إدارة الأرباح.

الاطار النظري والدراسات السابقة:

الاطار النظري والدراسات السابقة تلخصها الدراسة فيما هو أت:

مفهوم وأهمية جودة المراجعة:

لقد تصدر مفهوم جودة المراجعة قمة اهتمامات مجتمع الأعمال الدولي والمؤسسات العالمية اثر حالات الفشل والعسر المالي التي منيت بها الشركات الكبرى واسواق المال في بعض بلدان العالم، والخوف من تكرار ذلك في المستقبل (Azzoz & Khamees, 2016)، (أبو عواد، الكبيجي، 2014)، وقد كان من أوائل الباحثين الذين عرفوا جودة المراجعة De Angelo, 1981 وقد عرفها "احتمالية قيام مراجع الحسابات باكتشاف التحريفات الجوهرية والأخطاء والثغرات في القوائم المالية والقيام بالإبلاغ عنها وتسجيل ذلك في التقرير الذي يصدره في نهاية عملية التدقيق". وأن جودة المراجعة من شأنها أن تحسن من جودة القوائم المالية المنشورة لذوي المصالح (Khamoussi, 2016)، وأن جودة المراجعة من شأنها أن تحد من مشاكل الوكالة الناشئة بين المالكين والادارة كنتيجة لممارسات الادارة الانتهازية، وعبر دوافع المساهمين للحصول على معلومات من شأنها رصد ومراقبة أداء ادارة الشركة، وعبر تعزيز دور المراجع الخارجي ولجان المراجعة (Alali, 2011; Ozili, 2017; Alzoubi, 2016)، وقد تعدد مفاهيم جودة المراجعة نظرا لصعوبة قياس جودة المراجعة بعد اتمام عملية المراجعة لعدم وجود مقاييس محددة (محمد، 2014)، وقد عرفت جودة المراجعة وفقا للمعيار الدولي رقم (220) لإصدارات المعايير الدولية لرقابة الجودة والتدقيق والمراجعة وعمليات التأكيد الأخرى، بأنها " تتمثل في السياسات والاجراءات المطبقة لشركات التدقيق للتحقق من أن أعمال التدقيق المنفذة قد تم أدائها وفق معايير التدقيق المتعارف عليها" وقد بين معيار التدقيق الدولي رقم (1) لرقابة الجودة، أهم المبادئ التي تحكم عملية التدقيق، هو مبدأ العناية المهنية الواجبة وتوافر المهارة والكفاءة للمدقق وارتباط ذلك بمفهوم الجودة، حيث نص على أن يستعين المدقق بأشخاص تتوافر لديهم الخبرة والكفاءة المقبولة والتدريب اللازم والكفاءة العلمية والمهارة المتخصصة (الاتحاد الدولي للمحاسبين IFAC, 2015).

وتنبع أهمية جودة المراجعة من خلال المجالات الآتية: (الاتحاد الدولي للمحاسبين IFAC، المعيار (220)، 2015)، (AL-Thuneibat, Et al, 2011)، (الطويل، 2012)، (السحر، 2015)، (القيسي، 2016).

- تأكيد الالتزام بالمعايير المهنية: تعد المعايير المهنية إرشادات لتحديد وتطبيق إجراءات المراجعة، وتحتوي هذه المعايير وخصوصاً معايير رقابة الجودة على سياسات وإجراءات تهدف إلى تحسين أداء كل من أفراد ومكاتب التدقيق، كما أن أداء عملية التدقيق بمستوى جودة ملائم يؤكد تمسك المدققين بالمعايير المهنية.
- الاسهام في تضيق فجوة التوقعات في التدقيق: تمثل فجوة الجودة أحد المكونات الفرعية لفجوة التوقعات في التدقيق، وتشير فجوة الجودة الى الاختلافات بين توقعات كم من المستخدمين والمراجعين تجاه جودة خدمات المراجعة المؤداة، وعوامل تكوين وتشكيل تلك الجودة، وأن السبب الرئيسي لوجودها هو انخفاض الأداء الفعلي للمراجع عن معايير المراجعة ومعايير الجودة المتعارف عليها، ولذلك يعد تحسين جودة خدمات المراجعة أحد أساليب تضيق فجوة التوقعات.
- تعزيز إمكانية اكتشاف المخالفات والأخطاء الموجودة في القوائم المالية: حظي هذا الهدف باهتمام كبير من قبل المنظمات المهنية والعديد من الباحثين خصوصا بعد فشل العديد من الشركات الكبرى، وذلك على اعتبار أن المراجعين ذوي الجودة العالية أكثر قدرة على اكتشاف الأخطاء والمخالفات الموجودة في القوائم المالية بشكل أفضل من المراجعين ذوي الجودة المنخفضة.
- تخفيض صراعات الوكالة: يفترض أنه كلما زاد التعارض في المصالح بين الوكيل (الإدارة) والأصيل (المساهمين) كلما زادت كلفة الوكالة، وزادت الحاجة إلى مكاتب المراجعة التي تقدم خدمات ذات جودة عالية.
- أداة تنافسية جيدة: تعد المنافسة على الأتعاب أحد المخاطر التي تهدد مهنة المراجعة، وذلك لما لها من تأثير سلبي على استقلال المراجعين، ونطاق اجراءات المراجعة، ومن ثم جودة المراجعة، حيث تعد جودة المراجعة أداة استراتيجية جيدة لتحقيق ميزه تنافسية في سوق الخدمة، ووسيلة لتنمية الحصة السوقية، وفي سوق خدمات التدقيق تعد جودة المراجعة هدف كل ممارس وأحد مجالات التمايز بين مكاتب المراجعة.
- زيادة الثقة في تقرير التدقيق ومصادقية القوائم المالية: يعد الاهتمام بجودة المراجعة مهم لتدعيم الثقة بتقارير المراجع، وذلك للدور المهم الذي تلعبه هذه التقارير في إضفاء المصادقية على القوائم المالية والتي تستخدم في اتخاذ القرارات من جانب العديد من الأطراف المهمة بعملية المراجعة.

العوامل المؤثرة على جودة المراجعة:

قام العديد من الباحثين بإجراء دراسات وأبحاث تهدف إلى قياس جودة المراجعة من خلال التركيز على العوامل المؤثرة على جودة المراجعة، والتي تنسب تلك العوامل إلى مقدم الخدمة نفسه (مكتب المراجعة)، وعوامل ترتبط بمن تقدم له الخدمة (الشركة محل المراجعة)، وبعضها مرتبط بجهات أو مسببات أخرى، ويمكن بيان هذه العوامل في الآتي: (القيسي، 2016؛ أحمد، 2012؛ حمدان، وأبو عجيبة، 2012؛ رضوان، 2013، 2016، Khmoussi & Zehri, 2014, Sun & Lan, 2017, Ozili, 2017)، (الكبيسي، 2015)

- قدرة المدقق على اكتشاف الغش والأخطاء: توجب معايير التدقيق الدولية مراجع الحسابات بأن يحصل على تأكيد معقول بشأن ما إذا كانت القوائم المالية تخلو من التحريفات الجوهرية، رغم صعوبة اكتشاف الغش والأساليب الانتهازية التي تمارسها الإدارة محاولة بذلك تحسين واقع الشركة أمام أصحاب المصالح، إلا أن رغم تلك الصعوبة التي تواجه المراجع لن يغير من مسؤولية المراجع عن تخطيط وأداء عملية المراجعة على وجه سليم، وأيضاً في مواجهة لرغبات المجتمع المالي والقضاء، كما وتلعب مهنة المراجعة دوراً هاماً في رفع مستوى كفاءة أسواق رأس المال، وذلك من خلال تدقيق البيانات المالية التي تعدّها وتنشرها الشركات، وقد أثّر كثيراً الجدل مؤخراً في أسواق رأس المال الكبرى حول مدى فاعلية مهنة المراجعة في القيام بالدور المطلوب منها وذلك بعدما تكتشفت عدداً من الفضائح المالية ببعض الشركات الأمريكية الكبرى، وأشارت أصابع الاتهام فيها إلى المحاسبين والمراجعين إلى جانب المسؤولين عن إدارة تلك الشركات، الأمر الذي حداً بالكongرس الأمريكي إلى استصدار قانون Sarbanes-Oxley خلال العام 2002 لتشيديد الرقابة على المسؤولين التنفيذيين والماليين بالشركات ومراقب حساباتها.
- حجم شركة المراجعة: هو شكل وهيكل مستويات التنظيم الداخلي لمكاتب التدقيق ويمكن تقسيمها إلى مكاتب صغيرة ومتوسطة وكبيرة الحجم، فقد أثبتت بعض الدراسات وجود علاقة طردية بين حجم مكتب التدقيق وجودة المراجعة، فكلما كبر حجم شركة المراجعة (Big N) تحسن مستوى المراجعة، وذلك لأن مكاتب المراجعة التي تتميز بكثرة عملائها تتعرض لخسائر كبيرة إذا فشلت في اكتشاف التلاعب في القوائم المالية ومن ثم فهي تسعى إلى تحسين جودة عملية المراجعة.
- أتعاب المراجعة: تعرف أتعاب المراجعة بأنها المبالغ والأجور أو الرسوم التي يتقاضاها المراجع نظير قيامه بعملية المراجعة لحسابات وحدة اقتصادية ما إذا تم تحديد حجم الأتعاب بناءً على الاتفاق الذي يتم بين العميل والمراجع، ويكون ذلك وفقاً للزمن الذي تستغرقه عملية المراجعة، ونوع الخدمات المطلوبة، وحجم العمليات، ونظراً لأهمية هذا العامل فقد تناولت العديد من الدراسات أثره على جودة المراجعة، وقد أوضحت العديد من الدراسات إلى أن هناك علاقة طردية بين أتعاب عملية المراجعة ومستوى جودة المراجعة.
- إجراءات المراجعة: تشمل الرقابة على جودة السياسات والإجراءات التي ينبغي على مؤسسة التدقيق أن تقوم بها سواء فيما يتعلق بالمؤسسة بشكل عام أو بمهام التدقيق الخاصة، وقد تختلف طبيعة ومدى سياسات وإجراءات الرقابة على الجودة باختلاف حجم شركة المراجعة وطبيعة الممارسات التي تمارسها ومدى تفرغ الأعمال، ومن هذه السياسات الإجراءات التي ينبغي وضعها لتوفير تأكيد مناسباً عن توفر التأهيل المناسب والخبرات والمعرفة لكل مراجع، وهذا ما أظهرته بعض الدراسات، إذ وجدت علاقة بين أهداف المراجعة التحليلية وإجراءاتها وكفاءة عملية المراجعة. مما سبق، يرى الباحث أنه بالرغم من وجود العديد من الدراسات التي تناولت خصائص ومقاييس جودة المراجعة، إلا أنه لا يوجد اتفاق عام على خصائص ومقاييس موحدة وذلك بسبب اختلاف بيئة التطبيق، ووجود خصائص ترتبط بالعمل أو الشركة (محل المراجعة). إلا أن الدراسة الحالية ستركز على أبرز وأهم الخصائص والتي تشكل مزيج يجمع عوامل ترتبط بمقدم الخدمة نفسه (مكتب المراجعة)، وعوامل ترتبط بمن تقدم له الخدمة (الشركة محل المراجعة) ما يلي: حجم أتعاب مراجع الحسابات الخارجي، حجم شركة المراجعة (ارتباط شركة المراجعة مع مكاتب عالمية للمراجعة)، وتأثير نسبة الرافعة المالية للمصارف، وتأثير حجم المصارف)

مفهوم إدارة الأرباح ودوافعها:

غم أن الربح المحاسبي المعد على أساس الاستحقاق يعتبر أفضل مقياس لأداء المنشأة، بل يعتبر من أهم المتغيرات التي يعتمد عليها المستثمرين في اتخاذ قراراتهم الاستثمارية، وأحد المؤشرات الهامة لتحديد سعر سهم المنشأة في السوق، كونه يعبر عن مدى كفاءة الإدارة في استخدام الموارد المتاحة، إلا أن الإدارة قد تسئ استخدام الحرية الممنوحة لها في اختيار السياسات المحاسبية، والتي توفر لها أدوات

للتأثير على أرقام الربح لإظهار نتائج تشغيل تلك الوحدات الاقتصادية بأفضل ما يكون وليس ما يجب أن يكون، وذلك من خلال المرونة المتاحة في المعايير المحاسبية الدولية، كما وفرت تلك المعايير للإدارة حرية الاختيار ما بين البدائل المحاسبية المتبعة، ووضع سياسات محاسبية بخلاف ما ورد في المعايير المحاسبية، علاوة على حرية الإفصاح أو عدم الإفصاح عن البنود التي لها تأثير على الأرباح، بالإضافة إلى الجانب الاختياري من أساس الاستحقاق، وتقديرات الإدارة التحكيمية، والتي تعتبر أحد الأدوات التي يستخدمها المديرين التنفيذيين للتأثير على أرقام الربح في القوائم المالية، الأمر الذي ينعكس كلياً على الأداء الاقتصادي للمنشأة بحيث يصبح غير معبراً عن الأداء الحقيقي، وهو ما يعرف كل ما سبق في الفكر المحاسبي بإدارة الأرباح (Mohammad, Et al, 2016), (Sani, Et al, 2012), (Nakashima & Ziebart, 2015).

وقد تعددت تعريفات إدارة الأرباح، ومن تلك التعاريف الأكثر استخداماً في الأدبيات تعريف (Healy & Wahlen 1999:368) "بحيث تحدث إدارة الأرباح عند قيام المديرين بالتحكم في التقارير المالية وفي هيكلية العمليات والأحداث لتغيير تلك التقارير إما لتضليل الأطراف ذو العلاقة حول الأداء الاقتصادي للشركة أو للتأثير على نتائج التعاقدات والتي تعتمد عليها الأرقام المحاسبية" عموماً تختلف أساليب الإدارة في التأثير في التقارير المالية باختلاف أهدافها وأن أقلها ضرراً هي الأساليب التي تسببها المرونة في المبادئ المحاسبية المقبولة عموماً، وأخطرها تلك الأساليب التي تستخدم التزوير والتقديرات غير المنطقية والتي تدعى بإدارة الأرباح السيئة (Bad Earnings Management), (Daniel, Et al, 2008), (Sani, Et al, 2012), (Peasnell, Et al, 2005).

دوافع إدارة الأرباح:

قد تكون ممارسات إدارة الأرباح مرغوبة إذا استخدم مدير الشركة تقديره وحكمه الشخصي في إعداد قوائم مالية تعبر عن الأداء الاقتصادي الحقيقي للمنشأة، ويكون الغرض منه تحسين منفعية الأرباح المستقبلية، حيث يستخدم المديرين الحذر في تحقيق أهداف الشركة، وتوصيل المعلومات بشفافية لأصحاب المصالح، وهنا يقوم المديرين بإدارة الأرباح بدافع الكفاءة (الكفاءة) Efficiency، وأحياناً يطلق عليها إدارة الأرباح الجيدة. وتتوقف دوافع إدارة الأرباح على طبيعة العلاقة بين الإدارة وأصحاب المصالح، وتتمثل هذه الدوافع فيما يلي: (Bergstresser & Philippon, 2006:511), (علي، ونور، 2014), (إبراهيم، 2011):

- الحوافز التعاقدية لإدارة الأرباح: Contractual Incentives عندما يعتمد التعاقد بين الإدارة والمساهمين وأصحاب المصالح الأخرى، أو بين المنشأة والمديرين التنفيذيين على نتائج التشغيل، حيث الحوافز والمكافآت، والتي يسعى المديرين التنفيذيين لتعظيمها في الحاضر أو المستقبل، وتتمثل حوافز التعاقد في: عقود الاقتراض، وعقود مكافآت الإدارة. حيث تكتب عقود الاقتراض بطريقة محددة للحد من تصرفات الإدارة التي تفيد أصحاب المصالح في الشركة على حساب الدائنين. أما عقود مكافآت الإدارة فقد أظهرت دراسة (Cormier & Martinez, 2006:209) أن حوافز الإدارة عندما ترتبط بنتائج الأداء الاقتصادي للشركة، فإن الإدارة تختار السياسة المحاسبية التي تؤدي إلى زيادة الربح في الفترة الحالية على حساب الفترات المستقبلية لتحقيق مصالحهم الشخصية.
- حوافز السوق لإدارة الأرباح: Market Incentive : يمكن أن يولد الاستخدام السائد للمعلومات المحاسبية من قبل المستثمرين والمحللين الماليين للمساعدة على تقييم الأسهم دافعا أو حافزا للمديرين للتلاعب بالأرباح، في محاولة منهم للتأثير على أداء سعر السهم في الأمد القصير، وللتقرير عن أرقام للربح المحاسبي تتفق مع تنبؤات الأرباح المنشورة من قبل المحللين في السوق.
- الحوافز التنظيمية لإدارة الأرباح: Regulatory Incentives تظهر الحوافز التنظيمية عندما يتواجد اعتقاد بأن للأرباح المعلنة تأثيراً في عمل واضعي التشريعات أو المسؤولين الحكوميين، وبالتالي فإن من خلال إدارة نتائج العمليات يمكن للمديرين التأثير في أعمال واضعي التشريعات أو المسؤولين الحكوميين مما يقلل من الضغط السياسي وتأثير التشريعات في المنشأة، لذلك فإن المنشآت التي تكون موضع اهتمام الدولة والرأي العام قد تخضع لقرارات حكومية تفرض عليها تكاليف سياسية، حيث أن التقلبات الكبيرة في أرباح تلك المنشآت قد تجذب انتباه الحكومة، فقد تأخذ تقلبات الأرباح شكل زيادة كبيرة وينظر إليها كمؤشر للاحتكار، أما إذا أخذت التقلبات شكل انخفاض كبير في الأرباح فقد ينظر إليها مؤشراً لتعسر المنشأة واضطرابها مما يدفع الدولة إلى التدخل في الحاليتين.

حظي قليل من مجالات الأبحاث التطبيقية في المحاسبة باهتمام مشابه لما حصل عليه مجال البحث في العلاقة بين جودة عملية المراجعة والعوامل المؤثرة عليها وإدارة الأرباح، وكثرت الدراسات التي حاولت رصد ظاهرة إدارة الأرباح وتحديد العوامل المؤثرة عليها، أملا في تحديد الأدوات الكفيلة بالحد من هذه الظاهرة.

فقد هدفت دراسة (Khamoussi, 2016) الى دراسة العلاقة بين فاعلية لجان المراجعة وجودة المراجعة، باعتبارهم من مقومات حوكمة الشركات وتأثيرهم على إدارة الأرباح والتي تم قياسها عبر المستحقات، وذلك باستخدام تحليل Meta والذي يقوم ذلك التحليل على قياس الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة وعمل تحليلات ومقارنات احصائية للتوصل الى دراسة المطابقة والاختلاف في النتائج، وتلك الدراسات تم الحصول عليها من قواعد البيانات العالمية وعبر استخدام مترادفات تعبر عن متغيرات الدراسة الحالية مثل (فاعلية لجان المراجعة، جودة المراجعة، لجان المراجعة، واليات حوكمة الشركات) وقد تم الحصول على 85 دراسة ذات علاقة بالمتغيرات، وقد أظهرت النتائج الاجمالية أن هناك علاقة عكسية بين استقلالية لجان المراجعة وإدارة الأرباح، على اعتبار أن وجود اللجان يحسن من عملية اعداد وعرض القوائم المالية، كما وبينت النتائج وجود علاقة عكسية بين حجم لجان المراجعة وإدارة الأرباح، ووجود علاقة عكسية بين خبرة لجان المراجعة وإدارة الأرباح، ووجود علاقة عكسية بين حجم شركة التدقيق ممثلة ضمن أكبر شركات المراجعة العالمية Big N وبين إدارة الأرباح. كما وبينت دراسة (Alzoubi, 2016) العلاقة بين جودة المراجعة وإدارة الأرباح في الشركات المساهمة العامة الأردنية، بحيث تم قياس جودة الأرباح من خلال أتعاب المراجع، وحجم شركة المراجعة وعبر قياسها اذا كانت ضمن Big 4، وقد بلغت عينة الدراسة 86 شركة مدرجة في عمان المالي والتي تم تحليل تقاريرها المالية من العام 2007 الى العام 2010، وقد أظهرت النتائج أن هناك علاقة عكسية بين جودة المراجعة وإدارة الأرباح (والتي تم قياسها عبر المستحقات التقديرية)، وان ممارسات إدارة الأرباح تنخفض مع زيادة استقلالية لجان المراجعة، وتنخفض أيضا ممارسات الادارة عندما تعتمد الشركة واحدة من الشركات العالمية للمراجعة Big 4، كما وأظهرت النتائج أن ممارسات إدارة الأرباح تنخفض مع ازدياد أتعاب مراجعين الحسابات، وأن هناك علاقة طردية بين إدارة الأرباح والرافعة المالية. كما هدفت دراسة (Rusmin, Et al, 2014) الى قياس تأثير فائض التدفق النقدي الحر وجودة المراجعة على إدارة الأرباح في الشركات المدرجة كل من بورصة اندونيسيا، وماليزيا، وسنغافورة خلال الفترة الممتدة من 2005-2010، كما تم استخدام نموذج جونز المعدل (1991) لقياس المستحقات التقديرية لمتغير إدارة الأرباح، وقد أشارت النتائج أن مدراء الشركات والتي تتمتع بفائض تدفق نقدي حر مرتفع وفرص نمو منخفضة يميلون الى استخدام البدائل المحاسبية لزيادة دخل الشركة، وقد ظهر ذلك في الشركات المدرجة في بورصة ماليزيا بصورة أكبر من سنغافورة واندونيسيا، وان هناك علاقة سلبية بين جودة المراجعة وإدارة الأرباح، وان الشركات التي خضعت للمراجعة من قبل واحدة من شركات المراجعة العالمية Big 4 تستخدم المستحقات التقديرية بصورة أقل من الشركات التي لا تدقق من قبل شركات المراجعة العالمية، وأن النتائج اشارت لعدم دلالة الشركات التي تدقق من قبل شركات المراجعة العالمية وإدارة الأرباح عندما يكون المتغير الوسيط فائض التدفق النقدي الحر مرتفع، وقد ظهر ذلك في الشركات المدرجة في بورصة ماليزيا وسنغافورة، وقد أظهرت النتائج أيضا أنه لا يوجد تأثير للرافعة المالية على إدارة الأرباح، وأن هناك علاقة طردية بين حجم الشركة والذي تم قياسه عبر القيمة السوقية لحقوق الملكية وبين إدارة الأرباح. كما هدفت دراسة (Mohammad, Et al, 2016) الى بيان الآثار المترتبة لتطبيق مدونة الحوكمة الماليزية المنقحة للعام 2007 نحو فاعلية لجان مجلس الادارة ولجان التدقيق على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية الماليزية، وذلك في أعقاب سيطرة الشركات الصينية على العديد من الشركات الماليزية، وتكونت عينة الدراسة من 201 شركة صناعية بياناتها للفترة من 2004 حتى 2009، وقد بلغت بيانات المشاهدات 1206 مشاهدة، وقد أظهرت النتائج أن هناك علاقة ايجابية بين فاعلية مجلس الادارة ولجان التدقيق وفق مدونة الحوكمة وبين إدارة الأرباح، كما تشير النتائج أن الية الحوكمة المطبقة في الشركات المالية غير كافية في منع ممارسات إدارة الأرباح وهناك حاجة الى جهد اضافي لتحسين عنصر مجلس الادارة حسب مدونة الحوكمة. كما وهدفت دراسة (الكبيسي, 2017) الى بيان العلاقة بين الالتزام بأبعاد حوكمة الشركات وعلاقتها في تقييد ممارسات إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المساهمة العامة الفلسطينية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام نموذج جونز المعدل (Jones, 1991) (Dechow, Et al, 1995-1996)، والذي يركز على قياس الاستحقاقات الكلية لقياس ممارسات إدارة الأرباح، كما تم قياس حوكمة الشركات من خلال مجموعة من أبعادها، وتتألف عينة الدراسة من جميع الشركات الصناعية المساهمة العامة البالغة (13) شركة، على مدار سلسلة زمنية من العام 2012-2015، وقد أظهرت النتائج أن الشركات الصناعية المساهمة قد قامت بممارسة إدارة الأرباح خلال سنوات الدراسة، اضافة الى وجود علاقات متباينة بين أبعاد حوكمة الشركات وإدارة الأرباح. أما دراسة (إبراهيم، 2014) فقد هدفت الى بيان دور لجنة المراجعة في الحد من ممارسات إدارة الأرباح في الشركات المساهمة المصرية

المسجلة ببورصة الأوراق المالية، وذلك عبر دراسة الدور الذي يمكن أن تقوم به لجنة المراجعة بالشركة وفقاً لضوابط معينة لتشكيلها، ومهام محددة تقوم بها، في الحد من ممارسات إدارة الأرباح بالشركة، وفي سبيل تحقيق هذا الهدف قام الباحث بعرض الإطار النظري لكلاً من لجنة المراجعة، والإطار المفاهيمي لإدارة الأرباح بالشركة، وقد قام الباحث بإجراء دراسة تطبيقية لاختبار فروض البحث على عينة قوامها 95 شركة مساهمة مصرية مسجلة بالبورصة المصرية، وقد أظهرت النتائج وجود تأثير جوهري لكلاً من، خبرة أعضاء لجنة المراجعة بالشركة، دعم لجنة المراجعة لاستقلالية المراجع الخارجي للشركة، قيام لجنة المراجعة بفحص نظام الرقابة الداخلية، قيام لجنة المراجعة بفحص التقارير المالية للشركة، نسبة الرافعة المالية بالشركة، والسمعة المهنية للمراجع الخارجي للشركة، على المتغير التابع للبحث وهو مستوى ممارسة إدارة الأرباح بالشركة والذي تم قياسه عن طريق متوسط المستحقات الاختيارية للشركة خلال الفترة من عام 2008 وحتى 2012.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

لقد تنوعت الدراسات السابقة في قياس جودة المراجعة والعوامل التي تؤثر عليها وتأثيرها على إدارة الأرباح، وذلك عبر التركيز على عوامل وخصائص ترتبط بمقدم خدمة المراجعة كارتباطه بمكاتب المراجعة العالمية، وأتعاب المراجعة، وبعض الدراسات ركزت على العوامل التي ترتبط بمن تقدم له الخدمة، كحجم الشركة، ودرجة التزامها بتشكيل لجان للمراجعة، والالتزام بمقومات الحوكمة في بيئات مختلفة، إلا أن الدراسة الحالية ستعمل على المزج بين عوامل جودة المراجعة التي تخص مقدم خدمة المراجعة وعوامل تخص الشركة محل المراجعة، كما وانصب تحليل بيانات مجتمع الدراسة كميًا في الدراسة الحالية على المصارف الفلسطينية المساهمة العامة، والدراسة الحالية من وجهة نظر الباحث هي من الدراسات القليلة التي تناقش هذا الموضوع في بيئة الأعمال الفلسطينية.

فرضيات الدراسة:

بناءً على الإطار النظري والدراسات السابقة وللإجابة على التساؤلات التي تم طرحها في مشكلة الدراسة، يمكن صياغة الفرضيات على النحو التالي:

- الفرضية الأولى (HO1): لا تمارس المصارف الفلسطينية المساهمة العامة إدارة الأرباح.
- الفرضية الثانية (HO2): لا يوجد تأثير لحجم أتعاب مراجع الحسابات الخارجي على ممارسات إدارة الأرباح.
- الفرضية الثالثة (HO3): لا يوجد تأثير لحجم شركة المراجعة على ممارسات إدارة الأرباح.
- الفرضية الرابعة (HO4): لا يوجد تأثير لنسبة الرافعة المالية للمصارف الفلسطينية المساهمة العامة على ممارسات إدارة الأرباح.
- الفرضية الخامسة (HO5): لا يوجد تأثير لحجم المصارف الفلسطينية المساهمة العامة على ممارسات إدارة الأرباح.

مجتمع وعينة ونطاق الدراسة:

يتكون مجتمع وعينة الدراسة من جميع المصارف الفلسطينية المساهمة العامة المدرجة في بورصة فلسطين والتي بلغ عددها 6 مصارف خلال العام 2017، وذلك بعد استبعاد أحد المصارف لحدائه ادراجه خلال العام 2017 في بورصة فلسطين، وقد حققت عينة الدراسة الشروط التالية:

- يتوفر لها كل البيانات اللازمة لإجراء اختبارات الدراسة، وعلى وجه الخصوص البيانات المتعلقة باحتساب المستحقات الاختيارية.
- أن لا تكون قد أدمجت أو أوقفت عن التداول خلال فترة الدراسة.

ويشمل نطاق الدراسة التطبيقية بيانات قطاع مستعرض Cross Section على مدار سلسلة زمنية من بداية العام 2014 حتى نهاية العام

نموذج الدراسة وقياس المتغيرات:

في ضوء الاستناد الى النتائج التي توصلت اليها الدراسات السابقة وفي وضوء مشكلة وأهداف الدراسة، تم بناء نموذج يوضح العلاقة التأثيرية بين ادارة الأرباح كمتغير تابع، وبين العوامل المؤثرة على جودة المراجعة كمتغيرات مستقلة، والمتغيرات الضابطة وذلك على النحو التالي:

$$Emi,t = a0 + a1 \text{ Audit Fees } i + a2 \text{ Audit Size(Big 4)} i + a3 \text{ (Leverage)} i + a4 \text{ (Size of Bank)} i + e i$$

حيث أن:

- Emi,t : المتغير التابع، هو مقياس للإدارة الأرباح للشركة i في الفترة t .
- $a0$: قيمة الثابت (Constant).
- $a1$: قيمة الميل (Slope) للمتغير المستقل.
- Audit Fees : حجم أتعاب المراجعة
- Audit Size(Big 4) : حجم شركة المراجعة، يعبر عن نوع شركة المراجعة اذا كانت من ضمن أكبر أربع شركات التدقيق في العالم.
- Size of Bank : حجم المصرف، والذي سيقاس عبر اللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الأصول في نهاية المدة.
- Leverage : الرافعة المالية للمصرف.

قياس متغيرات النموذج:

- ادارة الأرباح (Earnings Management-Em): سيم قياس ممارسات ادارة الأرباح من خلال اجمالي المستحقات Total Accruals حسب نموذج جونز (Jones, 1991) المعدل (Dechow, Et al, 1995-1996)، والذي يركز على قياس الاستحقاقات الاجمالية، وتقسيمها الى اختيارية-غير متوقعة (Discretionary-unexpected portions)، وإلى غير اختيارية-متوقعة (Non-discretionary- expected)، وهو يعد من أفضل النماذج المستخدمة في العديد من الأدبيات والأكثر قدرة على كشف ممارسات ادارة الأرباح، وذلك وفق الخطوات التالية: (Mohammad, Et al, 2016)، (Sani, Et al, 2012)، (Nakashima & Ziebart, 2015)، (Habbash, 2012)، (Chen, Et al, 2014)، (Iqbal & Strong, 2010)، (Alzoubi, 2016)، (Khamoussi, 2016)، (Ammer & Zaluki, 2017)، (ابراهيم، 2011):.
- تقدير الاستحقاقات الكلية: ويتم تقديرها وفقا لمنهج قائمة الدخل لتخفيض الأخطاء والتحيز عند تقدير الاستحقاقات، ويتم قياس الاستحقاقات الكلية وفق المعادلة التالية:

$$Tait/ Ait-1 = Nlit - CFOit(1)$$

ويتم قسمة الناتج على اجمالي الأصول في بداية الفترة، حيث أن:

- $TAit$: الاستحقاقات الكلية للمصرف i في الفترة t وتمثل الفرق بين صافي الدخل قبل البنود غير العادية وبين صافي التدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية من واقع قائمة التغير في المركز المالي.
- $Nlit$: صافي الدخل التشغيلي للمصرف i في الفترة t
- $CFOit$: صافي التدفق النقدي من الأنشطة التشغيلية للمصرف i في الفترة t

- يتم تقدير الاستحقاقات غير الاختيارية (NDAit) Non-discretionary accruals من خلال تقدير معالم النموذج المتنبأ بها باستخدام معادلة الانحدار التالية:

$$NDAit = \alpha_1(1/Ait-1) + \beta_1[(\Delta REVit - \Delta RECit)/Ait-1] + \beta_2(PPEit/Ait-1) + e \dots\dots(2)$$

حيث أن:

NDAit : الاستحقاقات غير الاختيارية للمصرف i في الفترة t
 Ait-1 : اجمالي الأصول للمصرف i في للفترة t-1 في نهاية السنة.
 $\Delta REVit$: التغير في ايراد المبيعات من الفترة t الى الفترة t-1 للمصرف i
 $\Delta RECit$: التغير في صافي حسابات المدينين من الفترة t الى الفترة t-1 للمصرف i
 PPEit : اجمالي الأصول القابلة للاهلاك (اجمالي الآلات والمعدات والعقارات) للمصرف i في الفترة t (نهاية السنة)

- يتم حساب الاستحقاقات الاختيارية Discretionary من خلال الفرق بين الاستحقاقات الكلية والاستحقاقات غير الاختيارية, والتي تمثل الباقي Residuals, عبر المعادلة التالية:

$$DAit = Tait/Ait-1 - NDAit \dots\dots(3)$$

وحيث أن: DAit : الاستحقاقات الاختيارية للمصرف i في الفترة t

حجم شركة المراجعة (Big 4):

يعبر عن نوع شركة المراجعة اذا كانت ضمن أكبر أربع شركات المراجعة في العالم, بحيث يأخذ القيمة واحد اذا كانت الشركة المساهمة العامة يدقق حساباتها شركة تدقيق ضمن(Big 4) والتي هي (PricewaterhouseCoopers; Ernst & Young; Deloitte Touche Tohmatsu) (KPMG), ويأخذ صفر بخلاف ذلك.

- حجم أتعاب المراجعة: ستستخرج من التقارير المالية لكل مصرف للأعوام 2014-2015-2016.
- حجم المصرف: والذي سيقاس عبر اللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الأصول في نهاية المدة. ويهدف هذا المتغير إلى قياس الاختلاف بين المصارف من حيث حجمها وأثر ذلك على إدارة الأرباح. ففي حين أظهرت بعض الدراسات مثل دراسة (Alzoubi, 2016; Alves, 2013; Chen, Et al, 2007; الكبيجي, 2017) بأن حجم الشركة يؤثر طردياً على إدارة الأرباح، بحيث أن الشركات الكبيرة قد يكون لديها دوافع أكبر للتلاعب برقم صافي الربح عبر اختيار الممارسات والبدائل المحاسبية والتي تخفض من رقم الربح باعتبار تلك الشركات تسعى إلى تخفيض التكلفة السياسية والتي تكون محط أنظار الحكومات. في حين أظهرت بعض الدراسات أن حجم الشركة يؤثر سلباً على المستحقات الاختيارية (Gerayli, Et al, 2011)
- نسبة الرفع المالي: وهي عبارة عن اجمالي الديون الى اجمالي الأصول. ويهدف هذا المتغير لقياس أثر الضغوطات الممارسة من قبل الدائنين على تحسين جودة وملاءة التقارير المالية للمصرف. وقد أظهرت بعض الدراسات (Alzoubi, 2016; Alves, 2013; Gerayli, Et al, 2011; الكبيجي, 2017) تأثير الرافعة المالية طردياً على إدارة الأرباح على اعتبار أن الشركات ذات الرافعة المالية المرتفعة تميل إلى ممارسات إدارة الأرباح للتخفيف من قيود الدين المفروضة. في حين أن بعض الدراسات (Park & Shin, 2014; Peasnell, Et al, 2000) أظهرت التأثير السلبي بين الرافعة المالية وإدارة الأرباح على اعتبار أن الشركات ذات الرافعة المالية العالية تكون أقل قدرة على ممارسات الأرباح لأنها تقيم بشكل مستمر من قبل الدائنين.

عرض نتائج الدراسة واختبار الفرضيات:

تلخيص لنتائج الدراسة واختبار الفرضيات فيما هو آت:

وصف متغيرات الدراسة:

جدول 1: المتغيرات المستقلة الكمية وهي: حجم المصرف، حجم أتعاب المراجعة، الرافعة المالية للمصرف، حجم شركة المراجعة (Big 4).

Years	Size of Bank (Doller Currency)	Auditing Fees (Doller Currency)	Financial Leverage	Audit Size(Big 4)			
				Big4		Non-Big4	
				Freq.	Percent	Freq.	Percent
2014	875304221	266194.667	0.686033	3	50%	3	50%
2015	1010534433	301705.333	0.698967	5	84%	1	16%
2016	1278597473	347037.6667	0.69715	6	100%	0	0

بالتركيز على المتغيرات الكمية المرتبطة بجودة المراجعة نلاحظ في الجدول رقم (1) أن حجم المصارف الفلسطينية المساهمة العامة مقاسا بأجمالي الموجودات في تزايد مستمر خلال السنوات الثلاثة بحيث بلغ متوسط اجمالي الموجودات للعام 2016 مبلغ 1278597473 دولار، وهو ما تتطلبه اتفاقيات بازل وسعيا في مواجهة المخاطر المحتملة والضغوط الاقتصادية والمالية وعبر ما تتطلبه من رفع قياس كفاية رأس المال، وبسبب المنافسة المستمرة بين المصارف عبر سعيا المستمر في اقناع العملاء والشركات بدرجة الأمان التي تتمتع بها. كما ويلاحظ ارتفاع متوسط نسبة الرافعة المالية خلال العام 2015 والتي بلغت 69.8% ثم انخفض اعتماد المصارف على الديون خلال العام 2016 لتصل الى 69.7% ، والتي تبين درجة اعتماد المصارف على الديون في تمويل أصولها وهو ما تؤكد عليه اتفاقيات بازل (3) على استخدام الرفع المالي في الحدود الضيقة.

كما يلاحظ أن حجم أتعاب المراجعة في تصاعد من عام الى اخر حيث بلغ متوسط أتعاب المراجعة على المصارف الفلسطينية المساهمة العامة 266194.67 دولار في العام 2014، واستمرت في الصعود حتى بلغت في عام 2016 ما متوسطه 347037.67 دولار، بحيث تعكس أتعاب المراجعة ما يتحمله المراجع من جهد ومخاطر ومسؤوليات، وما يتكبده من تكلفة، وقد يقوم المراجع بتقليل خطر وجود أخطاء أو تحريفات في القوائم المالية الى أدنى درجة ممكنة في ضوء الأتعاب المتفق عليها- والتي قد تكون منخفضة- الأمر الذي يسبب حدوث ممارسات المراجعة غير المنتظمة Irregular practices ، مما لا يسمح بتقديم تأكيد معقول بشأن صدق وعدالة القوائم المالية، والتي قد تتضمن ممارسات انتهازية تحقق مصالح ادارة الشركة. كما يلاحظ من الجدول السابق سيطرة شركات المراجعة العالمية (Big4) على المصارف الفلسطينية المساهمة العامة بصورة متزايدة خلال السنوات الثلاثة بحيث بلغت سيطرة تلك الشركات على عمليات المراجعة للمصارف للعام 2014 بنسبة 50% الى أن وصلت النسبة خلال العام 2016 الى 100% بحيث قد تكون تلك الشركات الأقدر على تقديم خدمات مراجعة ذات جودة عالية من مكاتب المراجعة الأخرى، بالإضافة الى سعي تلك الشركات الى المحافظة على سمعتها والتهرب من أية مسؤولية قانونية مستقبلية في حال ثبت تقصيرها في عمليات واجراءات المراجعة، الأمر الذي يؤهل تلك الشركات لأن تراقب تصرفات الادارة وتساهم في منع التحريفات في القوائم المالية.

-الاحصاء الوصفي للمتغير التابع ادارة الأرباح

يعرض الجدول التالي رقم(2) تكرارات ونسب ممارسة وعدم ممارسة المصارف الفلسطينية المساهمة العامة للإدارة الأرباح لسنوات الدراسة من 2014- 2016. بحيث اعتبر في المرحلة الاولى من القياس الوصفي لمتغير ادارة الأرباح كمتغير وهمي Dummy variable ، فاذا زادت المستحقات الاختيارية عن متوسطها الحسابي لكل سنة فان الشركة قد مارست ادارة الأرباح خلال العام وتعطى القيمة (1)، والا فإنها لم تقم بممارسة ادارة الأرباح وتعطى القيمة (0).

جدول 2: التكرارات والنسب المئوية لممارسة وعدم ممارسة الشركات الصناعية للإدارة الأرباح

السنة	المصارف الممارسة		المصارف غير الممارسة		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
2014	4	67%	2	33%	6	100%
2015	4	67%	2	33%	6	100%
2016	6	100%	0	0%	6	100%

يلاحظ من الجدول السابق أعلاه بأن هناك تباين بين المصارف عبر السنين من حيث ممارسة ادارة الأرباح، حيث ظهر أعلى تكرار لممارسة ادارة الأرباح في العام 2016 بواقع ستة مصارف مساهمة عامة وبما نسبته 100%، ويعزو الباحث ذلك الى حداثة متطلبات الإفصاح من قبل هيئة سوق رأس المال الفلسطينية وبورصة فلسطين، التي يترتب على الشركات المساهمة العامة اظهارها في التقارير والقوائم المالية وبما يتواءم مع معايير المحاسبة الدولية والابلاغ المالي ومعايير التدقيق الدولية، الأمر الذي يحد من ممارسات ادارات تلك المصارف في التأثير على عمليات القياس المحاسبي للأرباح المتحققة، وهذا يظهر مدى جدية هيئة سوق رأس المال الفلسطينية وبورصة فلسطين في الزام الشركات بعرض المعلومات المالية والإفصاح عنها بعدالة وشفافية، الأمر الذي يعزز من المصادقية والموثوقية في التقارير المالية ويساعد على تعزيز ثقة مستخدمي تلك المعلومات، غير أن ارتفاع نسبة ممارسة ادارة الأرباح في السنة الأخيرة، ربما يكون مرده أيضا شعور بعض المصارف بأن عملية التزامها بمعايير الإفصاح يترتب عليه بعض المشاكل التي سوف تنعكس سلبا على عرض الأوضاع المالية للشركة، بالإضافة الى احتمالية عثور الشركات على بعض الثغرات في قانون الإفصاح، ومن ثم استغلالها في خدمة مصالح الادارة، أو ناتجا عن تقييم بعض الأصول بالقيمة العادلة، والذي انعكس على الدخل ولم ينعكس على قائمة التدفقات النقدية.

- اختبار الفرضية الأولى: لا تمارس المصارف الفلسطينية المساهمة العامة ادارة الأرباح. حيث أظهرت الاحصاءات ظهور تكرارا لممارسة ادارة الأرباح خلال فترة الدراسة 2014-2016. وعليه تم اجراء اختبار مدى معنوية الممارسة وذلك باستخدام اختبار ذو الحدين Binomial Test وهو من الاختبارات اللامعلمية (Zhang & Lui, 2009; Alzoubi), وقد ظهرت النتائج كما في الجدول رقم (3).

جدول 3: Binomial Test اختبار ذو الحدين

EARMANG ادارة الأرباح	شركات ممارسة شركات غير ممارسة	التصنيف	عدد المشاهدات	نسبة المشاهدات	الدلالة المعنوية
	شركات ممارسة	1	14	0.78	0.031
	شركات غير ممارسة	0	4	0.22	

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المصارف الفلسطينية المساهمة العامة قد مارست ادارة الأرباح خلال فترة الدراسة وبما نسبته 78%، وذلك بعدد مشاهدات بلغت (14) مشاهدة من أصل (18) مشاهدة، في حين بلغت نسبة المصارف غير الممارسة 22% بعدد مشاهدات (3) مشاهدة.

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة الدلالة المعنوية تساوي (0.031) وهي أقل من مستوى الدلالة الاحصائية 5% وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل البديلة والتي تنص على أنه "تمارس المصارف الفلسطينية المساهمة العامة ادارة الأرباح"، وتتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات السابقة التي أجريت في بيئات مختلفة: (Khamoussi, 2016; Alzoubi, 2016; Rusmin, Et al, 2014; Ozili, 2017; الكبيجي, 2017; ابراهيم, 2014; حمدان, وأبو عجيلة, 2012)

- اختبار الفرضية الثانية (HO2): لا يوجد تأثير لحجم أتعاب مراجع الحسابات الخارجي على ممارسات ادارة الأرباح.

لاختبار صحة الفرضية، تم استخدام اختبار الانحدار البسيط لقياس تأثير حجم أتعاب مراجع الحسابات الخارجي على ممارسات الادارة في المصارف الفلسطينية المساهمة العامة الفلسطينية لإدارة الأرباح بأساليبها وإجراءاتها المتعددة لدى إعداد البيانات المالية الصادرة عنها، وذلك كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول 4: نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Linear Regression) لقياس تأثير حجم أتعاب مراجع الحسابات الخارجي على ممارسات ادارة الأرباح في المصارف الفلسطينية المساهمة العامة الفلسطينية)

معامل الانحدار				قيمة F المحسوبة	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R
المتغير المستقل	قيمة Beta	قيمة t المحسوبة	الدلالة الإحصائية			
حجم أتعاب مدقق الحسابات الخارجي	1.286E-7	0.226	0.824	0.051	0.003	0.056

يتضح من الجدول السابق بأن نموذج الانحدار البسيط لتمثيل تأثير حجم أتعاب مراجع الحسابات الخارجي على ممارسة إدارة الأرباح لم يكن معنوياً، فقد بلغت قيمة الدلالة الإحصائية (0.824) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)، وأن قيمة F المحسوبة قد بلغت (0.051) وأن قيمة معامل الارتباط بين هذين المتغيرين ضعيفة بحيث أن قيمة R قد بلغت (0.056)، وقد بلغت قيمة R² أي أن متغير (حجم أتعاب مراجع الحسابات الخارجي) لا يفسر سوى (0.3%) من متغير (مدى ممارسة إدارة الأرباح) وباقي التفسير يرجع لمتغيرات أخرى لم يتم دراستها أو إدخالها في نموذج الانحدار، وأن الزيادة في (حجم أتعاب مراجع الحسابات الخارجي) بوحدة واحدة سوف يؤدي إلى زيادة مستوى ممارسة إدارة الأرباح بمعدل بسيط يقدر (1.286×10^{-7})، وبذلك نقبل الفرضية العدمية، والتي تنص بأنه "لا يوجد تأثير لحجم أتعاب مراجع الحسابات الخارجي على ممارسات ادارة الأرباح".

وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (حمدان، وأبو عجيلة، 2012) الأمر الذي يظهر أن حجم أتعاب مراجع الحسابات الخارجي لا يعد حافزاً نحو تشجيع المراجع على بذل جهد أكبر في الكشف عن ممارسات ادارة الأرباح، والذي قد يفسر ان شركات المراجعة قد تمايز في اختيارها العميل المرتقب والذي يشكل نسب مخاطرة وممارسات محاسبية ابداعية منخفضة نوع ما، بحيث لا يؤثر على كلفة المراجعة ضمن نسب تحددها شركة المراجعة ويحافظ في نفس الوقت على سمعتها.

- اختبار الفرضية الثالثة (H03): لا يوجد تأثير لحجم شركة المراجعة على ممارسات ادارة الأرباح.

لاختبار صحة الفرضية، تم استخدام اختبار الانحدار البسيط لقياس تأثير حجم شركة المراجعة الخارجي (Big4) على ممارسات الادارة في المصارف الفلسطينية المساهمة العامة الفلسطينية لإدارة الأرباح بأساليبها وإجراءاتها المتعددة لدى إعداد البيانات المالية الصادرة عنها، وذلك كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول 5: نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Linear Regression) لقياس تأثير حجم شركة المراجعة على ممارسات ادارة الأرباح في المصارف الفلسطينية المساهمة العامة الفلسطينية)

معامل الانحدار				قيمة F المحسوبة	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R
المتغير المستقل	قيمة Beta	قيمة t المحسوبة	الدلالة الإحصائية			
Audit Size (Big 4) حجم شركة المراجعة	1200.	0.483	6360.	0.233	014.0	120.0

يتضح من الجدول السابق بأن نموذج الانحدار البسيط لتمثيل تأثير حجم شركة المراجعة على ممارسة إدارة الأرباح غير دال معنوياً، فقد بلغت قيمة الدلالة الإحصائية (0.636) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)، وأن قيمة F المحسوبة قد بلغت (0.233)، وأن قيمة معامل الارتباط بين هذين المتغيرين ضعيفة وان اتجاه العلاقة طردية بحيث أن قيمة R قد بلغت (0.120)، وقد بلغت قيمة R² أي أن متغير (حجم شركة المراجعة) لا يفسر سوى (1.4%) من متغير (مدى ممارسة إدارة الأرباح) وباقي التفسير يرجع لمتغيرات أخرى لم يتم دراستها أو إدخالها في نموذج الانحدار، وأن الزيادة في (حجم شركة المراجعة) بوحدة واحدة سوف يؤدي إلى زيادة مستوى ممارسة إدارة الأرباح بمعدل بسيط يقدر (0.120)، وبذلك نقبل الفرضية العدمية، والتي تنص بأنه "لا يوجد تأثير لحجم شركة المراجعة على ممارسات ادارة الأرباح".

وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (رضوان، 2013)، (حمدان، وأبو عجيلة، 2012)، (Ozili، 2017)، الأمر الذي يشير الى عدم اعتبار شركات المراجعة المصنفة عالمياً ضمن Big4 فعالة في الحد من ممارسات ادارة الأرباح، وهذا ما يتوافق مع نتيجة الفرضية الأولى والتي أظهرت ان المصارف تمارس ادارة الأرباح، وبالتالي المعايير والمسؤوليات والمهام الملقاة على شركات المراجعة سواء صنفت تلك الشركات ضمن شركات المراجعة العالمية أم لم تصنف، ستكون متساوية عندما تكلف تلك الشركات بمراجعة عمليات المصارف المساهمة العامة والتي تحكمها القوانين الخاص بالشركات المساهمة العامة وقانون المصارف الفلسطيني للعام 2010، وقوانين ورقابة سلطة النقد الفلسطينية (سلطة النقد الفلسطينية:www.pma.ps).

- اختبار الفرضية الرابعة (HO4): لا يوجد تأثير لنسبة الرافعة المالية للمصارف الفلسطينية المساهمة العامة على ممارسات إدارة الأرباح.

لاختبار صحة الفرضية، تم استخدام اختبار الانحدار البسيط لقياس تأثير نسبة الرافعة المالية على ممارسات الادارة في المصارف الفلسطينية المساهمة العامة الفلسطينية لإدارة الأرباح بأساليبها وإجراءاتها المتعددة لدى إعداد البيانات المالية الصادرة عنها، وذلك كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول 6: نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Linear Regression) لقياس تأثير نسبة الرافعة المالية على ممارسات ادارة الأرباح في

المصارف الفلسطينية المساهمة العامة الفلسطينية)

معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة F المحسوبة	معامل الانحدار		
			المتغير المستقل	قيمة β	قيمة t المحسوبة
0.746	0.556	20.063	Leverage نسبة الرافعة المالية	1.288	4.479
					الدالة الإحصائية 0.00

يتضح من الجدول السابق بأن نموذج الانحدار البسيط لتمثيل تأثير نسبة الرافعة المالية على ممارسة إدارة الأرباح دال معنوياً، فقد بلغت قيمة الدلالة الإحصائية (0.00) وهي أقل من مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)، وأن قيمة F المحسوبة قد بلغت (20.063)، وأن قيمة معامل الارتباط بين هذين المتغيرين عالية وان اتجاه العلاقة طردية بحيث أن قيمة R قد بلغت (0.746) وان قيمة معامل بيتا = 1.288 موجب، بحيث أنه كما زادت نسبة الرافعة المالية لدى المصارف كما زادت ممارسات ادارة الأرباح من قبل ادارة المصارف، وقد بلغت قيمة R^2 أي أن متغير (نسبة الرافعة المالية) يفسر (55.6%) من متغير (مدى ممارسة إدارة الأرباح) وباقي التفسير يرجع لمتغيرات أخرى لم يتم دراستها أو إدخالها في نموذج الانحدار، وبذلك نرفض الفرضية العدمية ونقبل البديلة والتي تنص بأنه "يوجد تأثير لنسبة الرافعة المالية على ممارسات ادارة الأرباح". وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (Alves، 2013; Khmoussi & Zehri; Rusmin، Et al، 2014; Alzoubi، 2016; Gerayli et al.، 2011; 2014) بحيث أن المصارف والتي يكون لديها رافعة مالية مرتفعة سيكون لدى مدراءها دافع لأن تمارس ادارة الأرباح عبر رفع قيمة المستحقات الاختيارية وذلك للتخفيف من قيود الدين المفروضة.

- الفرضية الخامسة (HO5): لا يوجد تأثير لحجم المصارف الفلسطينية المساهمة العامة على ممارسات إدارة الأرباح.

لاختبار صحة الفرضية، تم استخدام اختبار الانحدار البسيط لقياس تأثير حجم المصارف على ممارسات الادارة في المصارف الفلسطينية المساهمة العامة الفلسطينية لإدارة الأرباح بأساليبها وإجراءاتها المتعددة لدى إعداد البيانات المالية الصادرة عنها، وذلك كما هو موضح في الجدول التالي:

يتضح من الجدول (7) أن نموذج الانحدار البسيط لتمثيل تأثير حجم المصارف (مقاساً باللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الأصول) على ممارسة إدارة الأرباح دال معنوياً، فقد بلغت قيمة الدلالة الإحصائية (0.024) وهي أقل من مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)، وأن قيمة F المحسوبة قد بلغت (6.216)، وأن قيمة معامل الارتباط بين هذين المتغيرين متوسطة وان اتجاه العلاقة طردية بحيث أن قيمة R قد بلغت (0.529) وان قيمة معامل بيتا = 0.529 موجب، بحيث أنه كلما ازداد حجم المصرف كما زادت ممارسات ادارة الأرباح من قبل ادارة

المصارف، وقد بلغت قيمة R^2 أي أن متغير (حجم المصرف) يفسر (28%) من متغير (مدى ممارسة إدارة الأرباح) وباقي التفسير يرجع لمتغيرات أخرى لم يتم دراستها أو إدخالها في نموذج الانحدار، وبذلك نرفض الفرضية العدمية ونقبل البديلة والتي تنص بأنه "يوجد تأثير لحجم المصارف الفلسطينية المساهمة العامة على ممارسات إدارة الأرباح".

جدول 7: (نتائج اختبار الانحدار البسيط (Simple Linear Regression) لقياس تأثير حجم المصارف على ممارسات إدارة الأرباح في المصارف

الفلسطينية المساهمة العامة الفلسطينية)

معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2	قيمة F المحسوبة	معامل الانحدار		
			المتغير المستقل	قيمة B	قيمة t المحسوبة
.5290	.2800	6.216	Size of Bank (LogSize) حجم المصرف	0.529	2.493
					الدلالة الإحصائية 0.024

وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (Alves, 2013; Chen et al., 2007; Alzoubi, 2016; Rusmin, Et al, 2014; الكبيسي, 2017). وحيث أن حجم المصرف يؤثر على ميل إدارة المصرف لممارسة إدارة الأرباح، فالمصارف كبيرة الحجم في اجمالي أصولها، بما تملكه من قيم للأصول والودائع وموارد مالية ومهارات وخبرات يكون لديها القدرة على ممارسة وتغطية التأثيرات السلبية لإدارة الأرباح أمام جمهور المساهمين وأصحاب المصالح مقارنة مع المصارف صغيرة الحجم والتي لا تمتلك تلك القدرات والمحفزات.

النتائج والتوصيات:

النتائج:

في ضوء الاطار النظري وتحليل البيانات واختبار الفرضيات تم التوصل الى النتائج التالية:

- ان المصارف الفلسطينية المساهمة العامة المدرجة في بورصة فلسطين قد قامت بممارسة ادارة الأرباح خلال مختلف سنوات الدراسة من 2014- 2016 رغم وجود بعض التباين خلال تلك السنوات والذي يظهر جليا في عامي 2015- 2016، كما وبلغت نسبة المشاهدات للمصارف الفلسطينية المساهمة العامة والتي قد مارست ادارة الأرباح خلال فترة الدراسة نسبة 78%.
- لا يوجد تأثير لحجم أتعاب مراجع الحسابات الخارجي على ممارسات ادارة الأرباح في المصارف الفلسطينية المساهمة العامة، من خلال المستحقات الاختيارية.
- لا يوجد تأثير لحجم شركة المراجعة على ممارسات ادارة الأرباح في المصارف الفلسطينية المساهمة العامة، من خلال المستحقات الاختيارية.
- يوجد تأثير لنسبة الرافعة المالية للمصارف الفلسطينية المساهمة العامة على ممارسات إدارة الأرباح من خلال المستحقات الاختيارية، وأن هناك علاقة طردية قوية بينهما، بحيث أنه كلما زادت نسبة الرافعة المالية لدى المصارف كما زادت ممارسات ادارة الأرباح من قبل ادارة المصارف.
- يوجد تأثير لحجم المصارف الفلسطينية المساهمة العامة على ممارسات إدارة الأرباح من خلال المستحقات الاختيارية، وأن هناك علاقة طردية متوسطة بينهما، بحيث أنه كلما زاد حجم المصارف كما زادت ممارسات ادارة الأرباح من قبل ادارة المصارف.

التوصيات:

اهم توصيات الدراسة ما يأتي:

- التأكيد على توفير بيئة مراجعة ذات جودة عالية، من خلال التزام شركات ومكاتب المراجعة بالإرشادات الواردة في معايير جودة

الأداء من أجل تحسين مستوى أداء مهنة المراجعة في فلسطين، مع تدريب وتحفيز المراجعين والمحاسبين على التمسك بمفهوم الجودة في أداء المهام.

- ضرورة الاهتمام بتشجيع مكاتب المراجعة الفلسطينية على الارتباط بشركات المراجعة العالمية والموجودة في السوق الفلسطينية، والتي تمتلك الموارد والامكانيات والشهرة وتلتزم بمعايير صارمة للجودة، الأمر الذي يعزز من جودة المراجعة، ويحد من ممارسات ادارة الأرباح.
- ضرورة اهتمام المصارف وشركات المراجعة بحجم أتعاب مراجعين الحسابات بالتناسب مع الجهد وحجم العمليات ومخاطر المراجعة، ويحد من تمايز شركات المراجعة فيما بين أحجام المصارف والشركات محل المراجعة، والذي سينعكس في الحد من التحريفات وممارسات ادارة الأرباح والذي سيحسن من جودة التقارير المالية.
- على شركات المراجعة أن تلتفت الى مؤشرات ترتبط بالمصارف محل المراجعة من شأنها أن تثير الشك في قيام تلك المصارف بممارسة ادارة الأرباح، وهي كبر حجم المصارف عبر اجمالي أصولها، وارتفاع مؤشر الرافعة المالية لديها، والعمل على كشف تلك الممارسات وأساليب المحاسبة الابداعية.

المراجع:

المراجع العربية:

- -ابراهيم، سماسم، 2011، دور أبعاد حوكمة الشركات في الكشف عن ممارسات ادارة الأرباح والحد منها دراسة تطبيقية، مجلة الفكر المحاسبي، مصر، دار المنظومة، الرابط: <http://search.mandumah.com/Record/414640>
- إبراهيم، فريد محرم فريد، (2014)، " دور لجنة المراجعة في الحد من ممارسات إدارة الأرباح دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة المصرية المسجلة ببورصة الأوراق المالية" المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة مصر. العدد 3، الصفحات 481 551.
- أبو عواد، بهاء، الكبيسي، مجدي، 2014، أثر الحوكمة المؤسسية على الأداء المالي للبنوك التجارية الفلسطينية دراسة تطبيقية، المجلة العربية للعلوم الادارية، جامعة الكويت، المجلد (21)، العدد (3)، ص 521556.
- إصدارات المعايير الدولية لرقابة الجودة والتدقيق والمراجعة وعمليات التأكيد الأخرى والخدمات ذات العلاقة، 2015، مجلس معايير التدقيق والتأكيد الدولية، المجمع الدولي العربي للمحاسبين القانونيين، الطبعة 2015، الجزء الأول، الأردن.
- رضوان، أحمد جمعة أحمد، 2013، " أثر جودة المراجعة على أساليب إدارة الأرباح: دراسة تطبيقية على شركات المساهمة السعودية . المجلة المصرية للدراسات التجارية، المجلد 37، العدد 3.
- السحار، أكرم، 2015، العلاقة بين تطبيق اطار حوكمة الشركات وجودة الأداء المبرني للمراجع الخارجي، رسالة ماجستير، الجامعة الاسلامية غزة، فلسطين.
- صقر، أحمد علي غازي، زغلول، أحمد حسن محمد، الفداوي، علياء عبد البديع محمد (2016) " أثر جودة عملية المراجعة على الإدارة الحقيقية للأرباح : دراسة تطبيقية " مجلة البحوث التجارية، كلية التجارة – جامعة الزقازيق. المجلد 38، العدد 1
- الطويل، سهام، 2012، دور النظم والمعايير المحاسبية في تحقيق شروط ومتطلبات الحوكمة في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا، الأردن.
- قانون البنوك الأردنية البنك المركزي الأردني 2000، المادة (32)، متاح على الموقع: <http://almohamy.arabblogs.com>
- القانون الفلسطيني لمكافحة عمليات غسيل الأموال رقم (9)، لسنة 2007. متاح على الموقع: <http://muqtafi.birzeit.edu/pg/getleg.asp?id=15885>
- القيسي، رائد فاضل محمد (2016) " بحث تحليلي على عينة من مراقبي الحسابات ومكاتب التدقيق الخارجي في بغداد" كلية الإدارة والاقتصاد – جامعة بغداد قسم المحاسبة، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية المجلد 22، العدد 87.
- الكبيسي، مجدي وائل، 2017، حوكمة الشركات وعلاقتها بإدارة الأرباح في الشركات الصناعية المساهمة العامة الفلسطينية تحليل كمي، ورقة علمية، مؤتمر الحوكمة والتنمية الادارية والاقتصادية في المؤسسات والواقع والطموح، الجامعة الأردنية.

- الكبجي، مجدي وائل، 2015، فاعلية دور لجان المراجعة في مكافحة عمليات غسل الأموال: دراسة تطبيقية على المصارف العاملة في فلسطين، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، الجامعة الأردنية، المجلد 11، العدد 1، ص 117-124.
- محمد، عبد الكريم محمود (2014) "جودة التدقيق قراءة جديدة لمفهوم قديم" معهد الإدارة الرصافة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 5.
- محمود، محمد أحمد حنفي، (2010) "دراسة أثر ظاهرة إدارة الأرباح على جودة القوائم المالية مع دراسة تطبيقية . رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التجارة – جامعة الاسكندرية .
- موقع بورصة فلسطين متاح على الموقع: www.pex.ps
- موقع سلطة النقد الفلسطينية متاح على الموقع: www.pma.ps

المراجع الأجنبية:

- -Alali, F. (2011), "Audit fees and discretionary accruals: compensation structure effect", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 26 No. 2, pp. 90-113.
- -Al-Thuneibat, A. A., Al Issa, R. T. I. and Baker, R. A. A. (2011), "Do audit tenure and firm size contribute to audit quality?: Empirical evidence from Jordan", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 26 No. 4, pp. 317-334.
- -Alves, S. (2013), "The impact of audit committee existence and external audit on earnings management: Evidence from Portugal", *Journal of Financial Reporting and Accounting*, Vol. 11 No. 2, pp. 143-165.
- -Alzoubi, E. , (2016), "Audit quality and earnings management: Evidence from Jordan", *Journal of Applied Accounting Research*, Vol. 17 Iss 2 pp. -Permanent link to this document:: <http://dx.doi.org/10.1108/JAAR-09-2014-0089>
- -Ammer.M & Zaluki.N, 2017, "The role of the gender diversity of audit committees in modelling the quality of management earnings forecasts of initial public", *Gender in Management: An International Journal* , <https://doi.org/10.1108/GM-09-2016-0157>
- -Azzoz. A, Khamees, 2016, The Impact of Corporate Governance Characteristics on Earning Quality and Earnings Management: Evidence from Jordan, *Jordan Journal of Business Administration*, Vol.12, No.1.
- -Cheng.Q, Lee.J, & Shevlin.T, 2015, Internal governance and real earnings management, Electronic copy available at: <http://ssrn.com/abstract=2666117> ,Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/CG-06-2012-0048>
- -Chen, Q., Hemmer, T. and Zhang, Y. (2007), "On the relation between conservatism in accounting standards and incentives for earnings management", *Journal of Accounting Research*, Vol. 45 No. 3, pp. 541-565.
- -Chen. X, Cheng. Q, & Wang. X, 2014, Does increased board independence reduce earnings management? Evidence from recent regulatory reforms, Electronic copy available at: <http://ssrn.com/abstract=2522695>
- -DeANGELO. L, 1981, AUDITOR SIZE AND AUDIT QUALITY, *Journal of Accounting and Economics* 3, University of Pennsylvania, Philadelphia, PA 19104, USA, pp 183-199.
- -Dechow, P; Sloan, R and Sweeney A, P (1995), "Detecting earnings management", *The Accounting Review*, Vol 70, N° 2, pp. 193-225.
- Dechow, P; Sloan, R and Sweeney A, P (1996), "Causes and consequences of earnings manipulation", *Contemporary Accounting Research*, Vol 13, pp.1-36.
- -Gerayli, M. S., Yanesari, A. M. and Ma'atoofi, A. R. (2011), "Impact of audit quality on earnings management: evidence from Iran", *International Research Journal of Finance and Economics*, Vol. 66, pp. 77-84.

- -Habbash. M, 2012, The Role Corporate Governance Mechanisms in Constraining Earnings Managements Practice in Saudi Arabia, Research of Accounting, Vol 11, N(1), Available at: <http://search.mandumah.com/Record/372320>
- -Healy, P. M., and Wahlen, J. M. 1999. A review of the earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting horizons*, 13 (4): 365-383.
- -Iqbal. A, & Strong. N, (2010), "The effect of corporate governance on earnings management around UK rights issues", *International Journal of Managerial Finance*, Vol. 6 Iss 3 pp. 168 - 189, Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/17439131011056215>
- -Jones, J. J (1991), "Earnings management during import relief investigations", *Journal of Accounting Research*, Vol 29, N°2, pp. 193-221.
- -Kastantin.T, 2005, Beyond Earnings Management: Using Ratios to Predict Enron's Collapse, *Managerial Finance*, Vol.31.
- -Khmoussi. I, & Zehri.H, (2016), "Effective audit committee, audit quality and earnings management: Evidence From Tunisia", *Journal of Accounting in Emerging Economies*, Vol. 6 Iss 2 pp. -Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/JAEE-09-2013-0048>
- -Khamoussi. Z , (2016), "Audit committee effectiveness, audit quality and earnings management: a meta-analysis", *International Journal of Law and Management*, Vol. 58 Iss 2 pp. -Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/IJLMA-01-2015-0006>
- -Mohammad.W , Wasiuzzaman.S & Salleh.N , (2016), "Board and audit committee effectiveness, ethnic diversification and earnings management: a study of the Malaysian manufacturing sector", *Corporate Governance*, Vol. 16 Iss 4 pp. 726 - 746, Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/CG-06-2015-0085>
- -Nakashima.M & Ziebart.D , (2015), "Did Japanese-SOX have an impact on earnings management and earnings quality?", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 30 Iss 4/5 pp. 482 - 510, Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/MAJ-06-2013-0890>
- -Ozili.P , (2017) "Bank earnings smoothing, audit quality and procyclicality in Africa. The case of loan loss provisions", *Review of Accounting and Finance*, Vol. 16 Issue: 2, pp. -, doi: 10.1108/RAF-12-2015-0188. Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/RAF-12-2015-0188>
- -Park, Y. W. and Shin, H.H. (2004), "Board composition and earnings management in Canada", *Journal of Corporate Finance*, Vol. 10 No. 3, pp. 431-457.
- -Peasnell, K. V., Pope, P. F. and Young, S. (2000), "Detecting earnings management using crosssectional abnormal accruals models", *Accounting and Business Research*, Vol. 30 No. 4, pp. 313-326.
- Piot C. 2005. Audit Quality and Earnings Management in France, *Social Sciences and Humanities Research Council of Canada*.
- -Ratsula. Olli-Pekka, 2010, The Interplay between Internal Governance Structures, Audit Fees and Earnings Management in Finnish Listed Companies, Master's thesis, Aalto University, School of Economics
- -Rusmin.R, Astami.E, & Hartadi.B , (2014), "The impact of surplus free cash flow and audit quality on earnings management", *Asian Review of Accounting*, Vol. 22 Iss 3 pp. 217 - 232, Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/ARA-10-2013-0062>

- -Sani .M , Abdul Rashid. H& Shawtari. F, (2012), "Corporate governance and earnings management in Malaysian government linked companies", *Asian Review of Accounting*, Vol. 20 Iss 3 pp. 241 - 258, Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/13217341211263283>
- -Sun, J., Lan, G. and Liu, G. (2014), "Independent audit committee characteristics and real earnings management", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 29 No. 2, pp. 153 -172.
- -Yu, J. (2011). Stock Price Informativeness and Corporate Governance: An International Study. *International Review of finance*, Vol.11, No.4, pp. 477-514.
- -Zhang, Y. and Liu, Y. (2009), "Comparison of parametric and nonparametric techniques for non-peak traffic forecasting", *World Academy of Science, Engineering and Technology*, Vol. 51, pp. 7-14

الاتجاهات الحديثة للمعايير المحاسبية الدولية نحو تأكيد الإفصاح والشفافية في القوائم المالية وتحسين أداء المؤسسات

الباحث نورالدين رافع

المركز الجامعي بلحاج بوشعيب . عين تموشنت / الجزائر

ملخص:

انطلاقاً من أهمية ودور المعايير المحاسبية الدولية في ضبط أسس إعداد القوائم المالية وعرض محتواها، قامت بعض الدول بإعداد أنظمتها المحاسبية، وقد شكلت المعايير المحاسبية الدولية جوهر مرجعيتها، وهي تعمل على إخضاع الممارسة المحاسبية إلى معايير تضمن فهم وتفسير المعلومات التي تتضمنها القوائم المالية. وعليه فإن هذه الدراسة تهدف إلى الكشف عن تأثيرات المعايير المحاسبية الدولية على التنظيم المحاسبي، وتجلياتها على مضمون ومحتوى القوائم المالية من خلال ثلاثة محاور أساسية، فكان المحور الأول هو تقديم المرجعية المحاسبية الدولية، ليتم فتح محور ثان حاولت الدراسة من خلاله فهم تركيبة الهيئات المكلفة بإصدار المعايير المحاسبية الدولية، أما المحور الثالث فقد حاولت الدراسة من خلاله الوقوف عند تجليات المرجعية المحاسبية الدولية على الإفصاح والشفافية وأداء المؤسسات. وتستمد الدراسة أهميتها من أهمية التعرف على مضامين المرجعية المحاسبية الدولية (IAS/IFRS) أولاً، ثم الوقوف على أهم تبعيات تطبيق المرجعية المحاسبية الدولية على الإفصاح وانعكاساتها على أداء الشركات. وبناءً على الاعتبارات السابقة التي جعلت من المعايير المحاسبية الدولية المرجعية التي تؤسس لتركيب القوائم المالية المثلى التي تجتمع عندها شروط الإفصاح والشفافية، ورهانا أساسيا للوصول إلى مستوى عال من الأداء، فقد تم طرح إشكالية الدراسة من خلال التساؤل الرئيس الآتي: ما هي تجليات التوجهات الحديثة للمعايير المحاسبية الدولية على الإفصاح والشفافية في القوائم المالية وامتداداتها على أداء الشركات؟

وبناءً على طبيعة موضوع الدراسة، وقصد الإحاطة بمختلف جوانبه، والإجابة على طرح الإشكالية، وقصد الوصول إلى أهداف الدراسة المرجوة، فقد تمت الاستعانة بعدة مناهج، فقد تم استخدام المنهج الوصفي في استعراض المعايير المحاسبية الدولية الصادرة عن (IAS/IASB)، وتمت الاستعانة بالمنهج التاريخي في الأجزاء المتعلقة بمراحل تطور تنظيمات المعايير المحاسبية الدولية لكل من لجنة المعايير المحاسبية الدولية (IAS)، ومجلس المعايير المحاسبية الدولية (IASB)، وتم استخدام المنهج التحليلي عند دراسة أهم تأثيرات المعايير المحاسبية الدولية على الإفصاح وانعكاساتها على أداء المؤسسات.

ومن النتائج الجوهرية التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة أن اختيار البعد الدولي في إعداد النظام المحاسبي للبلد يؤسس بدوره لمحاسبة مالية تعمل على توفير معلومات واضحة تتحلّى بالموثوقية والملاءمة والقابلية للمقارنة، نتيجة إخضاع الممارسة المحاسبية لمعايير تضمن فهم وتفسير المعلومات التي تتضمنها القوائم المالية بالشكل الذي ينسحب إيجاباً على أداء المؤسسات. وخرجت الدراسة بعد اقتراحات، منها تكثيف الجهود في تكوين وتدريب الأفراد العاملين، وبشكل مباشر في وظيفة المحاسبة، والتأكد من قدراتهم وكفاءتهم حول إجراءات التسجيل والتقييم والإفصاح التي تؤكد المعايير المحاسبية الدولية، وكذلك العمل على رفع الثقافة المحاسبية لمستخدمي القوائم المالية بغرض إعطائهم القدرة على قراءتها وفهمها واستغلالها، من خلال برمجة دورات تكوينية خاصة بهم.

الكلمات المفتاحية: المعايير المحاسبية الدولية، القوائم المالية، المعلومات المالية، الإفصاح المحاسبي، الشفافية، الأداء المالي.

مقدمة

اهتمت المحاسبة منذ ظهورها بالمكونات الإجرائية المتخذة في سبيل التسجيل الكمي للأحداث الاقتصادية، والوصف التاريخي لها، وانصب الاهتمام حينها على المكونات الأساسية للعمل المحاسبي، من تسجيل وتبويب، وتلخيص العمليات والأحداث، وصولاً إلى القوائم المالية، فجعلتها وسيلة لتوفير الأدلة والحكم على شرعية وقانونية العمليات التي تقوم بها المؤسسات الاقتصادية، مكتفية بذلك على ما يقوم به المحاسب خلال ممارسته لمهنته، بالاعتماد على ما توفر لديه من مبادئ وقواعد عرفية أقرتها المهنة، واستقر عليها النظام المحاسبي.

إن الأنظمة المحاسبية تستند على خلفيات نظرية وفكرية، وتتأسس على مبادئ وقواعد ومصطلحات في التسجيل والتقييم، وطرق العرض والإفصاح، وتقوم على أساس اختيارات تتماشى مع أبعاد وأهداف النظام المحاسبي من جهة، وتتساق مع مدارك المنظرين وبيئاتهم من جهة أخرى.

فضلا عن ذلك، فلم تعجز المحاسبة عن بلوغ الهدف الذي تسعى إليه، وإتمام الدور الذي وجدت من أجله في ظل اقتصاد مغلق، وقوائم مالية لا تتعدى حدود الدولة، غير أن محصلة التغيرات التي شهدتها العالم نتيجة العولمة، وتزايد عمليات اندماج وتداخل اقتصاديات الدول مع بعضها البعض، حيث أصبحت المعاملات الاقتصادية والمالية تعرف مفهوما دوليا، وازدياد الطلب على المعلومات المالية المعبرة عن حصيلة تلك النشاطات على المستوى الدولي، أحدثت فجوات في الأنظمة المحاسبية بين الدول التي اعتمدت على معايير هي نتاج لتفاعلات بيئية اجتمعت فيها الجوانب الاقتصادية والتاريخية والتنظيمية والسياسية، ويتجسد من خلالها نظام محاسبي خاص في كل دولة، ويختلف عن الأنظمة المحاسبية في الدول الأخرى مما جعل مستخدمي البيانات المالية الذين تعودوا على قراءة القوائم المالية ضمن المرجعية الخاصة ببلدهم، غير قادرين على قراءتها بشكل صحيح إذا اختلفت هذه المرجعية.

ونتيجة لهذا الوضع بدأت تتبلور في الأفق مع مطلع سبعينيات القرن الماضي بوادر علمية تنصب نحو تجسيد مرجعية محاسبية دولية، توفر الأساس المنطقي والعلمي الذي يسمح بتفسير أوجه الممارسة، وتقييم نوعيتها والتنبؤ بالحلول المناسبة للمشاكل المستجدة، وتحديد مضامين المفاهيم والمصطلحات المحاسبية بهدف خلق لغة محاسبية مشتركة، لتتأكد الفكرة وتتجسد بتأسيس لجنة المعايير المحاسبية الدولية (IASC) سنة 1973، حيث انتهجت منذ تأسيسها إستراتيجية مدروسة في مجال إعداد وإصدار المعايير المحاسبية الدولية، استطاعت أن تثبت وجودها على الصعيد الدولي كمصدر أول للمعايير، لاسيما بعد إعادة هيكلتها وإحلالها بمجلس المعايير المحاسبية الدولية (IASB) سنة 2001، الذي وُكِّلَ إليه مهمة إصدار معايير الإبلاغ المالي الدولية (IFRS).

وعليه فإن كل إصدارات (IASC/IASB) وكل تطبيقاتها تُؤسس لنظام محاسبي ينحو بالمحاسبة نحو الطابع الإعلامي الدولي، وتُمكن من الوصول إلى الإفصاح الصادق والكامل عن أداء المؤسسات ووضعتها المالي بغرض تحقيق أهداف الإبلاغ المالي الذي تجتمع فيه شروط إعلام شفاف، وقابل للفهم والاستغلال، وموجه لكافة الجهات المستخدمة للبيانات المالية، باختلاف جنسياتهم وبيئاتهم، واستجابة لهذا الوضع وهذا الواقع عملت معظم الدول على تنظيم وتكييف أنظمتها المحاسبة وفقا للمعايير المحاسبية الدولية، بغرض تجنب سلبيات تعدد الأنظمة المحاسبية واختلافها، ومحاولة إبقائها عند أدنى المستويات.

أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية توجيه الممارسة المحاسبية نحو المعايير المحاسبية الدولية، كونها تعمل على تضييق فجوة الاختلافات التي تطرحها تعددية المرجعيات المحاسبية وتطبيقاتها، خاصة في ظل تبادلات التأثير بين اقتصاديات الدول ببعضها البعض، وهو ما دفع بالعديد من الدول إلى تطوير أنظمتها المحاسبية وإخضاع مضامينها للمعايير المحاسبية الدولية، بهدف تعميم استخدام نموذج واحد للقوائم المالية يسهل فهمه وقراءته، وهو ما يسمح لنا من خلال هذا العمل بمتابعة تأثيرات وتبعيات تطبيق المرجعية المحاسبية الدولية (IAS/IFRS) على الممارسة المحاسبية، وامتداداتها على الإفصاح والشفافية على القوائم المالية و من ثم استحضار الأداء المطلوب للشركات.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة أساسا إلى:

- التعرف على مضامين المرجعية المحاسبية الدولية (IAS/IFRS) ؛
- الوقوف عند أهمية الدور الذي تؤديه المعايير المحاسبية الدولية في مضامين القوائم المالية في ظل محدّدات الإفصاح والشفافية الذي أصبح مطلبا أساسيا لاستكمال مبادئ الحوكمة؛

- الوقوف على أهم معطيات الإفصاح في القوائم المالية التي تأسست من خلال إخضاع الممارسة المحاسبية إلى مرجعية محاسبية تحظى ببعد دولي؛
- الوقوف على أهم تبعيات تطبيق المرجعية المحاسبية الدولية على أداء الشركات.

إشكالية الدراسة

بناءً على الاعتبارات السابقة والتي جعلت من المعايير المحاسبية الدولية المرجعية التي تؤسس لتركيبه القوائم المالية المثلى التي تجتمع عندها شروط الإفصاح والشفافية ، ورهانا أساسيا للوصول إلى مستوى عال من الأداء ، وهو ما يقودنا إلى طرح الإشكالية التالية: ما هي تجليات التوجهات الحديثة للمعايير المحاسبية الدولية على الإفصاح والشفافية في القوائم المالية وامتداداتها على أداء الشركات؟ وينبثق عن إشكالية الدراسة الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي الخلفية الفكرية والمفاهيمية للمرجعية المحاسبية الدولية؟
- ما هي أهم التنظيمات التي كُلفت بطرح المعايير المحاسبية الدولية؟
- كيف انعكست مضامين المعايير المحاسبية الدولية على الإفصاح والشفافية في القوائم المالية وتأكيد الأداء؟

منهج الدراسة

بناءً على طبيعة موضوع الدراسة، وقصد الإحاطة بمختلف جوانبه، والإجابة على طرح الإشكالية، وقصد الوصول إلى أهداف الدراسة المرجوة، تمّ الاستعانة بعدة مناهج، فقد كان المنهج وصفيًا عند استعراض الخلفية الفكرية للمعايير المحاسبية الدولية الصادرة عن (IASB/IAS)، في حين تم الاستعانة كذلك بالمنهج التاريخي في الأجزاء المتعلقة بمراحل تطور تنظيمات المعايير المحاسبية الدولية لكل من لجنة المعايير المحاسبية الدولية (IASB) ومجلس المعايير المحاسبية الدولية (IASB)، ويكون المنهج تحليليًا عند دراسة أهم تأثيرات المعايير المحاسبية الدولية على التنظيم المحاسبي وانعكاساتها على محتوى وشكل ودلالة القوائم المالية.

دراسات سابقة

- دراسة الدسوقي (2004)، مدى ملاءمة الإفصاح المحاسبي للشركات المساهمة المصرية في سوق الأوراق المالية، حيث تطلعت هذه الدراسة إلى إبراز دور التقارير والقوائم المالية باعتبارها أحد مصادر المعلومات التي يسترشد بها المتعاملين في الأسواق المالية من أجل اتخاذ قراراتهم المتعلقة بتوجيه مدخراتهم، حيث توصلت الدراسة بأن فعالية الإفصاح تتوقف على تقديم المعلومات الملائمة التي يتطلع إليها المستثمر في هذا السياق.
- دراسة العريان (2004)، أثر الإفصاح المحاسبي عن الأداء الاجتماعي على متخذي قرارات منح القروض في البنوك التجارية، حيث تطلعت الدراسة إلى إظهار مدى تأثيرات الإفصاح عن المعلومات الاجتماعية على متخذي منح القروض في البنوك التجارية، وتوصلت نتائج الدراسة أن أساس اتخاذ قرارات منح الإقراض في البنوك التجارية الأردنية هو الأداء المالي لطالب القرض.

تقسيمات الدراسة

حتى يمكن لنا تناول موضوع البحث بالدراسة والتحليل وفقا للأسلوب المنهج، وفي محاولة لمعالجة الإشكالية المطروحة وبلوغ الأهداف المسطرة قسمنا الدراسة إلى:

- مقدمة: حاولنا من خلالها الوقوف على أهداف الدراسة وأهميتها، ومن ثم طرح الإشكالية والأسئلة الفرعية والمنهج الذي تتأسس عليها الدراسة، وأهم الدراسات السابقة التي تتقاطع مع الدراسة.

- المحور الأول: حاولنا من خلال الفصل تقديم المرجعية المحاسبية والمتمثلة في المعايير المحاسبية الدولية (IAS/IFRS)، والتي تؤسس إلى مستلزمات الإفصاح والشفافية في القوائم المالية.
- المحور الثاني: حاولنا من خلال هذا المحور تقديم التنظيم الأول للمعايير المحاسبية والوقوف عند الأسباب التي اجتمعت على إعادة هيكلته وإحلاله بتنظيم ثان وهو مجلس المعايير المحاسبية الدولية، حتى نستطيع فهم أهداف تنظيمات المعايير المحاسبية الدولية اتجاه إضفاء الإفصاح الشفافية وتحسين أداء المؤسسات الذي تعكسه تركيبة القوائم المالية.
- المحور الثالث: وفي هذا الفصل حاولنا الوقوف على أهم تأثيرات المعايير المحاسبية الدولية على الممارسة المحاسبية وتجلياتها على محتوى وشكل ودلالة القوائم المالية، وتبعاتها على أداء الشركات التي تمتثل للمرجعية المحاسبية الدولية.
- خاتمة: حاولنا من خلالها تقديم النتائج الجوهرية التي وصلت إليها الدراسة ومن ثم تقديم بعض الاقتراحات.

أولاً: الخلفية النظرية والفكرية للمعايير المحاسبية الدولية

تُعتبر المحاسبة الوسيلة الأساسية لتوفير المعلومات و إيصالها إلى الأطراف المهتمة بنشاط المؤسسة الاقتصادي في شكل قوائم مالية، يعتمدون عليها بشكل أساسي في اتخاذ قراراتهم التي تتوقف على درجة نفعية المعلومات التي تتضمنها تلك القوائم، وترتبط منفعتها حسب طبيعة واحتياجات الطرف المستخدم من جهة، وعلى المرجعية المحاسبية التي يستند عليها النظام المحاسبي في البلد من جهة أخرى، هذه المرجعية التي اختلفت من دولة إلى أخرى في ظل اقتصاديات لم تصل إلى درجة كبيرة من التطور والاندماج والترابط بين الدول، إضافة إلى مجموعة من العوامل السياسية والقانونية والثقافية الأخرى التي تشكل جوهر مرجعية النظام المحاسبي في أي بلد.

لكن و أمام التطورات الاقتصادية التي شهدها العالم، خاصة في ظل ظهور التكتلات الاقتصادية، وتوسع نشاطات المؤسسات ونطاقها الجغرافي، أصبح اختلاف الأنظمة المحاسبية ومرجعياتها يطرح عدة إشكالات أمام مستخدمي القوائم المالية باختلاف جنسياتهم وثقافتهم، ومن أجل تجاوز هذه الإشكاليات التي طرحتها تعددية المرجعيات المحاسبية وتباين الأنظمة المحاسبية، والتي وقفت عائقاً أمام تطور وانتشار عمليات التقارير المالية وتخطيها حدود الدولة، هو ما أدى إلى ضرورة خلق مرجعية محاسبية دولية تستند عليها الأنظمة المحاسبية، ويتم من خلالها توجيه الممارسة المحاسبية على مستوى دولي، وتوفير الحلول المناسبة التي قد تواجهها، وتمثلت هذه المرجعية في المعايير المحاسبية الدولية.

وعليه فيتم تخصيص هذا المحور لتقديم المرجعية المحاسبية الدولية من خلال مبحثين، أما عن المبحث الأول فهو عبارة عن مدخل للمعايير المحاسبية الدولية وأهم تنظيماتها، فأما المبحث الثاني فحاولنا من خلاله التعرف على مضامين المعايير الدولية الصادرة عن (IASB/IAS)، ودورها في تحديد المحتوى المعلوماتي للقوائم المالية تُعتبر المعايير المحاسبية الدولية، الأداة الأساسية لتنظيم الممارسة المحاسبية، لذا فهي تحظى بأهمية بالغة لدى المحاسبين عند ممارسة العمل المحاسبي وإعداد وعرض القوائم المالية، ولهذا فإن تبني وتطبيق المعايير المحاسبية الدولية يساعد في الوصول إلى معلومات ذات درجة عالية من الموثوقية والملاءمة، والقابلية للمقارنة من خلال تحديد شكل موحد للقوائم المالية.

مفهوم المعايير المحاسبية الدولية

يُعرف المعيار عموماً سواء كان محاسبي أو غير محاسبي على أنه "نموذج يتم إعداده مسبقاً من أجل قياس وزن أو طول شيء معين أو درجة جودته، وأياً كان هذا المعيار، يمكن النظر إليه على أنه المقياس، أو الميزان المعتمد، والمقبول من قبل المجموعة أو الدولة، أو العالم للحكم بواسطته على شيء معين (محمد المبروك أبو زيد، 2005، ص58). أما المعيار المحاسبي فهو بيان كتابي صادر عن جهاز، أو هيئة تنظيمية رسمية (حكومية أو مهنية)، ويتعلق بعنصر من العناصر التي تتضمنها القوائم المالية، أو بنوع معين من أنواع العمليات والأحداث (محمد الشريف توفيق، 1987، ص174).

وفي سياق آخر يعرف أيضاً على أنه مجموعة من المقاييس، والإرشادات المرجعية الوضعية والمحددة، يستند عليها المحاسب عند ممارسته لمهنته من قياس وإثبات، وإفصاح عن المعلومات حول الأحداث الاقتصادية للمؤسسة (المبروك، 2005، ص58). أما المعايير المحاسبية

الدولية فتُعرّف بأنها نماذج، وإرشادات عامة تؤدي إلى توجيه وترشيد الممارسة العملية في المحاسبة والمراجعة (القاضي، حمدان، 2008، ص103). أما حسب لجنة المعايير المحاسبية الدولية IASC فإن المعايير المحاسبية الدولية هي عبارة عن قواعد يسترشد بها المهنيون لدعم اجتهاداتهم، واستلزام حكمهم،، فهي وصف مهني يرتقي بمستوى الممارسات المهنية المقبولة قبولاً عاماً، وتهدف إلى تقليل درجة الاختلاف والتباين في التعبير أو الممارسة في الظروف المتشابهة، وتُعتَمَد كإطار عام لرفع نوعية وكفاءة العمل الفني لتحديد طبيعة وعمق المسؤولية المهنية (المبروك، 2005، ص58). وبناءً على هذه المفاهيم يمكن أن نستخلص مايلي:

- المعيار في حقيقة الأمر ما هو إلا مقياس مقبول ومعتمد على نطاق معين؛
- المعيار المحاسبي هو عبارة عن نموذج يضبط ويعزز موضوعية مخرجات النظام المحاسبي؛
- المعيار المحاسبي لا يتميز بالثبات المطلق، وإنما يتأثر بالعوامل البيئية السائدة ومستجداتها؛

الأسباب الداعية إلى ظهور المعايير المحاسبية الدولية:

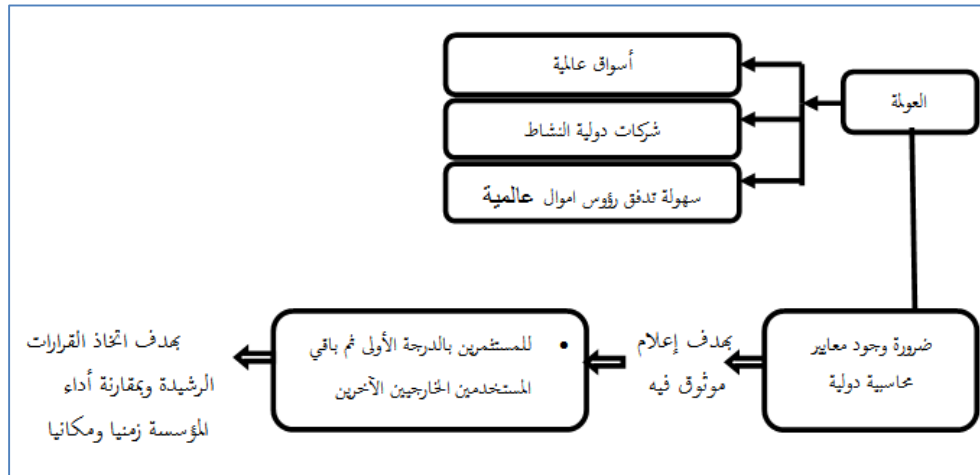
إنَّ التباين والاختلاف في الممارسات المحاسبية بين الدول يرجع أساساً إلى تعدد الأنظمة المحاسبية ومرجعياتها، والتي تتحكم فيها عدة عوامل، نذكر منها:

- نوع النظام الاقتصادي: ينعكس النظام الاقتصادي للبلد على النظام المحاسبي له، حيث يختلف دور المحاسبة وفقاً للنظام الاقتصادي القائم على أسس ومبادئ اقتصاد السوق، عن دورها في ظل اقتصاد يقوم على التخطيط المركزي (الاقتصاد الموجه)، (القباني، 2004، ص163).
- درجة التطور الاقتصادي: تؤثر درجة التطور الاقتصادي على النظام المحاسبي القائم في البلد، حيث نجد أنه كلما زادت درجة التطور الاقتصادي، ازدادت الحاجة لأساليب وطرق محاسبية جديدة تتطلع لتلبية الاحتياجات الجديدة للفئات المُستخدِمة للقوائم المالية، وترشيد قراراتهم.
- مصادر التمويل: يؤثر نوع المصدر التمويلي (أسواق مالية، بنوك) على توجه الأنظمة المحاسبية سواء لتلبية احتياجات المستثمرين أو المقرضين، حيث نجد أن توجه المصدر التمويلي عن طريق الأسواق المالية يعكس نظاماً محاسبياً أقل تحفظاً "سياسة الإفصاح الكامل"، أما إذا كان مصدر التمويل هو البنوك فيعكس نظاماً محاسبياً يقوم على مبدأ الحذر، وتنصب اهتماماته لحماية المقرضين حتى ولو كان على حساب إعطاء الصورة الصادقة عن حساباتها (بن بلغيث، 2004، ص115).
- النظام السياسي: يُعتبر النظام السياسي الموجه الأساسي للأنظمة المحاسبية بطريقة غير مباشرة من خلال عدة عوامل منها نوعية النظام السائد، الاستقرار السياسي...، ومن بين تأثيرات النظام السياسي على المحاسبة هي عملية استيراد وتبني الأنظمة المحاسبية من دولة إلى أخرى، وهذا لا يكون إلا بوجود علاقات سياسية قوية تربط بين البلدين.
- النظام القانوني: تهدف القوانين إلى تنظيم المجتمعات، وتحديد سلوكيات الأفراد وتفاعليهم مع بعضهم البعض، ومع الجماعة التي ينتمون لها، وفي هذا السياق قد تم اعتماد شكلين للنظم القانونية في المجتمع الذي هو مصدر المحاسبة (القباني، 2008، ص159):

- القانون المدني: فوفق هذا السياق القانوني تصبح المبادئ المحاسبية جزءاً من القوانين العامة للدولة، حيث في هذه الدول لا يوجد فرق بين المحاسبة الضريبية والمحاسبة المالية، فإذا تمت معالجة عملية لأغراض ضريبية، وبطريقة معينة يجب أن تعالج ذات العملية بنفس الطريقة عند إعداد وعرض القوائم المالية.
- القانون العام: فوفق هذا السياق القانوني تتبنى الدول مدخلا غير تشريعي، حيث يلعب المحاسبون دور رئيسي في تحديد الممارسة المحاسبية.

وبعد استعراضنا لأهم العوامل المحددة للأنظمة المحاسبية ومرجعياتها، و مساهمتها إلى حدٍ كبير في تباينها واختلافها، هذا الاختلاف والتباين الذي أصبح يطرح إشكالات كبيرة بالنظر للقضايا التي يفترض أن تعالجها المحاسبة في ظل التطورات التي عرفها الاقتصاد العالمي مع نهاية العقد السادس وبداية العقد السابع، وذلك من خلال:

- تطور النشاطات الدولية: أصبحت تعرف النشاطات الدولية حركية كبيرة من خلال تدفق السلع والخدمات ورأس المال من دولة إلى أخرى، ومساهمتها في خلق أسواق دولية (لطفي، 2005، ص18).
- تطور حركية الشركات الدولية النشاط: وهي الشركات التي تمارس نشاطها من وراء حدود أكثر من دولة، والتي شهدت حركية كبيرة منذ بداية سبعينيات القرن الماضي، وما صاحبها في ظهور عدة إشكالات محاسبية، بداية بإدارة مخاطر صرف العملات إلى ترجمة العملات الأجنبية ثم إلى محاسبة التضخم.
- تطور الأسواق المالية: وتعتبر مصدرا أساسيا للتمويل الخارجي، حيث زاد الاهتمام بها تقديرا للدور الحيوي الذي تؤديه المعلومات المالية في اتخاذ القرارات في مثل هذه الأسواق.
- كل هذه العوامل ساهمت بشكل أساسي في إيجاد مرجعية محاسبية دولية، تُقَدِّم الحلول اللازمة للمشاكل التي طرحتها تعددية الأنظمة المحاسبية ومرجعياتها، ومن أجل مواكبة هذا التطور تمَّ طرح معايير محاسبية دولية تعمل على جعل المحاسبة نظاما يتطور مع معطيات الاقتصاد العالمي، و يترتب عن تطبيقها الوصول إلى المحتوى المعلوماتي للقوائم المالية الذي يسمح بتحقيق المقارنات بين المؤسسات على المستوى الدولي، ويُمكن من تلبية كافة احتياجات الفئات المستخدمة للمعلومات المالية، وعلى رأسهم المستثمر الذي فقد بهذا المعنى وهذا الواقع جنسيته ومحليته، ليصبح مستثمرا عالميا هدفه تحقيق العائد أينما وجد، وعليه يمكن تلخيص الأسباب المبررة لظهور المعايير المحاسبية الدولية في الشكل التالي:



شكل 1: الأسباب المبررة لظهور المعايير المحاسبية الدولية (بن ربيع، 2010، ص19)

خصائص المعايير المحاسبية الدولية

تتميز المعايير المحاسبية الدولية بجموعه من الخصائص يمكن إيجازها في ما يلي (كتوش، 2013، ص - ص 18، 17):

- تتميز بإطار مرجعي مستمد من نموذج أنجلوساكسوني⁴⁷، ومعدة من طرف خبراء وممارسي مهنة المحاسبة؛
- المعايير المحاسبية الدولية يتم إعدادها بالاعتماد على مقارنة تعكس الواقع الاقتصادي للعمليات، حيث أن كل المعايير المحاسبية الدولية وكل تطبيقاتها تتجه نحو تغليب الجوهر الاقتصادي للعملية على شكلها القانوني؛
- تفضيل مصلحة المستثمرين (المساهمين) والدائنين في المؤسسة،
- تتم معالجة العمليات المحاسبية من خلال مبادئ وقواعد يُؤسسها الإطار المفاهيمي؛
- توحيد شامل للقواعد المحاسبية وعناصر القوائم المالية؛

⁴⁷ النموذج الأنجلوساكسوني أو كما يطلق عليه نموذج العرض العادل هو نموذج محاسبي مُتبع في كل من المملكة المتحدة والولايات المتحدة و كل الدول المتأثرة بهاتين الدولتين، والناطقة باللغة الإنجليزية، وتكون المحاسبة وفق هذا النموذج موجهة بالدرجة الأولى للمستثمرين (المساهمين).

- تطبيق إجباري لكل المعايير، وكل الشروحات (وهذا في حالة اختيار المؤسسة للمعايير المحاسبية الدولية)، أما تطبيق المعايير المحاسبية الدولية غير إجبارية لأنها ليست لها صفة القانون؛
- إدخال مفهوم القيمة العادلة للتمكن من التّقدير الجيد للوضع المالية للمؤسسة؛
- إدخال مفهوم الاستحداث أو القيمة الحالية بهدف معرفة أثر عنصر الزمن على عملية تقييم الأصول، والخصوم؛
- الأخذ بعين الاعتبار قياس الخسارة، وانخفاض قيمة الأصول؛
- التطبيق بأثر رجعي، أي كما لو كانت المعايير مطبقة من قبل؛

أهداف المعايير المحاسبية الدولية

لقد عرفت المحاسبة أهداف جديدة تتمثل في تقديم معلومات ملائمة وقابلة للفهم، والمقارنة على المستوى الدولي إلى مستخدمي المعلومات المالية، وعلى الرغم من اختلاف جنسياتهم وثقافتهم، وذلك من أجل مساعدتهم على اتخاذ قرارات رشيدة، وهذا ما تسعى المعايير المحاسبية الدولية تحقيقه من خلال ما يلي (كتوش، 2013، ص. ص 17، 18):

- المعايير المحاسبية الدولية تتمتع بقبول دولي، ومعترف بها دولياً، لذلك فهي تزيد من ثقة مستخدمي المعلومات اتجاه القوائم المالية؛
- تسمح بإجراء المقارنات بين عدة مؤسسات، وذلك باعتبار أن هذه المؤسسات تطبق المعايير المحاسبية الدولية، مما يجعل القوائم المالية لهذه المؤسسات متجانسة وقابلة للمقارنة؛
- تسمح بتقديم الواقع الاقتصادي عن تعاملات المؤسسة، وإعطاء صورة صادقة عن المؤسسة في لحظة تقديم القوائم المالية عنها، وفق نظرة اقتصادية لعناصرها؛
- إيجاد لغة محاسبية مشتركة وموحدة تحظى بقبول دولي من أجل توحيد الممارسة المحاسبية، واستبعاد التناقضات القائمة في الممارسة المحاسبية بين الدول، والتأسيس لمحاسبة مالية تساعد على توفير بيانات ذات دلالة وقابلة للمقارنة من دولة إلى أخرى؛
- المعايير المحاسبية الدولية تعالج كل العمليات، فهي معايير مكتملة، ومتوافقة مع التطورات الاقتصادية باستمرار، مما يؤدي إلى تحسين جودة المعلومات المالية التي تتضمنها القوائم المالية ؛
- توفير معايير محاسبية دولية موحدة، تسمح بإعداد قوائم مالية مجمعة للشركات المتعددة الجنسيات، والتي لها فروع في دول مختلفة، وبممارسات محاسبية متباينة، يساعدها في تصميم نظم معلومات متكاملة، وتسمح بالربط بين أنشطتها وأنشطة فروعها؛
- تسهيل مهمة مصالح الضرائب في مختلف الدول، بالنظر إلى الانسجام في تطبيق أساليب الاعتراف بالإيرادات والتكاليف، ومنه تقليل الفروقات في طرق قياس أرباح فروع الشركات المنتشرة دولياً.

القيود التي تواجه عملية تطبيق المعايير المحاسبية الدولية

يصادف تطبيق المعايير المحاسبية الدولية العديد من القيود التي تقف عائقاً أمام بعض الدول في تطبيقها، خاصة وأن المعايير المحاسبية الدولية نشأت وطبقت على مصاف الدول المتقدمة، لذلك فإن المعايير المحاسبية الدولية تُلائم مجتمع هذه الدول، كما أن لجنة المعايير المحاسبية الدولية وجدت نفسها ومنذ إنشائها متأثرة بالقواعد المعمول بها في هذه الدول، و في هذا السياق يمكن حصر أهم القيود التي تواجه عملية تطبيق المعايير المحاسبية الدولية في مايلي:

- إنَّ تطبيق المعايير المحاسبية الدولية ونجاحها يتوقف على وجود قانون دولي واضح يدعم عملية التطبيق، إلا أن ذلك غير متوفر، فحتى لجنة المعايير المحاسبية الدولية باعتبارها المصدر الأول في عملية إصدار المعايير تفتقد لمثل هذه القوة القانونية، والاعتماد الأساسي في ذلك على جهود واستعداد الأعضاء في اللجنة إلى الدعوة إليها والتعريف بها في بلدانهم؛

- تقف اختلافات البيئة الثقافية بين الدول عائقاً أمام تطبيق المعايير المحاسبية الدولية، فاللغة مثلاً تزيد من صعوبة فهم واستيعاب المصطلحات والمفاهيم خاصة تلك التي تعبر عن نواحٍ فنية في المحاسبة، خاصة وشعور بعض الدول بالوطنية يقف عائقاً أمام قبول أي أفكار قادمة من الخارج، ولهذا يعتبر البعض أن فرض أو إلزام دولة ما بتطبيق بعض الممارسات أو المعايير من جهات خارجية هو بمثابة مساس بسيادتها وليس من السهل الاستجابة لها وقبولها (لطفي، 2005، ص 386)، فتطبيق بعض المعايير الدولية يتطلب تعديلاً للقوانين في الدول المطبقة لهذه المعايير، أو تعديلاً للأنظمة والتشريعات والتعليمات التي تصدر بموجبها، كما هو الحال فيما يتعلق بالمعيار المحاسبي الدولي رقم 12 - الضرائب على النتيجة - حيث أن بعض الدول تنظر إليها على أنها مسألة وطنية (الجعارات، 2008، ص 26).
- المعايير المحاسبية الدولية دائمة التغير، فهي في حركية مستمرة وذلك بسبب التفسيرات التي تصدر عن SIC سابقاً، و IFRIC حالياً، وكذلك الانعكاسات التي تظهر بعد التطبيق، حيث أن المعايير المعدلة غالباً ما تتضمن التفسيرات المتعلقة بها، إضافة إلى جهود المنظرين في المحاسبة من جهة، والمستجدات والصعوبات التي تظهر عند التطبيق من جهة أخرى، إضافة إلى التطور المستمر في البيئة الاقتصادية (الجعارات، 2008، ص 27)؛
- المعايير المحاسبية الدولية، قد تُشكّل أحياناً عبئاً ثقيلاً على بعض المؤسسات، كالصغيرة والمتوسطة.
- وبناءً على ما سبق ذكره يتبين لنا أن إدراك المعايير المحاسبية الدولية ليس بالأمر السهل، فهي بذلك تستوجب فهم عميق لمضامينها، لكي تتفاعل معها الأنظمة المحاسبية المختلفة، وعلى الرغم من أن المعايير المحاسبية الدولية تعمل جاهدة في تضيق فجوة الاختلافات القائمة في الأنظمة المحاسبية بين الدول وتدليل أثرها، وفي هذا المنحى لعبت لجنة المعايير المحاسبية الدولية IASC، دوراً فاعلاً في إثارة الاهتمام بها، والسعي وراء تجسيدها.

ثانياً: التنظيمات المكلفة بإصدار المعايير المحاسبية الدولية

نظراً لأهمية المعايير المحاسبية الدولية في توجيه الممارسة المحاسبية على المستوى الدولي فقد خضعت منذ بداية طرحها إلى نوع من التنظيم المحكم من طرف تنظيماتها، بداية من لجنة المعايير المحاسبية الدولية سابقاً وانتهاءً بمجلس المعايير المحاسبية الدولية.

لجنة المعايير المحاسبية الدولية سابقاً

تُعتبر لجنة المعايير المحاسبية الدولية IASC، أكثر الهيئات المهمة بتنظيم الممارسة المحاسبية على المستوى الدولي، وذلك من خلال إصداراتها من المعايير المحاسبية الدولية IAS. وفي هذا السياق نحاول الوقوف على نشأة وتطور اللجنة، وأهم التنظيمات التي مارست نشاطها من خلالها.

وفي المؤتمر المحاسبي الدولي العاشر الذي انعقد في سبتمبر من سنة 1972 بسيدني بأستراليا اقترح اللورد بونسون⁴⁸ بإنشاء هيئة دولية تنصب مسؤوليتها في تكوين وصياغة المعايير المحاسبية الدولية، لتتجسد هذه الفكرة في 29 جوان 1973 بإنشاء لجنة المعايير المحاسبية الدولية IASC مقرها لندن، وذلك من طرف التنظيمات المهنية المحاسبية لكل من الولايات المتحدة الأمريكية فرنسا ألمانيا المكسيك كندا اليابان أستراليا.

فلجنة المعايير المحاسبية الدولية هي منظمة مستقلة تهدف إلى إعداد معايير، يمكن استخدامها من قبل المؤسسات عند إعداد القوائم المالية في جميع الدول (لطفي، 2005، 429)، وفي السياق نفسه تم الاتفاق على تمويل اللجنة من طرف أعضائها، وذلك بتوفير نصف التمويل اللازم، أما النصف الآخر فيوفره الإتحاد الدولي للمحاسبين IFAC، وبعض مكاتب المحاسبة والتدقيق الكبرى⁴⁹، إضافة إلى بعض الشركات المتعددة الجنسيات وبعض إيرادات بيع منشورات اللجنة (Bernard, 1997, P14).

⁴⁸ يعتبر Henry Benson أحد شركاء مكتب coopers lybrqnd في لندن أول من بادر بإنشاء هيئة دولية تقوم بإصدار معايير دولية يكون اعتمادها في مختلف دول العالم، وبطريقة تكون فيها المرجعيات المحلية تتقارب معها، حيث كان أول رئيس للجنة IASC.

⁴⁹ وهي كبرى مكاتب المحاسبة والتدقيق في العالم مثل KPMG . deloitte KPMG

وقد حُدِّدَت اللجنة IASC في دستورها مجموعة من الأهداف تتطلع أساساً إلى (شنوف، 2007، ص104):

- مناقشة القضايا المحاسبية فيما بين الدول المشاركة على نطاق دولي؛
- طرح أفكار محاسبية يمكن تبنيها، وإصدارها في شكل معايير دولية؛
- تحقيق قَدْرًا من التوافق بين الممارسات المحاسبية فيما بين الدول المشاركة يسمح بالقابلية للمقارنة؛
- العمل على تحقيق قَدْرًا من القبول الدولي لما يصدر عن اللجنة من المعايير؛
- وضع ونشر المعايير المحاسبية لغرض استخدامها عند إعداد القوائم المالية.

ويتضح لنا من أهداف اللجنة، أن تطبيق المعايير المحاسبية الدولية يكون في الغالب اختياريًا، باعتبارها تمثل معايير إرشادية غير ملزمة دوليًا، وبالتالي تكون الأولوية في التطبيق عند إعداد القوائم المالية في الدولة، للمعايير والنظم والقوانين المحلية، وذلك عندما تختلف عن المعايير المحاسبية الدولية (حمد، 2013، ص350).

أرست لجنة المعايير المحاسبية الدولية IASC، نشاطها في مجال إعداد وإصدار المعايير من خلال خمسة هيئات، والمتمثلة في: في سنة 2001 تمَّ إصلاح النظام الدولي للمعايير المحاسبية، لكي يصبح اسم لجنة المعايير المحاسبية الدولية IASC باسم مجلس المعايير المحاسبية الدولية IASB.

مجلس المعايير المحاسبية الدولية وتنظيماته

تمَّ في سنة 2001 إصلاح النظام الدولي للمعايير المحاسبية، ليحل مجلس المعايير المحاسبية الدولية IASB محل اللجنة IASC، وهذا من أجل تعزيز استقلالية ومصداقية، وجودة عملية وضع المعايير المحاسبية الدولية. (Murial, 2004, P24)

أسباب إعادة هيكلة لجنة المعايير الدولية وتأسيس مجلس المعايير المحاسبية الدولية

وافق مجلس اللجنة IASC بالإجماع في مارس 2000 على دستور جديد بإعادة هيكلتها بعد تشكيل فريق عمل، قام بمراجعة عامة لإستراتيجيتها، وتوصل المجلس إلى ضرورة التركيز على القضايا التالية (رتشارد، وآخرون، 2008، ص108):

- دخول المجلس في شراكة مع مُعَدِّي المعايير في مختلف الدول؛
- تحقيق مشاركة أكبر في المجلس من قبل الدول والمنظمات؛
- ضمان كفاءة، واستقلالية أعضاء المجلس والمجالس الأساسية.
- كما يمثل المحور الأساسي لهذا التغيير في ماي (Stephan Brun، 2006، P25):
- تحولت اللجنة IASC إلى مجلس المعايير المحاسبية الدولية IASB،
- يتولى مسؤولية إعداد ونشر المعايير المحاسبية الدولية، المجلس IASB.
- لا تحمل المعايير التي سيتم إصدارها من قبل IASB اسم IAS، وإنما تحمل اسم IFRS "معايير الإبلاغ المالي الدولية"؛
- تحتفظ المعايير المحاسبية الدولية السابقة التي لم تخضع للتعديلات بتسميتها IAS.
- أما عن الأسباب المبررة إلى إعادة هيكلة IASC فهي:
- سرعة نمو الأسواق المالية الدولية
- الجهود التي تبذلها المنظمات العالمية كالبنك الدولي، والمنظمة العالمية للتجارة....والإقليمية كالاتحاد الأوروبي في القضاء على العوائق التي تواجهها التجارة الدولية؛
- التوجه الجديد نحو تدويل تنظيم الأعمال؛
- زيادة تأثير المعايير المحاسبية الدولية بالمعايير الأمريكية الصادرة عن FASB؛

- تسارع ظهور العمليات الاقتصادية الجديدة؛
- زيادة الحاجة إلى معلومات ملائمة، وموثوق منها.
- فكانت هذه الأسباب كفيلاً بإنشاء مجلس المعايير المحاسبية الدولية IASB، والمكلف حالياً بإصدار معايير الإبلاغ المالي الدولية IFRS، والتي أصبحت المعلومات الناتجة عن تطبيقها تتمتع بالخصائص التالية (العراقي، 2013، ص 41):
- الجودة العالية؛
- الشفافية؛
- القابلية للمقارنة؛
- مساعدة مستخدميها في الأسواق المالية على ترشيد عملية اتخاذ القرار.

دراسة الفرق بين اللجنة IASC والمجلس IASB

لقد كانت الأسباب السابقة الذكر، كفيلاً لإعادة هيكلة اللجنة، وإحلالها بمجلس المعايير المحاسبية الدولية IASB، وبهذا لا بد من الوقوف على بعض الفروقات بين لجنة المعايير المحاسبية الدولية، ومجلس المعايير المحاسبية الدولية، وهذا من أجل تحديد الغاية من عملية إعادة الهيكلة التي تمت، وهذا وفق الجدول الآتي:

جدول 1: الفرق بين اللجنة IASC والمجلس IASB.

البيان	IASC	IASB
من حيث الشكل	– كلمة لجنة تعني عموماً هيئة – مؤقتة تنتهي مهمتها بانتهاء عملها وتحقيق أهدافها – المعايير المحاسبية الصادرة عن اللجنة IASC تسمى IAS – لجنة التفسيرات الخاصة باللجنة هي SIC	– كلمة مجلس تعني عموماً هيئة دائمة وهدفه دائم – المعايير الصادرة عن IASB تسمى IFRS – لجنة التفسيرات الخاصة بالمجلس هي IFRIC
من حيث التنظيم	– اللجنة IASC كانت لها علاقة خاصة مع الاتحاد الدولي للمحاسبين – مجلس إدارة IASC يتم تعيينهم على أساس انتماءاتهم الجغرافية – الأعضاء في IASC يعملون بشكل جزئي	– ليس له علاقة مع الاتحاد الدولي للمحاسبين – مجلس إدارة IASB يتم تعيينهم على أساس مهاراتهم التقنية وخبراتهم المكتسبة – الاعضاء يعملون بشكل دائم
من حيث طريقة العمل	• مجلس إدارة IASC كان يجتمع أربع مرات في السنة.	– مجلس إدارة IASB يجتمع مرة كل شهر أي حوالي 12 مرة في السنة
من حيث الهدف	– هدف IASC كان هو إعداد معايير محاسبية تحضي بقبول دولي.	– هدف IASB الحالي تشجيع تطبيق IFRS

ويكشف لنا الجدول رقم (01) أعلاه، أهمية إحلال اللجنة IASC بمجلس المعايير المحاسبية الدولية، وهو الوصول إلى معايير دولية يغلب عليها الطابع المالي وتؤسس للمحاسبة المالية، وتحظى بقبول دولي واسع النطاق تستهدف حتى المرجعيات المحاسبية المحلية للدول النامية. و ابتداء من شهر أفريل 2001، وامتثالاً للخصائص التي تتطلع إليها المعايير الدولية باشرت اللجنة نشاطها باسم جديد "مجلس المعايير المحاسبية الدولية IASB"، حيث أصبح يتمتع باستقلالية أكبر، فلم يُعَد أعضاء المجلس يمثلون بلدانهم منذ 2001، كما أصبح يمارس نشاطه من خلال الهيئات التالية:

ثالثاً: مساهمة المعايير المحاسبية الدولية في إضفاء الإفصاح والشفافية للقوائم المالية وتحسين الأداء

بناءً على ما سبق ذكره، ومن خلال عرضنا لأهم إصدارات (IASB/IAS) من المعايير الدولية IAS/IFRS، يتضح لنا جلياً أنها تستهدف القوائم المالية ذات الغرض العام والموجهة أساساً للمستخدمين الخارجيين، وعلى رأسهم المستثمرون باعتبارهم مقدمي رأس المال وأكثر الفئات تعرضاً للمخاطر، لذلك فإن جميع المعايير المحاسبية الدولية (IAS/IFRS)، تتجه نحو توفير جميع المعلومات تحتاج إليها هذه الفئة من أجل تقييم العوائد والمخاطر المرتبطة بقراراتهم، وعليه فإن التطبيق المتكامل للمعايير المحاسبية الدولية IAS/IFRS يحدد بدقة المحتوى المعلوماتي للقوائم المالية ذات الغرض العام الواجب على المؤسسة الاقتصادية الإفصاح عنه، من أجل تلبية كافة احتياجات الأطراف المهتمة بنشاطها الاقتصادي، وحتى يتسنى توضيح الدور التي تؤديه المعايير المحاسبية الدولية في إضفاء الإفصاح والشفافية في القوائم المالية، كان لا بد علينا التعرّيج على المفاهيم التي تم توظيفها للإفصاح أولاً ثم الشفافية تبعاً.

الإفصاح والشفافية مطلب لممارسة المحاسبة في ظل المعايير المحاسبية الدولية (IAS/IFRS)

ترتبط قرارات مستخدمي القوائم المالية بناءً على مستوى الإفصاح والشفافية الذي تتحلّى به القوائم المالية للمؤسسة، حيث ازدادت أهميته بازدياد الحاجة إلى التمويل عن طريق الأسواق المالية، حيث يعتبر الإفصاح والشفافية في القوائم المالية شرطاً أساسياً لتأسيس وإدارة هذه الأسواق والوصول إلى الأداء المنشود. وعليه فالمعنى الاصطلاحي للإفصاح هو انتاج سياسة الوضوح الكامل للمعلومات التي تتضمنها القوائم المالية وإظهارها للأطراف المستخدمة لها على رأسهم المستثمر أو المساهم باعتباره أكثر الفئات تعرضاً للمخاطر التي تواجه المؤسسة، حيث تم تنظيم بعض الأنواع للإفصاح وهي على النحو التالي (زيود، وآخرون، 2009، ص180):

- الإفصاح الكافي، حيث يفترض حد أدنى من المعلومات يتوافق مع أهداف القوائم المالية بالشكل الذي يجعلها غير مضلّة؛
- الإفصاح العادل، حيث يحمل هدف أخلاقي بتطبيق معاملة متساوية لجميع الأطراف المهتمة بالقوائم المالية للمؤسسة؛
- الإفصاح الكامل، حيث تتطلع المؤسسة من خلال هذا النوع إلى تضمين معلومات إضافية سواء كانت ملائمة أو غير ملائمة لمستخدمي القوائم المالية.

ومن خلال قراءتنا للأنواع المطروحة للإفصاح فلا توجد اختلافات جوهرية بين هذه الأنواع إذا تم توظيفها في إطارها الصحيح، حيث إن الهدف الجوهرى للإفصاح هو إظهار عرضاً عادلاً للمعلومات التي تتضمنها القوائم المالية ومن ثم التأسيس إلى الشفافية عن الوضع المالي للمؤسسة وأدائها، حيث تعرف الشفافية بأنها الكشف الكامل عن الصورة المالية الحقيقية للشركة. وتتطلب الشفافية أن تكون البيانات المالية المقدمة تعكس واقع الشركة. وإذا كان هناك تغيير في الوضع المالي للجهة المقدمة للتقرير، عندها تتطلب الشفافية الكاملة أن ينعكس هذا التغيير تبعاً لذلك وبشكل مباشر وأن يتم إطلاع جميع الأطراف المعنية عليه.

ولا يتم إضفاء الشفافية في القوائم المالية إلا من خلال انتهاج سياسة الإفصاح الكامل عن المعلومات المفيدة لمتخذي القرار (الأطراف المستخدمة للقوائم المالية) أولاً، وتطبيق المعايير المحاسبية الدولية ثانياً، حيث أن كل المعايير المحاسبية الدولية وكل تطبيقاتها تؤسس إلى مستوى الإفصاح والشفافية الذي يتطلع إليه مستخدمو القوائم المالية. ومن خلال استعراض المفاهيم الخاصة بالإفصاح والشفافية، والتي يتطلع إليها الأطراف المهتمة بالنشاط الاقتصادي للشركة، حيث حددها الإطار المفاهيمي للمعايير المحاسبية الدولية ضمن مضامينه الأطراف المهتمة بالقوائم المالية للمؤسسة.

مستخدمو المعلومات المالية

تُشكّل القوائم المالية مخرجات النظام المحاسبي التي تم إعدادها من أجل استخدامها من قبل الأطراف المهتمة بالاستعلام عن النشاط الاقتصادي للشركة، وبهدف اتخاذ القرارات الاقتصادية، لذلك تنشأ أهداف القوائم المالية والمعلومات التي تتضمنها أساساً من احتياجات مستخدميها الخارجيين الذين تنقصهم سلطة الحصول على المعلومات التي يحتاجونها عن أداء المؤسسة، ووضعها المالي، وفي هذا السياق نجد أن مجلس المعايير المحاسبية الدولية IASB حدّد مستخدمي المعلومات التي تتضمنها القوائم المالية في الفئات التالية (المعايير المحاسبية الدولية، 2008، ص17):

- المستثمرون الحاليون والمترقبون: تهتم هذه الفئة بالمخاطر، والعوائد المتعلقة باستثماراتهم، وتتطلب هذه الفئة معلومات تساعد في اتخاذ القرارات التي تتعلق بشراء أو الاحتفاظ أو بيع الاستثمارات، كما يحتاجون إلى معلومات تمكنهم من تقييم قدرة الشركة على إجراء توزيعات الأرباح.
- العاملون (الموظفون): تهتم العاملون والمجموعات التي تمثلهم، بالمعلومات المتعلقة بربحية واستقرار المؤسسات التي يعملون بها، كما يهتمون بالمعلومات التي تساعد في تقييم قدرة مؤسستهم على توفير المكافآت، ومنافع التقاعد وفرص التوظيف.
- المقرضون: تحتاج هذه الفئة إلى المعلومات التي تساعد في تقييم قدرة المؤسسة المقترضة على توفير النقدية اللازمة لسداد أصل القرض، والفوائد المستحقة عليها في الوقت المناسب، والتي ستدفع لهم عند موعد الاستحقاق.
- الموردون: تهتم هذه الفئة بالمعلومات التي تمكنها من معرفة، ما إذا كانت المبالغ المستحقة لهم سوف تسدد في موعدها.
- العملاء: تهتم هذه الفئة بالمعلومات المتعلقة باستمرارية المؤسسة، خاصة في حالة ارتباطهم أو اعتمادهم على المؤسسة في الأجل الطويل.
- الجهات الحكومية: تهتم الجهات الحكومية بتوزيع الموارد، وبالتالي بأنشطة المؤسسات المختلفة وتحتاج هذه الجهات إلى المعلومات لاستخدامها في توجيه وتنظيم الأنشطة ووضع السياسات الضريبية وكذلك كأساس للإحصاءات المتعلقة بالدخل الوطني.
- الجمهور: تؤثر المؤسسات على الجمهور العام بطرق متعددة، فمثلاً قد تقدم المؤسسات مساهمة فعالة في الاقتصاد المحلي عن طريق توفير فرص عمل أو دعم الموردين المحليين، وقد تساعد القوائم المالية عن طريق تزويده بالمعلومات المتعلقة باتجاهات أنشطة المؤسسة، ومستجدات أنشطتها، وفرص ازدهارها.

فعلى الرغم من أن المعلومات التي تتضمنها القوائم المالية، لا تفي بكافة احتياجات المستخدمين، إلا أن هناك احتياجات مشتركة لمستخدمي المعلومات، فالقوائم المالية التي تفي باحتياجات المستثمرين الذين يتحملون مخاطر رأس المال سوف فإنها ستكون تبعاً لذلك من توفير المعلومات الضرورية للأطراف الأخرى.

محتوى القوائم المالية حسب المعايير المحاسبية الدولية

اهتمت لجنة المعايير المحاسبية الدولية منذ إنشائها بالقوائم المالية ومحتواها المعلوماتي، متبينة بذلك سياسة الإفصاح الكامل والكافي، من خلال إخضاع القوائم المالية لمعايير دولية تحكم مصداقية، وملاءمة ما تحتويه من بيانات مالية، حيث نجد أن بعض المعايير تهدف إلى ضبط المعالجة المحاسبية وتحديد طرق التقييم، وبعضها تضبط شكل وأسلوب عرض محتوى القوائم المالية، خاصة وأن إصدار المعايير الدولية يكون على أساس تخصيص فقرة مستقلة في كل معيار تتناول المعلومات الواجب الإفصاح عنها في سياق المعيار المعني، هذا وبالإضافة إلى المعيار المحاسبي الدولي الأول IAS01 الذي يعرض مكونات القوائم المالية ومحتواها المعلوماتي، والذي يتحدد بالتطبيق المتكامل للمعايير.

لذلك فإن كل المعايير المحاسبية الدولية وكل تطبيقاتها تساهم في إثراء المحتوى المعلوماتي للقوائم المالية. وعلى هذا الأساس فإن إعداد القوائم المالية يتوقف على عدة اعتبارات، نذكر منها (القاضي، حمدان، 2005، ص 275):

- تقديم معلومات عن ما إذا كانت القوائم المالية تنسجم مع ما تفرضه المعايير المحاسبية الدولية وتطبيق كل معيار ينطبق عليها؛
- اختيار، وتطبيق السياسات المحاسبية بما ينسجم مع متطلبات المعايير المحاسبية الدولية؛
- الإفصاح عن المعلومات المقارنة في نهاية كل دورة، وتتضمن "الدورة الحالية، والدورة السابقة"؛
- تحديد كل مكونات القوائم المالية بشكل واضح، وعرض المعلومات الخاصة بالمؤسسة والحيثيات التي تم على أساسها إعداد القوائم المالية "اسم المؤسسة، شكل المؤسسة، تاريخ إعداد القوائم المالية، الفترة التي تغطيها، العملة المستخدمة".

وفي هذا المنحى نجد أن المعيار المحاسبي الدولي الأول IAS1، ينص على الحد الأدنى من المعلومات الواجب إظهاره في القوائم المالية التالية:

الميزانية (قائمة المركز المالي)

ينص المعيار المحاسبي الدولي الأول على الحد الأدنى من المعلومات، والتي يجب عرضها في صلب الميزانية وتتمثل في (بوتين، 2010، ص ص 71.70):

- الأصول غير المادية " غير الملموسة "؛
- الأصول المادية " الملموسة "؛
- عقارات التوظيف؛
- الأصول المالية؛
- المساهمات المسجلة حسب الطريقة؛
- الأصول البيولوجية؛
- المخزونات؛
- الزبائن والدائنون الآخرون؛
- الخزينة وأشباه الخزينة؛
- الموردون والدائنون الآخرون؛
- المؤونات؛
- الخصوم المالية؛
- أصول وخصوم الضرائب المؤجلة؛
- فوائد الأقلية؛
- رأس المال المصدر والاحتياطات؛
- حقوق الأقلية.

ويؤكد المعيار على ضرورة التمييز بين عناصر الأصول والخصوم (الجارية وغير الجارية) بالاعتماد على معيار المدة، مع تضمين معلومات الدورة السابقة إلى جانب الدورة الجارية.

قائمة الدخل

ينص المعيار المحاسبي الدولي الأول IAS1 على الحد الأدنى من المعلومات، والتي يجب عرضها في قائمة الدخل وتتمثل في ما يلي (المعايير المحاسبية الدولية، 2008، ص 17):

- إيرادات الأنشطة العادية
- الإيرادات المالية و الأعباء المالية
- حصة الشركات الزميلة والمشاريع المشتركة في الأرباح والخسائر التي تمت محاسبتها باستخدام طريقة الأموال الخاصة
- نفقة الضريبة
- الربح أو الخسارة من الأنشطة العادية
- حصة الأقلية
- البنود غير الاستثنائية
- صافي الربح أو الخسارة للفترة

ويؤكد المعيار على ضرورة تقديم قائمة الدخل، وفق منظورين هما:

- قائمة الدخل حسب الطبيعة؛
- قائمة الدخل حسب الوظائف.
- مع إظهار معلومات الدورة السابقة إلى جانب الدورة الجارية.

قائمة التدفقات النقدية

نظرا لأهمية هذه القائمة وقدرتها على المتابعة المحاسبية والمالية للخرينة وتطورها، فقد خصص لها معيارا بأكمله هو المعيار المحاسبي الدولي السابع IAS7، وألزم كل المؤسسات الاقتصادية على إعدادها، وتتضمن مداخلات ومخرجات الخزينة خلال الدورة، وفق النشاطات التشغيلية والاستثمارية والتمويلية، وينص المعيار على عرض هذه القائمة بطريقتين، وهما: قائمة التدفقات النقدية حسب الطريقة المباشرة؛ قائمة التدفقات النقدية حسب الطريقة غير المباشرة.

كما يؤكد المعيار المحاسبي الدولي السابع IAS7، على ضرورة تقديم معلومات الدورة السابقة إلى جانب الدورة الجارية.

جدول تغيرات حقوق الملكية

من أجل تحديد كل الحركات التي مست كل مكونات حقوق الملكية (صافي المركز المالي للمؤسسة)، ينص المعيار المحاسبي الدولي الأول IAS1 على إعداد جدول تغيرات حقوق الملكية من أجل إظهار العناصر التالية (بوتين، 2010، ص 84):

- كل عناصر الإيرادات والنفقات، والأرباح والخسائر المسجلة في الأموال الخاصة، ومجموع مبالغ هذه العناصر؛
- أثر تغير الطرق المحاسبية، وتصحيح الأخطاء التي تم تسجيلها مباشرة في الأموال الخاصة؛
- العمليات حول رأس المال التي تمت مع المساهمين "الملاك" والتوزيعات التي حصلت معهم؛
- رصيد الربح أو الخسارة المتراكمة في بداية الفترة وفي تاريخ الميزانية والتحركات خلال الفترة؛
- مقارنة القيمة المحاسبية في بداية الدورة ونهايتها وذلك لكل نوع من أنواع رأس المال، علاوة الإصدار والاحتياطات.

الملحق (الإيضاحات)

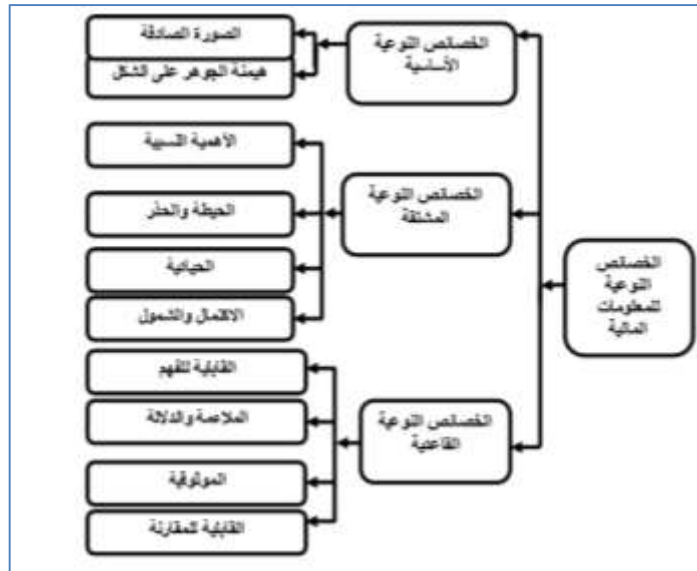
لكل قائمة من القوائم المالية الأربع التي تم ذكرها شروحاتها وتفسيراتها في الملحق الذي يسمح بفهم كيفيات إعداد هذه القوائم، ويتضمن الملحق المعلومات التالية (بوتين، 2010، ص 87):

- قواعد إعداد القوائم المالية؛
- الطرق المحاسبية التي تم اختيارها؛
- المعلومات التي تشترطها المعايير المحاسبية الدولية وغير المحتواة في القوائم المالية، وكذلك المعلومات الضرورية للحصول على الصورة الصادقة للمؤسسة، دون نسيان بقية التقارير التي تشجع المعايير المحاسبية الدولية على وجوها.

مساهمة المعايير المحاسبية الدولية في تحقيق الخصائص النوعية للمعلومات المالية

إن الهدف الأساسي من تحديد مجموعة الخصائص النوعية للمعلومات المالية هو استخدامها كأساس لتقييم جودتها، ودورها في ترشيد القرارات الاقتصادية، وعلى هذا الأساس يتعين تحديد محددات وخصائص تلك النوعية، وبصفة عامة تسعى المعايير المحاسبية الدولية

إلى زيادة منفعة المعلومات وجودتها (جنان، 2006، ص194)، خاصة وأن كل المعايير المحاسبية الدولية وكل تطبيقاتها هي محاولة لتجسيد مبدأ تغليب الجوهر الاقتصادي على الشكل القانوني، وهو التطبيق الذي يفك الارتباط بين الجبائية والمحاسبة، ومن التجليات الأكثر أهمية مع القيمة العادلة، لتطبيق مبدأ تغليب الجوهر الاقتصادي على الشكل القانوني (بن بلقاسم، 2010، ص119)، وهو ما يجعل المعلومات المالية تتحلى بالخصائص النوعية. وفي هذا السياق نجد أن الإطار المفاهيمي للمعايير المحاسبية الدولية الصادر عن (IASB)⁵⁰ تبني المدخل النفعي للمعلومة المالية⁵¹، والذي لا يتجسد إلا من خلال تحلي المعلومات التي تتضمنها القوائم المالية بالخصائص النوعية، ويمكن أن نُعبر عنها من خلال الشكل التالي:



شكل 3: الخصائص التوعوية للمعلومات المالية التي تتطلع اليها المعايير المحاسبية الدولية (بالاستناد الى بوتين 2010، ص 52-53)*

والملاحظ من خلال الشكل رقم (03) أعلاه أن الخصائص النوعية المشتقة تسمح بتحقيق وتجسيد الخصائص النوعية الأساسية (الصورة الصادقة، ومبدأ تغليب الجوهر الاقتصادي على الظاهر القانوني)، وفي في السياق نفسه تسمح الخصائص النوعية القاعدية بتحقيق الخصائص النوعية الأساسية والمشتقة، وهذا ما لا يتحقق إلا بالتطبيق المتكامل للمعايير المحاسبية الدولية (IAS/IFRS)، حيث يضمن هذا التطبيق المتكامل الخصائص النوعية للمعلومات المالية، ويؤدي في النهاية إلى معلومات مالية ذات درجة عالية من الجودة.

مساهمة المعايير المحاسبية في تحسن أداء الشركات

كان وما زال الأداء مفهومًا جوهريًا ومتعدد الأبعاد بالنسبة للمؤسسة، وذلك باعتباره محور وجود أو عدم وجود المؤسسة من جهة، وارتباطه بجميع ميادين المعرفة بشكل عام، وعليه فيشكل الأداء المرأة التي تعكس وضعية الشركة من مختلف جوانبها وهو الفعل الذي تسعى كافة الأطراف المهتمة بالنشاط الاقتصادي للشركة إلى تعزيزه، إلا أن تنوع الاتجاهات في دراسته وقياسه جعله يفقد الإجماع والاتفاق بين الباحثين في صياغة مفهوم محدد له، غير أن أغلبهم يتفق على أن الأداء يعبر عن مفهوم عام يعكس النجاح أو الفشل المحقق من طرف الشركة، كما يعكس مدى قدرتها على تحقيق غاياتها وأهدافها الطويلة الأجل. وفي هذا السياق نجد أن الإطار المفاهيمي للمعايير المحاسبية الدولية (الصادر في سنة 2010 طرح ثلاثة أهداف أساسية للقوائم المالية، يشكل الأداء جوهر هذه الأهداف، وهي على النحو التالي:

- **الوضعية المالية، وهي المعلومات التي تقدمها الميزانية؛**

⁵⁰ تمّ في سنة 2010 المصادقة على الإطار المفاهيمي لإعداد التقارير المالية.

⁵¹ يُستخدم مجلس المعايير بعد تنبيه للإطار المفاهيمي لإعداد التقارير المالية مصطلح المعلومات المالية لأنه أشمل وأعم من المعلومات المحاسبية.

- النجاعة والأداء، لا بد أن تفصح المؤسسة عن نجاعة ومستوى أدائها، أي قدرتها على توليد الأرباح، وهي المعلومات التي يقدمها حساب النتائج.
- تغير الوضعية المالية، لا بد أن تسمح القوائم المالية أيضا بقياس قدرة المؤسسة على توليد السيولة وتدفقات الخزينة من خلال أنشطتها الاستثمارية والتمويلية والاستغلالية، وهو ما يفرضه جدول تدفقات الخزينة.
- ومن خلال قراءتنا لمضامين الإطار المفاهيمي أولا وتفحص مضامين معايير المحاسبة الدولية () ثانيا اتضح لنا جليا أن كل معايير المحاسبة الدولية وكل تطبيقاتها تنحو إلى تأكيد الشفافية والإفصاح في القوائم المالية، ومن ثم تحسين أداء الشركات على النحو التالي (يحياوي، بوحديد، 2014، ص62):

- بلوغ الأداء المالي من خلال محاسبة الإدارة أما المساهمين؛
- الرقابة الفاعلة على أداء المؤسسات من أجل تطوير وتحسين قدرتها التنافسية؛
- محاربة التصرفات غير المقبولة سواء كانت من الجانب المادي أو الإداري أو الأخلاقي؛
- تحقيق الشفافية، يسمح بحماية حقوق المساهمين في المؤسسة؛
- تنمية الاستثمارات وتدفقاتها من تعميق الثقة المستثمرين خاصة المرتقبين؛
- تنمية المدخرات وتعظيم الربحية وإيجاد فرص استثمار جديدة؛
- تطوير وتحسين ومساعدة متخذ القرار على بناء إستراتيجية متطورة تخدم الكفاءة الإدارية والمالية للمؤسسة؛

خاتمة

لقد أوجدت القضايا التي طرحتها تعددية المرجعيات المحاسبية بين الدول - لجنة المعايير المحاسبية الدولية، والتي عرفت بداية نشاطها الحقيقي في مجال إعداد وإصدار المعايير المحاسبية الدولية منذ سنة 1973، وتهدف إلى محاولة جعل المحاسبة وسيلة إعلامية ذات طابع دولي تعمل على مساهمة التحولات التي عرفت المعاملات الاقتصادية والمالية، والمنعكسة على نشاطات المؤسسة التي أصبحت تتميز بالانفتاح على مختلف دول العالم.

وبهذا فإن كل المعايير المحاسبية الدولية تستهدف القوائم المالية ذات الغرض العام، والموجهة أساسا للمستخدمين الخارجيين على رأسهم المستثمرون (المساهمون)، باعتبارهم مقدمي رأس المال وأكثر الفئات تعرضا للمخاطر التي قد تواجهها المؤسسة، لذلك فإن كل المعايير المحاسبية الدولية و كل تطبيقاتها تتجه نحو توفير المعلومات المالية الكفيلة بمساعدة هذه الفئة، في تقييم العوائد والمخاطر المرتبطة بقراراتهم، من خلال توفير قوائم مالية تعبر بصدق عن حقيقة المعاملات الاقتصادية التي تقوم بها المؤسسات.

وعلى هذا الأساس فإن تجسيد النظام المحاسبي للبلد، والمبني على مضامين المعايير المحاسبية الدولية هو تأكيد على نقطتين أساسيتين هما:

- الحصول على مرجعية محاسبية ذات جودة عالية، ومجردة من أية اعتبارات تشريعية وجبائية، وتضمن قابلية استخدام المعلومات الناتجة عنها في مختلف الدول ولأغراض مختلفة؛
- المساهمة في جعل الاقتصاد أكثر انفتاحا وترابطا واستقراراً، من خلال تحرير الممارسة المحاسبية من نطاق و حدود الدولة.
- استنادا على ما جاء في الطرح للدراسة، ارتأينا إلى التأكيد على النتائج التالية:

- إنَّ اختلاف الأنظمة المحاسبية بين الدول، يعود لعدة عوامل اقتصادية وقانونية وسياسية انعكست على شكل ومضمون محتوى القوائم المالية، مما أدَّى إلى ضرورة خلق مرجعية دولية تجسدت في المعايير المحاسبية الدولية (IAS/IFRS)، والتي تعمل على تضيق فجوة الاختلاف وتحقيق محتوى معلوماتي للقوائم المالية يحظى بقبول دولي.
- إنَّ تزايد الطلب على المعلومات المالية والمعبرة عن حصيلة نشاط المؤسسة، ووضعيتها المالية من طرف فئات تنتمي إلى بيئات متعددة و ثقافات محاسبية متباينة، وفي هذا السياق اتجهت لجنة المعايير المحاسبية الدولية على مراعاة كافة

احتياجات هذه الفئات، ومن أجل تلبية هذا الغرض، فقد خصصت منذ بدايتها معياراً بأكمله يهتم بالمحتوى المعلوماتي للقوائم المالية.

- تقوم المعايير المحاسبية الدولية على مقارنة اقتصادية، تستدعي تطبيق مبدأ تغليب الجوهر الاقتصادي للأحداث على شكلها القانوني، وهي المقاربة التي تأسست من خلالها محاسبة مالية تستجيب لمتطلبات الحقيقة الاقتصادية ومجردة من أية اعتبارات جبائية، وانعكست بشكل جلي على نتائج أعمال المؤسسة ووضعيته المالية.
- تضع المعايير المحاسبية الدولية عدة اعتبارات أساسية تحكم إعداد القوائم المالية، وتعمل على إضفاء الطابع الإعلامي عليها من خلال:

- العمل على ترجمة الحقائق الاقتصادية لمختلف العمليات والتصنيفات المحاسبية، والتي تهدف إلى تقديم المعلومات اللازمة لتحقيق الإفصاح الكافي للقوائم المالية؛
- تحرير الممارسة المحاسبية عن الجبائية بشكل كامل ونهائي؛
- الانتقال والتحول من التقييم السكوني القائم على مبدأ التكلفة التاريخية إلى تقييم ديناميكي يأخذ بعين الاعتبار تقلبات البيئة وتحديد القيمة الحقيقية (العادلة) لكل أصول وخصوم المؤسسة.
- تؤسس المرجعية المحاسبية الدولية، إلى محاسبة مالية توضح بدقة مبادئ وقواعد التسجيل و التقييم، وانعكس بدوره على شكل ومضمون القوائم المالية، تأسيساً لإضفاء الشفافية والإفصاح عليها، حيث تشكل:

- الميزانية (قائمة المركز المالي): باعتبارها القائمة التي توفر المعلومات التي تُمكن من دراسة الوضعية المالية للمؤسسة، يتم من خلالها تصنيف الأصول إلى أصول جارية وغير جارية أما الخصوم فأصبحت تصنف إلى أموال خاصة وخصوم جارية وغير جارية، مع تقديم معلومات الدورة الجارية والدورة التي تسبقها، و ظهور عناصر وأبعاد مالية جديدة عززت محتواها المعلوماتي.
- قائمة الدخل: باعتباره القائمة التي توفر المعلومات التي تُمكن من دراسة نجاعة أعمال المؤسسة ونتائج نشاطها، ويمكن تقديمها على أساس الطبيعة أو على أساس الوظيفة، مع تضمين معلومات الدورة السابقة إلى الدورة الجارية.
- قائمة التدفقات النقدية: باعتباره جدول يتضمن المعلومات التي تمكن من متابعة التحركات النقدية عن العمليات الاستثمارية والتشغيلية والتمويلية ومعرفة وضعية الخزينة، حيث أصبح
- جدول تغيرات حقوق الملكية: باعتباره الجدول الذي يتضمن المعلومات التي تسمح بمتابعة وتحليل الحركات التي أثرت على كل فصل من الفصول التي تتشكل منها رؤوس الأموال الخاصة.
- الملحق (الإيضاحات): يشمل ملحق القوائم المالية على معلومات تكتسي طابعاً هاماً ومفيدة للعمليات التي تتضمنها كل من الميزانية وقائمة الدخل وقائمة التدفقات النقدية و جدول تغيرات حقوق الملكية.
- ٧ اختيار البعد الدولي في إعداد النظام المحاسبي للبلد، يؤسس بدوره إلى محاسبة مالية تعمل على توفير معلومات واضحة تتحلّى بالموثوقية والملاءمة والقابلية للمقارنة، نتيجة إخضاع الممارسة المحاسبية لمعايير تضمن فهم وتفسير المعلومات التي تتضمنها القوائم المالية، بالشكل الذي ينسحب إيجاباً على أداء المؤسسات.

اقتراحات الدراسة

- تكثيف الجهود في تكوين الأفراد العاملين، وبشكل مباشر في وظيفة المحاسبة والتأكد من قدراتهم وكفاءتهم حول إجراءات التسجيل والتقييم التي تؤكد المعايير لمحاسبية الدولية.
- تكثيف الجهود في تكوين الأفراد سواء مع الأفراد الأكثر تعاملًا مع وظيفة المحاسبة (مراقبي التسيير، المراجعين الداخليين...)، أو الأفراد في الإدارات المسؤولة عن المصادقة عن القوائم المالية.
- العمل على رفع الثقافة المحاسبية لمستخدمي القوائم المالية بغرض إعطائهم القدرة على قراءتها وفهمها واستغلالها، من خلال برمجة دورات تكوينية خاصة بهم.

قائمة المراجع

- أمين السيد أحمد لطفي، المحاسبة الدولية، الدار الجامعية، مصر، 2000.
- بن ربيع حنيفة، الواضح في المحاسبة المالية وفق المعايير المحاسبية الدولية، الجزء الأول، منشورات كليك الجزائر، 2010.
- ثناء القباني، المحاسبة الدولية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2004.
- حسين القاضي، مأمون حمدان، المحاسبة الدولية ومعاييرها، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2008.
- خالد جمال الجعارات، معايير التقارير المالية الدولية، إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008.
- رضوان حلوة حنان، النموذج المحاسبي المعاصر من المبادئ إلى المعايير، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2003.
- ريتشارد شويدر، تعريب خالد علي أحمد كاجيجي، إبراهيم محمد فال، نظرية المحاسبة، دار المريح للنشر، الرياض، المملكة السعودية، 2006.
- طارق عبد العال حماد، دليل المحاسب إلى تطبيق معايير التقارير المالية الدولية، الحديثة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006.
- عاشور كتوش، المحاسبة العامة أصول ومبادئ وآليات سير الحسابات وفق النظام المحاسبي المالي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013.
- فريدريك تشوي، وآخرون، المحاسبة الدولية تعريب محمد عصام الدين زايد، وآخرون، دار المريح للنشر، السعودية، 200.
- محمد بوتين، المحاسبة المالية ومعايير المحاسبة الدولية الصفحات الزرقاء برج الكيفان الجزائر 2010.

المجلات

- محمد الشريف توفيق، تبني معايير التقارير المالية الدولية للمرة الأولى مجلة الأبحاث الاقتصادية والإدارية، العدد الثاني عشر، جامعة بسكرة، الجزائر، 2012.
- منى كامل حمد، أهمية التوافق مع المعايير المحاسبية الدولية للمحاسبة في النشاط الزراعي، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 36، 2013.
- الرسائل والأطروحات الجامعية
- حمزة العربي، المعايير المحاسبية الدولية والبيئة الجزائرية متطلبات التوافق والتطبيق، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة بومرداس، الجزائر، 2013.
- سفيان بن بلقاسم، النظام المحاسبي الدولي وعملية ترشيد القرارات في سياق العولمة وتطور الأسواق المالية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2009.
- شنوف شعيب، الممارسة المحاسبية في الشركات المتعددة الجنسيات والتوحيد المحاسبي العالمي، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2007.

المراجع باللغة الأجنبية

الكتب

- Bernard Raffournier et autre. Comptabilité internationale. Vuibert édition. France. 1997
- Muriel N'aimais, L'essence des norme IAS/IFRS, édition d'organisation, Paris, France. 2004.
- Stephan Brun, Normes comptables internationale IAS/IFRS, Guolino éditeur, paris, 2006

نموذج إحصائي لتقييم السلامة المالية لشركات التأمين: دراسة على عينة من التأمينات العامة في الجزائر للفترة (2013-2015)

الباحث بن عمارة طاهر
جامعة قاصدي مرباح
ورقلة / الجزائر

الباحثة جقيدل رشيدة
جامعة قاصدي مرباح
ورقلة / الجزائر

أ.د. بن عمارة نوال
جامعة قاصدي مرباح
ورقلة / الجزائر

مخلص:

عرضت هذه الورقة البحثية بالتحليل جانباً مهماً من جوانب عمل شركات التأمين، وهو موضوع السلامة المالية التي تطالب بها هيئات التأمين، وهذا للكشف عن أهم جوانب القوة والضعف في مستوى الوضع المالي لشركات التأمين. وتتكون هذه الورقة البحثية من الجانب النظري الذي تم الرجوع فيه إلى الدراسات السابقة ذات العلاقة. أما الجانب العملي فاخصص باقتراح نموذج كمي يمكن من خلاله تقييم السلامة المالية لشركات التأمين، حيث حاولت هذه الورقة الربط بين عنصر السلامة المالية ومجموعة من المؤشرات المالية ومدى قدرة هذه الأخيرة على التمييز بين شركات التأمين ذات الأمان المالي وتلك التي في وضع مالي غير مستقر باستخدام التحليل التمييزي، وتكونت العينة من ثمانية شركات تأمين وهي الشركات العاملة في الجزائر للفترة 2013-2015، وقد توصلت هذه الورقة إلى أن كل من إجمالي الأقساط المكتتبة إلى الفائض ومعدل الخسارة المركبة كان لهما القدرة العالية على التمييز. وتوصي هذه الورقة بضرورة اعتماد هيئات الرقابة والإشراف على النماذج الكمية في التقدير والتنبؤ بالسلامة المالية لشركات التأمين، مع تحديث النموذج أولاً بأول، وذلك ضماناً لاستمراره وفعالته.

كلمات مفتاحية: سلامة مالية، مؤشرات مالية، شركات تأمين، تحليل تمييزي.

مقدمة :

يعتبر موضوع قياس وتحليل السلامة المالية لشركات التأمين من أبرز الاهتمامات على المستوى الدولي، فبين عامي 1978-1994 وفي نطاق التأمينات العامة فقط شهدت أسواق التأمين العالمية تعثر ما يربو 684 شركة التأمين بسبب فقدان ملاءتها Insolvent، وثمة عدد من هذه الشركات تمت تصفيتها بصورة نهائية، ونتيجة لذلك فقد تزايدت الدعوة بوضع أسس ومعايير دولية متفق عليها بهدف حماية حقوق حملة الوثائق من خلال اتخاذ التدابير الوقائية والاجراءات التحوطية الملائمة للحفاظ على الملاءة المالية لشركات التأمين، وحمايتها من التعرض لهزات مالية قد تؤدي إلى فقد الثقة بصناعة التأمين، ولعل الشكل الغالب لهذه الاجراءات يتضمن اشتراط حد أدنى لرأس المال، ووجود فائض معين، وضع قيود على محفظة الاستثمارات، واستيفاء نماذج مالية مع فحص دوري كل ثلاث سنوات على الأقل، وعلى الرغم من اشتراط حد الأمان المالي في معظم الدول إلا أن ذلك لم يمنع أن تصبح بعض الشركات غير قادرة على الوفاء بالتزاماتها، من هنا أدى التفكير إلى وضع مقاييس ومؤشرات مالية يمكن على ضوء نتائجها التنبؤ بالسلامة المالية لشركات التأمين والتي تعتبر كإجراءات وقائية تجاه الشركات التي تفشل في تجاوز اختبارات هذا النظام.

ويؤدي استخدام المؤشرات المالية المفردة إلى تعدد أبعاد التحليل حتى تصل إلى درجة يصعب معها الوصول إلى حدود فاصلة بين مجموعات شركات التأمين، كما يتصف هذا الأسلوب بعدم القدرة على ترتيب الشركات من حيث تسلسل كفاءة أدائها المالي وذلك لإهمال اختبارات التداخل بين النسب، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى استخدام النماذج الإحصائية التي تعتمد على تجميع العديد من المؤشرات المالية والتي تمثل أبعاد متعددة لمحتويات القوائم المالية في شكل بعد واحد يمكن من خلاله القيام بعملية التنبؤ الدقيق بحال شركات التأمين.

وعلى ضوء ذلك وفي تقرير لشركة Swiss Re المتخصصة بسوق التأمين الدولي المعتمدة من طرف الاتحاد الدولي لشركات التأمين في لندن بدراسة مسحية في 87 دولة نجد أن التأمينات في الجزائر حققت في عام 2015 نسبة 0.82% فقط في معدل النفاذية (ويعبر عن مدى مساهمة قطاع التأمين المباشر في الناتج المحلي الخام للدولة (PIB) محققة بذلك المرتبة 81 عالمياً، وهو ضعيف جداً مقارنة بالمستوى

الدولي للتأمينات والذي يمثل ما نسبته 6.23%، وهو أدنى كذلك مما هو عليه في الدول المجاورة. أين وصل هذا المعدل في مجال التأمينات إلى 3.05% و 1.91% في كل من المغرب وتونس على التوالي، فمعدل النفاذية للتأمينات في الجزائر يعتبر الأضعف في دول المغرب العربي، وبالنظر كذلك إلى معدل الكثافة (وهو متوسط نصيب الفرد من حجم الأقساط المكتتبة) ويمثل إنفاق الفرد على التأمين، قد حقق معدل الكثافة في التأمينات للجزائر في عام 2015 بـ 31.8 دولار فقط مقارنة بالمستوى الدولي للتأمينات العامة والذي يمثل 621.2 دولار، محققة بذلك المرتبة 82 (SIGMA, 2016).

إن هذه الأرقام تشير إلى هشاشة قطاع التأمين في الجزائر لاسيما وأنها تواجه الكثير من التحديات التي تقف حاجز أمام تحقيق نتائج مناسبة له مما قد يهدد سلامتها المالية، فضعف الثقافة التأمينية لدى الجمهور، وارتفاع معدل التضخم، وضعف الانتاج المحلي وما غير ذلك، ناهيك عن الأزمة الحالية التي شهدتها الجزائر من تدني أسعار النفط وانخفاض معدل النمو الاقتصادي سيزيد من التحديات على شركات التأمين مستقبلا، مما يتوجب تشكيل أو بناء نماذج من شأنها إعطاء تنبيه مبكر بدلائل امكانية التعرض للاهيار لحماية المتعاملين، حيث أن هذه النماذج تعتبر مؤشرا على مدى قوة أو ضعف المركز المالي للشركة، كما تسمح بمراقبة اتجاهات وسلوك الشركة مستقبلا من شأنه إعادتها إلى مسارها تجنباً لتعرضها لأي أزمات مالية.

على ضوء ما سبق تتبلور إشكالية البحث في السؤال التالي: هل يمكن اقتراح نموذج للتنبؤ بالسلامة المالية لشركات التأمين في الجزائر باستخدام المؤشرات المالية؟ وما مدى قدرة النموذج المقترح في التمييز بين الشركات ذات الأمان المالي وتلك التي في وضع مالي غير مستقر؟ وللإجابة على الإشكالية قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاث محاور رئيسية:

- المحور الأول: السلامة المالية (تعريفها، طبيعتها، أهميتها)
- المحور الثاني: الدراسات السابقة التطبيقية المتعلقة بالتنبؤ بالسلامة المالية لشركات التأمين
- المحور الثالث: بناء نموذج مقترح للتنبؤ بالسلامة المالية لشركات التأمين

المحور الأول: السلامة المالية (المفهوم ، أهميتها)

تعد شركات التأمين من المنشآت المالية ذات الثقة المالية العالية نظرا لعدم توفر ضمانات لكل متعامل بل هو تعامل موثوق فيه، كما أن أغلب التزامات شركة التأمين اتجاه الغير غير محددة بدقة مقارنة بالمنشآت الأخرى مثل التجارية والصناعية، فهي تقديرية وتقريبية، وعليه فعلى هيئات الاشراف والرقابة أن تقوم باتخاذ بعض الاجراءات من شأنها حماية حملة الوثائق من الخسائر التي تنجم عن تعسر شركات التأمين، ويمكن القول أن شركة التأمين في أمان مالي عندما تكون قادرة على امتلاك الأموال الكافية لمقابلة الالتزامات المالية، مع عدم المساس بأصولها عن طريق دفع المطالبات من الدخل الخاص بالأقساط الجديدة.

ويرجع بداية الاهتمام بدراسة السلامة المالية إلى الهزات الاقتصادية العديدة التي حدثت في بداية الثمانينات في الأسواق المالية، وكان ذلك نتيجة التنافس الشرس بين الشركات والذي كان مواكبا للارتفاع المستمر في ربح استثمار المخصصات التقنية والذي كان مشجعا للشركات على التنافس، ولكن عندما اتجهت معدلات الاستثمار إلى الهبوط قد ترتب على ذلك انهيار وافلاس العديد من الشركات على مستوى العالم (عيد أحمد أبو بكر، 2011، ص13)، ويوضح الجدول (1) عدد الشركات التي تعرضت للعسر المالي خلال الفترة 1980-1997 في كل من شركات التأمين على الحياة وشركات تأمينات الممتلكات والمسؤولية.

وفي هذا السياق فقد أرجع التحقيق الفدرالي الذي انتقد بدوره الإطار التنظيمي لفشلها في تحقيق الرقابة الكافية لشركات التأمين من عدم كفاية احتياطات الخسائر، المعاملات الهشة لشركات إعادة التأمين وكذا سوء التسعير (R.J Lahmann, 2015, P14)، كما يرى (Hans, 1967, P79) أن كل شركة تأمين في حالة عسر مالي راجع في الأساس إلى ثلاث حالات رئيسية، خسائر في الاستثمار، عدم كفاية الأقساط والاحتياطات، خسائر التي قد تنشأ في بعض الأحيان تذبذب عشوائي في عدد المطالبات أو حجمها، ويضيف كل من Pentikainen and Sawkins حالتين وهما: عدم كفاءة الادارة وفشل شركات إعادة التأمين (J.F Byrnes, 1986, P4).

جدول 1: شركات التأمين التي تعرضت للعسر المالي خلال الفترة 1980-1997

السنة	شركات التأمين على الحياة	شركات التأمين على الممتلكات والمسؤولية
1980	9	5
1981	8	9
1982	10	8
1983	20	11
1984	11	27
1985	9	52
1986	14	32
1987	20	25
1988	19	42
1989	42	52
1990	41	43
1991	58	47
1992	32	59
1993	22	24
1994	11	22
1995	3	10
1996	6	9
1997	2	24
المجموع	337	501

المصدر: عيد أحمد أبو بكر، إدارة أخطار شركات التأمين-أخطار الاكتتاب وأخطار الاستثمار، عمان، دار صفاء، 2011، ص 36.

وبذلك فقد أظهر أهمية وضع مؤشرات مالية نمطية يمكن على ضوء نتائجها التنبؤ بمدى مقدرة شركة التأمين على مواجهة التزاماتها في وقت استحقاقها، وخاصة في ظل التغيرات الاقتصادية الحديثة وما تبعها من تحرر اقتصادي لهذا القطاع كونه يعد المرآة التي تعكس أوضاع النشاط الاقتصادي في أي دولة، ومن هنا فقد تزايدت الحاجة إلى تقدير وتقييم السلامة المالية لشركات التأمين مع التقدم في كافة المجالات وكذلك المتغيرات الاقتصادية التي أدت إلى اختلاف المفاهيم والمؤشرات في شركات التأمين (عيد أحمد أبو بكر، 2011، ص 14)، وبعد اتحاد مراقبي التأمين في أمريكا (NAIC) أول هيئة متخصصة تطبق نظام الانذار المبكر، والذي بدأ تطبيقه اعتباراً من عام 1973، ليصبح بعدها نظام المعلومات المتعلق بالإشراف على التأمين IRIS عام 1977 (Ran Bar-Niv, 1983, P67)، هدفه تسليط الضوء على أولوية فحص الشركات التي تواجه صعوبات مالية لمنع حدوث حالات الانهيار، كما يتكون هذا النظام عموماً من عدة مجموعات للنسب المالية المطبقة على شركات التأمين في إطار أربعة اختبارات وهي اختبارات الوضع العام اختبارات الربحية، اختبارات السيولة وكذا اختبارات مدى كفاية الاحتياطات الفنية، فعلى الرغم من ذلك إلا أن هناك بعض الدراسات ظهرت لتركز على نقاط الضعف في هذا النظام، وفيما يلي نلخص هذه الانتقادات وهي (محمد المنصوري، 1988، ص ص 230-231):

- وفرة الاختبارات عن الحاجة لكون النظام أحادي المتغير، لذلك ليس غريباً أن نجد تصنيف الشركة ذات أمان مالي جيدة والأخرى التي تواجه صعوبات مالية متأثرة بالتغير في متغير واحد فقط.
- عجز النظام عن ترتيب الشركات بحيث يستطيع التفرقة بين الشركات التي لها أولوية الفحص أم لا، ولا يستطيع أن يرتب الشركات سواء تلك التي لها أولوية الفحص أو التي ليست لها أولوية الفحص.
- قابلية النظام للاستخدام الخاطئ في الأغراض المعيارية، فالاستخدام النمطي يؤدي إلى نتائج عكسية.

- الاتجاه إلى كونه نظام ثابت غير مرن وغير محصن ضد الزوال والمعالجة.

ونتيجة لذلك فقد جاء نظام يعرف بنظام مراقبة التحليل المالي FAST وهو بمثابة امتداد لنظام الملاءة المالية السابق IRIS، وليس البديل له، حيث بدأ تطبيقه في عام 1995 على شركات التأمين كبيرة الحجم -شركات التأمين على الحياة التي لها أقساط سنوية تفوق 50 مليون دولار/ 30 مليون دولار للتأمينات العامة- (Lu Xiong, 2014, P58)، إذ يتكون نظام FAST على عدد كبير من النسب المالية (25 نسبة)، وهو عدد يزيد عن عدد نسب نظام IRIS، هذا على الرغم من أن عددا من نسب IRIS يشملها نظام FAST أيضا (حوالي 5 نسب مالية)، هذا وقد سمح اتحاد مراقبي التأمين بأمريكا NAIC بنشر معدلات FAST لكن دون نشر نقاط المحددة لكل معدل على عكس نظام IRIS، ويتحدد مجموع تراكمي للنقاط التي تحصل عليها كل شركة ثم يستخدم هذا المجموع في ترتيب الشركات لعمل تحليلا آخر، والرقابة تصنف الشركات إلى : شركات يجب فحصها فورا، وأخرى لها أولوية في الفحص، والثالثة لها فحص روتيني فقط، بالإضافة إلى هذه الأنظمة فإنه يوجد شركات تصنيف خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية لعل أشهر هذه الشركات هي Standard and Poor's والتي تقيس اختباراتها مدى قدرة شركات التأمين على سداد المطالبات، وتنشر الشركة معلومات عن حوالي 2000 شركة تأمين، ويوجد لدى الشركة 27 مؤشرا ماليا تتراوح بين AAA إلى C (حمودة، 1998، ص ص 26، 23).

وعلى غرار الأنظمة الأمريكية السالفة الذكر، فإنه يوجد اختبارات أخرى لتقييم السلامة المالية لشركات التأمين، كاختبارات الانذار المبكر في كندا ويضم 8 مؤشرات مالية، اختبار أو معادلة كرسكي وكلندنين (مؤشر الأداء) لتقييم أداء شركات التأمين، وكذا اختبار النسبة الملخصة الانجليزية وهي عبارة عن نسبة واحدة ملخص لعدد من النسب، لكن يرى البعض أن هذا الاختبار لا يؤدي دوره بكفاءة في الكشف عن الصعوبات المالية لشركات التأمين خاصة في ظل الزيادة الواضحة في عدد الشركات التي تتعرض للعسر المالي (حمودة، 1998، ص ص 28-31).

على ضوء ما سبق، نلاحظ أن السلامة المالية لشركات التأمين تهم كل من هيئات الإشراف والرقابة على التأمين وحتى إدارة الشركة ذاتها، وينبع الاهتمام من كلا الجانبين من حقيقة مؤداها أن أغلب أموال الشركة تخص حملة الوثائق، وعليه يمكن القول أن قوة ومثانة المركز المالي لشركة التأمين في غاية الأهمية للأطراف التالية (عيد أحمد أبو بكر، 2011، ص ص 44-46) :

- حاملي وثائق التأمين الذي يهمهم قدرة الشركة في المستقبل على الوفاء بالتعهد الذي قطعته على نفسها في وثيقة التأمين.
- المستثمرون أو حاملو الأسهم الذي يهمهم أن تحتفظ الأسهم بقيمتها أو تحقيق الزيادة في هذه القيمة.
- الموظفون في الشركة الذي يهمهم الاستمرار في العمل للحصول على رواتبهم.
- متانة المركز المالي لشركة التأمين تهم الإدارة العليا في الشركة ويؤثر على سمعتها وفرص عملها في المستقبل.
- هيئات الإشراف والرقابة إلى على عاتقها التنبؤ بما يمكن أن يحدث من إفلاس لإحدى شركات التأمين العاملة في السوق.
- الحكومة كمشراف على الهيئات الاقتصادية في الدولة يهمل أن تعمل هذه الهيئات بسهولة في سوق التأمين وسوف تتأثر بما يصيب الأفراد من جراء عدم قدرة شركة من شركات التأمين على الوفاء بالتزاماتها.

دراسات سابقة:

لكي نتناول موضوع البحث بالتحليل والتطبيق، ونحقق أهدافه فقد قمنا باستعراض أهم الدراسات السابقة باللغتين العربية والأجنبية التي تبنت نماذج وأساليب كمية لتقويم السلامة المالية لشركات التأمين، وبينت أثر تلك الأساليب على قوة المراكز المالية لتلك الشركات أو ضعفها، وفيما يلي سنورد أهم الدراسات والأبحاث :

(دراسة James R Eck, 1982) قامت هذه الدراسة ببناء نموذج كمي مقترح والذي يعتمد على التحليل متعدد المتغيرات باستخدام طريقة المربعات الصغرى مع أخذ 17 نسبة مالية، تمثلت عينة الدراسة من 50 شركة تأمين لغير الحياة (25 شركة ذات أمان مالي و25 شركة متعثرة) للفترة (1965-1976)، وعليه تم استبعاد 10 نسب مالية من أصل 17 نسبة (7 نسب مالية لها تأثير قوي على التصنيف بين المجموعتين) وتطبيقها على شركات التأمين قبل وقوعها في فشل لسنة، لسنتين ولثلاث سنوات، خلصت الدراسة أن النسب المجمعة

(Combined Ratio) لها دلالة قوية في التصنيف مع عدم اهمال باقي النسب، بالإضافة إلى أن النموذج المقترح حقق تصنيف ناجح قدر بـ 88%.

(دراسة عادل منير وآخرون، 1993) قام الباحث بتقديم أسلوب كمي مقترح باستخدام الانحدار المتعدد للحكم على السلامة المالية لشركات التأمين العامة الكويتية، وتقتصر الدراسة على مدة العشر سنوات 1980-1989 على أربعة شركات تأمين، حيث تركزت هذه الدراسة وجود علاقة بين نسبة صافي الأقساط المكتتبة كمتغير تابع والمتغيرات المستقلة التي تعكس كلا من متغيرات تستخدم كمؤشر للدلالة على الاكتتاب في الأخطار ومتغيرات تعكس محفظة الاستثمارات والتي من خلالها يتم الوصول إلى القيم المقدرة لنسبة صافي الأقساط المكتتبة إلى الفائض ومقارنتها مع القيم الفعلية لها لكل شركة على حدى، والتي من خلالها يمكن الحكم عن السلامة المالية لشركات التأمين.

(دراسة Bert Kramer, 1997) هدفت هذه الدراسة إلى بناء نموذج مقترح لتقييم شركات التأمين العامة مع تحديد أولوية الشركات التي تستلزم الفحص من طرف المجلس الاشرافي للتأمينات، قام الباحث بإعداد النموذج المقترح من خلال الجمع بين الانحدار اللوجستي (logit model)، نموذج الشبكة العصبية (a neural network) ونظام خبير (an expert system)، تمثلت مخرجات النموذج من 3 تصنيفات (قوية، متوسطة، ضعيفة) على عينة مكونة من 193 شركة تأمين العاملة في هولندا لسنة 1993، أما متغيرات الدراسة فقد انحصرت عددها إلى 70 متغيرة، ويمكن تلخيص الجوانب الرئيسية التي تغطيها هذه المتغيرات إلى (الملاءة، المردودية، الاستثمارات، إعادة التأمين، نوع الخطر المؤمن، المخصصات التقنية، نمو الأقساط ومعدل اختراق السوق)، إضافة إلى ذلك طبق الباحث كل نموذج على حدى للعينة قيد الدراسة مع تحديد النقائص لكل منها بالاعتماد على 6 نسب مالية المستنتجة من النموذج الأول (الانحدار اللوجستي)، وقد خلصت الدراسة إلى أن النموذج المقترح (بمثابة نظام إنذار مبكر للتأمينات العامة N.E.W.S) حقق بنسبة 93% في تصنيف الشركات (قوية بـ 96%، متوسطة بـ 75%، ضعيفة بـ 94%) وهذا ما يثبت بأن النموذج جيد خاصة عند تطبيق النماذج على حدى أي كل من الانحدار اللوجستي والشبكة العصبية واللذان حققا نسبة 85% و 86% على التوالي.

(دراسة Georgios pitselis, 2008) بحثت هذه الدراسة في إمكانية الوصول إلى التنبؤ بحالات التعثر لشركات التأمين العاملة في اليونان في ظل تطبيقها لنظام الملاءة 2 باعتبارها عضو في الاتحاد الأوروبي، تمثلت عينة الدراسة من 54 شركة تأمين مصنفة إلى 31 شركة مليونية، 9 شركات غير مليونية و 14 شركة وقعت في مشاكل مالية وسرعان ما تجاوزت ذلك، وقد اعتمد الباحث على 12 نسبة مالية للفترة 1996-2002، ومن أجل تحقيق هدف الدراسة تم استخدام 3 نماذج: نموذج التحليل التمييزي، نموذج الانحدار اللوجستي، نموذج الانحدار اللوجستي المتعدد، وضم الباحث طريقتين هما أسلوب خطوة بخطوة Stepwise، أسلوب الجمع Entire، ولكل أسلوب طبق عليه عدة حالات منها (حالة ذات 3 تصنيفات، حالة ذو تصنيفين، حالة لكل سنة، حالة لعدة سنوات)، وقد توصل الباحث إلى أنه عند استخدام نموذج التحليل التمييزي والانحدار اللوجستي بالاعتماد على أسلوب Entire قد حققت في أغلب الحالات دقة عالية في نتائج التصنيف مقارنة بنظيرتها أسلوب خطوة بخطوة.

(عبد أحمد أبو بكر، 2009) استخدم الباحث أسلوباً إحصائياً جديداً وهو أسلوب التحليل العنقودي بهدف التنبؤ بالأداء المالي وسلامة المراكز المالية لشركات التأمين العاملة في جمهورية مصر العربية والذي من خلاله تم تقسيم الشركات إلى مجموعتين متباينتين في الأداء (أداء قوي، أداء ضعيف)، وذلك من أجل التنبؤ بالأزمات المالية التي قد تتعرض لها شركات التأمين في المستقبل، استخدم الباحث 13 مؤشراً مالياً للفترة 1996-2008، توصل الباحث أن النموذج المستخدم أثبت جدارته في تصنيف الشركات وتحديد أي منها تحتاج إلى تدخل هيئة الإشراف والرقابة على التأمين بفحص مراكزها المالية، وبالتالي سرعة العمل على إعادة إصلاح مسار الشركة تجنباً لتعرضها لأي أزمات مالية.

المحور الثالث : محاولة بناء نموذج مقترح للتنبؤ بالسلامة المالية لشركات التأمين

إن الغرض الرئيسي من هذا البحث هو بناء نموذج إحصائي مقترح للتنبؤ بالسلامة المالية لشركات التأمين، وبالتالي فإنه يتوجب علينا اختيار أحد الأساليب الإحصائية المستخدمة في التنبؤ، وبناءً على طبيعة دراستنا فالتحليل التمييزي المتعدد يعد من أنسب الأساليب الإحصائية بما يتميز به من سهولة في التطبيق، وبما يقدمه من نتائج دقيقة بالرغم من صغر حجم العينة، وقد جرت العادة أن كل

الدراسات عند تطبيقها لهذا الأسلوب قامت على أساس اختيار عينتين من الشركات (شركات ذات أمان مالي، وشركات تمت تصفيتهما)، وجمعت البيانات لها عن السنوات السابقة للتصفية، لكن بالرجوع إلى السوق التأمين الجزائري فإننا لم نجد أي شركة تم تصفيتهما، لكن المتوقع توجد شركات أدائها المالي أفضل من شركات أخرى، وللتفرقة بين المجموعتين قمنا بحساب 10 نسب مالية مقترحة (أنظر إلى الجدول رقم 12) مأخوذة من الأنظمة الدولية (IRIS, FAST, Standard and Poor's) والتي أثبتت فعاليتها في التقييم المالي، ليتم من خلالها ترتيب شركات التأمين الجزائرية ترتيبا تصاعديا لكل نسبة من النسب الـ 10 المحسوبة، ويتم الترتيب التصاعدي وفقا لقرب نتيجة النسبة المحسوبة للشركة الجزائرية للنسب المعيارية المتعارف عليها دوليا، وتعطى عددا من النقاط يتراوح بين الـ 8 نقاط إلى نقطة 1 (عينة الدراسة : 8 شركات تأمين)، وقد حسب متوسط عدد النقاط لكل شركة بثلاث سنوات وبمقارنة النتائج بمتوسط عدد النقاط (من 8 إلى 1) وهو 4.5 [المتوسط = $(n+1)/2$]، يمكن تصنيف الشركات بأنها ذات أمان مالي إذا كان متوسط عدد النقاط أكثر من 4.5 (ويعطى لها بتصنيف كودي 1)، أما إذا كان متوسط عدد النقاط أقل أو يساوي من 4.50 تصنف بأن وضعها المالي غير مستقر وتحتاج إلى فحص مالي معمق لمعرفة الأسباب الفعلية وراء ذلك (ويعطى لها بتصنيف كودي 2). والجدول التالي (2) يبين تصنيف شركات التأمين الجزائرية خلال الفترة 2013-2015، فالمجموعة التي تأخذ رقم 1 تمثل الشركات ذات الأمان المالي، أما تلك التي تأخذ رقم 2 فهي تمثل الشركات ذات الوضع المالي غير المستقر.

جدول 2: تصنيف شركات التأمين الجزائرية خلال الفترة 2013-2015

الشركة	السنة	متوسط عدد النقاط	التصنيف
Caar	2013	5.5	1
Caat		5.9	1
Ciar		3.3	2
Salama		3.6	2
2a		4.1	2
Trust		4.7	1
Saa		4.6	1
Alliance		4.3	2
Caar	2014	4.5	2
Caat		5.5	1
Ciar		3.1	2
Salama		4.1	2
2a		3.9	2
Trust		5.3	1
Saa		4.7	1
Alliance		4.8	1
Caar	2015	3.9	2
Caat		5.9	1
Ciar		3.6	2
Salama		4.5	2
2a		3.6	2
Trust		5.2	1
Saa		4.6	1
Alliance		4.7	1

بعد إدخال بيانات النسب المالية المقترحة، واستخدام أسلوب التحليل التمييزي للوصول إلى نموذج كمي يعتمد على بيانات سوق التأمين

الجزائري والذي يشمل 8 شركات تأمين عامة (على الأضرار) خلال فترة الدراسة بين 2013-2015، ومن منطلق مخرجات طريقة التحليل التمييزي باستخدام برنامج SPSS.20 سنعرض ما يلي :

- أولا - اختبار BOX لتساوي مصفوفات التباينات : لمعرفة مدى اختلاف في مصفوفة التباينات يمكن الاستعانة بمحدد اللوغاريتم، بحيث كلما كبرت قيمته دل ذلك على وجود اختلاف في مصفوفة التباينات المشتركة، ومن خلال الجدول رقم (03) فإننا نلاحظ أن العمود Rank يشير إلى وجود متغيرين فقط منبئة (مستقلة) من أصل 10 متغيرات مقترحة في الدراسة، كما يفترض التحليل التمييزي تجانس مصفوفة التباين بين المجموعات، وهذا ما نلاحظه في نتائج اختبار BOX والموضح في الجدول رقم (04)، بحيث نجد عند اختبار توزيع F Fisher يساوي 0.152 وهو أكبر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، وعليه فإننا نرفض الفرضية البديلة، ونقبل الفرضية الصفرية القائلة بوجود تجانس في التباينات بين صنفى المتغير التابع.

جدول 3: محدد اللوغاريتم

Log Determinants		
DS	Rank	Log Determinant
1	2	-7,922
2	2	-6,651
Pooled within-groups	2	-7,019

جدول 4: نتائج اختبار Box's M لتساوي مصفوفات التباين

Test Results		
Box's M		5,870
F	Approx.	1,764
	df1	3
	df2	87120,000
	Sig.	,152

- ثانيا - اختيار النسب المميزة (المكونة للمعادلة التمييزية) من المجموع الكلي للنسب : من خلال الجدول أدناه نلاحظ أنه قد تم اختيار متغيرين من بين 10 متغيرات وهي مرتبة حسب قدرتها التمييزية كالتالي :

جدول 5: النسب المالية المميزة

رمز النسبة	مركبات النسبة
V2	إجمالي الأقساط إلى الفائض
V9	معدل الخسارة المركبة

ومن خلال الجدول رقم (06) أدناه، وبتطبيق أسلوب خطوة بخطوة Stepwise، فإن هذه المتغيرات لها قدرة عالية على التمييز مجتمعة، وهذا لأخذ دلالة إحصائية Exact F قيمة أقل من 0.05، ويحتل المتغير V2 (إجمالي الأقساط إلى الفائض) المرتبة الأولى من حيث أهمية ودلالة التصنيف استنادا إلى قيم F والتي بلغت 10.073 وهذا يدل على قوة مؤشر التمييز، يليه في المركز الثاني متغير V9 (معدل الخسارة المركبة) حيث بلغت قيمة F 16.041

- ثالثا - اختبار الدلالة وقوة الارتباط : يعتمد هذا الاختبار على قيم مجموعة من الإحصاءات يمكن من خلالها اختبار قوة العلاقة بين متغيري الدراسة، ويوضح الجدول أدناه أن القيمة الذاتية للدالة التمييزية Eigenvalue كانت 1.528 مما يشير إلى أن للدالة التمييزية مقدرة عالية على التمييز، حيث أن القيمة الذاتية أكبر من الـ 1 الصحيح، ومما يؤكد ذلك أن 100% من التباين

Variance كان مفسرا، أما فيما يتعلق بالارتباط التجميعي (القانوني) Canonical Correlation فقد بلغ 0.777 والذي يمثل علاقة الارتباط بين النموذج وأي مجموعة من المجموعتين اللتين يفرق بينهما، ويدل ذلك على جودة توفيق الدالة التمييزية، ونرفق الجدول التالي للتوضيح.

جدول 6: المتغيرات المستخلصة باستخدام احصائيات أسلوب خطوة بخطوة

Variables Entered/Removed ^{a,b,c,d}									
Step	Entered	Wilks' Lambda							
		Statistic	df1	df2	df3	Exact F			
						Statistic	df1	df2	Sig.
1	V2	,686	1	1	22,000	10,073	1	22,000	,004
2	V9	,396	2	1	22,000	16,041	2	21,000	,000

جدول 7: القيمة الذاتية لدالة التمييز

Eigenvalues				
Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	1,528 ^a	100,0	100,0	,777

ولاختبار الدلالة وقوة العلاقة وجب إجراء اختبار إحصائية Wilk's Lambda والذي يشير إلى مدى أهمية الدالة التمييزية في التمييز، كما يعتبر كمؤشر لمقدار التباين غير المفسرة في الدرجات التمييزية، وكلما كانت القيمة الاحصائية صغيرة ستكون نتائج التحليل أفضل، على عكس قيمة Chi-square، بحيث كلما كانت مرتفعة كلما دل ذلك على جودة التمييز للدالة، ويتبين من خلال الجدول رقم (08) أن هذه الإحصاءة بلغت 0.396 و Chi-square بلغت 19.474 وهي أكبر من قيمتها الجدولية مما يدل على أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين تعود إلى المتغيرين المنبئين، ويؤكد هذا الاستنتاج أن القيمة المعنوية 0.000.

جدول 8: نتائج اختبار Wilk's Lambda

Wilks' Lambda				
Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	Df	Sig.
1	,396	19,474	2	,000

- رابعا - دالة التمييز القانونية: وتفيد هذه الدوال التمييزية القانونية في تحقيق هدف التنبؤ بالسلامة المالية لشركات التأمين ويتم ذلك من خلال إدخال المعاملات التمييزية غير المعيارية في النموذج المقترح ويتم ذلك إحصائيا بضرب المعاملات غير المعيارية بالقيمة الفعلية للنسب المالية المقترنة بها وإضافة أو طرح الثابت المصاحب لها، وذلك للوصول إلى قيمة مطابقة للعلامة المعيارية التي يتم الحصول عليها، وبناء على ما سبق يظهر الجدول التالي معاملات التمييز القانونية غير المعيارية الذي يقابل كل نسب مالية تم إعدادها سابقا كأفضل نسب للتنبؤ بالسلامة المالية لشركات التأمين.

جدول 9: معاملات دالة التمييز القانونية

Canonical Discriminant Function Coefficients	
	Function
	1
V2	3,502
V9	10,442
(Constant)	-14,231
Unstandardized coefficients	

وعليه فإن دالة التمييز القانونية تأخذ الصيغة التالية :

$$Z1 = -14.231 + 3.502V2 + 10.442V9$$

- خامسا : معاملات دالتي التصنيف: نظرا لوجود مجموعتين فإنه يوجد لدينا دالتين للتصنيف واللتي تفيدان في تصنيف الشركات محل الدراسة، إما إلى فئة ذات أمان مالي، أو إلى فئة ذات وضع مالي غير مستقر، والجدول رقم (10) يوضح لنا معاملات دالتي التصنيف.

جدول 10 : معاملات دالتي التصنيف

Classification Function Coefficients		
	DS	
	1	2
V2	41,065	49,353
V9	170,919	195,633
(Constant)	-98,698	-132,379
Fisher's linear discriminant functions		

وعليه فدالتي التصنيف تأخذان الصيغة التالية:

- دالة تصنيف شركات تأمين ذات أمان مالي: $Z1 = -98.698 + 41.065V2 + 170.919V9$
- دالة تصنيف شركات تأمين ذات وضع مالي غير مستقر: $Z2 = -132.379 + 49.353V2 + 195.633V9$

ولمعرفة تصنيف أي شركة باستخدام النموذج، فإن الإجراءات تتلخص في تعويض بقيم النسب المكونة في النموذج مرة في الدالة الأولى للتصنيف ($Z1$)، ومرة في الدالة الثانية للتصنيف ($Z2$)، فإذا حدث أن كانت نتيجة الدالة الأولى أكبر من الثانية (أي $Z1 > Z2$) فمعنى ذلك أن الشركة في المجموعة الأولى أي ذات أمان مالي، أما إذا حدث العكس أي نتيجة الدالة الثانية أكبر من الدالة الأولى ($Z1 < Z2$) فمعنى ذلك أن الشركة في المجموعة الثانية أي في وضع مالي غير مستقر، ومن ثم يكون لها الأولوية في الفحص الفني لمركزها المالي.

- سادسا : مقدرة النموذج المقترح على التصنيف: لقد أظهرت النتائج أن مقدرة النموذج المقترح على تصنيف الحالات الـ 24 محل الدراسة، بكفاءة عالية من التنبؤ، بحيث بلغت مقدرة النموذج على التصنيف إلى 79.2%، كما يتضح من الجدول رقم (11) أن مشاهدات الشركات ذات أمان مالي (تصنيف كودي 1) بلغت 10 منها تصنيفا صحيحا من أصل 12 محققة بذلك نسبة 83.3% في حين تأخذ 2 مشاهدات سلوك المجموعة الثانية، أما بالنسبة للشركات ذات وضع مالي غير مستقر (تصنيف كودي 2) فمن إجمالي 12 مشاهدة صنف منها 9 تصنيفا صحيحا أي بنسبة 75%، في حين تأخذ 3 مشاهدات سلوك المجموعة الأولى.

- سابعا : مناقشة وتفسير النتائج: تفسر النسبتين التي أثبتت قدرتها على التنبؤ بحالة السلامة المالية ما يلي :

○ نسبة إجمالي الفائض إلى إجمالي الأقساط ($V2$): يمثل الفائض الدرر الوافي ضد الخسائر غير العادية من خلال استيعابه لهذه الخسائر دون أن يعرض لرأس مال الشركة للخطر، هذا وقد احتل بند الفائض وهو ما يعبر عنه بحقوق المساهمين أهمية خاصة في مؤشرات ونسب الأنظمة الدولية، وهذا حتى تمنح للمؤمن حماية كافية اتجاه أي تدهور في نتائج النشاط أو حصول كارثة في قيمة الاكتتاب فحجم الأقساط يعبر عن الأخطار الأصلية المقبولة بالمحفظة، وتعتبر كالتزام ويجب أن يقابلها من رأس المال واحتياطات رأسمالية، وقد رأى واضعوا النظام أن النسبة المعتادة لهذا المقياس هو أن لا يتجاوز الـ

900%، فإذا زادت عن ذلك فإنها تعتبر مؤشرا في غير صالح الشركة وكلما دل على عدم كفاية الفائض، مما يجب عليها اتخاذ إجراءات سريعة بتحسينها، ومن ثم فكلما كان الفائض كبيرا بالنسبة لإجمالي الأقساط المكتتبة التي تعكس التزامات المؤمن، كلما كان هناك نوعا من السلامة المالية، وعليه فإننا نستنتج أن هذه النسبة لها القدرة على تشخيص وضعة الشركة وتمييز عنصر السلامة المالية.

جدول 11: نتائج جودة التصنيف

Classification Results ^{a,c}					
		DS	Predicted Group Membership		Total
			1	2	
Original	Count	1	10	2	12
		2	3	9	12
	%	1	83,3	16,7	100,0
		2	25,0	75,0	100,0
Cross-validated ^b	Count	1	10	2	12
		2	3	9	12
	%	1	83,3	16,7	100,0
		2	25,0	75,0	100,0
a. 79,2% of original grouped cases correctly classified.					

○ نسبة معدل الخسارة المركبة (V9) : أثبتت هذه النسبة أن لها قدرة تنبؤية عالية بحالة السلامة المالية بين الشركات، وتقاس هذه النسبة تكلفة الانتاج الاجمالية لشركة التأمين، وتتكون من نسبة الخسارة Loss Ratio أي نسبة التعويضات المستحقة إلى الأقساط المكتتبة، ونسبة المصروفات Expense Ratio أي نسبة مصروفات الاكتتاب إلى صافي الأقساط المكتتبة، ووفقا للأنظمة الدولية فكلما زادت نسبة الخسارة المركبة كلما أدى ذلك إلى أن النشاط العام للشركة سلمي النتيجة وبالتالي يهدد سلامتها المالية، والمدى المقبول لهذه النسبة هو أقل من 100%.

مناقشة النتائج والتوصيات

- تحصلنا بعد إجراء الدراسة التجريبية لعينة من شركات التأمين العاملة في الجزائر على نموذج مقترح للتنبؤ بالسلامة المالية مكون من نسبتين من أصل 10 نسب مالية وهما : إجمالي الأقساط إلى الفائض (V2)، معدل الخسارة المركبة (V9).
- أثبت النموذج المقترح بعد إجراء عدة اختبارات احصائية على بيانات السوق التأمين الجزائري قدرته على التنبؤ بحالة السلامة المالية.
- الاهتمام المتزايد باستخدام أنظمة الانذار المبكر في التنبؤ بالسلامة المالية لشركات التأمين، حيث يمكن باستخدام هذا الأسلوب في تحديد الشركات التي يجب أن يكون لها أولوية الفحص الفني لمركزها المالي.
- وتوصي الورقة بالتوصيات التالية:
- ضرورة اعتماد هيئات الرقابة والإشراف على النماذج الكمية في تقدير والتنبؤ بالسلامة المالية لشركات التأمين واستخدامه والتحقق من نتائجه.
- من الضروري تحديث النموذج أول بأول، وذلك ضمانا الفاعليته والاستمرارية
- ضرورة ادراج متغيرات كيفية كالحكومة والرقابة والإفصاح وما غير ذلك، مع إجراء مقارنة بين عدة نماذج (كالانحدار اللوجستي، الانحدار المتعدد التدريجي، التحليل العنقودي ...).

المراجع

- ابراهيم أحمد النبي حمودة، الأسس العلمية والعملية لتقييم الأداء في شركات التأمين، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، نوفمبر 1998. على الموقع الإلكتروني :
<http://documents.tips/documents/-55cf9cda550346d033ab495f.html>
- عادل منير، أحمد سالم الزياد، جلال عبد الحليم حربي، الانحدار المتعدد كوسيلة للحكم على الملاءة المالية لشركات التأمين، المجلة العلمية لكلية التجارة، السنة 13، العدد 19، جامعة أسيوط، 1993.
- عيد أحمد أبو بكر، إدارة أخطار شركات التأمين-أخطار الاكتتاب وأخطار الاستثمار-، عمان، دار صفاء، 2011.
- عيد أحمد أبو بكر، تطوير التحليل المالي بالأساليب الكمية للتنبؤ بالآزمات المالية في شركات التأمين على الحياة –بالتطبيق على سوق التأمين المصري-، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السابع المقام بكلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة الزرقاء –الأردن-، يومي 10-11 نوفمبر 2009.
- محمد المنصوري، نظام الانذار المبكر والتنبؤ بملاءة شركات التأمين –نموذج كمي-، مجلة العلوم الاجتماعية، الكويت، صيف 1988.

المراجع الأجنبية

- Rapports Annuel, année 2015, Direction des Assurances, Ministère De Finance, SIGMA, no 03 (2016).
- Bert Kramer, N.E.W.S a model for the evaluation of non-life insurance companies, European Journal of Operational Research 98 (1997).
- James R Eck, Detecting Financially Troubled Property-Liability Insurers, Journal of Business Research, Vol 10, Issue 4, December 1982.
- J.F. Byrnes, A survey of the relationship between claims reserves and solvency margins, Insurance Mathematics and Economics, Vol 3, 1986.
- Hans Ammeter, The Natural and Mechanical Methods of Assessing Solvency Reserves in Life Assurance, Journal of the Institute of Actuaries, Vol 93, No 1, Juin 1967.
- Georgios pitselis, An overview on solvency supervision, regulations and prediction of insolvency, belgian actuarial bulletin, Vol 8, No 1, 2008.
- Lu Xiong, Statistical Computing Schemes for Proteomics Data Processing and Insurance Solvency Modeling, Doctoral thesis of Computational Science, Middle Tennessee State University, 2014.
- Ran Bar-Niv, Insolvency prediction for property-liability insurers : new statistical measures and the effects of alternative accounting practices, Doctoral thesis of philosophy, the ohio state university, 1983.
- R.J. Lehmann, Insurance Regulation Report Card ,R Street Policy Study, No 46, December 2015.

جدول 12: متغيرات الدراسة المقترحة

الرمز	النسب المالية	الأنظمة التي تعتمد عليه
V1	صافي الأقساط إلى الفائض	IRIS, FAST, Standard and poor's
V2	إجمالي الأقساط المكتتبة إلى الفائض	IRIS, FAST, Standard and poor's
V3	التغير في صافي الأقساط المكتتبة	IRIS, FAST, Standard and poor's
V4	معدل الاحتفاظ	Standard and poor's
V5	اجمالي الالتزامات إلى الأصول المتداولة	IRIS, FAST, Standard and poor's
V6	المخصصات التقنية إلى الأصول المتداولة	Standard and poor's
V7	المخصصات التقنية إلى الفائض	IRIS, FAST, Standard and poor's
V8	(المخصصات التقنية + الفائض) إلى صافي الأقساط المكتتبة	Standard and poor's
V9	معدل الخسارة المركبة	FAST
V10	اجمالي المصروفات إلى إجمالي الأقساط	FAST

تم اختيار هذه النسب حسب الأهمية وحسب مدى توافر البيانات اللازمة حسابها

جدول 13: بيانات الدراسة

enterprise	année	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10
Caar	2013	0,530	0,825	0,963	3,708	0,642	1,044	0,640	0,171	0,909	0,255
	2014	0,517	0,846	1,264	4,382	0,611	1,303	0,888	-0,005	1,008	0,250
	2015	0,458	0,847	1,133	4,650	0,541	1,312	0,854	-0,076	1,275	0,249
caat	2013	0,588	1,011	0,943	3,303	0,582	0,938	0,542	0,124	0,821	0,211
	2014	0,642	1,094	0,973	3,074	0,587	0,974	0,569	0,125	0,830	0,208
	2015	0,591	1,065	0,921	3,251	0,555	0,938	0,490	-0,010	0,955	0,195
ciar	2013	1,356	1,658	1,006	1,480	0,818	1,177	0,747	0,078	1,047	0,313
	2014	1,558	1,841	1,062	1,323	0,846	1,203	0,744	0,189	0,927	0,280
	2015	1,601	1,903	1,182	1,363	0,842	1,075	0,692	0,035	0,942	0,281
salama	2013	1,515	1,667	1,047	1,351	0,909	1,384	0,576	0,252	0,791	0,279
	2014	1,568	1,773	1,089	1,332	0,884	0,955	0,701	0,088	0,872	0,333
	2015	1,292	1,501	1,174	1,683	0,861	0,970	0,860	0,020	0,813	0,288
2a	2013	1,077	1,720	0,500	1,393	0,626	1,092	0,528	0,206	0,998	0,288
	2014	1,257	1,663	0,498	1,192	0,756	1,104	0,524	0,164	0,953	0,365
	2015	1,148	1,499	0,444	1,258	0,766	1,140	0,535	-0,074	0,969	0,401
trust	2013	0,512	1,037	1,031	3,966	0,494	1,198	0,637	0,075	0,945	0,155
	2014	0,383	0,914	0,995	5,256	0,416	1,057	0,597	-0,184	0,855	0,199
	2015	0,377	0,713	0,851	4,905	0,529	1,030	0,618	0,045	1,017	0,254
saa	2013	0,812	0,878	0,976	2,432	0,925	4,167	2,854	0,039	0,892	0,297
	2014	0,779	0,855	0,933	2,482	0,911	4,162	2,959	0,012	0,930	0,298
	2015	0,733	0,823	0,860	2,537	0,891	2,963	1,891	0,005	0,961	0,306
alliance	2013	1,616	1,848	0,972	1,221	0,874	0,974	0,536	0,027	0,826	0,328
	2014	1,617	1,830	0,935	1,196	0,884	1,004	0,556	0,067	0,773	0,326
	2015	1,538	1,918	0,747	1,136	0,802	0,981	0,489	0,001	0,759	0,332

الحاجة الى الاستدامة في التعليم المحاسبي: دليل من الأردن

د. آمنة علي الكردي

جامعة العقبة للتكنولوجيا/الأردن

الملخص

شكل ظهور التطورات التكنولوجية والعولمة والمنافسة بالاضافة الى التنوع في الخدمات المهنية اسبابا مهمة للعمل على مواكبة هذه التغيرات، وانطلاقا من مشكلة الدراسة التي تتناول مدى قدرة التعليم المحاسبي في تجسيد الاحتياجات المطلوبة والضرورية للإشراف على التقدم باتجاه الاستدامة، ومدى قدرة مؤسسات التعليم في تحقيق ذلك، فان هذه الدراسة تهدف الى تحديد دور الاستدامة في التعليم المحاسبي، والذي يعدّ أهم العناصر المؤثرة على البيئة الاجتماعية والاقتصادية، وذلك من خلال دور أساتذة الجامعة في التطوير باعتبارهم ركيزة أساسية في تشكيل اتجاهات مجموعة كبيرة من الأفراد. وقد تم توزيع 50 استبانة على أقسام المحاسبة في الجامعات الحكومية والخاصة في الأردن، مشتملة على أعضاء هيئة التدريس في أقسام المحاسبة لدى هذه الجامعات، لاستطلاع آرائهم حول أربعة مقومات لإستدامة التعليم المحاسبي متمثلة في تطوير المناهج الدراسية، وربط المناهج بالبيئة العملية للمحاسبة، ودور البحث العلمي في استدامة التعليم المحاسبي، و دور الجمعيات والمنظمات المهنية المحلية في استدامة التعليم المحاسبي. وظهرت النتائج وجود أثر لمقومات الاستدامة المتمثلة في تطوير المناهج الدراسية (وربطها بالبيئة العملية للمحاسبة في الجامعات الاردنية) على التعليم المحاسبي، كما اظهرت النتائج وجود ضعف لدور البحث العلمي في زيادة الاستدامة في التعليم المحاسبي. وبناء على هذه النتائج توصي هذه الورقة البحثية بتفعيل دور الجمعيات والمنظمات المهنية من خلال تطبيق معايير الجودة المرتبطة بالمرجعات والإنتاج، وذلك انطلاقا من أن الاستدامة تشكل محورا أساسيا في الجامعات لمواجهة الضغوط الخارجية، ومنهجيا للتثقيف في بيئة أصبح فيها تقادم المعرفة واضحا بشكل جلي، كما توصي الورقة البحثية بتفعيل دور البحث العلمي من خلال إجراء المزيد من الدراسات لمعرفة واقع ومتطلبات سوق العمل، ومدى قدرة الجامعات على المنافسة للارتقاء بمهنة المحاسبة والمحافظة على استدامتها.

كلمات مفتاحية: التعليم المحاسبي، الاستدامة، المنافسة، الجامعات الاردنية.

المقدمة

تشكل الاستدامة من خلال استراتيجياتها الواسعة ذات الأمد البعيد وسيلة للتطور وتنمية المعرفة والمهارات في ظل القوانين والأنظمة المحيطة بها، إضافة إلى أنها تمثل إشارة للشركات على مختلف أنواعها للبقاء والاستمرار وتحقيق نوع من الرضا لمختلف الأطراف المحيطة بها. كما تساعد الاستدامة الشركات على إثبات وجودها في المجتمع ومدى قدرتها على تحسين البيئة بالإضافة إلى قدرتها على التوافق مع حاجات و رغبات الزبائن، التي باتت ضرورة ملحة لا بد من الاهتمام بها والتي يمكن أن تحدث تأثير إيجابي أو سلبى على مضامين محددة في المؤسسة قد تساعد على تحقيق التطوير المستدام.

ولقد استدعت الحاجة إلى الاستدامة في التعليم المحاسبي إلى تطوير مستمر في الأساليب والطرق التي يتم معها تطوير الجودة في مخرجات التعليم المحاسبي، لا سيما أن ظهور التطورات التكنولوجية المستمرة و المنافسة شكلت أسبابا وعوامل مهمة نحو التوجه إلى التطوير المستدام في محتوى التعليم المحاسبي. وبالتالي فان مراجعة البرامج الأكاديمية ومخرجاتها، والاتجاه نحو التطوير والتغير ومراجعة معايير الجودة التعليمية يعتبر دعامة أساسية للتنمية المستدامة، والقدرة على المنافسة والتميز في ظل العوامل المحيطة.

ويحتل التعليم المحاسبي دورا هاما و جوهريا في التأثير على أداء المؤسسات سواء على الصعيد الاقتصادي أو الاجتماعي أو البيئي. ويرى (Damitio and Raymond, 2007) أن التعليم المحاسبي يساهم في التأثير على قرارات المدراء والمحاسبين و رجال الأعمال، لدفعهم للعمل مع بعضهم البعض و وصول كلا منهم إلى المهارات الأساسية للمحاسبة. وتشير بعض الدراسات أن التعليم المحاسبي يشكل أهمية كبيرة في تنظيم المشاريع المستدامة ذات الخطط طويلة الأمد، والتي تنطوي بعضها على مشاريع في النظام التعليمي وخاصة في الجامعات.

كما أن التعليم المحاسبي يحتل أهمية كبيرة في التفكير العلمي والتحليل والبحوث، ومصدر أساسي للانضباط في العمل، مشكلاً بذلك نوعاً من الابتكار و وسيلة لتحدي الطلاب نحو التعليم المحاسبي وغرس القيم الأخلاقية (Ferguson, 2011, et al,). وهناك العديد من البحوث التي استعرضت التعليم المحاسبي، وأظهرت دوره في أنه أبعد من تطور في التعليم الاجتماعي والبيئي، فمثلاً بين (Lockhart and Mathews, 2000) أن المحاسبة البيئية والاجتماعية والاقتصادية ومن خلال التعليم المحاسبي تخلق نوعاً من الابتكار والمثابرة والمشاركة. لذلك أصبح من الضروري تركيز محور الاهتمام على تطوير التعليم من حيث الفلسفة والاستراتيجيات وما ينتج عنها من مخرجات تتواءم مع التطورات السريعة والحديثة، لا سيما أن الثورة المعلوماتية باتت تتجه نحو المعرفة وما يدور حولها من اقتصاديات المعرفة مما يشكل أهمية لدى التعليم الجامعي في إعادة صياغة أهدافه في ظل العولمة وما تفرضه من تنافس شديد (عطية و زهران, 2008).

وعطفاً على ما سبق، ولتوفير الاستدامة في التعليم المحاسبي لا بد من توفير معايير تساعد على تحقيق الجودة والمزايا التنافسية مما يؤهلها إلى التطور والتقدم وتكوين استراتيجيات فعالة، ومن هذه المعايير تطوير المناهج المحاسبية، وربط المناهج بالبيئة العملية للمحاسبة وما يقدمه البحث العلمي والجمعيات والمنظمات المهنية في استدامة التعليم المحاسبي. ولتحقيق هذه المعايير لا بد من تكوين مسار صحيح لهذه المعايير مروراً بكافة الأقسام ذات العلاقة مما يساعد على توفير الوقت والجهد وتخفيف من هدر للموارد المتوفرة.

هدف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى بيان أهمية الاستدامة في وجود تطوير وتحسين على جودة التعليم المحاسبي، فقد انتقلت المحاسبة عن الاستدامة لتشمل المؤسسات والممارسات المهنية والأنشطة البحثية، كما أن الرواد الأوائل حاولوا إضفاء الاستمرارية على الاستدامة لتصبح جزءاً من البحوث المحاسبية والتعليم. وتشكل الاستدامة الفرصة لتعكس كيف أن المحاسبة حصل عليها تغيير من حيث تثقيف المحاسبين للتفكير والعمل بشكل مستدام للسماح لوجهات النظر المختلفة في التعليم المحاسبي بخلق نوع من التحدي. وفي هذا البحث نهدف إلى البحث في كيفية تضمين الاستدامة في التعليم المحاسبي من أجل إيجاد تغيير في التطبيق العملي لتعليم المحاسبة المستدامة ونقلها عبر الأجيال المتعاقبة، بالإضافة إلى بيان دور البحث العلمي والجمعيات المهنية في تحقيق استدامة التعليم المحاسبي.

مشكلة الدراسة

تتمحور مشكلة الدراسة في مدى قدرة التعليم المحاسبي في تجسيد الاحتياجات المطلوبة والضرورية للإشراف على التقدم باتجاه الاستدامة، ومدى قدرة مؤسسات التعليم في تحقيق ذلك، فمن المعروف أن أساتذة الجامعة تشكل ركيزة أساسية في تشكيل اتجاهات مجموعة كبيرة من الأفراد، ووجهات نظرهم ومن هنا فإن السؤال المطروح يتمثل في (هل يوجد لهذه الفئة الأثر في استدامة التعليم المحاسبي في كونه يعتبر المحور الأساسي في منظومة العناصر الفاعلة في عملية التعليم من أجل مواكبة التغيرات والتحديات التي يشهدها المجتمع سواء على المستوى التكنولوجي الهائل والسريع وما يمكن مواجهته من تقادم في المعرفة).

كما وتكمن مشكلة الدراسة في أن عدم الاستدامة في التعليم المحاسبي والاستمرارية في التطور بشكل متطرد، يشكل تراجع في العملية التعليمية المحاسبية بشكل ملحوظ، مما يستدعي إعادة النظر في البرامج والخطط بشكل يجعلها أكثر مناسبة مع متطلبات سوق العمل، والإسهام في تعزيز وتطوير التعليم ونشر المعرفة بطرق مختلفة، وتوفير آليات تعليمية حديثة للتعليم وخلق بيئة تعليم سليمة قادرة على العطاء والتطوير والإسهام في تحديد مستقبل الاقتصاد والتنمية المستدامة.

أهمية الدراسة

تنبع أهمية هذه الدراسة في أنها تشكل حالة ملحة لتضمين الاستدامة ضمن برامج التعليم المحاسبي والمناهج الدراسية ذات العلاقة بالمحاسبة، وتقديم دروس هامة وتحذيرات عن المخاطر التي يتم التعرض لها عند تجنب الاستدامة، حيث أن هنالك دور حيوي ومهم تضفيه أهمية تضمين العمليات والممارسات المحاسبية ضمن برنامج الاستدامة، كما أن التعليم المحاسبي المستدام امتد ليعتد مفهوم أن العمل حالة من الاستدامة في ناحية معينة فقط وإنما أصبح يشتمل على إحداث تغيرات اجتماعية مرغوبة ونواحي بيئية واقتصادية

مناسبة. كما تكمن أهمية هذه الدراسة في توفير إرشادات عملية عامة يمكن أن تساعد في تطوير وتحسين جودة البرامج المحاسبية، وبما يؤول تلك البرامج لتضفي الاستدامة في محتوياتها وهو الأمر الذي أصبح محور اهتمام المسؤولين والقائمين على تطوير التعليم المحاسبي

الإطار النظري والدراسات السابقة

الاستدامة

لقد كثر استخدام مفهوم الاستدامة في الوقت الحاضر، ويعتبر أول من أشار إليه هي اللجنة العالمية للتنمية والبيئة (World Commission on Environment and Development) عام 1987 تحت عنوان (مستقبلنا المشترك) بهدف مواصلة النمو الاقتصادي العالمي دون الحاجة إلى إجراء تغييرات جوهرية في بنية النظام الاقتصادي العالمي. ثم توالى الدراسات التي تناولت مفهوم الاستدامة مشيرة إلى احتياجات البيئة والاقتصاد والمجتمع مع وجود حدود للقدرة على توفير الموارد ضمن عملية الاستدامة.

وبمعنى آخر أن الاستدامة تسعى إلى التوجه نحو صنع ما نستفيد منه وما يستفيد منه الأجيال القادمة للحفاظ على الموارد الخاصة بالمؤسسات، وإقامة المشاريع الاستثمارية طويلة الأجل من أجل تلبية متطلبات شرائح كبرى في المجتمع، في ظل مراعاة التكاليف البيئية والاجتماعية والاقتصادية مقابل المنافع العائدة لكل منها .

و تشير مؤسسة التمويل الدولية (IFC) إلى أن الاستدامة تشكل الالتزام الاستراتيجي من قبل المؤسسة تجاه التنمية المستدامة والتي تشكل جزءاً من نهج المؤسسة في إدارة المخاطر، حيث يتشكل إطار الاستدامة من السياسات والمعايير المتعلقة بالاستدامة الاجتماعية والاقتصادية والبيئية، لإتاحة الحصول على المعلومات وتحقيق الشفافية و الحاكمية الرشيدة في عمليات المؤسسة والتزامها بالإفصاح المؤسسي فيما يتعلق بالخدمات التي تقدمها ومعايير الأداء الموجهة للجهات المتعاملة مع المؤسسة لتقديم الإرشاد والمساعدة بشكل أفضل . وأشار (Rankin et al, 2012) إلى أن التنمية المستدامة تمثل مجموعة من المنافع والفوائد التي قد تنعكس على النشاط التشغيلي و المجتمعي والبيئي، ويمكن أن تكون هذه المنافع متمثلة ب :

- تقليل المخاطر المتعلقة بالعمل وزيادة فرص المشاريع والتوسع بأعمال الشركة .
- تعزيز القابلية للتخطيط للعمل الاستراتيجي على المنظر البعيد .
- تحقيق المكاسب والمحافظة على ديمومة الشركة .
- تحسين كفاءة الأداء التشغيلي وتقليل التكلفة .

تقارير الاستدامة

لقد امتدت تقارير الاستدامة لتشمل المؤسسات والهيئات سواء الربحية أو غير الربحية على حد سواء (Farneti & Guthrie, 2009) ، والجامعات وعلى وجه الخصوص تشكل الدور الأساسي لتطوير الاستدامة فهي تمثل الناقل الأساسي للمعرفة و مصدر القدوة و المعرفة المتجددة في المجتمع (Sedlacek, 2013; Karatzoglou, 2013). وعلى الرغم من الدور المحوري للجامعات في تحقيق الاستدامة الاجتماعية والاقتصادية ، فإنه يجب أن يكون لديها إفصاح كافٍ لأصحاب المصالح فيما يحقق استدامة في أدائها (Amaral et al, 2015; Hinson et al, 2015) و نقل المعلومات بخصوص الأداء لأصحاب المصالح من خلال أي وسيلة إعلامية أو إدراج معلومات متعلقة بالاستدامة في تقارير معينة .

وتشير الدراسات السابقة ان تقارير الاستدامة تساعد على تنمية المحاسبة وتطويرها وإيصالها للمساهمين بالإضافة إلى تقييم أداء المؤسسة وتحسينه لتصبح نقطة مرجعية لمؤسسات أخرى وتحقيق الشفافية والتدقيق الخارجي ، إضافة إلى أن تقارير الاستدامة ذات الجودة العالية تعكس الاستدامة بطريقة غير متحيزة مما يساعد على غرس الانضباط وتحقيق رؤى طويلة الأمد وبالتالي تحقيق الريادة في المجال المعين .

الاستدامة في ضوء التنافسية في الأعمال

إن الاستدامة في حقيقتها تعني إستراتيجية الأعمال نحو تحقيق الإبداع من أجل امتلاك ميزة تنافسية , حيث أن التحديات التي تواجه الشركات في بيئة الأعمال ستكون بمثابة نقطة انطلاق من أجل الإبداع حتى تتمكن من تجاوز القيود المفروضة عليها من البيئة التنافسية المحيطة بها , وهذه التحديات قد تساعد الشركات على التفكير بشكل جدي لرفع مستواها العملي , ومن جهة أخرى ان الشركات التي تركز على تحقيق الاستدامة تسعى جاهدة إلى اعتماد تكنولوجيا متقدمة وجديدة وهذا قد يؤدي إلى قوة دافعه نحو الارتقاء بمستوى المخرجات المتحققة وتحسين مستوى معين من الإنتاج (البكري و بني حمدان , 2013)

ويشير (porter,1985) في نموذج المعروف إلى تحديد استراتيجيات التنافس والتي تم ربطها مع البيئة من خلال المنتجات التي تقدمها الشركة والتي تتوافق مع حاجات وقدرات المشتري , ويرى (Asli,2011) أن الميزة التنافسية المستدامة هي عبارة عن ربط المنتج من خلال الميزة التنافسية والإستراتيجية, كما ظهرت الميزة التنافسية المستدامة في السنوات الأخيرة كأكثر الهياكل النظرية الواعدة في الأدب الإداري وخصوصا في مجال الإدارة الإستراتيجية . و أشار (Low and Praveen, 2010) ان الميزة التنافسية المستدامة هي عبارة عن إدارة المنظمة من خلال الموارد الملموسة وغير الملموسة بالإضافة إلى التركيز على التوجه المعقد نحو عمليات الأعمال المنجزة من قبل المنظمة

استدامة التعليم المحاسبي في ضوء التنافسية والإبداع

إن القصور في واقع التعليم المحاسبي والمتمثل بصفة أساسية في وجود فجوة بين مهارات المحاسبين والمتطلبات من مهارات وقدرات يشكل ضرورة ملحة لتبني استدامة في التعليم المحاسبي كنظام يتفاعل مع العناصر المسببة لهذا القصور, كما أن مسؤولية أعضاء هيئة التدريس في مراحل وخطوات تطور التعليم المحاسبي مهمة أيضا. وأصبح الإبداع الإداري عامل أساسي في نجاح واستمرارية المؤسسات وبمعنى آخر فان المؤسسات تنجح في خلق ميزة تنافسية مثل (خفض التكاليف وزيادة الإنتاجية) من خلال تحقيق الاستدامة في مشاريعها (Van Bommel, 2011) , حيث أصبحت الاستدامة وبشكل متزايد ممارسة شائعة في الشركات للاستجابة إلى التوقعات والانتقادات من قبل أصحاب المصالح الذين يسعون إلى ان يكونوا على علم بالأنشطة الاجتماعية والاقتصادية والبيئية المستدامة (Boiral, 2013). ويساهم المحاسبون الأكاديميون في تشجيع ودعم الطلاب وما تجده من طرق مبتكرة لتشجيع المهارات والنظر في التحدي للوضع القائم والعمل على تحسينه (Mayper et al, 2005) , كما أن الوضع التعليمي بأمرس الحاجة لذلك التشجيع والارتقاء بالمستوى المحاسبي بدرجة أفضل فترة بعد فتره, وفي مواجهة ذلك يحتاج التعليم المحاسبي إلى تغطية النقص في مخرجاته من خلال التركيز على الاستدامة البيئية والاجتماعية والاقتصادية (Jones et al, 2010)

دراسات سابقة

تعددت الدراسات التي جمعت بين العليم المحاسبي من جهة والاستدامة سواء على المستوى الاجتماعي أو البيئي أو الاقتصادي من جهة أخرى , فقد وجد (Davis et al, 2003) وباستخدام المنهج الكمي أن التعليم المحاسبي المعتمد على الاستدامة في جامعتين أمريكيتين والتي شملت أعضاء هيئة التدريس والإداريين والطلاب ان الاستدامة من الناحية الاجتماعية والبيئية في تطور من خلال التعليم المحاسبي , وفي نفس الاتجاه وجد (Marshall and Harry, 2005) ان المنهاج في كلية إدارة الأعمال والتي تضمن استدامة في برامجها تقدم فوائد ومصالح متعددة تناسب المؤسسات والجهات المعنية في التعليم العالي , كما وجد أيضا من خلال دراسته التي شملت 74 جامعه تعليمية ان 36 من 74 من الجامعات تساهم في تعزيز المسؤولية الاجتماعية وغرس أخلاقيات الأعمال التجارية في الطلاب, فهي تشير إلى ان مؤسسات التعليم العالي لديها قدرة لإعادة النظر في المناهج الدراسية, ومما سبق يلاحظ ضرورة تضمين مفاهيم الاستدامة في المناهج التي تدرس في مؤسسات التعليم .

ويرى (James and mary,2014) أن هنالك آراء مختلفة ومتباينة في استدامة التعليم المحاسبي , إلا انه في الغالب تجمع الدراسات على أن المحاسبة والمحاسبين يلعبون دور مهم في استدامة التعليم المحاسبي, كما ان الجامعات تحافظ وتوفر مستوى عال من الإرشاد للخريجين الحديثين وتزويد معرفتهم بالاستدامة من اتجاهات مختلفة . أما (Kolk,2004) يرى في دراسته التي أجراها في هولندا أن التطورات التي

تحدث على الاستدامة من خلال تقاريرها وأدوات قياس الأداء يوجد لديها احتمالية التنفيذ في هولندا , حيث بينت الدراسة ان هنالك زيادة واضحة في تبني تقارير الاستدامة حيث ارتفعت تقارير الاستدامة من 12% إلى 17% خلال العامين 1992 و 1993 على التوالي . كما يرى (Adams and Gonzalez, 2007) أن المحاسبة الاجتماعية والبيئية ومن خلال الاستدامة تستدعي إدارة وإصدار تقارير الأداء التي تضيف مئزها مستدامة علميا, من أجل تقديم مشاركات بحثية مستقبلية أكثر في المحاسبة المستدامة وممارسة المسؤولية ويشير أيضا (Schaltegger et al, 2013 إلى أن التعليم المستدام والخبرات المحاسبية يشيران إلى انه إذا تعلم الطلاب بشكل فعال في ظل الأهداف البيئية والاجتماعية فان التكاليف الاقتصادية ستخفض وسيصبح تحسن على الأداء بشكل أفضل, كما وأن التعليم المحاسبي يكون مصمم لدعم التغيرات التي تحدث في الاستدامة.

وفي دراسة (Hindi and Miller, 2000) التي بحثت حول استطلاع آراء رؤساء أقسام المحاسبة في الجامعات الأمريكية حول جودة الأداء الحالي في البرامج المحاسبية من خلال استبانته بلغ عددها 826 استبانته وزعت على عمداء ورؤساء الأقسام المحاسبية في الجامعات الخاصة والحكومية فقد أظهرت نتائج الدراسة ان البرامج المحاسبية تساعد على تنمية المهارات السابقة بدرجات متفاوتة , كما أن ما نسبته 76% جاءت مؤكدة ان البرامج المحاسبية تقوم على زيادة وتنمية المعرفة والقدرة على حل المشكلات وتنمية القدرة على الاتصال, كما كانت أهم النتائج التي تم التوصل إليها تأكيداً على ضرورة مراجعة وتقييم جودة الأداء الحالي للبرامج المحاسبية بالجامعات من أن لآخر بهدف التعرف على نقاط القوة والضعف لأداء تلك البرامج, وبما يساعد على الحصول على مقترحات للتطوير من كافة أصحاب المصالح المهتمة بمخرجات البرامج المحاسبية, أما دراسة (Gaharan et al, 2007) فقد حاولت بيان القصور في الدراسات السابقة في مجال تقييم جودة البرامج المحاسبية, فقد كانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي أن الحصول على الاعتراف الأكاديمي المحاسبي بشكل مستقل كان له تأثير إيجابي على البرامج من عدة نواح, حيث تم تحسين طرق أو أساليب التقييم السنوية لأعضاء الهيئة التدريسية , وكذلك تطوير الخطة الدراسية للبرنامج, كما تحقق جذب أفضل سواء لأعضاء هيئة التدريس من حيث المؤهلات التي يحملونها , أو للطلاب من حيث مستوى التأهيل الأكاديمي.

منهجية الدراسة

يعرض هذا الجزء من الدراسة مجتمع وعينة الدراسة وأسلوب جمع البيانات, وكذلك متغيرات الدراسة وأساليب قياسها, كما يبين فرضياتها الأساسية و نتائج الدراسة الميدانية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تمثل مجتمع الدراسة في أقسام المحاسبة في الجامعات الحكومية والخاصة في الأردن, وعددها (29) جامعة , أما عينة الدراسة فقد شملت على أعضاء هيئة التدريس في أقسام المحاسبة لدى هذه الجامعات, إذ بلغ عدد الاستبانات الموزعة (50) استبانته, وتم استرداد (36) منها.

متغيرات الدراسة وأساليب قياسها:

تهدف هذه الدراسة إلى البحث في مقومات استدامة التعليم المحاسبي في الجامعات في الأردن , وهي تقوم على أربعة مقومات أساسية تم استقصاؤها من الدراسات السابقة؛ وقد تم صياغة مقومات الاستدامة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة ومن ضمن الدراسات التي تم الاعتماد عليها دراسة ((James and mary, 2014 Coulson, Thomson, 2006)) (Zulkifli, 2011), وهي:

- تطوير المناهج الدراسية
- ربط المناهج بالبيئة العملية للمحاسبة
- دور البحث العلمي في استدامة التعليم المحاسبي
- دور الجمعيات والمنظمات المهنية في استدامة التعليم المحاسبي

ومن أجل قياس هذه المتغيرات تم تطوير استبانة شملت على خمسة أجزاء: الجزء الأول استطلاع المعلومات العامة حول المبحوثين، أما الأقسام المتبقية من الاستبيان فقد هدفت إلى استطلاع مقومات استدامة التعليم المحاسبي الأربعة التي سبق ذكرها.

فرضيات الدراسة

لاختبار فرضيات الدراسة تم صياغة الفرضيات بالصيغة العدمية وعلى النحو التالي

- H₀₁: لا تتوفر خاصية تطوير المناهج الدراسية في أقسام المحاسبة في الجامعات الأردنية
- H₀₂: لا تتوفر خاصية " ربط المناهج بالبيئة العملية للمحاسبة" في أقسام المحاسبة في الجامعات الأردنية
- H₀₃: لا تتوفر خاصية " دور البحث العلمي في استدامة التعليم المحاسبي " في أقسام المحاسبة في الجامعات الأردنية
- H₀₄: لا تتوفر خاصية " دور الجمعيات والمنظمات المهنية في استدامة التعليم المحاسبي " في أقسام المحاسبة في الجامعات الأردنية .

ولاختبار الفرضيات السابقة تم استخدام مجموعة من الاساليب الاحصائية المناسبة والتي سيتم ذكرها في الجزء التالي

نتائج الدراسة الميدانية :

يشتمل هذا الجزء على مقاييس صدق وثبات الإستبانة و خصائص عينة الدراسة، و نتائج الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة، ونتائج اختبار فرضيات الدراسة .

مقاييس صدق وثبات الإستبانة

جدول 1: مقاييس الصدق والثبات للاستبانة تبعا لمقومات الاستدامة

اختبار Friedman		معامل الثبات Spearman- (Brown	معامل الصدق Alpha Cronbach's	عدد المتغيرات (عدد لاسئلة)	مقومات الاستدامة
المعنوية	Chi Square				
.002	33.37	.608	0.64	5	تطوير المناهج الدراسية
.000	46.27	.722	.82	4	ربط المناهج بالبيئة العملية للمحاسبة
.000	41.60	.632	0.72	3	دور البحث العلمي في استدامة التعليم المحاسبي
.000	61.613	.665	0.66	4	دور الجمعيات والمنظمات المهنية في استدامة التعليم المحاسبي
.000	.60	.62	0.74	16	المجموع

لقياس صدق وثبات الاستبانة المستخدمة في الدراسة تم استخدام مجموعة من المقاييس الإحصائية، حيث تم استخدام معامل (Alpha Cronbach's) لقياس صدق إجابات المستقصى منهم، ويوضح الجدول (1) وجود درجة صدق معقولة لدى أفراد العينة المستقصى منهم، حيث بلغ معامل الصدق الكلي الإستبانة في الدراسة (٠,٧٤)، وهي نسبة جيدة يمكن الإعتماد عليها. كما تراوح معامل الصدق للمقومات الأربعة بين (٠.٦٢-٠.٧٢). وهذه النسب أعلى من النسبة المقبولة احصائيا و البالغة ٦٠% (Sekar, 2003). وتم استخدام اختبار- Spearman (Brown) لقياس الثبات النسبي في الإجابات حيث بلغت القيمة الكلية لجميع الاسئلة ٠.٦٢. وهي نسبة جيدة ويمكن الاعتماد عليها.

كما اوضحت النتائج من خلال استخدام اختبار (Friedman Chi Square) الذي يستخدم لقياس الفروق المعنوية لجميع العبارات عند مستوى معنوية أقل من (1 % (و 5 %) بهدف التعرف على ما إذا كان هناك فروق معنوية في إجابات المستقصى منهم ان لجميع مقومات الاستدانة مستوى معنوية أقل من (1 %) وهذا يدل على وجود فروق معنوية في إجابات المستقصى منهم، وتؤكد النتائج السابقة على إمكانية الإعتماد على الإجابات الواردة في الاستبانة المستخدمة لتقييم الاستدانة في التعليم المحاسبي

خصائص عينة الدراسة

لقد تم اختيار مجموعة من المتغيرات الشخصية والوظيفية للمستجيبين من قسم المحاسبة في الجامعات الحكومية و الخاصة مثل (الجنس ,والعمر,المؤهل العلمي ,والرتبة الأكاديمية ,والمنصب الإداري إن وجد ,والخبرة العلمية) وذلك من اجل بيان بعض الحقائق المتعلقة بهذه الفئة (أعضاء الهيئة التدريسية في قسم المحاسبة) .

جدول 2: خصائص افراد عينة الدراسة

المتغيرات	الخصائص	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	15	57.7
	أنثى	11	42.3
	المجموع	26	%100
العمر	اقل من 25 عاما	0	0
	من 25 عاما إلى اقل من 35	10	38.5
	من 35 عاما إلى اقل من 45	10	38.5
	من 45 عاما إلى اقل من 55	4	15.4
	أكثر من 55	2	7.7
	المجموع	26	%100
نوع الجامعة التي يعمل بها	حكومية	10	38.5
	خاصة	16	61.5
	المجموع	26	%100
المؤهل العلمي	بكالوريوس	0	0
	ماجستير	7	26.9
	دكتوراه	19	73.1
	المجموع	26	%100
الرتبة الأكاديمية	أستاذ دكتور	3	11.5
	أستاذ مشارك	5	19.2
	أستاذ مساعد	14	53.8
	محاضر	4	15.4
	المجموع	26	%100
المنصب الإداري	رئيس جامعة	0	0
	نائب رئيس الجامعة	0	0
	عميد	3	11.5
	رئيس قسم	5	19.2
	أخرى	18	69.2
	المجموع	26	%100

7.7	2	اقل من 5 سنوات	الخبرة العملية
19.2	5	من 5 سنوات إلى اقل من 10	
34.6	9	من 10 سنوات إلى اقل من 15 عاما	
38.5	10	من 15 عاما إلى اقل من 25 عام	
0	0	أكثر من 25 عام	
%100	26	المجموع	

تبين النتائج الواردة في الجدول رقم (2) أن نسبة المستجيبين من الذكور جاءت بنسبة أكبر من المستجيبين من الإناث حيث بلغت النسبة المئوية للذكور 57.7 مقابل 42.3 للإناث. أما الفئات العمرية نلاحظ أن أعلى نسبة تكرار كانت للفئات العمرية من (25 عاما إلى اقل من 35 عاما و الفئة العمرية من 35 عام إلى 45 عام) و بنسبة مئوية 38.5 لكليهما، أما الفئة من (45 إلى اقل من 55 عام) و الفئة التي تمثل اقل من 25 عام اتت بنسب منخفضة وهي 15.4 و 7.7 على التوالي وهذا يدل على وجود تنوع في الفئات العمرية و قدرة أفراد العينة من مختلف الفئات العمرية على الإجابة على فقرات الاستبيان. وكان للجامعات الخاصة النصيب الأعلى من الجامعات الحكومية في الإجابة بنسبة 61.5 مقابل 38.5. وبالنسبة للمؤهل العملي فقد كانت اعلي نسبة إجابة لحملة درجة الدكتوراه وهذا يدل على قدرتهم على فهم وإجابة فقرات الاستبانة حيث بلغت النسبة المئوية 73.1 ثم تلاها حملة شهادات الماجستير بنسبة 26.9 أما حملة البكالوريوس فلم يكن أي من المستجيبين من ضمن هذه الفئة. وجاءت أعلى نسبة للرتبة الأكاديمية للأستاذ المساعد بنسبة تكرار 53.8، ثم تلتها رتبة الأستاذ المشارك بنسبة تكرار 19.9، ثم أستاذ دكتور بنسبة 11.5، وكانت النسبة منخفضة للمحاضر بنسبة 15.4 مما يشير إلى أن أغلب المستجيبين يحملون رتب أكاديمية متنوعة. وبالنسبة للمنصب الإداري فقد كان أغلب المستجيبين ممن لا يمثلون منصب إداري حيث بلغت النسبة 69.2، أما رتبة عميد فقد كانت نسبة تكرارها اقل مقارنة مع رئيس القسم بنسبة 11.5 مقابل 19.5، ولم يكن أي من المستجيبين ممن يشغلون منصب رئيس الجامعة. أما الخبرات العلمية فقد كانت الخبرة للمستجيبين متراوحة بين 15 سنوات و اقل من 25 سنة ثم خبرة من 10 عام إلى اقل من 15 عام مما يدل على وجود مستوى جيد من الخبرة للمستجيبين وان أغلبهم ممن يمتلكون خبره. ومن الوصف السابق لخصائص العينة يمكن القول أن عينة الدراسة تحتوي على تنوع جيد ومرغوب سواء من حيث نوع الجامعة أو المؤهل العلمي أو سنوات الخبرة أو الفئات العمرية والرتبة الأكاديمية والجنس، وهذا يدعم بشكل مبدئي إمكانية الاعتماد على آراء فئات العينة بدرجة عالية في تقييم مدى إمكانية تطبيق الاستدامة في التعليم المحاسبي على مستوى في الاردن

نتائج الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة

يعرض الجدول رقم (2) الجزء الأول من الاستبانة والتي تقيس (تطوير المناهج الدراسية) ومدى تحقيق الجامعات في الأردن لبعض مبادئ وأسس تطوير المناهج الدراسية سعياً لاستدامة التعليم المحاسبي.

ويشمل الجدول رقم (2) والخاص بقياس مدى تحقيق الجامعات في الأردن لبعض مبادئ وأسس تطوير المناهج الدراسية لزيادة استدامة التعليم المحاسبي على 5 متغيرات، وتوضح النتائج المبينة في الجدول أن المتغير المتعلق بسعي قسم المحاسبة الى تطوير المناهج المحاسبية لمواكبة التطورات العلمية والعملية في المحاسبة حصل هلى على نسبة اجابة بمتوسط بلغ (4.50) وهذه النسبة مرتفعة وهذا يدل على أن قسم المحاسبة يسعى نحو استحداث أساليب متطورة للارتقاء والتقدم والازدهار في المحاسبة، والمحاولة على استدامتها سواء على المستوى المحلي أو الدولي، ثم تلاها وجود لجنة مناهج في القسم تقوم بعمل مقارنات دورية لمنهج المحاسبة المطبق مع المناهج المطبقة في الجامعات المحلية والإقليمية والدولية الأخرى بمتوسط حسابي بلغ (3.96).

أما المتغيران المتعلقان بمدى وجود تصور لدى أعضاء هيئة التدريس حول استدامة التعليم المحاسبي، و وجود لجنة مستقلة لرفع التقارير بشكل دوري للقسم، كانت لهما نفس نسبة الإجابة وهي 74. بمتوسط حسابي تراوح بين (3.65- 3.69)، وأخيرا وجود محكمين خارجيين لتقييم منهج المحاسبة حيث كان الوسط الحسابي عندها (3.19) وهذه النسب للوسط الحسابي متوسطة، مما يشير إلى وجود عمل حثيث من قبل قسم المحاسبة لتطوير المناهج الدراسية من خلال وجود لجان كفاءة ومستقلة تعمل من خلال خبراتها على استدامة التعليم المحاسبي

جدول 2: تطوير المناهج الدراسية

المقاييس الإحصائية				نسبة الإجابات					البيان
النسبة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	القيم المفقودة	غير موافق بشده	غير موافق	محايد	وافق أو افق	وافق بشده	
.74	.884	3.69	0	0	15.4	11.5	61.5	11.5	1- هناك تصور واضح لدى أعضاء هيئة تدريس المحاسبة حول استدامة التعليم المحاسبي
.90	.510	4.50	0	0	0	0	50.0	50.0	2- يسعى قسم المحاسبة في الجامعة إلى تطوير المناهج الدراسية لكي تتواءم مع آخر التطورات العلمية والعملية في المحاسبة.
.74	.797	3.65	0	0	3.8	42.3	38.5	15.4	3- توكل مهمة تطوير المناهج الدراسية في قسم المحاسبة للجنة مستقلة ترفع تقاريرها بشكل دوري لمجلس القسم
.79	.445	3.96	0	0	0	11.5	80.8	7.7	4- تقوم لجنة المناهج في القسم بعمل مقارنات دورية لمنهج المحاسبة المطبق مع المناهج المطبقة في الجامعات المحلية والإقليمية والدولية الأخرى
.64	1.09 6	3.19	0	7.7	19.2	26.9	38.5	7.7	5- يستعين قسم المحاسبة بمحكمين خارجيين من أجل تقييم منهج المحاسبة المطبق على الأقل مرة واحدة كل عامين.

** النسبة: هي نسبة الإجابة على مساحة المقياس، وتساوي الوسط الحسابي مقسوماً على الرقم خمسة.

يرتبط الجزء الثاني من الاستبانة بمدى وجود ربط للمناهج الدراسية في أقسام المحاسبة بالبيئة العملية للمحاسبة وهي على النحو التالي

جدول 3: يربط المناهج الدراسية بالبيئة العملية للمحاسبة

المقاييس الإحصائية				نسبة الإجابات					البيان
النسبة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	القيم المفقودة	غير موافق بشده	غير موافق	محايد	وافق أو افق	وافق بشده	
.50	.650	2.36	0	10.3	20.7	29.3	20.7	10.3	6- هناك سياسة واضحة لدى قسم المحاسبة في استقطاب متحدثين من بيئة العمل في الشركات والدوائر الحكومية وغيرهما وذلك لإثراء المادة العلمية للمحاسبة أو سد الثغرات في بعضها.

7-	يخصص القسم مادة تدريب ميداني للطلاب في البيئة العملية، وذلك لتزويد الطلاب بالخبرات العملية في المحاسبة قبل التخرج.	56.6	34,4	8,23	,77	0	0	3.96	,986	,79
8-	يتابع قسم المحاسبة التطورات في البيئة العملية للمحاسبة ويقوم بعكسها في منهج المحاسبة، مثل البرامج المحاسبية الجديدة وغيرها من التطورات.	8.6	39.7	6.9	22.4	12.1	0	3.69	,788	,73
9-	يساعد ربط مناهج الدراسة بالبيئة العملية الخريجين على النقد والتحليل وتنمية مهارات الابتكار والابداع	14.0 3	66.43	12.7	6.8	6.84	0	4.56	,453	,912

من خلال جدول رقم 3 والمتضمن 4 فقرات متعلقة بربط المناهج الدراسية بالبيئة العملية للمحاسبة، نلاحظ أن هنالك نسبة مرتفعة للوسط الحسابي فيما يتعلق بالبند المتمثل في مدى استقطاب متحدثين من الدوائر الحكومية والشركات لإثراء المادة العلمية، حيث بلغ الوسط حسابي 2.36 ونسبة إجابة بلغت 50، مما يشير إلى زيادة التوجه نحو البحث عن الدعم الحكومي والشركات لمواكبة التطور والمضي قدما نحو إكساب المادة العلمية والعملية طابعا خاصا من التميز، وكذلك الفقرة المتعلقة بمساعدة الخريجين على النقد والتحليل وتنمية مهاراتهم. ثم تلها الفقرة المتعلقة بتخصيص مادة تدريب ميداني للطلاب في البيئة العملية مما يساعد على إكساب الطلاب مهارات وقدرات وخبرات تساعدهم للانطلاق في سوق العمل، وأخيرا جاءت النسبة مرتفعة نوعا ما للفقرة الأخيرة والتي تدل على وجود مستوى مقبول في تطبيق البرامج المحاسبية المتطورة و مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال التخصص.

يرتبط الجزء الثالث من الاستبانة بدور البحث العلمي في استدامة التعليم المحاسبي

جدول 4: دور البحث العلمي في استدامة التعليم المحاسبي

المقاييس الإحصائية				نسبة الإجابات					البيان
النسبة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	القيم المفقودة	غير موافق بشده	غير موافق	محايد	وافق أو موافق	وافق بشده	
.84	.77	4.23	0	1.7	13,3	12.5	43.3	29.2	10- يتم تخصيص جزء من متطلبات المواد المتقدمة في المحاسبة لمراجعة بعض البحوث الحديثة في المحاسبة.
.81	.72	4.04	0	0	0	23.1	50.0	26.9	11- يساهم نشاط البحث العلمي لدى أعضاء هيئة التدريس في المحاسبة في الاطلاع على آخر المستجدات في المحاسبة، مما يساهم في عكسها في منهج المحاسبة المقدم للطلاب.
.68	.845	3.35	0	0	19.2	30.8	46.2	3.8	12- يقوم قسم المحاسبة بتشكيل فرق بحثية من أجل دراسة واقع ومتطلبات سوق العمل ومدى مقدرة الطلاب على المنافسة؟

يظهر من الجدول (4) أن قسم المحاسبة يوجد لديه قوة في تخصيص مواد متقدمه في المحاسبة وهذا قد يساعد الخريج على تقديم أساليب واستراتيجيات تساعده على تقديم أبحاث ودراسات في مجال تخصصه، وهذا ما تؤكد الفقرة رقم 10 حيث بلغ المتوسط الحسابي 4.23 وانحراف معياري 77. ، وفيما يتعلق بالفقرة رقم 11 بلغ الوسط الحسابي 4.04 وهي نسبة مرتفعة وانحراف معياري 72. مما يشير إلى مساهمة أعضاء الهيئة التدريسية مراجعة المستجندات في المحاسبة ، أما الفقرة رقم 12 فقد بلغ الوسط الحسابي عندها 3.35 وانحراف معياري 84. ، مما يشير إلى سعي قسم المحاسبة إلى مواكبة المنافسة من خلال البحوث الميدانية والتعرف على متطلبات السوق .

يرتبط الجزء الرابع من الاستبانه بدور الجمعيات والمنظمات المهنية في استدامة التعليم المحاسبي

جدول 5: دور الجمعيات والمنظمات المهنية في استدامة التعليم المحاسبي

المقاييس الإحصائية				نسبة الإجابات					البيان
النسبة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	القيم المفقودة	غير موافق بشده	غير موافق	محايد	وافق	وافق بشده	
.68	.758	3.42	0	0	11.5	38.5	46.2	3.8	13-يسعى قسم المحاسبة إلى عقد شراكات بين القسم والمنظمات المهنية من أجل تطوير المناهج التعليمية في المحاسبة.
.65	.908	3.23	0	7.7	7.7	38.5	46.2	0	14-يسعى قسم المحاسبة إلى اعتماد مناهج المحاسبة من بعض المنظمات المهنية سواء المحلية أو الدولية.
.67	1.32	3.35	0	7.7	7.7	15.4	65.4	3.8	15-يقوم قسم المحاسبة بتطوير مناهجه بما يتوافق مع مناهج الشهادات المهنية المعتمدة سواء المحلية أو الدولية.
.80	.43	2.99	0	5.5	80.5	2.3	4.2	7.5	16- حصل قسم المحاسبة لدينا على بعض الاستثناءات للطلاب الخريجين من امتحانات بعض الشهادات المهنية الدولية.

يتضح من الفقرات 13, 14 في الجدول رقم (5) ان الوسط الحسابي عندها جاء بنسبة متوسطة وهي (3.42 و 3.35) على التوالي ، وهذه النسب فيما اشارة الى ان قسم المحاسبة يولي أهمية خاصة إلى عقد شراكات بين القسم والمنظمات المهنية، من اجل تطوير المناهج التعليمية في المحاسبة ، وهذا يساهم في الارتقاء بمهنة المحاسبة وتحقيق الرضا المقبول من قبل المستخدمين ، كما يقوم قسم المحاسبة على محاولة إيجاد درجة توافق بين المناهج المحاسبية وما تتطلبه الشهادات المهنية التي يتطلبها سوق العمل ، أما الفقرة 15 فقد كانت نسبة الوسط الحسابي متوسطة ايضاً وبلغت (3.23) ، مما يشير محاولة قسم المحاسبة على اعتماد مناهج محدد من المنظمات المهنية وقد يعزى ذلك إلى التقلبات التي يشهدها السوق المحلي أو التطورات التكنولوجية .

أما الفقرة (16) و المتعلقة بمدى حصول قسم المحاسبة على استثناءات للطلاب الخريجين من بعض امتحانات بعض الشهادات المهنية الدولية كانت قيمة الوسط الحسابي منخفضة جداً حيث بلغت 2.99 و بانحراف معياري 439. ، وكانت نسبة الردود بالرفض 80.5 مما يشير إلى ان قسم المحاسبة يسعى إلى تطوير الخريجين وتنمية مهاراتهم للحصول على الشهادات المهنية المطلوبة و مساعدتهم على اتخاذ القرارات.

اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

من اجل اختيار الفرضيات السابق ذكرها تم استخدام اختبار (One-Sample Test) وكانت النتائج كما يلي :

جدول 6: نتائج اختبار One-Sample Statistics

الفرضية	المتوسط	الانحراف المعياري	t	Sig*
H ₀₁	3.800	.459	.876	.000
H ₀₂	3.846	.518	1.135	.000
H ₀₃	2.935	.507	-.644	.526
H ₀₄	2.528	.525	-4.568	.195

- تشير نتائج اختبار الفرضية الأولى ان اتجاهات افراد العينة كانت نحو الموافقة على توفر خاصية تطوير المناهج الدراسية في أقسام المحاسبة في الجامعات الأردنية، حيث كانت قيمة المتوسط الحسابي لإجابات افراد العينة (3.80) وبفرق عن المتوسط الافتراضي (3.00) بقيمة (0.80)، وهذا الفرق معنوي بالاعتماد على قيمة ($t=.876$)، وهي قيمة دالة حيث ($Sig=0.000$)، وهي أقل من 0.05، وعليه نرفض الفرضية العدمية ونقبل البديلة التي تنص على أنه: تتوفر خاصية تطوير المناهج الدراسية في أقسام المحاسبة في الجامعات الأردنية" وهذه النتيجة تؤكد ان توفر خاصية تطوير المناهج الدراسية في قسم المحاسبة يشير إلى ان هنالك تصور واضح لدى أعضاء هيئة تدريس المحاسبة في إيجاد إستراتيجية مستدامة في تطوير المناهج، فضلا عن سعى قسم المحاسبة في الجامعة إلى تطوير المناهج الدراسية لكي تتواءم مع آخر التطورات العلمية والعملية في المحاسبة من خلال قيام لجنة مستقلة بتطوير المناهج وهذا يدعم ما توصلت إليه دراسة (Marshall and Harry, 2005) في أن ربط المناهج يساهم في بناء وإعداد أجيال المجتمع.
- اما نتائج اختبار الفرضية الثانية تشير الى ان اتجاهات افراد العينة نحو ربط المناهج بالبيئة العملية للمحاسبة في أقسام المحاسبة في الجامعات الأردنية كانت ضعيفة ، حيث كانت قيمة المتوسط الحسابي لإجابات افراد العينة (3.846) وبفرق عن المتوسط الافتراضي (3.00) بقيمة (0.846)، وهذا يؤكد ان هنالك قوة في ربط المناهج بالبيئة العملية للمحاسبة من خلال وجود سياسة واضحة لدى قسم المحاسبة لإثراء المادة العلمية للمحاسبة، وسد الثغرات التي تواجهها ، كما ان هنالك وجود تدريب ميداني في البيئة العملية للمحاسبة من اجل دعم الخبرات العملية للمحاسبة وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة (Schaltegger et al, 2013) الذي أكد أن عدم السعي لاستمرارية التعلم والتطور والمواكبة لكل ما هو جديد كلاً في مجال تخصصه سيؤدي الى تراجع العملية التعليمية بشكل هائل وسريع.
- وتشير نتائج اختبار الفرضية الثالثة ان اتجاهات افراد العينة كانت نحو عدم الموافقة على توفر دور للبحث العلمي في استدامة التعليم المحاسبي " في أقسام المحاسبة في الجامعات الأردنية حيث كانت قيمة المتوسط الحسابي لإجابات افراد العينة (2.935) وبفرق عن المتوسط الافتراضي (3.00) بقيمة (0.06)، وهذا الفرق غير معنوي بالاعتماد على قيمة ($t=-.644$)، وهي قيمة غير دالة حيث ($Sig=0.000$)، وهي اكبر من 0.05، وعليه نرفض الفرضية العدمية ونقبل البديلة التي تنص على أنه لا تتوفر خاصية " دور البحث العلمي في استدامة التعليم المحاسبي وهذا يشير الى ان اتجاهات افراد العينة كانت متجه نحو الرفض و وجود مساهمة منخفضة لدى أعضاء هيئة التدريس في المحاسبة فيما يتعلق بالبحث العلمي و آخر المستجدات في المحاسبة ، وعدم وجود متطلبات للمواد المتقدمة في المحاسبة لمراجعة البحوث في المحاسبة هذه النتيجة متفقة مع (William et al, 2003) ، الذي اكد ان على هذه المؤسسات ان تجسد دورها الأساسي في إعداد الأفراد وبناء مهاراتهم لمواكبة التغيرات والتطوير.
- واخيرا وفيما يتعلق بالفرضية الرابعة التي تشير الى مدى وجود دور للجمعيات والمنظمات المهنية في استدامة التعليم المحاسبي " في أقسام المحاسبة في الجامعات الأردنية فقد كانت النتيجة بناء على قيمة المتوسط الحسابي لافراد العينة والتي تبلغ (2.528) وبفارق 48.48 لادنى عن المتوسط الافتراضي وقيمة ($Sig=.195$) بقبول الفرضية العدمية التي تشير الى عدم وجود دور للجمعيات والمنظمات المهنية في استدامة التعليم المحاسبي، مما يشير إلى ضعف قسم المحاسبة بالاستعانة بالمنظمات والجمعيات المهنية من اجل تطوير استدامة التعليم المحاسبي ، وعدم قدرته على عقد شراكات واعتماد منهاج المحاسبة مع الجمعيات المهنية ، حيث أن مخرجات مؤسسات التعليم العالي هي التي ستقرر مستقبل الاقتصاد والتنمية، ومن هنا كان على هذه المؤسسات أن

تعيد النظر في برامجها وخططها بشكل مستمر في ضوء المنظمات والجمعيات المهنية من أجل جعل هذه الخطط والبرامج مناسبة مع متطلبات سوق العمل.

التوصيات

إن قياس نجاح المنظمات والمؤسسات واستمرارها يقترن بمدى التوافق مع توجهات المجتمع في تحسين مستوى وأساليب الإنتاج ومنها التعليم المحاسبي، ومن أجل تحقيق هذا الهدف الاستراتيجي فإن الدراسة تقترح مجموعه من التوصيات لاعتمادها في قبول التطبيق المفاهيمي للاستدامة والتنافسية في مجال التعليم المحاسبي من واقع أقسام المحاسبة في الجامعات الأردنية :

- تفعيل دور البحث العلمي من خلال إجراء المزيد من الدراسات لمعرفة واقع ومتطلبات سوق العمل، ومدى قدرة الجامعات على المنافسة للارتقاء بمهنة المحاسبة والمحافظة على استدامتها.
- تفعيل دور الجمعيات والمنظمات المهنية من خلال تطبيق معايير الجودة المرتبطة بالمنتجات و الإنتاج ، وذلك انطلاقاً من أن الاستدامة تشكل محور أساسي في الجامعات وذلك لمواجهة الضغوط الخارجية ،ومنهج للتحقيق في بيئة أصبح فيها تقادم المعرفة واضح بشكل جلي .
- تفعيل دور الجمعيات والمنظمات المهنية في استدامة التعليم المحاسبي " في أقسام المحاسبة لتطوير مناهجه بما يتوافق مع المعايير المهنية والدولية .
- وأخيراً توصي هذه الدراسة باستدامة التعليم المحاسبي في جميع الدوائر سواء كانت الخاصة أو الحكومية لمواكبة التطور والرقى والتقدم ،فمن المعروف أن التعليم العالي يحتل أهمية كبيرة في المجتمع لضخ الكفاءات إلى سوق العمل ومن ثم ازدهار الوضع الاقتصادي.
- تكمن محدودات الدراسة في ان العينة صغيرة : لذا لا بد من الإلتباه بشأن تعميم هذه النتائج والتي قد تختلف من عينة لأخرى أو من فترة زمنية لأخرى.

المراجع

المراجع العربية

- البكري، ثامر، و بني حمدان ، خالد (2013)، الإطار المفاهيمي للاستدامة والميزة التنافسية المستدامة - محاكاة لشركة HP في اعتمادها لإستراتيجية الاستدامة ، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية- العدد 9 - ص ص 3-11 ، الأردن
- عطية ، خالد عبد العزيز ، و زهران علاء الدين محمود(2008)، نموذج مقترح لتقييم جودة البرامج المحاسبية من منظور الاعتماد الأكاديمي ، المجلة العربية لضمان جودة التعليم المحاسبي . المجلد(1) ، العدد(2) ، ص ص 1-62 ، السعودية

المراجع الأجنبية

- Adams, C.A. and Larrinaga-Gonzalez, C. (2007), 'Engaging with Organizations in Pursuit of Improved Sustainability Accounting and Performance', Accounting, Auditing & Accountability Journal, 20 (3):PP 33-55
- Amaral, L. P., Martins, N., & Gouveia, J. B. (2015). Quest for a sustainable university: a review. International Journal of Sustainability in Higher Education,16(2)pp, PP155-172
- Asli, Kucukaslan, (2011)The value of environmental management and green product design within sustainable development and competitive strategies of the companies, African Journal of Agricultural Research Vol. 6(1), pp. 51- 59

- Boiral, O.(2013), "Sustainability reports as simulacra? A counter-account of GRI reports," *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 26(7), pp. 1036–1071
- Damitio James W, Raymond S Schmidgall (2007), *What Accounting Skills do Managers Value?*, *Strategic Finance*, Vo. 84, No. 4, pp. 52-53.
- Davis, SA., .Edmister.J.H., Sullivan,K., and West,CK (2003)., *Educating sustainable societies for the twenty –first century.*, *International Journal of Sustainability in Higher Education*, Vol.4. No.2., pp.169-179
- Farneti, F. and Guthrie, J. (2009), "Sustainability reporting by Australian public sector organizations: Why they report? ", *Accounting Forum*, Vol. 33 No. 1, pp. 89-98.
- Ferguson, Briony C, Niki Frantzeskaki, and Rebekah R Brown.(2013). *A Strategic Program for Transitioning to a Water Sensitive City. Landscape and Urban Planning* vol 117. pp. 32–45.
- Gaharan, C., Chiasson, M. A., Foust, K. M and Mauldin, S. (2007) "AACSB International Accounting Accreditation: Benefits and Challenges", *the Accounting Educators' Journal*, Vol. XVII, pp. 13- 19.
- Hindi, N., Miller, D. (2000) "A Survey of Assessment Practices in Accounting Departments of Colleges and Universities", *Journal of Education for Business*, Vol. 75, No. 5, pp. 286-290.
- Hinson, R., Gyabea, A., & Ibrahim, M. (2015). Sustainability reporting among Ghanaian universities *Communication*, 41(1),pp 22-42.
- James Chapman and Mary Low , (2014) "Is accounting education sufficiently sustainable?", *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, Vol. 5 Iss: 1, pp.95 – 124
- Jones, Paula, David Selby, and Stephen Sterling, eds. 2010. *Sustainability Education: Perspectives and Practice Across Higher Education*. London:
- Karatzoglou, B. (2013), 'An in-depth literature review of the evolving roles and contributions of universities to education for sustainable development', *Journal of Cleaner Production*, 49, pp 44-53.
- Kolk, A. 2004. "A decade of sustainability reporting: developments and significance," *International Journal of Environment and Sustainable Development*, Vol. 3, No. 1, 51-64.
- Lockhart, J.A. and Mathews, M.R. (2000). *Teaching environmental accounting: a fourpart framework*. *Advances in Accounting Education Teaching and Curriculum innovations*. 3(1): pp. 57-84
- Low Swee Foon & Praveen Balakrishnan Nair, *Revisiting (2010) the Concept of Sustainable Competitive Advantage: Perceptions of Managers in Malaysian*, *International Journal of Business and Accountancy*, Vol. 1, No. 1,PP 63-78
- Marshall, S.R. & Harry, S.P. (2005). *Introducing a new business course: 'Global business and sustainability'*. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 6(2), PP 179- 196
- Mayper, A. G., Pavur, R. J., Merino, B. D. and Hoops, W. (2005) *The impact of accounting education on ethical values: an institutional perspective*, *Accounting and the Public Interest*, vol 5, pp. 32–55.
- Porter, M. (1985). *Competitive advantage*. New York
- Rankin. M., Stanton. P., McGowan. S., Ferlauto. K., & Tilling. M. (2012). *Contemporary Issues in Accounting*. (1st ed.), New York: Wiley & Sons.
- Schaltegger, S. and Wagner, M. 2011. "Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions," *Business Strategy and the Environment*, Vol. 20, No. 4, 222-237.
- Sedlacek, S. (2013), 'The role of universities in fostering sustainable development at the regional level', *Journal of Cleaner Production* 48. pp74-84.

- van Bommel, H. W. M. (2011). A conceptual framework for analyzing sustainability strategies in industrial supply networks from an innovation perspective. *Journal of Cleaner Production*, vol 19, PP 895–904.
- William C. Clark and Nancy M. Dickson John F. 2003 Sustainability science: The emerging research program Kennedy School of Government, Harvard University, Cambridge, vol. 100 no. 14 PP 8059–8061
- Luliana ,Camelia ,2013 Education for sustainability – a prerequisite for post-crisis economic competitiveness with possible inference for Romania, *Theoretical and Applied Economics*, No. 10(587), pp. 79-96
- Zulkifli N, 2011, Social and Environmental Accounting Education and Sustainability: Educators' Perspective , *Journal of Social Sciences* 7 (1): 76-89, 2011

أخلاقيات العمل المصرفي ودورها في تحسين أداء المؤسسات المالية الإسلامية - دراسة تأصيلية

الدكتور محمد حسين الزغول
جامعة عجلون الوطنية /الأردن

الدكتور محمد أحمد عابنة
وزارة التربية والتعليم / الأردن

ملخص:

هدفت هذه الورقة البحثية الى التعرف على دور أخلاقيات العمل المصرفي في رفع كفاءة وربحية المصارف الإسلامية، حيث بات العمل المصرفي يسهم بشكل كبير في رفد المجتمع بمنتجات الاقتصاد الإسلامي، وتفعيل دور المالية الإسلامية في خدمة المجتمع. ولا شك أن هذا الدور الريادي لا بد من أن يكون متجماً بأخلاقيات العمل، وهذه الأخلاقيات هي في الأصل أخلاقيات الإسلام التي تتسم بالشمول في كل نواحي الحياة، حيث لا يمكن فصلها عن الواقع العملي، إضافة إلى أنها تتخذ الجانب التعبدية الذي لا خيار فيه إلا الإلتزام. وتزداد أهمية الإلتزام بهذه الاخلاق في العمل المصرفي الإسلامي كون هذه المصارف تواجه منافسة من المصارف التقليدية التي تمتاز بسبقها في هذا الميدان، وكما أن المصارف الإسلامية قد اعتبرت نفسها جزءاً من الاقتصاد الإسلامي، فهذا يحتم عليها الإلتزام بالأخلاق في أعمالها المختلفة، وعلاوة على ذلك فإن هذه الأخلاقيات الواجب اتباعها لها أثر كبير في رفع كفاءة وأداء المؤسسات المالية الإسلامية وربحيته، مما يجعل هذا ثمرة من ثمرات الإلتزام بأخلاق الإسلام. وتقوم هذه الورقة البحثية على فرضية مؤداها أن أخلاقيات العمل المصرفي وتفعيلها له دور فاعل في تحسين الأداء ورفع الكفاءة والإنتاجية في المؤسسات المالية الإسلامية. وتنبع أهمية الورقة البحثية من الدور الريادي الذي تقوم به المؤسسات المالية الإسلامية، ومن أهمية ودور الأخلاقيات في العمل المصرفي الإسلامي. وتهدف هذه الورقة البحثية إلى تكوين صورة إيجابية وواقعية حول أداء المؤسسات المالية الإسلامية، مما يساهم في زيادة الإقبال على التعامل معها، كما تهدف إلى رفع كفاءة وأداء المؤسسات المالية الإسلامية وربحيته مما يجعل هذا ثمرة من ثمرات الإلتزام بأخلاق الإسلام. وقد تم اتباع المنهج الوصفي والاستقرائي في تتبع النصوص الشرعية المتعلقة بأخلاقيات العمل وتوظيفها في العمل المصرفي.

وقد توصلت الورقة البحثية إلى أن أخلاقيات العمل لها دور كبير في جلب المستثمرين والزبائن، كما أن لها دوراً عظيماً في تأليف القلوب وإعطاء الانطباعات الحسن عن هذه المؤسسة أو المصرف الإسلامي، كما أن التكامل والانسجام بين أخلاقيات الإدارة في العمل المصرفي وأخلاقيات الموظفين من حيث تعاملهم مع المؤسسة ومع الزبائن يعد من أسباب النهوض بالمؤسسة. وتوصي الورقة البحثية بضرورة حسن اختيار العاملين في المؤسسات المالية الإسلامية وفق ضوابط وشروط محددة، وتفعيل دور الرقابة الشرعية في متابعة العمل المصرفي وأخلاقيات العاملين فيه، وعقد دورات منهجية في العلاقات العامة وحسن التعامل مع الزبائن والجمهور، وتفعيل نظام الحوافز للموظف المتميز بسلوكه وسمعته وإنجازته للعمل.

كلمات مفتاحية: العمل المصرفي، الأخلاق، المنتجات المصرفية، الاقتصاد الإسلامي.

مقدمة:

يسهم العمل المصرفي بشكل كبير في رفد المجتمع بمنتجات الاقتصاد الإسلامي وتفعيل دور المالية الإسلامية في خدمة المجتمع، حيث كوّنت البنوك الإسلامية شخصية إسلامية متميزة وسمات مستقلة في الناحية الاقتصادية، قائمة على أسس مستوحاة من أصول شريعتنا وأوامر ديننا، وتحررت من التقيد بنظم لا تمت إلى الإسلام بصلة وإنما روجها اليهود بأساليبهم الماكرة، طهرت البنوك الإسلامية كافة المعاملات من آفة الربا الأثمة وعواقبه الوخيمة وويلاته المفسدة للأخلاق والمحطمة للاقتصاد والمنذرة للإنسانية بالدمار المحيط، كما أرسيت قواعد العدل والمساواة في المغامر والمغامر وعمت المصلحة والفائدة في أكبر عدد ممكن من المواطنين. ولاشك أن هذا الدور الريادي لا بد من أن يكون متجماً بأخلاقيات العمل، وهذه الأخلاقيات هي في الأصل أخلاقيات الإسلام التي تتسم بالشمول في كل نواحي الحياة حيث لا يمكن فصلها عن الواقع العملي، إضافة إلى أنها تتخذ الجانب التعبدية الذي لا خيار لنا فيه إلا الإلتزام. إن الاهتمام بالتركيز على إلزامية ارتباط الأخلاق بالعمل عبر أداء الموظفين في المصارف الإسلامية وكل عمل إسلامي، يساهم في تمثيل صورة إيجابية وواقعية في الأداء الإسلامي ويساهم في زيادة الإقبال على التعامل مع المؤسسات الإسلامية، وذلك يعد واجباً دينياً دعواً مهنيّاً يستحق المجاهدة، وعلى المؤسسات

الإسلامية أن لا تقبل بمستوى أقل من ذلك. وعلاوة على ذلك فإن هذه الأخلاقيات الواجب اتباعها لها أثر كبير في رفع كفاءة وأداء المؤسسات المالية الإسلامية وربحيته مما يجعل هذا ثمرة من ثمرات الالتزام بأخلاق الإسلام.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الدور الذي تمارسه المصارف الإسلامية في المجال الاقتصادي والاجتماعي، وأهمية التزام هذه المصارف بأخلاقيات العمل المصرفي عبر أداء الموظفين في المصارف الإسلامية ليساهم في تمثيل صورة إيجابية وواقعية في الأداء الإسلامي ويساهم في زيادة الإقبال على التعامل مع المؤسسات الإسلامية، وذلك يعد واجباً دينياً دعوياً مهنيّاً يستحق المجاهدة، وعلى المؤسسات الإسلامية أن لا تقبل بمستوى أقل من ذلك .

فرضية الدراسة:

تقوم هذه الدراسة على فرضية مؤداها أن أخلاقيات العمل المصرفي وتفعيلها له دور فاعل في تحسين الأداء ورفع الكفاءة والإنتاجية في المؤسسات المالية الإسلامية. وتحاول هذه الدراسة إثبات هذه الفرضية من خلال الإجابة على التساؤلات التالية والتي تشكل بمجموعها مشكلة الدراسة :

- ما هي الأصول التشريعية للأخلاق في الشريعة والاقتصاد؟
- ما هي أبرز الأخلاقيات الواجب اتباعها في العمل المصرفي؟ وما هي منهجية تفعيلها؟
- ما هو دور أخلاقيات العمل في المؤسسات المالية والمصارف الإسلامية في رفع كفاءة وأداء المصارف الإسلامية؟
- وختاماً فإن هذه الدراسة تأتي كمحاولة للنهوض بالعمل المصرفي الإسلامي من خلال أخلاقيات العمل المصرفي وتفعيلها والتي هي بدورها أخلاق الإسلام وتشريعاته التي يُفترض بالمسلم الالتزام بها.

المبحث الأول: التأصيل الشرعي لحقيقة الأخلاق في الشريعة والاقتصاد

مفهوم الأخلاق:

تُعرف الأخلاق بأنها حال للنفس داعية إلى أفعالها من غير فكر ولا روية وهذه الحال تنقسم إلى قسمين: منها ما يكون طبيعياً من أصل المزاج، ومنها ما يكون مستفاداً بالعادة والتدريب وربما كان مبدؤه بالرؤية والفكر ثم يستمر أولاً فأولاً حتى يصير ملكة وخُلُقاً (مسكويه، ج1، ص41)، وقد أشار الماوردي إلى ذلك بقوله أنها غرائز كامنة تظهر بالاختيار وتقهر بالاضطرار (الماوردي، ج1، ص5). والدين الإسلامي قائم على الأخلاق وكذلك الأخلاق قائمة على الدين أيضاً، يقول الفيروز أبادي: "الدين كله خلق فمن زاد عليك في الخلق زاد عليك في الدين" (الفيروز أبادي، 1996، ج2، ص568). ويقول ابن عاشور: "الخلق السجية المتمكنة في النفس باعثة على عمل يناسبها من خير أو شر، وتشمل طبائع الخير وطبائع الشر ولذلك لا يعرف أحد النوعين من اللفظ إلا بقيد يضم إليه فيقال: خلق حسن وخلق قبيح وإذا أطلق عن التقييد انصرف إلى الخلق الحسن" (ابن عاشور، 1984، ج19، ص171). وقد عرّف بعض الباحثين الأخلاق في نظر الإسلام بأنها: "مجموعة المبادئ والقواعد المنظمة للسلوك الإنساني التي يحددها الوحي لتنظيم حياة الإنسان وتحديد علاقته بغيره على نحو يحقق الغاية من وجوده في هذا العالم على أكمل وجه" (يالجين، 1977، ص75). ويتضح من هذا التعريف أن الأخلاق في نظر الإسلام هي جمع شامل في منظور متكامل بين مصدرها.

خصائص الأخلاق في الإسلام ومصادرها:

- أولاً: الربانية: والمقصود أن الإسلام عقيدة وشريعة وأخلاق وسلوكيات من عند الله جل وعلا، وما من أمر من أمور الإسلام إلا وهو يستمد تعاليمه ونظمه ومبادئه من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم، قال الله سبحانه: ((هُوَ الَّذِي

بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ)) (الجمعة: ٢). قال ابن كثير رحمه الله: "وذلك أن العرب كانوا قديماً متمسكين بدين إبراهيم الخليل عليه السلام فبدلوه وغيروه وقلبوه وخالفوه واستبدلوا بالتوحيد شركاً وباليقين شكاً وابتدعوا أشياء لم يأذن بها الله وكذلك أهل الكتاب قد بدلوا كتبهم وحرفوها وغيروها وأولوها فبعث الله محمداً صلى الله عليه وسلم بشرع عظيم كامل شامل لجميع الخلق فيه هدايتهم" (ابن كثير، 1419هـ، ج 8، ص 142). وكون هذه الأخلاق ربانية فإن ذلك يعطيها طابع الرضا والقبول والتسليم، لخلوها من التناقض والاختلاف والغموض.

- ثانياً: الشمول والعموم: وبما أن دعوة الرسول صلى الله عليه وسلم عامة شاملة فذلك فإن القيم الأخلاقية توافق هذا الشمول ولا تختزله في بعض جوانبه أو تمارسه على بعض الفئات من أتباعه دون بعض، بل هو شامل لجميع مناحي الحياة من اقتصاد وسياسة واجتماع وحضارة، كما أنه لا يقتصر على فئة من الناس دون فئة.
- ثالثاً: الصلاحية العامة لكل زمان ومكان: فالأخلاق الإسلامية صالحة لتطبيق الالتزام بها في كل زمان ومكان وعلى أي حال كان الإنسان.
- رابعاً: ترسيخ الرقابة الذاتية: حتى يتم له اليقين بأن الله مطلع عليه، عالم بأسراره، رقيب على أعماله، مما سيكون له أبلغ الأثر في توجيه الأخلاق وتقييمها وفق ما يرضي الله سبحانه.

المبادئ والقيم الأخلاقية في الاقتصاد الإسلامي:

يقوم الاقتصاد في الإسلام على العقود الشرعية الحاكمة، وهذه العقود الحاكمة يحكمها طائفة من المبادئ الأخلاقية والقيم الخلقية مما يثبت ذاتية هذا الاقتصاد واستقلاله ويؤكد صلاحيته لكل زمان ومكان، ويعطيه أولوية في التطبيق العملي في معاملات الناس. وإن ارتباط الأخلاق بنظام المعاملات في الاقتصاد الإسلامي إنما هو من المسائل الجوهرية التي يتميز بها التشريع الإسلامي إذ يتجلى فيه ذلك على نحو ملزم، على عكس ما هو موجود في الأنظمة الوضعية من أنه إذا قيل أن قاعدة ما أخلاقية دل ذلك على أنها غير ملزمة. وارتباط الأخلاق بنظام المعاملات على نحو ملزم في التشريع الإسلامي وفقه إنما يرجع إلى أمر أساسي هو إن الإسلام عقيدة وشريعة ودين ودنيا، والشريعة عبادات ومعاملات وأخلاق، ويدل على ذلك قوله تعالى: ((قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ)) (الأنعام: ١٦٢)، ومن أهم هذه المبادئ ما يلي:

- الإخلاص وإصلاح النية: ويقصد به في مجال المعاملات خشية الله سبحانه وتعالى وهو الباعث على تجنب الغش والكذب والتطفيف والتدليس وكل ما يخالف أحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية، كما أن ذلك من أسباب البركة في الأزواق، ودليل ذلك قول الله تبارك وتعالى: ((وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ)) (البينة: ٥)، وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: ((إنما الأعمال بالنيات، وإنما لكل امرئ ما نوى، فمن كانت هجرته إلى الله ورسوله، فهجرته إلى الله ورسوله، ومن كانت هجرته لدنيا يصيبها أو امرأة ينكحها، فهجرته إلى ما هاجر إليه)) (البخاري، باب بدء الوحي، ج 1، ص 6).
- الصدق: يلتزم المسلم في كل أموره بالصدق ولاسيما في المعاملات، ودليل ذلك قول الله تبارك وتعالى: ((يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ)) (التوبة: ١١٩)، والدليل من السنة النبوية الشريفة قول الرسول صلى الله عليه وسلم: ((التاجر الصدوق مع النبيين والصديقين والشهداء)) (الترمذي، 1975، ج 3، ص 507)، ويقول صلى الله عليه وسلم: ((البَّيْعَانُ بالخيار حتى يتفرقا فإن صدقا وبينا بورك في بيعهما، وإن كتما وكذبا محقت بركة بيعهما)) (البخاري، كتاب البيوع، باب إذا بَيَّنَّ البائعان ولم يكتما، ج 3، ص 58).

وتأسيساً على ذلك يجب على أعضاء النشاط الاقتصادي الالتزام بخصلة الصدق وتجنب الغش والخداع والتدليس والبخس والكتمان وما في حكم ذلك من الأمور التي حرمها الشريعة الإسلامية.

- الأمانة: يرتبط خلق الأمانة بالصدق تماماً، فيجب على المتعاملين أن يتحروا الأمانة في كل معاملاتهم، لأنها من موجبات الثقة في المعاملات، ودليل ذلك من القرآن الكريم قول الله تبارك وتعالى: ((إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا)) (النساء: ٥٨)، وقوله سبحانه وتعالى في وصف المؤمنين: ((وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ)) (المؤمنون: ٨)، وقول الرسول صلى الله عليه

وسلم: ((أدّ الأمانة إلى من ائتمنك ولا تخن من خانك)) (ابو داود، ج 3، ص 290)، وقال صلى الله عليه وسلم: ((المجلس بالأمانة إلا ثلاث مجالس: مجلس سفك دم حرام، أو فرج حرام، أو اقتطاع مال بغير حق)) (ابن حنبل، 2001م، ص 45).

- وتأسيساً على ذلك يجب على المسلم أن يتحرى الأمانة في كل معاملاته ولا سيما أنه تتعلق بحقوق العباد القائمة على المشاحّة.
- الإحسان: ويقصد به في مجال الاقتصاد إتقان الأعمال والمعاملات وفقاً لشرع الله عز وجل، وعلى المسلم أن يستعين بالأساليب المعاصرة في سبيل تحقيق ذلك، ودليل هذا الخلق من القرآن الكريم قول الله تبارك وتعالى: ((إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ إِنَّا لَا نُضِيعَ أَجْرَ مَنْ أَحْسَنَ عَمَلًا)) (الكهف: ٣٠)، ويقول الرسول صلى الله عليه وسلم: ((إن الله كتب الإحسان على كل شيء، فإذا قتلتم فأحسنوا القتلة، وإذا ذبحتم فأحسنوا الذبحة، وليحدّ أحدكم شفرته، وليرح ذبيحته))، (مسلم، كتاب الصيد والذباح، باب الأمر بإحسان الذبح والقتل، ج 3، ص 1548)، وقوله صلى الله عليه وسلم: ((إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه)) (ابو يعلى، 1984، ج 7، ص 349).
- الوفاء بالعهود والعقود: يجب على المسلم أن يلتزم بالعهود التي يعطيها للمتعاقد معه، وكذلك تنفيذ الشروط الواردة بالعقود التي يبرمها ما لم تكن مخالفة لأحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية. حيث أن ذلك يؤدي إلى الثقة في المعاملات واستقرارها، ودليل ذلك من الكتاب قول الله تبارك وتعالى: ((وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا)) (النحل: ٩١)، ويقول عز وجل: ((يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ)) (المائدة: ١)، ويقول عليه الصلاة والسلام: ((من كان بينه وبين قوم عهد فلا يحلن عهد ولا يشدنه حتى يمضى أمدّه أو ينبذ إليهم على سواء)) (الترمذي، باب ما جاء في الغدر، ج 4، ص 143).
- العدل والقسط: يجب على المتعاملين بصفة عامة التحلي بخلق العدل وإعطاء كل ذي حق حقه بدون بخل أو ظلم، ودليل ذلك من القرآن الكريم قول الله عز وجل: ((يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَى أَنْفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ)) (النساء: ١٣٥). ويقول الرسول صلى الله عليه وسلم: ((إنكم تختصمون إلي وإنما أنا بشر، ولعل بعضكم ألحن بحجته أو قد قال لحجته من بعض) فإني أقضي بينكم على نحو ما أسمع فمن قضيت له من حق أخيه شيئاً فلا يأخذه، فإنما أقطع له قطعة من النار يأتي بها إسطاماً في عنقه يوم القيامة)) (البخاري، كتاب الشهادات، باب من أقام البيعة بعد اليمين، ج 3، ص 180). وعن أبي إمامة رضي الله عنه عن رسول الله صلى الله عليه وسلم أنه قال: ((من اقتطع حق امرئ مسلم بيمينه فقد أوجب الله له النار، وحرم عليه الجنة، فقال رجل: وإن كان شيئاً يسيراً يا رسول الله؟ فقال: وإن قضيباً من أراك)) (مسلم، كتاب الإيمان، باب وعيد من اقتطع حق مسلم، ج 1، ص 122).
- التيسير على المعسر: يقول تعالى: ((وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَى مَيْسَرَةٍ)) (البقرة: ٢٨٠)، وقد روي عن أبي هريرة رضي الله عنه أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: ((من نقّس عن مسلم كربة من كرب الدنيا نفس الله عنه كربة من كرب يوم القيامة ومن يسر على معسر في الدنيا يسر الله عليه في الدنيا والآخرة ومن ستر على مسلم في الدنيا ستر الله عليه في الدنيا والآخرة والله في عون العبد ما دام العبد في عون أخيه)) (أبو داود، باب في المعونة للمسلم، ج 4، ص 287).
- الرضا عن بيعة واختيار: والأصل الشرعي للرضائية ورد في القرآن والسنة: يقول الله سبحانه وتعالى: ((يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ)) (النساء: ٢٩)، ولقوله صلى الله عليه وسلم: ((لا يحل مال امرئ مسلم إلا عن طيب نفس منه)) (ابن حنبل، ج 34، ص 299). والتراضي يتحقق معناه بتوافر أكثر من رضا يقول القرطبي: "إلا أن تكون تجارة عن تراض جاءت من التفاعل إذ التجارة بين اثنين أي عن رضا كل منهما فالتراضي حقيقة في المشاركة لأنه مصدر من باب التفاعل الذي هو للمشاركة الحقيقية بين طرفين متساويين في الفعل (القرطبي، 1964، ج 5، ص 153). وذلك كله على خلاف عقد القرض الربوي في المعاملات الوضعية حيث يملئ أحد الطرفين شروطه والآخر يقبل مدعناً وإلا فلا يتم العقد، فالمدين في عقد القرض الربوي الذي هو قاعدة الاقتصاد الوضعي في حكم المكره في قبول شروط الدائن.

المبحث الثاني: الأخلاق المهنية في المؤسسات المالية الإسلامية، ومنهجية تأكيدها وتفعيلها

لاشك أن الأخلاق الفاضلة لها دور كبير في جلب المستثمرين والعملاء لما لها من دور عظيم في تأليف القلوب وإعطاء الانطباع الحسن عن هذه المؤسسة أو المصرف الإسلامي، وقد حاولت من خلال هذا المبحث أن أميز بين الأخلاقيات الواجب توافرها في الإدارة للمؤسسة المصرفية الإسلامية والأخلاقيات الواجب توافرها في الموظفين فيما يتعلق بتعاملهم مع المؤسسة ذاتها ومع العملاء على حد سواء، وسأشير إلى ذلك في محورين على النحو التالي:

المحور الأول: أخلاقيات الإدارة في العمل المصرفي:

من الواجب قبل كل شيء أن تتحلى الإدارة بالرقابة الذاتية وإخلاص النية وقد حرص الرسول صلى الله عليه وسلم على رفع مستوى الرقابة الذاتية عند الصحابة رضي الله عنهم كأول خط دفاع عند ورود حظوظ الدنيا ، ولذلك قال: ((من استعملناه على عمل، فرزقناه رزقا، فما أخذ بعد ذلك فهو غلول)) (مسلم، كتاب الإمارة، باب تحرير هدايا العمال، ج3، ص1465)، أضف إلى ذلك الدور الدعوي الذي تقوم به المؤسسة الإسلامية ممثلة بأخلاق موظفيها وإدارتها وهو الجانب الذي لا يمكن التغاضي عنه، ومن بعد ذلك يمكن أن نشير إلى الأساسيات الأخلاقية التالية في الإدارة المصرفية الإسلامية:

- أولاً: الإيمان بمبدأ العمل المصرفي الإسلامي: لما لذلك من أثر في رفع كفاءة المؤسسة بالإخلاص لها ودفع الشبهات عنها وإبعادها عن المحرمات ومحاربة الربا بل وكل معاملة فيها أدنى شبهة للربا.
- ثانياً: الإسهام في نشر الوعي المصرفي الإسلامي: إيماناً بأن العمل المصرفي الإسلامي ما هو إلا تطبيق للمنهج الرباني في استغلال المال، لذلك وجب على كل عامل ومتعامل مع المصارف الإسلامية أن يتحمل على عاتقه مهمة نشر الوعي بالعمل المصرفي الإسلامي، داخل المصرف وخارجه. ويكون هذا للموظف دليلاً على صدقه وولائه لمصرفه، فهو يحاول قدر المستطاع شرح المفاهيم المصرفية الإسلامية، ودرء الشبهات التي تثار لتشويه صورة العمل المصرفي الإسلامي، سواء عن جهالة بطبيعة هذا العمل، أو عن سوء قصد لخدمة البنوك الربوئية. والموظف بسعيه الدؤوب لنشر الوعي المصرفي الإسلامي، إنما هو داعية من دعاة الإسلام في ميدان من أهم ميادين العمل الإسلامي، وهو بذلك يستحق الأجر من الله والمكافأة من مؤسسته، كما أنه سينال رضا الناس وتقديرهم لإخلاصه في عمله وحرصه على مؤسسته، ومحاولته هدايتهم وتصحيح مفاهيمهم. إنَّ جهل بعض الموظفين بتفاصيل العمل المصرفي الإسلامي وميزاته وأثاره الاقتصادية والاجتماعية لا يعفيهم من أداء واجب نشر الوعي المصرفي الإسلامي، وإنَّما ينبغي عليهم المبادرة إلى إحالة جمهور المتسائلين أو المشككين إلى ذوي الاختصاص في مؤسسته، لأداء هذا الواجب الهام.
- ثالثاً: حسن اختيار العاملين: حيث أن من الوسائل المهمة في الوقاية من المزالق الأخلاقية، هو فاعلية طرق اختيار الموظفين المسؤولين عن الاستثمارات، نظراً لأن حسن الاختيار هو إحدى الوسائل التي تقلل من فرص الانحراف في المستقبل، ومن حسنت بدايته، حسنت نهايته حيث قال صلى الله عليه وسلم: ((من ولى على المسلمين رجلاً وهو يرى من هو أفضل منه فقد خان الله ورسوله)) (البيهقي، 2003م، ج10، 201).
- رابعاً: التعاون والالتزام بعمل الفريق: يقتضي التعاون والالتزام بعمل الفريق أن يدع كل موظف أهواءه الشخصية جانباً عندما يطلب منه تنفيذ عمله، وإلا أصبحت الأمور فوضى لا يحكمها شرع ولا قانون ولا يجمعها نظام. وبالمقابل فقد حققت كثير من المؤسسات نجاحات على المستوى الداخلي والمجتمعي نتيجة لتعاون الموظفين من أعلى المستويات إلى أدناها، والالتزام الجميع بعمل الفريق الواحد، بل وذوبان الفرد في الفريق لضمان النتائج المرجوة، بينما نرى بعض المؤسسات متعثرة تسير القهقري يوماً بعد يوم، رغم قوتها المادية، وذلك بسبب تحكم الأهواء واتباع ما تمليه المصالح الشخصية الآنية، والتي يغلب عليها طابع الأنانية حيناً، والحرام أحياناً، وبالتالي تظهر الأمراض ويصبح كل فرد يريد أن يثبت فشل إخوانه عن طريق إظهار تفوق آرائه أو حسن أدائه، قال تعالى: ((وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ)) (المائدة: ٢)، ويقتضي هذا التعاون الضرب على يد من يحاول تخريب المنجزات الجماعية على النحو الذي أمر به رسول الله في حديث السفينة المشهورة: ((فإن يتركوهم وما أرادوا هلكوا جميعاً، وإن أخذوا على أيديهم نجوا ونجوا جميعاً)) (البخاري، كتاب الشركة، باب هل يقرع في القسمة والاستهام فيه، ج3، ص139).
- خامساً: التنظيم والتقنين: ومن أخلاقيات العمل المصرفي الإسلامي أنه مقنن وموثق، وذلك ليعرف كل فرد ما له من حقوق تجاه كل ما يتعامل معهم وما عليه من واجبات تجاه أولئك أيضاً، ولذلك كان من الضرورة بمكان تنظيم العمليات والقوانين واللوائح إضافة إلى مراقبة الأسعار وبيان حقوق العمال، ومنع ما كان محظوراً من المعاملات كالبيع الفاسدة، وغش المبيعات، والتدليس في العقود والغبن في الأثمان والأجور وتطفيف الكيل والبخس في الميزان والغش في النقود والأطعمة ومنع تلاعب الحرفيين والصناع واستغلالهم حاجة الناس ومنع ابتزازهم للناس إلى غير ذلك.
- سادساً: التعامل بالثقة: وليس المقصود من هذا عدم الاحتراز وأخذ الأسباب ولغي القوانين والمتطلبات العرفية و، إنما القصد زرع الثقة وتبادلها بين كافة المتعاملين والعاملين في المصارف الإسلامية، وفي هذا سمو في التعامل، وشيوع للأخلاق الفاضلة.

- سابعاً: النصيحة: والنصح من المسئول لرعيته هو في إيجاد أفضل السبل لتوجيههم فيما ينفعهم. وقال صلى الله عليه وسلم: ((لا يحل لمسلم باع من أخيه بيعاً، فيه عيب إلا بينه له)) (ابن ماجه، باب من باع بيعاً فليبينه، ج2، ص755). وذكر البخاري رحمه الله في كتابه باب: "إذا بين البيعان ولم يكتما ونصحا" (البخاري، كتاب البيوع، ج3، ص58)، أما الشفافية في تعني وضوح التعاملات والتصرفات، سواء كانت مالية أم غيرها أمام الرأي العام أو أهل الحل والعقد أو أمام المستثمرين الذين يستثمرون أموالهم مع المؤسسة المالية الإسلامية، ويمكن تحديد الشفافية بالنسبة للمؤسسة المالية المصرفية بمدى جعل المعلومات عن أعمالها وقراراتها متاحة لطرف آخر، وبما فيها المشاركين في الاستثمار، لضمان بيئة عمل نظيفة من الانحراف أو سوء استغلال السلطة.
- ثامناً: الشورى: قال تعالى في صفة المؤمنين: ((وَأْمُرُهُمْ شُورَىٰ بَيْنَهُمْ)) (الشورى: ٣٨)، وقال سبحانه حاضراً رسوله: ((وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ)) (آل عمران: ١٥٩)، وفي هذا الخلق الرفيع تعاون وتألف لمجتمع المصرف على الأعمال والأنشطة، فيشارك الموظف بالتخطيط، ويثق برئيسه، وتتوزع مخاطرة اتخاذ القرار على شريحة كبيرة، وفيها إعفاء من المسؤولية، كما فيها سداد رأي بسبب تعدد المفكرين والمخططين، مما يساهم في نجاح العمل وشموليته.
- تاسعاً: الرحمة والرعاية والرفق وعدم التكليف فوق الطاقة. قال الله سبحانه: ((مُحَمَّدٌ رَّسُولُ اللَّهِ وَالَّذِينَ مَعَهُ أَشِدَّاءُ عَلَى الْكُفَّارِ رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ)) (الفتح: ٢٩)، وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: ((فمن كان أخوه تحت يده فليطعمه مما يأكل وليلبسه مما يلبس ولا تكلفوهم ما يغلبهم فإن كلفتموهم فأعينوهم)) (البخاري، كتاب الإيمان، باب المعاصي من أمر الجاهلية، ج1، ص15)، وقال عليه الصلاة والسلام: ((اللهم من ولي من أمي شيئا فشق عليهم فاشقق عليه ومن ولي من أمي شيئا فرفق بهم فافرق به)) (مسلم، كتاب الإمارة، باب فضيلة الإمام العادل وعقوبته، ج3، ص1458).
- عاشراً: العدالة: قال تعالى: ((وَإِذَا حَكَمْتُم بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ)) (النساء: ٥٨)، وقال تعالى في الحديث القدسي: ((يا عبادي إني حرمت الظلم على نفسي وجعلته بينكم محرماً فلا تظالموا)) (مسلم، كتاب البر والصلة والآداب، باب تحريم الظلم، ج4، ص1994)، والعدالة تكون في التعامل مع العاملين والعملاء، وفي توزيع العمل ومنح المزايا والمساواة بين الناس، فليس أصعب على المرء من أن يرى الظلم أمامه ولا يستطيع دفعه، وليس أبغض إلى الله تعالى من عبد ولده أمراً استبد به وجعله وسيلة للكيل بمكيالين لنفع من أراد وحرمان من أراد، دون وجه حق. ولهذا، فلا بد للمسؤول من أن يضع العدالة نصب عينيه ليس في توزيع العمل "التكاليف" على مرؤوسيه فحسب، وإنما في منح المزايا أيضاً.

ومن هنا، فإن قيام المسؤولين بسرقة جهود مرؤوسهم من أبحاث أو أفكار ويدعونها لأنفسهم، أو أن يحمل المسؤول أحد مرؤوسيه خطأ ارتكبه المسؤول، مما يعتبر خيانة للأمانة وباعثاً لعذاب الله، قال تعالى: ((وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزُنُوجًا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ: ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا)) (الإسراء: ٣٥)، وقال سبحانه: ((وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ)) (المطففين: ١)، وقال: ((وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ)) (الشعراء: ١٨٣).

المحور الثاني: أخلاقيات الموظفين في العمل المصرفي:

لابد ابتداء من الإشارة إلى أخلاقيات المهنة بشكل عام، ومنها:

- أولاً: تطابق قوله مع عمله وسلوكه مع الشعارات التي يرفعها: فالموظف في المصارف الإسلامية كالداعية للإسلام ومهمته في التسويق لمؤسسته تأتي في ظل مهمة أعظم وأكبر هي الدعوة إلى الله وإلى تطبيق منهجه في الحياة، وهذا يوجب أن يكون الموظف في هذه المؤسسة مثلاً للالتزام بأخلاق الإسلام وأخلاق نبيه صلى الله عليه وسلم الذي كان خلقه القرآن، فهو كالداعية يجب أن يتمثل سمو الرسالة التي يدعو لها وأن يلتزم تعاليم هذه الرسالة في كل تفاصيل عمله وحياته حتى يتجنب الازدواجية ولا يفصل عمله عن قوله.
- ثانياً: توافر الحدود الدنيا من العلم الشرعي: وهو العلم المنهجي والتطبيقي الذي يعين على إجابة استفسارات الجمهور في النواحي الشرعية المرتبطة بعمل المصرف، وفي الوقت ذاته الوقوف عند حدود هذا العلم وعدم الخوض في فتاوى يجهلها أو أساليب عمل غير مطابقة للشرع.
- ثالثاً: الرفق: ويكون ذلك في النقاش، والحكمة في العرض، وسوق الحجة القوية والأدلة القاطعة والمثال المقنع والمقارنة العادلة فيبتعد عن المغالاة في المزايا ويعرض واقع مؤسسته وطموحات هذه المؤسسة للارتقاء بخدماها لكي لا يُحْمَلِ المؤسسة ما لا

تطبيق، ويحسن اختيار ألفاظه ويكيف صوته حسب ما يقتضي الحال، ويتكلم بلغة واضحة لا لبس فيها ويسوق معاني واضحة لا تحتل التأويل وتضاد المعاني.

• رابعاً: اللطافة واللباقة والكياسة والابتسامة الدائمة وحسن المظهر دائماً: تمثلاً لقوله تعالى: ((فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَبِثَ لَكُمْ وَلَوْ كُنْتُمْ فَظًا غَلِيظَ الْقُلُوبِ لَنَفَضُوا مِنْ حَوْلِكُمْ)) (آل عمران: ١٥٩)، وقول النبي صلى الله عليه وسلم: ((تبسمك في وجه أخيك صدقة)) (الترمذي، باب ما جاء في صنائع المعروف، ج 4، ص 339). وحسن المظهر مطلوب أيضاً، فإن الله جميل يحب الجمال ومظهر الداعية جزء مهم من تقبل الناس له فيتمثل هذا القول بأن يكون أنيق الهندام بلا سرف ولا خيلاء، نظافة واضحة في شخصه ومكان عمله تمثلاً لشعار النظافة من الإيمان.

• خامساً: تقديم المشورة والنصح: وذلك للعميل والجمهور عموماً إيماناً وتطبيقاً لقوله تعالى: ((وَلَا تَكْنُتُوا الشَّهَادَةَ، وَمَنْ يَكْنُتْهَا فَوَإِنَّهُ أَثِمٌ قَلْبُهُ)) (البقرة: ٢٨٣)، وللحديث الشريف: ((الدين النصيحة)) (البخاري، كتاب الإيمان، باب "الدين النصيحة"، ج 1، ص 21). وذلك بتوجيه العميل لما فيه مصلحته ومصلحة المؤسسة، فالعميل يجب أن يشعر بأن هذا الشخص الذي يطرح عليه المنتج المصرفي ناصح أمين له وذلك ابتداء ببيان شرعية هذا المنتج وبحيث يمكن تحقيق المنفعة القصوى منه. من ذلك ما جاء في حديث الرسول صلى الله عليه وسلم: ((خير الناس أنفعهم للناس)) (الألباني، ج 1، ص 623)، وقال أيضاً: ((والله في عون العبد ما كان العبد في عون أخيه)) (مسلم، كتاب الذكر والدعاء والتوبة، باب فضل الاجتماع على تلاوة القرآن، ج 4، ص 2074).

• سادساً: الاحترام الشديد للوقت وإيفائه بالوعد للعميل: فإذا قطع وعداً للعميل بإنجاز عمل معين فيجب بذل أقصى الجهد للوفاء بهذا الوعد فالعميل عندما يرى المصرف الإسلامي حريص على وقته كعميل ووقت المصرف وجهد الموظف وحريص كذلك على الالتزام بالمواعيد يكبر هذا الشيء ويحترم هذا المصرف والعاملين فيه. ولو أجرينا استقصاء للرأي لدى العملاء لوجدنا أن إنجاز معاملاتهم بسرعة يعد المطلب الأساسي والأهم لهم.

• سابعاً: أداء العمل بمهنية واحتراف: لقد رتب الإسلام أجراً عظيماً إذا أحسن الموظف في أداء عمله، كما قال صلى الله عليه وسلم: ((الخازن الأمين الذي يؤدي ما أمر به طيبة نفسه، أحد المتصدقين)) (البخاري، كتاب الإجارة، باب استئجار الرجل الصالح، ج 3، ص 88)، وهذا الربط بالحافز في الدار الآخرة، هو من أعظم الحوافز في إتقان العمل في هذا العصر، وهذا أمر أساسي، حيث يكون -أحياناً- الأجر والحوافز المادية المترتبة في الشركات غير عادل مقارنة مع الجهد المستغرق فيه أو الإتقان المرتبط به. ولذلك كان الربط بأجر الآخرة، وهو أحد الحوافز التي تشبع وتزيد درجة الرضا عند الموظف وتعينه على أداء العمل بالمهنية المنشودة، كما قال صلى الله عليه وسلم: ((العامل بالحق على الصدقة، كالغازي في سبيل الله عز وجل حتى يرجع إلى بيته)) (ابن حنبل، ج 28، ص 517). ومن الكفاية في العمل، أن يكون الشخص ملماً بالجوانب الشرعية فيه حتى لا يقع في الحرج الشرعي وبخاصة إذا كانت المعاملات مرتبطة بالأمور المالية أو التجارية، وقد روي أن عمر بن الخطاب رضي الله عنه، كان يطوف بالسوق، ويضرب بعض التجار بالدرة، ويقول: ((لا يبيع في سوقنا إلا من يفقه، وإلا أكل الربا شاء أم أبى)) (الترمذي، ج 2، ص 357). كما أن معرفة الجوانب الشرعية هي من باب إتقان العمل، لأن العمل لا يكون كاملاً إلا إذا استوفيت جميع جوانبه الأساسية بما فيها الأمور الشرعية.

• ثامناً: سرعة الإنجاز وإتقان العمل: ولعل خير خدمة يقدمها الموظف للمتعاملين ولرؤسائه هي السرعة في إنجاز المعاملات والمشاريع وإتقان ذلك كله، بل هي خير وسيلة لتسويق خدمات المصرف وأقلها تكلفة على الإطلاق ولا خير في سرعة إنجاز إذا لم يصاحبها إتقان في أداء الخدمة، كما لا خير في إتقان يستغرق وقتاً طويلاً لا فلا بد من اقتران السرعة بالإتقان لتحقيق الهدف، يقول الرسول صلى الله عليه وسلم: ((إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه)) (الألباني، ج 3، ص 106)، وكما قال صلى الله عليه وسلم: ((ما من راع يسترعيه الله رعية، يموت يوم يموت وهو غاش لها، إلا حرم الله عليه رائحة الجنة)) (مسلم، كتاب الإيمان، باب استحقاق الوالي الغاش لرعيته النار، ج 1، ص 125). إن البطء في العمل يهدر وقت المؤسسة كما يهدر وقت المتعامل الأول والمتعاملين الذين يلونه، وخسارة الوقت دونها كل الخسارات، لأنها تعني انقضاء جزء من العمر وهذا لا يعوض أبداً.

• تاسعاً: الالتزام بالسريّة: إذا كانت الأسرار الوظيفية مهمة وحساسة في جميع الوظائف فإنها في الجهاز المصرفي أشد أهمية وأكثر حساسية. وتشمل السرية المصرفية كلا من المتعاملين والموظفين والمصرف إذ لا يجوز للموظف مثلاً ولا بأي حال أن يدلي بأي معلومات حول حسابات المتعاملين ولو إلى أقرباء أو أصدقاء هؤلاء المتعاملين دون إذن خطي منهم بذلك، بل ولا يجوز له أن يدلي بأي معلومات حول حسابات المتعاملين لزملائه الموظفين الذين لا تقع هذه الحسابات ضمن صلاحياتهم، ولا يجوز

للموظف الذي يعمل في إدارة شؤون الموظفين - أو غيرها - إفشاء أسرار الموظفين أو عائلاتهم أو أمراضهم أو أي من شؤونهم الذاتية إلى غيرهم من الموظفين أو غير الموظفين، لأن في هذا إخراج لهم. كما لا يجوز للموظف الذي يتعامل مع البيانات المالية وغيرها إظهار أرقام المصرف للأشخاص غير المخولين بالإطلاع سواء كانوا أفراداً أو مؤسسات مصرفية كانت أو غيرها، لأن في إفشاء هذه الأسرار إضرار بالمصرف والمتعاملين معه والمساهمين فيه أيما إضرار.

• عاشرًا: الحرص على الممتلكات: وصف الله تعالى المؤمنين بأنهم: ((وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ)) (المؤمنون: ٨)، وقال عليه الصلاة والسلام: ((أَدِّ الْأَمَانَةَ إِلَى مَنْ اتَّيَمَنَكَ وَلَا تَخُنْ مِنْ خَائِكَ)) (ابو داود، ج 3، ص 290)، ولا تقتصر دعوة الموظف للحرص على ممتلكات المؤسسة بعدم سرقتها أو العبث بها، وإنما تمتد لتشمل المحافظة عليها وصيانتها، وعدم تبديدها دون مبرر، والاقتصاد في استخدامها والتلطف في تشغيلها مهما رخص ثمنها، أو التعامل معها وكأنها من ممتلكاته الخاصة. فاستخدام هواتف المصرف للأمر الشخصية غير الضرورية، وإطالة أوقات المكالمات، واستخدام آلات التصوير، والإسراف في استخدام القرطاسية وفي استعمال المياه والكهرباء وأجهزة التكييف والتدفئة، وإهمال الأدوات والمعدات والسيارات، أو الخشونة في استخدامها، والتقصير في أمور العطاءات والمكافآت والهبات، والتهاون في مواصفات الأبنية والعقارات والأجهزة، كل ذلك من المحظور ويجب التدقيق فيه. وغني عن القول أن ممتلكات المصرف هي بمثابة عهدة لدى الموظف، وأن المحافظة عليها هي من قبيل تأدية الأمانات إلى أهلها، ولا شك أن في هذا الحرص أجر عظيم وأن التفريط في ممتلكات المصرف وتبديدها، هو تضییع للأمانة وفي ذلك خسران مبين.

• حادي عشر: الإبداع في العمل: والإبداع في العمل والحرص على الحصول على أفضل النتائج للاستثمار تعتبر من الأمور الأساسية في العمل الاستثماري، لذلك جعل لولي الأمر أو المسئول المجتهد الحريص على الإبداع أجرا في حالة الخطأ أو الصواب، وفي ذلك يقول صلى الله عليه وسلم: ((إذا حكم الحاكم فاجتهد ثم أصاب فله أجران، وإذا حكم فاجتهد ثم أخطأ فله أجر)) (البخاري، كتاب الاعتصام بالكتاب والسنة، باب أجر الحاكم إذا اجتهد، ج 9، ص 108). ويقول ابن تيمية رحمه الله في ذلك: "فإن وصى اليتيم، وناظر الوقف، ووكيل الرجل في ماله، عليه أن يتصرف له بالأصلح فالأصلح، كما قال تعالى: وَلَا تَقْرُبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ (الإسراء: 34) ولم يقل إلا بالتي هي حسنة" (ابن تيمية، 1995، ج 28، ص 250). وعندما ذكر الرسول صلى الله عليه وسلم للصحابة طريقة في تلقيح النخل ولم تعط الثمار المطلوبة شكوا له ذلك في السنة القادمة، فقال لهم: ((إن كان ينفعهم ذلك فليصنعوه، فإني إنما ظننت ظناً، فلا تؤاخذوني بالظن، ولكن إذا حدثتكم عن الله شيئا فخذوا به، فإني لن أكذب على الله عز وجل)) (مسلم، كتاب الفضائل، باب وجوب امتثال ما قاله شرعاً، ج 4، ص 1835)، وهذا الحديث فيه دلالة على إعمال الفكر والإبداع في العمل، وأنه إذا كان في غير أمور الدين، فيرجع إلى أهل الرأي والتجربة، وبالتالي فعلى المسئول، سؤال الخبراء أو المختصين في الأمور الفنية التي قد تكون خارج تخصصه أو علمه.

كما أن من الواجب على الموظف في العمل المصرفي الإسلامي أن يتجنب السلوكيات التالية:

- إفشاء الأسرار: وهو أمر خطير، فسر المهنة وسر الصديق وسر العميل وسر الاختراع والسر العلمي والصناعي والمالي والتجاري، كلها مصنونة شرعاً.
- الغش والخداع والتضليل: والمخادع والغاش مفضوح لا محالة، ووقتها سيكون كريها من زملاءه ومديره وعملاءه، بل ويجلب السمعة السيئة لنفسه وإدارته ولمصرفه، فهو مخرب لنفسه ولمؤسسته، وما غش فيه محقق البركة والعائد، فلا المال الناتج عن غش بمبروك ولا العمل الذي فيه غش بمتقن، وقد قال صلى الله عليه وسلم: ((آية المنافق ثلاث إذا حدث كذب وإذا وعد أخلف وإذا أؤتمن خان)) (البخاري، كتاب الإيمان، باب علامة المنافق، ج 1، ص 16)، وقال أيضاً: ((من غش فليس مني)) (مسلم، كتاب الإيمان، باب قول النبي صلى الله عليه وسلم من غش فليس مني، ج 1، ص 99).
- الرشوة والمحابة والمحسوبية: والرشوة أن تعطي من مالك أو مال غيرك لتصل به إلى ما لا تستحقه، من مال أو منصب أو جاه، أو تمنع به حقاً لغيرك، والمحابة أن تجامل إنسان فتعطيه مالا يستحق من مالك أو مال غيرك لمكانته أو أو قرباته أو خوفاً منه أو لغير ذلك، والمحسوبية من ذلك أيضاً لكنها خاصة بمن يحسب عليك من قريب أو صديق أو غير ذلك. فعن عبد الله بن عمرو رضي الله عنهما قال: ((لعن رسول الله صلى الله عليه وسلم الراشي والمرتشى)) (ابو داود، ج 3، ص 300)، وعن أبي هريرة رضي الله عنه قال: ((لعن رسول الله صلى الله عليه وسلم الراشي والمرتشى في الحكم)) (الترمذي، ج 3، ص 614)، وخص الحكم هنا لما لمن يعمل في المناصب وله السيطرة من رغبة لدى الناس في إرشائه رغبة في الحصول على مآرب ومنافع. كما أن حديث ابن التتبية في تحريم الهدايا

للموظفين أصل في ذلك حتى لا تتخذ ذريعة إلى الرشوة المحرمة، وهو ما روي عن أبي حميد الساعدي رضي الله عنه، قال: ((استعمل النبي صلى الله عليه وسلم رجلاً من الأزد على الصدقات فلما قدم قال هذا لكم وهذا أهدي إلي، فقال: فهلا جلس في بيت أبيه أو بيت أمه فينظر يهدي له أم لا؟ والذي نفسي بيده لا يأخذ أحد منه شيئاً إلا جاء به يوم القيامة يحمله على رقبتة إن كان بغيره له رغاء أو بقرة لها خوار أو شاة تيعر، ثم رفع بيده حتى رأينا عفرة إبطيه اللهم هل بلغت؟ ثلاثاً)) (البخاري كتاب الهبة وفضلها، باب من لم يقبل الهدية لعلة، ج 3، ص 159). وأخيراً فإن الدراسات الحديثة تثبت الأثر البالغ للفساد الأخلاقي والسلوكي على الأداء الإداري، مما أصبح معه اهتمام المؤسسات الدولية ومنها البنك الدولي بالبعد الأخلاقي ووضوحاً ومعلناً وتضع له وسائل العلاج وسبل الإصلاح وعلى رأسها الاهتمام بالبعد الأخلاقي في الأعمال والنشاطات والسلوكيات، ولا شك أن الالتزام بالقيم والمبادئ الأخلاقية في علاقات العمل والقرارات اللازمة لتسييرها تنعكس إيجابياً على سمعة المنظمة وأدائها المالي والاستثماري والإداري وبالتالي على التكاليف ومن ثم الإيرادات والربحية.

النتائج والتوصيات

توصل الباحثان من خلال ما سبق إلى النتائج التالية:

- أن الأخلاق أصل من أصول الدين في الإسلام، ومن الواجب الامتثال لها في جميع شؤون الحياة.
- من خصائص الأخلاق في الإسلام الربانية والشمول والعموم وصلاحيتهما لكل زمان ومكان.
- ترتبط الأخلاق بالاقتصاد الإسلامي ارتباطاً وثيقاً، ذلك أن المعاملات المالية قائمة على العقود الحاكمة التي تحتاج إلى أخلاقيات الإسلام للوفاء بها وتنفيذها.
- أن أخلاقيات العمل لها دور كبير في جلب المستثمرين والعملاء كما لها من دور عظيم في تأليف القلوب وإعطاء الانطباع الحسن عن هذه المؤسسة أو المصرف الإسلامي.
- التكامل والانسجام بين أخلاقيات الإدارة في العمل المصرفي وأخلاقيات الموظفين من حيث تعاملهم مع المؤسسة وكذلك مع العملاء.

أما التوصيات، فيوصي الباحثان بما يلي:

- ضرورة حسن اختيار العاملين في المؤسسات المالية الإسلامية وفق ضوابط وشروط محددة.
- تفعيل دور الرقابة الشرعية في متابعة العمل المصرفي وأخلاقيات العاملين فيه.
- ضرورة عقد دورات منهجية في العلاقات العامة وحسن التعامل مع الجمهور.
- تفعيل نظام الحوافز للموظف المتميز بسلوكه وسمعته وإنجازاته للعمل.

المصادر والمراجع

القرآن الكريم.

- الألباني، محمد ناصر الدين: سلسلة الأحاديث الصحيحة وشيء من فقهها وفوائدها، مكتبة المعارف للنشر والتوزيع، الرياض، الطبعة الأولى.
- الألباني، محمد ناصر الدين: صحيح الجامع الصغير وزياداته، المكتب الإسلامي.
- البخاري، محمد بن إسماعيل أبو عبد الله: الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله صلى الله عليه وسلم وسننه وأيامه = صحيح البخاري، المحقق: محمد زهير بن ناصر الناصر، دار طوق النجاة، الطبعة الأولى، 1422 هـ.
- البيهقي، أحمد بن الحسين بن علي بن موسى: السنن الكبرى، المحقق: محمد عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، الطبعة الثالثة، 1424 هـ - 2003 م.

- الترمذي، محمد بن عيسى بن سَؤرة بن موسى: سنن الترمذي، تحقيق وتعليق: أحمد محمد شاكر ومحمد فؤاد عبد الباقي وإبراهيم عطوة عوض، شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي، مصر، الطبعة الثانية، 1395هـ/1975 م.
- ابن تيمية، أحمد بن عبد الحليم: مجموع الفتاوى، المحقق: عبد الرحمن بن محمد بن قاسم، مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، المدينة النبوية، المملكة العربية السعودية، 1416هـ/1995 م.
- ابن حنبل، أحمد بن محمد بن هلال: مسند الإمام أحمد بن حنبل، المحقق: شعيب الأرنؤوط وعادل مرشد، وآخرون، إشراف: د عبد الله بن عبد المحسن التركي، مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى، 1421هـ/2001 م.
- أبو داود، سليمان بن الأشعث: سنن أبي داود، المحقق: محمد محي الدين عبد الحميد، المكتبة العصرية، صيدا، بيروت.
- ابن عاشور، محمد الطاهر بن محمد بن محمد الطاهر: التحرير والتنوير «تحرير المعنى السديد وتنوير العقل الجديد من تفسير الكتاب المجيد»، الدار التونسية للنشر، تونس، سنة النشر: 1984 هـ.
- الفيروز آبادي، مجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب: بصائر ذوي التمييز في لطائف الكتاب العزيز، المحقق: محمد علي النجار، المجلس الأعلى للشتون الإسلامية - لجنة إحياء التراث الإسلامي، القاهرة، 1996 م.
- القرطبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر بن فرح الأنصاري: الجامع لأحكام القرآن = تفسير القرطبي، تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم اطفيش، دار الكتب المصرية، القاهرة، الطبعة الثانية، 1384هـ/1964 م.
- ابن كثير، أبو الفداء إسماعيل بن عمر: تفسير القرآن العظيم، المحقق: محمد حسين شمس الدين، دار الكتب العلمية، منشورات محمد علي بيضون، بيروت، الطبعة الأولى، 1419 هـ.
- ابن ماجة، أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني: سنن ابن ماجة، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء الكتب العربية، فيصل عيسى البابي الحلبي، باب السماحة في البيع.
- الماوردي، علي بن محمد بن محمد بن حبيب: تسهيل النظر وتعجيل الظفر في أخلاق الملك، المحقق: محي هلال السرحان وحسن الساعاتي، دار النهضة العربية، بيروت.
- مسكويه، أبو علي أحمد بن محمد بن يعقوب: تهذيب الأخلاق وتطهير الأعراق، حققه وشرحه غريبه: ابن الخطيب، مكتبة الثقافة الدينية، الطبعة الأولى.
- مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري: المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، المحقق: محمد فؤاد عبد الباقي، الناشر: دار إحياء التراث العربي - بيروت.
- يالجن، مقداد: التربية الأخلاقية الإسلامية، رسالة دكتوراه منشورة، ط 1، القاهرة، مكتبة الخانجي، 1977 م.
- أبو يعلى، أحمد بن علي بن المثنى: مسند أبي يعلى، المحقق: حسين سليم أسد، دار المأمون للتراث، دمشق، الطبعة الأولى، 1404 - 1984.

القيمة المشتركة كآلية تحفيز للشركات متعددة الجنسيات في اعتماد ابعاد المسؤولية الاجتماعية

د. منى مسغوني
جامعة قاصدي مرباح بورقلة - الجزائر

د. كرام محمد الأخضر
جامعة قاصدي مرباح بورقلة - الجزائر

ملخص :

تشكل القيمة المشتركة المفتاح في إلزام الشركات متعددة الجنسيات بأبعاد المسؤولية الاجتماعية، تلك هي الرؤية التي تطرحها هذه الورقة البحثية، وهي باستخدام فكرة خلق القيمة المشتركة كمحفز للشركات متعددة الجنسيات من أجل تبني قواعد المسؤولية الاجتماعية. هذه الفكرة التي يمكن ان تحقق التوازن بين اعباء المسؤولية الاجتماعية الملقاة على عاتق تلك الشركات من جهة، ومن جهة ثانية تضمن لها تعظيم القيمة التنافسية في بلد ممارسة نشاطها، وهذا ما يدفع لطرح السؤال التالي: الى أي مدى يمكن أن تحقق القيمة المشتركة ما عجزت عن تحقيقه النصوص القانونية من إلزام الشركات متعددة الجنسيات بأبعاد المسؤولية الاجتماعية؟ وتظهر أهمية هذه الورقة البحثية في انها تعد مقارنة قانونية واقتصادية تحاول دراسة الجانب القانوني والاقتصادي والاخلاقي للمسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات في نقطة تلاقي هي القيمة المشتركة التي تشكل أداة لضمان التزام الشركات بأبعاد المسؤولية الاجتماعية من جهة، وتعظيم تلك الشركات اقتصاديا مما يشكل مزيجا متماسكا يضمن للشركات مقابلا مجزيا نظير اعمالها التي تستفيد منها الحكومات والمجتمع على حد سواء. كما أن تسليط الضوء على الموضوع يساهم في اقناع هذه الشركات بتبني ابعاد المسؤولية الاجتماعية، ويدعم ذلك الترويج بعرض نماذج واقعية ناجحة اعتمدت على فكرة خلق القيمة المشتركة في سبيل تحقيق مكانة راقية. وتناقش هذه الورقة البحثية موضوع القيمة المشتركة في حدود زمنية ومكانية ترتبط بالأساس مكانيا بدول العالم الثالث التي تشكل مجالا لنشاط شركات متعددة الجنسيات، وزمانيا يمتد من الفترة التي اعقبت الحرب العالمية الثانية الى يومنا هذا، التي تخللها بدء التفكير في إلزام تلك الشركات بأبعاد المسؤولية الاجتماعية وصولا الى مرحلة اقبلت فيها تلك الشركات على تبني تلك الابعاد عن قناعة وعززتها فكرة خلق القيمة المشتركة.

وقد خلصت هذه الورقة البحثية الى نتيجتين، أولاها تكشف تمكن الشركات التي تتبنى أبعاد المسؤولية الاجتماعية من احراز مكانة لائقة في البلدان المستضيفة لنشاطاتها مما يكسبها ثقة الحكومة والمجتمع ويحسن من قيمتها الاقتصادية داخل ذلك البلد. والثانية تؤكد أن الاعباء الناتجة عن تبني ابعاد المسؤولية الاجتماعية تصبح ضئيلة مقارنة بما تدره من ارباح على سمعة الشركة وزيادة حصتها السوقية. وبالاعتماد على نتائج هذه الورقة البحثية، فإنه من الضروري على الباحثين تسليط الضوء على دراسة موضوع القيمة المشتركة في مختلف المناسبات العلمية والدراسات الأكاديمية، والتأكيد على توعية الشركات متعددة الجنسيات بمنافع القيمة المشتركة وحثها على ادراج ابعاد المسؤولية الاجتماعية ضمن مدونات السلوك الخاصة بها، وتوجيه العمل الخيري للشركات نحو ابعاد تخدم مسؤوليتها الاجتماعية حتى يمنحها ذلك قيمة مشتركة تضمن استدامة تلك الأعمال الخيرية.

كلمات مفتاحية : مسؤولية ، اجتماعية، قيمة، مشتركة، شركات، متعددة الجنسيات..

مقدمة :

باتت الشركات متعددة الجنسيات اليوم واحدا من أهم الفاعلين المؤثرين على الساحة الدولية، ويأخذ تأثيرها الفاعل ذلك أحد الصورتين المباشرة أو غير المباشرة، فتأثيرها المباشر يقوم على كونها أصبحت أدوات تملكها الدول المتقدمة وتستخدمها في إحكام سيطرتها على اقتصاديات الدول النامية، ومن ثم التحكم في جميع مناحي الحياة فيها لاسيما القرار السياسي. وأما التأثير غير المباشر فيتمثل في كل النشاطات غير المشروعة التي تستهدف من خلالها التفرد بتحقيق الأرباح على حساب حقوق الإنسان، وتتجاوز جميع العقوبات والحواجز القانونية باستخدام مختلف وسائل التهديد، وشراء الذمم، و العالم الى غاية اليوم لم ينسئ ما حدث في "التشيلي" سنة 1973، عندما قامت الشركة ITT رفقة مثيلاتها من الشركات متعددة الجنسيات بقلب نظام الحكم، والإطاحة برئيس البلاد لا لشيء الا لأن حكومته ارادت إصدار قرارات تؤمم بموجبها حصصا تابعة لبعض الشركات متعدد الجنسيات. وهذا الواقع المرير هو الذي أدى الى التفكير والعمل

نحو تقنين عمل هذه الشركات وفرض قواعد تحكم سلوكياتها. وتعتبر أبعاد المسؤولية الاجتماعية واحدة من أهم تلك الآليات التي أقرتها النصوص القانونية الدولية وكرستها العديد من مبادرات الأمم المتحدة ومختلف الهيئات التابعة لها. ورغم ذلك فإن الشركات بل وحتى الدول التي تتبع لها ظلت تعارض فكرة اضعاف طابع الالتزام على تلك النصوص وبقيت مجرد توصيات ومدونات سلوك غير ملزمة.

لكن نجما بدأ يطلع في سماء المسؤولية الاجتماعية نرجو أن يضيء الدرب ويمهد السبيل نحو تبني الشركات متعددة الجنسيات أبعاد المسؤولية الاجتماعية من تلقاء نفسها ودونما الزام من أي جهة أخرى؛ إنها القيمة المشتركة التي باتت تشكل محفز وباعثاً قويا يدفع الشركات متعددة الجنسيات لتبني قواعد المسؤولية الاجتماعية. هذه الفكرة التي نرى بأنها تحقق التوازن بين اعباء المسؤولية الاجتماعية الملقاة على عاتق تلك الشركات من جهة ، ومن جهة ثانية تضمن تعظيم القيمة التنافسية لها في بلد ممارسة نشاطها، وهذا ما يدفعنا للتساؤل حول: الى أي مدى يمكن أن تحقق القيمة المشتركة ما عجزت عن تحقيقه النصوص القانونية من التزام الشركات متعددة الجنسيات بأبعاد المسؤولية الاجتماعية؟ وللإجابة على هذه الاشكالية نقسم الدراسة الى ثلاث محاور اساسية هي :

- الاطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية والشركات متعددة الجنسيات.
- تأكيد المبادرات الدولية على المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات
- تعظيم دور المسؤولية الاجتماعية لخلق القيمة المشتركة للشركات متعددة الجنسيات.

المحور الاول : الاطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية والشركات متعددة الجنسيات.

اولا : الاطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية

1/ التطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية :

لقد شاع في وقتنا الحالي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في العالم بأسره إذ أصبحت الشركات مطالبة بإدراج هذا المفهوم ضمن سياساتها بهدف توجيه اهتمامها صوب قضايا المجتمع والبيئة وتحقيق التنمية المستدامة. بيد أن هذا المفهوم ليس بالجديد، فقد ظهر وتطور في الفكر الغربي مع تطور النشاط الاقتصادي. فهناك من يرجع تاريخ أول شرارة للمسؤولية الاجتماعية إلى القرن الثامن عشر الذي شهد تزايد النقابات العمالية المطالبة بتحسين أوضاع العمال. هذه الحركات كانت سببا في زرع أول بذرة للمسؤولية الاجتماعية في النظام الرأسمالي. نستعرض في ما يلي أهم المراحل الزمنية التي مر بها تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

- الثورة الصناعية والإدارة العلمية : تعتبر الثورة الصناعية حدثا بارزا في تاريخ البشرية، حيث بدأ استخدام المخترعات العلمية في المؤسسات، وكانت هذه الأخيرة تركز جهودها فقط على تحسين الأداء الاقتصادي من خلال الاهتمام بالبيئة الداخلية لتحقيق الأرباح لإعادة استثمارها دون الاهتمام بالعاملين والمجتمع، ففي هذه الفترة تم استغلال جهود العاملين وتشغيل الأطفال والنساء لساعات طويلة في ظل ظروف عمل قاسية وأجور متدنية هذا من جهة، ومن جهة ثانية لم يكن هناك أي وعي بيئي لأن الثورة الصناعية كانت في بدايتها، وأن وفرة المياه والمساحات الشاسعة والخضراء غير المستغلة ولم يتم استنزافها بشكل يحقق أعلى العوائد والأرباح، حيث لم تثر انتباه المجتمع إلى خطورة التلوث البيئي (طاهر محسن الغالي، صالح مهدي محسن العامري، ص 50، 2008). ولقد كانت هناك بوادر لبعث المسؤولية الاجتماعية في بعض الأعمال ذات الصلة بالأخلاق الدينية (*L'éthique religieuse*) كما هو الحال في أعمال (Max Weber) وكذا (J.M Clark) الذي يرى في مقال نشر سنة 1916 : "إن الاقتصاد المبني على مبدأ دعه يعمل دعه يمر يمكن وصفه بأنه اقتصاد غير مسئول فهو يجرّد الفرد من أية مسؤولية خارجة عن النشاط الاقتصادي ويضيف أن هناك حاجة إلى اقتصاد مسئول، متطور ضمن أخلاقيات الأعمال التجارية.

- مرحلة تعظيم الربح: هذه المرحلة امتدت من القرن الثامن عشر إلى نهاية العشرينيات من القرن الماضي، حيث سادت وجهة نظر النيوكلاسيك التي ترى أن الهدف الوحيد للمؤسسة الاقتصادية هو تعظيم الربح، وأن المنفعة الخاصة تحقق المنفعة العامة حسب آدم سميث ودافيد ريكاردو. وقد دفع استغلال العاملين وإصابات العمل الكثيرة، وكذلك الوفيات الناتجة عن

تشغيل الأطفال والنساء، بالمدرء إلى التوجه نحو تحسين ظروف العمل، وتزامن هذا مع ابتكار هنري فورد لخطوط الإنتاج، والذي ترتب عليه إنتاج كميات كبيرة من السيارات ما أدى إلى زيادة الغازات المنبعثة ونسب التلوث في الهواء، هذا ما استوجب على مصانع هورثون دراسة تأثير الاهتمام بالعاملين والإنتاج، ما أدى إلى تحسين ظروف عملهم، وهنا بدأ الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في المنظمات وخاصة ظروف العمل بغية زيادة الأرباح (طاهر محسن الغالي، صالح مهدي محسن العامري، ص 50، 2008). إلا أنه وبموازاة ذلك خلال هذه الفترة كانت هناك بوادر لبعث المسؤولية الاجتماعية في بعض الأعمال ذات الصلة بالأخلاق الدينية (*L'éthique religieuse*) كما هو الحال في أعمال (Max Weber) وكذا (J.M Clark) الذي يرى في مقال الذي نشر في سنة 1916: "إن الاقتصاد المبني على مبدأ دعه يعمل دعه يمر يمكن وصفه بأنه اقتصاد غير مسئول فهو مجرد الفرد من أية مسؤولية خارجة عن النشاط الاقتصادي" (J.M CLARK, 2001) ويضيف أن هناك حاجة إلى اقتصاد مسئول، متطور ضمن أخلاقيات الأعمال التجارية.

- مرحلة تعدد الاهداف: جرّ إهمال المنظمات الصناعية لمسؤوليتها اتجاه بعض الأطراف المتعددة لتعارض مع مصالح هؤلاء، حيث كان هدفها تسويق أكبر كمية من المنتجات دون مراعاة لرغبات وميول المستهلكين ومصالحه المتعددة، ما أدى إلى الكساد العالمي الكبير، حيث أفرز انهيار كبير للشركات وبالتبعية تسريح آلاف العاملين. وفي هذه المرحلة كانت المسؤولية الاجتماعية للشركات في أدنى مستوياتها ما نتج عنها ظهور دعوات مهمة لتدخل الدولة لحماية مصالح العاملين، ومع ظهور نظرية كيتي التي دعت بوجوب تدخل الدولة بحد معقول لإعادة التوازن الاقتصادي، أدى إلى بناء أرضية تأصيل أفكار وتحديد عناصر المسؤولية الاجتماعية من خلال تعزيز دور النقابات، وتعالى الأصوات بالمطالبة بتحسين ظروف العمل، وسن قوانين جديدة، وتحديد الحد الأدنى للأجور، وإشراك العاملين بالإدارة، وقد ظهر هذا بعد الحرب العالمية الثانية والتوسع الصناعي، وهنا بدأت المسؤولية الاجتماعية تأخذ مكانة هامة في استراتيجية المنظمة (خبابه عبد الله وخبابه صهيب، 2012، ص 03). ولقد جاءت العديد من النظريات الحديثة بناء على الانتقادات الموجهة لمبدأ الهدف الوحيد كنظرية المهارات (*La théorie des compétences*) (E. Penrose, 1959) التي ترى أن تحقيق الربح هو ضروري للشركة لكنه ليس الهدف الوحيد. غير أن هذه النظريات التي نادت بتعدد الأهداف انصب اهتمامها على الأهداف الداخلية للشركة كزيادة المبيعات، وزيادة حجم المؤسسة، وتحسين الأجور وغيرها ولم تولي اهتماما بالدور الاجتماعي والبيئي. ولعل السبب في ذلك هو بروز هذه النظريات في مرحلة تميزت بما يسمى "التنمية الفوردية" (*Le développement fordisme*) وبالإننتاج والاستهلاك الواسعين وكذا سهولة الحصول على المواد الطبيعية وأيضا بنوع من الإباحية في ما يتعلق بالمخلفات الصناعية وأثارها على المحيط. ومن أهم مؤيدي هذا التوجه Milton Friedman الذي يرى أن المسؤولية الاجتماعية للمنشأة لا تمارس إلا من خلال القرارات الموجهة لتحسين المردودية الربحية لفائدة المساهمين. إلا أنه وخلال هذه المرحلة أيضا وامتدادا لأفكار J.M. Clark et Max Weber توالى الأعمال المطالبة بمسؤولية المؤسسات اتجاه المجتمع ولعل من أهمها كتاب (Bowen, 1953) بعنوان "Social responsibility of businessman" والذي أراد من خلاله جعل المسؤولية الاجتماعية وسيلة لتنظيم الاقتصاد الأمريكي (بقدور عائشة وبكار امال، 2012، ص 03).

- مرحلة المواجهات الواسعة بين الإدارة والنقابات: تفردت هذه المرحلة بزيادة تأثير النقابات في قرارات المنظمة بشكل عام، وزيادة توعية الناس بالمخاطر البيئية، حيث تعالت الأصوات مطالبة بتحسين نوعية الوقود، كما تميزت كذلك بزيادة القضايا المرفوعة أمام المحاكم لأسباب تتعلق بجوانب هامة من الانتهاكات البيئية المختلفة، وعلى سبيل المثال نذكر المؤتمر المنعقد في جامعة كاليفورنيا عام 1972 تحت شعار: "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال" والذي طالب بضرورة إلزام كافة المنظمات برعاية الجوانب الاجتماعية والبيئية والتخلي عن فلسفة تعظيم الربح كهدف وحيد. وفي الثمانينات جاءت نظرية أصحاب المصالح (*Stakeholders*) التي لها وجهة نظر اجتماعية اقتصادية تعتبر المؤسسة الاقتصادية مسئولة على تحقيق الرفاهية الاجتماعية على مستوى واسع إذ يقول الاقتصادي (Paul Samuelson) "أن المؤسسة الكبيرة هذه الأيام ليس فقط علمها الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية وإنما التأكد من أنها تعمل أفضل ما بوسعها من أجل ذلك". ما أدى بهذه المنظمات إلى زيادة الاهتمام بالجوانب الاجتماعية، البيئية، وكذا الأخلاقية للعاملين من خلال تبنيها مفهوم محاسبة المسؤولية الاجتماعية وعملت على تطوير مقاييس الأداء الاجتماعي خاصة بعد أحداث الحادي عشر سبتمبر 2001، وما تلاها من فضائح مالية لعدد من الشركات العالمية مثل شركة أنرون وغيرها من الشركات العالمية التي لفتت الانتباه إلى الممارسات الخاطئة لهذه الشركات وتفشي الفساد فيها، ما أدى ببعض المنظمات إلى إدراج الشفافية في إطار المسؤولية الاجتماعية لمحاربة هذه الظاهرة (خبابه عبد الله وخبابه صهيب، 2012، ص 03).

2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية :

لقد أدى التطور الحادث في بيئة اعمال زيادة حدة التنافس بين الشركات بهدف احتلال مكانة مرموقة بالنسبة للمسؤولية الاجتماعية، وهذا كان حافزاً أيضاً للكثير من الباحثين للاجتهاد بهدف الوصول الى تعريف وتحديد دقيق لمفهوم المسؤولية الاجتماعية. فقد عرفت على انها (UNIDO and the World Summit on Sustainable Development, 2002, p5) تحمل الشركات لمسئوليتها تجاه أصحاب المصالح من حملة الأسهم والمستهلكين والعملاء والموردين والعاملين والبيئة والمجتمع. ويقصد بهذا المفهوم التزام الشركات ليس فقط بتحقيق أرباح لمساهميها، ولا تقتصر المسؤولية تجاه الاقتصاد القومي فقط، ولكن تمتد لتشمل البيئة والعاملين وأسرهم وفئات أخرى من المجتمع.

ومن أهم التعريفات وأكثرها شيوعاً تعريف البنك الدولي والاتحاد الأوروبي ومجلس الأعمال الدولي للتنمية المستدامة : فقد عرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة و يخدم التنمية في آن واحد (World Opportunities and options for governments to promote corporate, March 2005, p1). وعرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل (WBCSD, 1999, p 3).

ووفقاً للمفوضية الأوروبية ((Commission Européenne, 2011) المسؤولية الاجتماعية هي مسؤولية الشركة أمام تأثيرات نشاطها على المجتمع، وللقيام بهذه الوظيفة ينبغي على المنظمة احترام القوانين والقواعد التنظيمية والمعاهدات التي أبرمتها مع مختلف الأطراف، وحتى تؤدي الشركة هذه الوظيفة على نحو جيد يفترض ان تدخل في شراكات محدودة مع مختلف الأطراف وتحديد المسار الموجه نحو ادراج اهتمامات المنظمة بالمسائل الاجتماعية والبيئة والاخلاقيات واحترام حقوق الانسان والمستهلك سواء في انشطتها التشغيلية وفي وضعها لاستراتيجياتها.

في حين ترى منظمة الأمم المتحدة المسؤولية الاجتماعية للشركات هي تحلي الشركات بروح المواطنة العالمية، التي تغطي كلا من حقوق ومسؤوليات الشركات عبر الوطنية في السياق الدولي. وبإمكان الشركات عبر الوطنية أن تظهر تحليها بروح المواطنة الصالحة عن طريق اعتناق واستصدار عدد من القيم والمبادئ المتفق عليها عالمياً في ممارسات فرادى الشركات وفي دعم السياسات العامة الملائمة على السواء في مجالات حقوق الإنسان، وفي ظروف العمل وحماية البيئة.

وبناء على ما تقدم، نستخلص انه قد تعددت المصطلحات المتعلقة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية ومنها مواطنة الشركات والشركات الأخلاقية والحوكمة الجيدة للشركات، وعلى الرغم من تعدد هذه المصطلحات الا انها في النهاية تنصب على ذلك الالتزام المستمر الأخلاقي والقانوني والاقتصادي والإنساني من قبل الشركات اتجاه المساهمين والعاملين والعملاء والبيئة والمجتمع المحلي والدولي، والمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة. الا ان هذا الالتزام هو بمثابة دافع لتحسين سلوكيات الشركات من جهة، وتحقيق عوائد من خلال نشاطها يسمح بخلق قيمة اقتصادية ومنفعة اجتماعية. وقد شدد مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة أن مساهمة الشركة في رفاهية المجتمع لا تكون فقط من خلال تحقيق القيمة الاقتصادية، ولكن يشمل تحقيق القيمة في ثلاثة مجالات هي:

- المسؤولية الاجتماعية للشركات يتلخص مفهومها في أن كل منشأة عليها أن تتعامل مع جميع الأطراف من: مساهمين، مستثمرين، موظفين، عملاء، موردين، والمجتمع الذي تعمل في وسطه والبيئة بشكل مسؤول مبني على أسس أخلاقية ومبادئ وشفافية تعود على هذه الأطراف بالإيجابية، بحيث تحقق النمو والحفاظ على الحقوق (أحمد الكردى، 17/12/2011). وتؤكد العديد من الدراسات التي أجريت في بيئات مختلفة على أهمية المسؤولية الاجتماعية، ومن هذه الدراسات دراسة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية في سنة 2006 حيث أظهرت أن ما مقداره 2.3 تريليون دولار من أصل 24 تريليون دولار كانت قد استثمرت في الشركات التي أظهرت نسبة عالية ضمن مقياس المسؤولية الاجتماعية (أحمد السيد طه كردى، 2011، ص 16). ومن شأن الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية تحقيق عدة مزايا بالنسبة للمجتمع والدولة والمؤسسة أهمها ما يلي (الطاهر خامرة، 2007، ص 82):

- بالنسبة للمؤسسة: تحسين صورة المؤسسة في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال، - تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف؛ و- تمثل تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع، كما أن هناك فوائد أخرى تتمثل في المردود المادي والأداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية.
- بالنسبة للمجتمع: - الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة؛ - تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع؛ - زيادة الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح؛ - الارتقاء بالتنمية انطلاقا من زيادة تثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد وهذا يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.
- بالنسبة للدولة: تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في أداء مهامها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية؛ - تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيح في تحمل التكاليف الاجتماعية؛ - المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من الآلات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعها بعيدا عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة ودورها في هذا الإطار.

مبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية :

مبادي وأبعاد المسؤولية الاجتماعية ملخصة فيما هو ادناه:

المبادئ:

ترتكز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على مبادئ رئيسية نذكر بعضها في الآتي (عريوة معاد ، 2011، ص 55):

- مبدأ القيم والأخلاقيات : تعمل بموجبه المؤسسة على تطوير وإنفاذ المواصفات والممارسات الأخلاقية المتعلقة بالتعامل مع أصحاب الحق والمصلحة.
- مبدأ تقوية وتعزيز السلطات : العمل على الموازنة في الأهداف الاستراتيجية والإدارة اليومية بين مصالح المستخدمين والعملاء والمستثمرين والمزودين والمجتمعات المتأثرة وغيرهم من أصحاب الشأن.
- مبدأ الأداء المالي والنتائج : تعمل المؤسسة على تعويض المساهمين برأس المال بمعدل عائد تنافسي بينما تحافظ في ذات الوقت على الممتلكات والأصول واستدامة هذه العائدات وأن تكون سياسات المؤسسة هادفة إلى تعزيز النمو على المدى الطويل
- مبدأ العلاقات التعاونية : أن تتسم المؤسسة بالعدالة والأمانة مع شركاء العمل وتعمل على ترقية ومتابعة المسؤولية الاجتماعية لهؤلاء الشركاء.
- مبدأ الارتباط المجتمعي : تعمل المؤسسة على تعميق علاقات مفتوحة مع المجتمع الذي تتعامل معه تتميز بالحساسية تجاه ثقافة واحتياجات هذا المجتمع. تلعب المؤسسة في هذا الخصوص دورا يتسم بالإيجابية والتعاون والمشاركة حيثما يكون ممكنا في جعل المجتمع المكان الأفضل للحياة وممارسة الأعمال.

أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

جاءت النقلة النوعية في إثراء مفهوم المسؤولية الاجتماعية بفضل الأبحاث الرائدة لـ Carroll سنة 1991، حيث اقترح إمكانية دراسة المسؤولية الاجتماعية في ظل أربعة أبعاد محددة (إلياس سليمان، وزهراء صادق 2012) ووظفها بشكل هرمي تسلسلي، كما هو موضح في الشكل التالي (1):

- المسؤولية الإنسانية: أي ان تعمل المنظمة على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع، وتحقيق نوعية الحياة، كما أن تلتزم المؤسسة طواعية بتقديم خدمة للمجتمع من خلال تحسين جوانب الحياة فيه والمساهمة في حل مشاكله، ودعم القضايا البيئية كاستخدام مواد صديقة للبيئة، وتبني أنظمة إنتاج خضراء مثل نظام الإنتاج الأنظف، ودعم مؤسسات المجتمع المدني.

- المسؤولية الأخلاقية: بما أن القيم والأخلاق أصبحت من الدعائم التي يقوم عليها الاقتصاد اليوم، ولم تعد مسألة هامشية، فعلى المؤسسة أن تستوعب الجوانب الأخلاقية والقيمية للمجتمع وأن تمارس أعمالها ضمن قواعد وضوابط هذه القيم ومنها احترام حقوق الإنسان، واحترام عادات وتقاليد المجتمع وتقديم ما يتوافق معها من منتجات.
- المسؤولية القانونية: أي أن المنظمة يجب أن تلتزم بإطاعة القوانين، وأن تكسب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون. حيث يعمل البعد القانوني على حماية المؤسسات من بعضها، وحماية حقوق أصحاب المصالح
- المسؤولية الاقتصادية: ويقصد بها أن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصادياً، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين. ويمثل هذا البعد مجموعة من المسؤوليات التي يجب أن تتحملها المؤسسة، إضافة إلى مكافحة الممارسات التي قد تضر بأصحاب المصالح.



شكل 1: هرم Carroll للمسؤولية الاجتماعية

المصدر: طاهر محسن منصور الغالي، إدارة واستراتيجية شركات الأعمال المتوسطة والصغيرة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 87.

وبرغم من أن نموذج Carroll تم استخدامه في كثير من الأبحاث النظرية والميدانية، إلا أنه يعاب عليه أنه يقترح ضمناً أن الاهتمام بالمسؤولية الاقتصادية والقانونية تنصدر أولويات الشركة، وتبقى ممارسه المسؤولية الأخلاقية طوعية وليست إلزامية (Golliadel, 1999: 139-152). في حين روبينس (Robbins, 1999) يرى أن المسؤولية الاجتماعية تستند إلى اعتبارات أخلاقية تركز على الأهداف على نحو التزامات بعيدة الأمد، أخذه في الاعتبار مبادرات منظمة الأعمال الحقيقية للوفاء بهذه الالتزامات وبما يعزز صورتها في المجتمع (مسعودة شريقي، كريمة حاجي، 2012، ص 03).

اتجاهات نشر المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات :

يمكن نشر المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال الاتجاهات التالية:

- المساهمة المجتمعية التطوعية: ويلقى هذا المجال معظم الاهتمام في الدول التي يكون فيها الحوار حول المسؤولية الاجتماعية للشركات حديثاً نسبياً. ومن الممكن أن يتضمن ذلك الهبات الخيرية وبرامج التطوع والاستثمارات المجتمعية طويلة الأمد في الصحة أو التعليم أو المبادرات الأخرى ذات المردود المجتمعي، ويلتزم عدد من الشركات المتعددة الجنسيات بالتبرع بنسبة من أرباحها قبل خصم الضرائب لخدمة القضايا المجتمعية. ويمكن للشركات المتعددة الجنسية إنشاء مؤسسات بمبالغ وقيمة كبيرة وتقديم منح للمنظمات الدولية غير الهادفة للربح والعامة في الدول النامية (الأسرج وحسين عبد المطلب، 2009).
- العمليات الجوهرية للأعمال وسلسلة القيمة: غالباً ما تكون رؤية وقيادة الأفراد والمنظمات الوسيطة ضرورية لإدخال المسؤولية الاجتماعية للشركات. وتستطيع أي شركة من خلال التفاعل النشط مع موظفيها، تحسين الظروف والأوضاع وتعظيم فرص

التنمية المهنية. من ذلك تطبيق إجراءات لتقليل استهلاك الطاقة والمخلفات، وتستطيع الشركات أن تكفل صدق وسهولة الاتصالات مع عملائها. ومن ناحية تأثيراتها غير المباشرة عبر سلسلة القيمة ومواثيق الشرف في تدبير الاحتياجات وبرامج بناء القدرات، وتستطيع الشركات مساعدة مورديها وموزعيها على تحسين أداء قوة العمل والحد من الضرر البيئي.

- حشد التأييد المؤسسي وحوار السياسات والبناء المؤسسي: على الصعيد الداخلي تضع قيادات المسؤولية الاجتماعية للشركات الرؤية وتبني المناخ العام الذي يمكن العاملين من تحقيق التوازن المسئول بين المتطلبات المتعارضة لزيادة الأرباح والمبادئ. أما على الصعيد الخارجي فإن كثيرا من رؤساء مجالس الإدارات وكبار المديرين يقودون مشاركة الأعمال في قضايا التنمية بمفهومها الأوسع ويؤيدون المبادرات الخاصة بالصناعة وغيرها من المبادرات.

ثانيا: الاطار المفاهيمي للشركات متعددة الجنسيات

فيما هو أت تلخيص للاطار المفاهيمي للشركات متعددة الجنسيات:

تعريف الشركات متعددة الجنسيات

من حيث التسمية

مهما اختلف الفقهاء حول التسمية المستخدمة للدلالة على ماهية أو معنى الشركات متعددة الجنسيات، فاختلافهم يمس اللفظ وليس المعنى، ولذا برزت عدة تسميات أهمها:- (شركات متعددة الجنسيات، شركات فوق القومية، شركات عابرة القوم، شركات عبر الوطنية، شركات متخطية الحدود القومية، الشركات دولية النشاط، الشركات الدولية الخاصة، والشركات العالمية..). (طلعت الحديدي، 2008، ص:) وإذا كان منشأ هذا الخلاف هو التعبير عن عالمية نطاق نشاط وعمل هذه الشركات، وفقا لأساليب مختلفة فتسمية الشركات العالمية التي يفضلها الأستاذ "بيرمان" توحى بأن هذه الشركات مشكلة من قبل الدول ووفقا لمعاهدات دولية ترمي بينها، وهذا تصور خاطئ لكونها تفتح المجال أيضا لأن شرك بها غير الدول من أشخاص القانون الخاص (بوبرطخ نعيمة، 2010/2011).

وكذلك شأن تسمية متعددة القوميات التي يستخدمها عدد من الكتاب والفقهاء، هو أيضا تعبير معيب لكونه يوحي بوجود قومية واحدة، في كل دولة وهذا يخالف الواقع ناهك عن غموض مصطلح القومية وارتباطه بالطرح السياسي والقانوني، فالأصل أن التعدد مرتبط بالجغرافيا والحدود لا بين الأصول والأنساب.

وهناك تسمية متميزة اقترحها الأستاذ "محمد توفيق" هي "المؤسسة ثلاثية التخصص" ويعبر من خلال هذا المصطلح عن العمليات والنشاطات التي يتم تنظيمها على أساس ثلاث درجات، من التخصص هي: اليد العاملة ورأس المال والإدارة (محسن شفيق، 1977، ص266). وهناك من الفقهاء من يسميها شركات متعددة الجنسية، وهو مصطلح يوحي بأن هناك شركة واحدة تمتلك جنسيات عديدة. كما أن هناك فريقا آخر من الفقهاء يفضل تسميتها الشركات الدولية، نتيجة لكونها تتجاوز نشاطها نطاق الدولة الواحدة، ولكن هذا الفريق واجه انتقادا من قبل من يميزون بين الشركات م.ج والشركات الدولية باعتبارها مجموعتين مختلفتين تمارسان الاستثمارات الأجنبية.

وإلى جانب هذا الخلاف حول التسمية العامة الراجع إلى الرغبة في التعبير، اتساع نشاط هذه الشركات وعالميتها فإن خلاف آخر حصل بين المهتمين حول استخدام تسمية شركة أو منظمة أو مؤسسة أو مشروع، حيث يفضل الاقتصاديون وعلماء الإدارة استخدام لفظة مشروع في حين يفضل القانونيون لفظ الشركة، ويرجع استخدام هذا اللفظ إلى أن هذه الشركات عادة ما تأخذ شكل شركة مساهمة، وقد توضح هذا الخلط كثيرا لدى استخدام التقرير الصادر عن أمانة المجلس الاقتصادي والاجتماعي سنة 1973، مصطلحات مختلفة للدلالة على معنى تلك الكيانات. غير أن غالبية الفقه ستخدم ويفضل استخدام تعبير شركات متعددة الجنسيات الذي يعد أول مصطلح استخدم للدلالة عليها من قبل دافيد ليلينثال في بحثه الذي عنوانه بتلك التسمية والمقدم إلى معهد كارنيجي للتكنولوجيا أفريل 1960، ثم ذاع استخدامه عبر أرجاء العالم المختلفة (جميلة الجوزي وسامية دحمان، 2015، ص86).

من حيث المعنى:

يظهر الخلاف جليا في هذه النقطة بين فقهاء القانون والاقتصاد إذ يحاول الاقتصاديون ربط مفهوم هذه الشركات بمسائل مادية ترتبط بالجغرافيا ورس المال الادارة في حين ينقسم القانونيون الى قسمين يقرر الاول عدم وجودها كصفة قانونية أصلا واتجاه ثاني ينادي بضرورة منحها تلك الصفة.

فمعنى تلك الشركات لدى الاقتصاديين يرتبط بمعايير عديدة كالمعيار الجغرافي الذي بمقتضاه تصبح الشركة متعددة جنسيات كلما مارست نشاطاتها في اقليم أكثر من دولة واحدة، واما معيار الحجم فيربط بموجبه صفة تعدد الجنسيات اما بحجم النشاط وتحديد نسبة محددة كلما بلغها رأس مال الشركة أو حجم رقم أعمالها امكن اعتبارها متعددة الجنسيات، في حين يعتبر معيار الادارة الشركة متعددة الجنسيات من خلال مدى تبعية الفروع المنتشرة عبر العالم التي هي في حد ذاتها كيانات مستقلة للإدارة العليا في الدولة الأم التي تعنى برسم السياسة العامة، وتحديد استراتيجية الشركة (أحمد عبد العزيز وجاسم زكريا الطحان وفراس عبد الجليل، 2010، ص 116-120).

وعلى الخلاف مما سبق فليس التعريف القانوني سهلا كالتعريف الاقتصادي بسبب الاختلاف في المبدأ من أساسه حول وجودها كصفة قانونية مستقلة من عدمه، فالأستاذ كاهن يرى بأنها غير موجودة قانونيا، ويؤيده في توجهه الاستاذ فالانبيلي الذي يرى بأنها غير موجودة كصفة قانونية حيث يعتبرها القانون مجرد شخص تابع للدولة دولة الأصل بالنسبة للشركة الأم والدولة المستضيفة بالنسبة للشركات الوليدة. وبالمقابل يضع لها غيرهم تعاريف مختلفة تجتمع كلها في الغرض من انشائها وهو ضمان مسؤوليتها عما تقوم به من أعمال.

واجمالا يمكننا القول بأن معنى الشركات متعددة الجنسيات ينطبق على كل الكيانات المشكّلة من شركات تخترق نشاطاتها منظومات قانونية لعدد من الدول، متميزة عن غيرها بضخامة رساميلها وتنوع نشاطاتها وتطورها التكنولوجي ورؤية ادارتها الاستراتيجية.

البناء القانوني للشركات متعددة الجنسيات:

تتكون الشركة المتعددة الجنسيات من شركة أم يكون مقرها في الدولة الأصل ومجموعة من الشركات الوليدة التي تنتشر مقراتها في أقاليم الدول التي تمارس الشركة نشاطات علمها.

الشركة الأم:

ثار جدال واسع النطاق بين الفقهاء حول مقبولية استخدام مصطلح "الشركة الأم"، فيرى بعض كتاب القانون التجاري بأنه مصطلح غامض واستخدامه للدلالة على شركة تجارية أمر غير مقبول، لأن مناطه الحقيقي هو قانون الأسرة، ناهيك أن استخدامه يؤدي بالضرورة إلى تصور حتمية مساهمة هذه الشركة في (خلق) أو تأسيس الشركات الوليدة. في حين أن الواقع يوضح أن العلاقة بينها ليست كذلك بل هي مجرد علاقة سيطرة وتسيير وإدارة لذلك طالب مؤيدو هذا الاتجاه بضرورة استخدام مصطلح الشركة المسيطرة بدل اصطلاح الشركة الأم. (بوبرطخ نعيمة، 2010/2011 ص53) ولكن الاتجاه الغالب يعتمد هذه التسمية "شركة أم" ويدفعون ما يقول به أصحاب التوجه الأول من أن هذه التسمية توجب بأن هذه الشركة من ينشأ الشركات الوليدة. لأن ذلك المنطق قد يكون مقبولا لدى الأشخاص الطبيعية في قانون الأسرة، وأما بالنسبة للأشخاص الاعتبارية فلا يتوافق ذلك مع المنطق القانوني والعقلي، ودليل ذلك شيوع استخدام مصطلح شركة الأم في الأوساط القانونية مع ركود وقلة استخدام مصطلح الشركة المسيطرة.

وانطلاقا من هذا التعارض ظهر تباين في التعاريف المقدمة للشركة الأم حيث ركز فريق على معيار المشاركة في الأعمال والتأسيس والإدارة وأثر فريق ثان التركيز على طبيعة علاقة السيطرة التي تربط هذه الشركة بالشركات الوليدة، فجاءت التعاريف متباينة نورد ما يلي: إنها شركة مساهمة تمتلك كل أسهم إحدى الشركات التابعة لها أو نسبة كبيرة منها تؤهلها للإشراف عليها ومراقبتها (بوبرطخ نعيمة، 2010/2011 ص53). أو أنها الشركة التي تسيطر على شركة على شركة أو مجموعة شركات أخرى عن طريق تملك جزء من رأس مالها وتساهم في ذات النشاط التجاري الممارس من قبل تلك الشركة أو الشركات.

الشركة الوليدة:

يعتبر مصطلح الشركة الوليدة مصطلحا حديثا نسبيا ولعل أحداثه ترجع إلى كونه يعكس فكرة إمكانية وجود شخص قانوني تابع لشخص قانوني آخر، وهي فكرة غير مقبولة قانونيا بالنسبة للشخص الاعتباري لكونها تناقض فكرة الاستقلال المالي والقانوني للشخص المعنوي. وقد ثار أيضا خلاف فقهي بشأن تعريفها بين العديد من الفقهاء. فقد عرفت الشركة الوليدة من منطلق قانوني بكونها مجرد وسيلة يتوسع بها المشروع إلى خارج الحدود، وعرفت بالنظر إلى تأسيسها بأنها الشركة التي تشارك في تأسيسها شركة أخرى بغرض السيطرة عليها، وهو تعريف منتقد لأن المساهمة في التأسيس بنسبة 10% لا تعطي الحق في السيطرة.

ولعل ذلك ما أدى بجانب من الفقه إلى تعريفها استنادا إلى معيار السيطرة بوصفها الشركة الواقعة فعليا في حالة تبعية كلية أو جزئية لشركة أو شركات مهما اختلفت أدوات التبعية ووسائلها وهو تعريف لا يبتعد كثيرا عن التعريف القائل بأنها "الشركة التابعة اقتصاديا لشركة أخرى أيا كانت أداة التبعية ووسائل تحقيقها، سواء بامتلاك حصة في رأس المال أو بناء على عقد يبرم بين الشركتين. ويعد أقرب تعريف لهذه الشركات هو أنها "شركات مستقلة من الناحية القانونية، تابعة في إدارتها وتسييرها إلى شركات أخرى تكون قد ساهمت بقدر كبير في رأس مالها (بوبرطخ نعيمة، 2010/2011 ص 55).

الأساليب القانونية لإنشاء الشركات متعددة الجنسيات:

لا يوجد في القانون الدولي أبدا قواعد تنظم انشاء شركات متعددة الجنسيات لكونها في الحقيقة كيانات ذات وجود واقعي لا قانوني فهي مرتبطة حقيقة بالوجود القانوني لمكوناتها، ولذلك يشرع الكلام عن انشائها كلما قررت شركة ما انشاء شركة وليدة تابعة لها فتكون تلك الواقعة بمثابة شهادة ميلاد لكيان الشركة متعددة الجنسيات وهو الأمر الذي يظهر من خلال ثلاث أساليب هي:

تأسيس شركة وليدة جديدة:

يعد هذا الأسلوب الشكل العادي الذي يمكن الشركات من التوطن بالخارج لاسيما في الدولة النامية، وهذه الشركة لا يمكنها إنشاء شركة وليدة جديدة إلا بتوفر شرطين أساسيين هما: أن يكون للشركة الأم وفقا لقانونها الداخلي الحق في تملك شركة أو حصة في رأسمالها، وأن تسمح تشريعات الدولة للشركة الأم بتملك أسهم من الشركة الوليدة بنسبة تسمح بالسيطرة عليها. وتأخذ الشركة الوليدة داخل الشركة الأم أحد الشكلين:

- أن تأخذ شكل شركة وطنية عادية: كلما كان الشريكان الأجنبي والوطني من القطاع الخاص توجب عليهم إتباع الإجراءات التي يتطلبها قانون الاستثمار وقانون الشركات في الدولة المضيفة بدء من إعداد عقد الشركة ونظامها الأساسي بما فيه من تحديد اسم الشركة، شكلها القانوني، موضوع نشاطها، مدة حياتها، رأسمالها، نسبة المشاركة الأجانب والوطنين، جنسيات كل منهم، حقوقهم، والتزامهم، ويقدم اثر ذلك الطلب إلى السلطات المختصة التي تقبله أو ترفضه بقرار، يجمع كل التشريعات على قابلية للطلع أمام الجهة المختصة (بوبرطخ نعيمة، 2010/2011 ص 59-60).
- أن تكون شركة وطنية بنظام خاص: ويستخدم هذا الشكل في الحالات التي تكون فيها الدولة أو أحد الأشخاص العامة التابعة لها هي الشريك الوطني، وعادة ما يكون إنشاء هذا النوع من الشركات نتاج اتفاق بين الحكومة والشريك الأجنبي، يعقبه إصدار تشريع يقضي بإنشاء تلك الشركة وتحديد نظامها القانوني وكل ما يتعلق بها.

المساهمة في الشركات الوطنية:

تقوم الشركات متعددة الجنسيات بالمساهمة في رأس مال الشركات الوطنية، حتى يمكنها تحقيق العديد من الأهداف، لاسيما التحكم في تلك الشركة وتوجيهها، وفق إرادتها، أو التخلص من منافسها أو ضمان مصدر للمواد الأولية وحتى الاستفادة من الخبرات الفنية التي تمتلكها تلك الشركة (بوبرطخ نعيمة، 2010/2011 ص 61). ناهيك عن كون المساهمة قد تكفل لها الحصول على شركة (مشروع) قائم بإدارته، ومبادئه وعماله، ومشاريعه، كما يسمح لها أيضا دخول السوق الوطنية، في صمت ودون أن ينتبه الرأي العام لوجودها لاسيما في

البلدان النامية الحساسة لمسألة نشاط الشركات متعددة الجنسيات، وكان هذا هو أسلوب الشركات الأمريكية، في دخول السوق الأوروبية عقب الحرب العالمية الثانية، حيث استولت تلك الشركات على عدد كبير من المنشآت الاقتصادية التي كفلت لها أرباحاً طائلة (أحمد سي علي، 2009، ص ص 29-39).

الاندماج:

يعتبر المختصون بأن هذا الأسلوب هو أفضل الأساليب التي يمكن أن تقوم الشركة من خلالها بتعديل حجمها وتغيير هيكلها الاقتصادية والقانونية وفقاً لمتطلبات السوق، لاسيما تخفيض النفقات وتوحيد الإدارة وزيادة الائتمان ودعم القوة الاقتصادية للشركة (أحمد سي علي، 2009، ص ص 29-39). وهناك نوعان من الاندماج اندماج بالضم واندماج بالمزج: ويكون الاندماج بطريق الضم من خلال فناء شركة أو أكثر من شركة قائمة، الذي ينبثق عليه فناء الشركة أو الشركات المندمجة، وزوال شخصيتها القانونية نهائياً وتبقى الشركة الدامجة هي الموجودة والمتمتعبة بالشخصية القانونية. وأما الاندماج بطريق المزج فيعني فناء شركتين أو عدة شركات قائمة وبروز كيان جديد هو الشركة التي تؤول إليها ملكية جميع الموارد والممتلكات التابعة للشركات المندمجة.

المحور الثاني: تأكيد المبادرات الدولية على المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات

من أجل دراسة أثر هذه المبادرات الدولية نحاول تناول أهم النصوص الرامية إلى تنظيم عمل تلك الشركات وإقرار مسؤوليتها الاجتماعية عبر المراحل التاريخية الممتدة منذ نهاية الحرب العالمية الثانية إلى غاية اليوم.

برنامج العمل من أجل تطبيق نظام اقتصادي عالمي جديد:

جاء هذا البرنامج بموجب قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم 3201 و3202 الصادرين سنة 1974. وقد لا يكون هذا النص نموذجاً مثالياً لإقرار المسؤولية الاجتماعية للشركات إلا أنه يمكن اعتباره البذرة التي لفتت انتباه العالم إلى ضرورة تنظيم عمل الشركات الكبرى وتقنينه بجملة من القواعد التي تساهم في الحد من هيمنتها وتجاوزاتها في مجالات حقوق الإنسان وانتهاك سيادة الدول. وقد حاولت دول العالم الثالث في هذا البرنامج ومن خلال توحيد جهودها ومواقفها في إطار حركة عدم الانحياز المطالبة بحماية حقها في الدفاع عن حق شعوبها في تقرير مصيرها الاقتصادي في مواجهة الشركات العالمية من جهة وطالبت بحقوقها في الحصول على التكنولوجيا كحق إنساني للبشرية جمعاء. وقد ظهرت بجملة استجابة الجمعية العامة لتلك المطالبات باعترافها بالمكسيين التاليين (أحمد سي علي، 2009، ص 123):

- إقرار كفالة مبدأ السيادة الدائمة للدول على ثرواتها الطبيعية.
- التأكيد على ضرورة العمل على إعداد مدونة سلوك تكفل تنظيم نشاط الشركات متعددة الجنسيات.

ميثاق حقوق وواجبات الدول الاقتصادية 1975 :

لم يتعد ما جاء في ميثاق حقوق وواجبات الدول الاقتصادية عما ورد في برنامج العمل من أجل تطبيق نظام اقتصادي عالمي جديد بشأن تنظيم عمل الشركات متعددة الجنسيات وذلك لكونهما قد صيغا من الجهة ذاتها وهي الجمعية العامة للأمم المتحدة وفي الفترة نفسها 1974/1975.

فكان أبرز ما جاء فيه بهذا الخصوص هو نص المادة الثانية منه من إقرار لحق الدولة في ممارسة نشاطاتها الاقتصادية على أساس مبدأ السيادة بواسطة تنظيم الاستثمارات على إقليمها ومراقبة عمل الشركات متعددة الجنسيات فيه. مع التأكيد على عدم تدخلها في الشؤون الداخلية للدولة. وبالإضافة إلى النص السابق تؤكد المادة الثالثة عشر من هذا الميثاق على كفالة حق الدول النامية في الحصول على التكنولوجيا وذلك من خلال إنشاء نصوص قانونية دولية تعنى بهذا الأمر. (أحمد سي علي، 2009، ص 128). ولكن الميثاق كسابقه لم يستطع الحصول على الطابع الإلزامي نتيجة الخلاف بين البلدان النامية والدول المتقدمة (عبيوط محند وعلي، 2012، ص ص 62-66).

مشروع مدونة تنظيم سلوك الشركات متعددة الجنسيات:

كان موضوع تنظيم عمل الشركات متعددة الجنسيات محل اهتمام الأمم المتحدة منذ السبعينيات تلك الفترة التي بلغت فيها تلك الشركات أوجها حتى صار بمقدورها إسقاط أنظمة حكم في بعض البلدان النامية. فسارعت الأمم المتحدة إلى محاولة تنظيم نشاطها بدأ باللائحة 1721 سنة 1972 التي تطالب الأمين العام بإعداد دراسة حول دور تلك الشركات وأثارها. ثم انشاء لجنة ومركزا خاصين بهذه الشركات سنة 1974 وظيفتهما الرئيسية اعداد مشروع مدونة سلوك الشركات متعددة الجنسيات.(أحمد سي علي، 2009، ص ص 132-133).

وبالفعل وبعد مشاورات واسعة بين الأطراف ذات الصلة التي قدمت مقترحاتها المختلفة تم التوصل الى مشروع مدونة السلوك أو أرضية لمناقشة موضوع تنظيم عمل هذه الشركات. ولكن اختلاف المواقف بين ممثلي الدول النامية التي كانت تخشى على نفسها من الآثار السلبية لعمل الشركات فيها، والدول المتقدمة التي دافعت باستماتة عن الشركات التابعة لها حال دول تحول هذه المدونة الى نص قانوني ملزم وبقيت مجرد مشروع في ادراج الجمعية العامة للأمم المتحدة(أحمد عبد العزيز وجاسم زكريا وفراس عبد الجليل، 2010، ص 121).

وتضمن هذا المشروع جملة من البنود منها شروط موجبة للشركات والتزامات موجبة للدول. فبمقتضاها يتوجب على الشركات (بوبرطخ نعيمة، 2010/2011 ص ص 98-100):

- احترام سيادة الدول المضيفة وقوانينها وأنظمتها وإجراءاتها الإدارية.
- الالتزام بالقيم الاجتماعية والثقافية في الدولة المضيفة واحترام حقوق الإنسان وحياته الأساسية.
- عدم تعاون الشركات مع النظم العنصرية، والامتناع عن ممارسة الفساد بمختلف أشكاله.
- عدم التدخل في الشؤون الداخلية للدول، وعدم التدخل في العلاقات ما بين الحكومات.
- المساهمة في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة المضيفة.
- تمكين الشركاء الوطنيين من ممارسة عمليات الرقابة المكفولة لهم من قبل القانون.
- وجوب امتثال الشركات للقوانين المتعلقة بنقل التكنولوجيا وتعزيز قدرة تلك الدول تكنولوجيا.
- تنظيم علاقات العمل في الشركات وفقا لما ورد عليه النص في الإعلان الثلاثي.
- حماية المستهلك واحترام المعايير الدولية الخاصة بحماية البيئة.
- توضيح دقيق لنشاطاتها وسياساتها والمنشآت التابعة لها.

وفي المقابل يجب على الدول الالتزام بالقيود التالية(بوبرطخ نعيمة، 2010/2011 ص 100):

- معاملة الشركات متعددة الجنسيات بنفس معاملة الشركات الوطنية.
- تنفيذ مختلف الالتزامات بحسن نية.
- يحق لكل دولة تأمين ممتلكات الشركات بعد أن تدفع لها تعويضا عادلا.
- إخضاع المنازعات بين الشركات الدول إلى قضاء الدولة المضيفة إذا لم يحل الخلاف يستخدم كل ما من شأنه حل النزاع من مختلف أساليب حل النزاعات.

وأمام هذا الانسداد تحول الموضوع الى اروقة المجلس الاقتصادي والاجتماعي الذي حاول ايجاد صياغة ملائمة تضمن الاتفاق على اكبر قدر من البنود، فالخلاف الذي نشب بين الدول النامية والدول المتقدمة لا يشمل كل المدونة وانما بعضا من أحكامها. فاقترح المجلس الاقتصادي والاجتماعي تجاوز الموضوع الاجمالي ممثلا في تنظيم عمل الشركات متعددة الجنسيات ككل والالتفات الى جزء من الموضوع هو نقل التكنولوجيا في دعوى لإنشاء مدونة سلوك جديدة تتعلق بنقل التكنولوجيا سنة 1979 ولكن لم تفلح كل الجهود المبذولة في انشاء هاته المدونة أيضا بفعل تصلب كل طرف في التمسك بمواقفه(أحمد سي علي، 2009، ص ص 137-141).

مجموعة المبادئ التوجيهية لدول منظمة التجارة والتنمية الاقتصادية:

في ظل الانقسام بين دول العالم الثالث والدول المتقدمة في الجمعية العامة للأمم المتحدة وعدم قدرتهم على إيجاد نص قانوني دولي ملزم ينظم نشاط تلك الشركات؛ حاولت عدة جهات القيام بإيجاد بديل لتلك المشاريع ومدونات السلوك وهو ما قامت به دول منظمة التجارة والتنمية الاقتصادية، من خلال ما بات يعرف لاحقاً بمجموعة المبادئ التوجيهية لدول منظمة التجارة والتنمية الاقتصادية الصادرة سنة 1976 والتي تشهد تحسينات ومراجعات دورية. وتشتمل هذه الوثيقة على جملة من المبادئ التوجيهية التي هي في حقيقتها جملة مطالب وجهتها دول المنظمة إلى الشركات متعددة الجنسيات التي تمارس نشاطات على اقليمها بخصوص المشاكل المترتبة عن نشاط تلك الشركات. وبرز اهتمام المنظمة بعمل هذه الشركات من خلال الدعاية التي أوضحت مقدار الأهمية التي تمتلكها الشركات متعددة الجنسيات في تطوير الاقتصاد العالمي وهو ما ينبغي أن يتم استخدامه من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية في الدول النامية المستضيفة.

وعالجت المبادئ التوجيهية عددا كبيرا من المسائل فتضمنت الإشارة إلى جملة من الالتزامات التي ينبغي على الشركات الالتزام بها كمرعاة أولويات التقدم الاقتصادي والاجتماعي، وضمان التنمية الصناعية، وحماية البيئة، وخلق فرص للعمل وتحقيق المساواة بين العاملين، واحترام حقوق الإنسان، ونقل التكنولوجيا، وعدم التدخل في الشؤون الداخلية للدول، وتحقيق المواءمة بين استثماراتها وسياسات البلدان المستضيفة (بن عنتر ليلي، 2006، ص 74).

وبالإضافة إلى المبادئ السالفة التي أكد عليها وثيقة المبادئ التوجيهية أجمالاً في قسمها الأول حاولت الوثيقة تسليط الضوء على موضوعات أخرى هي غاية في الأهمية عبر مختلف أقسامها لاسيما التفصيل في الحق النقابي للعمال وسبل تمكينهم من حقوقهم النقابية وتوفير الحماية الاجتماعية لهم، وكذا موضوعات نشر معلومات عن مواقع استثماراتها وحجمها والضرائب والمنافسة والعلوم والتكنولوجيا.

الإعلان الثلاثي بشأن الشركات متعددة الجنسيات والسياسة الاجتماعية 1977:

يعتبر الإعلان الثلاثي بشأن الشركات متعددة الجنسيات واحدا من الوثائق الدولية الأكثر أهمية في مجال إقرار المسؤولية الاجتماعية للشركات. وهذا الإعلان مثلما يدل عليه اسمه يعد الإعلان الثلاثي الصادر عن منظمة العمل الدولية نتاج مفاوضات شملت ثلاثة أطراف هم العمال والحكومات وأصحاب الأعمال. ويهدف هذا الإعلان إلى حث الشركات على بذل أقصى الجهود في تحقيق التنمية واحترام حقوق الإنسان، وذلك بتقديمه عددا من الإرشادات والتوجيهات التي تستهدف حماية العاملين في هذه الشركات من كل ما من شأنه النيل من حقوقهم. ولما كانت حماية العاملين وتكريس حقوقهم المحور الرئيسي للإعلان فقد حاول مواده تغطية مختلف جوانب حياة العامل حيث وضع الإعلان في ديباجته السياسة العامة والأهداف المتوخاة من وراء الاتفاق على هذا الإعلان وأهمها:

- التأكيد على ضرورة احترام سيادة الدول وصيانتها من التعدي.
- التأكيد على وجوب الالتزام بكل القوانين والقرارات الصادرة عن الهيئات الدولية.
- وجوب احترام الشركات للسياسة العامة للدول المضيفة باعتمادها مشاريع تحقق التنمية الاقتصادية لا مجرد نمو اقتصادي عابر.
- تكريس المساواة بين الشركات الوطنية والشركات متعددة الجنسية ضمن قوانين الدول المضيفة.

كما حاول الإعلان تكريس جملة من حقوق العمال والتأكيد عليها بدء بتشجيع العمال الذي يتطلب مكافحة البطالة بكافة أشكالها، وإعطاء أولوية للعمال وتحسين مستواهم للنهوض باقتصاديات الدول النامية، وتطوير التكنولوجيا الملائمة متناسبة مع تحقيق التنمية في تلك الدول، والعمل على تشجيع التصنيع المحلي للموارد الأولية المتاحة، و توزيع نشاط الشركات عبر مختلف أنحاء الدولة حتى تستفيد منه المناطق الأكثر حاجة. واحترام الحد الأدنى لسن العمل بهدف القضاء على تشغيل الأطفال وتوفير كل معايير السلامة والوقاية من الأخطار الناتجة عن النشاطات الخطرة للشركات أو العمل فيها⁵².

لتفاصيل الإعلان راجع موقع منظمة العمل الدولية على الرابط: 52.

<http://www.un.org/ar/sections/nobel-peace-prize/international-labor-organization-ilo/index.html>

وكرس الاعلان أيضا جملة من حقوق الانسان التي يجب على الشركات احترامها تجاه العاملين فيها لاسيما فيما يتعلق بالمساواة وتكافؤ الفرص وذلك ما يتطلب نبذ كل أشكال التمييز المبنية على أساس اللون أو الجنس أو الدين أو الرأي السياسي أو الأصل من قبل الشركات عند التعيين أو التكوين، والتأكيد على منع الحكومات للشركات من فرض أي قواعد تركز من شكل من أشكال التمييز. ناهيك عن تأمينهم رعايتهم بتوفير الحماية الاجتماعية اللازمة لهم سواء عملوا في الشركات الوطنية أو الأجنبية وحظر ظاهري الفصل التعسفي والتسريح الجماعي للعمال، وتمكين العمال من ممارسة حقهم النقابي.

وزيادة على ما سبق أقر الاعلان جملة من الحقوق المعترف بها للعمال في مجال التدريب والتكوين والمساواة بين العمالة الوطنية والاجنبية في المعاملة في تولي مختلف الدرجات والمناصب لاسيما المناصب العليا، كما يجب أن لا يقل الأجر الذي تقدمه تلك الشركات عما يقدمه أصحاب العمل الآخرون الموجودون بالدولة،

ولما كان الإعلان مجرد توصيات تفتقر إلى الإلزامية بقي مجرد توجيهات وإرشادات، صحيح أن عددا من الشركات اعتمدته في صياغة مدونات السلوك الخاصة بنشاطاتها ولكن ذلك لم يحل دون بقاء أو وجود الكثير من الانتهاكات والخروقات لحقوق العاملين بالشركات متعددة الجنسيات إلى غاية اليوم. ولذلك عملت المنظمة على القيام بمراجعة دورية للإعلان وتحديثه وإطلاق مبادرات جديدة بين الحين والآخر هدفها تشجيع الشركات على الالتزام بمبادئ الإعلان الثلاثي كأساس لسياساتها الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، وتدعيم الاعلان بجملة من الاعلان الأخرى كالإعلان الخاص بالعدالة الاجتماعية من أجل عوامة عادلة لسنة 2008.

تأكيد الميثاق العالمي للأمم المتحدة لسنة 1999 على المسؤولية الاجتماعية للشركات:

يشكل هذا الميثاق العالمي مبادرة أممية حقيقية في مجال تكريس المسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث قدم الأمين العام السابق للأمم المتحدة السيد كوفي عنان بهذه المبادرة خلال انعقاد المنتدى الاقتصادي بدافوس 1999 (محمد عرفان الخطيب، 2015، ص 874). ودعا جميع الشركات العالمية للالتزام بروح المواطنة المؤسسية والإسهام الفاعل في مواجهة تحديات العوامة، ودعم متطلبات تحقيق التنمية المستدامة (Ingrid Sisteré Ibars, 2013, PP 17-18)، وقد تضمن هذا الميثاق عشرة مبادئ رئيسية تتناول أطر حقوق الإنسان ومعايير العمل وحماية البيئة ومكافحة الفساد، نوردتها على التفصيل التالي (عامر بن محمد الحسيني):

- على الشركات أن تدعم وتحترم حقوق الإنسان المتفق عليها دوليا.
- التأكد من أن الشركات ليست ضالعة في انتهاكات لحقوق الإنسان.
- يجب أن تحترم الشركات حقوق تكوين الجمعيات والاعتراف بحق المفاوضة الجماعية للعاملين.
- القضاء على جميع أشكال العمل القسري والإلزامي.
- إلغاء جميع أشكال عمل الأطفال والقاصرين.
- القضاء على التمييز بناء على الوظائف والمهن.
- على الشركات اتخاذ منهج وقائي وحذر تجاه المخاطر البيئة المحيطة.
- دعم وتفعيل المبادرات لضمان المسؤولية تجاه البيئة.
- التشجيع على تطوير ونشر تكنولوجيا صديقة للبيئة
- على الشركات مكافحة جميع أشكال الفساد، بما في ذلك الابتزاز والرشوة.

وعلى الرغم من الطابع غير الإلزامي للميثاق العالمي بوصفه لا يشكل اتفاقية دولية ملزمة إلا أن هناك اقبالا كبيرا من قبل عدد لا يستهان به من الشركات العالمية على الالتزام بما ورد في الميثاق من مبادئ اختياريا، وربما يرجع ذلك الاقبال الى فلسفة الامم المتحدة وامينها العام في تقريب نص الميثاق للشركات وترغيبها في الانضمام اليه. ورغم ذلك يجدر القول بأن كل بنود الميثاق هي في واقع الحال بنود ذات طبيعة ملزمة ليس بموجبه كميثاق مباشرة بل بموجب باقي نصوص القانون الدولي، ولعل ما ينطبق على هذا الميثاق هو ما ينطبق أيضا على بنود الميثاق العالمي لقطاع الأعمال (UNG) لعام 2000 الذي جاء تطبيقا له (محمد عرفان الخطيب، 2015، ص 874).

المحور الثالث : تعظيم دور المسؤولية الاجتماعية لخلق القيم المشتركة للشركات متعددة الجنسيات

لقد دفع مفهوم ريادة الأعمال الاجتماعية بخلق جيل جديد من رجال الأعمال الذين يركزوا على خلق قيمة مشتركة، حيث تخلق -في ذات الوقت- مزيداً من الربح، ولها أثراً اجتماعياً أكبر. على أن هذه القيمة المشتركة ليست بالشيء الذي تتبناه الشركات الطليعية التي تتمتع بوعي اجتماعي وببني فحسب، فهناك العديد من الشركات الكبرى كالشركات متعددة الجنسيات والراسخة في السوق تبنت سبيل خلق القيمة الاقتصادية على نحو يخلق أيضاً قيمة أكبر للمجتمع، من خلال عملياتها الأساسية. فالقيمة المشتركة، كما أشار إليها مايكل بورتير (Michael Porter) و"مارك كرامر" (Mark Kramer)، هي: "أسلوب جديد لتحقيق النجاح الاقتصادي، لا يقع على هامش نشاط الشركة، بل يستوطن قلب هذا النشاط. فمعالجة الأضرار والقيود المجتمعية لا يرفع تكاليف الشركات بالضرورة، حيث يمكن أن يدفع الشركة إلى الابتكار باستخدام تكنولوجيات حديثة، وأساليب جديدة للإدارة والتشغيل، مما يفضي إلى زيادة الإنتاج وتوسيع الأسواق" (أنا ناجرو دكيفتش، التصفح 2018/04/19).

أولاً: مفهوم نموذج القيمة المشتركة حسب Porter and Kramer

معظم الأبحاث في علوم التسيير التي تهتم بموضوع خلق القيمة تأخذ مرجعيتها إما من "المقاربة المساهمية" (التي نجد مقابلها المقاربة التشاركية لخلق وتوزيع القيمة بين الأطراف ذات المصلحة)، أو من مقاربة خلق القيمة للزبون (المنتج). و يعد طرح Porter et Kramer طرحة أصيلاً، فهو يفتح الباب أمام المؤسسات من خلال اقتراح فكرة "القيمة المشتركة" التي من شأنها أن تجلب المنافع للمؤسسة والأطراف ذات المصلحة (من مسغوني ولياء عماني وآخرون، 2017، ص: 07).

1/ مفهوم القيمة المشتركة (Shared Value):

هو مفهوم لنظام أعمال طرحته لأول مرة مجلة جامعة هارفارد بيزنس ريفيو في مقالة بعنوان "الاستراتيجية والمجتمع: العلاقة بين الميزة التنافسية والمسؤولية الاجتماعية للشركات". وبعدها توسعت بالمفهوم في يناير 2011 بمقال متابع بعنوان "إيجاد القيم المشتركة: إعادة تعريف الرأسمالية ودور المؤسسات في المجتمع" كتبه مايكل بورتير الرائدة في الاستراتيجيات التنافسية ومارك كرامر⁵³. وقد عرفها على أنها "السياسات والممارسات العملية التي تعزز تنافسية المؤسسة وتحسن في نفس الوقت في الشروط الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات التي تمارس فيها المؤسسة النشاط". كما تعرف أيضاً على أنها عملية خلق قيمة اقتصادية من خلال قيمة اجتماعية وهذا يمثل إحدى القوى الدافعة لإنتاجية والابداع والنمو والطريقة الوحيدة لاسترجاع الشركة لشرعيتها في المجتمع. كما لا تعبر القيمة المشتركة عن القيام لأعمال الخيرية لصالح المجتمع وإنما تبحث عن تحقيق الأرباح من خلال حل مشاكل المجتمع، وهذا ما يمثل أعلى مستويات الرأسمالية حيث تسمح القيمة المشتركة بتطور المجتمعات بشكل أفضل ونمو المؤسسات بشكل أسرع (إسحاق خرشي، 2016، ص 06).

وفي سنة 2012، أطلقت مبادرة القيمة المشتركة بعنوان مبادرة "كليتتون العالمية الالتزام إلى العمل" بدعم من مارك كرامر، مايكل بورتير، والمدير التنفيذي الجديد للمبادرة، جاستن باكولي. ويتمثل إيجاد القيمة المشتركة بأنه "استراتيجية الإدارة التي تجد من خلالها الشركات فرص عمل في القضايا الاجتماعية، بينما تركز جهود الأعمال الخيرية والمسؤولية المجتمعية للشركات على "رد الجميل" أو التقليل من الأعمال التي تسبب ضرراً للمجتمع، أما القيمة المشتركة فهي تركز على تعظيم القيمة التنافسية لحل المشاكل الاجتماعية من خلال إيجاد عملاء وأسواق جدد، الترشيد في التكاليف، والاحتفاظ بالمواهب"⁵⁴. ويتضح مما سبق، أنه هناك طرح جديد يعرف بالقيمة المشتركة يسير وفق مقتضيات ومتغيرات بيئة أعمال الشركات ويعمل في نفس الوقت على تحقيق أهدافها واستمراريتها، ويضمن تجسيد والتزام الشركة نحو المجتمع والبيئة والأطراف ذات المصلحة. وتعكس القيمة المشتركة الحكم المسند إليها من قبل الأطراف ذات المصلحة الموجهة بالأساس

⁵³https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%8A%D8%AC%D8%A7%D8%AF_%D9%82%D9%8A%D9%85%D8%A9_%D9%85%D8%B4%D8%AA%D8%B1%D9%83%D8%A9

⁵⁴ <http://ajmancsr.ae/ar/articles/creating-shared-value-csv-in-csr?page=2> consulté le 19-04-2018

إلهم، و يمكن لهذا الحكم أن ينبع من الرضا أو من تجنب الأعباء، وذلك تبعا للمعايير التي يضعونها والتطلعات التي يسعون إليها، ويمكن ان يشمل ذلك خلق القيمة للمساهمين، عندما يصل معدل العائد المحقق على رؤوس الأموال التي قاموا بتوظيفها إلى المعدل المطلوب، أو خلق القيمة للمستهلك من خلال التوجه الاستهلاكي. من خلال هذه الفكرة يمكننا أن نفترض ان خلق القيمة المشتركة تكون ضمنية داخل نشاط كل مؤسسة، انطلاقا من سعي هذه الأخيرة لإشباع تطلعات الأطراف ذات المصلحة التي تكون متباينة (Arnaud Gautier et Anca Badea.2013.P15)

2/اليات تطبيق نموذج القيمة المشتركة

يمكن للمؤسسات خلق فرص لقيمة مشتركة مع مجتمعاتها أو بيئة عملها بثلاث طرق :

- إعادة تصور منتجاتها وأسواقها: يمكن للشركات تلبية الاحتياجات الاجتماعية في حين تخدم الأسواق القائمة بشكل أفضل بينما تتجاهد للوصول إلى أسواق جديدة أو عن طريق تخفيض التكاليف من خلال الابتكار.
- إعادة تعريف الإنتاجية في سلسلة القيمة: يمكن للمؤسسات تحسين النوعية والكمية، والتكلفة، والموثوقية للمدخلات وللتنويع في حين تعمل بصفه دائمه على الاهتمام بالموارد الطبيعية الأساسية ودفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية. ويتطلب الامر هنا إعادة النظر في طريقة استغلال سلسلة القيمة على مستوى عمليات النقل وقنوات التوزيع والخدمات المكملة كما يعاد تصميم النظام اللوجستي لخفض مسافات النقل وتبسيط عمليات المناولة.
- بناء العناقيد الصناعية المدعمة : لا يمكن للشركات أن تعمل في عزلة عن محيطها، فهي تتأثر بالمؤسسات الناشطة في الصناعة والبنى التحتية المساعدة كالعناقيد الصناعية الموجودة والتركيز الصناعي للمؤسسات والهيكل اللوجستية والنشاطات المرتبطة وغير ذلك. وقد حظيت التجمعات الصناعية او العناقيد الصناعية في السنوات الأخيرة بقبول متزايد لدى واضعي السياسات التنموية في مختلف دول العالم، حيث تسعى هذه البرامج لإعطاء الصناعات والمشروعات الصغيرة والمتوسطة نصيبها من الموارد المتاحة وارفع من مستوى اداءها وخلق القيمة، كما انها تتطلع لتنمية وتنويع قاعدة الإنتاج لكل هذه الصناعات في وقت واحد. (شوقي جباري وحمزة العوادي، 2012، ص 37).

اثر خلق القيمة المشتركة في تحقيق تنافسية المؤسسات

تتعلق القيمة المشتركة بخلق قيمة اقتصادية وفي نفس الوقت قيمة اجتماعية، أي ان الاستثمار في تنافسية المؤسسة في المدى الطويل مرتبط بقدرة على تحقيق القيمة الاجتماعية وهو الهدف من خلق القيمة المشتركة كما هو موضح في الشكل الموالي:

وقد وضع كل من (Porter et Kramer) استراتيجية لخلق القيمة المشتركة، تتم وفق اربع خطوات هي (Geneviève Roy-Lemieux, 2013,P) (36 .



شكل 1 : خلق القيمة المشتركة وتنافسية الشركة

المصدر: إسحاق خرشي مرجع سابق ، ص 09.

- التعريف بالمشاكل الاجتماعية المستهدفة:

- تطوير ملف القرار الاستثمار:
- متابعة التطورات:
- قياس النتائج والبحث عن فرص خلق القيمة المشتركة:

ثانيا : خلق القيمة المشتركة والمسؤولية الاجتماعية داخل الشركات

بحسب مقارنة بورتر وكرامر لخلق القيم المشتركة هناك فروق جوهرية بين القيم المشتركة والمسؤولية الاجتماعية من حيث اليات وبرامج تجسيدها في الشركات، الا انه هناك اتفاق في نتائجهما من حيث خلق المنفعة الاجتماعية.

1/ الفرق بين خلق القيمة المشتركة والمسؤولية الاجتماعية داخل الشركات

عند التركيز على البعد الاجتماعي يصبح من الصعب الفصل بين بعض المفاهيم المنشأة مثل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والقيمة المشتركة لكن نحاول توضيح أهم الفروق الرئيسة بين المفهومين على النحو التالي (محمد فلاق واخرون، 2017، ص 08-09):

- تركز المسؤولية الاجتماعية على مفاهيم الموطنة والاعمال الخيرية والاستدامة غير ذلك ولها ثلاث ابعاد بعد بيئي وبعد اجتماعي وبعد اقتصادي ولكنها تمار كنشاط تسويقي ثانوي كنتيجة للضغوطات الخارجية على الشركة، في حين تركز القيمة المشتركة على ثنائية القيمة الاقتصادية – القيمة الاجتماعية وهي اساس التنافس للمؤسسة.
- تمثل القيمة المشتركة الأساس في استثمارات المؤسسة وفي تحقيق الأرباح وهي مرتبطة المؤسسة ككل في حين أن المسؤولية الاجتماعية لها أثر محدود في أرح المؤسسة كما تمتلك برامج المسؤولية الاجتماعية جزء محدد في الميزانية.
- تسعى المسؤولية الاجتماعية إلى تقديم بعض التبرعات والأعمال الخيرية لمعالجة بعض المشاكل الاجتماعية أما عملية خلق القيمة المشتركة فهي تعمل على إعادة تعريف دور الشركات اعتبارها قوة كبرى لحل ضغط المشاكل الاجتماعية الموجودة في المجتمع.
- تعتمد المسؤولية الاجتماعية على المقاربة الدفاعية لتحسين سمعتها وتغطية بعض الممارسات غير الأخلاقية في حين أن نقطة البداية لخلق القيمة المشتركة هي استغلال الموارد، المهارات والقدرات الإدارية لتحسين البعد الاجتماعي.
- تتمحور فكرة خلق القيمة المشتركة حول فكرة مفادها ن الشركات والأعمال التجارية يمكن أن يكون لها أكبر أثر إيجابي على حل المشاكل الاجتماعية الموجودة في المجتمع إذا ما تم علاجها بنموذج جديد للأعمال وهذا ما يختلف تماما عن فكرة المسؤولية الاجتماعية.
- يركز مفهوم القيمة المشتركة حول عملية إيجاد الفرصة وليس المقايضة فهي تتعلق بكيفية خلق أثر اجتماعي إيجابي التحقيق مستويات أداء عالية ولا تبحث عن حجم الأداء الاقتصادي الذي يجب أن يضعي به المستثمرون لخلق انطباع اجتماعي ايجابي.
- ولا يعبر مفهوم القيمة المشتركة عن الأعمال الاقتصادية أو الاجتماعية التي لا بدف إلى تحقيق الربح بشكل مباشر أو غير مباشر وإنما تعبر عن الأعمال التي يعتبر فيها تحقيق الأرباح كمحفز أساسي للنمو وهذا على عكس المسؤولية الاجتماعية التي لا تهدف دائما إلى تحقيق الربح.
- يكمن الفرق الأساسي في كون أن المسؤولية الاجتماعية تركز على القيام الاعمال لا ترتبط بنشاط المؤسسة في حين أن القيمة المشتركة تدمج البعد الاجتماعي والبيئي في نشاطات الحرفة للمؤسسة لتحقيق قيمة اقتصادية.

2/ تعظيم دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التوازن بين الاهداف الاجتماعية والاقتصادية:

تطور النموذج الاقتصادي العالمي نحو تحقيق التنمية المستدامة، مما خفف العبء عن الحكومات في تمويل ودعم المشاريع التنموية، وإعادة توزيع خريطة الاسهام في المجتمع وفقا للنظرية العالمية المعتمدة على مفهوم نظرية اصحاب المصالح، هذا المفهوم الذي يقلل

الاعتماد على نظرية المنفعة الجزئية لينتقل الى تكوين الدائرة الاكبر وهي دائرة المنافع والاسهامات المتبادلة، التي اعادت توزيع المهام والمسؤوليات بين الحكومات والقطاع الخاص والمجتمع.

وقد ظهرت المسؤولية الاجتماعية كتطور لعلاقة الشركات في المجتمع من ناحية، انطلاقا من مبدأ المواطنة للشركات، واصبحت المسؤولية الاجتماعية للشركات في وقتنا الحالي عامل تفضيل واداة مهمة في ايدي مسيري الشركات لضمان استدامة اعمالهم وتنمية المجتمع. وضمن هذا السياق يشير كل من (Keith Davis and William C.Fredderick) الى ان المسؤولية الاجتماعية تتمثل في تحقيق التوازن بين الاهداف الاجتماعية والاهداف الاقتصادية، وذلك من خلال مواجهة التحديات الاجتماعية المختلفة وطالبا ان تكون استجابة المنظمة لتلك المسؤوليات طوعية وليس خوفا من النقد او التهديد باستخدام القانون، وينصح الشركات بالاستجابة للمتطلبات البيئية والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاهها والا فان المجتمع على المدى البعيد سيسلب مكانتها وقوتها لما اسياه بالقانون الجديد للمسؤولية الاجتماعية. ويمكن حصر الاسباب التي تؤكد دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التوازن بين الاهداف الاقتصادية والاجتماعية في ما يلي (وهيبة مقدم وبلقسام زايد، ص 180. نقلا عن : عبد الرحمان ادريس، 2007، ص 164-192):

- الموازنة بين الاهتمام بمصلحة المساهمين ومصالح الفئات الاخرى يخلق نوعا من الانصاف والعدالة، ويخلق الرضا لدى افراد المجتمع، خاصة بعد فصل الملكية عن الادارة.
- لن تتحقق الكفاءة الاقتصادية للمنظمة بمعزل عن التأثيرات الاجتماعية السائدة في المجتمع.
- يعتبر المجتمع من خلال عناصره وفئاته المختلفة هو صاحب الفضل الاول في نجاح المنظمة وتحقيقها للأرباح، فلا اقل من مراعاة عدالة الاهتمام بهذه الفئات ليستر للمنظمة نجاحها وتحافظ على ارباحها.
- ان المساهمين لن يرضوا بتعظيم الارباح في الاجل القصير، لكنهم يرغبون في استمرار هذه الارباح بمعدلات مناسبة مع تحقيق السمعة الطيبة والمركز المرموق لمنظمتهم في الاجل الطويل بمقتضى توطيد العلاقات مع مختلف الاطراف.
- ان العاملين لن يقبلوا حصول المساهمين على الارباح الطائلة مع عدم استفادتهم وتحقيق رقمهم ورفاهيتهم وهم اصلا من العناصر الرئيسية في تحقيق الارباح..
- ان العملاء الذين ينفقون اموالهم للحصول على منتجات تلك المنظمات لن يستمر تعاملهم معها اذا لم تحافظ على امنهم وسلامتهم، واذا لم تمدهم بالمعلومات الصحيحة والمنتجات الحديثة.
- المجتمع وعلمائه ومفكره لن يقفوا دائما متفرجين وهم يرون تلك المنظمات تستفيد من مختلف موارد المجتمع وعناصره، وتحقيق الارباح ولا تقدم له اي مساعدة لحل مشاكله الاجتماعية المتعددة التي تكون هي قد تسببت فيها.

3/ استراتيجيات خلق المنفعة الاجتماعية من خلال المسؤولية الاجتماعية

يتمحور السعي لخلق المنفعة الاجتماعية للشركات حول اربعة مواقف او استراتيجيات تتمثل فيما يلي: (عبد الرحمان بوطبة وهشام مي ص 3):

- استراتيجية الممانعة او عدم التبني: وتعرض هذه الاستراتيجية اهتماما للأولويات الاقتصادية لمنظمات الاخرى دون تبني اي دور اجتماعي لأنه يقع خارج نطاق مصالحها التي يجب ان تتركز على تعظيم الربح.
- استراتيجية الدفاعية: وتعني القيام بدور اجتماعي محدود جدا بما يتطابق مع المتطلبات القانونية المفروضة فقط، وهو لحماية المنظمة من الانتقادات، ويقع هذا الدور ضمن المتطلبات الخاصة لمنافسة والحد من ضغوط الناشطين في مجال البيئة.
- استراتيجية التكيف: تخطو الشركة في هذه الاستراتيجية خطوة متقدمة تجاه المساهم في الانشطة الاجتماعية من خلال تبني الانفاق في الجوانب المرتبطة لمتطلبات الاخلاقية والقانونية اضافة الى الاقتصادية، حيث يكون لها دور اجتماعي واضح من خلال التفاعل مع الاعراف والقيم والاخلاقيات.
- استراتيجية المبادرة التطوعية: تأخذ الادارة هنا زمام المبادرة في الانشطة الاجتماعية وذلك لاستجابة للكثير من المتطلبات الاجتماعية وفقا لتقديرات المدراء بما يتناسب مع المواقف المختلفة، وتتميز هذه الاستراتيجية بتحقيق الاداء الشامل للشركة.

خاتمة:

حاولت العديد من المبادرات الدولية تنظيم سلوك الشركات متعددة الجنسيات في البلدان النامية مؤكدة على ضرورة التزامها بالأبعاد القانونية والاقتصادية والانسانية للمسؤولية الاجتماعية. ولكن ذلك الهدف يبقى بعيد المنال لان الالتزام بتلك الابعاد يكلف ميزانيات تلك الشركات مبالغ طائلة مما يجعلها تحجم عن القيام به. وقد جاءت فكرة القيمة المشتركة كآلية لتشجيع هذه الشركات على تبني المسؤولية الاجتماعية وفق منظور يجعل تلك الشركات تستسيغ تحمل أعباء المسؤولية الاجتماعية في سبيل الحصول على قيمة تنافسية وحصة سوقية أكبر بعد أن تضمن ترحيبا من الحكومات وقبولا لدى المجتمع . وفي ختام هذا البحث يمكننا ان نسجل جملة النتائج والتوصيات التالية:

أولا: النتائج

- تتمكن الشركات التي تتبنى أبعاد المسؤولية الاجتماعية من احراز مكانة لائقة في البلدان المستضيفة لنشاطاتها مما يكسبها ثقة الحكومة والمجتمع ويحسن من قيمتها الاقتصادية داخل ذلك البلد.
- ان الابعاء الناتجة عن تبني ابعاد المسؤولية الاجتماعية تصبح ضئيلة مقارنة بما تدره من ارباح على سمعة الشركة وزيادة حصتها السوقية.
- القيمة المشتركة تشكل المفتاح في الزام الشركات متعددة الجنسيات بأبعاد المسؤولية الاجتماعية.

ثانيا: التوصيات

- وجوب تسليط الضوء على دراسة موضوع القيمة المشتركة في مختلف المناسبات العلمية والدراسات الأكاديمية.
- ضرورة توعية الشركات متعددة الجنسيات بمنافع القيمة المشتركة وحثها على ادراجها ضمن مدونات السلوك الخاصة بها.
- توجيه العمل الخيري للشركات نحو ابعاد تخدم مسؤوليتها الاجتماعية يمنحها قيمة مشتركة تضمن استدامة تلك الأعمال الخيرية.

قائمة المراجع:

- أحمد السيد طه كردى، إدارة الصورة الذهنية للمنظمات في إطار واقع لمسؤولية الاجتماعية: دراسة ميدانية على عينة من شركات الأدوية المصرية، كلية التجارة، جامعة بنها، مصر، 2011.
- أحمد الكردي، المسؤولية الاجتماعية للشركات: التحديات والأفاق من أجل التنمية، مجلة العلوم الاجتماعية، على الرابط التالي (<http://www.swmsa.net/articles.php?action=show&id=1957>) (17/12/2011).
- أحمد سي علي، النظام القانوني للشركات عبر الوطنية والقانون الدولي العام، دار هومة، الجزائر 2009.
- أحمد عبد العزيز وجاسم زكريا الطحان وفراس عبد الجليل، الشركات متعددة الجنسيات أثرها على الدول النامية، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد 85 سنة 2010.
- إسحاق خوشي، " نحو نموذج جديد لأعمال الشركات الاقتصادية الجزائرية لخلق القيمة والمنفعة الاجتماعية انموذج مقترح"، الملتقى الدولي الثالث عشر حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة، يومي 14-15 نوفمبر 2016.
- الأسرج، حسين عبد المطلب، دراسة المسؤولية الاجتماعية للاستثمار الأجنبي المباشر - الممثل في الشركات متعددة الجنسية - ودورها في مساندة المشروعات الصغيرة، بحث مقدم إلى الجمعية المصرية للتشريعات الصحية والبيئية ضمن فعاليات مؤتمرها الخمسين\ " هموم بيئية للحل\ " خلال الفترة 5-6 يونيو 2009م

- إلياس سليمان، وزهراء صادق: "المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في حماية المستهلك"، الملتقى الدولي حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة بشار. (2012).
- أنا ناجرود كيفتش، بناء أنظمة إيكولوجية لريادة الأعمال- <http://www.cipe-ajmancsr.ae/ar/articles/creating-shared-value-csv-in-csr?page=2> consulté le 19-04-2018
- إيجاد القيم المشتركة في المسؤولية الاجتماعية للشركات، <http://ajmancsr.ae/ar/articles/creating-shared-value-csv-in-csr?page=2> consulté le 19-04-2018
- بقدر عائشة وبكار أمال، المسؤولية الاجتماعية بين الإلزام والالتزام، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار.
- بن عنتر ليلي، مدى تحفيز استثمارات الشركات متعددة الجنسيات في القانون الجزائري، بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال جامعة بومرداس 2006 .
- بويرطخ نعيمة، الشخصية القانونية للشركات متعددة الجنسيات في القانون الدولي العام، مقدمة مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص علاقات دولية، جامعة منتوري قسنطينة، (غير منشورة) 2011/2010.
- جميلة الجوزي وسامية دحماني، دور استراتيجيات الشركات متعددة الجنسية في اتخاذ القرار في ظل التطورات العالمية المتسارعة، المجلة الجزائرية للعلوم والسياسات الاقتصادية، العدد السادس سنة 2015.
- خبابه عبد الله وخبابه صهيب، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الدولي الثالث منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار الجزائر، 14.15 فيفري 2012.
- الطاهر خامرة، المسؤولية البيئية والاجتماعية: مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة حالة سوناطراك، مذكرة ماجستير غير منشورة في العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2007.
- طاهر محسن الغالي، صالح مهدي محسن العامري: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، دار وائل للنشر، الأردن، 2008.
- طلعت الحديدي، المركز القانوني الدولي للشركات متعددة الجنسيات، دار الجامد، ط1، عمان 2008.
- عامر بن محمد الحسيني، الميثاق العالمي للأمم المتحدة.. خريطة طريق لضمان CSR في القطاع الخاص، على الموقع: http://www.aleqt.com/2011/09/21/article_582548.html
- عبد الرحمان بوطية وهشام مي، التحليل المتعدد الأبعاد لتطبيق المسؤولية الاجتماعية لمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة المؤسسات الاقتصادية.
- عريوة معاد: دور الأداء المتوازن في قياس وتقييم الأداء المستدام بالمؤسسات المتوسطة للصناعات الغذائية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2011.
- عيبوط محند وعلي، الاستثمارات الأجنبية في القانون الجزائري، دار هومة، الجزائر. 2012.
- لتفاصيل أكثر راجع موقع المنظمة على الرابط السابق.
- لتفاصيل الاعلان راجع موقع منظمة العمل الدولية على الرابط- <http://www.un.org/ar/sections/nobel-peace-prize/international-labor-organization-ilo/index.html>
- محسن شفيق، المشروع ذو القوميات المتعددة من الناحية القانونية، مجلة القانون والاقتصاد (كلية الحقوق - جامعة القاهرة) - مصر، العدد 2 و1، السنة 47، جوان 1977.
- محمد عرفان الخطيب، طبيعة الجانب القانوني في المسؤولية الاجتماعية للشركات في ضوء أحكام الميثاق العالمي لقطاع الأعمال (UNGC) لعام 2000، مجلة دراسات علوم الشريعة والقانون، المجلد 43، العدد 3، سنة 2015.
- محمد فلاق وإسحاق خرشي، خلق القيمة المشتركة وتصحيح مسار المسؤولية الاجتماعية كالية لاستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العاملة في ولاية الشلف، الملتقى الوطني حول اشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يومي 06 و 07 2017.

- مسعودة شريفي، كريمة حاجي، (2012): "المسؤولية الاجتماعية والثقافة التنظيمية في منظمات الأعمال المعاصرة: رحلة ألف ميل تبدأ بخطوة"، مداخلة مقدمة ضمن أشغال الملتقى الدولي الثالث: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، الجزائر.
- منى مسغوني و لمياء عماني وآخرون، المسؤولية الاجتماعية مصدر لخلق القيمة المشتركة وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الوطني حول اشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يومي 06 و 07 2017.
- وهيبه مقدم وبلقسام زايد، المسؤولية الاجتماعية بين التنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية في الدول العربية، ص 180. نقلا عن: عبد الرحمان ادريس، ادارة الاعمال (نظريات ونماذج تطبيقه)، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2007.

2/ المراجع باللغة الأجنبية

- arabia.org/index.php/themes/democratic-governance1/1202-building-entrepreneurship-ecosystems
- Arnaud Gautier et Anca Badea et La RSE, une source de création de valeur partagée en PME : étude exploratoire dans la région Rhône-Alpes, Article June 2013.
- Commission Européenne [COM (2011) 681 final], Responsabilité sociale des entreprises: une nouvelle stratégie de l'UE pour la période 2011-2014, Bruxelles, <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:fr:PDF>
- Geneviève Roy-Lemieux, « La création de valeur partagée », Master 2 Professionnel en Gestion d'entreprise et Affaires internationales, université de paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2013.
- Golliadel, Yhiaoui Dorra, (2009): " Responsabilité sociale des entreprises : analyse du modèle de Carroll (1991) et application au cas tunisien ", Revue-Management & Avenir 3, (n° 23) , pp: 139-152. www.cairn.info.
- https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%8A%D8%AC%D8%A7%D8%AF_%D9%82%D9%8A%D9%85%D8%A9_%D9%85%D8%B4%D8%AA%D8%B1%D9%83%D8%A9
- Ingrid Sisteré Ibars, Corporate Social Responsibility in the Shipping Business Master Thesis in Maritime Law FACULTY OF LAW Lund University. 2013.
- J.M CLARK, 1916 : « The changing Basic of Economic Responsibility», The Journal of Political ECONOMY , 24n°03. Cité par B.LAPERCHE et D.UZINIDIS, (2001).
- UNIDO and the World Summit on Sustainable Development, " Corporate Social Responsibility: Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries", Vienna, 2002.
- World Bank, " & Opportunities and options for governments to promote corporate social responsibility in Europe and Central Asia: Evidence from Bulgaria", Croatia and Romania. Working Paper, March 2005.
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).. " Meeting changing expectations: Corporate social responsibility", 1999.

أبعاد تدريب الموارد البشرية وعلاقتها في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة بنك فلسطين

هيا عابدين

جامعة القدس المفتوحة / فلسطين

ملخص:

هدفت هذه الورقة البحثية إلى تفسير دور أبعاد التدريب للموارد البشرية وعلاقتها بتحقيق الميزة التنافسية لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل، حيث اشتملت الورقة البحثية على أربعة أبعاد رئيسية هي: تحديد الاحتياجات التدريبية، وتصميم البرنامج التدريبي، وتنفيذ البرنامج التدريبي، وتقويم البرنامج التدريبي. وقد اعتمدت الورقة البحثية على فرضيتين رئيسيتين تمحورتا حول علاقة تدريب الموارد البشرية بتحقيق الميزة التنافسية، وقد تكون مجتمع الدراسة من موظفي بنك فلسطين في مدينة الخليل الذين يبلغ عددهم (87) موظفا وموظفة، وتم اختيار عينة ملائمة تكونت من (55) موظفا، وتم توزيع الاستبانة عليهم واسترد منها (51) استبانة. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة قوية وتأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين تحديد الاحتياجات التدريبية وتحقيق الميزة التنافسية، وعدم وجود علاقة وتأثير معنوي بين تحديد جنس المتدرب وتحقيق الميزة التنافسية. وقد خلصت الورقة البحثية إلى ضرورة العمل من قبل البنك على متابعة تنفيذ وتقويم البرنامج التدريبي وخلال مراحل التنفيذ وبعد الانتهاء من تنفيذ البرنامج والاستفادة من نتائجه الإيجابية والسلبية في بناء البرامج التدريبية اللاحقة، وإلى ضرورة الاهتمام العالي بالاحتياجات التدريبية، وضرورة الاهتمام أيضاً بدعم الكفاءة.

كلمات دالة: تدريب الموارد البشرية، الميزة التنافسية.

المقدمة :

يمثل العنصر البشري أحد أهم موارد المنظمات ، حيث أنه يمثل لها ركيزة اساسية في تحقيق نجاحها و تنفيذ أهدافها ، و بناءً على ذلك تعمل الإدارة على حسن توجيه الأفراد و بناء قدراتهم ، ويتم ذلك من خلال إيجاد مناخ تنظيمي من شأنه تدعيم المشاركة والاحترام المتبادل ، والشعور بالمسؤولية و الانتماء ، وبت روح التعاون والولاء في العمل (جاري ، 2003) . وتعتبر الميزة التنافسية ثورة حقيقية في عالم إدارة الأعمال على المستوى الأكاديمي والعملي. فأصبح ينظر للإدارة كعملية ديناميكية ومستمرة تستهدف معالجة الكثير من الهموم الداخلية والخارجية لتحقيق التفوق المستمر للمؤسسة على جميع الاطراف الذين تتعامل معهم المنظمة (ابو بكر، 2008 : 13-14). و بناءً على ما سبق، فإن الميزة التنافسية لأية منظمة تتحقق بداية من خلال ما تمتلكه من عقول وقدرات ومهارات وخبرات بشرية قادرة على الابداع والابتكار والتميز، لذا فإن تدريب الموارد البشرية يلعب دوراً هاماً في تحقيق ميزة تنافسية للمنظمات، فهو ضروري جداً من أجل تقدمها و تميزها و ازدهارها في كافة المجالات .

المبحث الاول: منهجية الدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة

تمثل الموارد البشرية مورداً هاماً وأصيلاً من أصول الميزة التنافسية التي تمتلكها منظمات الأعمال، لذا تسعى هذه المنظمات على الاستثمار في تنمية مهارات وخبرات وكفاءات موظفيها لتكون قادرة على تحقيق أهداف المنظمة بفعالية وكفاءة، ومواجهة التغيرات والتحديات المحيطة، خاصة في ظل التوسع والازدهار المعرفي والتكنولوجي (الغالي و ادريس ، 2007)، وبناءً على ذلك فإن مشكلة الدراسة تكمن في الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي : ما علاقة أبعاد تدريب الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل:

و ينبثق عن هذا السؤال الرئيس عدة أسئلة فرعية ، و هي :

- هل توجد علاقة بين أبعاد تدريب الموارد البشرية (تحديد الاحتياجات التدريبية) و تحقيق الميزة التنافسية لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل ؟
- هل توجد علاقة بين أبعاد تدريب الموارد البشرية (تقييم البرنامج التدريبي) و تحقيق الميزة التنافسية لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل ؟
- هل توجد علاقة بين أبعاد تدريب الموارد البشرية (تنفيذ البرنامج التدريبي) و تحقيق الميزة التنافسية لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل ؟
- هل توجد علاقة بين أبعاد تدريب الموارد البشرية (تقويم البرنامج التدريبي) و تحقيق الميزة التنافسية لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل ؟

فرضيات الدراسة :

تمثلت فرضيات الدراسة فيما هوأت:

- الفرضية الرئيسية الأولى : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$) لأبعاد تدريب الموارد البشرية (تحديد الاحتياجات التدريبية ، تصميم البرنامج التدريبي ، تنفيذ البرنامج التدريبي ، تقويم البرنامج التدريبي) على تحقيق الميزة التنافسية (الكفاءة ، الجودة ، الإبداع ، الاستجابة لحاجات الزبائن) لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل . و تنبثق من الفرضية الرئيسية الأولى الفرضيات الفرعية التالية :
 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$) لأبعاد تدريب الموارد البشرية (تحديد الاحتياجات التدريبية ، تصميم البرنامج التدريبي ، تنفيذ البرنامج التدريبي ، تقويم البرنامج التدريبي) على تحقيق الميزة التنافسية (الكفاءة) لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل .
 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$) لأبعاد تدريب الموارد البشرية (تحديد الاحتياجات التدريبية ، تصميم البرنامج التدريبي ، تنفيذ البرنامج التدريبي ، تقويم البرنامج التدريبي) على تحقيق الميزة التنافسية (الجودة) لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل .
 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$) لأبعاد تدريب الموارد البشرية (تحديد الاحتياجات التدريبية ، تصميم البرنامج التدريبي ، تنفيذ البرنامج التدريبي ، تقويم البرنامج التدريبي) على تحقيق الميزة التنافسية (الإبداع) لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل .
 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$) لأبعاد تدريب الموارد البشرية (تحديد الاحتياجات التدريبية ، تصميم البرنامج التدريبي ، تنفيذ البرنامج التدريبي ، تقويم البرنامج التدريبي) على تحقيق الميزة التنافسية (الاستجابة لحاجات الزبائن) لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل .
- الفرضية الرئيسية الثانية : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$) لأبعاد تدريب الموارد البشرية و علاقتها في تحقيق الميزة التنافسية تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس ، العمر ، المستوى الوظيفي ، التحصيل الدراسي ، عدد سنوات الخبرة ، عدد الدورات التدريبية التي شاركت فيها) لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل.

أهداف الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور أبعاد التدريب و علاقته في تحقيق الميزة التنافسية لدى لبنك فلسطين في مدينة الخليل، كما يهدف للتعرف على مدى التزام بنك فلسطين بتطبيق أبعاد تدريب الموارد البشرية، وتقديم التوصيات المناسبة للأصحاب القرار في بنك فلسطين اعتماداً على النتائج التي يتم التوصل إليها .

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من الدور الهام الذي يلعبه تدريب الموظفين خاصة في ظل التحديات الداخلية والخارجية التي تواجهها المنظمات، ومدى حاجتها لمواكبة التطورات؛ واشتداد المنافسة؛ والسعي للتميز والمنافسة، وكما تسعى هذه الدراسة لمعرفة علاقة أبعاد تدريب الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع البنوك، والتعرف على مدى مساهمة التدريب ومحتواه في منظمات الأعمال، وما تستمده هذه الدراسة أهميتها من الجهات المستفيدة منها.

المبحث الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: أبعاد تدريب الموارد البشرية

تعددت المفاهيم والتعريفات التي تناولت تدريب الموارد البشرية، فقد عرفها (Dilworth,2005) بأنها عملية إكساب العاملين باختلاف مستوياتهم الوظيفية في المنظمة مهارات ومعرفة جديدة تساعدهم على امتلاك القدرة على الأداء الجيد في مسيرتهم الإنتاجية في الحاضر والمستقبل وبما يصب في مصلحة تحقيق أهداف المنظمة، بينما ذكر (عباس، سهيلة، 2006) بأنها تلك العملية المنظمة والمستمرة التي تكسب الموظفين المعارف والمهارات والقدرات والاتجاهات والأفكار والآراء اللازمة لأداء عمل معين. وبناء على ما سبق يمكن تعريف تدريب الموارد البشرية على أنها "عملية منظمة وممنهجه تسعى لاكتساب الموظفين مهارات وخبرات وعلوم ومعارف، وبالتالي زيادة كفاءتهم لتحقيق للأهداف المرجوة في المنظمة".

أبعاد تدريب الموارد البشرية :

تمثل عملية تدريب الموارد البشرية بأنها عملية منظمة ومتسلسلة تبدأ بتحديد الاحتياجات التدريبية وتنتهي بالتقييم، وتبدأ على النحو التالي:

- أولاً: تحديد الاحتياجات التدريبية : إن الخطوة الأهم لنجاح عملية التدريب هي تحديد الاحتياجات التدريبية للمتدربين ، حيث إن نجاح التدريب يتطلب المعرفة التامة بالاحتياجات التدريبية لكي يتم التدريب بالصورة الفعالة، وبعملية مخططة ومدروسة. حيث تقوم عليه جميع دعائم العملية التدريبية (الكسيبي، 2009) .
- ثانياً : تصميم البرنامج التدريبي : يتم في هذه المرحلة تحليل الاحتياجات التدريبية بشكل يساعد على تطوير المداخل التدريبية الملائمة للتدريب، وتعتبر نتائج مرحلة تحديد الاحتياجات التدريبية القاعدة الأساسية لجميع الخطوات التي تلها ضمن العملية التدريبية، وتتأثر مرحلة تصميم البرامج بمبادئ وأسس العلوم السلوكية (صابروتعليب، 2111) .
- ثالثاً : تنفيذ البرنامج التدريبي : حيث تتمثل هذه الخطوة بنقل البرنامج وإخراجه إلى حيز الوجود أي تنفيذه، والواقع أن هذه المرحلة مرحلة مهمة وخطيرة ، ففيها يتبين حسن وسلامة التخطيط ، و ينعكس فشلها أو نجاحها سلباً أو إيجاباً على المرحلة التالية، ويعتمد نجاح هذه المرحلة على قدرة المنسق والمدرسين، والظروف المادية وغير المادية التي تحيط بالبرنامج التدريبي (صابروتعليب، 2111) .
- رابعاً : تقييم البرنامج التدريبي : هو التحقق بصورة منظمة و موضوعية من ملاءمة النشاطات وفعاليتها وكفاءتها وتأثيرها في ضوء ما نتوخاه من أهداف (ياغي، 2111)، وتهدف هذه المرحلة إلى معرفة ما أنجز من الخطة التدريبية ، وما حقق من أهدافها، ومعرفة مدى نجاح تطبيق مبادئ وأسس التدريب عند تنفيذ البرامج التدريبية، وتحديد المعوقات التي تواجه تنفيذ البرنامج ، والعمل على تذليلها، معرفة مدى إسهام المتدربين في تطبيق المعارف التي تعلموها (ياغي، 2010).

ثانياً: الميزة التنافسية

تعددت المفاهيم التي تناولت الميزة التنافسية، فعرفها (Sanchez&Heene,2010) قدرة المنظمات على تلبية احتياجات زبائنهم سواء كانت

خدماتية أم إنتاجية بجودة عالية، بهدف إرضائهم، و تلبية احتياجات الموظفين في الشركة، وتوفير عائد على الاستثمار لتحقيق النمو التطور، والوصول إلى الغايات والأهداف المنشودة. بينما ذكر (Woodside& Quaddus, 2015) بأنها كما تعرف الميزة التنافسية بكونها السياسة المتفوقة التي تتبعها الشركة للتنافس في السوق وتحقق أفضل النتائج التي تسعى إليها، وذلك بإتباع استراتيجيات محددة تحقيق الميزة التنافسية. ويرى (المسعودي، 2007) بأنها تشير إلى المجالات التي يمكن للمنظمات أن تنافس غيرها بطريقة أكثر فاعلية في أنشطتها سواء الإنتاجية أو التسويقية أو التمويلية أو البشرية أو الموقع الجغرافي للمنظمة". وبناء على ماسبق فإنه يمكننا تعريف الميزة التنافسية على أنها " قدرة المنظمة على تبني وتطبيق استراتيجيات تحقق للمنظمة مركز تنافسي بين مثيلاتها من المنظمات الأخرى، وذلك باستغلال الفرص ومواجهة التحديات الخارجية باستغلال جميع مواردها.

أهمية الميزة التنافسية :

يرى (البكري، 2008) أن أهمية الميزة التنافسية في منظمات الأعمال تتمحور بما يلي:

- تمنح المنظمات تفوقاً نوعياً وكمياً وأفضلية على منافسها، مما يحقق لها أرباح عالية.
- تعمل الميزة التنافسية على المساهمة في التأثير الإيجابي في مدركات الزبائن مما يحفزهم على الاستمرار بالولاء والتعامل مع المنظمة.
- تتيح للمنظمة التطور والسعي نحو التقدم لتمييز بأفضليتها عن باقي منافسها.
- تتيح للمنظمة الحصول على حصة سوقية أفضل واكبر.

أبعاد الميزة التنافسية :

اختلف الباحثون في أبعاد الميزة التنافسية، ورغم هذه الاختلافات إلا أنها توافقت بعض الأبعاد مع الآخرين، فقد رأى (البكري، 2008) أن الميزة التنافسية تتحقق من خلال: الكفاية المتفوقة وذلك من خلال السيطرة على التكاليف، والجودة المتفوقة وذلك من خلال تقديم منتجات تحقق القبول لدى الزبائن، والإبداع المتفوق وذلك من خلال تقديم منتجات جديدة، والاستجابة المتفوقة لدى الزبائن وذلك من خلال تقدير احتياجات الزبائن. بينما أشارت دراسة (كحيل، 2016) أن أبعاد الميزة التنافسية تتحدد بعد القيمة المدركة لدى العميل، التميز، الجودة، الإبداع، الكلفة، المرونة، التسليم. وبينت دراسة (داسي، 2007) أن أبعاد الميزة التنافسية هي: التكلفة المنخفضة، الجودة، سرعة الاستجابة للزبائن، وقت الاستجابة، والابتكار.

واعتمدت الباحثة الأبعاد التالية للميزة التنافسية وهي: الكفاءة، والجودة، والابداع، وسرعة الاستجابة لاحتياجات الزبائن (Porter, 2006).

دراسات سابقة:

هناك العديد من الدراسات والأدبيات السابقة التي تطرقت لمفهوم تدريب الموارد البشرية والميزة التنافسية، وتوصلت الباحثة إلى مجموعة من الدراسات كان من أهمها:

الدراسات العربية :

دراسة (الشوابكة ، 2016) حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استراتيجية تدريب الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية، من خلال استطلاع آراء المديرين التنفيذيين، ومدراء الإدارات الوسطى ومدراء ورؤساء أقسام الموارد البشرية في قطاع الاتصالات الأردنية. وقد توصل الباحث إلى أن إستراتيجية تدريب الموارد البشرية تمارس تأثيراً معنوياً في تحقيق الميزة التنافسية و تخفيض الكلفة، وتحسين النوعية، وزيادة المرونة، وزيادة الإبتكارية، وخلصت الدراسة بأنه على الشركات أن تقوم بتدريب الموظفين باستمرار و ذلك ليكونوا قادرين على التكيف و التعامل بمهارات عالية مع التغيرات البيئية. وأكدت دراسة (رحيل ، 2015) والتي هدفت إلى إبراز دور التدريب في تحقيق الميزة التنافسية، و قد توصلت هذه الدراسة إلى أهمية التنسيق بين جميع مكونات عملية التدريب مع التركيز أكثر على برامج التدريب و

المدرسون أكثر من المتدربين (العاملين) ، و قد خلصت هذه الدراسة إلى أن العناصر (برامج التدريب ، المدربون ، و المتدربون) رغم أهميتها في تحقيق الميزة التنافسية غير أنه تنقصها الفعالية و المتابعة و اهتمام المؤسسة في تطبيقها ، مما أدى إلى نقص فعالية تطبيق المؤسسة للميزة التنافسية. وأوصت دراسة (الجميلي ، 2014) والتي جاءت حول أثر تدريب الموارد البشرية بتحقيق الميزة التنافسية في المصارف العراقية غير الحكومية " بإنشاء مركز تخصصي يهتم بتدريب العاملين في المصارف، ودراسة احتياجاتهم التدريبية ومتابعة تقييم البرنامج التدريبي بما يعود بالمنفعة على المنظمة في تحقيق ميزة تنافسية.

أما دراسة (نايل، 2013) والتي هدفت لمعرفة علاقة طريقي التدريب داخل المنظمة و خارجها على تحقيق الميزة التنافسية، فقد توصلت إلى العلاقة الطردية بين التدريب و الميزة التنافسية، وقد خلصت الدراسة إلى التأكيد على الدورات التدريبية داخل و خارج المنظمة لتحقيق الميزة التنافسية . وناقشت دراسة (بدران ، 2010) دور تنمية و تدريب الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال في البنوك الإسلامية ، وفعاليتها في إيجاد مزايا تنافسية لها. و توصلت الدراسة إلى أن المزايا التنافسية التي توجد لدى الموارد البشرية في المنظمات تتجلى في المهارات و الأفكار، وأن المنظمات تستطيع تحقيق ميزة تنافسية لها بالأسواق بآليات متعددة منها درجة مهارة موظفيها، و هذا ما تعززه عن طريق التدريب و التنمية.

الدراسات الأجنبية :

وضحت دراسة (Candidats , 2016) حيث هدفت هذه الدراسة إلى بيان أهمية التدريب الداخلي للعاملين في المنظمات غير الربحية لتحقيق الميزة التنافسية، و قد توصلت هذه الدراسة أن التدريب الجيد هو مفتاح الاحتفاظ بالموظفين و بالتالي حثهم على تحقيق ميزة تنافسية ، و خلصت هذه الدراسة إلى أن التدريب يطول جميع العاملين في المنظمة في المستويات الإدارية الثلاث ، وعلى المديرين أن يكونوا على دراية تامة بالاحتياجات التدريبية للموظفين لكي يحقق التدريب النتائج المرجوة منه. وكانت قد أكدت على ذلك دراسة (Mathur , 2015) والتي خلصت إلى ضرورة فهم سلوك الموظف و تدريبه، و ضرورة المواءمة الناجحة بين الموارد البشرية و رأس المال التكنولوجي الذي يوفر للشركات ميزة تنافسية. وأشارت دراسة (Marshaly , 2012) إلى أن هناك طريقتان لتطوير أفكار العاملين و تحقيق الميزة التنافسية، هما التدريب الشامل و المستمر و برامج التنمية، حيث هدفت الدراسة إلى إظهار أن التدريب و التطوير لا يؤديان إلى تحسين الأداء الوظيفي و حسب، بل أيضا تطوير مهارات الإبداع و حل المشاكل، وتحقيق الميزة التنافسية، و توصلت هذه الدراسة إلى أن التدريب و التطوير و يحققان التوازن بين أداء الشركة الحالي والابتكار اللازم . وقد خلصت هذه الدراسة إلى أنه يجب أن يكون لدى القادة مواقف ايجابية و إظهار السلوكيات الداعمة لتشجيع مشاركة الموظفين في برامج التدريب لتحقيق الميزة التنافسية و الابتكار. أما دراسة (Adil, 2015) حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الممارسات الاستراتيجية لإدارة الموارد البشرية الثمانية والأولويات التنافسية (التكلفة، الجودة، والتسليم والمرونة) على أداء التصنيع. وتوصلت الدراسة إلى أن جميع ممارسات إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية الثمانية تؤكد في مجموعها نموذجاً جيداً ، ووجود أثر لتقييم الأداء والأمن الوظيفي ذو دلالة إحصائية للتنبؤ بالأولويات التنافسية (التكلفة، والجودة، والتسليم والمرونة).

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة :

تميز هذه الدراسة عن غيرها من الدراسات السابقة من حيث متغيرات الدراسة إذ قامت بدراسة أبعاد تدريب الموارد البشرية وعلاقتها على الميزة التنافسية، بينما لم تقم أي من الدراسات السابقة بدراسة كل أبعاد تدريب الموارد البشرية على الميزة التنافسية إذ أن بعضها قام بدراسة ممارسات الموارد البشرية، أو دراسة الاثر بين تدريب الموارد البشرية والميزة التنافسية ، بالإضافة إلى ميدان الدراسة ومكانها.

المبحث الثالث: منهجية الدراسة

منهج الدراسة:

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة في الوقت الحاضر وكما هي في الواقع، وهو المنهج المناسب والأفضل لمثل هذه الدراسات باستخدام استبانة أعدت لذلك.

حدود الدراسة :

- الحد المكاني : بنك فلسطين / مدينة الخليل .
- الحد الزمني : يتم تطبيق هذه الدراسة في الفترة الزمنية (شباط _ أيار / 2018) .
- الحد البشري : جميع العاملين في بنك فلسطين / مدينة الخليل .

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع موظفي بنك فلسطين في مدينة الخليل و الذين يبلغ عددهم (87) موظف و موظفة. وتكونت العينة من (55) موظف وموظفة، وقد تم اختيارهم بالطريقة العشوائية، حيث تم توزيع الاستبانة على العينة وتم استرداد 51 استبانة بنسبة استرجاع بلغت 92.7% والجدول الأول يبين خصائص العينة الديموغرافية:

جدول 1 رقم (1): خصائص العينة الديموغرافية

المتغير	مستويات المتغير	العدد	النسبة %
الجنس	ذكر	27	52.9
	أنثى	22	43.1
المسمى الوظيفي	المدير المفوض	5	9.8
	نائب المدير المفوض	3	5.9
	مدير إدارة	4	7.8
	رئيس قسم	30	58.8
التحصيل الدراسي	ثانوية عامة فاقل	1	2.0
	دبلوم	1	2.0
	بكالوريوس	36	70.6
	دبلوم م عالي	2	3.9
	ماجستير	10	19.6
	دكتوراه	1	2.0
الفئة العمرية	(20-29) سنة	30	58.8
	(30-39) سنة	17	33.3
	(40-49) سنة	4	7.8
	سنة(50-59)	0	0
	سنة فأكثر (60-69)	0	0
عدد سنوات الخبرة في المركز الوظيفي بالبنك	(1-3) سنة	18	35.3
	(4-6) سنة	17	33.3
	(7-9) سنة	8	15.7
	(10-12) سنة	6	11.8
	(13-15) سنة فأكثر	2	3.9
الدورات التدريبية التي شاركت فيها	لا شيء	3	5.9
	دورة واحدة	2	3.9
	دورتان	6	11.8
	ثلاث دورات	10	19.6
	أربع دورات	1	2.0
	خمس دورات فأكثر	29	56.9

أداة الدراسة:

قامت الباحثة بتصميم استبانة للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها، وقد تكونت هذه الاستبانة من (59) فقرة موزعة على جميع متغيرات الدراسة، وتم الاستعانة بدراسة (الجميلي، 2014) ودراسة (عبد الكريم وحמיד، 2017).

صدق أداة الدراسة وثباتها:

تم اختبار صدق الأداة (validity) المستخدمة في الدراسة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص في موضوع الدراسة، وقد تم إجراء التعديلات المناسبة في ضوء الملاحظات التي أبدوها. في حين تم قياس ثبات الأداة (reliability) من خلال استخراج معامل الثبات (الفا كرونباخ) والذي يعبر عن قوة ثبات الاستبيان وإعطائها لنفس النتائج في حال إعادة التطبيق.

أ. نتائج حساب الثبات للعملية التدريبية:

تم حساب الثبات لمتغير الدراسة الخاص بالعملية التدريبية في الاستبيان التي شملت (33) فقرة وخلصت النتائج في الجدول رقم (2) التالي:

جدول رقم (2) يوضح نتائج الثبات للعملية التدريبية

المتغير	معامل الفا كرونباخ
تحديد الاحتياجات التدريبية	0.868
تصميم البرنامج التدريبي	0.991
تنفيذ البرنامج التدريبي	0.835
تقويم البرنامج التدريبي	0.895
العملية التدريبية	0.945

يلاحظ من الجدول أعلاه أن جميع الفقرات الأساسية في متغير الدراسة الخاص بالعملية التدريبية لقيم الفا كرونباخ أكبر من قيمة (0.7) وهذا يدل على إمكانية الوثوق بهذا المتغير ودراسته ضمن الفرضيات.

ب. نتائج حساب الثبات للميزة التنافسية:

تم حساب الثبات لمتغير الدراسة الخاص بالميزة التنافسية في الاستبيان والتي شملت على (26) فقرة. وخلصت النتائج كما في الجدول رقم (3) التالي:

جدول رقم (3) يوضح حساب الثبات للميزة التنافسية

المتغير	معامل الفا كرونباخ
الكفاءة	0.851
الجودة	0.870
الإبداع	0.892
الاستجابة	0.888
الميزة التنافسية	0.940

يلاحظ من الجدول أعلاه أن جميع الفقرات الأساسية في متغير الدراسة الخاص بالميزة التنافسية لقيم الفا كرونباخ أكبر من (0.7) وهذا يدل على إمكانية الوثوق بهذا المتغير ودراسته ضمن الفرضيات.

المعالجة الإحصائية:

بعد جمع بيانات الدراسة، قامت الباحثة بمراجعتها وذلك تمهيداً لإدخالها للحاسوب، لعمل المعالجة الإحصائية للبيانات، وقد تم إدخالها وذلك بإعطائها أرقاماً معينة على مقياس ليكرت (Likert) للاتجاهات ذي الأوزان الخمسة و للأوزان اتفق تماماً 5 درجات، اتفق 4 درجات، غير متأكد 3 درجات، لا اتفق درجتان، لا اتفق تماماً درجة واحدة، .

وقد تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخراج الأعداد، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، اختبارات (t-test)، اختبار التباين الأحادي (one way analysis of variance)، ومعادلة الثبات كرونباخ ألفا، وذلك باستخدام برنامج الرزم الإحصائية SPSS.

تصحيح المقياس:

وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي وهو أسلوب لقياس السلوكيات ويستعمل في الاستبيانات وبخاصة في مجال الإحصاء. ويعتمد المقياس على ردود تدل على درجة تدريب الموارد البشرية في بنك فلسطين بناء على المتوسطات الحسابية:

جدول رقم (4): مفاتيح المتوسطات الحسابية

الدرجة	المتوسط الحسابي
منخفضة	أقل 2.33
متوسطة	2.33 – 3.66
مرتفعة	3.66

المبحث الرابع: تحليل نتائج الدراسة

عرض وتحليل نتائج فقرات المتغير:

اشتمل الاستبيان المتعلق بالمتغير المستقل (ابعاد تدريب الموارد البشرية) على (33) فقرة، ضمت أربعة متغيرات أساسية هي:

- المتغير الأول هو تحديد الاحتياجات التدريبية والتي تضمنت (7) فقرات.
- المتغير الثاني وهو تصميم البرنامج التدريبي وإعداده وتضمن (11) فقرة.
- المتغير الثالث وهو تنفيذ البرنامج التدريبي وشمل على (6) فقرات.
- المتغير الرابع وهو تقويم البرنامج التدريبي واشتمل على (9) فقرات

(أ) مرحلة تحديد الاحتياجات التدريبية: حيث يترتب على إدارة البنك تحديد المهارات والمعلومات والتغيرات واتجاهات العاملين لجعلها مناسبة لهم للنهوض بواجباتهم بكفاءة عالية، وهي أولى المراحل وقد قسمت إلى (7) فقرات وكانت نتائج البيانات الآتي:

نلاحظ من الجدول (5) ومن خلال المعطيات الواردة في الجدول أن أبرز الاحتياجات التدريبية من وجهة نظر موظفي بنك فلسطين في مدينة الخليل، كالتالي في المرتبة الأولى الفقرة رقم (1) التي نصت على (تحدد إدارة البنك حاجتها بأسلوب مخطط و وفقاً لأهداف موضوعية سابقاً) بمتوسط حسابي (4.4706) مع انحراف معياري (0.902285)، والتي تعد أبرز الاحتياجات التدريبية، تلاها الفقرة رقم (2) والتي نصت على (تحدد إدارة البنك حاجتها للتدريب في ضوء متطلبات أداء الخدمة للزبون) بمتوسط حسابي (4.3137) مع انحراف معياري (0.81216). في حين جاءت أقل الفقرات الفقرة رقم (5) والتي نصت على (تتوفر القناعة لدى الإدارة بان تحديد الاحتياجات التدريبية بشكل دقيق يسهم في نجاح عملية التدريب المطلوبة) بمتوسط حسابي (4.0196) مع انحراف معياري (1.02937) التي تعد الأقل

احتياجاً بالمقارنة مع الاحتياجات الأخرى، تلاها الفقرة رقم (7) والتي نصت على (تمثل عملية تحديد الاحتياجات التدريبية في البنك مدخلا لتحليل عوامل القوة ونقاط الضعف لدى المتدربين) بمتوسط حسابي (4.0196) مع انحراف معياري (1.02937).

جدول رقم (5): يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات عينة الدراسة عن فقرات المتغير المستقل (تحديد الاحتياجات التدريبية)

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	1	تحدد إدارة البنك حاجتها بأسلوب مخطط و وفقاً لأهداف موضوعة سابقاً	4.4706	.90228	مرتفعة
2	2	تحدد إدارة البنك حاجتها للتدريب في ضوء متطلبات أداء الخدمة للزبون	4.3137	.81216	مرتفعة
3	3	تهتم إدارة البنك بالتقويم المستمر لأساليب تقديم الخدمة البنكية للزبون	4.2941	.75615	مرتفعة
4	6	يركز البنك على العلميات الحالية و المتوقعة عند تحديد الاحتياجات التدريبية	4.2353	.90749	مرتفعة
5	4	تدرس إدارة البنك مهارات العاملين و الحاجة إلى تطويرها في ضوء المستجدات	4.2157	.80781	مرتفعة
6	7	تمثل عملية تحديد الاحتياجات التدريبية في البنك مدخلا لتحليل عوامل القوة و نقاط الضعف لدى المتدربين	4.1765	.88783	مرتفعة
7	5	تتوفر القناة لدى الإدارة بان تحديد الاحتياجات التدريبية بشكل دقيق يسهم في نجاح عملية التدريب المطلوبة	4.0196	1.02937	مرتفعة
الدرجة الكلية					
			4.2465	.65470	مرتفعة

ب) مرحلة تصميم البرنامج التدريبي وإعداده: وفي هذه المرحلة يستلزم من إدارة البنك: الشروع في تصميم البرامج التدريبية وتحديد مفرداته وتهئية مستلزمات نجاحه وقد قسمت هذه المرحلة إلى (11) فقرة وكانت النتائج كما في الجدول رقم (6).

جدول رقم (6): يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات عينة الدراسة عن فقرات المتغير (مرحلة تصميم البرنامج التدريبي)

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	8	تحدد إدارة البنك عند تصميم اي برنامج تدريبي الأهداف المطلوب تحقيقها من وراء ذلك البرامج	4.5490	.61037	مرتفعة
2	14	يخصص البنك ضمن موازنته مبالغ مناسبة لتغطية نفقات العملية التدريبية	4.3137	.81216	مرتفعة
3	10	تستخدم في البنك أساليب متعددة معززة بالنقاش لتغطية مفردات البرنامج التدريبي	4.2941	.94433	مرتفعة
4	16	يأخذ البنك بنظر الاعتبار عند تصميم البرامج التوقيت الزمني المناسب لمفردات البرنامج	4.2745	.77662	مرتفعة
5	15	تحرص إدارة البنك على الاختيار المناسب لمكان التدريب	4.2549	.91309	مرتفعة
6	17	تؤمن إدارة البنك بان نجاح اي برنامج تدريبي يتوقف على الاختيار الصحيح للطريقة التي يتم بموجبها تحقيق أهداف التدريب	4.2353	.99173	مرتفعة
7	18	يسعى البنك إلى المواءمة بين محتوى الموضوعات التدريبية و أهداف البرنامج التدريبي عند التصميم	4.1961	.89487	مرتفعة

مرتفعة	91694.	4.1961	يمتلك البنك المستلزمات التدريبية المطلوبة من قاعات و وسائل تدريب سمعية و بصرية لإتمام عملية التدريب	11	8
مرتفعة	86501.	4.1765	تحرص إدارة البنك ان تكون مفردات البرنامج التدريبي متناسبة مع مستويات المشاركين في ذلك البرنامج	12	9
مرتفعة	79607.	4.0784	يراعي البنك اختيار المجموعات المتجانسة من المتدربين لضمان تحقيق الأهداف المرجوة من العملية التدريبية	13	10
مرتفعة	1.00976	4.0196	تحرص إدارة البنك على توفير كوارد تدريبية فاعلة لإيصال المادة التدريبية للمشاركين في البرنامج	12	11
مرتفعة	63459.	4.2353	الدرجة الكلية		

نلاحظ من الجدول السابق ومن خلال المعطيات الواردة في الجدول أن الفقرات المهمة من وجهة نظر موظفي بنك فلسطين في مدينة الخليل لتصميم البرنامج التدريبي و إعداده، كالتالي في المرتبة الأولى الفقرة رقم(8) التي نصت على (تحدد إدارة البنك عند تصميم اي برنامج تدريبي الأهداف المطلوب تحقيقها من وراء ذلك البرامج) بمتوسط حسابي (4.5490) مع انحراف معياري (0.61037)، والتي تعد ابرز الفقرات، تلاها الفقرة رقم (14) والتي نصت على (يخصص البنك ضمن موازنته مبالغ مناسبة لتغطية نفقات العملية التدريبية) بمتوسط حسابي (4.3137) مع انحراف معياري (0.81216). في حين جاءت أقل الفقرات الفقرة رقم (12) والتي نصت على (تحرص إدارة البنك على توفير موارد تدريبية فاعلة لإيصال المادة التدريبية للمشاركين في البرنامج) بمتوسط حسابي (4.0196) مع انحراف معياري (1.00976) التي تعد الأقل أهمية بالمقارنة مع الفقرات الأخرى ، تلاها الفقرة رقم (13) والتي نصت على (يراعي البنك اختيار المجموعات المتجانسة من المتدربين لضمان تحقيق الأهداف المرجوة من العملية التدريبية) بمتوسط حسابي (4.0784) مع انحراف معياري (0.7960).

ج) مرحلة تنفيذ البرنامج التدريبي: بعد مرحلتي تحديد الاحتياجات التدريبية وتصميم البرنامج التدريبي من قبل موظفي بنك فلسطين في مدينة الخليل عينة الدراسة يتم إدخال البرنامج التدريبي حيز التنفيذ بعد تهيئة مستلزمات نجاح تنفيذه من إجراءات ضامنة وحث المشاركين على الالتزام وإنفاذ الأمر إلى مختصين للإشراف على التنفيذ وتوفير أفضل الوسائل والتقنيات الحديثة لذلك.. وهذه المرحلة تعد المرحلة الثالثة من مراحل العملية التدريبية وقد قسمت فقراتها إلى (6) فقرات وكانت الإجابات والنتائج الخاصة بها هي الآتي وكما يوضحها الجدول رقم (7).

جدول رقم (7) يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات عينة الدراسة فقرات المتغير (مرحلة تنفيذ البرنامج التدريبي)

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	23	يعتمد البنك التقنيات الحديثة في تنفيذ البرنامج التدريبي	4.4314	90011.	مرتفعة
2	19	تتخذ إدارة البنك مجموعة من الإجراءات الضامنة لتنفيذ البرنامج التدريبي	4.3922	72328.	مرتفعة
3	20	تؤمن إدارة البنك بان تنفيذ البرنامج التدريبي بشكل فاعل و كفوء يتوقف على التحديد الدقيق للاحتياجات التدريبية و على التصميم الجيد للبرنامج	4.2549	95589.	مرتفعة
4	21	يأخذ البنك بنظر الاعتبار التزامات المشاركين الوظيفية في البرنامج التدريبي عند تحديد موعد تنفيذ البرنامج	4.2549	86817.	مرتفعة
5	22	تكلف إدارة البنك احد الأفراد المختصين للاشراف على تنفيذ البرنامج التدريبي يتولى مهمة تذليل الصعوبات التي تواجه عملية التنفيذ	4.2353	1.03128	مرتفعة
6	24	يلتزم البنك بتوفير وسائل نقل مريحة لنقل المتدربين عند اعتماد طريقة التدريب الخارجي	4.0196	1.36367	مرتفعة
الدرجة الكلية			4.2647	73574.	مرتفعة

نلاحظ من الجدول السابق ومن خلال المعطيات الواردة في الجدول أن أبرز مرحلة من مراحل تنفيذ البرنامج التدريبي من وجهة نظر موظفي بنك فلسطين في مدينة الخليل، كالتالي في المرتبة الأولى الفقرة رقم (23) التي نصت على (يعتمد البنك التقنيات الحديثة في تنفيذ البرنامج التدريبي) بمتوسط حسابي (4.4314) مع انحراف معياري (0.90011)، تلاها الفقرة رقم (19) والتي نصت على (تتخذ إدارة البنك مجموعة من الإجراءات الضامنة لتنفيذ البرنامج التدريبي) بمتوسط حسابي (4.3922) مع انحراف معياري (0.72328).

في حين جاءت أقل الفقرات الفقرة رقم (24) والتي نصت على (يلتزم البنك بتوفير وسائل نقل مريحة لنقل المتدربين عند اعتماد طريقة التدريب الخارجي) بمتوسط حسابي (4.0196) مع انحراف معياري (1.36367) التي تعد الأقل أهمية بين مراحل تنفيذ البرنامج التدريبي بالمقارنة مع المراحل الأخرى، تلاها الفقرة رقم (7) والتي نصت على (تكلف إدارة البنك أحد الأفراد المختصين للإشراف على تنفيذ البرنامج التدريبي يتولى مهمة تذليل الصعوبات التي تواجه عملية التنفيذ) بمتوسط حسابي (4.2353) مع انحراف معياري (1.03128).

(د) مرحلة تقويم البرنامج التدريبي: بعد مرحلة تنفيذ البرنامج التدريبي وفي خلالها على إدارة المصارف أن تتابع ذلك التنفيذ عن طريق الرقابة ثم بعد ذلك تقوم بعملية تقويم البرنامج من قبل أعضاء مجلس الإدارة في المصارف وتحديد الاستفادة من الإيجابيات ونقاط القوة لتعزيزها وتحديد السلبيات ونقاط الضعف لكي يمكن معالجتها وتعد هذه المرحلة هي المرحلة الأخيرة من بين مراحل العملية التدريبية وقسمت هذه المرحلة إلى (9) فقرات وكانت نتائج إجابات عينة الدراسة كما هي واضحة في الجدول رقم (8) التالي:

جدول رقم (8): يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات عينة الدراسة عن فقرات المتغير (مرحلة تقويم البرنامج التدريبي)

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	32	يقوم البنك بعد انتهاء البرنامج التدريبي بتوزيع استبيان على المتدربين لغرض التقويم	4.3137	.70683	مرتفعة
2	25	تؤمن إدارة البنك بأهمية تقويم البرامج التدريبية لتقرير مدى فاعليتها	4.3137	.83643	مرتفعة
3	26	تمارس إدارة البنك مهمة التقويم الشامل خلال مراحل تنفيذ البرنامج التدريبي وبعده	4.2353	.68083	مرتفعة
4	31	يستخدم البنك وسائل معينة لتقويم البرنامج التدريبي كتقارير المشرفين و تقارير الأداء	4.1176	1.01286	مرتفعة
5	30	تقوم إدارة البنك باتخاذ خطوات علاجية (مبدأ الثواب و العقاب) في ضوء نتائج التقويم	4.0980	1.00509	مرتفعة
6	33	يسهم البرنامج التدريبي بتخفيض معدلات دوران العاملين في البنك	4.0980	.98499	مرتفعة
7	29	هناك تشخيص دقيق لجميع معطيات البرامج التدريبية من خلال عمليات التقويم المعتمدة	4.0000	1.07703	مرتفعة
8	27	يتم اختبار المتدربين لمعرفة ما اكتسبوه من معرفة ومهارات بعد الانتهاء من البرنامج التدريبي	3.9804	1.10436	مرتفعة
9	28	يتعرف البنك على نجاح التدريب من خلال زيادة مستويات أداء العاملين	3.9608	1.11285	مرتفعة
الدرجة الكلية			4.1242	.70716	مرتفعة

نلاحظ من الجدول السابق ومن خلال المعطيات الواردة في الجدول أن الفقرات المهمة من وجهة نظر موظفي بنك فلسطين في مدينة الخليل في مرحلة تقويم البرنامج التدريبي، كالتالي في المرتبة الأولى الفقرة رقم (32) التي نصت على (يقوم البنك بعد انتهاء البرنامج التدريبي بتوزيع استبيان على المتدربين لغرض التقويم) بمتوسط حسابي (4.3137) مع انحراف معياري (0.70683)، والتي تعد أبرز الفقرات بالإضافة إلى الفقرة رقم (14) والتي نصت على (تؤمن إدارة البنك بأهمية تقويم البرامج التدريبية لتقرير مدى فاعليتها) بمتوسط حسابي (4.3137) مع

انحراف معياري (0.83643). في حين جاءت أقل الفقرات الفقرة رقم (28) والتي نصت على (يتعرف البنك على نجاح التدريب من خلال زيادة مستويات أداء العاملين) بمتوسط حسابي (3.9608) مع انحراف معياري (1.11285) التي تعد الأقل أهمية بالمقارنة مع الفقرات الأخرى ، تلاها الفقرة رقم (13) والتي نصت على (يتم اختبار المتدربين لمعرفة ما اكتسبوه من معرفة ومهارات بعد الانتهاء من البرنامج التدريبي) بمتوسط حسابي (3.9804) مع انحراف معياري (1.10436).

عرض وتحليل نتائج فقرات المتغير التابع (الميزة التنافسية)

اشتمل الاستبيان المتعلق بالمتغير التابع وهي الميزة التنافسية على (26) فقرة تخص أربعة متغيرات في هذه الدراسة، وقد قسم الاستبيان الخاص بالمتغير إلى أربعة متغيرات هي:

- المتغير الأول هي الكفاءة والتي تم قياسها بـ (6) فقرات.
- المتغير الثاني هي الجودة والتي ضمت (6) فقرات أيضاً.
- المتغير الثالث وهو الإبداع واحتوى على (6) فقرات كذلك.
- المتغير الرابع وهو الاستجابة لحاجات الزبون وتم قياسها بـ (8) فقرات.

وفيما يلي عرض وتحليل نتائج فقرات أساسيات بناء الميزة التنافسية الأربعة موضوع الدراسة وكالاتي:

(أ) عرض وتحليل نتائج فقرات الكفاءة. يعتمد المتغير التابع المتمثل بالميزة التنافسية على إمكانية البنك بتحقيق الاستغلال الأمثل لموارده المتاحة ومن ضمنها الموارد البشرية وإمكانياته كذلك في تخفيض كلف خدماته المقدمة للزبان وبالتالي تحقيق عائد أكبر مقارنة بالمصاريف المنافسة الأخرى، وقد قسمت هذه الفقرة إلى (6) فقرات والتي من خلالها تم قياس متغير الكفاءة وكانت نتائج البيانات كما هي موضحة في الجدول رقم (9).

جدول رقم (9) يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات عينة الدراسة عن فقرات المتغير التابع (الكفاءة)

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	34	توافر الأعداد المطلوبة من العاملين الكفوئين نتيجة لتدريبهم ضمن لإدارة البنك تقديم خدماته بأقل الكلف	4.5294	.61165	مرتفعة
2	35	ان الاستخدام الأمثل لطاقت العاملين في البنك يجعله قادرا على تقديم خدماته البنكية بكلفة أقل من كلف المصارف المنافسة	4.3333	.65320	مرتفعة
3	36	كلف إعداد و تأهيل العاملين في البنك قليلة قياسا بالمصارف المنافسة	4.2941	.96528	مرتفعة
4	38	تسهم البرامج التدريبية في المصارف بتخفيض تكاليف الإشراف على العاملين	4.0588	.94682	مرتفعة
5	37	تتميز خدمات البنك بانخفاض كلفها مقارنة بكلف المصارف المنافسة	3.9412	1.13863	مرتفعة
6	39	يحقق البنك عائدا اكبر ند تنفيذ برامجه التدريبية	3.9216	1.11073	مرتفعة
		الدرجة الكلية	4.1797	.66820	مرتفعة

نلاحظ من الجدول السابق ومن خلال المعطيات الواردة في الجدول أن فقرة تدعم كفاءة من وجهة نظر موظفي بنك فلسطين في مدينة الخليل، كانت في المرتبة الأولى الفقرة رقم (34) والتي نصت على (توافر الأعداد المطلوبة من العاملين الكفوئين نتيجة لتدريبهم ضمن لإدارة البنك تقديم خدماته بأقل الكلف) بمتوسط حسابي (4.5294) مع انحراف معياري (0.61165)، تلاها الفقرة رقم (35) والتي نصت على (أن الاستخدام الأمثل لطاقت العاملين في البنك يجعله قادرا على تقديم خدماته البنكية بكلفة أقل من كلف المصارف المنافسة) بمتوسط حسابي (4.3333) مع انحراف معياري (0.65320).

في حين جاءت أقل الفقرات الفقرة رقم (39) والتي نصت على (يحق البنك عائدا أكبر عند تنفيذ برامجه التدريبية) بمتوسط حسابي (3.9216) مع انحراف معياري (1.11073) التي تعد الأقل أهمية بين الفقرات الأخرى، تلاها الفقرة رقم (37) والتي نصت على (تتميز خدمات البنك بانخفاض كلفها مقارنة بكلف المصارف المنافسة) بمتوسط حسابي (3.9412) مع انحراف معياري (1.13863).

(ب) عرض وتحليل نتائج فقرات الجودة. يعتمد متغير الجودة الذي هو من أساسيات بناء الميزة التنافسية (المتغير التابع) على مدى استجابة إدارة المصارف عينة الدراسة والعاملين فيها وقدرتهم على تقديم أفضل الخدمات البنكية بحيث يشعر الزبائن باختلاف واضح فيما بين هذه الخدمات مقارنة بالخدمات البنكية من قبل المصارف المنافسة الأخرى، وقد قسمت إلى (6) فقرات وكانت نتائج البيانات كما موضحة في الجدول رقم (10) التالي:

جدول رقم (10) يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات عينة الدراسة عن فقرات المتغير التابع (الجودة)

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	40	يتم تحسين جودة الخدمة البنكية المقدمة من خلال تدريب العاملين لإكسابهم المعارف والمهارات المطلوبة	4.4510	.57667	مرتفعة
2	41	تقديم البنك خدمات عالية الجودة يؤدي إلى زيادة في عدد الزبائن و مواجهة المنافسين	4.3922	.66569	مرتفعة
3	44	تقوم إدارة المصارف بتقديم خدمات مصرفية تتوافق مع توقعات الزبون	4.2549	.97659	مرتفعة
4	45	يتم البنك في تصميم برامجه التدريبية لتحقيق أفضل مستوى جودة ممكنة لخدماته	4.2353	.97135	مرتفعة
5	43	تتميز خدمات البنك بالجودة العالية مقارنة بالمصارف الأخرى	4.2353	.90749	مرتفعة
6	42	يستقطب البنك العناصر المدربة لكي يساهم في تقديم خدمات بجودة عالية	4.1176	1.05161	مرتفعة
الدرجة الكلية			4.2810	.68190	مرتفعة

نلاحظ من الجدول السابق ومن خلال المعطيات الواردة في الجدول أن فقرة تدعم الجودة من وجهة نظر موظفي بنك فلسطين في مدينة الخليل، كالتالي في المرتبة الأولى الفقرة رقم (40) التي نصت على (يتم تحسين جودة الخدمة البنكية المقدمة من خلال تدريب العاملين لإكسابهم المعارف والمهارات المطلوبة) بمتوسط حسابي (4.4510) مع انحراف معياري (0.57667)، تلاها الفقرة رقم (41) والتي نصت على (تقديم البنك خدمات عالية الجودة يؤدي إلى زيادة في عدد الزبائن و مواجهة المنافسين) بمتوسط حسابي (4.3922) مع انحراف معياري (0.66569).

في حين جاءت أقل الفقرات الفقرة رقم (42) والتي نصت على (يستقطب البنك العناصر المدربة لكي يساهم في تقديم خدمات بجودة عالية) بمتوسط حسابي (4.1176) مع انحراف معياري (1.05161) التي تعد الأقل أهمية بين الفقرات الأخرى، تلاها الفقرة رقم (43) والتي نصت على (تتميز خدمات البنك بالجودة العالية مقارنة بالمصارف الأخرى) بمتوسط حسابي (4.2353) مع انحراف معياري (1.05161).

(ج) عرض وتحليل نتائج فقرات الإبداع. يعتمد المتغير الأساسي من المتغير التابع المتمثل بالميزة التنافسية على إمكانية إدارة المصارف عينة الدراسة في قدرتها على الإبداع في تحسين خدماتها البنكية وإمكانية التجديد بين فترة وأخرى على تقديم خدمات جديدة وذلك اعتماداً على تنمية القدرات الإبداعية لمواردها البشرية العاملة عن طريق البرامج التدريبية. وقد قسمت فقرة الإبداع إلى (6) فقرات ، وكانت نتائج البيانات هي كما موضحة في الجدول رقم (11) الآتي:

نلاحظ من الجدول (11) ومن خلال المعطيات الواردة في الجدول أن فقرة تدعم الإبداع من وجهة نظر موظفي بنك فلسطين في مدينة الخليل، كالتالي في المرتبة الأولى الفقرة رقم (46) التي نصت على (تؤمن إدارة البنك بان الإبداع في تحسين الخدمة البنكية يعزز من مركزه

التنافسي) بمتوسط حسابي (4.4510) مع انحراف معياري(78266)، تلاها الفقرة رقم (49) والتي نصت على (يسعى البنك باستمرار على إدخال تحسينات في الخدمة البنكية المقدمة) بمتوسط حسابي (4.2941) مع انحراف معياري(70126). في حين جاءت أقل الفقرات الفقرة رقم (51) والتي نصت على (يسعى البنك إلى تنمية القدرات الإبداعية للأفراد العاملين لديه عن طريق البرامج التدريبية) بمتوسط حسابي (4.1569) مع انحراف معياري (0.90272) التي تعد الأقل أهمية بين الفقرات الأخرى، تلاها الفقرة رقم (47) والتي نصت على (يجري البنك تغييرات على نشاطاته المختلفة من أجل مواجهة المنافسين) بمتوسط حسابي (4.2549) مع انحراف معياري (0.844821).

جدول رقم (11) يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات عينة الدراسة عن فقرات المتغير التابع (الإبداع)

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	46	تؤمن إدارة البنك بان الإبداع في تحسين الخدمة البنكية يعزز من مركزه التنافسي	4.4510	.78266	مرتفعة
2	49	يسعى البنك باستمرار على إدخال تحسينات في الخدمة البنكية المقدمة	4.2941	.70126	مرتفعة
3	48	يسعى البنك إلى توسيع أفاق التجديد في تقديم الخدمات البنكية للزبائن	4.2941	.75615	مرتفعة
4	50	يبادر البنك بين مدة وأخرى تقديم خدمات مصرفية جديدة	4.2745	1.02134	مرتفعة
5	47	يجري البنك تغييرات على نشاطاته المختلفة من أجل مواجهة المنافسين	4.2549	.84482	مرتفعة
6	51	يسعى البنك إلى تنمية القدرات الإبداعية للأفراد العاملين لديه عن طريق البرامج التدريبية	4.1569	.90272	مرتفعة
		الدرجة الكلية	4.2876	.67830	مرتفعة

د) عرض وتحليل نتائج فقرات الاستجابة لحاجات الزبون. يعتمد المتغير الأساسي (الاستجابة لحاجات الزبون) من المتغير التابع المتمثل بالميزة التنافسية على مدى سرعة استجابة إدارة البنك والعاملين فيها لحاجات الزبائن وبأقل وقت ممكن وتلبيتها بالوقت المناسب مما يسهم ذلك في بناء السمعة الجيدة وبالتالي القدرة على المنافسة، وقد قسمت فقرة الاستجابة إلى (8) فقرات، وكانت نتائج البيانات كما موضحة في الجدول رقم (12) التالي:

جدول رقم (12) يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات مفردات عينة الدراسة عن فقرة المتغير التابع (الاستجابة لحاجات الزبون)

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	59	يعد البنك سرعة تقديم الخدمة البنكية للزبون أمراً يسهم في بناء سمعته	4.3922	.63493	مرتفعة
2	52	يستطيع البنك المناورة بالعاملين من ذوي المهارات المتنوعة لتنفيذ أكثر من مهمة	4.2549	.84482	مرتفعة
3	57	يتمكن العاملون بالبنك نتيجة لتدريبهم من انجاز مهامهم في الوقت المحدد	4.2549	.62748	مرتفعة
4	55	يحرص البنك على انجازه الخدمة البنكية بأقل وقت ممكن	4.2353	.78964	مرتفعة
5	53	لدى البنك القدرة على التكيف السريع لتقديم خدمات مصرفية متنوعة لزيائته تلي حاجتهم	4.2353	.83877	مرتفعة
6	58	تؤمن إدارة البنك بان انجاز الخدمات بشكل سريع يجعلها قادرة على مواجهة المنافسين	4.1961	.77510	مرتفعة
7	54	توفر القدر الكافي من المرونة لدى البنك هو تعزيزاً لمركزه التنافسي	4.1961	.95958	مرتفعة
8	56	يلبي البنك طلبات الزبائن بالوقت المناسب	4.0588	.92546	مرتفعة
		الدرجة الكلية	4.2279	.60400	مرتفعة

نلاحظ من الجدول السابق ومن خلال المعطيات الواردة في الجدول أن فقرة تدعم الاستجابة لحاجة الزبون من وجهة نظر موظفي بنك فلسطين في مدينة الخليل، كالتالي في المرتبة الأولى الفقرة رقم(59) التي نصت على (يعد البنك سرعة تقديم الخدمة البنكية للزبون أمراً يسهم في بناء سمعته) بمتوسط حسابي (4.3922) مع انحراف معياري(63493)، تلاها الفقرة رقم (52) والتي نصت على (يستطيع البنك المناورة بالعاملين من ذوي المهارات المتنوعة لتنفيذ أكثر من مهمة) بمتوسط حسابي (4.2549) مع انحراف معياري(84482). في حين جاءت أقل الفقرات الفقرة رقم (51) والتي نصت على (يلبي البنك طلبات الزبائن بالوقت المناسب بمتوسط حسابي (4.0588) مع انحراف معياري (0.92546) التي تعد الأقل أهمية بين الفقرات الأخرى، تلاها الفقرة رقم (47) والتي نصت على (توفر القدر الكافي من المرونة لدى البنك هو تعزيزاً لمركزه التنافسي) بمتوسط حسابي (4.1961) مع انحراف معياري (0.95958).

النتائج المتعلقة بالإجابة عن فرضية الدراسة الرئيسية الأولى:

تم اختبار فرضية الدراسة الرئيسية الأولى، حيث تم استخدام اختبار (معاملات الارتباط (سبيرمان))، كما هي موضح في الجدول (13).

جدول 13: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

المتغير	الميزة التنافسية	الكفاءة	الجودة	الإبداع	الاستجابة لحاجات الزبائن
تحديد الاحتياجات التدريبية	.662**	.589**	.635**	.540**	.458**
تصميم البرنامج التدريبي	.808**	.665**	.682**	.719**	.635**
تنفيذ البرنامج التدريبي	.675**	.699**	.715**	.510**	.365**
تقويم البرنامج التدريبي	.745**	.740**	.681**	.553**	.527**
العملية التدريبية	.847**	.782**	.783**	.685**	.594**

**تعني أن القيمة معنوية بدرجة عالية عند مستوى 0.10

يتضح من الجدول رقم (13) أن كافة النتائج بين متغيرات العملية التدريبية ومتغيرات الميزة التنافسية تؤكد على أن العلاقة بين المتغيرين علاقة طردية قوية عند مستوى دلالة إحصائية 0.10 حيث بلغ معامل الارتباط البسيط (سبيرمان) العام (**.847) عند مستوى الدلالة الإحصائية 0.10 وهي علاقة طردية قوية.

- للإجابة عن فرضية الدراسة الأولى الفرعية : نلاحظ من خلال النتائج التي يظهرها الجدول (13) أن النتائج بين متغير العملية التدريبية والميزة التنافسية (الكفاءة) تؤكد على أن العلاقة بين المتغيرين علاقة طردية قوية حيث بلغ معامل الارتباط البسيط (سبيرمان) العام (0.685) بالتالي توجد علاقة بين المتغيرين عند مستوى دلالة 0.01 ومن خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أيضاً أن العلاقة بين متغير الميزة التنافسية (الكفاءة) ومتغيرات العملية التدريبية الأربعة وهي على التوالي (تحديد الاحتياجات التدريبية، تصميم البرنامج التدريبي، تنفيذ البرنامج التدريبي، تقويم البرنامج التدريبي) هي علاقة طردية قوية حيث بلغ معامل الارتباط البسيط (**.0589، **.0665، **.0699، **.7400) وهي علاقة طردية قوية إذ توجد دلالة معنوية لتلك المعاملات.
- للإجابة عن فرضية الدراسة الثانية الفرعية : نلاحظ من خلال النتائج التي يظهرها الجدول (13) أن النتائج بين متغير العملية التدريبية والميزة التنافسية (الجودة) تؤكد على أن العلاقة بين المتغيرين علاقة طردية قوية حيث بلغ معامل الارتباط البسيط (سبيرمان) العام (0.783) بالتالي توجد علاقة بين المتغيرين عند مستوى دلالة 0.01 ومن خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أيضاً أن العلاقة بين متغير الميزة التنافسية (الجودة) ومتغيرات العملية التدريبية الأربعة وهي على التوالي (تحديد الاحتياجات التدريبية، تصميم البرنامج التدريبي، تنفيذ البرنامج التدريبي، تقويم البرنامج التدريبي) هي علاقة طردية قوية حيث بلغ معامل الارتباط البسيط (**.0635، **.0682، **.0715، **.0681) وهي علاقة طردية قوية إذ توجد دلالة معنوية لتلك المعاملات.
- للإجابة عن فرضية الدراسة الثالثة الفرعية: نلاحظ من خلال النتائج التي يظهرها الجدول (13) أن النتائج بين متغير العملية التدريبية والميزة التنافسية (الإبداع) تؤكد على أن العلاقة بين المتغيرين علاقة طردية قوية حيث بلغ معامل الارتباط البسيط (سبيرمان) العام (0.783) بالتالي توجد علاقة بين المتغيرين عند مستوى دلالة 0.01 ومن خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أيضاً

أن العلاقة بين متغير الميزة التنافسية (الإبداع) ومتغيرات العملية التدريبية الأربعة وهي على التوالي (تحديد الاحتياجات التدريبية، تصميم البرنامج التدريبي، تنفيذ البرنامج التدريبي، تقويم البرنامج التدريبي) هي علاقة طردية قوية حيث بلغ معامل الارتباط البسيط (0.540**، 0.719**، 0.510**، 0.553**) وهي علاقة طردية قوية إذ توجد دلالة معنوية لتلك المعاملات.

- للإجابة عن فرضية الدراسة الرابعة الفرعية : نلاحظ من خلال النتائج التي يظهرها الجدول رقم (13) أن النتائج بين بين متغير العملية التدريبية والميزة التنافسية (الاستجابة لحاجات الزبائن) تؤكد على أن العلاقة بين المتغيرين هي علاقة طردية قوية حيث بلغ معامل الارتباط البسيط (سبيرمان) العام 0.594 بالتالي يوجد علاقة بين المتغيران عند مستوى دلالة 0.01 ومن خلال ملاحظة الجدول السابق نرى أن هناك علاقة طردية ضعيفة بين الميزة التنافسية (الاستجابة لحاجات الزبائن) وكل من المتغيرين (تحديد الاحتياجات التدريبية - تنفيذ البرنامج التدريبي) للعملية التدريبية حيث بلغ معامل الارتباط البسيط (سبيرمان) على التوالي (0.365**، 0.458**) بينما نرى أن هناك علاقة طردية قوية بين الميزة التنافسية (الاستجابة لحاجات الزبائن) وكل من المتغيرين (تصميم البرنامج التدريبي - تقويم البرنامج التدريبي) للعملية التدريبية حيث بلغ معامل الارتباط البسيط (سبيرمان) على التوالي (0.635**، 0.527**).

النتائج المتعلقة بالإجابة عن فرضية الدراسة الرئيسية الثانية " الجنس " :

للإجابة عن هذه الفرضية، واختبار فرضية الدراسة الثانية، تم استخدام اختبار (T-test)، كما هي موضح في الجدول الآتي (14).

جدول رقم (14): نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في لتدريب الموارد البشرية و علاقتها في تحقيق الميزة التنافسية تعزى للمتغير الجنس

لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل

الفرع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة ت المحسوبة	الدالة الإحصائية
ذكر	27	4.2110	.57197	.343	43.913	.733
أنثى	22	4.1529	.60501			

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(0.01 \geq \alpha)$ لتدريب الموارد البشرية و علاقتها في تحقيق الميزة التنافسية تعزى للمتغيرات الديمغرافية لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل ، إذ بلغت قيمة "ت" (43.913)، و هي غير قيمة دالة إحصائية، وهذا يؤدي إلى قبول الفرضية الصفرية الثانية.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن فرضية الدراسة " التحصيل العلمي " :

للإجابة عن هذا السؤال، واختبار فرضية الدراسة الخامسة، فقد تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتدريب الموارد البشرية و علاقتها في تحقيق الميزة التنافسية تعزى للمتغير التحصيل العلمي لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل ، كما هو موضح في الجدول الآتي (15).

جدول (15) المتوسطات الحسابية، والانحرافات لتدريب الموارد البشرية و علاقتها في تحقيق الميزة التنافسية تعزى للمتغير التحصيل

العلمي لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل

التحصيل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
ثانوية عامة فاق	1	3.8182	
دبلوم	1	4.8788	
بكالوريوس	36	4.2054	.56111
دبلوم عالي	2	4.6364	.29998
ماجستير	10	4.3000	.47987

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ظاهرية بين لتدريب الموارد البشرية و علاقتها في تحقيق الميزة التنافسية تعزى للمتغير التحصيل العلمي لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل ، ولفحص دلالة الفروق تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA، والجدول الآتي (16) يبين ذلك.

جدول (16): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في لتدريب الموارد البشرية و علاقتها في تحقيق الميزة التنافسية تعزى للمتغير

التحصيل العلمي لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	الدلالة الإحصائية
بين المجموعات	4.022	5	.804	2.746	.030
داخل المجموعات	13.182	45	.293		
المجموع	17.204	50			

يشير الجدول السابق (16) إلى أن قيمة (ف) قد بلغت (2.746)، وهي قيمة دالة إحصائية عند المستوى $(0.01 \geq \alpha)$ ، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية في لتدريب الموارد البشرية و علاقتها في تحقيق الميزة التنافسية تعزى للمتغير التحصيل العلمي لدى بنك فلسطين في مدينة الخليل ، الأمر الذي يؤدي إلى رفض الفرضية الصفرية .

المبحث الخامس: النتائج والتوصيات

النتائج :

لقد توصلت الباحثة من خلال الدراسة التي قامت بها في بنك فلسطين في مدينة الخليل، وحسب التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة المبحوثة إلى مجموعة من النتائج وكالاتي :

- أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة قوية و تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين تحديد الاحتياجات التدريبية و تحقيق الميزة التنافسية .
- وجود تأثير مهم و معنوي بين تصميم البرنامج التدريبي و تحقيق الميزة التنافسية .
- إن بنك فلسطين يقوم فعلاً بعملية التدريب للموارد البشرية، حيث اظهرت النتائج أن عملية التدريب تمر بأبعاد العملية التدريبية.
- عدم وجود تأثير معنوي و ذو دلالة إحصائية بين تحديد جنس المتدرب سواء ذكر أم أنثى و تحقيق الميزة التنافسية .
- وجود علاقة قوية و تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين تدريب العاملين و درجة كفاءتهم .

التوصيات :

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة فإن الباحثة تقدم مجموعة من التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بالعملية التدريبية بأبعادها لموظفي البنك، وذلك بدءاً من مرحلة تحديد الاحتياجات التدريبية، وتصميم وتنفيذ البرنامج التدريبي، ومتابعة وتقييم البرنامج التدريبي، سواء كان التدريب داخل البنك أم خارجه.
- ضرورة دراسة احتياجات موظفي البنك للبرامج التدريبية قبل اعتمادها، وتلبية تلك الاحتياجات بأولوية عالية لتحقيق كفاءة العمل بما ينعكس على تميز الخدمات المقدمة.
- ضرورة أن تقوم إدارة البنك أو القسم المسؤول عن العمليات التدريبية بإجراء التحسين والتطوير المستمر على البرامج التدريبية وفق التغذية الراجعة من مرحلة تقييم البرامج التدريبية ومتابعتها.

- ضرورة اهتمام البنك وتبني جميع الاستراتيجيات التي تحقق الميزة التنافسية، وذلك بما يمتلكه البنك من قدرات بشرية قادرة على بلورة وتنفيذ تلك الاستراتيجيات على أرض الواقع.
- ضرورة تركيز البنك على المحافظة على الميزة التنافسية والسعي لتحقيق استدامتها، وذلك من خلال ترسيخ مفاهيم الابداع والتميز والجودة والكلفة وسرعة الاستجابة لحاجات الزبائن بما يفوق توقعاتهم.

المراجع والمصادر:

المراجع العربية

- ديسلر جاري ، (2003)، "إدارة الموارد البشرية"، (ترجمة: عبد المتعال محمد سيد أحمد)، دار المريخ، (مراجعة: جودة عبد المحسن عبد المحسن).
- ابو بكر، مصطفى محمود، (2008). إدارة الموارد البشرية: مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، ب ط. القاهرة: الدار الجامعية.
- الغالي، طاهر محسن منصور وإدريس، وائل محمد صبيح، (2007). الإدارة الإستراتيجية منظور منهجي متكامل، ط 1. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- عباس، سهيلة محمد، (2006). إدارة الموارد البشرية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- ياغي، محمد عبدالفتاح، (2010). التدريب الإداري بين النظرية والتطبي. ط 1، عمان: دار وائل للنشر.
- الكسيبي، عامر. (2111). إدارة المعرفة وتطوير المنظمات الطموحات والتحديات، الرياض: مجلة الإدارة العامة، المجلد 49-العدد 4.
- صابر، محمد، تغليب، خالد (2010). غدارة الموارد البشرية، مدخل معاصر. ط 1: الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- المسعودي، محمد اصبع (2007). "العلاقة بين مقدرات الابداع الاستراتيجي وسلوكيات القيادة التحويلية وأثرهما في الميزة التنافسية المستدامة". رسالة ماجستير غير منشورة، العراق، جامعة بغداد.
- داسي، وصيبة (2006)، "إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية" دراسة تطبيقية في المصارف الحكومية السورية، رسالة ماجستير غير منشورة-جامعة دمشق، سوريا.

المراجع الأجنبية

- Dilworth, James, B., (2005), Operations Managements: Design, planning and Control For manufacturing and services, Mc Graw-Hill, U.S.A .
- Heene, A., & Sanchez, R. (Eds.). (2010). Enhancing competences for competitive advantage. Emerald Group Publishing.
- Woodside, A.G., & Quaddus, M.A. (2015). Sustaining Competitive Advantage via Business Intelligence, Knowledge Management, and System Dynamics, Sustaining Competitive Advantage via Business Intelligence, Knowledge Management, and System Dynamics, Volume 22A. Edition: (First edition). Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited. 2015. EBook.
- Porter, Michael E., & Kramer, Mark R., (2006), "Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility", Harvard business Review, December: 78-92.

أثر تطبيق الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية على ربحية الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان

الباحثة هدى قاسم حردان العقيدات الأستاذ الدكتور محمد حسين ابو نصار
الجامعة الأردنية / عمان / الأردن

ملخص:

هدفت الورقة البحثية إلى بيان أثر أبعاد كل من الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية على ربحية الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان. ومن أجل تحقيق هذه الأهداف تم جمع المعلومات من عدة مصادر منها موقع بورصة عمان، كما تم تصميم استبانة لجمع بعض البيانات الأولية اللازمة للدراسة. تضمنت عينة الدراسة (44) شركة مساهمة عامة مدرجة في بورصة عمان منها (24) شركة من القطاع الصناعي و(20) شركة من قطاع الخدمات للفترة (2007 - 2011). استخدمت الدراسة العديد من الأساليب الإحصائية الوصفية لمعالجة بيانات الجانب العملي، إذ تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس طبيعة واتجاه العلاقة بين المتغيرات المستقلة (الحاكمة المؤسسية وهيكل الملكية) والمتغير التابع (ربحية الشركات)، كما تم استخدام تحليل الانحدار لتحديد تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع. وأظهرت النتائج أن وجود الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية معاً تؤثران بشكل إيجابي على الربحية المقاسة بالعائد على الأصول (ROA)، وكان أكثر المتغيرات تأثيراً نسبة ملكية الحكومة. كما أن وجود الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية معاً تؤثر بشكل إيجابي على الربحية المقاسة بنسبة مجمل الربح (GPM)، وكان أكثر المتغيرات تأثيراً على الربحية نسبة ملكية كبار المساهمين. في ضوء النتائج التي تم التوصل إليها، أوصى الباحثان بضرورة أن تولي الحكومة الأردنية ممثلة بهيئة الأوراق المالية بتفعيل دليل الحاكمية والزام الشركات المساهمة العامة الأردنية بتطبيق متطلبات الحاكمية المؤسسية وفقاً لما جاء بدليل قواعد حوكمة الشركات المساهمة المدرجة في بورصة عمان.

الكلمات الدالة: الحاكمية المؤسسية، هيكل الملكية، العائد على الأصول، العائد على حقوق الملكية، نسبة مجمل الربح.

مقدمة:

أصبحت قواعد وأسس الحاكمية المؤسسية من أهم المواضيع المطروحة على صعيد اقتصاديات دول العالم، وباتت تشكل عنصراً هاماً لتعزيز النجاح والإصلاح الاقتصادي والتنظيمي في ظل العولمة وانفتاح اقتصاديات الدول على بعضها البعض والمنافسة الشديدة. وتزايد الاهتمام مؤخراً بمصطلح الحوكمة (corporate governance) وذلك نتيجة لما شهده الاقتصاد العالمي من التداعيات والانهيابات المالية والمحاسبية لعدد من الشركات العالمية منها فضيحة شركة انرون وما تبعها من انهيار لشركة آرثر- أندرسون إحدى شركات التدقيق الخمس الكبار في العالم.

وفي ضوء التطور الذي يشهده الاقتصاد الوطني على كافة الأصعدة وضمن إطار عمل هيئة الأوراق المالية لتطوير سوق رأس المال الوطني والأطر التشريعية والتنظيمية فيه، فقد تم إعداد دليل قواعد حوكمة الشركات المساهمة المدرجة في بورصة عمان لينظم طبيعة العلاقة ما بين الإدارة التنفيذية ومجالس إدارة تلك الشركات بصفتهم المالكين أو كبار المساهمين وبما يحقق أهداف الشركة وغاياتها ويحافظ على حقوق الأطراف ذات المصالح المرتبطة بها. وتستند هذه القواعد بشكل أساسي إلى عدد من التشريعات من أهمها قانون الأوراق المالية والتشريعات الصادرة بمقتضاه وقانون الشركات إضافة إلى المبادئ الدولية التي وضعتها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD). (دليل قواعد حوكمة الشركات المساهمة - هيئة الأوراق المالية، 2007).

هذا وقد أسند دليل حوكمة الشركات المساهمة الصادر عام 2007 عن هيئة الأوراق المالية في الأردن إلى مجالس إدارة تلك الشركات "اتخاذ الخطوات الكفيلة بتحقيق الرقابة الداخلية على سير العمل في الشركة بما في ذلك إنشاء وحدة خاصة للرقابة والتدقيق الداخلي مهمتها التأكد من الالتزام بتطبيق أحكام التشريعات النافذة ومتطلبات الجهات الرقابية والأنظمة الداخلية والسياسات والخطط والإجراءات التي يضعها مجلس الإدارة". ولذا باتت الحاكمية المؤسسية واحدة من متطلبات الإدارة الرشيدة في الشركات والمؤسسات،

وأحدى آليات استكمال عمليات الإصلاح الإداري. وتزايد الاهتمام بفصل الملكية عن الإدارة وسعي المستثمرين إلى استثمار رؤوس أموالهم في الشركات التي تتمتع بتطبيق متطلبات الحاكمية. ولضمان تطبيقها لابد من وجود نظام رقابه فاعل إذ أن قوة نظام الرقابة الداخلية يعد من أهم سمات تطبيق حوكمة الشركات بشكل سليم يؤدي إلى القدرة على الحد من تصرفات الإدارة الخاطئة. وكذلك يعد هيكل الملكية ذا أهمية كبيرة في مجال حوكمة الشركات باعتبارها واحدة من الآليات الرئيسية للرقابة على التكاليف في الشركات (Kumar, 2003). فضلاً عن كونه حافزاً للمدراء وبالتالي يعمل على تحقيق الكفاءة الاقتصادية للشركات التي يديرونها (Jensen and Meckling, 1976).

مشكلة الدراسة:

تعد الحاكمية المؤسسية من العوامل المؤثرة على الأداء المالي للشركات ومن العوامل الرئيسة للتنبؤ باستمرار الشركة أو فشلها على المدى الطويل، ووفقاً لما أكدته الدراسات ومنها دراسة (يحيوي وبوسلمة، 2012) والتي أظهرت أن الشركات التي تطبق الحاكمية المؤسسية هي أكثر جذباً للمستثمرين. ستحاول هذه الدراسة اختبار فيما إذا كان هناك تأثير لكل من الحاكمية المؤسسية (وفقاً لمتطلبات دليل قواعد الحوكمة) وهيكل الملكية على ربحية الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان. ومن هنا فإن مشكلة الدراسة تتمثل في الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- هل تؤثر الحاكمية المؤسسية على ربحية الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.
- هل يؤثر هيكل الملكية على ربحية الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.

أهمية الدراسة :

نظراً لأن الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية تم إيلاؤها اهتماماً كبيراً في السنوات الأخيرة من قبل الباحثين والدارسين ونظراً لأهمية الدور الذي تلعبه هذه العوامل في تحقيق الأداء الفاعل في الشركات ومنظمات الأعمال وأن معظم الدراسات السابقة تناولت الأسواق المتقدمة دون الأسواق الناشئة، وحيث أن الدراسات المحلية في الأردن على وجه الخصوص هي قليلة نسبياً، فكان لا بد من إجراء مزيد من الدراسات لتحديد العلاقة بين (الحاكمة المؤسسية، وهيكل الملكية) مع ربحية الشركات، ولذا استمدت هذه الدراسة أهميتها بتناولها أثر هذه المتغيرات على ربحية الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان وذلك باستخدام ثلاثة مقاييس للربحية. إذ شملت الدراسة مجالين رئيسيين لتحليل اثرهما على ربحية الشركات الاردنية، وهذان المجالان هما:

الحاكمة المؤسسية والتي تم دراستها من خلال: عدد أعضاء لجنة الحاكمية، وعدد اجتماعات لجنة الحاكمية، وعدد اجتماعات لجنة المكافآت والترشيح، وعدد أعضاء لجنة المكافآت والترشيح، وعدد الأعضاء غير التنفيذيين في لجنة المكافآت والترشيح، وفيما إذا كانت لجنة المكافآت والترشيح مشكلة من الأعضاء غير التنفيذيين، وعدد أعضاء لجنة التدقيق، وعدد اجتماعات لجنة التدقيق، وعدد أعضاء مجلس الإدارة، واستقلالية مجلس الإدارة، والفصل ما بين المدير التنفيذي (CEO) ورئيس مجلس الإدارة (Chairman). هيكل الملكية والذي تم دراسته من خلال: نسبة كبار المساهمين، نسبة ملكية الحكومة، نسبة ملكية الأجانب، نسبة ملكية العرب، نسبة ملكية العرب والأجانب مجتمعة، نسبة ملكية مجلس الإدارة.

وتستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها ستحدد أهمية تطبيق متطلبات الحاكمية المؤسسية وكذلك بيان دور هيكل الملكية وعلاقتها بربحية الشركات المساهمة العامة، وتحديد قوة واتجاه هذه العلاقة بهدف تقديم التوصيات لتحسين وتفعيل آليات ومتطلبات الحاكمية المؤسسية.

أهداف الدراسة :

تتمثل أهداف الدراسة بالنقاط التالية:

- بيان أثر الحاكمية المؤسسية على ربحية الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.
- بيان أثر هيكل الملكية على ربحية الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.

ما يميز هذه الدراسة عن سابقتها:

تناولت الدراسات السابقة الحاكمية المؤسسية باستخدام عدة أبعاد لاختبار تأثير الحاكمية المؤسسية على الأداء المالي أو التشغيلي للشركات وخاصة في الأسواق المتقدمة، وتعد هذه الدراسة امتداداً للدراسات التي أجريت على الحاكمية المؤسسية، وهي الدراسة الأولى – حسب علم الباحثان – التي تتناول موضوع قياس أثر وجود هذان المتغيران مجتمعان على ربحية الشركات الصناعية والخدمية المساهمة العامة في الأردن، في حين أن الدراسات السابقة تناولت كل متغير على حدى، وقد اختصت هذه الدراسة بالقطاعين الصناعي والخدمي على وجه التحديد لمعرفة ما هو الوضع الراهن للحاكمية المؤسسية في الشركات وأثر تطبيقها على نتائج أعمالها في ظل توجه الدولة إلى تطبيق متطلبات قواعد الحاكمية المؤسسية فيها بشكل تدريجي كمحاولة لتشجيع تطبيق هذه القواعد بما يعمق الثقة في هذه الشركات من خلال تعزيز أداء إدارتها ويحفظ حقوق كافة الأطراف المرتبطة بها، ويسهم بالتالي في تعزيز أداء الإقتصاد الوطني وزيادة الثقة فيه وبالمناخ الإستثماري.

وقام الباحثان بوضع جانبان مختلفان هما: الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية وكذلك استخدام متغيرات جديدة لقياس كل من هذه الجوانب وربطها بمقاييس محاسبية لمعرفة أثرها على ربحية الشركات الصناعية والخدمية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان. وتم الإعتماد على أحدث البيانات المتوفرة على موقع بورصة عمان. في حين أن معظم الدراسات السابقة في الأردن حاولت دراسة الحاكمية المؤسسية باستخدام استبانات، ودراسات قليلة في الأردن حاولت الربط بين الحاكمية المؤسسية والربحية اعتماداً على بيانات مستخلصة من التقارير المالية السنوي للشركات.

فرضيات الدراسة:

تم صياغة فرضيات بصيغتها العدمية الرئيسة على النحو التالي:

- الفرضية الأولى والمتعلقة بالمتغير المستقل الأول الحاكمية المؤسسية: H011: لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحاكمية المؤسسية وربحية الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.
- الفرضية الثانية والمتعلقة بالمتغير المستقل الثاني هيكل الملكية: H021: لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين هيكل الملكية وربحية الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.

التعريفات الاجرائية لمتغيرات الدراسة:

- الحاكمية المؤسسية: هي تغليب مصلحة المؤسسة على المصالح الفردية للإدارة والملاك والدائنين والعاملين وغيرهم، أو العدل بين أصحاب المصالح في المؤسسة بما يضمن استمرارها وعدم تصفيتها (العقدة وسعادة، 2009). وتعرف أيضاً الحاكمية المؤسسية: بأنها النظام الذي تستخدمه المنشأة في عملية الإشراف والرقابة على عملياتها، وتمثل النظام الذي يتم من خلاله توزيع الحقوق والمسؤوليات على مختلف الأطراف في المنشأة بما في ذلك مجلس الإدارة والمديرين وحملة الأسهم وأصحاب المصالح الأخرى، كما أنها تحدد القواعد والإجراءات الخاصة باتخاذ القرارات التي تتعلق بالمنشأة (OCED، 2004). تم في الدراسة الحالية قياس الحاكمية من خلال الأبعاد التالية:

- وجود لجنة للحاكمية في الشركة (CGOV): حيث سيعطى الرقم (0) إذا لم يكن هناك لجنة للحاكمية و(1) إذا كان لدى الشركة لجنة للحاكمية.
- عدد أعضاء لجنة الحاكمية (numgov): مجموع عدد أعضاء لجنة الحاكمية.

- عدد اجتماعات لجنة الحاكمية (numegov): عدد اجتماعات لجنة الحاكمية خلال السنة.
- عدد أعضاء لجنة المكافآت والترشيح (numN&R): مجموع عدد أعضاء لجنة المكافآت والترشيح.
- عدد اجتماعات لجنة المكافآت والترشيح (numeN&R): عدد اجتماعات لجنة المكافآت والترشيح خلال السنة.
- عدد الأعضاء غير التنفيذيين في لجنة المكافآت والترشيح (neN&R).
- وجود لجنة المكافآت والترشيح مشكلة من الأعضاء غير التنفيذيين (crnnonex): لجنة تشكل لتقييم مكافآت مجلس الإدارة والترشيح الإدارة والتي تتكون من المدراء غير التنفيذيين، سيتم إعطاء الرقم (0) إذا لم تكن لجنة المكافآت والترشيح مشكلة من الأعضاء غير التنفيذيين والرقم (1) إذا كان ذلك موجوداً.
- عدد أعضاء لجنة التدقيق (numau): مجموع عدد أعضاء لجنة التدقيق.
- عدد اجتماعات لجنة التدقيق (numeau): عدد اجتماعات لجنة التدقيق خلال السنة.
- عدد أعضاء مجلس الإدارة (numboard): مجموع عدد أعضاء مجلس الإدارة.
- استقلالية مجلس الإدارة (indepboard): نسبة الأعضاء غير التنفيذيين من إجمالي عدد أعضاء مجلس الإدارة.
- الفصل ما بين المدير التنفيذي ورئيس مجلس الإدارة (ceod): سيعطى الرقم (0) إذا كان المدير التنفيذي (CEO) هو نفسه رئيس المجلس (chairman) وغير ذلك سيعطى (1).

● هيكل الملكية: وتم قياسه من خلال الأبعاد التالية:

- كبار المساهمين (Largest ownership (LAROWN): نسبة ملكية كبار المساهمين.
- ملكية الحكومة (Government ownership (GOVOWN): نسبة ملكية الحكومة.
- ملكية الأجانب (Foreign ownership (FOROWN): نسبة ملكية الأجانب.
- ملكية العرب (Arab ownership (AROWN): نسبة ملكية العرب.
- ملكية العرب والأجانب مجتمعة (Foreign & Arab ownership (A&FOWN): نسبة ملكية العرب والأجانب مجتمعة.
- ملكية مجلس الإدارة (Insider board ownership (BOAOWN): نسبة ملكية مجلس الإدارة.

المتغير التابع:

ربحية الشركة: الربحية هدف أساسي لجميع المؤسسات، وأمر ضروري لبقائها واستمرارها، وغاية يتطلع إليها المستثمرون، ومؤشر يهتم به الدائنون عند تعاملهم مع المؤسسة، وهي أيضاً أداة هامة لقياس كفاءة الإدارة في استخدام الموارد الاستخدام الأمثل (Subramanyam, 2009) وفيما يلي أهم المؤشرات التي استخدمت لقياس الربحية في هذه الدراسة:

- العائد على حقوق الملكية (ROE): تقيس هذه النسبة العائد المحقق للمساهمين من حقوقهم في الشركة، وسيتم احتسابه بقسمة صافي الدخل بعد الضريبة على متوسط حقوق الملكية خلال السنة المالية.
- العائد على الأصول (ROA): ويقيس قدرة كل دينار مستثمر في الأصول على تحقيق أرباح صافية، وسيتم احتسابه بقسمة صافي الدخل بعد الضريبة مضاف إليه مصروف الفائدة معدلة تقريباً على متوسط الأصول خلال السنة المالية.
- نسبة مجمل الربح (GPM): وتقيس قدرة كل دينار من المبيعات على تحقيق أرباح، وسيتم احتسابه بقسمة مجمل الربح على المبيعات.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان والتي بلغ عددها (275) شركة (مركز إيداع الأوراق المالية، كانون ثاني 2018)، وتم اختيار جميع شركات السوق الأول لتوفر بياناتها اللازمة للدراسة على موقع بورصة عمان. بلغ حجم عينة الدراسة (44) شركة مساهمة عامة شملت (24) شركة من القطاع الصناعي و(20) شركة من قطاع الخدمات. وغطت الدراسة الفترة الممتدة من

(2007-2011)، كما تطلبت الدراسة بعض البيانات لسنة 2006 لغاية احتساب بعض متغيرات الدراسة، وكان السبب وراء اختيار هذه الفترة أنها أحدث البيانات المتوفرة لهذه الدراسة؛ وخاصة البيانات المتعلقة بالمتغيرين المستقلين الحاكمة المؤسسية وهيكل الملكية، والمتغيرات التابعة العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية ونسبة هامش الربح.

جمع البيانات:

تم الحصول على البيانات اللازمة للدراسة من خلال موقع بورصة عمان (www.ase.com.jo)، كما تم تصميم استبانة استخدمت لجمع بعض أبعاد الحاكمة المؤسسية وأبعاد هيكل الملكية والتي لم تكن متوفرة على موقع بورصة عمان.

التحليل الإحصائي

تم اجراء التحليل الإحصائي من خلال أربع مراحل:

- المرحلة الأولى: تم استخدام التحليل الوصفي لوصف خصائص متغيرات الدراسة عن طريق احتساب التكرار والوسط الحسابي وأعلى قيمة وأدنى قيمة والانحراف المعياري لجميع متغيرات الدراسة.
- المرحلة الثانية: تم دراسة طبيعة واتجاه العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع (ربحية الشركات) باستخدام ارتباط بيرسون.
- المرحلة الثالثة: تم استخدام تحليل الانحدار لدراسة تأثير المتغيرات المستقلة وهي (الحاكمة المؤسسية، وهيكل الملكية) على المتغير التابع (ربحية الشركات) والذي تم قياسه من خلال العائد على حقوق الملكية والعائد على الأصول ونسبة مجمل الربح، وذلك من خلال استخدام (3) نماذج، وتم استخدام معامل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار القوة التفسيرية لنماذج الدراسة.

The Models of study الدراسة

اعتمدت الدراسة ثلاثة نماذج وكما هو موضح أدناه:

- النموذج الأول: والذي استخدم لاختبار أثر أبعاد كل من الحاكمة المؤسسية وهيكل الملكية على العائد على حقوق الملكية (ROE):

$$ROE = \alpha + \beta_1(NUMBOARD) + \beta_2(INDEPBOARD) + \beta_3(CEOD) + \beta_4(LAROWN) + \beta_5(GOVOWN) + \beta_6(FOROWN) + \beta_7(NumGov) + \beta_8(A\&FOWN) + \beta_9(BOASOWN) + \beta_{10}(NumMAud) + \beta_{11}(NumAudc) + \beta_{12}(CRnnonEx) + \beta_{13}(NumeN\&R) + \beta_{14}(NumGovM) + \epsilon$$

- النموذج الثاني: والذي استخدم لاختبار أثر أبعاد كل من الحاكمة المؤسسية وهيكل الملكية على العائد على الأصول (ROA):

$$ROA = \alpha + \beta_1(NUMBOARD) + \beta_2(INDEPBOARD) + \beta_3(CEOD) + \beta_4(LAROWN) + \beta_5(GOVOWN) + \beta_6(FOROWN) + \beta_7(NumGov) + \beta_8(A\&FOWN) + \beta_9(BOASOWN) + \beta_{10}(NumMAud) + \beta_{11}(NumAudc) + \beta_{12}(CRnnonEx) + \beta_{13}(NumeN\&R) + \beta_{14}(NumGovM) + \epsilon$$

- النموذج الثالث: استخدم لاختبار أثر أبعاد كل من الحاكمة المؤسسية وهيكل الملكية على نسبة هامش الربح (GPM):

$$GPM = \alpha + \beta_1(NUMBOARD) + \beta_2(INDEPBOARD) + \beta_3(CEOD) + \beta_4(LAROWN) + \beta_5(GOVOWN) + \beta_6(FOROWN) + \beta_7(NumGov) + \beta_8(A&FOWN) + \beta_9(BOASOWN) + \beta_{10}(NumMAud) + \beta_{11}(NumAudc) + \beta_{12}(CRnonEx) + \beta_{13}(NumeN\&R) + \beta_{14}(NumGovM) + \epsilon$$

الإطار النظري والدراسات السابقة:

أولاً: الحاكمية المؤسسية:

تزايد الاهتمام مؤخراً بمصطلح الحوكمة (corporate governance) وذلك نتيجة لما شهده الاقتصاد العالمي من التداعيات والانهيارات المالية والمحاسبية لعدد من الشركات العالمية منها فضيحة شركة انرون وما تبعها من انهيار لشركة آرثر- أندرسون إحدى شركات التدقيق الخمس الكبار في العالم. وأدت هذه الأزمات والانهيارات إلى تكبد خسائر مادية فادحة مما دفع العديد من المستثمرين للبحث عن الشركات التي تطبق مفهوم الحاكمية المؤسسية، وتظهر الحاجة الملحة للحاكمة المؤسسية نتيجة الفصل بين الملكية والإدارة في الشركات المساهمة، إذ إن أغلب المستثمرين أموالهم في هذه الشركات ليس لديهم الخبرة والوقت الكافي لتشغيل هذه الشركات وضمان نجاحها، ونتيجة لذلك يقوم حملة الأسهم بانتخاب مجالس إدارة تقوم بدورها بتعيين مديري تنفيذيين أصحاب خبرة وكفاءة لإدارة هذه الشركات (العازوي، 2009).

وتجدر الإشارة أنه ليس هناك نموذج وحيد للأساليب السليمة للحاكمة المؤسسية يمكن تطبيقه في جميع دول العالم، ومع ذلك، فقد أدى العمل الذي تم القيام به في كل من دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، وغيرها من الدول خارج المنظمة، إلى تحديد وتعريف عدد من العناصر المشتركة التي تحدد ماهية الأساليب السليمة والتي تعتبر أساساً للحاكمة المؤسسية الجيدة (مركز المشروعات الدولية الخاصة، مبادئ منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بشأن حوكمة الشركات، 2004).

مفهوم الحاكمية المؤسسية

عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) الحاكمية المؤسسية بأنها "مجموعة العلاقات ما بين إدارة المؤسسة، ومجلس إدارتها، ومساهميها والجهات الأخرى التي لها اهتمام بالمؤسسة، كما أنها تبين الآلية التي توضح من خلالها أهداف المؤسسة والوسائل لتحقيق تلك الأهداف ومراقبة تحقيقها. بالتالي فإن الحاكمية المؤسسية الجيدة هي التي توفر لكل من المجلس والإدارة التنفيذية الحوافز المناسبة للوصول إلى الأهداف التي تصب في مصلحة المؤسسة، وتسهل إيجاد عملية مراقبة فاعلة، وبالتالي تساعد المؤسسة على استغلال مواردها بكفاءة" (OECD، 1999). وتعرف الحاكمية أيضاً بأنها "مجموعة من الآليات والإجراءات والقوانين والنظم والقرارات التي تضمن كل من الانضباط والعدالة والشفافية، وبالتالي تهدف الحاكمية إلى تحقيق الجودة والتميز في الأداء عن طريق تفعيل تصرفات إدارة الوحدة الاقتصادية فيما يتعلق باستغلال الموارد الاقتصادية المتاحة لديها بما يحقق أفضل منافع ممكنة لكافة الأطراف ذوي المصلحة وللمجتمع ككل" (الخطيب، 2009)، ويعرفها البعض بمفهومها الضيق (علاقة الشركة بمساهميها) أما على النطاق الواسع (فهي علاقة الشركة بالمجتمع ككل). وعرفت منظمة التمويل الدولية بأنه "النظام الذي يتم من خلاله إدارة الشركات والتحكم في أعمالها" (Alamgir, 2007).

مبادئ الحاكمية المؤسسية:

تم وضع مبادئ الحاكمية المؤسسية من قبل منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، استجابة لدعوة من اجتماع مجلس المنظمة على المستوى الوزاري في 27-28 أبريل عام 1998 للقيام جنباً إلى جنب مع الحكومات القومية، والمؤسسات الدولية الأخرى ذات الصلة، والقطاع الخاص، لوضع مجموعة من المعايير والإرشادات للحاكمة المؤسسية.

وفيما يلي المبادئ التي تبنتها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية باعتبارها المرجع الأساسي للعديد من الممارسات المتعلقة بالحاكمة المؤسسية والتي تم إصدارها عام 2004، والتي تتكون من ستة مبادئ رئيسية (مركز المشروعات الدولية الخاصة، 2004):

- المبدأ الأول: ضمان وجود أساس لإطار فاعل للحاكمية المؤسسية
- المبدأ الثاني: حقوق المساهمين والوظائف الرئيسية لأصحاب حقوق الملكية
- المبدأ الثالث: المعاملة المتساوية للمساهمين
- المبدأ الرابع: دور أصحاب المصالح في حوكمة الشركات
- المبدأ الخامس: الإفصاح والشفافية
- المبدأ السادس: مسؤوليات مجلس الإدارة

أهمية الحاكمية المؤسسية وأهدافها:

يعد نظام الحاكمية المؤسسية الجيد من الأمور الهامة التي تساعد على حماية مصالح المساهمين من خلال مجموعة من الإجراءات مثل ضمان ممارساتهم لحقوقهم كاملة داخل الهيئات العامة (الخطيب، 2003). ويساعد نظام الحاكمية المؤسسية الجيد على حماية مصالح كل الأطراف المهتمة بالتعامل مع الشركة، وينظم العلاقات القائمة بين إدارة الشركة التنفيذية ومجلس إدارتها ولجنة التدقيق فيها، مما يعمل على خفض مخاطر الشركة وعلى رفع قيمة أسهمها في السوق، كما أن نظام الحاكمية المؤسسية الجيد يحسن من نوعية وكفاءة القيادة في الشركة ويحسن من جودة إنتاجها (دهمش والهنيني، 2008).

الحاكمية المؤسسية في الأردن:

تزايد الاهتمام بقواعد وتطبيقات الحاكمية المؤسسية مؤخرًا في الأردن، وقد تمثل هذا الاهتمام بإصدار دليل قواعد حوكمة الشركات المساهمة المدرجة في بورصة عمان عام 2007 هدف إلى وضع إطار واضح ينظم العلاقات والإدارة في الشركات، ويحدد الحقوق والواجبات والمسؤوليات بما يحقق أهداف الشركة وغاياتها ويحفظ حقوق الأطراف ذات المصالح المرتبطة بها. وتستند قواعد الحاكمية المؤسسية ومبادئها في الأردن إلى التشريعات التالية:

- تعليمات حوكمة الشركات المساهمة المدرجة لسنة 2017 والصادر عن هيئة الأوراق المالية.
- التعليمات المعدلة للحاكمية المؤسسية رقم (2016/3) والصادر عن البنك المركزي الأردني.
- تعليمات الحاكمية المؤسسية لشركات التأمين واسس تنظيمها وإدارتها رقم (2) لسنة 2006 والصادر عن مجلس إدارة هيئة التأمين.

تعليمات حوكمة الشركات المساهمة المدرجة لسنة 2017 والصادر عن هيئة الأوراق المالية

تم إعداد دليل حوكمة الشركات الذي يحتوي على قواعد لحوكمة الشركات المساهمة المدرجة في بورصة عمان، وتم العمل به اعتبار من 2017/5/22. ومن أهم هذه القواعد التي وردت في دليل قواعد حوكمة الشركات المساهمة الصادر عن هيئة الأوراق المالية مايلي:

أولاً: مجلس إدارة الشركة المساهمة

يتولى إدارة الشركة مجلس إدارة لا يقل عدد أعضائه عن خمسة أشخاص ولا يزيد على ثلاثة عشر وفقاً لما يحدده نظام الشركة. لا يجوز الجمع بين منصب رئيس مجلس الإدارة وأي منصب تنفيذي آخر في الشركة.

ثانياً: اللجان التي يشكلها مجلس الإدارة

يشكل مجلس الإدارة اللجنتين الدائمتين التاليتين:

- لجنة التدقيق، وتكون مهامها وفق ما هو وارد في فصل الإفصاح والشفافية.
- لجنة الترشيحات والمكافآت تكون مهامها بشكل رئيسي إعداد السياسة الخاصة بمنح المكافآت والمزايا والحوافز والرواتب في الشركة ومراجعتها بشكل سنوي.
- لجنة الحاكمية: تكون مهمتها وضع إجراءات عمل خطية والتأكد من التزام الشركة بأحكام تعليمات الحوكمة.
- لجنة إدارة المخاطر: تكون مهمتها وضع سياسة إدارة المخاطر لدى الشركة ومتابعة وتقييم مختلف المخاطر التي قد تتعرض لها الشركة.

تتألف كل من لجنة التدقيق ولجنة الترشيحات والمكافآت ولجنة الحاكمية من أعضاء مجلس الإدارة غير التنفيذيين، لا يقل عددهم عن ثلاثة، على أن يكون اثنان منهم على الأقل من الأعضاء المستقلين وأن يتألف من اللجنة أحدهما.

العلاقة بين الحاكمية المؤسسية وربحية الشركات (الدراسات السابقة):

من أهم الدراسات التي تناولت العلاقة بين الحاكمية المؤسسية والربحية دراسة (يحيوي وبوسلمة، 2012) والتي أظهرت إن الشركات التي تطبق الحاكمية المؤسسية أكثر جذباً للمستثمرين، مما يؤدي إلى زيادة الدخل لأسواق رأس المال، ووفرة الائتمان، وانخفاض تكلفة التمويل، ورفع القيمة السوقية للشركة، وتخفيض المخاطر وزيادة القدرة التنافسية للشركة. وفي دراسة أخرى تم تناول دور الحاكمية المؤسسية وأثرها على ربحية الشركات دراسة (قباجة، 2008) والتي أظهرت وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين فعالية الحاكمية المؤسسية وبين العائد على حقوق الملكية والعائد على الاستثمار، وأوصت الدراسة بإمكانية اعتماد المستثمرين في سوق فلسطين للأوراق المالية على مستوى فاعلية الحاكمية المؤسسية لاتخاذ قراراتهم الاستثمارية نظراً للعلاقة الوثيقة بين فاعلية الحاكمية المؤسسية والأداء المالي وكذلك أوصت الدراسة باعتماد مؤشر للحاكمية المؤسسية في فلسطين ليتم بشكل مستمر تقييم مستوى فاعلية الحاكمية المؤسسية ومستوى الأداء.

وبينت دراسة (Malik, 2012) أن الشركات التي لديها أفضل ممارسات للحاكمية تميل أسعار أسهمها للارتفاع. ويعود ذلك إلى حقيقة أن الشركات التي تدار بشكل أفضل سيكون أداؤها أفضل ونتيجة لذلك فإن أسعار أسهمها ستكون أعلى.

أما فيما يتعلق بعدد أعضاء المجلس وأثره في فعالية مجلس الإدارة، فلم تقدم الدراسات السابقة دليلاً واضحاً حول العلاقة بين حجم المجلس وبين ربحية الشركات، حيث أشارت نتائج دراسة (Dalton et al., 1999) أن مجلس الإدارة كبير الحجم يقدم منفعة للشركة من خلال تنوع خبرات أعضائه وقدرتهم على التعامل مع البيئة بشكل أفضل. أما دراسة (Castro & Beak, 2003) فقد بينت أن الأداء المحاسبي (accounting performance) لا يرتبط بتكوين المجلس في الشركات. وهذا ما أكدته دراسة (الشريف وأبوعجيلة، 2009) والتي بينت بأنه لا يوجد علاقة بين جودة الأرباح وبين حجم مجلس الإدارة، ودراسة (Tomar & Bino, 2012) والتي بينت أن حجم مجلس الإدارة ليس له أي تأثير على أداء البنوك، أما دراسة (Chahine & Safieddine, 2009) فقد أظهرت أن أداء البنك يرتبط إيجابياً مع حجم مجلس الإدارة وذلك من خلال دراسته لحوكمة الشركات في الأسواق الناشئة من خلال دراسة النظام المصرفي في لبنان.

وبينت دراسة (Sheikh et al., 2012) أن العلاقة بين حجم مجلس الإدارة وأداء الشركة هي مختلطة (غير حاسمة) وتحتاج لمزيد من الدراسات التجريبية. فقد وجد أن اختيار الحجم الأمثل لمجلس الإدارة يختلف من شركة إلى أخرى، اعتماداً على طبيعة عملياتها. وبينت دراسة (Chahine & Safieddine, 2009) بأن البنوك التي تتمتع باستقلالية عالية بمجلس إدارتها يكون أداؤها جيد حيث أن العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية يزيد بزيادة نسبة الأعضاء الغير تنفيذيين في مجلس الإدارة.

وأما فصل دور المدير التنفيذي (CEO) عن رئيس المجلس (chairman) فتلعب عملية الفصل دوراً هاماً في فاعلية وكفاءة المجلس، وهذا ما أكد عليه الباحثون خلال دراساتهم (Jensen, 1993) و (Fama & Jensen, 1983). إلا أن دراسة (Malik, 2012) أظهرت بأنه لا يوجد علاقة للفصل لمنصبي رئيس مجلس الإدارة والمدير العام وبين سعر السهم في قطاع البنوك. أما دراسة (عقدة وآخرون، 2009) فقد أكدت على ضرورة الفصل بين الملكية والإدارة في المنشآت الأردنية، وتحقيق الفصل بين وظيفة رئاسة مجلس الإدارة ونائب رئيس المجلس.

أما فيما يتعلق باللجان المتخصصة فلا بد من ضرورة توفر الكفاءة والمهارة في أعضاء مجلس الإدارة التي تؤهلهم للتعامل مع الجوانب المختلفة للنشاط، من خلال القدرة على اتخاذ القرارات الرشيدة (مطر ونور، 2007). ويظهر ذلك جلياً في لجان مجلس الإدارة، فلجنة الحاكمية المؤسسية تقوم بالعمل على مراقبة وتقييم مدى التزام المنشأة بتطبيق مبادئ الحاكمية المؤسسية مثل استقلالية أعضاء مجلس الإدارة، واستقلالية مجلس الإدارة عن الإدارة التنفيذية (اسماعيل، 2010). ومن الدراسات التي تناولت أثر وجود لجنة الحاكمية المؤسسية دراسة (دهمش والهنيني، 2008) حيث بينت الدراسة أن وجود لجنة حاكمية مؤسسية يتمتع أعضاؤها بالاستقلال عن الإدارة تعمل على تحديد الأهداف ووضع نظام حاكمية مؤسسية مناسب، يعمل على تحسين الأداء بشكل عام في الشركة، ويقلل من الضغوطات التي قد تمارسها الإدارة التنفيذية على المدقق من أجل التأثير على رأيه، وقد أوصت الدراسة بضرورة التركيز على استقلالية أعضاء مجالس إدارة الشركات المساهمة العامة، والفصل بين الملكية والإدارة في الشركات، والاهتمام بتكوين لجان خاصة تعنى بالتدقيق الداخلي والحاكمية المؤسسية.

وتناولت العديد من الدراسات موضوع نشاط لجنة التدقيق منها دراسة (الشريف وأبو عجيبة، 2009) حيث لم تتوصل الدراسة إلى وجود علاقة بين جودة الأرباح وبين نشاط لجنة التدقيق المتمثل بعدد اجتماعاتها، وهذا ما أكدته دراسة (Malik, 2012) حيث بينت عدم وجود علاقة بين عدد اجتماعات لجنة التدقيق وبين سعر السهم. ويوجد العديد من الدراسات التي قامت بدراسة خصائص لجنة التدقيق كإحدى أدوات الحاكمية المؤسسية، ومدى فاعليتها في عدة جوانب كالحد من إدارة الأرباح، أو تحسين جودة التقارير المالية، وتحسين جودة الأرباح، ومن هذه الدراسات دراسة (المومني، 2010) والتي هدفت إلى الوقوف على واقع تشكيل لجان التدقيق وآليات عملها في الشركات الأردنية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، وذلك من خلال التعرف على تقييم ضوابط تشكيل لجان التدقيق والكيفية التي يتم بها اختيار أعضاء اللجنة، وآليات عملها، لتعزيز الحاكمية المؤسسية. وتوصلت الدراسة إلى أن مجالس الإدارة تهتم بدرجة متوسطة بضوابط تشكيل لجان التدقيق وآليات عملها. ووفقاً لهذه النتائج فإن لجان التدقيق لا تزال تفتقر إلى الاستقلالية والفعالية الكاملة، ومن أهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة ضرورة تركيز مجالس إدارات الشركات عند اختيارها لأعضاء لجان التدقيق على كفاءاتهم وخبراتهم واستقلاليتهم، وإلزام الشركات الأردنية بتقديم تقرير حول فاعلية لجان التدقيق ضمن تقاريرها السنوية.

وأكدت دراسة (حمدان وآخرون، 2012) وجود أثر إيجابي لعدد اجتماعات لجنة التدقيق في تحسين جودة الأرباح في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية.

وفي دراسة حديثة للنجار وعقل (2016) تم تحليل أثر حوكمة الشركات على الاداء المالي للشركات الفلسطينية المدرجة في بورصة عمان. اظهرت نتائج الدراسة وجود اثر ايجابي مهم احصائي لحوكمة الشركات على كل ن العائد على الاصول والقيمة الدفترية للسهم والقيمة السوقية للسهم، بينما لم يكن هناك اثر للحوكمة على معدل نمو المبيعات.

وفي دراسة للممارسات العملية لمبادئ الحاكمية المؤسسية في ماليزيا، قام Zabri (2016) بدراسة على عينة تكونت من اكبر 100 شركة مدرجة في بورصة ماليزيا لاختبار اثر تطبيق الحاكمية على الاداء المالي للشركات عينة الدراسة. اظهرت نتائج الدراسة حجم مجلس الادارة له تاثير سلبي وضعيف احصائيا على العائد على حقوق الملكية، كما اظهرت النتائج عدم وجود تاثير لاستقلالية مجلس الادارة على الاداء المالي للشركات.

وفي دراسة للسرطاوي (2015) تم تحليل أثر الحاكمية المؤسسية على أداء الشركات في قطاع التأمين والاستثمار والبنوك والمدرجة بالأسواق المالية لدول مجلس التعاون الخليجي، وقد اظهرت نتائج الدراسة التزام كاف بمبادئ الحاكمية المؤسسية بالرغم من تباين مستوى تطبيقها بين شركات عينة الدراسة، كما اظهرت النتائج وجود اثر مهم احصائيا على الاداء المالي للشركات، حيث تبين وجود تأثير ايجابي للحاكمية المؤسسية على القيمة السوقية للشركة وعلى معدل العائد على السهم

وفي دراسة لحمدان (2013) لمدى تطبيق مبادئ حوكمة الشركات في الشركات الكويتية والتي اجريت على الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق الكويت للأوراق المالية، موزعة على تسعة قطاعات اقتصادية. أشارت نتائج الدراسة الوصفية إلى وجود تطبيق بمستوى متوسط وذي دلالة إحصائية لشروط حوكمة الشركات في سوق الكويت المالية، ولم يكن هناك تمايز بين الشركات الكويتية في تطبيق حوكمة

الشركات. كما أشارت الدراسة إلى تأثير حوكمة الشركات في مؤشر واحد من مؤشرات الأداء المالي، وهو القيمة السوقية المضافة، وتأثيرها على جميع مؤشرات الأداء التشغيلي، بينما لم يكن لها دور في معدل العائد على الاستثمار كمؤشر على الأداء المالي، والعائد على السهم العادي كمؤشر على أداء الأسهم.

ثالثاً: هيكل الملكية:

يعرف هيكل الملكية على أنه الطريقة التي تمول بها الشركة من خلال حقوق الملكية والمديونية، ويعرف من خلال توزيع الملكية بالنسبة للأصوات ورأس المال، وكما يعتبر هوية لأصحاب الأسهم، ويعتبر هيكل الملكية ذا أهمية كبيرة في مجال حوكمة الشركات باعتبارها واحدة من الآليات الرئيسية للرقابة والسيطرة على تكاليف الوكالة في حوكمة الشركات (Kumar, 2003).

نظرية الوكالة وهيكل الملكية :

تعرف الوكالة بأنها علاقة تنشأ من خلال عقد يفوض المالك بموجبه شخصاً آخر ينوب عنه في الإدارة واتخاذ القرارات المتعلقة بالشركة والتي يفترض أن تصب في النهاية في مصلحة الشركة (Jensen and, Meckling, 1976). ومن أهم أسباب ظهور مشكلة الوكالة بين الإدارة وبقية المساهمين هو التعارض المحتمل بين أهداف الطرفين، وشدة هذا الصراع تحدد بمستوى ملكية كل فرد ونفوذ (خصاونة، 2006). حيث تبين أن الملكية المشتتة تؤدي إلى تفاقم مشكلة الوكالة ولكن بنفس الوقت لها فوائد قد تحل الكثير من المشاكل (Demsetz&Villanonga, 2001).

وفقاً لنظرية الوكالة، يجب أن تكون تكاليف الوكالة مرتبطة عكسياً مع حصة ملكية المالك الرئيسي وهذا ما أثبتته معظم الدراسات منها دراسة (Al-Rawashdeh, 2007) والتي أكدت أن تكاليف الوكالة تؤثر سلباً على الأداء. فإذا كان المالك الأساسي هو أيضاً مدير للشركة ويملك جميع أسهم الشركة فهذا يدل على عدم وجود فصل بين الإدارة والملكية، وبالتالي فإن المدير يتحمل كل المنافع والمصاريف المتوقعة، أما إذا تم بيع جزء من الأسهم لأطراف أخرى فإن المدير سيحصل على جزء من المنافع وجزء من الخسائر بموجب أي قرار يتم اتخاذه، لذا سيحاول تعويض ما خسره من منافع سواء أكانت مادية، أم غير مادية من خلال زيادة استهلاك بعض المنافع في الشركة على حساب بقية المساهمين (ANG S. et al., 2000).

العلاقة بين هيكل الملكية وربحية الشركات (الدراسات السابقة):

تعددت الدراسات التي تناولت دراسة أثر أنماط هيكل ملكية الشركات على العديد من جوانب الأداء، منها دراسة (Abu-Serdaneh 2010) (et al.,) والتي تناولت إمكانية أن تؤثر متغيرات هيكل الملكية في أداء الشركات الصناعية الأردنية المدرجة في السوق المالي للفترة (2002 - 2006) وبينت النتائج أن الأداء يقل في الشركات التي تكون الملكية فيها مركزة بيد الأقلية (سيطرة عدد قليل من المالكين)، ويزداد الأداء عندما تكون نسبة ملكية الشركات (المؤسسات) عالية. كما أظهرت الدراسة أنه لا توجد علاقة بين الربحية ومتغيرات هيكل الملكية المتعلقة بالملكية الأجنبية. وتم التوصل إلى أن ملكية هذه الشركات أكثر تركيزاً، بدل أن تكون موزعة على عدد كبير من المالكين، كما أن الملكية الأجنبية كانت ثابتة خلال الخمس سنوات بنسبة 14%، كما كانت نسبة الشركات التي يكون مديرها العام أحد أعضاء مجلس الإدارة أكثر من 5%. أما دراسة (Wang, 2006) فقد أظهرت أن ملكية العائلة المؤسسة ترتبط مع جودة أرباح عالية. وأثبتت نتائج دراسة (الشريف وأبو عجيلة، 2009) وجود علاقة عكسية بين جودة الأرباح وبين نسبة ملكية أعضاء مجلس الإدارة.

من ناحية أخرى درس (Demsetz&Villanonga, 2001) هيكل الملكية وأداء الشركات وتوصلت الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية ذات معنى بين هيكل الملكية وأداء الشركة. وأكد نتيجة هذه الدراسة (Al-Farooque وآخرون، 2007) والذي درس أثر هيكل الملكية المتمثل بملكية أعضاء مجلس الإدارة على أداء الشركات حيث تبين أن هيكل الملكية لا يؤثر على الأداء.

كذلك توصلت دراسة (Al-Rawashdeh, 2007) والتي بحثت أثر ملكية الإدارة على الأداء في الشركات الصناعية الأردنية المدرجة في بورصة عمان (ASE) إلى أن تكاليف الوكالة تؤثر سلباً على الأداء، في حين كان دور هيكل الملكية في التأثير على الأداء خلال تكاليف الوكالة متناقض،

وتبين أن ملكية أعضاء المجلس والإدارة العليا يرتبط بشكل سلب مع الأداء، أما الأفراد والمؤسسات الذين يملكون أكثر من 5٪ من الأسهم فليس له أي تأثير على الأداء.

كذلك بحثت دراسة (Wang, D., 2006) العلاقة بين ملكية العائلات وجودة الأرباح وخلصت الدراسة إلى أن هيكل ملكية العائلات له تأثيرات هامة على الأرباح المعلنة حيث توجد علاقة غير خطية بين ملكية العائلات وجودة الأرباح. وتم تناول أثر متغيرات هيكل الملكية وغيرها من العوامل التفسيرية على أداء الشركة بشكل أكثر توسعاً من خلال دراسة قام بها (Zuriekat et al., 2010) على الشركات الصناعية الأردنية المدرجة في السوق المالي للفترة (2002 - 2006)، وبينت النتائج أن الأداء يقل في الشركات التي تكون الملكية فيها مركزة بيد الأقلية (سيطرة عدد قليل من المالكين)، ويزداد الأداء عندما تكون نسبة ملكية مستثمرين المؤسسات عالية، كما أظهرت الدراسة أنه لا توجد علاقة بين الربحية وبين هيكل الملكية المتعلقة بالملكية الأجنبية والملكية الإدارية .

أما دراسة (Ezi-Herbert & Tsegba, 2011) فقد أظهرت أن المساهمين المهيمنين (Dominant Shareholding) والملكية المركزة (Concentrated Ownership) و ملكية الأجانب (Foreign Ownership) ليس لهم تأثير بشكل كبير على أداء الشركة، كما أن ملكية (Insider Ownership) ترتبط عكسياً مع أداء الشركة.

وأخيراً بينت دراسة (Tomar & Bino, 2012) أن أفضل البنوك أداءً هي التي تملك المؤسسات غالبية أسهمها، ويصبح أداء البنك أكثر فعالية كلما زادت نسبة ملكية رئيس مجلس الإدارة وأعضائه في أسهمه، أما عدد أعضاء مجلس الإدارة فلم يكن له أهمية واضحة في التأثير في أداء البنك.

وفي دراسة حديثة قام حمدان وآخرون (2016) بدراسة إلى هيكل الملكية في الشركات المدرجة في بورصة البحرين، ودوره في تخفيض تكاليف الوكالة؛ وتم تقسيم هيكل الملكية إلى أربعة مكونات أساسية هي: تركيز الملكية، و ملكية مجلس الإدارة، والملكية المؤسسية، والملكية الأجنبية. تم دراسة لواحده وثلاثين (31) شركة لسلسلة زمنية تمتد لثلاثة عشر (13) عامًا (2002-2014)، وباستخدام نموذج التأثيرات الثابتة (Firm fixed- effect approach) تبين أن مكونات هيكل الملكية تؤدي دوراً سلبياً في تكاليف الوكالة في الشركات المدرجة في بورصة البحرين، باستثناء ملكية مجلس الإدارة التي كانت تؤدي دوراً إيجابياً غير فعال في الحد من تكاليف الوكالة.

ويلاحظ من نتائج مختلف الدراسات السابقة التي تم ذكرها والتي تناولت دراسة أثر أنماط هيكل ملكية الشركات على العديد من جوانب الأداء المختلفة أن هذه الدراسات كانت متناقضة في النتائج فبعض منها أثبت وجود أثر لهيكل الملكية على الأداء بشكل إيجابي والبعض الآخر أثبت وجود أثر بشكل سلبي ومنها ما أثبت عدم وجود علاقة وقد يعو السبب لتناول قطاعات مختلفة أو بيئة مختلفة.

نتائج الدراسة

سيتم عرض النتائج من خلال عرض وصفي لمتغيرات الدراسة يتبعها عرض للعلاقة بين متغيرات الدراسة وأخيراً عرض لنتائج اختبار نماذج الدراسة.

نتائج الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة:

المتغير المستقل الأول : الحاكمية المؤسسية

لجان التدقيق والحاكمية والمكافآت والترشيح:

يلاحظ من النتائج المعروضة في الجدول (1) أن معظم الشركات المساهمة العامة الأردنية تهتم بوجود لجنة تدقيق مما يدل على إدراكها لأهميتها والتزامها بالمتطلبات القانونية الخاصة بذلك، رغم أن وجود شركتين ضمن عينة الدراسة وبنسبة (4.5%) لا يوجد لديها لجنة

تدقيق وبالرغم من تدني هذه النسبة إلا أن ذلك يدل على عدم تقيد هذه الشركات بأحكام القوانين والأنظمة والتعليمات والقرارات الصادرة عن الجهات الرقابية ومنها المادة (46/أ) من قانون الأوراق المالية رقم (76) لسنة (2002)، وكذلك المادة رقم (15) من تعليمات إفصاح الشركات المصدرة، والمعايير المحاسبية ومعايير التدقيق لسنة (2004) (تعليمات هيئة الأوراق المالية). أما بالنسبة للجنة الحاكمية ولجنة المكافآت والترشيح فيلاحظ أن الشركات الأردنية لا تهتم بوجود هذه اللجان حيث يظهر أن معدل تكرارها متدني.

جدول 1: مدى توفر لجان التدقيق والحاكمية والمكافآت والترشيح لدى شركات عينة الدراسة

البيان	يوجد لجنة		لا يوجد لجنة	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
لجنة تدقيق	42	%95.5	2	%4.5
لجنة المكافآت والترشيح	18	%40.9	26	%59.1
لجنة حاكمية	7	%15.9	37	%84.1
لجنة المكافآت والترشيح مشكلة من الأعضاء غير التنفيذيين	15	%83.3*	3	%16.7*
عدد عينة الدراسة	44	%100		
* تم احتساب النسبة من إجمالي الشركات التي يوجد لديها لجنة المكافآت والترشيح.				

عدد الاعضاء والإجتماعات السنوية للجان التدقيق والحاكمية والمكافآت والترشيح :

يبين الجدول (2) أن الشركات تلتزم ظاهرياً بالتواصل من قبل أعضاء لجنة التدقيق ومتابعتها للمهام الموكلة لها كما يبين التزامها بعدد الاجتماعات المنصوص عليها في دليل قواعد حوكمة الشركات المساهمة والذي ألزمها بالاجتماع دورياً، وعلى أن لا يقل عدد اجتماعاتها عن أربعة اجتماعات في السنة. مع ملاحظة أن هناك عدد من الشركات لم تصل للحد الأدنى لعدد الاجتماعات في السنة.

جدول 2: الاحصاء الوصفي لعدد الاجتماعات السنوية وعدد أعضاء اللجان لدى شركات عينة الدراسة للسنوات

التفاصيل	أقل قيمة	أعلى قيمة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
عدد اجتماعات لجنة التدقيق	3	17	4.608	1.853
عدد أعضاء لجنة التدقيق	3	9	3.623	1.214
عدد اجتماعات لجنة الحاكمية	0	12	5.44	5.481
عدد أعضاء لجنة الحاكمية	3	9	4.948	3.048
عدد اجتماعات لجنة المكافآت والترشيح	0	24	3.358	5.078
عدد أعضاء لجنة المكافآت والترشيح	2	6	3.308	0.939
عدد الأعضاء غير التنفيذيين في لجنة المكافآت والترشيح	1	5	2.486	1.209

كما أنه يستدل من النتائج السابقة على الاهتمام المتزايد في السنوات الأخيرة بعقد الاجتماعات المتكررة لكل من لجنة الحاكمية ولجنة المكافآت والترشيح مما يساعد ويسهل مهمة مجلس الإدارة في أداء مهامه وذلك من خلال التوصيات التي تقدمها كل منها إلى مجلس الإدارة والتي تساهم في تحسين أوضاع الشركة.

أما بالنسبة لعدد الأعضاء غير التنفيذيين في لجنة المكافآت والترشيح فقد أظهرت النتائج أن الشركات الأردنية والمتوفرة لديها هذه اللجنة لا تلتزم بما جاء بدليل قواعد حوكمة الشركات المساهمة حيث أكد على أن تتألف لجنة المكافآت والترشيح من أعضاء مجلس الإدارة غير التنفيذيين، وبالتالي لا بد من الالتزام بذلك وتطبيقه في المستقبل.

عدد أعضاء واستقلالية أعضاء مجلس الإدارة، الفصل ما بين المدير التنفيذي (CEO) ورئيس مجلس الإدارة (chairman):

يبين الجدول (3) أن الوسط الحسابي لعدد أعضاء مجلس الإدارة متقاربة وبلغ حوالي (8.5) عضو وبلغت أعلى قيمة لعدد أعضاء مجلس الإدارة فقد بلغ (13) عضو وهذا يعني أن بعض أفراد عينة الدراسة من الشركات المساهمة العامة تطبق الحد الأعلى لعدد أعضاء مجلس الإدارة وكما ورد في دليل قواعد حوكمة الشركات المساهمة – هيئة الأوراق المالية.

جدول 3: الإحصاء الوصفي لعدد أعضاء مجلس الإدارة، ومدى استقلالية أعضائه والفصل ما بين المدير التنفيذي (CEO) ورئيس مجلس الإدارة (chairman)

التفاصيل	أقل قيمة	أعلى قيمة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
عدد أعضاء مجلس الإدارة	5	13	8.48	1.978
استقلالية أعضاء مجلس الإدارة	0.60	1	0.913	0.086
الفصل ما بين المدير التنفيذي (CEO) ورئيس مجلس الإدارة (chairman)*	0	1	0.763	0.429
* أُعطي رقم (1) إذا كان هناك فصل ورقم (0) إذا لم يكن هناك فصل.				

أما بالنسبة لاستقلالية أعضاء مجلس الإدارة فقد بلغ الوسط الحسابي (0.90) عضو، أي أن معظم أفراد عينة الدراسة من الشركات المساهمة العامة توجد لديها استقلالية بنسبة عالية جداً وهذا يتفق مع ما تطلبه دليل قواعد حوكمة الشركات المساهمة – هيئة الأوراق المالية بخصوص استقلالية مجلس الإدارة. أما بالنسبة للفصل ما بين المدير التنفيذي (CEO) ورئيس مجلس الإدارة (chairman) فقد بلغ الوسط الحسابي حوالي (0.75)، أي

أن معظم أفراد عينة الدراسة من الشركات المساهمة العامة تلتزم بالفصل ما بين المدير التنفيذي ورئيس مجلس الإدارة ولكن ليس بنسبة عالية نظراً لأن دليل قواعد حوكمة الشركات المساهمة – هيئة الأوراق المالية لا يجيز الجمع بين منصب رئيس مجلس الإدارة وأي منصب تنفيذي آخر في الشركة.

المتغير المستقل الثاني: هيكل الملكية

يبين الجدول (4) أن قيمة الوسط الحسابي لنسبة كبار المساهمين 53%، وهذا يدل على أن ملكية معظم الشركات الأردنية تتركز بأيدي كبار المساهمين الذين يملكون (5%) فأكثر من أسهمها وأن صغار المستثمرين لا يشكلون ثقل كبير في تلك الشركات. كما يبين الجدول أن قيمة الوسط الحسابي لنسبة ملكية الحكومة 7.7%، وهذا يعني أن ملكية الحكومة في معظم شركات أفراد العينة متدنية جداً، فكانت أعلى قيمة لنسبة ملكية الحكومة 55%، وأقل قيمة بلغت صفر، أي أن هناك بعض شركات أفراد العينة لا تملك الحكومة أسهماً فيها، وبالتالي فإن الحكومة تعطي القطاع الخاص أولوية للاستثمار وإدارة الشركات المساهمة الأردنية.

جدول 4: الإحصاء الوصفي لهيكل الملكية

التفاصيل	أقل قيمة	أعلى قيمة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
نسبة كبار المساهمين	0.056	1.00	0.530	0.224
نسبة ملكية الحكومة	0.000	0.550	0.077	0.138
نسبة ملكية الأجانب	0.000	0.752	0.079	0.151
نسبة ملكية العرب	0.000	.9250	0.124	0.175
نسبة ملكية العرب والاجانب	0.000	.9350	0.203	0.214
نسبة ملكية مجلس الإدارة	0.0001	1.000	0.408	0.225

أما بالنسبة للملكية الاجانب فقد بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا البعد 7.9%، وهذا يعني أن ملكية الأجانب في معظم شركات أفراد العينة متدنية جداً، مما يُوجب الحكومة الأردنية الاهتمام بتشجيع وتحفيز الاستثمار الأجنبي، وهناك شركات لا يوجد فيها أي ملكية اجانب وبالمقابل هناك شركة بلغ نسبة ملكية الاجانب فيها 75.2%. وبالنسبة للملكية العرب فقد كانت نسبتها افضل من الملكية الاجنبية حيث بلغ الوسط الحسابي لهذا البعد 12.4%.

اخيراً فقد بلغت متوسط نسبة ملكية مجلس الإدارة 40.8% وهذا يعني أن ملكية مجلس الإدارة في معظم شركات أفراد العينة عالية نوعاً ما، ويبين الجدول أن هناك بعض شركات أفراد العينة لا يوجد ملكية لمجلس الإدارة في أسهمها، وبالمقابل هناك شركات مملوكة بالكامل من قبل مجلس الادارة.

المتغير التابع : ربحية الشركات

جدول 5: الإحصاء الوصفي لأبعاد ربحية الشركات

التفاصيل	أقل قيمة	أعلى قيمة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
العائد على الأصول (ROA)	-5108	5558	0.042	0.086
العائد على حقوق الملكية (ROE)	-6649	7815	0.065	0.238
نسبة مجمل الربح (GPM)	-0851	0.900	0.249	0.235

يبين الجدول (5) أن عوائد الشركات عينة الدراسة كانت الى حد بعيد متدنية حيث بلغ متوسط معدل العائد على الأصول السنوي 4.2% بينما بلغ معدل العائد على حقوق الملكية 6.5%، أما بالنسبة للبعد الثالث (نسبة مجمل الربح) فقد بلغت قيمة الوسط الحسابي 24.9% وهذه النسبة جيدة نوعاً ما.

نتائج تحليل الارتباط بين المتغيرات المستقلة والتابعة

لدراسة العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع (ربحية الشركات) تم اجراء تحليل معامل الارتباط باستخدام اختبار بيرسون، حيث يظهر الجدول (6) نتائج تحليل الارتباط بين المتغير المستقل الأول والمتمثل في الحاكمية المؤسسية والمتغيرات التابعة المتعلقة بالربحية.

جدول 6: تحليل الارتباط بين أبعاد الحاكمية المؤسسية والربحية

المتغير	العائد على حقوق الملكية	العائد على الأصول	نسبة مجمل الربح
عدد أعضاء لجنة الحاكمية.	0.11	0.120	0.442
Sig. (2-tailed)	0.653	0.625	0.058
عدد اجتماعات لجنة الحاكمية.	0.098	0.083	0.281
Sig. (2-tailed)	0.690	0.736	0.243
عدد اجتماعات لجنة المكافآت والترشيح .	0.214	0.05	-0.256
Sig. (2-tailed)	0.125	0.722	0.065
عدد أعضاء لجنة المكافآت والترشيح .	0.297*	0.234	-0.148
Sig. (2-tailed)	0.031	0.092	0.290
عدد الأعضاء غير التنفيذيين في لجنة المكافآت والترشيح	0.206	0.076	-0.285*
Sig. (2-tailed)	0.138	0.589	0.038
لجنة المكافآت والترشيح مشكلة من الأعضاء غير التنفيذيين	0.244	0.162	-0.057
Sig. (2-tailed)	0.079	0.245	0.687

0.003	0.165*	0.072	عدد أعضاء لجنة التدقيق.
0.972	0.023	0.324	Sig. (2-tailed)
0.017	0.021	-0.054	عدد اجتماعات لجنة تدقيق.
0.816	0.778	0.460	Sig. (2-tailed)
-0.164*	0.061	-0.042	عدد أعضاء مجلس الإدارة .
0.015	0.366	0.532	Sig. (2-tailed)
-0.134*	0.125	-0.010	استقلالية أعضاء مجلس الإدارة .
0.047	0.064	0.887	Sig. (2-tailed)
-0.297**	-0.151*	-0.031	فصل دور المدير التنفيذي عن رئيس المجلس.
0.000	0.025	0.652	Sig. (2-tailed)
*, ** significant at the 0.05 and 0.01 levels, respectively.			

يبين الجدول (6) أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين عدد أعضاء لجنة المكافآت والترشيح وبين المتغير التابع العائد على حقوق الملكية في شركات عينة الدراسة حيث أن مستوى الدلالة أقل من 0.05 وبقيمة (0.031). بينما لم تظهر أية علاقة ذات دلالة إحصائية بين باقي أبعاد الحاكمية المؤسسية وبين المتغير التابع العائد حقوق على الملكية حيث أن مستوى الدلالة أكبر من 0.05.

كما تظهر النتائج أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين عدد أعضاء لجنة التدقيق وبين العائد على الأصول وعلاقة سلبية ذات دلالة إحصائية بين فصل دور المدير التنفيذي عن رئيس المجلس وبين العائد على الأصول، حيث أن مستوى الدلالة أقل من 0.05 وبقيمة (0.023) و(0.025) على التوالي. بينما لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين باقي أبعاد الحاكمية المؤسسية وبين العائد على الأصول حيث أن مستوى الدلالة أكبر من 0.05.

أما المتغير التابع نسبة مجمل الربح فقد أظهرت النتائج أن هناك علاقة سلبية ذات دلالة إحصائية بين كل من عدد الأعضاء غير التنفيذيين في لجنة المكافآت والترشيح، وعدد أعضاء مجلس الإدارة، واستقلالية أعضاء مجلس الإدارة، وفصل دور المدير التنفيذي عن رئيس المجلس وبين المتغير التابع نسبة مجمل الربح، حيث أن مستوى الدلالة أقل من 0.05 وبقيمة (0.038) و(0.015) و(0.047) و(0.000) على التوالي. بينما لم يكن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من باقي أبعاد الحاكمية المؤسسية وبين المتغير التابع نسبة مجمل الربح حيث أن مستوى الدلالة أكبر من 0.05.

تحليل الارتباط بين المتغير المستقل الثاني هيكل الملكية والربحية

يعرض الجدول (7) نتائج اختبار تحليل الارتباط بين المتغير المستقل الثاني والمتمثل في هيكل الملكية باستخدام المتغير التابع العائد على حقوق الملكية:

يبين الجدول (7) عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد هيكل الملكية وبين المتغير التابع العائد على حقوق الملكية حيث أن مستوى الدلالة أكبر من 0.05، وبالتالي فإن أبعاد هيكل الملكية لا يوجد بينها وبين العائد على حقوق الملكية ارتباط مهم إحصائياً، مما يعني أن تركيبة مالكي الشركات الأردنية لا يؤثر على عائد المالكين.

أما بالنسبة للعائد على الأصول فقد أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كل من نسبة كبار المساهمين ونسبة ملكية الحكومة ونسبة ملكية الأجانب ونسبة ملكية العرب والأجانب مجتمعة وبين المتغير التابع العائد على الأصول حيث أن مستوى الدلالة أقل من 0.05. بينما لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من نسبة ملكية العرب ونسبة ملكية مجلس الإدارة وبين العائد على الأصول حيث أن مستوى الدلالة أكبر من 0.05. وبالتالي فإن النتائج تشير إلى أثر واضح لتركيبية المالكين على العائد على الأصول. وتبين وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كل نسبة ملكية كبار المساهمين ونسبة ملكية مجلس الإدارة وبين المتغير التابع نسبة مجمل الربح عند مستوى دلالة أقل من 0.01 في حين أن هناك علاقة سلبية ذات دلالة إحصائية بين نسبة ملكية العرب ونسبة مجمل الربح،

جدول 7: تحليل الارتباط بين أبعاد هيكل الملكية والربحية

المتغير	العائد على حقوق الملكية	العائد على الاصول	نسبة مجمل الربح
نسبة ملكية كبار المساهمين.	0.088	0.157*	0.325**
Sig. (2-tailed)	0.735	0.021	0.012
نسبة ملكية الحكومة.	0.116	0.336**	0.084
Sig. (2-tailed)	0.643	0.001	0.734
نسبة ملكية الأجانب.	0.076	0.216**	0.054
Sig. (2-tailed)	0.342	0.0245	0.689
نسبة ملكية العرب.	-0.035	-0.009	-0.167**
Sig. (2-tailed)	0.425	0.894	0.0224
نسبة ملكية العرب والأجانب.	0.025	0.146*	-0.098
Sig. (2-tailed)	0.524	0.011	0.896
نسبة ملكية مجلس الإدارة.	-0.014	0.100	0.230**
Sig. (2-tailed)	0.758	0.602	0.0285
*, ** significant at the 0.05 and 0.01 levels, respectively.			

نتائج اختبار نماذج الدراسة:

تم دراسة تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع من خلال استخدام ثلاثة نماذج وتم استخدام معامل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار القوة التفسيرية للنماذج المستخدمة. وقبل البدء بتنفيذ اختبار نماذج الدراسة تم التأكد من عدم وجود ارتباط عالي بين المتغيرات المستقلة وهو ما يعرف باختبار ال (Multicollinearity)، حيث أظهرت النتائج أن هناك علاقة خطية متعددة (Multicollinearity) لكل من (عدد الأعضاء الغير تنفيذيين في لجنة المكافآت والترشيح) و(عدد أعضاء لجنة المكافآت والترشيح)، وبناء على ذلك سيتم استبعادهما عند إجراء تحليل الانحدار الخطي المتعدد للنماذج المعتمدة لكل من الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية للحصول على نتائج أكثر دقة.

- النموذج الأول : قاس هذا النموذج أثر كل من أبعاد الحاكمية المؤسسية وأبعاد هيكل الملكية على العائد على حقوق الملكية (ROE):

$$ROE = \alpha + \beta_1(NUMBOARD) + \beta_2(INDEPBOARD) + \beta_3(CEOD) + \beta_4(LAROWN) + \beta_5(GOVOWN) + \beta_6(FOROWN) + \beta_7(NumGov) + \beta_8(A\&FOWN) + \beta_9(BOASOWN) + \beta_{10}(NumMAud) + \beta_{11}(NumAudc) + \beta_{12}(CRnnonEx) + \beta_{13}(NumeN\&R) + \beta_{14}(NumGovM) + \epsilon$$

جدول 8: نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد (النموذج الأول) أثر أبعاد الحاكمية المؤسسية وأبعاد هيكل الملكية على العائد على حقوق الملكية (ROE) (المقياس الأول للربحية)

المتغير	Adjusted R Square	F- value	Significance of F (sig)	Durbin-Watson
أبعاد الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية	-0.023	0.652	0.819	1.975
قيمة الثابت	0.604	0.519		
نسبة ملكية كبار المساهمين.	0.496	0.682	0.067	
نسبة ملكية الحكومة.	0.138	1.489	0.129	

-0.033	-0.304	0.762	نسبة ملكية الأجانب.
0.014	0.159	0.874	نسبة ملكية العرب والأجانب.
-0.056	-0.691	0.490	نسبة ملكية مجلس الإدارة.
-0.069	-0.788	0.432	عدد أعضاء مجلس الإدارة.
-0.014	-0.161	0.872	استقلالية مجلس الإدارة.
0.017	0.208	0.835	فصل دور المدير التنفيذي عن رئيس المجلس.
-0.146	-1.397	0.164	عدد اجتماعات لجنة تدقيق.
-0.055	-0.662	0.509	لجنة المكافآت والترشيح مشكلة من الأعضاء غير التنفيذيين.
0.093	1.044	0.298	عدد اجتماعات لجنة المكافآت والترشيح.
0.176	1.875	0.062	عدد أعضاء لجنة التدقيق.
0.091	0.617	0.538	عدد اجتماعات لجنة الحاكمية.
-0.087	-0.592	0.555	عدد أعضاء لجنة الحاكمية.
*, ** significant at the 0.05 and 0.01 levels, respectively.			

يبين الجدول (8) أن الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية لا تؤثر على العائد على حقوق الملكية. حيث بلغت القوة التفسيرية للنموذج (Adjusted R Square) (-0.023)، وهذا يدل على أن القوة التفسيرية للنموذج متدنية ويعني أن النموذج لا يفسر أي تغير يحدث في العائد على حقوق الملكية، وهذا ما أكدته قيمة (f) المحسوبة والبالغة (0.652) وبمستوى دلالة احصائية أكبر من 0.05 وبقائمة (0.819) كما أن القوة التفسيرية للنموذج غير مهمة إحصائياً مما يعني أن وجود الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية لا يؤثر على العائد على حقوق الملكية، وهذا ما أكدته دراسة (Tomar & Bino, 2012) والتي بينت أن (هيكل الملكية وحجم مجلس الإدارة واستقلالية أعضائه) معاً لا تؤثر على العائد على حقوق الملكية. وتم احتساب قيمة (Durbin-Watson) للكشف عن وجود الارتباط الذاتي بين متغيرات النموذج والتي يمكن أن تؤثر على دقة النتائج وأظهرت النتائج أنه لا يوجد ارتباط ذاتي بين متغيرات النموذج حيث بلغت قيمة (Durbin-Watson) للنموذج (1.975).

● النموذج الثاني: قاس أثر كل من أبعاد الحاكمية المؤسسية وأبعاد هيكل الملكية على العائد على الأصول (ROA):

$$ROA = \alpha + \beta_1(NUMBOARD) + \beta_2(INDEPBOARD) + \beta_3(CEOD) + \beta_4(LAROWN) + \beta_5(GOVOWN) + \beta_6(FOROWN) + \beta_7(NumGov) + \beta_8(A\&FOWN) + \beta_9(BOASOWN) + \beta_{10}(NumMAud) + \beta_{11}(NumAudc) + \beta_{12}(CRnnonEx) + \beta_{13}(NumeN\&R) + \beta_{14}(NumGovM) + \epsilon$$

جدول 9: نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد (النموذج الثاني) أثر أبعاد الحاكمية المؤسسية وأبعاد هيكل الملكية على العائد على الأصول (ROA) (المقياس الثاني للربحية)

المتغير	Adjusted R Square	F- value	Significance of F (sig)	Durbin-Watson
أبعاد الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية	0.12	3.138	0.000**	2.016
قيمة الثابت	Sig	T	Beta	
	0.194	-1.302		
نسبة ملكية كبار المساهمين.	0.953	0.059	0.005	
نسبة ملكية الحكومة.	0.003**	3.054	0.245	
نسبة ملكية الأجانب.	0.547	0.603	0.060	
نسبة ملكية العرب والأجانب.	0.288	1.066	0.089	

0.090	1.195	0.233	نسبة ملكية مجلس الإدارة.
-0.013	-0.164	0.870	عدد أعضاء مجلس الإدارة.
0.115.	1.468	0.144	استقلالية مجلس الإدارة.
-0.152	-2.026	0.044*	فصل دور المدير التنفيذي عن رئيس المجلس.
-0.069	-0.706	0.481	عدد اجتماعات لجنة تدقيق.
-0.074	-0.956	0.340	لجنة المكافآت والترشيح مشكلة من الأعضاء غير التنفيذيين.
0.085	1.024	0.307	عدد اجتماعات لجنة المكافآت والترشيح.
0.156	1.794	0.074	عدد أعضاء لجنة التدقيق.
0.081	0.594	0.553	عدد اجتماعات لجنة الحاكمية.
-0.062	-0.456	0.649	عدد أعضاء لجنة الحاكمية.
*, ** significant at the 0.05 and 0.01 levels, respectively.			

يبين الجدول (9) أن الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية تؤثر بشكل ملحوظ على العائد على الأصول. حيث بلغت القوة التفسيرية للنموذج (Adjusted R Square) (0.120)، ويعني هذا أن النموذج يفسر 12% من التغير الذي يحدث في العائد على الأصول، وقد بلغت قيمة (f) (3.138) وبمستوى دلالة إحصائية بقيمة (0.000) أي أن القوة التفسيرية للنموذج مهمة إحصائياً مما يعني أن وجود الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية يؤثر على العائد على الأصول. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Zaidan, 2013) في حين تختلف نتائج دراسة (Tomar & Bino, 2012) والتي بينت أن (هيكل الملكية وحجم مجلس الإدارة واستقلالية أعضائه) معاً لا تؤثر على العائد على الأصول. وأظهرت نتائج قيمة (Durbin-Watson) أنه لا يوجد ارتباط ذاتي بين متغيرات النموذج حيث بلغت قيمة (Durbin-Watson) للنموذج (2.016).

• النموذج الثالث: قاس هذا النموذج أثر كل من أبعاد الحاكمية المؤسسية وأبعاد هيكل الملكية على نسبة هامش الربح (GPM):

$$GPM = \alpha + \beta_1(NUMBOARD) + \beta_2(INDEPBOARD) + \beta_3(CEOD) + \beta_4(LAROWN) + \beta_5(GOVOWN) + \beta_6(FOROWN) + \beta_7(NumGov) + \beta_8(A\&FOWN) + \beta_9(BOASOWN) + \beta_{10}(NumMAud) + \beta_{11}(NumAudc) + \beta_{12}(CRnnonEx) + \beta_{13}(NumeN\&R) + \beta_{14}(NumGovM) + \epsilon$$

جدول 10: نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد (النموذج الثالث) أثر أبعاد الحاكمية المؤسسية وأبعاد هيكل الملكية على نسبة مجمل الربح (GPM) (المقياس الثالث للربحية)

المتغير	Adjusted R Square	F-value	Significance of F (sig)	Durbin-Watson
أبعاد الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية	0.210	5.165	0.000**	1.976
	Sig	T	Beta	
قيمة الثابت	0.099	1.655		
نسبة ملكية كبار المساهمين.	0.001**	3.228	0.280	
نسبة ملكية الحكومة.	0.743	-0.328	-0.025	
نسبة ملكية الأجانب.	0.445	0.765	0.072	
نسبة ملكية العرب والأجانب.	0.039 *	-2.083	-0.165	
نسبة ملكية مجلس الإدارة.	0.014*	2.470	0.176	
عدد أعضاء مجلس الإدارة.	0.692	-0.396	-0.031	
استقلالية مجلس الإدارة.	0.300	-1.038	-0.077	
فصل دور المدير التنفيذي عن رئيس المجلس.	0.002*	-3.178	-0.226	

عدد اجتماعات لجنة تدقيق.	0.014*	2.480	0.228
لجنة المكافآت والترشيح مشكلة من الأعضاء غير التنفيذيين	0.453	-0.752	-0.055
عدد اجتماعات لجنة المكافآت والترشيح .	0.552	-0.596	-0.047
عدد أعضاء لجنة التدقيق.	0.814	-0.235	-0.019
عدد اجتماعات لجنة الحاكمية.	0.528	0.633	0.082
عدد أعضاء لجنة الحاكمية.	0.515	0.652	0.084
*, ** significant at the 0.05 and 0.01 levels, respectively.			

يبين الجدول (10) أن الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية تؤثر بشكل ملحوظ على نسبة مجمل الربح. حيث بلغت القوة التفسيرية (Adjusted R Square) 21%، ويعني هذا أن النموذج يفسر ما نسبته 21% من التغير الذي يحدث في نسبة مجمل الربح أي أن القوة التفسيرية للنموذج جيدة، وقد بلغت قيمة (f) (5.165) عند مستوى دلالة إحصائية بقيمة (0.000) ولذا فإن القوة التفسيرية للنموذج مهمة إحصائياً. وأظهرت نتائج قيمة (Durbin-Watson) أنه لا يوجد ارتباط ذاتي بين متغيرات النموذج حيث بلغت قيمة (Durbin-Watson) للنموذج (1.976).

نتائج الدراسة:

تتلخص أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

- الشركات الأردنية لا تهتم بشكل كافٍ بوجود لجنة المكافآت والترشيح ولجنة الحاكمية وإن وجدت لجنة المكافآت والترشيح فإنها لا تتكون في كثير من الأحيان من الأعضاء غير التنفيذيين.
- بالرغم من اهتمام معظم الشركات بوجود لجنة تدقيق، إلا أن بعض الشركات لا يوجد لديها لجنة تدقيق، مما يدل على عدم التقيد بأحكام القوانين والأنظمة والتعليمات والقرارات الصادرة عن الجهات الرقابية.
- هناك اهتمام متزايد في السنوات الأخيرة بعقد الاجتماعات المتكررة لكل من لجان الحاكمية والمكافآت والترشيح مما يساعد ويسهل مهمة مجلس الإدارة في أداء مهماته وبالتالي تحسين أوضاع الشركة.
- لا تلتزم بعض الشركات المساهمة العامة بالفصل ما بين المدير التنفيذي ورئيس مجلس الإدارة ووفقاً لما جاء في دليل قواعد حوكمة الشركات المساهمة.
- يتكون هيكل الملكية في معظم الشركات المساهمة العامة الأردنية من كبار المساهمين الذين يملكون (5%) فأكثر من أسهمها.
- تدني نسبة ملكية الحكومة في معظم الشركات المساهمة العامة الأردنية. وكذلك تدني نسبة ملكية الأجانب والعرب وهذا يدل على أن نسبة الاستثمار في الشركات المساهمة غير جاذبة للمستثمر الأجنبي، مما يُوجب على الحكومة الأردنية الاهتمام بتشجيع وتحفيز الاستثمار الأجنبي والعربي.
- إن نسبة ملكية مجلس الإدارة في معظم الشركات المساهمة العامة الأردنية تتركز بأيدي أعضاء مجلس الإدارة وبنسبة جيدة وبوسط حسابي (0.40).
- يوجد علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين عدد أعضاء لجنة المكافآت والترشيح والعائد على حقوق الملكية.
- يوجد علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين عدد أعضاء لجنة التدقيق والعائد على الأصول.
- يوجد هناك علاقة سالبة ذات دلالة إحصائية بين عدد الأعضاء غير التنفيذيين في لجنة المكافآت والترشيح وعدد أعضاء مجلس الإدارة واستقلالية أعضاء مجلس الإدارة وفصل دور المدير التنفيذي عن رئيس المجلس ونسبة مجمل الربح.
- يوجد هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كل من نسبة ملكية الحكومة، ونسبة ملكية الأجانب، ونسبة ملكية كبار المساهمين، والعائد على الأصول، وبالتالي كلما زادت نسب هذه الملكية سيؤدي ذلك إلى زيادة العائد على الأصول.

- يوجد هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كل من (نسبة ملكية كبار المساهمين، ونسبة ملكية مجلس الإدارة) ونسبة مجمل الربح وبالتالي كلما زادت نسب هذه الملكية سيؤدي ذلك إلى زيادة نسبة مجمل الربح. في حين يوجد علاقة سلبية ذات دلالة إحصائية بين نسبة ملكية العرب ونسبة مجمل الربح.
- أظهرت نتائج الدراسة أن وجود الحاكمية المؤسسية وهيكل الملكية معاً تؤثر بشكل إيجابي على العائد على الأصول وكان أكثر المتغيرات تأثيراً نسبة ملكية الحكومة. في حين تؤثر بشكل إيجابي على نسبة مجمل الربح حيث كان أكثر المتغيرات تأثيراً نسبة ملكية كبار المساهمين.

توصيات الدراسة:

في ضوء نتائج الدراسة يوصي الباحثان بما يلي:

- التقيد بأحكام القوانين والأنظمة والتعليمات والقرارات الصادرة عن الجهات الرقابية والمتعلقة بمتطلبات الحاكمية المؤسسية.
- ضرورة تفعيل دليل الحاكمية من قبل هيئة الأوراق المالية وذلك بإلزام الشركات المساهمة العامة الأردنية بتطبيق متطلبات الحاكمية المؤسسية وفقاً لما جاء بدليل قواعد حوكمة الشركات المساهمة المدرجة في بورصة عمان.
- ضرورة التزام الشركات المساهمة العامة الأردنية بتكوين لجان المكافآت والترشيح من الأعضاء غير التنفيذيين.
- ضرورة التزام الشركات المساهمة العامة الأردنية بالفصل ما بين المدير التنفيذي ورئيس مجلس الإدارة وفقاً لما جاء في دليل قواعد حوكمة الشركات المساهمة.
- على مجالس إدارة الشركات المساهمة العامة العمل على تعزيز مفهوم الحاكمية المؤسسية وأهمية تطبيقها وذلك من خلال عمل برامج تدريبية متخصصة بذلك.

قائمة المراجع

المراجع العربية

- اسماعيل، علي عبد الجابر الحاج علي، 2010، العلاقة بين مستوى التطبيق الفعلي للحاكمة المؤسسية وجودة التقارير المالية للشركات المساهمة العامة الأردنية في القطاعين المصرفي والصناعي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- حمدان، علام محمد ومشتي، صبري ماهر وعواد، بهاء صبيحي، 2012، دور لجان التدقيق في استمرارية الأرباح كدليل على جودتها، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 8، العدد 3، ص 409-433.
- حمدان، علام محمد وعبد المطلب محمد السرطاوي ورائد جميل جبر (2013)، أثر حوكمة الشركات في الأداء المالي، والتشغيلي، وأداء الأسهم في سوق الكويت للأوراق المالية، المجلة العربية للعلوم الإدارية، جامعة الكويت، المجلد 20، العدد 2، ص 1-19.
- حمدان، علام محمد، وعادل محمد السريع، ومحمد سلامة عناسوه (2016)، هيكل الملكية في الشركات المدرجة في بورصة البحرين ودوره في تخفيض تكاليف الوكالة، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 24، العدد 4، ص 82-98.
- خصاونة، عهود عبد الحفيظ، 2006، هيكل الملكية وأثره في تحديد هيكل رأس المال في الشركات الأردنية المساهمة العامة: دراسة تطبيقية (2000-2003)، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، الأردن.
- الخطيب، خالد، 2009، تأثير مبادئ الحوكمة على الشركات العائلية، مؤتمر إدارة منظمات الأعمال: التحديات العلمية المعاصرة، جامعة العلوم التطبيقية، عمان، الأردن.
- النجار، جميل حسن وعلى خليل عقل (2016)، قياس أثر الالتزام بتطبيق قواعد حوكمة الشركات على الأداء المالي "دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة فلسطين"، مجلة جامعة فلسطين التقنية للبحوث، 6102، 4(6)، 41-01،

- دهمش، نعيم والهنيني إيمان، 2008، تطوير نظام للحاكمية المؤسسية في الشركات المساهمة العامة الأردنية لتعزيز استقلالية مدقق الحسابات القانوني، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم
- الشريف، إقبال عدنان وأبو عجيبة، عماد محمد، 2009، العلاقة بين جودة الأرباح والحاكمة المؤسسية، بحوث مؤتمر كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة الزرقاء الخاصة، الاردن.
- العاني، صفاء أحمد والعزاوي، محمد عبدالله، 2009، التدقيق الداخلي في ظل إطار حوكمة الشركات ودوره في زيادة قيمة الشركة، بحوث مؤتمر كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، عمان، الأردن.
- السرطاوي، عبدالمطلب محمد مصلح، (2015)، اثر الحاكمية المؤسسية على أداء الشركات المدرجة في الاسواق المالية لدول مجلس التعاون الخليجي، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 11 العدد 3، 705-725.
- العقدة، صالح وجودة، عبد الحكيم وسعادة، يوسف، 2009، مستقبل الحوكمة المؤسسية في الأردن، (Future of Corporate Governance in Jordan)، بحوث مؤتمر جامعة العلوم التطبيقية، عمان، الأردن.
- قانون الشركات الأردني رقم (22) لسنة 1997 وتعديلاته.
- قانون الأوراق المالية رقم (76) لسنة 2002 وتعديلاته.
- قباجة، عدنان محمد، شباط 2008، أثر فاعلية الحاكمية المؤسسية على الأداء المالي للشركات المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، الأردن.
- مركز إيداع الأوراق المالية، الأردن www.sdc.com.jo
- مركز المشروعات الدولية الخاصة، 2004، مبادئ منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بشأن حوكمة الشركات، (OECD Principles of Corporate Governance).
- مركز المشروعات الدولية لخاصة، 2005، تأسيس حوكمة الشركات في الأسواق الصاعدة، جمهورية مصر العربية.
- مركز المشروعات الدولية الخاصة، 2008، نصائح إرشادية لتحقيق الإصلاح، حوكمة الشركات في الأسواق الناشئة.
- مطر، محمد ونور، عبد الناصر، 2007، مدى التزام الشركات المساهمة العامة الأردنية بمبادئ الحاكمية المؤسسية: دراسة تحليلية مقارنة بين القطاعين المصرفي والصناعي، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 3، العدد 1، ص 46-70.
- منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)، Corporate Governance Principles of، (<http://www.oecd.org>)
- المومني، محمد عبدالله، 2010، تقييم ضوابط تشكيل لجان التدقيق واليات عملها في الشركات الاردنية المساهمة لتعزيز الحاكمية المؤسسية: دراسة ميدانية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 26، العدد 1، ص 237-272.
- هيئة الأوراق المالية، تعليمات حوكمة الشركات المساهمة المدرجة لسنة 2017.
- يحياوي، نعيمة وبوسلمة حكيم، 2012، دور الحاكمية المؤسسية في تحسين الأداء المالي للشركات، الملتقى الوطني حول حوكمة الشركات كآلية للحد من الفساد المالي والإداري، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجمهورية الجزائرية.

المراجع الأجنبية:

- Abu-Serdaneh, J., Zuriekat, M., & Al-Sheikh, I., 2010, Ownership Structure and Corporate Performance in the Jordanian Manufacturing Companies, Jordan Journal of Business Administration, Vol. 6 ,No. 3, 426-440.
- Al-Farooque, Zijl, T.V., Dunstan K., AKM Karim W., 2007, Corporate Governance in Bangladesh: Link between Ownership and Financial Performance, Corporate Governance: An International Review, Vol. 15, No. 6, 1453-1468.
- Alamgir, M, 2007, Corporate Governance: A Risk Perspective, paper presented to: Corporate Governance and Reform: Paving the Way to Financial Stability and Development, A Conference organized by the Egyptian Banking Institute, May 7 – 8, Cairo, p:03.
- Castro, Marisela Santiago, Baek, H. Young, 2003, Board Composition and Firm Performance of Large Latin American Firms: An Exploratory View, Latin American Business Review, Vol. 4, No. 2.

- Chahine, Salim & Safieddine, Assem, 2009, Is corporate governance different for the Lebanese banking system?, J Manag Gov, 15, 207-226.
- Dalton, Dan.R., Daily C.M., Johnson, J.L., Ellstrand, A.E., 1999, Number of Directors and Financial Performance: A Meta-Analysis, Academy of Management Journal, Vol. 42, No. 6, 674-686.
- Demsetz H. and Villanonga B., 2001, Ownership structure and corporate performance, Journal of corporate Finance, Vol. 7, 209-233.
- Jensen, Michael C., and William H. Meckling, 1976, Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and capital structure, Journal of Financial Economics, Vol. 3, 305-360.
- Kumar, J. , 2003, Does Ownership Structure Influence Firm Value? Evidence from India, The Journal of Entrepreneurial Finance and Business Ventures, Vol. 9, No. 2, 61-93.
- Malik, Saif Ullah, 2012, Relationship between Corporate Governance Score and Stock Prices: Evidence from KSE- 30 Index Companies, International Journal of Business and Social Science, Vol. 3, No. 4, 239-249.
- Sheikh, Jibran, Khan, M. Majid, Iqbal, Waheed, Ahmed, Wajid Shakeel, 2012, Examination of Theoretical and Empirical Studies o Firm's Performance in Relation to its' Board Size: A Study of Small and Medium Size Public Firms, Journal of Management Research, Vol. 4, No. 2, 242-254.
- Subramanyam, K.R. and Wild, John J., 2009, Financial Statement analysis, Tenth edition.
- Tomar, Shorouq, Bino ,Adel, 2012, Corporate Governance and Bank Performance: Evidence from Jordanian Banking Industry, Jordan Journal of Business Administration, Vol. 8, No. 2, 353-372.
- Wang, D., 2006, Founding family ownership and earnings quality, Journal of Accounting and Research, Vol. 44, No. 3, 619-656.
- Zaidan, Hala I, 2013, The effect of corporate governance on operating performance: Evidence from Amman stock exchange, University of Jordan, Amman, Jordan.
- Zabri, Shafie Mohamed, Kamilah Ahmad and Khaw Khai Wah (2016), aCorporate Governance Practices and Firm Performance: Evidence from Top 100 Public Listed Companies in Malaysia, Procedia Economics and Finance , Volume 35, 287-296

المنظمة المتعلمة: التوجه الإداري الحديث لبلوغ التميز المؤسسي.

فاطمة الزهراء كراشة

طالبة دكتوراه، قسم العلوم السياسية، جامعة باتنة 1 / الجزائر

ملخص:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على أكثر الدعائم حسماً في بلوغ التميز التنظيمي؛ وما يشكله من طموح للمنظمات التي تسعى لإيجاد مكانة لها ببيئة الأعمال المتسمة باحتدام المنافسة والتغير المستديم من خلال فلسفة المنظمة المتعلمة وما تحويه من مبادئ وركائز تجعل من التحسين المستمر وخلق فرص تحقيق الأسبقيات التنافسية غايتها المتجددة، والمعرفة (اكتساباً، وخلقاً وتدويراً) وسيلتها. هذه الدعائم تُعنى بأكثر الجوانب التنظيمية حسماً نحو التحول من المنظمات التقليدية إلى نظيرتها المتعلمة، وبالتالي زيادة فرص التميز التنظيمي، وهي: الهيكل التنظيمي؛ والقيادة؛ والثقافة التنظيمية؛ المورد البشري؛ والاستراتيجية (التمكين التنظيمي، الاحتواء العالي).

كلمات مفتاحية: المنظمة المتعلمة؛ التميز التنظيمي؛ القيادة؛ الهيكل التنظيمي؛ الثقافة التنظيمية؛ المورد البشري؛ الاستراتيجية.

مقدمة:

شهد العالم في أعقاب نهاية القرن العشرين العديد من التغيرات والتحولات التي مست جل نواحي ومستويات الحياة، كان للإدارة نصيب وافر منها، تجلى فيما باتت تعرفه بيئة الأعمال من تحديات ورهانات عجزت الأساليب التسييرية التقليدية عن مواجهتها. الأمر الذي فسح المجال واسعاً أمام ظهور أساليب تسييرية تُعنى بالمعرفة (ومضامينها المتعددة) كنتيجة حتمية للتطور التكنولوجي المترافق مع احتدام المنافسة في ميادين الأعمال، فضلاً عن زيادة حالة عدم التأكد البيئي. كل هذا فرض واقعا متطورا ومتطلبات متلاحقة لم يعد من الممكن على المنظمات (على اختلاف أنواعها ومجالات نشاطها) بمفاهيمها وأساليب تسييرها التقليدية مجاراتها مما أتاح المجال لظهور شكل جديد من المنظمات الساعية لاستشراف المستقبل وتكريس المعرفة وفرض نهج التحسين المستمر إيماناً بأن المعرفة والتعليم التنظيمي هما أغلى الأصول التنظيمية على الإطلاق.

وفي خضم البحث عن أساليب وتدابير إدارية جديدة تُعنى بمواجهات التحديات وتضمن النجاح للمنظمات ظهرت فلسفة التميز كأسلوب إداري دافع لاستغلال الفرص الحاسمة المسبوقة بالتخطيط الإستراتيجي الفعال والالتزام بإدراك رؤية مشتركة يسودها وضوح الهدف وكفاية المصادر بغاية الارتقاء بمستويات الأداء وتميز مخرجات العملية التنظيمية ومن ثم ضمان الاستمرارية والنجاح الموهون بمدى الاستعداد والقبالية لخلق وتجسيد الإيجابي عن المنافسين (الميزة التنافسية). ذلك أن التميز هو مستوى الأداء الوحيد المقبول في عصر التنافسية. لتكون المنظمة المتعلمة كفلسفة تسيير وأسلوب حياة تنظيمي هي سبيل بلوغ التميز والارتقاء بالمستويات الأدائية ومن ثم جودة جل الجوانب التنظيمية.

أهمية الموضوع:

انطلاقاً من توجه التنظير للمنظمة كنسق مفتوح، وما ترتب على ذلك من حتمية التحول في البناء الإداري الهرمي التقليدي إلى البناء الديمقراطي المسطح (Flattening)، وما تلاه من تغيير بالأهداف والوظائف وحتى أساليب التسيير تحت طائلة ما استجد من تحديات ورهانات. ظهر مفهوم المنظمة المتعلمة كموضوع للدراسة ومجال جذاب للنقاش من قبل عدد كبير من الباحثين والممارسين على اختلاف تخصصاتهم. من هذه المنطلق تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

تسليط الضوء على المنظمة المتعلمة كفلسفة إدارية تهدف لخلق سبل تمكين المنظمات من إمكانات التكيف وبيئتها المتغيرة باستمرار بفضل عملها الدؤوب لاستشراف المستقبل بطرق علمية.

إبراز أهمية ما تشكله مفاهيم، أساليب وتقنيات وكذا خصائص المنظمة المتعلمة من ضرورة قصوى للمنظمات الساعية لبلوغ التميز المؤسسي الذي يمكنها من تحقيق أهدافها من جهة وإحراز نتائج تحوز رضا جميع الأطراف (stakeholders) من ذوي المصلحة بالمنظمة .

إشكالية للدراسة:

نطلاقا مما سبق وعلى الافتراض بأن المنظمة المتعلمة هي السبيل الأوضح لمواجهة تحديات بيئة الأعمال والضامن الرئيس للارتقاء بالمستويات الأدائية وجودة جل المخرجات التنظيمية وبالتالي تحقيق التميز الإداري ، فيمكننا طرح الإشكالية التالية: كيف تُسهم المنظمة المتعلمة من خلال مقوماتها وخصائصها في بلوغ التميز التنظيمي؟

تقوم إشكالية الدراسة على اختبار الفرضية التالية: تتيح مفاهيم ومقومات المنظمة المتعلمة فرصا حاسمة لبلوغ التميز وضمان الريادة والاستمرار. ونم مناقشة الاشكالية السابقة من خلال المحاور التالية:

- المنظمة المتعلمة: قراءة في المفهوم
- أساسيات التميز التنظيمي
- دعائم بلوغ التميز التنظيمي من خلال فلسفة المنظمة المتعلمة.

أولا- المنظمة المتعلمة: قراءة في المفهوم

دأبت المنظمات على اختلاف أنواعها ومجال نشاطها إلى توظيف الأطر الفكرية الحديثة سعيا لتعظيم فرص فاعليتها وريادتها هذا ما جعل من أمر تفعيل فلسفة المنظمة المتعلمة حتمية العصر الحالي لكل المنظمات الساعية للتميز والأسبقيات التنافسية. يعد «Peter Singe» أول من وطن مفهوم المنظمة المتعلمة (Learning Organisation) بالفكر الإداري، في خضم البحث عن أساليب إدارية كفيلة بالتصدي للتغيرات الحاصلة ببيئة الأعمال-حينها-ذلك أن تغير ملامح بيئة الأعمال استوجب تغيرا موازيا على مستوى الفكر التنظيمي. حيث رسخ «Singe» مفهوم المنظمة المتعلمة وأبعادها في بداية تسعينيات القرن الماضي، وذلك على سبيل تعظيم فرص المنظمات في البقاء وزيادة قدراتها التنافسية، فلم يعد كافيا أن تعيش/تبقى المنظمات فقط بل يتحتم عليها أن تتعلم لتبقى "التعلم للبقاء" (Survival Learning).

(55)

المتعلمة: المفهوم، الملامح والخصائص:

تعددت التعريفات للمنظمة المتعلمة واختلفت فيما بينها في تحديد الدلالة اللفظية والتركيبية المفاهيمية لهذا المصطلح الوافد الجديد على الأدب الإداري.

في بداية هذه الورقة البحثية تجدر بنا الإشارة إلى أنه لا يوجد تعريف محدد لمفهوم المنظمة المتعلمة: بل أن هناك جملة من الخصائص الدالة عليه وفق الأهداف التي يرومها هذا النمط من المنظمات، والتي تلخص في الريادة والتميز التنظيمي. فيما يلي أهم إجهادات ضبط مفهوم للمنظمة المتعلمة

عرفها « Peter Singe » في كتابه الشهير "البعد الخامس" (Fifth Discipline) على أنها: " المنظمة التي تعمل باستمرار على رفع قدراتها لتشكيل المستقبل المرغوب، وبالتالي إمكانية التنبؤ بالتغيير والاستعداد له ، فهي تلك المنظمة التي تعمل على اكتساب قدرات تمكنها من التعامل

(1) نهلة محمد لطفي نوفل، "موقف تطبيق أبعاد المنظمة المتعلمة عند "سينج" برياض الأطفال بمصر. مجلة الشمال للعلوم الانسانية 2(2016): ص.32.

معالنقنقء؁ بالإنضافة إلى منن العاملن قءرا من المرونة فف الففكر؁ مما فولء لءفهم الءافع والطموح للعمل بشكل جماعف لابفكار نماء م طرق ءنءة للففكر.⁽⁵⁶⁾

كما وضح «Marquardt» فف تعرففه للمنظمة المفعمة بأنها: "المنظمة الفف ففعلم بقوة وبشكل جماعف وففففف من الفطورات الفقنف لاففساب المعرفة وإءارفها واسفءامها بشكل أففل لفففف مع ظروف البفئة المفعفة".⁽⁵⁷⁾

فُعرف (صقر) المنظمة المفعمة بأنها: "المنظمة الفف فروج فباءل المعلوماف بفن العاملن من أجل فلق قوة عمل أففر معرفة وأواء عمل".⁽⁵⁸⁾

رغم الفنوع والاففلاف فف مءاولاف ضبط مفهوم المنظمة المفعمة؁ أجمع أفلب باففو الأءب الإءارف على أن المنظمة المفعمة ففففف فف بناءها المفاهفف على جملة الملامح والخصائص الفالفة:⁽⁵⁹⁾

- المنظمة الفف ففسى وبشكل مسفمر على فعزفز قءرارفها على اففساب المعرفة؁ ففزفنها ومن فم فطوفرها.
- فعمل على صفاغة رؤفئها ومسففلها الفنافسف على أساس مخرجاف هءه المعرفة.
- ففبف رؤفة مشركة للعاملن لففففف أهداف المنظمة.
- فففق الففر والففف المنظمة الفف ففناسب والففر فف البفئة الفارفة.
- فففاا إلى ففافف جهود القمة والقاعدة؁ فلك أنها لا ففففف بجهود الإءارة العلفا فقط.

فظهر فلف أن المنظمات المفعمة فشكل فورة فف عالم ففسفر المنظمات وأنها فففلف فلفا عن فظفرئها فقلفءفة؁ فف جملة النقاا الفالفة:⁽⁶⁰⁾

- أن الفل أهم من الفراء وأن الفءوء الفافلة بفن الأواء ءء منخفضة.
- المناخ الففففف بالمنظمة المفعمة فوفر فاضنة للإباءع والابفكار.
- فقوم المنظمة المفعمة أساسا على مرففزاف العءالة الففففف وما ففضمفنا من معانف عءالة الفوزفق الففف ففقف مقاففس فقففف الأءاء الفرفف والجماعف.
- الفعزفز الإففاف للأفراء وفلففسبل الفعاون وفباءل المعارف وفشاركها.
- فوففر فرص الففلم والأفء بمفاهفم العمل الجماعف والمشترك.
- قبول الففففر باعفبارف فقفقة والسعى لففففف الفمفز فف فمفع فوانب العمل.
- ربط المنظمة بالبفئة الفارفة المففطة بها والاسفجابة للفففرفا الفف ففءف بها.

⁽⁵⁶⁾Petre M. senge: The Fifth Discipline: **The art and practice of the learning organization**(New York :Doubleday Dell Publishing Group. 1994) p.4.

⁽⁵⁷⁾(Micheal J. Marquardt: *Building the Learning Organization: Mastering 5 elements for corporate* (Davies Black publishing INC. 2002) p.11.

⁽⁴⁾هءف صقر؁ "المنظمة المفعمة والفحول من الضعف الإءارف إلى الفمفز فف إءارة الأءاء الإءارف للءولة" (ورقة ففء ففءم فف المؤفمر السنوف الرابع حول: "الففاة الإباءعة لفطوفر وفنمفة المؤسساء فف الوطن العربف" المنظمة العربفة للفنمفة الإءارفة؁ ءمشق-سورفا؁ 13-16 أففوفر 2003). ص.131.

⁽⁵⁾علاء فاسر فمءف فففر؁ "نموء الففائص الوظفففة وعلاقفه بالمنظمة المفعمة: ءراسة مفءانفة على شركة الاففالات الفلوفة الفلففففف - فوال- " (مءكرة مافسفر فر منشورة فف إءارة الأعمال؁ قسم إءارة الأعمال؁ جامعة الأزهر- غزة؁ 2015) ص ص.39-40.

⁽⁶⁾ولاء مأموء عبء الله وسفر مأموء أبو راضف؁ "إساراففة مقفرحة لفطوفر فلفاف الفرفة فف ضوء نماء المنظمة: ءراسة فالة". مجلة العلوم الاففماعفة 56(2014): ص ص.342.

نصل في الأخير إلى أن المنظمة المتعلمة هي: تلك المنظمة المرتكزة على التعلم المستديم والاستثمار المعرفي (اكتساب، خلق ومن ثم نشر المعرفة) بتطويع التكنولوجيا لبلوغ أهدافها المنشودة، الاستجابة بمعرفة عالية على التغيرات المحيطة بها تعظيما لفرص تميزها، لكن هذه الخصائص –على محاوريتها- لا تكفل تجسيد "المنظمة المتعلمة" ما لم تستند لجملة من العوامل الحاسمة (هيكلية، قيمية، بشرية...) ترسم وتحدد بدقة ملامح "المنظمة المتعلمة".

المنظمة المتعلمة: المبررات والعوائد:

ينبع الاهتمام الكبير بمفهوم المنظمة دائمة التعلم من التغيرات المتسارعة التي شهدها بيئة الأعمال المعاصرة . ففي الآونة الأخيرة تواجه المنظمات تغيرات، بل اضطرابات بيئية متزايدة نتجت عن المنافسة العالمية الفائقة والتطورات التكنولوجية الهائلة وصغر دورة حياة المنتجات. وترتب على ذلك أن وجد العديد من المنظمات صعوبة كبيرة في الحفاظ على ميزة تنافسية، وأصبحت قدرة المنظمة على التكيف والاستجابة السريعة للتحديات البيئية هي الوسيلة للنجاح والبقاء. وأصبح الأمر إما أن تتجدد المنظمة أو تتبدد.⁽⁶¹⁾ بدأت المنظمات في إدراك الحاجة إلى نموذج إداري جديد (New Paradigm) لتحقيق الريادة والتميز لتكون المنظمة دائمة التعلم هي أساس النموذج الجديد⁽⁶²⁾ للتفسير التنظيمي الضامن للتميز والأسبقيات التنافسية. وُجمع العديد من المفكرين كـ «Arygris&SchonSenge»، Pang، Fullan وغيرهم على أن بقاء المنظمات ونجاحها في ظل الظروف المتسمة بالتغير المستديم والمنافسة الفائقة تحت طائلة المد العولمي ويعتمد على مدى قدرة المنظمات على التحول إلى منظمات متعلمة وممارسة التعلم التنظيمي باستمرار، مما يهيئ لها فرص البقاء والتميز.⁽⁶³⁾

للمنظمة المتعلمة –كنمط تسييري حديث- عوائد كثيرة تفوق تكاليف بلوغه عوائد تفعيل المنظمة المتعلمة حسب «Kleiner» فيمايلي:⁽⁶⁴⁾

- بلوغ الأداء المتميز والميزة التنافسية.
- تطوير العلاقات مع الزبون.
- تجنب الانحدار التنظيمي.
- تطوير وتعزيز الإبداع.
- دعم وتعزيز قدرات إدارة التغيير.
- توسيع الفهم أكثر حول البيئة.
- توفير مخزون معرفي حاضر وجاهز حول مجموع النشاطات/الأحداث الجارية والمتوقعة ببيئة الأعمال.

ثانيا: أساسيات التميز التنظيمي:

زاد الاهتمام بالتميز التنظيمي كمنهج تسييري من قبل المنظمات على اختلاف نوعها وحجمها، ومجال نشاطها نظير ما يوفره لها من إمكانات تكيف مع بيئتها المتسمة بالتغير الفائق والمتسارع. فقد أصبح من المهم لكل منظمة تسعى للاستمرار أن تعمل على امتلاك عناصر ومقومات إدارية فولاذية تجعلها مخولة لمواكبة التطور والتقدم المستمرين في بيئتها ومن ثم النجاح والتميز المستديم.

⁽⁷⁾ أحمد عبد المنعم محمد شفيق، "مدى توافر مقومات المنظمة دائمة التعلم بالبنوك التجارية المصرية وأثره على الانتماء التنظيمي" (أطروحة دكتوراه غير منشورة في الفلسفة في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، جامعة بنها- مصر، 2006) ص. 29.

⁽⁸⁾ Barry Sugarman, " Learning WorkingManaging, Sharing: The New Paradigm of the Learning Organization, Journal of Pedagogy, Pluralism& Practice 2(1997). P1

⁽⁹⁾ صالح عباينة، "المدرسة الأردنية كمنظمة متعلمة: الواقع والتطلعات" (أطروحة دكتوراه غير منشورة في الإدارة التربوية، قسم الدراسات العليا، الجامعة الأردنية- الأردن، 2007) ص. 1.

⁽¹⁰⁾ علي حسون الطائي، "خصائص المنظمة المتعلمة وإدارة الريادة: العلاقة ... والأثر في الشركة العامة للصناعات الكهربائية". مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية 1(2008): ص ص. 155-156.

مفهوم التميز التنظيمي:

توجد العديد من الاجتهادات بأدبيات التنظيم وإدارة الأعمال لتحديد مفهوم التميز التنظيمي فجاءت التعاريف مختلفة متنوعة باختلاف زوايا نظر ومنطلقات واضعها وفيما يلي بعض من أهم اجتهادات تعريف التميز التنظيمي:

يُعد التميز التنظيمي من المفاهيم الحديثة التي جاءت لتضاف إلى قائمة كبيرة من المصطلحات التي شهدتها الفكر الإداري⁽⁶⁵⁾. فهي بمثابة فلسفة تسييرية غيرت مفاهيم ومقاييس النجاح المنظمي⁽⁶⁶⁾ يعود الفضل في ظهورها إلى بروز تنظيمات أخذت على عاتقها مهمة البحث عن أنجع الطرق للارتقاء بأداء المنظمات وتطويره والوصول به إلى مستويات ترضي جميع الأطراف من ذوي المصلحة «stakeholders» بالمنظمة، وعلى رأس هذه التنظيمات نجد المنظمة الأوروبية للإدارة بالجودة «EFQM»، منظمة مالكوم بالدريج للجودة في الولايات المتحدة الأمريكية «MBNQA» منظمة ديمينج للجودة في اليابان «Prix Deming». إذ اعتبر التميز التنظيمي حسب هذه التنظيمات نموذج المنظمة ودليلاً نحو الأفضل لتحقيق نتائج متفوقة وباهرة ترضي جميع ذوي المصلحة في المنظمة لضمان استمرارها.⁽⁶⁷⁾

يرى (السلي) أن التميز "يعبر عن حالة من الإبداع الإداري والتفوق التنظيمي يحقق مستويات غير عادية من الأداء والتنفيذ للعمليات الإنتاجية والتسويقية والمالية وغيرها في المنظمة بما ينتج عنه نتائج وإنجازات تتفوق على ما يحققه المنافسون ويرضي عنها العملاء وكافة أصحاب المصلحة في المنظمة «Stakeholders»».⁽⁶⁸⁾

يعرف «Pinar & Girard» التميز التنظيمي بأنه "سعي المنظمات إلى استغلال الفرص الحاسمة التي يسبقها التخطيط الإستراتيجي الفعال والالتزام بإدراك رؤية مشتركة يسودها وضوح الهدف وكفاية المصادر والحرص على الأداء"⁽⁶⁹⁾

في الأخير، وانطلاقاً من التعريفات السابقة يمكننا القول أن التميز التنظيمي هو: "ذلك المجموع من الممارسات الإدارية التي تهدف لضمان استمرارية المنظمة واستدامة نجاحها من خلال الارتقاء بالأداء الكلي لها عن طرق الاستغلال المتفوق لمواردها ومؤهلاتها (البشرية/المعرفية، المادية، المالية) والعمل على خلق قيمة مضافة لكل أصحاب المصلحة فيها لتبلغ أعلى المراتب التنافسية".

التميز التنظيمي: المبررات والمتطلبات.

يجمع الباحثون على أن هناك توليفة من المبررات تدفع بالمنظمات على اختلاف نوعها ومجال اختصاصها لتبني فلسفة التميز كحتمية فرضتها تحديات ورهانات بيئة الأعمال، حيث أصبح مستقبل النجاح التنظيمي مرهون بمدى التغير نحو اعتناق التميز كنمط حياة وفلسفة تسيير، فقبل الخوض في أهم دوافع ومبررات إدارة التميز لابد من تحديد ملامح بيئة عمل المنظمات.

⁽¹¹⁾ شوقي قبطان، "إدارة التميز: الفلسفة الحديثة لنجاح المنظمات في عصر العولمة والمنافسة" (ورقة بحث قدمت في الملتقى الدولي الرابع حول "المنافسة والإستراتيجيات التنافسية في المؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية" جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 10-09 نوفمبر 2010). ص.2.

⁽¹²⁾ صالح بن سليمان الرشيد، "نحو بناء إطار منهجي للإبداع وتميز الأعمال في المنظمات العربية" (ورقة بحث قدمت في الملتقى العربي السنوي الخامس حول: "الإبداع والتجديد - دور المدير العربي في الإبداع والتميز"، شرم الشيخ، مصر، 27-29 نوفمبر 2004). ص. 23.

⁽¹³⁾ قبطان، إدارة التميز: الفلسفة الحديثة لنجاح المنظمات في عصر العولمة والمنافسة" (ورقة بحث قدمت في الملتقى الدولي الرابع حول "المنافسة والإستراتيجيات التنافسية في المؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية" جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 10-09 نوفمبر 2010). ص.4.

⁽¹⁴⁾ علي السلي، خواطر في الإدارة المعاصرة (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2001)، ص.80.

⁽¹⁵⁾ أسماء سالم النصور، "أثر خصائص المنظمة المتعلمة في تحقيق التميز المؤسسي" (رسالة ماجستير غير منشورة في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط- الأردن، 2010)، ص.34.

لقد شهد العالم على مدار العقود المنصرمين تطورات متلاحقة في بيئة عمل المنظمات نتيجة التوجه نحو تزايد حدة المنافسة وتزايد استخدام ورواج تكنولوجيا المعلومات والتركيز على الأتمتة والتوجه نحو تلبية تطلعات الزبون وتفضيلاته والعمل على إشباعها بل وتوقعها ، وكذا التوجه نحو اقتصاد السوق الذي عرف تحولا جذريا من نمط سوق البائع (العارض) إلى نمط سوق المقتني (المتلقي).⁽⁷⁰⁾

إن كل هذه الملامح لم تنشئ بمحض الصدفة بل كان لها أسباب عديدة، عنوانها التحديات المتنامية التي تفرضها ظاهرة العولمة والثورة المعلوماتية ، والتغيرات التقنية المتسارعة، والمنافسة الشديدة واتفاقيات التجارة العالمية⁽⁷¹⁾ مما جعل المنظمات بغية ضمان استمرارها وتحقيق نجاحها تستجيب -مضطرة- للعديد من القوى الداعمة للتميز ، والمتمثلة فيمايلي:⁽⁷²⁾

- التغير الثابت والسريع: من منطلق كون "الثابت الوحيد هو الحاجة إلى التغير"، فيكون التميز التنظيمي فرصة المنظمة الوحيدة لمجابهة كل التحديات التي ترهن نجاحها وتعيق استمرارها.
- منافسة بلا حدود: يقر الفكر الإداري الحديث على المنافسة كتحد يواجه المنظمات الحديثة حيث أصبحت المنافسة لا تعرف حدوداً ، الأمر الذي حتم على المنظمات ولوج عالم المنافسة الفائقة، وفي ظل هذه الظروف التي تحتم على المنظمة لضمان استمرارها ونجاحها تحقيق الأسبقيات التنافسية يكون اعتناق فلسفة التميز خيار المنظمة الوحيد لتحقيق التفوق المستديم.
- الحفاظ على المكان والمكانة: يهدف التميز التنظيمي إلى حفظ مكان المنظمة ومكانتها السوقية فتميز الوظائف والعمليات الداخلية يمكن المنظمة من تعظيم أرباحها وتوسيع حصتها السوقية بين المنافسين.
- لا بديل عن الجودة: أصبحت الجودة هي الأساس إلى يبني عليه العملاء خياراتهم في ظل تنوع البدائل واحتدام المنافسة العالمية، مما فرض منهج التميز على المنظمات.
- تكنولوجيا المعلومات: إن التطور السريع في وسائل وتكنولوجيا المعلومات بأشكالها المختلفة يعد فرصة لتحقيق إدارة التميز.
- تقتضي فلسفة التميز توافر جملة من المتطلبات الحاسمة، المتشابكة والمتناغمة، هذا ما جعل من عملية توطيد التميز وإرساء دعائمها التنظيمية مكلفة جداً.

يرى (السلي) أن التميز التنظيمي يتطلب توفر المقومات التالية:⁽⁷³⁾

- بناء إستراتيجية متكاملة للمنظمة، بحيث تعبر عن توجهاتها الرئيسة ونظرتها المستقبلية وتضم العناصر التالية:
 - رسالة المنظمة.
 - رؤية المنظمة.
 - الأهداف الإستراتيجية للمنظمة.
 - آلية إعداد الخطط الإستراتيجية للمنظمة.
- منظومة متكاملة من السياسات التي تحكم وتنظم عمل المنظمة وترشد القائمين بمسؤوليات الأداء إلى قواعد وأسس اتخاذ القرارات.
- هياكل تنظيمية مرنة ومتناسبة مع متطلبات الأداء وقابلة للتعديل والتكيف مع المتغيرات الداخلية والخارجية.

⁽¹⁶⁾ ثائر صبري، "ثالث التميز بتقنيات إدارة التكلفة الإستراتيجية". مجلة الكوكت للعلوم الاقتصادية والإدارية 19 (2015): ص.2.

⁽¹⁷⁾ غسان غريب الدويري، "إدارة التميز في القطاع العام الأردني" (رسالة ماجستير غير منشورة في الاقتصاد والعلوم الإدارية قسم الإدارة العامة، جامعة اليرموك-الأردن-، 2006)، ص.47.

⁽¹⁸⁾ عادل زايد، الأداء التنظيمي المتميز الطريق إلى منظمة المستقبل (القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2006)، ص.7.

⁽¹⁹⁾ إيهاب عبد ربه سهود، "واقع إدارة التميز في جامعة الأقصى وسبل تطويرها في ضوء النموذج الأوروبي للتميز" (مذكرة ماجستير غير منشورة في القيادة والإدارة ، قسم الدراسات العليا، جامعة الأقصى - غزة، 2013)، ص ص.11-13.

- نظام متطور لتأكيد الجودة الشاملة، يحدد آليات تحليل العمليات وأسس تحديد مواصفات وشروط الجودة فيها، وآليات رقابة ضبط الجودة ومداخل تصحيح انحرافاتها.
- نظام معلومات متكامل يضم آليات لرصد المعلومات المطلوبة وتحديد مصادرها، ووسائل تجميعها وقواعد معالجتها وتداولها، وحفظها واسترجاعها، فضلا عن قواعد وآليات توظيفها لدعم اتخاذ القرار.
- نظام متطور لإدارة الموارد البشرية يبين الطرق والآليات لتخطيط واستقطاب وتدريب الموارد البشرية وتنميتها وتوجيه أدائها بما يكفل تنميتهم وإنجاح مساهمهم الوظيفي.
- نظام لإدارة الأداء يتضمن قواعد وآليات تحديد الأعمال والوظائف لتنفيذ عمليات وتقويم النتائج والإنجازات.
- نظام متكامل لتقييم الأداء الفردي، وأداء مجموعات وفرق العمل، ووحدات الأعمال الإستراتيجية، والأداء المؤسسي بغرض تقويم الانجازات بالقياس إلى الأهداف ومعايير الأداء.
- قيادة فعالة تتولى وضع الأسس والمعايير، وتوفير مقومات التنفيذ السليم للخطط والبرامج وتؤكد فرص المنظمة في تحقيق " التميز التنظيمي".

كما اقترح «Harrington» المقومات التالية كمتطلبات حاسمة لتحقيق "التميز التنظيمي" (74)

- القيادة وثبات الغاية Leadership & Constancy of Purpose: وهو يعبر عن سلوك القادة، فهو الداعم لجميع منهجيات التميز، إذ يتم توضيح اتجاه فهم وغاية المنظمة من خلال سلوكهم وتشجيعهم لموظفيهم في السعي لبلوغ التميز.
- التميز المستمد من الزبائن Customer Driven Excellence: حيث تؤكد جل مداخل التميز التنظيمي على محورية الزبون وتفضيلاته.
- التعلم والتحسين المستمر Continuous Learning & Improvement: يعد التعلم والتحسين المستمر عنصرين حاسمين في منهجيات التميز، فتحفيز التعلم والتحسين المستمر يسهم في توفير بيئة مناسبة للإبداع والابتكار.
- التركيز على الأفراد People Focus: يعد مستوى الموظفين عنصرا مهما في إطار التميز فنجاح المنظمة يعتمد اعتمادا كبيرا على تنمية مستوى المعرفة، والمهارات والإبداع لدى موظفيها، ومقدرة هؤلاء الموظفين تكون أفضل من خلال القيم المشتركة التي تدعمها ثقافة الثقة والتمكين في المنظمة.
- تطوير الشركات: تؤكد منهجيات التميز أن المنظمة بحاجة وضع إستراتيجية متبادلة ذات منفعة مشتركة طويلة الأجل مع مجموعة من الشركاء الخارجيين بما في ذلك العملاء والموردين، ومنظمات التعليم. فتقديم قيمة مستدامة للشركاء يحقق نجاح الشراكة على المدى الطويل.
- الشركات
- الإدارة بالحقائق Management By Fact: تركز جميع مداخل التميز على أن تكون إدارة العمليات على أساس الحقائق الفعلية لتصميم العمليات ملبية لمتطلبات العملاء، ويكون تحسين العمليات على أساس التغذية العكسية من العميل وكذا التغذية العكسية من العمليات ذاتها، وتقاس قدرة العمليات بمدى مقدرتها على تلبية متطلبات العملاء.
- توجيه النتائج Results Orientation: من خلال تحقيق التوازن بين احتياجات جميع أصحاب المصلحة "stakeholders". ويعد ذلك جزءا مهما ومحوريا لوضع الاستراتيجيات الناجحة، فإدارة التميز تهتم بخلق قيمة لجميع أصحاب المصلحة بما في ذلك العملاء والموظفين والموردين، والشركاء، والجمهور، والمجتمع ككل.
- المسؤولية الاجتماعية (Public Responsibility): تحرص فلسفة التميز على المسؤولية تجاه العامة، فالسلوك الأخلاقي والمواطنة الصالحة لهما أهمية على المدى الطويل لصالح المنظمة.

(20) أيوب خليل عوض الكسبة، "أثر متطلبات الحصول على شهادة الايزو 9000 في التميز في الأداء: دراسة الأثر الوسيط لثقافة الجودة" (مذكرة ماجستير غير منشورة في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط-عمان، 2015)، ص 30-31.

بناء على ما سبق التعرض إليه من مقومات ومتطلبات التميز التنظيمي، نجد أن هذه التوليفة من المتطلبات والشروط المسبقة لبلوغ التميز التنظيمي لا تقتصر على محورية متغير تنظيمي دون الآخر بل تتكامل فيما بينها وفق منظومة شاملة ومتشابكة تركز منطق الارتقاء والتفوق المنظمي. كما أن هذه المتطلبات ليست بالثبات والمثالية التي تمنحها ميزة التعميم، فهي تتفاوت وتتباين حسب الظروف والعوامل البيئية لكل منظمة، على أن يبقى التفوق وضمان الميزة التنافسية من أهم القواسم المشتركة بين المنظمات الساعية لبلوغ التميز.

ثالثاً: دعائم بلوغ التميز التنظيمي من خلال فلسفة المنظمة المتعلمة.

اتفق معظم الباحثين على أن المنظمة المتعلمة هي حتمية للنجاح التنظيمي، فهي تعد بفاعلية تنافسية أكبر عن طريق تحسين التعلم على المستوى الجماعي والتنظيمي، كما أنها توفر بيئة عمل أكثر نشاطاً وحيوية ولذلك فقد أصبحت هي الإجابة للمنظمات التي تريد زيادة فرصتها للبقاء ودعم موقفها السوقي حيث يمكنها. لهذا الغرض. توفير المرونة والقدرة على التكيف.⁽⁷⁵⁾

تأكيداً على ما ذهب إليه «Hitt» في أن الغرض الرئيس للمنظمة المتعلمة هو بلوغ للتميز وذلك من خلال التجديد التنظيمي المستمر.⁽⁷⁶⁾ فإذا كانت المنظمة المتعلمة السبيل التنظيمي الأمثل لبلوغ التميز، فإن الأمر لا يتم بدون الدعائم التالية وما تشكله من بنية داعمة لاستدامة التميز بفضل تداورية التعلم التنظيمي المستمر.

- القيادة: مع تزايد الضغوط والتحديات الكبيرة التي تواجه المنظمات في الوقت الحاضر، ظهرت حاجة المنظمات إلى قيادة فعالة يكون لها الدور الكبير في صياغة وتنفيذ الاستراتيجيات التي تسمح للمنظمات بالبقاء والنمو وزيادة قدراتها التنافسية. ومن هنا ظهر العديد من الباحثين الذين نادوا بضرورة التحول نحو القيادة الحافزة التي تمثل توجهاً جديداً لقيادة المنظمات⁽⁷⁷⁾ التي تروم التميز من خلال مبادئ التعلم التنظيمي المستديم. والقيادة الإدارية المتميزة كأسلوب تسييري يُسهّم في خلق خزان معرفي للمنظمة من خلال تحويل المعرفة الضمنية التي بحوزة الأفراد إلى معرفة صريحة تحوزها المنظمة، وبالتالي تحول هذه الأخيرة المنظمة إلى منظمة متعلمة تمتلك ميزة تنافسية إستراتيجية تمكنها من مواجهة التحديات المتزايدة في ظل عولة الاقتصاد⁽⁷⁸⁾ وما تفرضه من تحديات ورهانات. يعبر التميز من خلال القيادة عن قدرة القائد المتميزة على استغلال الفرص التنظيمية التطويرية وقبول الأعمال ذات التحدي بصورة تمكن المنظمة من مواجهة المشاكل والأزمات بتعلمية فائقة؛ حيث أن للقيادة تأثيراً بالغاً ومباشراً على التميز وذلك من خلال رفع المستوى التعليمي لأعضاء التنظيم. وتتمتع القيادة في ظل فلسفة المنظمة المتعلمة والتعلم التنظيمي والتي تروم التميز والريادة بالحافزية والمهارة القيادية وعلاقات العمل الفعالة، والقدرة على التفكير المتجدد الذي ينأى عن التقليد عملها على تشجيع المنافسة بين الأفراد فكلما تبنت القيادة العليا إستراتيجية "الباب المفتوح" ودعم الاتصالات المباشرة بينها وبين العاملين كلما أفسح المجال لتبادل المعلومات المتعلقة بفعاليات المنظمة⁽⁷⁹⁾، بما يفضي إلى تدوير المعرفة تنظيمياً ومن ثم تخزينها.

- الثقافة التنظيمية: عرف «Schein» الثقافة التنظيمية على أنها: نمط من الافتراضات الأساسية التي تبتكرها أو تكتسبها جماعة تنظيمية معينة؛ بحيث تستفيد منها في التغلب على المشاكل التي تواجهها في عمليات التكيف الخارجي والتكامل الداخلي، على أن تكون ملزمة لكل أعضاء التنظيم، ويتم تلقيتها لكل عضو وافد على أنها الأسلوب الأمثل للإدراك والتفكير للتعامل مع

(21) محمد شفيق، مرجع سابق، ص. 31.

(76) Richard Teare & Richard Dealtry, Building And Sustaining a Learning Organization. The Learning Organization. 1 (1998) P. 57.

(23) شاكر جار الله الخشالي وإياد فاضل محمد التميمي، "أثر أساليب في التعلم التنظيمي: دراسة ميدانية في شركات القطاع الصناعي الأردني". المجلة الأردنية في إدارة الأعمال 2(2008): ص. 195.

(24) صبري مقيّم، "دور القيادة في بناء المنظمة المتعلمة: تقييم الشركة الجزائرية لإنتاج وتسويق المحروقات-سوناطراك". مجلة دراسات وأبحاث 11(2013): ص. 147.

(25) أبوبكر بوسالم، "دور التمكين الإداري في التميز التنظيمي - دراسة ميدانية على شركة سوناطراك البترولية الجزائرية-" (رسالة دكتوراه غير منشورة في العلوم الاقتصادية، قسم علوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد- تلمسان، 2015)، ص. 73.

المشكلات والتحديات".⁽⁸⁰⁾ اعتبر «Peters & Waterman» الثقافة التنظيمية على أنها: "توليفة قيم مشتركة تتضمن معتقدات أساسية تساعد إدارة المنظمة في البحث عن التميز"⁽⁸¹⁾ فالثقافة التنظيمية داخل أي منظمة تشكل العامل الرئيس الذي يحدد ما إذا كان النشاط التنظيمي دائم التطور وبلغ درجات التميز أم أن المنظمة تتدهور وأيلة إلى الفشل والانحيار⁽⁸²⁾ كما أن الثقافة التنظيمية تلعب دور المحدد الحاسم لسلوك كل أفراد التنظيم (قادة ومرؤوسين) والمتعاملين معها⁽⁸³⁾ فهي من يكسب المنظمة هويتها ويجسد فلسفتها وتوجهاتها تعتبر الثقافة التنظيمية المتميزة حاضنة استدامة التفوق والإبداع والتميز بالمنظمة.⁽⁸⁴⁾ تُسهم الثقافة التنظيمية بمنظمات التعلم المستديم، في خلق مناخ تنظيمي/قبلي يضمن تداؤبية التحسين المستمر والاستجابة الفائقة لرهانات الاستمرار؛ بجعل المعرفة اكتساباً، خلقاً ومن ثم نشرها القيمة التنظيمية الأسى.

- الهيكل التنظيمي: يعني الهيكل التنظيمي صورة المنظمة أو شكلاً يوضح بالرسم كافة الوظائف الرئيسة والوحدات الإدارية والعلاقات التي تربط تلك الوحدات ببعضها البعض وكذا خطوط السلطة والمسؤولية التي تربط بين أجزاء المنظمة والأبعاد الأفقية لنطاق الإشراف، بما يعني أن الهيكل التنظيمي يعبر عن النظام الرسمي للقواعد والمهام والعلاقات السلطوية التي تحكم بأساليب تعاون المرؤوسين وكيفية استخدامهم للموارد من أجل تحقيق الأهداف التنظيمية بكل تفوق وتميز. إن نجاح المنظمة في بناء هيكل تنظيمي متميز يتوقف على قدرتها على إيجاد بيئة عمل مناسبة، وتحقيق درجة عالية من الموائمة والتطابق بين هيكلها التنظيمي وأهدافها.⁽⁸⁵⁾ فالهيكل التنظيمي أحد أهم المؤثرات المحفزة على تميز الأفكار وإتاحة الفرص أمام ظهور وتبلور الطموحات الفردية وتسهيل طرق وأساليب التعلم المستمر بما يكفل الاستفادة القصوى من طاقات وقدرات كل أفراد التنظيم. فالهيكل التنظيمي وسيلة المنظمة لتحقيق أهدافها بكل تميز.

- المورد البشري: يعتبر المورد البشري مفتاح تميز أي منظمة، والقصد من المرؤوسين هنا كل فرد ينتمي إلى المنظمة ويقوم بممارسة الأنشطة داخلها، وهم عبارة عن تركيبة من الخصائص المتمثلة في (القدرات، المهارات، الكفاءات، الخبرة).⁽⁸⁶⁾ وهذا ما جعل المورد البشري المؤهل معرفياً أغلى الأصول المستدامة للمنظمة وأهم مورد يتوجب عليها الاستثمار فيه من خلال الاستغلال المتفوق لخصائصه حيث يتوقف نجاح أو فشل المنظمات في بيئة الأعمال التنافسية على رفع عدد المرؤوسين المتميزين "النجوم" بمقابل المرؤوسين العاديين، لذا يتوجب على المنظمة أن تحرص على المحافظة على هذا المورد البشري المتميز كونه محور تمييزها وأساس ثبات حصصها السوقية. يتمثل التميز من خلال المورد البشري المؤهل معرفياً في درجة اتصاف أفراد المنظمة بالحماس المتميز في تأدية المهام، وامتلاك قدرات وإمكانات إبداعية متميزة تساعد على تخطي العقبات بالشكل الذي يعزز إمكانية تحقيق الأهداف الكلية للمنظمة.⁽⁸⁷⁾

- الإستراتيجية: يقصد بالتميز من خلال الإستراتيجية درجة تميز الخطوات التي تتخذها المنظمة لتجسيد رؤيتها ورسالتها، وتفاعلها كخطة موحدة شاملة ومتكاملة تربط مزايا المنظمة بقدرتها الإستراتيجية على مواجهة التحديات البيئية. فضلاً على أن تميز المنظمة يتطلب تحديد التوجهات الإستراتيجية ووضعها قيد التنفيذ، وتحديد المنافع التي يمكن أن تعود على المنظمة

⁽²⁶⁾ نسرین حسن الزوي، "دور الثقافة التنظيمية في زيادة فاعلية الأداء التنظيمي: دراسة ميدانية على مديري المنظمات الصناعية بمدينة بنغازي" (مذكرة ماجستير غير منشورة في الإدارة، قسم الإدارة، جامعة بنغازي- ليبيا، 2006)، ص. 18.

⁽²⁷⁾ عيسى روابحية وفريد كورتل، "دور الثقافة التنظيمية في تحقيق الأداء المتميز للعاملين في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية: دراسة ميدانية في مؤسستين اقتصاديتين". مجلة الباحث الاقتصادي 5 (2016): ص. 41.

⁽⁸²⁾ كوكب كامل نور، "الأداء التنظيمي المتميز الطريق إلى منظمة المستقبل" (ورقة بحث قدمت في ندوة حول: "الإدارة الإبداعية للبرامج والأنشطة في المؤسسات الحكومية والخاصة"، القاهرة، 17-21 فيفري 2008)، ص. 3.

⁽²⁹⁾ بومدين بلکبر وفؤاد بوفطيمة، "ثقافة المنظمة كمدخل إستراتيجي لتحقيق الأداء المتميز" (ورقة بحث قدمت في المنتدى الدولي حول: "المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات"، جامعة ورقلة، 08-09 مارس 2005)، ص. 282.

⁽³⁰⁾ فاطمة الزهراء مهدي، "الثقافة التنظيمية كمدخل لتحقيق الأداء المتميز للمؤسسة الاقتصادية" (مذكرة ماجستير غير منشورة في العلوم الاقتصادية، قسم علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف- المسيلة، 2010)، ص. 6.

⁽³¹⁾ بوسالم، مرجع سابق، ص. 77-78.

⁽³²⁾ المرجع سابق، ص. 75.

⁽³³⁾ أنثر عبد الأمير حسوني، "ممارسات القيادة الإستراتيجية ودورها في تعزيز التميز التنظيمي". مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية 02 (2010): ص. 214.

عند تحقيق الأهداف الإستراتيجية. إذا فتميز المنظمة يتم من خلال صياغة الإستراتيجية وتطبيقها وتقييمها باعتبارها منهجية أو أسلوباً شاملاً يتضمن مجموعة من القرارات والممارسات الإدارية التي تحدد الأداء المتميز طويل المدى⁽⁸⁸⁾، ومن أهم إستراتيجيات تحقيق التميز من خلال فلسفة المنظمة المتعلمة مايلي:

- الإحتواء العالي: ظهر مفهوم إدارة الإحتواء العالي (HIM) في بداية ثمانينات القرن العشرين، يعود الفضل في ظهور المفهوم ومن ثم انتشاره إلى كل من «Lawler Walton & Beer» وعبروا عنه آنذاك بـ "إدارة الإلتزام العالي" (High Commitment Management)
- ليكونوا بهذا قد مهدوا لمدخل إداري جديد قابل للإحلال محل النموذج التaylorي الذي وصفه «Walton» بالمدخل الرقابي ورأى أن إدارة الإحتواء العالي (HIW) المدخل الإداري الأكثر تواءمية للمنظمات الساعية للتعليم لما تواجهه من منافسة وعدم تأكد شديدين⁽⁸⁹⁾
- التمكين التنظيمي: يثير موضوع التمكين الإداري وذلك من بداية ثمانينات القرن المنصرم اهتماماً كبيراً لدى العديد من ممارسي الإدارة ، منظرها ومفكرها، من خلال ما جاء في بحوثهم ودراساتهم من مواضيع تهدف إلى تخفيض التدرج البيروقراطي التقليدي والتوجه نحو تسطيح الهيكل التنظيمي (Flattening). يُعرف التمكين التنظيمي بأنه: "أسلوب إداري يشترك من خلاله المدراء وأعضاء التنظيم الآخرون للتأثير في عملية اتخاذ القرار، بمعنى آخر هو التعاون في عملية اتخاذ القرارات التي لا تحدد بمواقع القوة الرسمية بقدر ما تحدد بنظم المعلومات ونظم التدريب والمكافئة والمشاركة في السلطة وأسلوب القيادة والثقافة التنظيمية"⁽⁹⁰⁾ كما يعرف بأنه: "العملية التي تصب في اتجاه زرع الثقة بنفس العامل، وإشعاره بأنه عامل مهم في تحقيق أهداف المنظمة وريادتها، وأن العاملين على اختلاف مواقعهم إنما هم شركاء لهم قيمة وأهمية رفيعة في رسم رسالة المنظمة وتجسيد هذه الرسالة على أرض الواقع".⁽⁹¹⁾

الخاتمة:

اهتمت الدراسة بمحاولة الربط بين مفهومي: المنظمة والتميز التنظيمي كثنائية (سبب/نتيجة) لتكون المنظمة المتعلمة أسلوب تسيير تنظيمي يروم الريادة والتميز في ظل حالة عدم التأكد البيئي التي تعيشها منظمات اليوم.

حاولت الدراسة الإحاطة بأهم دعائم بلوغ التميز التنظيمي من خلال فلسفة المنظمة المتعلمة، والتي تلخصت في: ثقافة المنظمة -Org Culture التي تشجع على الإقبال على المعرفة، تفاعلاً، اكتساباً وخلقاً ومن ثم المشاركة بها من خلال إدارة عليا-قيادة- تؤمن بأن القيمة المضافة للعمل في ظل رهانات المعرفة هي الرصيد المعرفي، وتوفير هيكل تنظيمي Org-Structure مرناً يسمح بتبادل المعرفة وتشاركها بين كل أعضاء التنظيم بتوفير مساحات تلاق للأفراد لتبادل المعارف بتبني استراتيجيات تسييرية تُعنى بتمكين المورد البشري وتحرير طاقاته الإبداعية. لتكون المنظمة المتعلمة هي بيئة العمل الإيجابية والخلاقة التي يتم فيها استغلال كل المواد على تنوعها وتعقدتها في التبادل الفعال للمعرفة بين القيادات والعاملين.

⁽³⁴⁾ علي الضلاعين، "أثر التمكين الإداري في التميز التنظيمي". مجلة دراسات العلوم الإدارية 01 (2010): ص. 71.

⁽³⁵⁾ حسين فلاح ورد وعبد الله كاظم حسن، "إدارة الإحتواء العالي وأثرها في الأداء التنظيمي: دراسة استطلاعية لأراء عينة من موظفي الشركة العامة للصناعات الكهربائية". مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية 01 (2010): ص. 86.

⁽³⁶⁾ Manuela Bruce, "Measuring Empowerment", Leadership & Organization Development Journal, 24(2003): pp. 102-104.

⁽³⁷⁾ حسن مروان عفانة، " التمكين الإداري وعلاقته بفاعلية فرق العمل في المؤسسات الأهلية الدولية العاملة في قطاع غزة" (مذكرة ماجستير غير منشورة في إدارة الأعمال ، قسم إدارة الأعمال ، جامعة الأزهر-غزة-، 2013)، ص. 10 .

قائمة المراجع:

أولا- الكتب

1. السلي، علي. خواطر في الإدارة المعاصرة. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2001.
2. زايد، عادل. الأداء التنظيمي المتميز الطريق إلى منظمة المستقبل. القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2006.
3. Marquardt, Micheal J. : *Building the Learning Organization: Mastering 5 elements for corporate* Davies Black publishing INC. 2002.
4. Senge, Petre M. The Fifth Discipline: The art and practice of the learning organization New York :Doubleday Dell Publishing Group. 1994.

ثانيا- المقالات في الدوريات والمجلات العلمية:

باللغة العربية:

5. الخشالي، شاكر جار الله وإياد فاضل محمد التميمي. " أثر أساليب في التعلم التنظيمي: دراسة ميدانية في شركات القطاع الصناعي الأردني". المجلة الأردنية في إدارة الأعمال 2(2008).
6. الضلعين، علي. "أثر التمكين الإداري في التميز التنظيمي". مجلة دراسات العلوم الإدارية 01 (2010).
7. الطائي، علي حسون. "خصائص المنظمة المتعلمة وإدارة الريادة: العلاقة ... والأثر في الشركة العامة للصناعات الكهربائية". مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية 1(2008).
8. حسوني، أثير عبد الأمير. "ممارسات القيادة الإستراتيجية ودورها في تعزيز التميز التنظيمي". مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية 02 (2010).
9. روابحية، عيسى وفريد كورتل. "دور الثقافة التنظيمية في تحقيق الأداء المتميز للعاملين في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية: دراسة ميدانية في مؤسستين اقتصاديتين". مجلة الباحث الاقتصادي 5(2016).
10. صبري، ثائر. "ثالث التميز بتقنيات إدارة التكلفة الإستراتيجية". مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية 19(2015).
11. عبد الله، ولاء محمود وسحر محمد أبو راضي. "إستراتيجية مقترحة لتطوير كليات التربية في ضوء نماذج المنظمة: دراسة حالة". مجلة العلوم الاجتماعية 56(2014).
12. مقيم، صبري. "دور القيادة في بناء المنظمة المتعلمة: تقييم الشركة الجزائرية لإنتاج وتسويق المحروقات-سوناطراك". مجلة دراسات وأبحاث 11(2013).
13. نوفل، نهلة محمد لطفي. "موقف تطبيق أبعاد المنظمة المتعلمة عند "سينج" رياض الأطفال بمصر". مجلة الشمال للعلوم الانسانية 2(2016).
14. ورد، حسين فلاح وعبد الله كاظم حسن. "إدارة الاحتواء العالي وأثرها في الأداء التنظيمي: دراسة استطلاعية لأراء عينة من موظفي الشركة العامة للصناعات الكهربائية". مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية 01 (2010).

باللغة الأجنبية:

15. Sugarman, Barry. " Learning Working Managing, Sharing: The New Paradigm of the Learning Organization, Journal of Pedagogy, Pluralism& Practice 2(1997).
16. Teare, Richard & Richard Dealtry .Building And Sustaining a Learning Organization. The Learning Organization.1 (1998)

ثالثا- المذكرات والرسائل الجامعية:

17. الدويري، غسان غريب. "إدارة التميز في القطاع العام الأردني" (رسالة ماجستير غير منشورة في الاقتصاد والعلوم الإدارية قسم الإدارة العامة، جامعة اليرموك-الأردن، 2006).
18. الزوي، نسرين حسن. "دور الثقافة التنظيمية في زيادة فاعلية الأداء التنظيمي: دراسة ميدانية على مديري المنظمات الصناعية بمدينة بنغازي" (مذكرة ماجستير غير منشورة في الإدارة، قسم الإدارة، جامعة بنغازي- ليبيا، 2006).
19. الكسبة، أيوب خليل عوض. "أثر متطلبات الحصول على شهادة الايزو 9000 في التميز في الأداء: دراسة الأثر الوسيط لثقافة الجودة" (مذكرة ماجستير غير منشورة في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط-عمان، 2015).
20. النسور، أسماء سالم. "أثر خصائص المنظمة المتعلمة في تحقيق التميز المؤسسي" (رسالة ماجستير غير منشورة في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط-الأردن، 2010).
21. بوسالم، أبوبكر. "دور التمكين الإداري في التميز التنظيمي – دراسة ميدانية على شركة سوناطراك البترولية الجزائرية" (رسالة دكتوراه غير منشورة في العلوم الاقتصادية، قسم علوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد- تلمسان، 2015).
22. خضير، علاء ياسر حمدي. "نموذج الخصائص الوظيفية وعلاقته بالمنظمة المتعلمة: دراسة ميدانية على شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية –جوال" (مذكرة ماجستير غير منشورة في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، جامعة الأزهر- غزة، 2015).
23. سهوم، إيهاب عبد ربه. "واقع إدارة التميز في جامعة الأقصى وسبل تطويرها في ضوء النموذج الأوروبي للتميز" (مذكرة ماجستير غير منشورة في القيادة والإدارة، قسم الدراسات العليا، جامعة الأقصى- غزة، 2013).
24. شفيق، أحمد عبد المنعم محمد. "مدى توافر مقومات المنظمة دائمة التعلم بالبنوك التجارية المصرية وأثره على الانتماء التنظيمي" (أطروحة دكتوراه غير منشورة في الفلسفة في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، جامعة بنها- مصر، 2006).
25. عبابنة، صالح. "المدرسة الأردنية كمنظمة متعلمة: الواقع والتطلعات" (أطروحة دكتوراه غير منشورة في الإدارة التربوية، قسم الدراسات العليا، الجامعة الأردنية- الأردن، 2007).
26. عفانة، حسن مروان. "التمكين الإداري وعلاقته بفاعلية فرق العمل في المؤسسات الأهلية الدولية العاملة في قطاع غزة" (مذكرة ماجستير غير منشورة في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، جامعة الأزهر-غزة، 2013).
27. مهديد، فاطمة الزهراء. "الثقافة التنظيمية كمدخل لتحقيق الأداء المتميز للمؤسسة الاقتصادية" (مذكرة ماجستير غير منشورة في العلوم الاقتصادية، قسم علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف- المسيلة، 2010).

رابعا- مداخلات وأوراق بحثية:

28. الرشيد، صالح بن سليمان. "نحو بناء إطار منهجي للإبداع وتميز الأعمال في المنظمات العربية". ورقة بحث قدمت في الملتقى العربي السنوي الخامس حول: "الإبداع والتجديد – دور المدير العربي في الإبداع والتميز"، شرم الشيخ، مصر، 27-29 نوفمبر 2004.
29. بلكبير، بومدين وفؤاد بوفطيمة. "ثقافة المنظمة كمدخل إستراتيجي لتحقيق الأداء المتميز". ورقة بحث قدمت في الملتقى الدولي حول: "المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات"، جامعة ورقلة، 08-09 مارس 2005.
30. صقر، هدى. "المنظمة المتعلمة والتحول من الضعف الإداري إلى التميز في إدارة الأداء الإداري للدولة". ورقة بحث قدمت في المؤتمر السنوي الرابع حول: "القيادة الإبداعية لتطوير وتنمية المؤسسات في الوطن العربي" المنظمة العربية للتنمية الإدارية، دمشق-سوريا، 13-16 أكتوبر 2003.
31. قبطان، شوقي. "إدارة التميز: الفلسفة الحديثة لنجاح المنظمات في عصر العولمة والمنافسة". ورقة بحث قدمت في الملتقى الدولي الرابع حول "المنافسة والإستراتيجيات التنافسية في المؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية" جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 09-10 نوفمبر 2010.
32. نور، كوكب كامل. "الأداء التنظيمي المتميز الطريق إلى منظمة المستقبل". ورقة بحث قدمت في ندوة حول: "الإدارة الإبداعية للبرامج والأنشطة في المؤسسات الحكومية والخاصة"، القاهرة، 17-21 فيفري 2008.

دور الإفصاح والشفافية في تحقيق جودة التقارير المالية

احمد مخلوف
دكتوراه (أستاذ مساعد)
كلية حطين

لونيس حنان
طالبة دكتوراه سنة ثانية (أستاذة مؤقتة)
جامعة الجزائر 3

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إعطاء نظرة حول أهمية الإفصاح المحاسبي عن التقارير المالية، كما أن هذا النوع من الإفصاح يعتبر مبدئ أساسي من مبادئ العمل المحاسبي الذي تم إدراجه ضمن معايير المحاسبة المعترف بها، لهذا سنقوم بالتعرف على الإفصاح المحاسبي وأنواعه، وأيضا التعرف على التقارير المالية والدور الذي تلعبه في بناء صورة جيدة عن المؤسسة، وفي الأخير سنعمل على إظهار العلاقة الموجودة بين الإفصاح المحاسبي والتقارير المالية.

الكلمات المفتاحية: إفصاح محاسبي، معايير محاسبة دولية، جودة التقارير المالية، شفافية.

المقدمة:

إن للتقارير المالية أهمية كبيرة للعديد من المؤسسات في العالم، وهذا لما تحمله من معلومات تساعد المهتمين والمستفيدين بالمؤسسة لبناء صورة جيدة أو سيئة عنها، لهذا على المؤسسة أن تفصح عن جميع تقاريرها المالية بمصادقية وشفافية من أجل إعطاء الصورة الكاملة عنها ومحاولة اكتساب عدد أكبر من المهتمين، وهذه التقارير مكونة من معلومات يجب أن تكون ذات جودة عالية من أجل إعطاء صورة حقيقية عن المؤسسة وتكون غير مضللة للمستثمرين. كما أن هذه المعلومات الموجودة في التقارير المالية تساعد في اتخاذ القرارات وتقييم الأداء، وهذين الأمرين يعتبران مهمين في المؤسسة بحيث إذا تم الخطأ في بناء أحدهما سيؤدي إلى هلاك المؤسسة وخسارتها، لهذا على المؤسسة أن تعطي أهمية لهذه المعلومات ومعالجتها بصورة جيدة من أجل الحصول على تقارير مالية ذات جودة عالية وتعطي صورة صحيحة عن المؤسسة، وتكون أيضا سهلة للفهم من قبل المهتمين والمستفيدين منها. ونظرا لهذه الأهمية التي تمتلكها التقارير المالية وإيجابية الإفصاح عنها، أردنا القيام بهذه الدراسة والتعرف أكثر عنها وعن الخطوات التي تؤدي إلى الحصول على إفصاح جيدة لها، بالإضافة إلى كسب جمهور ومستثمرين للمؤسسة. ومن خلال ما سبق يمكن طرح الإشكال التالي: فيما يتمثل الدور الذي يلعبه الإفصاح لتحقيق الجودة في التقارير المالية؟ كما يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو المقصود بالإفصاح عن المعلومات المحاسبية وشفافيتها؟
- مما تتكون التقارير المالية؟
- فيما تتمثل العلاقة التي تجمع بين الإفصاح وجودة التقارير المالية؟

من بين النتائج التي تم التوصل إليها بدون معلومات جيدة ومعالجة بشكل دقيق لا يمكننا الحصول على تقارير مالية ذات جودة جيدة وصادقة، في بعض معايير المحاسبة الدولية التي تتعلق بالإفصاح المحاسبي للتقارير المالية، تم التحدث عن إلزامية التركيز على قائمة التدفقات النقدية، ويجب الإفصاح عنها كجزء يكمل التقارير المالية، تقرير محافظ الحسابات ومجلس الإدارة هما التقريران اللذان لا يتم الإفصاح عنهما في الجزائر.

الهدف من الدراسة:

هو التعرف على التقارير المالية المعمول بها حسب المعايير المحاسبية الدولية، وأيضا التعرف على الطريقة التي تم فيها الإفصاح عنها وما هي المعلومات التي تتكون منها.

منهج الدراسة:

المنهج الوصفي حيث قمنا بوصف كل من الإفصاح والمعلومات والتقارير المالية بشكل شامل، والمنهج التحليلي وهذا من خلال قيامنا بتحليل بسيط للعلاقة الموجودة بين الإفصاح والتقارير المالية. ومن أجل الإجابة على هذه التساؤلات وعلى الإشكالية الأساسية يمكن تقسيم دراستنا إلى المحاور التالية: المحور الأول: عموميات حول الإفصاح والشفافية، المحور الثاني: المعلومات المحاسبية والتقارير المالية، والمحور الثالث: علاقة الإفصاح بتحقيق جودة التقارير المالية

المحور الأول: عموميات حول الإفصاح والشفافية

تعريف الإفصاح:

يمكن تعريفه على أنه⁹²: هو عملية إيصال ونقل المعلومات التي أعدت في مرحلة القياس لمن يستخدمها ويوظفها ويحتاجها، سواء كان داخل المؤسسة أو خارجها ويجب مراعاة أهمية المعلومات التي يفصح عنها، والوقت الذي يتم فيه الإفصاح وبأي طريقة. (مسعود صديقي، 2010). ويعرف أيضا⁹³: هو أداة اتصال بين الوحدة الاقتصادية والعالم الخارجي لها، ويشمل هذا الإفصاح كل مجالات التقارير المالية بما تحتويه من معلومات من أجل الاستفادة منها عند اتخاذ التقارير. (محمد محسن عوض مقلد، 2008). يعرف الإفصاح المحاسبي على أنه⁹⁴: شمول التقارير المالية على جميع المعلومات اللازمة لإعطاء مستخدمي التقارير الصورة الواضحة والصحيحة عن الوحدة المحاسبية. (عزيزة بن سمينة، 2017). ويعرف أيضا⁹⁵: هو إظهار كل المعلومات التي قد تأثر في موقف متخذ القرار المتعلق بالوحدة المحاسبية، وهذا يعني أن تظهر المعلومات في القوائم والتقارير المحاسبية بطريقة مفهومة وواضحة لقارئها دون حدوث مشكلة. (معتز برهان جميل العكر، 2010). ويعرف أيضا⁹⁶: هو عملية إظهار المعلومات المالية سواء كانت كمية أو وصفية في القوائم المالية أو في الهوامش والملاحظات والجداول المكملة في الوقت المناسب، مما يجعل القوائم المالية غير مضللة وملائمة لمستخدمي القوائم المالية من الأطراف الخارجية والتي ليس لها سلطة الاطلاع على الدفاتر والسجلات للمؤسسة. (سفير محمد، 2010)

أهداف الإفصاح المحاسبي⁹⁷:

- وصف البنود المعترف بها وتوفير قياسات ملائمة لهذه البنود عدا تلك القياسات المندرجة في الكشوف المالية مثل القيمة العادلة المقدمة للأدوات المالية من خارج القائمة المالية؛
- وصف البنود غير المعترف بها وتوفير قياسات مناسبة مثل وصف الضمانات المباشرة وغير المباشرة للديون المباشرة للآخرين؛
- توفير معلومات تساعد المستثمرين والدائنين في تقييم مخاطر واحتمالات كل من البنود المعترف وغير المعترف بها، مثل توضيح سياسة المؤسسة فيما يتعلق بالرهن؛

⁹² مسعود صديقي، مرزوقي، التوحيد المحاسبي الدولي بين المأمول والموجود، الملتقى الدولي بعنوان: النظام المحاسبي المالي الجديد في ظل المعايير المحاسبية الدولية، المركز الجامعي بالوادي، الجزائر، جانفي 2010، ص 3

⁹³ محمد محسن عوض مقلد، نحو مؤشر للإفصاح المحاسبي البيئي الاختياري، أطروحة ماجستير، جامعة طانطا، صر، 2008، ص 12

⁹⁴ عزيزة بن سمينة، مريم طربي، دور الإفصاح المحاسبي والشفافية في تفعيل بورصة الجزائر، مقالة منشورة، مجلة تاريخ العلوم، الجزائر، العدد السابع، مارس 2017، ص 2

⁹⁵ معتز برهان جميل العكر، أثر مستوى الإفصاح المحاسبي في البيانات المالية المنشورة على تداعيات الأزمة المالية في القطاع المصرفي الأردني، مذكرة ماجستير، كلية الأعمال جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2010/2009، ص 5

⁹⁶ زغدار أحمد، سفير محمد، خيار الجزائر بالتكيف مع متطلبات الإفصاح وفق معايير المحاسبة الدولية، مجلة الباحث، العدد السابع، جامعة قصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2010/2009، ص 84

⁹⁷ سليم بن رحمون، سميحة بوحفص، الإفصاح المحاسبي للكشوف المالية من منظور المعايير المحاسبية الدولية وتبنيه من قبل المشرع الجزائري، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عباس لغرور، خنشلة، الجزائر، العدد 09 جانفي 2018، ص 369-370.

- توفير معلومات تسمح لمستخدمي الكشوفات المالية بمقارنتها مع معلوماتها التي نشرت عبر سنوات عديدة؛
- توفير معلومات حول التدفقات النقدية الحالية والمستقبلية؛
- مساعدة المستثمرين في تقدير العائد في الاستثمار مثل تحديد نسبة توزيعات الأسهم؛
- الإفصاح المحاسبي يهدف إلى إزالة الغموض وتجنب التضليل في عرض المعلومات المحاسبية. (سليم بن رحمون، 2018)

أنواع الإفصاح المحاسبي:

يمكن أن يقسم الإفصاح المحاسبي إلى الأنواع التالية⁹⁸:

- الإفصاح الكامل: يتطلب هذا النوع الإفصاح عن كل المعلومات والتفاصيل سواء كانت هناك حاجة إليها أو لا، وهذا النوع قد لا يفيد مستخدم المعلومات حتى ولو تحقق حيث أن أكثر التفاصيل التي تكون غير مهمة قد تربك مستخدم المعلومات ولا تساعد على اتخاذ القرار المناسب والسليم وفي الوقت الملائم؛
- الإفصاح العادل: يركز هذا النوع على أهداف أخلاقية تتعلق بالعدالة والمساواة بين مستخدمي القوائم المالية في عرض الحقائق المتعلقة بأنشطة المؤسسة لمساعدتهم على اتخاذ القرارات المناسبة؛
- الإفصاح الكافي: هو الأكثر استخداماً من قبل المنظمات المهنية والكتاب والباحثين حيث أنه وفقاً لهذا المفهوم يتم عرض وتوفير المعلومات الملائمة التي تتفق مع واحتياجات مستخدم المعلومات، والتي تساعد في اتخاذ القرارات السليمة في الوقت المناسب، كما يتطلب عرض جميع المعلومات الملائمة لمستخدميها. (بلعادي عمار، 2010)

بالإضافة إلى⁹⁹:

- الإفصاح الوقائي: يهتم بضمان توفير المعلومات للجمهور في شكل معقول وفي الوقت المناسب، بحيث يمكن الاعتماد عليها؛
- الإفصاح التثقيفي: هو اتجاه معاصر يعتمد على أن مستخدم البيانات المالية لديه القدرة على تحليل وعقد المقارنات وإجراء التنبؤات بطريقة مهنية؛
- الإفصاح الاختياري والإجباري: يرجع تصنيفه إلى أحدهما إلى البيئة والتشريعات والقوانين النافذة في تلك البيئة، ففي بعض البلدان يجبر المشرع مدراء المؤسسات على الإفصاح على الكشوف المالية لتمكين أصحاب المصالح من تكوين فكرة معنية عن وضعها المالي، وهذا مع تحديد الحد الأدنى للمعلومات التي يجب الإفصاح عنها، وباقي المعلومات التي قد تكون مصاحبة لما تم الإفصاح عنه سابقاً ولم يأخذها المشرع بعين الاعتبار فإنه يتم الإفصاح عنها اختياريًا، سواء في التقارير السنوية أو في النشرات الصحفية أو على الموقع الإلكتروني للمؤسسة خلال السنة. (سليم بن رحمون، 2018)

أهمية الإفصاح المحاسبي¹⁰⁰:

- توفير المعلومات التي تفيد المستثمرين الحاليين والمرتبطين والدائنين الحاليين والمرتبطين وغيرهم من مستخدمي المعلومات لترشيد القرارات الاستثمارية والائتمانية وغيرها من القرارات الاقتصادية؛

⁹⁸ بلعادي عمار، دور حوكمة الشركات في إرساء قواعد الشفافية والإفصاح، الملتقى الدولي: الحوكمة المحاسبية للمؤسسة - واقع ورهانات وأفاق-، يومي 7 و8 سبتمبر 2010، جامعة أم بواقي، الجزائر، ص 7

⁹⁹ سليم بن رحمون، سميحة بوحفص، مرجع سابق، ص 370-371.

¹⁰⁰ عطاء الله وارد خليل، محمد عبد الفتاح العشماوي، الحوكمة المؤسسية المدخل لمكافحة الفساد في المؤسسات العامة والخاصة، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص 104

- توفير المعلومات التي تفيد المستثمرين الحاليين والمرتبطين والدائنين الحاليين والمرتبطين حول التدفقات النقدية وذلك من حيث تقدير حجم وتوقيت التدفقات النقدية المتوقعة؛
- تقديم المعلومات المتعلقة بالموارد الاقتصادية للمؤسسة والتزاماتها والتغيرات التي تطرأ على هذه الموارد والالتزامات؛
- يساعد في توفير المعلومات اللازمة لتقييم أداء وقدرة الإدارة على النهوض بمسؤوليتها والحكم على كفاءة أدائها؛
- تساعد المعلومات المتوفرة في التقارير المالية المساهمين في إظهار مدى نجاح الإدارة في إدارة الأموال اقتصاديا التي تهدف إلى تنمية حقوق المساهمين. (عطاء الله وارد خليل، 2008)

مقومات الإفصاح المحاسبي:

يمكن تلخيصها فيما يلي¹⁰¹:

- تحديد المستخدم لمعلومة المحاسبية: هذا يؤدي إلى معرفة أو تحديد الخواص التي يجب توفيرها في المعلومة من حيث الشكل والمضمون لأن المستخدمين لها لهم مستويات مختلفة في تفسير المعلومات، لهاد كان من الواجب إعداد المعلومات في شكل تقرير واحد متعدد الأغراض يلبي احتياجات المستخدمين المحتمل وجودهم.
- تحديد أغراض استخدام المعلومات المحاسبية: من شأنه أن يحقق خاصية الملائمة بحيث يستفيد المستخدم من المعلومات وتكسبه القدرة على التنبؤ وتساعد بعضهم على اتخاذ القرارات.
- تحديد طبيعة المعلومات الواجب الإفصاح عنها: يتم الإفصاح من خلال القوائم التالية:
 - -قائمة المركز المالي؛
 - -قائمة الدخل؛
 - -قائمة الأرباح المحتجزة؛
 - -قائمة التغير في المركز المالي؛
 - -معلومات أساسية ترفق في الملاحظات. (سعيداني محمد السعيد، 2015)

أساليب الإفصاح المحاسبي¹⁰²:

- إعداد القوائم المالية وترتيب بنودها: وهذا من اجل تسهيل عملية قراءتها وفهمها والقررة على مقارنتها من طرف المستخدمين واستنتاج المعلومات؛
- الملاحظات الهامشية: تستخدم من أجل توضيح أو تفسير أو إضافة معلومات أقل أهمية وتكون متعلقة بعناصر القوائم المالية، كما يمكن أن تحتوي على معلومات كمية أو وصفية؛
- الملاحق: تحتوي على قوائم إضافية ترفق مع القوائم المالية الأصلية، يتم من خلالها إعطاء تفاصيل حول بعض البنود المذكورة في القوائم المالية والتي لا تستوعبها الملاحظات الهامشية؛
- المعلومات الموجودة من خلال الأقواس: تستخدم لتوضيح بعض الأرقام الظاهرة بالقوائم التي يصعب فهم طريقة حسابها أو سبب ظهورها من قبل المستخدمين غير الملمين بالمحاسبة؛
- تقرير المراجع: فمن خلال الرأي الذي يبديه المراجع عن موضوعية وسلامة الأرقام الظاهرة بالقوائم المالية تتحدد ثقة المستخدمين في المعلومات المنشورة.

¹⁰¹ رزيقات بوبكر، سعيداني محمد السعيد، مدى ارتباط المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية (IAS/IFRS) بالإفصاح والشفافية وانعكاساتها على تطور التقارير المالية، مجلة البديل الاقتصادي، العدد الثالث، 2015، الجزائر، ص 105-106

¹⁰² محمد المبروك أبو زيد، المحاسبة الدولية وانعكاساتها على الدول العربية، ايتراك لطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2005، ص 584

تعريف الشفافية:

يمكن تعريفها على أنها¹⁰³: هي قيام المؤسسة بتوفير المعلومات والبيانات المتعلقة بنشاطها ووضعها تحت تصرف المساهمين وأصحاب الحصص والمتعاملين في السوق، والعمل على إتاحة الفرص لمن يريد الاطلاع عليها وعدم إخفاء المعلومات الغير المضرة بالمؤسسة. (عزيزة بن سمينة، 2017). وتعرف أيضا بأنها¹⁰⁴:

- هي الإفصاح المحاسبي الذي يتخطى المبادئ المحاسبية ذات القبول العام والمعايير والمتطلبات التشريعية في التقرير المالي لتزويد المستخدمين بالمعلومات التي يحتاجونها لاتخاذ قراراتهم.
- هي الكشف عن المعلومات الداخلية وأي معلومات تؤثر في أسعار الأسهم والإفصاح عنها في وقت واحد. (سعيداني محمد السعيد، 2015)

شروط الشفافية¹⁰⁵:

- أن تكون في الوقت المناسب؛
- أن تتاح لكافة الجهات في ذات الوقت؛
- أن تقوم المؤسسات بنشر قوائمها المالية بالصحف طبقا للشكل القانوني مع الحفاظ على بعض المعلومات ذات الصلة بسرية العمل؛
- الشفافية في حد ذاتها ليست غاية بل وسيلة لإظهار الأخطاء والاقتصاص من مرتكبها وهذا في إطار الوسائل القانونية المنظمة لذلك. (عزيزة بن سمينة، 2017)

أهمية الشفافية:

تكمن أهميتها في¹⁰⁶:

- تزيد من عملية توضيح قيم البنود التي تحتويها القوائم المالية؛
- تقليل درجة التقلب في الأسواق المالية لضمان الاستقرار المالي؛
- تعمل على القضاء على ظاهرة عدم تماثل المعلومات؛
- تعمل على التعرف على الظروف التي أدت إلى التغيير في السياسات المحاسبية. (سعيداني محمد السعيد، 2015)

عوائق الشفافية¹⁰⁷:

- عدم اتفاق حوافز المديرين مع مصالح حملة الأسهم؛
- الميزة التنافسية؛
- الموازنة بين التكلفة والعائد. (سعيداني محمد السعيد، 2015)

¹⁰³ عزيزة بن سمينة، مرجع سابق، ص 3

¹⁰⁴ رزيقات بوبكر، سعيداني محمد السعيد، مرجع سابق الذكر، ص 100

¹⁰⁵ عزيزة بن سمينة، مرجع سابق، ص 3

¹⁰⁶ رزيقات بوبكر، سعيداني محمد السعيد، مرجع سابق الذكر، ص 101

¹⁰⁷ رزيقات بوبكر، سعيداني محمد السعيد، مرجع سابق الذكر، ص 101-102

المحور الثاني: المعلومات المحاسبية والتقارير المالية

قبل التطرق إلى التقارير المالية ومعرفة ما فيها لابد من التعرف أولاً على المعلومات المحاسبية التي على أساسها يتم إعداد التقارير المالية، وأيضاً معرفة جودة كل من المعلومات المحاسبية أيضاً التقارير المالية.

تعريف البيانات والمعلومات المحاسبية:

- تمثل البيانات المواد الأولية التي يتم تشغيلها وإدارتها في النظام المحاسبي بهدف استخراج المعلومات، كما أنها تعبر عن حقائق وإشارات أولية غير مبررة وغير منظمة، وهي ذات دلالة تاريخية بدرجة كبيرة وليس لها أثر في اتخاذ القرارات¹⁰⁸. (بن فرج زوينة، 2014)
- ويمكن تعريف المعلومات على أنها: هي عبارة عن بيانات تمت تحويلها وتشغيلها لتصبح لها قيمة، فهي تمثل معرفة لها معنى وتنفيد في تحقيق الأهداف¹⁰⁹. (ثناء على القباني، 2008)
- تعرف على أنها البيانات التي يمكن أن تغير من تقديرات متخذ القرارات، وهي أيضاً البيانات التي تمت معالجتها لتصبح بشكل أكثر نفعاً للمستقبل، والتي لها قيمة في الاستخدام الحالي وفي اتخاذ القرارات في المستقبل¹¹⁰. (بن فرج زوينة، 2014)
- وتعرف المعلومات المحاسبية على أنها¹¹¹: *هي كل المعلومات الكمية وغير الكمية التي تخص الأحداث الاقتصادية التي تتم معالجتها والتقرير عنها بواسطة نظم المعلومات المحاسبية في القوائم المالية الموجهة لجهات خارجية ولخطط التشغيل والتقارير المستخدمة داخلياً. (قاسم إبراهيم الحبيبي، 2003)

الفرق بين البيانات والمعلومات المحاسبية¹¹²:

الفرق بين البيانات والمعلومات المحاسبية يمكن تلخيصه كما يأتي:

- -الإضافة المعرفية: عندما تقوم البيانات بالتقليل من حالة عدم المعرفة عند المتلقي تتحول إلى معلومات، أما إذا كان المتلقي يعرف مسبقاً بمحتوى البيانات فإنها لا تشكل أي إضافة معرفية، كما يتم التمييز بين البيانات والمعلومات وفق هذا الأساس على الشخص المتلقي والمستفيد ويسمى بمعيّار الشخص المتلقي.
- -الارتباط: لكي تتحول المعلومات إلى بيانات يجب أن تكون هذه الأخيرة مرتبطة بمشكلة معينة أو حدث معين يتم اتخاذ القرار بشأنه، فهي إما تؤدي إلى اتخاذ قرار سليم، أو تؤدي إلى تغيير القرار أو تعديله، لهذا ما يعتبر بيانات في لحظة ما قد يتحول إلى معلومات في لحظة أخرى.
- وبالتالي المعلومات هي البيانات التي تمت معالجتها عن طريق العملية التشغيلية وأصبحت معدة للاستخدام ومفيدة ذات معنى في توضيح الأمور بما يخدم المستفيدين، في حين أن البيانات هي عبارة عن حقائق مجردة تعبر لنا عن أحداث معينة في شكل رموز وأرقام.. إلخ، قد تكون غير مرتبة يتم جمعها من مصادر مختلفة من أجل إجراء العمليات اللازمة عليها وترتيبها ليتم تحويلها إلى معلومات يمكن الاستفادة منها. (بن فرج زوينة، 2014)

¹⁰⁸ بن فرج زوينة، المخطط المحاسبي البنكي بين المرجعية النظرية وتحديات التطبيق، مذكرة دكتوراه، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2013/2014، ص 29

¹⁰⁹ ثناء على القباني، نظم المعلومات المحاسبية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 9

¹¹⁰ بن فرج زوينة، مرجع سابق الذكر، ص 30

¹¹¹ قاسم إبراهيم الحبيبي، زياد يعي السقا، نظم المعلومات المحاسبية، وحدة الحداثة للنشر، العراق، 2003، ص 27

¹¹² بن فرج زوينة، مرجع سابق الذكر، ص 30

أنواع المعلومات المحاسبية:

تتمثل فيما يلي¹¹³:

- نتائج المؤسسة: تكتسي هذه المعلومة بطبيعة الحال أهمية بالغة بالنسبة لأغلبية المستعملين، وهذا لأن النتيجة الإيجابية عادة ما توجه إلى الاستعمالات التالية: جزء يوزع على العاملين في شكل مكافآت وذلك لتحفيزهم على المزيد من العطاء والولاء للمؤسسة، والجزء الثاني يبقى بالمؤسسة لاستعمالات لاحقة في شكل استثمار وتوسع، والجزء الأخير يوزع لحملة الأسهم.
- تقييم التسيير: بمعنى قياس فعالية استعمال واستغلال موارد المؤسسة، ويتم ذلك على أساس حساب عدة نسب نذكر منها:

- دوران المخزون = (المخزون المتوسط $\times 360$) / المشتريات المستهلكة
- دوران الزبون = (الزبون $\times 360$) / المبيعات
- دوران المورد = (المورد $\times 360$) / المشتريات
- دوران رأس المال = المبيعات / المشتريات
- إنتاجية اليد العاملة = القيمة المضافة / مصاريف اليد العاملة.

- آفاق المؤسسة: تحديد إمكانيات الربح مما يستوجب تحليل الوضعية الاقتصادية، أي معرفة قطاع النشاط المتواجدة فيه المؤسسة؛ إن المستثمرين لرؤوس الأموال يتوقعون عادة مردودا سنويا بنسبة تتراوح من 25 إلى 40 %، الأمر الذي يستوجب تحديد القيمة الحالية والمستقبلية للمؤسسة، والتي على أساسها يتم تحديد حجم الاستثمار؛ بالإضافة إلى أنه يهتم المستثمر بالمؤسسات التي ستتيح له فرصة التحول بسهولة من استثمار إلى آخر.
- تقييم المخاطر: يتم من خلال دراسة تحليلية للمخاطر الحالية والمستقبلية التي يمكن التعرض لها والتي يمكن تلخيصها في ستة أصناف: مخاطر السوق الاستغلال، السيولة، الائتمان، البشرية، والقانونية.
- التوازن المالي والمردودية: وهو قدرة المؤسسة على الوفاء بالتزاماتها سواء الحالية من خلال دراسة ومتابعة السيولة أو المستقبلية المرتبطة برقم الأعمال، حجم التكاليف والربح المحقق.
- تقييم السيولة: تعتبر السيولة من أهم المؤشرات الاقتصادية حيث تعبر هذه المعلومة عن قدرة المؤسسة في مواجهة التزاماتها قصيرة الأجل طالما يتم تسديد الديون من السيولة المتوفرة، فلذلك تحسب المؤشرات التالية: السيولة العامة، المحدودة، السريعة.
- المقارنة بين المؤسسات: ويسمى كذلك بالقياس المقارن وهو عبارة عن عملية قياس الأداء مقارنة بأداء المؤسسات الرائدة في نفس المجال، وتحديد الكيفية التي عن طريقها حققت تلك المؤسسات ذلك المستوى من الأداء، واستخدام تلك المعلومات كأساس للأهداف والاستراتيجيات والتطبيق، وأيضا بهدف تحسين أدائها.
- احترام القوانين.
- المساهمة في تطوير المجتمع: تكتسي هذه المعلومات أهمية بالغة حيث يتم إدماج المعلومات الاجتماعية والمالية في تقرير واحد وهذا لأن الأنشطة الاجتماعية تؤثر في النشاط الاقتصادي. كما أنه هناك تكامل بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية وبالتالي هو يحتوي على تقرير الأداء الاجتماعي والاقتصادي. (رحال علي، 2007)

خصائص المعلومات المحاسبية¹¹⁴:

أهم خصائص المعلومات المحاسبية تتمثل فيما يأتي:

¹¹³ رجال علي، التقارير المالية: أي محتوى للمعلومات، مجلة الأبحاث الاقتصادية والإدارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الأول،

جوان 2007، الجزائر، ص 4-8

¹¹⁴ بن فرج زوينة، مرجع سابق الذكر، ص 32-35

- القابلية للفهم: يفرض أن المستخدمين لديهم مستوى معقول من المعرفة في الأعمال والنشاطات الاقتصادية والمحاسبية، كما لديهم الرغبة في دراسة المعلومات بقدر معقول من العناية، ومهما يكن يجب عدم استبعاد المعلومات حول المسائل المعقدة التي يجب أن تتضمنها البيانات المالية، حيث أنه من الصعب جدا فهمها من قبل بعض المستخدمين بما أنها موجبة لتلائم حاجات متخذي القرارات الاقتصادية.
- الملائمة: أن تكون المعلومات ملائمة لحاجة متخذي القرارات، وتمتلك المعلومات هذه الخاصية عندما تؤثر على القرارات الاقتصادية للمستخدمين في تقييم الأحداث الماضية والحاضرة والمستقبلية، كما يجب أن تتوفر في بعض الخصائص في المعلومات لتكون ملائمة منها: القدرة على التنبؤ، التوقيت المناسب.
- الأهمية النسبية (المادية): وهذا في حالة إذا كان حذف المعلومات أو تحريفها يؤثر في القرارات الاقتصادية التي يتخذها المستخدمون اعتمادا على البيانات المالية، كما أنها تعتمد على حجم البند أو الخطأ المقدّر ضمن الظروف الخاصة التي تؤدي إلى الحذف أو التحريف.
- الموثوقية: تمتلك المعلومات هذه الخاصية إذا كان خالية من الأخطاء الهامة والتحيز، ويمكن الاعتماد عليها من قبل المستخدمين كمعلومات تعبر بصدق عما يجب أن تعبر عنه أو من المتوقع أن تعبر عنه بشكل معقول.
- التمثيل الصادق: لتكون المعلومات موثوقة لابد أن تكون ممثلة بصدق العمليات المالية والأحداث الأخرى التي من المفروض أنها تمثلها أو من المتوقع أن تعبر عنه.
- الجوهر فوق الشكل: كي تكون المعلومات صادقة من الضروري أن تكون قد تمت المحاسبة عنها وقدمت طبقا لجوهرها وحقيقتها الاقتصادية وليس لشكلها القانوني فحسب، كما أن جوهر العمليات المالية ليس دائما متطابقا مع شكلها القانوني.
- الحياد: لكي تكون المعلومات ذات موثوقية لابد من أن تكون محايدة أي خالية من التحيز، ولا تعتبر المعلومات محايدة إذا كان اختيار أو عرض المعلومات يؤثر على اتخاذ القرار أو الحكم لأجل تحقيق نتيجة أو حصيلة محددة سلفا، كما يجب تجنب نوعين من التحيز وهي: تحيز في أداة القياس، تحيز من قبل شخص القائم بعملية القياس والإفصاح.
- الحذر: لابد من الأخذ بعين الاعتبار حالات عدم التأكد المحيطة والملازمة لكثير من الأحداث والظروف، مثل: قابلية الديون المشكوك فيها للتحويل، كما أن ممارسة الحذر لا يسمح مثلا لإيجاد احتياطات سرية أو مخصصات مبالغ فيها.
- الاكتمال: يجب أن تكون المعلومات كاملة ضمن الحدود المادية والتكلفة، فأني حذف في المعلومات يمكن أن يجعلها خاطئة أو مضللة، ومنه تصبح غير موثوقة وضعيفة من حيث وملاءمتها.
- القابلية للمقارنة: يجب أن يتمكن المستخدمون من إجراء المقارنة للقوائم المالية للمؤسسة على مرور الزمن من أجل تحديد الاتجاهات في المركز المالي وفي الأداء، كما يجب أن يكون بإمكانهم مقارنة القوائم المالية للمشاريع المختلفة من أجل التقييم النسبي لمراكزهم المالية والأداء والتغيرات فيه، كما أن عملية قياس وعرض الأثر المالي للعمليات المالية المتشابهة والأحداث الأخرى يجب أن تتم على أساس ثابت على مرور الزمن ضمن المؤسسة وبطريقة متماثلة في كل المؤسسات. (بن فرج زينة، 2014)

مفهوم التقارير المالية:

تعتبر مصدرا مهما من مصادر المعلومات التي يعتمد عليها متخذو القرارات والمستفيدون، وهي تتكون من القوائم المالية وغيرها من المعلومات غير المالية التي لا يمكن الإفصاح عنها في القوائم المالية، كما أنها تعتبر عنصر مهم في التحليل المالي¹¹⁵. (مؤيد راضي خنفر، 2009)

تعد القوائم المالية جزءا من التقارير المالية حيث تقوم الشركة بإعدادها استجابة لزيادة مطالب واحتياجات المستخدمين لها، ومن مستحيل عمليا في ظل بيئة الاعمال اليوم تلبية تلك المتطلبات والاحتياجات من خلال القوائم المالية الأساسية فقط، وهذا بسبب الكم الهائل من المعلومات المحاسبية وغير المحاسبية¹¹⁶. (زبيدي البشير، 2016)

¹¹⁵ مؤيد راضي خنفر، غسان فلاح المطارنة، تحليل القوائم المالية، دار الميسر، الطبعة الثانية، الأردن، 2009، ص 28

¹¹⁶ زبيدي البشير، سعيدي عي، جودة التقارير المالية ودورها في تقييم الأداء المالي، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، العدد التاسع، المجلد الثاني، جامعة الوادي، الجزائر، 2016، ص 87

أهداف التقارير المالية¹¹⁷:

- توفير المعلومات التي تفيد في ترشيد القرارات الاستثمارية والائتمانية للمستثمرين الحاليين والمرتقبين وأيضا الدائنين؛
- توفير المعلومات التي تفيد في تقدير التدفقات النقدية المستقبلية للمؤسسات، حيث تسمح بالمفاضلة بين التدفقات النقدية الحالية والمستقبلية، مع تحديد درجة عدم التأكد المحيط بها؛
- توفير المعلومات المتعلقة بالموارد للمؤسسة والتزاماتها والتغيرات التي طرأت عليها، مما تفيد مستخدمي هذه المعلومات في تحديد نقاط القوة والضعف في المؤسسة؛
- توفير المعلومات التي تفيد في تقييم أداء المؤسسة وتحديد أرباحها؛
- توفير المعلومات التي تفيد في تحديد درجة السيولة وتدفق الأموال؛
- توفير المعلومات التي تفيد في التقرير عن مسؤولية الإدارة وتقييم كفاءتها باستخدام معلومات الربحية ومكوناتها؛
- توفير معلومات تتعلق بملاحظات وتفسيرات الإدارة من أجل زيادة منفعة هذه المعلومات. (زبيدي البشير، 2016)

أهمية التقارير المالية¹¹⁸:

- على مستوى المستثمر الفرد: الحصول على معلومات لتقييم أداء الإدارة وإخلاء مسؤوليتها والتنبيه بدرجة الربحية والمخاطر المتعلقة بالاستثمار، الحصول على معلومات تمكن من التعرف على مجالات الاستثمار الملائمة لتوجيه المدخرات.
- على مستوى السوق المالي: حماية المستثمرين ونشر الثقة بينهم، تخفيض أثر المعلومات الضارة أو المضاربات التي قد تؤدي إلى تسعير خاطئ للأوراق المالية ما يؤدي إلى التخصيص غير الكفء للموارد المتاحة.
- على مستوى المجتمع: توجيه الموارد والقرارات الاقتصادية المتعلقة بحسن توزيعها بين القطاعات المرغوب الاستثمار فيها اقتصاديا واجتماعيا، القضاء على أي مضاربات قد تؤدي إلى عدم التوازن الاقتصادي والاجتماعي أي نقل الثروة من فئة إلى أخرى بدون مبرر اقتصادي، عدالة توزيع العائد والمخاطر بين المتعاملين في السوق المالي. (ناصر محمد علي المجبلي، 2009)

أنواع التقارير المالية:

التقارير المالية الأساسية:

تتمثل التقارير المالية الأساسية في¹¹⁹:

- -قائمة الدخل؛
- -قائمة المركز المالي (الميزانية)؛
- -قائمة التدفقات النقدية؛
- -قائمة الأرباح المحتجزة؛
- -المعلومات الإضافية (اللاحق)؛
- -تقرير مدقق الحسابات؛
- -تقرير مجلس الإدارة. (مؤيد راضي خنفر، 2009)

¹¹⁷ زبيدي البشير، نفس المرجع سابق الذكر، ص 88

¹¹⁸ ناصر محمد علي المجبلي، خصائص المعلومات المحاسبية وأثرها على اتخاذ القرار، مذكرة ماجستير، تخصص محاسبة، كلية العلوم

الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، الجزائر، 2008/2009، ص 78

¹¹⁹ مؤيد راضي خنفر، مرجع سابق الذكر، 28

التقارير المالية الإضافية:

تتمثل التقارير المالية الإضافية في¹²⁰:

- التقارير المالية الدورية (المرحلية)؛
- التقارير القطاعية؛
- التقارير المالية بالقيمة الجارية (أي يمكن تقييم نتيجة المؤسسة على أساس ما قامت بتحويله من خامات ومنتجات وسيطة إلى منتجات نهائية أو خدمات؛
- تقارير المحاسبة الاجتماعية؛
- تقارير مالية عن الموارد البشرية. (ناصر محمد علي المجبلي، 2009)

مستخدمو التقارير المالية¹²¹:

- المستثمرون الحاليون والمحتملون؛
- الموظفون، والمقرضون؛
- الموردون والدائنون والتجار الآخرون، العملاء؛
- الحكومة ودوائرها المختلفة، والجهات المنظمة لأعمال الشركات؛
- الجمهور؛
- إدارة المؤسسة؛
- المحللون والوسطاء الماليون؛
- السوق المحلي؛
- المنافسون؛
- المحامون. (عمر محمد مسلم الحواتمة، 2010)

المحور الثالث: علاقة الإفصاح بتحقيق جودة التقارير المالية

قبل التطرق للعلاقة الموجودة بين الإفصاح وتحقيق جودة التقارير المالية، لابد من التعرف على الجودة التي يجب أن تكون في التقارير المالية.

مفهوم الجودة في التقارير المالية:

يمكن تعريفها على أنها¹²²: تعني مصداقية المعلومات المحاسبية والمالية التي تتضمنها التقارير المالية وما تحققه من منفعة للمستخدمين، ولتحقيق ذلك يجب أن تخلو من التحريف والتضليل وأن تعد في ضوء مجموعة من المعايير القانونية والرقابية والمهنية والفنية، بما يحقق الهدف من استخدامها. (زبيدي البشير، 2016)

¹²⁰ ناصر محمد علي المجبلي، مرجع سابق الذكر، 93-95

¹²¹ عمر محمد مسلم الحواتمة، قياس مدى تحقيق الإفصاح في التقارير المالية المنشورة للشركات المالية الصناعية المساهمة، مذكرة ماجستير، تخصص محاسبة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2010، ص 14-15

¹²² زبيدي البشير، نفس المرجع سابق الذكر، ص 91

معايير جودة التقارير المالية¹²³:

- معايير قانونية: يتم فرض تشريعات وقوانين تلزم بها المؤسسات لضبط الأداء فيها بما تتوافق مع المتطلبات القانونية التي تجبر المؤسسات على الإفصاح الكافي لأدائها.
- معايير رقابية: لتحقيق عنصر الرقابة يجب أن تكون هناك رقابة فعالة تحدد دور كل من لجان المراجعة وأجهزة الرقابة المالية والإدارية في تنظيم المعالجة المالية، وهذه المعايير تلعب دوراً مهماً في فحص وتقييم مدى الالتزام بالسياسات والإجراءات التي من شأنها تسهيل عملية تخصيص الموارد.
- معايير مهنية: تتأثر جودة ونوعية المعلومات المالية بالممارسات المحاسبية المتبعة والتي يتم تحديدها من خلال اختيار معايير المحاسبة والمراجعة لضبط أداء العملية المحاسبية، ومن أجل تلبية احتياجات المستخدمين يتطلب اختيار معايير تؤدي هذا الغرض.
- معايير فنية: تؤدي إلى تطوير مفهوم جودة المعلومات مما ينعكس على جودة التقارير المالية والتقليل من حالة عدم التأكد لمختلف مستعملي المعلومات المحاسبية والمالية، وأيضاً يزيد ثقة المساهمين والمستثمرين وأصحاب المصالح بالمؤسسة، وهذا سيؤدي إلى رفع وزيادة الاستثمار. (زبيدي البشير، 2016)

المعايير المحاسبية الدولية المتعلقة بالإفصاح المحاسبي للتقارير المالية¹²⁴:

من بين المعايير التي تتعلق بالإفصاح عن التقارير المالية نذكر منها:

- المعيار المحاسبي رقم 1 (IAS 1) عرض القوائم المالية: لقد أوجب هذا المعيار على الإدارة الأخذ بعين الاعتبار ثلاثة اعتبارات عند القيام بالمفاضلة بين السياسات المحاسبية لاختيار السياسة الأفضل وهي: الحيطة والحذر، تفوق الجوهر على الشكل، والأهمية النسبية، وكما يعالج هذا المعيار المعلومات التي يجب الإفصاح عنها في البيانات المالية التي تتمثل في: الميزانية، بيان الدخل، الملاحق، إن المتطلبات التي تم تحديدها في هذا المعيار تمثل الحد الأدنى للإفصاح المطلوب في الكشوف المالية، أما التفاصيل فيتم الإشارة إليها في المعايير المحاسبية الصادرة في صدد الموضوعات المحاسبية المختلفة.
- المعيار المحاسبي الدولي رقم 7 (IAS 7) قائمة التدفقات النقدية: حسب هذا المعيار يجب على المؤسسة أن تقوم بإعداد قائمة التدفقات النقدية، ويجب الإفصاح عنها كجزء مكمل للتقارير المالية وهذا على طول الفترات التي تقوم المؤسسة بإعداد الكشوف المالية فيها، كما حدد هذا المعيار طريقتين للإفصاح عن قائمة التدفقات النقدية هما الطريقة المباشرة وغير المباشرة.
- القوائم المالية المجمعة والمنفصلة ومتطلبات الإفصاح المتعلقة بها (IAS 27، IFRS 10، IFRS 12): هناك أنواع أخرى من التقارير التي يجب إدراجها في حالة المؤسسات كبيرة الحجم والمتعددة الجنسيات، بحيث أنها تتصف بنزعة توسعية تهجف إلى امتلاك استثمارات في مؤسسات أخرى، في هذه الحالة تختلف نسبة المساهمة في رأس المال وفي نسبة حقوق التصويت من مؤسسة مستثمرة إلى أخرى، ومن أهم ما يميز هذه القوائم وما تتطلبه في حالة الإفصاح هو كما يلي:

القوائم المالية المنفصلة IAS 27:

تتمثل في القوائم المالية للمؤسسة الأم أو مستثمر يمتلك حق السيطرة في مؤسسة تابعة أي فرع أو سيطرة مشتركة، وقد قام هذا المعيار بتحديد الحد الأدنى من المعلومات الواجب توفيرها في هذه القوائم حتى يسهل فهمها ومقارنتها وتمكن مختلف المستثمرين من الاطلاع على استثمارات هذه المؤسسة في المؤسسات الأخرى، ويتم إعداد هذه القوائم في حالة إذا اختارت المؤسسة الأم عدم إعداد القوائم المالية الموحدة.

¹²³ زبيدي البشير، نفس المرجع سابق الذكر، ص 91-92

¹²⁴ سليم بن رحمون، سميحة بوحفص، مرجع سابق الذكر، ص 372-373

القوائم المالية المجمعة (IFRS 10) والإفصاح عن الحصص في المنشآت الأخرى (IFRS 12):

يتم إعداد القوائم المالية المجمعة إذا كانت تسيطر على مؤسسة أو مؤسسات أخرى حيث يعتبر هذا المعيار السيطرة هي أساس التجميع، كما جاء في هذا المعيار إجراءات التجميع وتفسيرات حول كيفية تقييم سيطرة مؤسسة أو على مؤسسة أو مؤسسات أخرى، لكن لم يتضمن عنصر المعلومات الواجب الإفصاح عنها مثل أغلبية المعايير، بل ورد ذلك في معيار خاص يحتوي على مجمل الإفصاحات المرتبطة باستثمار مؤسسة في مؤسسات أخرى على اختلاف نوعية الاستثمار من مؤسسة تابعة إلى زميلة أو مشروع مشترك، وهذا كله في المعيار المحاسبي الدولي رقم 12 الإفصاح عن الحصص في المؤسسات الأخرى. (سليم بن رحمون، 2018)

الإفصاح المحاسبي للتقارير المالية وفق ما جاء به المشرع الجزائري:

بموجب القانون 07-11 المؤرخ في 25 نوفمبر 2007 تم إصدار النظام المحاسبي المالي الجزائري والذي تقرر تطبيق أحكامه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 08-156 المؤرخ في 26 ماي 2008، وكانت بداية تطبيقه في المؤسسات بشكل رسمي في بداية 2010 ولا يزال ساري المفعول في الوقت الحالي، ومن أهم التقارير المالية التي تم ذكرها في هذا النظام هي:

- الميزانية؛ حسابات النتائج؛
- جدول سيولة الخزينة (التدفقات النقدية)؛
- جدول تغير الأموال الخاصة.

يتم الإفصاح عن المعلومات المحاسبية والمالية في التقارير المالية، وهذه المعلومات يجب أن تكون ذات جودة لتعطي تعبير صادق عن وضع المؤسسة، حيث بتحقيق جودتها ستكون مفهومة، موثوق بها وقابلة للمقارنة. وعلى اعتبار أن النظام المحاسبي المالي في الجزائر مستنبط من المعايير المحاسبية الدولية فهو بحد ذاته مؤشر للشفافية، حيث يمكن للمستثمر الأجنبي أن يفهم بسهولة القوائم المالية التي تصدرها المؤسسات الجزائرية، كما يساهم هذا الأمر في اتخاذ قرارات صحيحة من الأطراف المتعاملة مع المؤسسة وتسهيل عملية المراقبة الداخلية والتدقيق الخارجي. وتحتوي التقارير المالية على كل العناصر الضرورية التي تعطي صورة صادقة وواضحة عن وضعية المؤسسة وأدائها، خاصة الملاحق التي نجد فيها كل المعلومات التفصيلية والإيضاحات الضرورية من أجل تقديم إفصاح شامل عن المؤسسة، وفي حالة وجود إفصاح ذو مستوى عالي هذا يؤدي إلى التقليل من عدم تماثل المعلومات بالنسبة للمتعاملين مع المؤسسة والمستفيدين من قوائمها المالية وبالتالي هو يؤدي أيضا إلى التقليل من تكلفة رأس المال ويقلل من تشتت وارتكاب الأخطاء إعداد التنبؤات والتوقعات¹²⁵. (سليم بن رحمون، 2018). ومن أهم متطلبات الإفصاح عن التقارير المالية التي نص عليها المشرع الجزائري حسب المعايير المحاسبية الدولية تتمثل في:

القانون رقم 07-11¹²⁶ :

يجب أن تعرض التقارير المالية بصفة وفيه الوضعية المالية للمؤسسة ونجاعته وكل تغيير يطرأ على حالته المالية، كما يجب أن تعكس العمليات والأحداث الناتجة عن معاملات المؤسسة وأثار الأحداث المتعلقة بنشاطه. كما تضبط التقارير المالية تحت مسؤولية المديرين وتعد في أجل أقصاه أربعة أشهر من تاريخ قفل السنة المحاسبية ويجب أن تكون متميزة عن المعلومات التي قد تنشرها المؤسسة، كما تكون بالعملة الوطنية. ويتضمن كل قسم من أقسام الميزانية، حسابات النتائج وجدول تدفقات الخزينة إشارة إلى المبلغ المتعلق بالقسم الموافق له في السنة المالية السابقة، كما يتضمن الملحق معلومات مقارنة تأخذ شكل سرد وصفي وعددي.

¹²⁵ سليم بن رحمون، سميحة بوحفص، مرجع سابق الذكر، ص 374-375

¹²⁶ القانون رقم 07-11، المؤرخ في 25 نوفمبر 2007 الموافق لـ 15 ذو القعدة 1428 هـ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 74، المواد 22-27-28 و29، ص 5

جاء هذا المرسوم في إطار تطبيق أحكام القانون رقم 11-07، وحسب المادة 2 جاء في الإطار التصوري للمحاسبة المالية: تعريف للمفاهيم التي تشكل أساس إعداد وعرض التقارير المالية، كالاتفاقيات والمبادئ المحاسبية التي يتعين التقيد بها، يشكل مرجعا لوضع معايير جديدة، يسهل تفسير المعايير المحاسبية وفهم العمليات أو الاحداث غير المنصوص عليها صراحة في التنظيم المحاسبي، وحسب المادة 3 يهدف هذا الإطار إلى تطوير المعايير، تحضير التقارير المالية، تفسير المستعملين للمعلومات المتضمنة في التقارير المالية المعدة وفق المعايير المحاسبية وإبداء رأى حول مدى تطابق التقارير مع المعايير؛

- تعد التقارير المالية على أساس استمرارية الاستغلال؛
- يجب ان تتوفر المعلومات الوارد في التقارير على الخصائص النوعية للملاءمة، الدقة وقابلية المقارنة والوضوح؛
- يجب أن تعتبر المؤسسة كما لو كانت وحدة محاسبية مستقلة ومنفصلة عن مالكيها؛
- يجب ان تستجيب المحاسبة لمبدأ الحيطة والحذر الذي يؤدي إلى تقدير معقول للوقائع في ظروف الشك من أجل تفادي خطر تجول الشكوك إلى حقيقة؛
- تقيد العمليات المحاسبية وتعرض في التقارير المالية حسب طبيعتها وواقعها المالي والاقتصادي، دون التمسك بالمظهر القانوني فقط؛
- يجب أن تستجيب التقارير المالية بطبيعتها ونوعيتها وضمن احترام المبادئ والقواعد المحاسبية إلى هدف إعطاء صورة صادقة بمنح معلومات مناسبة عن الوضعية المالية.

حسب المادة 32 من هذا المرسوم: وطبقا للمادة 25 من القانون 11-07 تتمثل الكشوف المالية في الميزانية، حساب النتائج، جدول سيولة الخزينة، جدول تغير الأموال الخاصة والملاحق.

التعليمية رقم 02 المؤرخة في 29 أكتوبر 2009¹²⁸:

جاءت بهدف تسهيل مهمة الانتقال من المخطط المحاسبي الوطني إلى النظام المحاسبي المالي الحالي، وفيما يخص ما جاء به هذه التعليمية هو:

- إعداد التقارير المالية اللازمة وفق النظام المحاسبي المالي فور مباشرة العمل به في 2010/01/01 متمثلة في الميزانية الافتتاحية؛
- الأخذ بعين الاعتبار الأصول والخصوم الغير مقيدة مسبقا، وإلغاء البعض من الأصول والخصوم المقيدة مسبقا؛
- إعادة ترتيب بعض الأصول والخصوم.

الخاتمة:

إن للإفصاح دور كبير في إعطاء مستخدمي التقارير المالية الصورة الواضحة والصحيحة عن الوحدة المحاسبية، وأيضا معرفة الإدارة من خلالها مدى نجاحها الاقتصادي ونجاح القرارات المتخذة من طرفها، كما أن للمعلومات المحاسبية التي تتكون منها التقارير دور أيضا في تحقيق ما سبق ذكره، فإذا كانت ذات جودة عالية ستعطي لنا تقارير قابلة للفهم وتكون ملائمة في الكثير من الحالات التي تحتاجها المؤسسة فيما كاتخاذ القرارات المناسبة.

¹²⁷ المرسوم التنفيذي رقم 156-08، المؤرخ في 26 ماي 2008 الموافق لـ 20 جمادى الأولى 1429 هـ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية،

العدد 27، 28 ماي 2008، من المادة 2 إلى المادة 37، ص ص 11-15

¹²⁸ التعليمية رقم 02، تتضمن أول تطبيق للنظام المحاسبي المالي 2010، المؤرخة في 29 أكتوبر 2009، صادرة عن المجلس الوطني للمحاسبين، ص ص 4-5

كما لاحظنا أن لهذه التقارير المالية العديد من الأهداف التي تكون قابلة للتحقق خاصة إذا تم الإفصاح عنها بشكل ملائم ومعالجة معلوماتها بشكل صحيح ودقيق، فهي تفيد في توفير معلومات في ترشيد القرارات، في تقييم كفاءة أداء المؤسسة، كما أنها تخدم جميع الأشخاص سواء كانوا عبارة عن شخص عادي (مهتم فقط)، مستثمر فيها، مستخدم للتقارير أو يكون شخص هادف للاستثمار فيها مستقبلا.

وما سبق يعتبر إجابة على التساؤل الرئيسي الذي تم طرحه في بداية الدراسة حيث يمكننا القول أن للإفصاح دور كبير لتحقيق جودة التقارير المالية. ومن بعض النتائج التي تم التوصل إليها نذكر:

- بدون معلومات جيدة ومعالجة بشكل دقيق لا يمكننا الحصول على تقارير مالية ذات جودة جيدة وصداقة؛
- في بعض معايير المحاسبة الدولية التي تتعلق بالإفصاح المحاسبي للتقارير المالية، تم التحدث عن إلزامية التركيز على قائمة التدفقات النقدية، ويجب الإفصاح عنها كجزء يكمل التقارير المالية؛
- في الجزائر تفصح على بعض التقارير المالية المذكورة في معايير المحاسبة الدولية؛
- تقرير محافظ الحسابات ومجلس الإدارة هما التقريران اللذان لا يتم الإفصاح عنهم في الجزائر.
- ومن بين التوصيات التي يمكننا التركيز عليها في دراستنا هي: يفضل على الجزائر إعادة النظر في تطبيقها للمعايير المحاسبية الدولية، وهذا فيما يخص التقارير المالية الواجب الإفصاح عنها، أي محاولة دمج التقارير المالية الناقصة ضمن التقارير المالية التي تفصح عنها سنويا.

المراجع

- مسعود صديقي، مرزوقي، التوحيد المحاسبي الدولي بين المأمول والموجود، الملتقى الدولي بعنوان: النظام المحاسبي المالي الجديد في ظل المعايير المحاسبية الدولية، المركز الجامعي بالوادي، الجزائر، جانفي 2010، ص 3
- محمد محسن عوض مقلد، نحو مؤشر للإفصاح المحاسبي البيئي الاختياري، أطروحة ماجستير، جامعة طانطا، صر، 2008، ص 12
- عزيزة بن سميعة، مريم طيني، دور الإفصاح المحاسبي والشفافية في تفعيل بورصة الجزائر، مقالة منشورة، مجلة تاريخ العلوم، الجزائر، العدد السابع، مارس 2017، ص 2
- معتز برهان جميل العكر، أثر مستوى الإفصاح المحاسبي في البيانات المالية المنشورة على تداعيات الأزمة المالية في القطاع المصرفي الأردني، مذكرة ماجستير، كلية الأعمال جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2010/2009، ص 5
- زغدار أحمد، سفير محمد، خيار الجزائر بالتكيف مع متطلبات الإفصاح وفق معايير المحاسبة الدولية، مجلة الباحث، العدد السابع، جامعة قصدي مرياح، ورقلة، الجزائر، 2010/2009، ص 84
- سليم بن رحمون، سميحة بوحفص، الإفصاح المحاسبي للكشوف المالية من منظور المعايير المحاسبية الدولية وتبنيه من قبل المشرع الجزائري، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عباس لغرور، خنشلة، الجزائر، العدد 09 جانفي 2018، ص 369-370
- بلعادي عمار، دور حوكمة الشركات في إرساء قواعد الشفافية والإفصاح، الملتقى الدولي: الحوكمة المحاسبية للمؤسسة – واقع ورهانات وأفاق-، يومي 7 و8 سبتمبر 2010، جامعة أم بواقي، الجزائر، ص 7
- سليم بن رحمون، سميحة بوحفص، مرجع سابق، ص 370-371.
- عطاء الله وارد خليل، محمد عبد الفتاح العشماوي، الحوكمة المؤسسية المدخل لمكافحة الفساد في المؤسسات العامة والخاصة، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص 104
- رزيقات بوبكر، سعيداني محمد السعيد، مدى ارتباط المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية (IAS/IFRS) بالإفصاح والشفافية وانعكاساتها على تطور التقارير المالية، مجلة البديل الاقتصادي، العدد الثالث، 2015، الجزائر، ص 105-106

- محمد المبروك أبو زيد، المحاسبة الدولية وانعكاساتها على الدول العربية، ايتراك لطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2005، ص 584
- عزيزة بن سميثة، مرجع سابق، ص 3
- رزيقات بوبكر، سعيداني محمد السعيد، مرجع سابق الذكر، ص 100
- عزيزة بن سميثة، مرجع سابق، ص 3
- رزيقات بوبكر، سعيداني محمد السعيد، مرجع سابق الذكر، ص 101
- رزيقات بوبكر، سعيداني محمد السعيد، مرجع سابق الذكر، ص 101-102
- بن فرج زوينة، المخطط المحاسبي البنكي بين المرجعية النظرية وتحديات التطبيق، مذكرة دكتوراه، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2013/2014، ص 29
- ثناء على القباني، نظم المعلومات المحاسبية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 9
- بن فرج زوينة، مرجع سابق الذكر، ص 30
- قاسم إبراهيم الحبيبي، زياد يحي السقا، نظم المعلومات المحاسبية، وحدة الحدباء للنشر، العراق، 2003، ص 27
- بن فرج زوينة، مرجع سابق الذكر، ص 30
- رحال علي، التقارير المالية: أي محتوى للمعلومات، مجلة الأبحاث الاقتصادية والإدارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الأول، جوان 2007، الجزائر، ص 4-8
- بن فرج زوينة، مرجع سابق الذكر، ص 32-35
- مؤيد راضي خنفر، غسان فلاح المطارنة، تحليل القوائم المالية، دار الميسر، الطبعة الثانية، الأردن، 2009، ص 28
- زبيدي البشير، سعيدي يحي، جودة التقارير المالية ودورها في تقييم الأداء المالي، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، العدد التاسع، المجلد الثاني، جامعة الوادي، الجزائر، 2016، ص 87
- زبيدي البشير، نفس المرجع سابق الذكر، ص 88
- ناصر محمد علي المجبلي، خصائص المعلومات المحاسبية وأثرها على اتخاذ القرار، مذكرة ماجستير، تخصص محاسبة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، الجزائر، 2008/2009، ص 78
- مؤيد راضي خنفر، مرجع سابق الذكر، ص 28
- ناصر محمد علي المجبلي، مرجع سابق الذكر، ص 93-95
- عمر محمد مسلم الحواتمة، قياس مدى تحقيق الإفصاح في التقارير المالية المنشورة للشركات المالية الصناعية المساهمة، مذكرة ماجستير، تخصص محاسبة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2010، ص 14-15
- زبيدي البشير، نفس المرجع سابق الذكر، ص 91
- زبيدي البشير، نفس المرجع سابق الذكر، ص 91-92
- سليم بن رحمون، سميحة بوحفص، مرجع سابق الذكر، ص 372-373
- سليم بن رحمون، سميحة بوحفص، مرجع سابق الذكر، ص 374-375
- القانون رقم 07-11، المؤرخ في 25 نوفمبر 2007 الموافق لـ 15 ذو القعدة 1428 هـ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 74، المواد 22-27-28 و29، ص 5
- المرسوم التنفيذي رقم 08-156، المؤرخ في 26 ماي 2008 الموافق لـ 20 جمادى الأولى 1429 هـ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 27، 28 ماي 2008، من المادة 2 إلى المادة 37، ص 11-15
- التعليم رقم 02، تتضمن أول تطبيق للنظام المحاسبي المالي 2010، المؤرخة في 29 أكتوبر 2009، صادرة عن المجلس الوطني للمحاسبين، ص 4-5

تأثير الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة في تفوق الأداء في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين

د. أسى نعيم محمد ياغي
وزارة الصحة / فلسطين

ملخص:

تواجه الشركات الفلسطينية بشكل عام تحديات عصبية في ظل وجود الاحتلال وعدم قدرتها على المنافسة الخارجية ووضع قيود مستمرة على قدراتها التنافسية، وتعد الصناعات الغذائية والدوائية من الصناعات الهامة التي يحتاجها الشعب الفلسطيني، ويستخدم الاحتلال تلك الصناعات في الضغط على صمود الشعب الفلسطيني. وبعد الغرض من هذه الورقة البحثية هو تحديد "تأثير الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة" في تحقيق تفوق الأداء في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين. وتعد هذه الدراسة استطلاعية، وصفية، تحليلية، كونها استطلعت ووصفت ثم حللت تأثير الجدارات الإستراتيجية بأبعادها (الرؤية المشتركة، الروح التعاونية، التمكين، الإبداع) في تفوق الأداء (المالي، والتنافسي) بوجود تحسين الجودة كمتغير وسيط بأبعاده (القيادة، التركيز على الموارد البشرية، التركيز على الزبون، معرفة الجودة، تخطيط الجودة، وقضايا التصميم) في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين. وقد تكون مجتمع الدراسة من شركات المنتجات الغذائية الحاصلة على علامة الجودة من مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية والشركات الدوائية الحاصلة على شهادة GPM للجودة، والذي يتكون من إحدى وعشرين شركة، منها ثلاث عشرة شركة لصناعة المواد الغذائية، وأربع شركات للصناعات الدوائية، وشملت وحدة التحليل مديري الشركات العاميين، ونائبي المديرين العاميين، ومديري الدوائر ومديري الاقسام، وقد كانت الاستبانة هي الأداة الرئيسة لجمع البيانات الأساسية للدراسة، فقد تم توزيع (162) استبانة على المبحوثين، وتم استرجاع (120) استبانة، وقد تم تحليل (114) استبانة منها بعد استبعاد 6 استبانات. وتوصلت الورقة البحثية إلى وجود تأثير ذي دلالة معنوية للجدارات الإستراتيجية بأبعادها (الرؤية المشتركة، الروح التعاونية، تمكين العاملين، الإبداع) في تحسين الجودة بجميع أبعادها باستثناء معرفة الجودة حيث لم يكن هناك دلالة معنوية لتأثير الجدارات الإستراتيجية في معرفة الجودة. كما توصلت الورقة البحثية إلى عدم وجود تأثير ذي دلالة معنوية لتحسين الجودة بأبعادها في التفوق المالي، بينما كان هناك دلالة معنوية لتحسين الجودة بأبعادها في التفوق التنافسي. وتوصلت الورقة البحثية إلى وجود تأثير ذي دلالة معنوية للجدارات الإستراتيجية في التفوق المالي والتنافسي بوجود تحسين الجودة كمتغير وسيط ضمن أنموذج الدراسة.

كلمات دالة: الجدارات الإستراتيجية، تحسين الجودة، تفوق الأداء، شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين.

مقدمة:

أفرزت التجارة الحرة عبر العالم مزيداً من البيئة التنافسية في عالم الأعمال الدولية، مما حدا بالشركات إلى السعي الدائم لتحسين جودة منتجاتها حيث تشكل الجودة عنصراً أساساً ومتغيراً إستراتيجياً يؤدي دوراً في صياغة إستراتيجية الأعمال المساهمة في تحسين الجودة (Adam et al, 2001, p43). وقد أشار عدد من رواد الجودة أمثال (Deming, 1988) إلى أهمية ربط تحسين الجودة مع قدرة المنظمة على تحقيق الربح والتفوق بأداء أعمالها، لما لتحسين الجودة من ميزات وكلف مالية، وأكدوا على عدّ الوفورات والكلف المتعلقة بمستوى الجودة محدداً لقدرة منظمات الأعمال على تعظيم أرباحها وتخفيض كلفها، ما يقود إلى تحسين الربحية وتحقيق التفوق بأدائها المالي وفق منظور تحسين الجودة (Adam et al, 2001, p43). وحدد Grove et al (1999) الجدارات الإستراتيجية بأنها أحد الموارد الإستراتيجية غير الملموسة التي تتضمن الإدارة الفطنة، ومعرفة السوق، ومهارة التعامل مع ثقافات متنوعة، والقدرات التكنولوجية، فهي جزء من الموجودات غير الملموسة تكمن في عقول الموارد البشرية لأية منظمة. وعرف Sparrow & Hodgkinson (2006) الجدارة الإستراتيجية على أنها قدرة المنظمات والأفراد العاملين فيها على العمل داخلها في إطار محددات عقلية ومعرفية بطريقة تمكنهم من المحافظة على مستوى استجابة ملائم لمختلف المواقف.

أخذت النظرة الحديثة للتفوق منى جديداً يعتمد على المصادر الموجودة في الشركة التي يصعب تقليدها، وتسمى أصولاً غير ملموسة أو جدارات المنظمة والتي تكون محدداً أساساً لتحقيق التفوق (Alavarrieta & Friedmann, 1994, pp216). وهنا يقع على عاتق الشركات أن توازن وتختار مستوى تفوقها في أية جدارة إستراتيجية بالاعتماد على قدرتها ملء احتياجات المستهلكين. وتناول Frigo (2002, p1) ثلاث جدارات إستراتيجية وهي (عرض مبتكر يهدف إشباع إحتياجات المستهلكين، وعمليات فعالة وكفوة من أجل إيجاد عروض قيمة، واسم تجاري يساعد في استمالة عقل وعاطفة المستهلك)، وربط العديد من الباحثين ما بين الجدارات الإستراتيجية وما بين تحقيق التفوق، وأيضاً، ما بين تحسين الجودة والتفوق، فالأداء المتفوق يعد أعلى من معدل الأداء أو مستوى الأداء المنجز ضمن أعلى 10% في بيئة العمل أو حالة العمل المعطاة. (Leemann, 2005: pp3) استناداً إلى ما تقدم، فإن سعي الشركات الدائم نحو التفوق يحتاج منها أن تحسن باستمرار في منتجاتها وخدماتها لتلائم إحتياجات الزبائن وتوقعاتهم وإن هذا التحسين يحتاج بيئة وثقافة منظمية تتقبل التحسين ويبقى التساؤل المطروح هنا هو: كيف يمكن لمتخذي القرارات القيام بالتحسين المستمر للجودة واستغلال الجدارات الإستراتيجية بطريقة صحيحة تضمن تحقيق تفوق لهذه المنظمات.

2-1 مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

أشارت الأدبيات السابقة إلى ضرورة بحث تأثير الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة على تحقيق تفوق أداء الشركات (Adam et al, 2001; Maiga & Jacobs, 2006; Bradford, 2008; Sunderlund, 2005; Adam & Foster, 2001). وبالتالي فإن الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تأثير الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة على تحقيق تفوق أداء شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين. ويمكن تحقيق الغرض من هذه الدراسة من خلال الإجابة عن التساؤلات البحثية التالية:

- هل تؤثر الجدارات الإستراتيجية على تحسين الجودة في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين؟
- هل يؤثر تحسين الجودة على تفوق أداء شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين؟
- هل تؤثر الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة على تفوق أداء شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء مديري شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين حول كلٍ من الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة وتنفوق الأداء تعزى إلى الخبرة والمؤهل العلمي للمديرين؟

أهمية الدراسة:

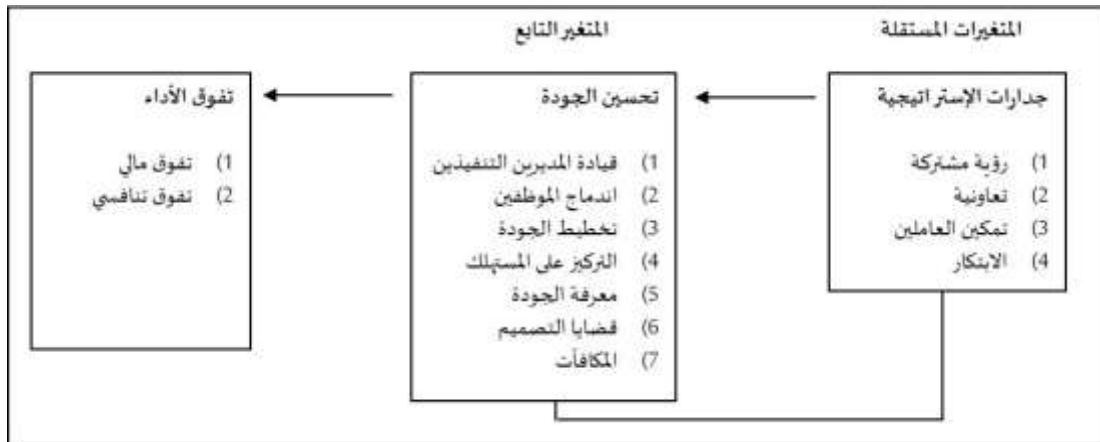
تستمد الدراسة الأهمية النظرية من كونها تتعلق بالاقتصاد الفلسطيني المحاصر وما يعانيه من منافسة من قبل الاقتصاد الإسرائيلي، إضافة إلى أنها تبحث في دراسة تأثير الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة في تحقيق تفوق أدائها، وهي بذلك من الدراسات القليلة التي تتناول المتغيرات الثلاثة معاً (الجدارات الإستراتيجية، وتحسين الجودة، والتفوق بالأداء).

فرضيات الدراسة:

- لا يوجد تأثير دال إحصائياً للجدارات الإستراتيجية في تحسين الجودة في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية عند مستوى دلالة (0.05).
- لا يوجد تأثير دال إحصائياً لتحسين الجودة بأبعاده (قيادة المديرين التنفيذيين، التركيز على الموارد البشرية، التركيز على الزبون، معرفة الجودة، تخطيط الجودة، قضايا التصميم) في تفوق أداء شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية عند مستوى دلالة (0.05).
- لا يوجد تأثير دال إحصائياً للجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة بأبعاده (رؤية مشتركة، تعاونية، تمكين العاملين، الإبداع) في التفوق في أداء شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية عند مستوى دلالة (0.05).
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المديرين في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية حول كلٍ من الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة وتنفوق الأداء تعزى إلى الخبرة والمؤهل العلمي.

أنموذج الدراسة

تأثير الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجوده في تفوق أداء شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين



حدود الدراسة

حدود مكانية للدراسة تشتمل على شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية الموجودة في الضفة الغربية وذلك لصعوبة الوصول إلى قطاع غزة، وتتعلق الحدود الإدارية بمديري شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية ومديري الدوائر ومديري الأقسام فيها.

نوع الدراسة وطبيعتها

يمكن عد الدراسة الحالية دراسة ذات طبيعة ميدانية، ذات منهج استطلاعي، ووصفي، وتحليلي. وتم استخدام الاسلوب النظري من ادبيات سابقة ومراجع ودوريات، المسح الميداني: لمجتمع الدراسة المتمثل بشركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين الضفة الغربية

مجتمع الدراسة:

يتكوّن مجتمع الدراسة من 17 شركة، منها 13 شركة لصناعة المنتجات الغذائية و4 شركات للصناعة الدوائية في فلسطين حيث كانت الشركات الغذائية حاصله على علامة الجودة من مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية، والشركات الدوائية حاصله على شهادة المنتج جيد التصنيع (GMP Good Manufacturing Product)

وحدة التحليل

تكوّنت وحدة التحليل الخاصة بالدراسة من (114) مديراً، كانوا ضمن مدير عام، ونائب مدير عام، ومدير دائرة ومدير قسم.

وصف عينة الدراسة

الخاصية	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
الجنس	ذكر	97	85.1
	أنثى	17	14.9
العمر	أقل من 25	8	7

37.7	43	35-26	
34.2	39	45-36	
21.1	24	46 فأكثر	
14	16	اقل من بكالوريوس	المؤهل العلمي
57.9	66	بكالوريوس	
24.6	28	ماجستير	
3.5	4	دكتوراه	

الخصائص الوظيفية للمديرين في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين (ن=114)

الخاصية	الفئة	التكرار	النسبة المئوية(%)
الموقع الإداري في الشركة	مدير تنفيذي	10	8.8
	نائب مدير تنفيذي	5	4.4
	مدير دائرة	65	57
	مدير قسم	34	29.8
سنوات العمل في الشركة	اقل من 5 سنوات	38	33.3
	6-15 سنوات	52	45.6
	16-25 سنوات	19	16.7

الدراسات السابقة

مجموعة من اهم الدراسات السابقة ملخصة ادناه:

(أ) الدراسات باللغة العربية:

دراسة الخلف (1997) بعنوان ثالث التميز: تحسين الجودة وتخفيض التكاليف وزيادة الإنتاجية هدفت الدراسة إلقاء الضوء على إدارة الجودة الشاملة كونها أحد الطرق الشائعة لتحسين الجودة ودورها في تقليل الكلف وزيادة الإنتاجية في المنظمات السعودية. وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة إيجابية بين تحسين الجودة وتخفيض الكلف والتي تؤدي بدورها إلى زيادة إنتاجية الشركات وبالتالي تحقيق تفوق لهذه الشركات التي تتبنى برامج تحسين الجودة

دراسة الزعبي (2005) "إدارة الجودة الشاملة وتحسين أداء الشركات الصناعية" دراسة تحليلية لقطاع الصناعات الغذائية في مدينة سحاب الصناعية وعين الباشا"، وهدفت الدراسة إلى معرفة مدى تبني شركات الصناعات الغذائية لنظام إدارة الجودة الشاملة، وطبيعة العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة وأداء الشركات المتمثل بكل من الحصة السوقية، وتوسع الاسواق، وحجم المبيعات. توصلت الدراسة إلى تبني جميع الشركات الصناعية الغذائية لنظام إدارة الجودة الشاملة بجميع عناصره.

(ب) الدراسات باللغة الانجليزية:

دراسة Adam & Foster (2000) بعنوان: Multisite Analysis within a Firm Quality Improvement Approach & Performance : هدفت الدراسة قياس العلاقة بين متغيرات الجودة والجودة الفعلية وتأثير ذلك على الأداء المالي، وكذلك التحقق من وجود إختلاف بتأثير تحسين الجودة السريع مقارنة بالبطء، واستخدمت الدراسة متغيرات بيئة الأعمال الخارجية وبيئة المنظمة الداخلية وتأثيرهما في جودة الأداء المرغوب والأداء الفعلي للجودة ومن ثم المقارنة بينهما لإكتشاف إذا ما كان هناك فجوة بين أداء الجودة الفعلي والمرغوب، ولعلاج فجوة الأداء تم تطبيق طرق تحسين الجودة ومن ثم دراسة تأثير تلك الطرق على الأداء المالي. ولقياس تحسين الجودة تم استخدام طريق

ضبط الجودة، وتمكين الأفراد، والتصميم والمواءمة، ومعلومات الجودة الخارجية، والمكافآت، وطريق رسمي للجودة. أظهرت نتائج الدراسة أن تحسين الجودة يتحقق باتباع توجه عمليات وضبط جودة كطريق للتحسين والذي يساعد على التأكيد على تصميم المنتج ومدى الملاءمة مع المواصفات لتحسين الأداء المالي. ودلت نتائج الدراسة على عدم وجود إختلاف بين مشاريع تحسين الجودة السريع والبطيء بغض النظر عن أسلوب تحسين الجودة المستخدم، وأن تحسين الجودة يحسن الأداء المالي ويحسن الجودة الفعلية للشركة.

دراسة Adam et al. (2001) جاءت تحت عنوان: Quality Improvement Practices and the Effect on Manufacturing Firm Performance: Evidence from Mexico and the USA. هدفت الدراسة إلى التعرف على طرق تحسين الجودة وفحص مدى ارتباط الطرق مع الأداء الفعلي لجودة المنتج أو الأداء المالي. كذلك فحص درجة الإختلاف بين الشركات في المكسيك والشركات في الولايات المتحدة بناء على أسلوب تحسين الجودة في كلا الدولتين. وقد استعانت الدراسة بـ 345 شركة تستخدم تحسين الجودة، أما متغيرات الدراسة فقد حددت بـ (7) مقاييس للجودة و(4) مقاييس للأداء المالي ومقياس واحد للأداء التشغيلي، تحددت مقاييس الجودة بكل من القيادة التنفيذية العليا، وإندماج الموظفين، وتخطيط الجودة، والتركيز على المستهلكين، ومعرفة الجودة، وقضايا التصميم والمكافآت. أما عينة الدراسة فقد تضمنت 187 شركة من الولايات المتحدة و158 شركة من المكسيك، وقد استخدم الباحث المقياس المعد من قبل Benson et al. (1991) لدراسة تأثير تطبيقات تحسين الجودة على أداء الشركات تلخصت نتائج الدراسة بإختلاف تأثير طرق تحسين الجودة على جودة المنتج الفعلي وكذلك إختلاف التأثير على الأداء المالي في كلا الدولتين.

دراسة Blayney (2009) بعنوان: Management Competencies : are they Related to Hotel Performance : هدفت الدراسة التعرف على الجدارات المختلفة لدى المديرين العاميين في الفنادق الكندية والبحث عن علاقه ما بين تلك الجدارات وما بين أداء أعمالهم، تم اعتماد 8 جدارات للمستجيبين ليؤشروا إلى مدى وجودها لديهم وقد تضمنت (الرؤية القيادية والقيادة الإستراتيجية، قيادة الأداء، قيادة الأفراد، إدارة التمويل، قدرات تنظيمية وتكنولوجية ومعرفية، العلاقات الخارجية، الابتكارات شاملا" منتجات وخدمات، كذلك تم استخدام مقياس للأداء بحيث يضع كل مستجيب لذاته تقييماً يتراوح ما بين 0% للأداء معدوم النتائج إلى 100% للأداء المتميز.. تضمنت الدراسة الفنادق المعتمدة خلال عام 2004 والتي بلغ عددها 3464 والتي تحتوي على الأقل 30 غرفة، الاستثمارة أرسلت إلى 952 مديراً عاماً استجاب 184 بنسبة استجابة بلغت 19.2%. نتائج الدراسة جاءت مطابقه لنتائج الدراسة المطبقة في نيوزلندا، استخدم تحليل الانحدار لدراسة العلاقة بين الجدارات الثمانية والأداء، ووجد أن محركين اثنين من الثمانية جاءت داله لأداء الفنادق وهي (قيادة الأداء والجدارات التنظيمية) وأوصت الدراسة بعمل دراسات أخرى لتحديد الجدارات التي لها تأثير أعلى على أداء الفنادق وكيف يجهز المديرون أنفسهم ويكتسبون جدارات تساعد في الظروف الاقتصادية المقبلة.

اختبار الفرضية الأولى:

جدول رقم (1) نتائج اختبار تأثير الجدارات الإستراتيجية في تحسين الجودة

البيان	(R) الارتباط	(R square) معامل التحديد	F المحسوبة	F الجدولية	β معامل الانحدار	Sig.* مستوى الدلالة
الجدارات الإستراتيجية على تحسين الجودة في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية	0.622	0.387	70.827	3.92	2.022	0.000

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \geq 0.05$

يوضح الجدول (1) تأثير الجدارات الإستراتيجية في تحسين الجودة في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية، إذا بلغ معامل الارتباط R (0.622) عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. أما بمعامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.387)، أي أن ما قيمته (0.387) من التغيرات في مستوى تحسين الجودة بشركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين ناتج عن التغير في الجدارات الإستراتيجية

اختبار الفرضيه الثانية:

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتحسين الجودة في تفوق أداء شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين.

يوضح الجدول (2) نتائج اختبار تحليل التباين لتأثير تحسين الجودة على التفوق بالأداء. فقد تبين أن هناك تأثيراً ذا دلالة معنوية لتحسين الجودة على التفوق بالأداء عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. فقد بلغت قيمة F المحسوبة (20.454) وهي دالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$.

جدول (2) نتائج اختبار تحليل التباين لتأثير تحسين الجودة في التفوق بالأداء

مستوى الدلالة	قيمة F المحسوبة	درجات الحرية DF	مربع المتوسطات MS	مجموع المربعات SOS	المصدر	
0.000	*20.454	1	3.898	3.898	الانحدار	تأثير تحسين الجودة على التفوق بالأداء
		112	0.191	21.344	البواقي	
		113		25.242	المجموع	

قيمة F الجدولية = 3.92 * معنوي بمستوى دلالة (0.05)

ويوضح الجدول (3) نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لتأثير تحسين الجودة على التفوق بالأداء. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لتحسين الجودة على التفوق بالأداء. إذا بلغ معامل الارتباط R (0.393) عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.154)، أي أن ما قيمته 0.154 من التغيرات في مستوى التفوق بالأداء ناتج عن التغير في مستوى تحسين الجودة. كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.393)، وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في التحسين تؤدي إلى زيادة في التفوق بالأداء بقيمة (0.393).

جدول (3): تحليل الانحدار الخطي البسيط لتأثير تحسين الجودة في التفوق بالأداء

معامل التحديد R^2	قيمة الارتباط R	مستوى الدلالة	قيمة t	β	الخطأ المعياري	B	
0.154	0.393			0.393	0.404	1.130	معامل الثبات
		0.000	4.523		0.101	0.455	تأثير تحسين الجودة على التفوق

ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة (t) المحسوبة لتأثير تحسين الجودة في التفوق بالأداء، والتي بلغت (4.523) وهي دالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. وهذا يؤكد وجود تأثير ذي دلالة معنوية لتحسين الجودة على التفوق بالأداء عند مستوى دلالة 0.05.

يوضح الجدول (4) نتائج اختبار تحليل التباين لتأثير تحسين الجودة في التفوق المالي. فقد تبين عدم وجود تأثير ذي دلالة معنوية لتحسين الجودة على التفوق المالي عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$. فقد بلغت قيمة F المحسوبة (0.536) وهي غير دالة إحصائية عند $(\alpha \leq 0.05)$.

جدول (4) نتائج اختبار تحليل التباين لتأثير تحسين الجودة في التفوق المالي

مستوى الدلالة	قيمة F المحسوبة	درجات الحرية	مربع المتوسطات MS	مجموع المربعات SOS	المصدر	
0.780	*0.536	6	0.203	1.218	الانحدار	تأثير تحسين الجودة على التفوق المالي
		107	0.379	40.523	البواقي	
		113		41.741	المجموع	

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتحسين الجودة في تحقيق التفوق التنافسي في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين.

جدول (5) نتائج اختبار تحليل التباين لتأثير تحسين الجودة في التفوق التنافسي

مستوى الدلالة	قيمة F المحسوبة	درجات الحرية	مربع المتوسطات MS	مجموع المربعات SOS	المصدر	
0.000	*5.474	6	2.029	12.173	الانحدار	تأثير تحسين الجودة على التفوق التنافسي
		107	0.371	39.657	البواقي	
		113		51.830	المجموع	

F الجدولية = 2.17 * معنوي بمستوى دلالة (0.05)

يوضح الجدول (5) نتائج اختبار تحليل التباين بين تحسين الجودة مع التفوق التنافسي، والذي يوضح مدى إسهام تحسين الجودة في تفسير التباين الحاصل في التفوق التنافسي. فقد تبين وجود تأثير ذي دلالة معنوية لتحسين الجودة على التفوق التنافسي عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$). فقد بلغت قيمة F المحسوبة (5.474) وهي دالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$).

اختبار الفرضية الثالثة:

هل تؤثر الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة في تفوق أداء شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين؟

جدول (6) نتائج اختبار تحليل التباين لتأثير الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة في التفوق بالأداء

مستوى الدلالة	قيمة F المحسوبة	درجات الحرية	مربع المتوسطات MS	مجموع المربعات	المصدر	
0.000	*12.427	2	2.309	4.618	الانحدار	تأثير الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة على التفوق بالأداء
		111	0.186	20.624	البواقي	
		113		25.242	المجموع	

فقد تبين أن هناك تأثيراً ذا دلالة معنوية للجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة على التفوق بالأداء عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$). فقد بلغت قيمة F المحسوبة (12.427) وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

يوضح الجدول (7) نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لتأثير الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة في التفوق بالأداء. بهدف استخراج قيمة (t) للحكم على قبول أو رفض الفرضية الأولى عند مستوى دلالة (0.05).

جدول (7): تحليل الانحدار الخطي المتعدد لتأثير الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة في التفوق بالأداء

قيمة t	$S_{\beta_a \beta_b}$	$\beta_a \beta_b$	مربع الخطأ المعياري	β^2	الخطأ المعياري	B	
2.361600	0.062738	0.148161	-	-	0.408	0.959	معامل الثبات Constant
			0.011881	0.142129	0.109	0.377	الجدارات الإستراتيجية
			0.016129	0.154449	0.127	0.393	تحسين الجودة

يوضح جدول (7): نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد بين الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة في التفوق بالأداء. فقد بلغت قيمة β_a لمتغير الجدارات الإستراتيجية (0.377) وقيمة β_b لمتغير تحسين الجودة (0.393). في حين بلغت قيمة S_{β} الخطأ المعياري لمتغير الجدارات الإستراتيجية (0.109) وقيمة S_{β} الخطأ المعياري لمتغير تحسين الجودة (0.127). وبعد التعويض في المعادلة

$$t = \beta_a \beta_b / S_{\beta_a \beta_b}$$

$$S_{\beta_a \beta_b} = \sqrt{\beta_a^2 S_b^2 + \beta_b^2 S_a^2 - S_a^2 S_b^2}$$

فان قيمة t بلغت (2.361).

وحسب ما بينه كلٌّ من Baron and Kenny (1986, p1179) فإنه ترفض الفرضية الصفرية (العدمية) عند مستوى دلالة (0.05) إذا تجاوزت ($t \pm 1.96$). بناءً على ما أن قيمة (t) بلغت (2.3616) ترفض الفرضية الصفرية (العدمية) وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على: وجود تأثير ذي دلالة معنوية للجداريات الإستراتيجية وتحسين الجودة على التفوق بالأداء عند مستوى دلالة (0.05).

الفرضية الرابعة

لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المديرين في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين حول كلٍّ من الجداريات الإستراتيجية وتحسين الجودة وتنفوق الأداء تعزى إلى الخبرة والمؤهل العلمي. يتبين من خلال النتائج الموضحة في الجدول (8) عدم وجود اختلاف دالٍ إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الجداريات الإستراتيجية بأبعادها حسب خاصية الخبرة حيث كانت قيمة (F) المحسوبة غير دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (2.006) ؛ (0.981) ؛ (0.980) ؛ (1.059) ؛ (0.909) على التوالي. وعليه تقبل الفرضية العدمية والتي تنص على: عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المديرين في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين حول الجداريات الإستراتيجية بأبعادها تعزى إلى الخبرة

جدول (8): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الاختلاف بين متوسطات الجداريات الإستراتيجية حسب خاصية الخبرة

الجداريات الإستراتيجية	الخبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المحسوبة F	مستوى الدلالة	نتيجة الفرضية العدمية
الرؤية المشتركة	سنوات أقل من 5	3.76	0.86	2.006	0.117	قبول الفرضية
	6 - 15 سنة	3.98	0.64			
	16 - 25 سنة	3.98	0.59			
	أكثر من 26 سنة	4.52	0.64			
الروح التعاونية	سنوات أقل من 5	3.59	0.75	0.981	0.405	قبول الفرضية
	6 - 15 سنة	3.71	0.54			
	16 - 25 سنة	3.89	0.52			
	أكثر من 26 سنة	3.76	0.89			
تمكين العاملين	سنوات أقل من 5	3.49	0.52	0.980	0.405	قبول الفرضية
	6 - 15 سنة	3.56	0.49			
	16 - 25 سنة	3.68	0.45			
	أكثر من 26 سنة	3.80	0.64			
الإبداع	سنوات أقل من 5	3.67	0.48	1.059	0.370	قبول الفرضية
	6 - 15 سنة	3.62	0.50			
	16 - 25 سنة	3.49	0.71			
	أكثر من 26 سنة	3.96	0.86			
الجداريات الإستراتيجية	سنوات أقل من 5	3.62	0.52	0.909	0.439	قبول الفرضية
	6 - 15 سنة	3.69	0.41			
	16 - 25 سنة	3.71	0.48			
	أكثر من 26 سنة	3.98	0.75			

يتبين من خلال النتائج الموضحة في الجدول (9) عدم وجود اختلاف دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تحسين الجودة بأبعادها باستثناء بعد تخطيط الجودة حيث كانت قيمة (F) المحسوبة غير دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (1.893) ؛ (0.288) ؛ (1.126) ؛ (0.684) ؛ (1.357) ؛ (2.139) على التوالي. وأظهرت النتائج أن بعد تخطيط الجودة ظهر أنه دال إحصائياً حسب خاصية الخبرة، حيث كانت قيمة (F) المحسوبة دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (3.431).

وعليه تقبل الفرضية العدمية والتي تنص على: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المديرين في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين حول تحسين الجودة بأبعادها تعزى إلى الخبرة، باستثناء وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المديرين في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين حول تخطيط الجودة تعزى إلى الخبرة

جدول (9): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الاختلاف بين متوسطات تحسين الجودة حسب خاصية الخبرة

تحسين الجودة	الخبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المحسوبة F	مستوى الدلالة	نتيجة الفرضية العدمية
القيادة	أقل من 5 سنوات	4.02	0.43	1.893	0.135	قبول الفرضية
	6-15 سنة	3.98	0.42			
	16-25 سنة	4.23	0.37			
	أكثر من 26 سنة	4.20	0.72			
التركيز على الموارد البشرية	أقل من 5 سنوات	3.98	0.41	0.288	0.834	قبول الفرضية
	6-15 سنة	3.86	0.87			
	16-25 سنة	3.99	0.47			
	أكثر من 26 سنة	3.95	0.91			
التركيز على الزبون	أقل من 5 سنوات	4.03	0.42	1.126	0.342	قبول الفرضية
	6-15 سنة	4.05	0.49			
	16-25 سنة	4.24	0.44			
	أكثر من 26 سنة	4.23	0.71			
تخطيط الجودة	أقل من 5 سنوات	4.05	0.54	3.431*	0.020	رفض الفرضية
	6-15 سنة	3.86	0.43			
	16-25 سنة	4.26	0.50			
	أكثر من 26 سنة	4.16	0.79			
معرفة الجودة	أقل من 5 سنوات	4.21	1.49	0.684	0.564	قبول الفرضية
	6-15 سنة	4.10	1.28			
	16-25 سنة	4.61	1.68			
	أكثر من 26 سنة	3.92	0.76			
قضايا التصميم	أقل من 5 سنوات	4.13	0.66	1.357	0.260	قبول الفرضية
	6-15 سنة	3.83	0.68			

			1.02	4.04	16 – 25 سنة	
			0.77	4.13	أكثر من 26 سنة	
قبول الفرضية	0.099	2.139	0.40	4.02	أقل من سنوات 5	تحسين الجودة
			0.37	3.91	6- 15 سنة	
			0.37	4.17	16 – 25 سنة	
			0.75	4.10	أكثر من 26 سنة	

يتبين من خلال النتائج الموضحة في الجدول (10) عدم وجود اختلاف دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تفوق الأداء ببعديه حسب خاصية الخبرة حيث كانت قيمة (F) المحسوبة غير دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (1.750) ؛ (0.630) ؛ (1.205) على التوالي. وعليه تقبل الفرضية العدمية والتي تنص على: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المديرين في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين حول تفوق الأداء ببعديه تعزى إلى الخبرة.

جدول (10): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الاختلاف بين متوسطات تفوق الأداء حسب خاصية الخبرة

تفوق الأداء	الخبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المحسوبة F	مستوى الدلالة	نتيجة الفرضية العدمية
التفوق المالي	سنوات 5 أقل من	2.09	0.61	1.750	0.161	قبول الفرضية
	6- 15 سنة	2.24	0.62			
	16 – 25 سنة	2.05	0.51			
	أكثر من 26 سنة	2.65	0.71			
التفوق التنافسي	سنوات 5 أقل من	3.46	0.71	0.630	0.597	قبول الفرضية
	6- 15 سنة	3.59	0.63			
	16 – 25 سنة	3.70	0.61			
	أكثر من 26 سنة	3.64	1.18			
تفوق الأداء	سنوات 5 أقل من	2.85	0.47	1.205	0.311	قبول الفرضية
	6- 15 سنة	2.99	0.47			
	16 – 25 سنة	2.97	0.39			
	أكثر من 26 سنة	3.20	0.78			

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المديرين في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين حول كلٍ من الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة وتفوق الأداء تعزى إلى المؤهل العملي

يتبين من خلال النتائج الموضحة في الجدول (11) عدم وجود اختلاف دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في الجدارات بأبعادها باستثناء بعد الإبداع حيث كانت قيمة (F) المحسوبة غير دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (0.778) ؛ (0.239) ؛ (2.259) ؛ (1.374) على التوالي. وأظهرت النتائج أن بعد الإبداع ظهر أنه دال إحصائياً حسب خاصية المؤهل العلمي، حيث كانت قيمة (F) المحسوبة دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (2.965). وعليه تقبل الفرضية العدمية والتي تنص على: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المديرين في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين حول الجدارات الإستراتيجية بأبعادها تعزى إلى المؤهل العلمي، باستثناء وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المديرين في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين حول الإبداع تعزى إلى المؤهل العلمي

جدول (11): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الاختلاف بين متوسطات الجدارات الإستراتيجية حسب خاصية المؤهل العلمي

الجدارات الإستراتيجية	المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المحسوبة F	مستوى الدلالة Sig.*	نتيجة الفرضية العدمية
الرؤية المشتركة	أقل من البكالوريوس	4.10	0.64	0.778	0.509	قبول الفرضية
	بكالوريوس	3.87	0.78			
	ماجستير	3.92	0.67			
	دكتوراه	4.30	0.48			
الروح التعاونية	أقل من البكالوريوس	3.65	0.67	0.239	0.869	قبول الفرضية
	بكالوريوس	3.72	0.56			
	ماجستير	3.66	0.79			
	دكتوراه	3.90	0.38			
تمكين العاملين	أقل من البكالوريوس	3.43	0.51	2.259	0.086	قبول الفرضية
	بكالوريوس	3.53	0.46			
	ماجستير	3.66	0.56			
	دكتوراه	4.07	0.36			
الإبداع	أقل من البكالوريوس	3.42	0.58	2.965	0.035*	رفض الفرضية
	بكالوريوس	3.69	0.52			
	ماجستير	3.52	0.57			
	دكتوراه	4.19	0.32			
الجدارات الإستراتيجية	أقل من البكالوريوس	3.60	0.50	1.374	0.255	قبول الفرضية
	بكالوريوس	3.69	0.47			
	ماجستير	3.66	0.47			
	دكتوراه	4.13	0.36			

يتبين من خلال النتائج الموضحة في الجدول (12) عدم وجود اختلاف دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تحسين الجودة بأبعادها باستثناء بعدي التركيز على الموارد البشرية وتخطيط الجودة حيث كانت قيمة (F) المحسوبة غير دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (0.641) ؛ (1.876) ؛ (0.442) ؛ (0.336) ؛ (2.187) على التوالي. وأظهرت النتائج أن بعدي التركيز على الموارد البشرية وتخطيط الجودة أظهرهما دالان إحصائياً حسب خاصية المؤهل العلمي، حيث كانت قيمة (F) المحسوبة دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (2.888) ؛ (2.830) على التوالي.

وعليه تقبل الفرضية العدمية والتي تنص على: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المديرين في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين حول تحسين الجودة بأبعادها تعزى إلى المؤهل العلمي، باستثناء وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المديرين في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين حول التركيز على الموارد البشرية وتخطيط الجودة تعزى إلى المؤهل العلمي

جدول (12): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الاختلاف بين متوسطات تحسين الجودة حسب خاصية المؤهل العلمي

تحسين الجودة	المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المحسوبة F	مستوى الدلالة	نتيجة الفرضية العدمية
القيادة	أقل من البكالوريوس	3.96	0.54	0.641	0.590	قبول الفرضية
	بكالوريوس	4.03	0.42			

			0.41	4.11	ماجستير	
			0.25	4.21	دكتوراه	
رفض الفرضية	0.039*	2.888	0.67	3.53	أقل من البكالوريوس	التركيز على الموارد البشرية
			0.75	3.97	بكالوريوس	
			0.45	3.97	ماجستير	
			0.44	4.47	دكتوراه	
قبول الفرضية	0.138	1.876	0.69	4.02	أقل من البكالوريوس	التركيز على الزبون
			0.39	4.02	بكالوريوس	
			0.47	4.23	ماجستير	
			0.38	4.32	دكتوراه	
رفض الفرضية	0.042*	2.830	0.72	3.81	أقل من البكالوريوس	تخطيط الجودة
			0.44	3.98	بكالوريوس	
			0.49	4.11	ماجستير	
			0.41	4.55	دكتوراه	
قبول الفرضية	0.724	0.442	0.70	3.84	أقل من البكالوريوس	معرفة الجودة
			1.48	4.27	بكالوريوس	
			1.60	4.30	ماجستير	
			0.60	4.25	دكتوراه	
قبول الفرضية	0.799	0.336	0.71	4.08	أقل من البكالوريوس	قضايا التصميم
			0.79	3.94	بكالوريوس	
			0.73	3.96	ماجستير	
			0.50	4.25	دكتوراه	
قبول الفرضية	0.094	2.187	0.60	3.84	أقل من البكالوريوس	تحسين الجودة
			0.35	3.98	بكالوريوس	
			0.38	4.08	ماجستير	
			0.31	4.35	دكتوراه	

يتبين من خلال النتائج الموضحة في الجدول (13) عدم وجود اختلاف دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تفوق الأداء ببعديه حسب خاصية المؤهل العلمي حيث كانت قيمة (F) المحسوبة غير دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (0.282) ؛ (2.472) ؛ (1.825) على التوالي. وعليه تقبل الفرضية العدمية والتي تنص على: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المديرين في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين حول تفوق الأداء ببعديه تعزى إلى المؤهل العلمي.

جدول (13): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الاختلاف بين متوسطات تفوق الأداء حسب خاصية المؤهل العلمي

تفوق الأداء	المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig.*	نتيجة الفرضية العدمية
التفوق المالي	أقل من البكالوريوس	2.18	0.54	0.282	0.838	قبول الفرضية
	بكالوريوس	2.19	0.63			
	ماجستير	2.12	0.64			
	دكتوراه	2.41	0.41			

قبول الفرضية	0.066	2.472	0.86	3.37	أقل من البكالوريوس	التفوق التنافسي
			0.66	3.51	بكالوريوس	
			0.58	3.74	ماجستير	
			0.14	4.20	دكتوراه	
قبول الفرضية	0.147	1.825	0.49	2.84	أقل من البكالوريوس	تفوق الأداء
			0.47	2.92	بكالوريوس	
			0.47	3.02	ماجستير	
			0.21	3.40	دكتوراه	

توصلت الدراسة إلى ما يلي:

- وجود تأثير ذي دلالة معنوية للجداريات الإستراتيجية بأبعادها (الرؤية المشتركة الروح التعاونية تمكن العاملين الإبداع) في تحسين الجودة بجميع أبعادها باستثناء معرفة الجودة حيث لم يكن هناك دلالة معنوية لتأثير الجداريات الإستراتيجية على معرفة الجودة.
- عدم وجود تأثير ذي دلالة معنوية لتحسين الجودة بأبعادها في التفوق المالي، بينما كان هناك دلالة معنوية لتحسين الجودة بأبعادها على التفوق التنافسي.
- وجود تأثير ذي دلالة معنوية للجداريات الإستراتيجية في التفوق المالي والتنافسي بوجود تحسين الجودة كمتغير وسيط ضمن أنموذج الدراسة.
- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المديرين حول الجداريات الإستراتيجية تعزى إلى الخبرة، ولا توجد فروق حول تحسين الجودة باستثناء تخطيط الجودة، ولا توجد فروق حول التفوق بالأداء.
- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين آراء المديرين حول الجداريات الإستراتيجية تعزى إلى المؤهل العلمي باستثناء بعد الإبداع، ولا توجد فروق حول تحسين الجودة باستثناء تخطيط الجودة والتركيز على الموارد البشرية، ولا توجد فروق حول التفوق بالأداء.

التوصيات

وفي ضوء ما توصلت إليه الدراسة الحالية من نتائج ومناقشتها، فإن الباحثة تقدم مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تفيد الشركات الفلسطينية منها لتحسين صورة المنتج الفلسطيني وقدرته التنافسية.

توصيات للشركات الفلسطينية

يمكن تقديم التوصيات الآتية لشركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين:

- الدعوة إلى زيادة اهتمام شركات القطاع الغذائي بتمكين العاملين من حيث اعتماد اللامركزية في اتخاذ القرار، وإناطة مسؤولية اتخاذ القرار إلى المديرين في المستويات الإدارية الدنيا، وامتلاك العاملين قدرات ذاتية لإدارة أعمالهم، وتزويد العاملين بالمهارات اللازمة لأداء أعمالهم والسماح لهم بالمشاركة بنشاطات الشركة بصورة متساوية وتوفير فرص لتطوير الكفاءة الذاتية.
- ضرورة زيادة اهتمام الشركات في القطاع الغذائي والقطاع الدوائي بالإبداع من حيث المرونة في تبني التغيير باستمرار، ومن حيث وجود نظام مكافآت بالشركة يشجع الابتكار، وتوفير دعم لمساندة الأفكار الجديدة، وإتاحة الوقت اللازم لتطوير أفكار مبدعة.

- ضرورة الاهتمام بالجدارات الإستراتيجية بمختلف أبعادها لما لها من تأثير على تحسين الجودة في شركات صناعة المنتجات الغذائية والدوائية في فلسطين.
- ضرورة زيادة اهتمام الشركات ببعدي الإبداع والروح التعاونية لأنهما أكثر أبعاد الجدارات الإستراتيجية تأثيراً على تحسين الجودة.
- ضرورة اهتمام الشركات بتحسين الجودة لما له من تأثير في تحقيق التفوق بالأداء فرغم وجود تأثير لتحسين الجودة في التفوق المالي إلا أنه يوجد تأثير لتحسين الجودة على التفوق التنافسي.
- ضرورة الاهتمام بالجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة لما لهما من تأثير في تحقيق التفوق المالي والتفوق التنافسي.
- ضرورة الاهتمام بإيجاد روح التعاون ضمن مناخ العمل كونه أحد الجدارات الإستراتيجية ذات الأهمية والتي تمتلك تأثيراً على تفوق أداء الشركات وذلك بإيجاد مناخ عمل يتسم بالعلاقات المفتوحة والودية بين العاملين والإدارة، إضافة إلى ضرورة تعاون العاملين لتحقيق أهداف الشركة.
- التعرف باستمرار على الجوده التي تميز المنتجات المنافسة حتى وإن كانت الشركات الغذائية والدوائية أظهرت تفوقاً تنافسياً فهو تفوق على مستوى الشركات الفلسطينية وكون العينه لم تحتو على أي شركات إسرائيلية منافسه لعدم قدره على الوصول إليهم، وبالتالي فهي بحاجة إلى مقارنة نفسها بمنافسها الآخرين.
- اهتمام الشركات بزيادة الحصة السوقية وتغيير أسلوب تقديم الخدمات للزبائن لزيادة الحصة السوقية والاستمرار باعتماد آليات لجذب الزبائن والاحتفاظ بهم.

توصيات عامة

- سعت الدراسة إلى التعرف على تأثير الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة على تحقيق التفوق بالأداء، وتوصلت الدراسة إلى نتائج مفيدة، وبناء عليها تقدم الباحثه مجموعه من التوصيات لتكون نواه لأفكار جديده مستقبلية.
- دراسة تأثير جدارات إستراتيجية أخرى لم تتناولها الدراسة، خاصة أن هناك العديد من الجدارات التي تسهم في تحقيق تفوق للشركات مثل جدارات إدارة الذات وجدارات الاتصال وغيرها.
 - تنفيذ الدراسة على قطاعات صناعية أخرى إضافة إلى القطاع الغذائي والدوائي.
 - تطبيق الدراسة على شركات الصناعات المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية ومقارنة نتائجها مع شركات غير مدرجة.
 - لاحظت الباحثه قلة الدراسات العربية حول الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة والتفوق بالأداء، لذا توصي الباحثه بإجراء مزيد من الدراسات حول هذه المواضيع.
 - إجراء الدراسة بأبعاد جديد للتفوق لمعرفة تأثير الجدارات الإستراتيجية وتحسين الجودة على أبعاد أخرى للتفوق منها التفوق بالأداء البيئي والتفوق بالإبداع.

المراجع باللغة العربية

- البلبيسي، بدرية (2000)، إدارة الجودة الشاملة والأداء دراسة تطبيقية على قطاع المصارف التجارية في الأردن، الجامعة الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة.
- خلف، عبد الله (1997)، ثلوث التميز: تحسين الجودة وتخفيض التكلفة وزيادة الانتاجية. مجلة الإدارة العامة، العدد 37، ص141-121.
- الزعبي، هدى منير مبارك (2005). إدارة الجودة الشاملة وتحسين أداء الشركات الصناعية. الجامعة الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة.
- علوان، قاسم نايف، (2005)، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو، عمان، الطبعة الاولى، دار الثقافة.

- Adam, A.E., Flores, B.E. and Macias, A. (2001). Quality Improvement Practices and the Effect on Manufacturing Firm Performance: Evidence from Mexico and the USA. *International Journal of Production Research*, 39, 43-63.
- Adam, E.E. and Foster S.T. (2001). Quality Improvement Approach and Performance Multisite Analysis within a Firm. *Journal of Quality Management*, 5, 143-158.
- Bradford, R.W. (2008). Is your Success Based on a Strategic Competency or a Strategic Assd, pp304-309.
- Deming, 1988, the Juran for quality & participation.
- Leemann, J. E. (2005). Delivering Business Value by Linking Behavioral EHS Competencies to Corporate Core Competencies. *International Journal for Sustainable Business*, 12, 3-11.
- Frigo M. L. (2002). Strategic Competencies of Return Driven Strategy. PP1-4.
- Sparrow, P. R. and Hodgkin, S. G. (2006). What is Strategic Competence & Does it Matter? Exposition of the Concept & a Research Agenda. pp1-32.
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at work: Models for superior performance*. New York.
- Sunderland, (2005). Developing Project Competence. *Empirical Regularities in Competitive Project Operations*, Vol9, pp 451-480.

أثر الصيرفة الإلكترونية في تعزيز جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة الجزائر

الباحثة إيمان عبدوس
جامعة الجزائر 3 / الجزائر

ملخص:

إن إغفال الاعتماد على التكنولوجيا في تقديم الخدمات المصرفية لا يخدم المؤسسات المصرفية ولا يحقق أهدافها، لذا أصبح استخدام الصيرفة الإلكترونية كوسيلة لتحسين جودة هذه الخدمات مطلباً حتمياً من أجل تحسين تنافسية المصارف ورفع ثقة الزبائن في الخدمات المقدمة؛ وهو ما يدفع إلى طرح التساؤل الآتي: إلى أي مدى تساهم الصيرفة الإلكترونية في الرفع من جودة الخدمات المصرفية؟ وللوصول إلى الإجابة على الإشكالية البحثية، تم التعرف على الصناعة المصرفية وتم توضيح أهمية الاعتماد على أدوات وتقنيات الصيرفة الإلكترونية في الارتقاء بجودة الخدمات المصرفية المقدمة، وكذلك تم التعرف على واقع اعتماد هذه التقنيات والأدوات الحديثة في القطاع المصرفي الجزائري، وهذا من خلال اعتماد المنهج الوصفي في عرض المفاهيم والأهمية والخصائص والجوانب النظرية المتعلقة بالموضوع، وكذلك من خلال استخدام المنهج التاريخي في استعراض أهم محطات بعض المتغيرات. وتستمد هذه الورقة البحثية أهميتها من أهمية الأخذ بأساليب الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي للارتقاء بالخدمة إلى المستوى المطلوب؛ وكذلك من أهمية الإصلاحات التي باشرتها الجزائر لتحديث منظومتها المصرفية من خلال إدخال استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصالات في الممارسات المصرفية، وما لذلك من دور في تحقيق التطوير المستمر للقطاع المصرفي الجزائري. وقد هدفت هذه الورقة البحثية إلى تأصيل المفاهيم المرتبطة بالصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية، وإبراز المزايا التي يحققها استخدام الصيرفة الإلكترونية، ومتطلبات نجاحها، بالإضافة إلى محاولة الوقوف على واقع الخدمة المصرفية الإلكترونية في الجزائر. ولعل من أهم الأسباب التي دفعت لاختيار هذا الموضوع هي الأهمية التي يكتسبها موضوع هذه الورقة البحثية، والتي ذكرت سابقاً، بالإضافة إلى الرغبة في معرفة آخر التوجهات الحديثة المرتبطة بالصناعة المصرفية، ومن ذلك معرفة موقع القطاع المصرفي الجزائري من هذه الثورة التكنولوجية الحاصلة في العالم. وخلصت هذه الورقة البحثية إلى أن الصيرفة الإلكترونية أصبحت تساهم في رفع مستوى الخدمة المصرفية (وصولاً إلى ربحية المصارف)، وهذا ما يجعل الجزائر أمام الخيار الأمثل لرفع كفاءة وفعالية جهازها المصرفي من خلال تشجيع المؤسسات المصرفية على تعميق استخدام هذه التكنولوجيا في تقديم خدماتها وتحسين أدائها، وبينت نتائج هذه الورقة البحثية فائدة استخدام التكنولوجيا في توفير خدمات عالية الجودة في الوقت المناسب وبأقل التكاليف. وقد أوصت هذه الورقة بضرورة العمل على تعظيم الاستفادة من التكنولوجيا المصرفية الحديثة من أجل تعزيز أداء وتنافسية المصارف الجزائرية.

كلمات مفتاحية: خدمة مصرفية، صيرفة إلكترونية.

مقدمة

أثرت التغيرات والتطورات التي عرفها الاقتصاد العالمي على مختلف الصناعات ومن بينها الصناعة المصرفية، وهو ما دفع بالمؤسسات الناشطة في هذا القطاع إلى العمل على تطوير مستوى أداء خدماتها من أجل تحقيق التميز عن المنافسين، وذلك عن طريق تقديم خدمات ذات جودة عالية تكون أساس ثقة العملاء؛ وفي ظل الاقتصاد الحالي القائم على تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومن أجل التماشي والتطورات الحاصلة، شهد تقديم الخدمات المصرفية التقليدية تراجعاً لصالح التوجه نحو تقديم الخدمات الحديثة والمركزة على الصيرفة الإلكترونية التي تعد الوجه الجديد للمصارف في عصر المعلومات، لذلك أصبح من الضروري العمل على تحقيق التحكم الجيد في هذه التكنولوجيا من أجل الوصول إلى تقديم خدمات ذات جودة عالية في أسرع وقت وبأقل التكاليف وبالتالي زيادة كفاءة وفعالية العمل المصرفي؛ ونظراً لكون الخدمات المصرفية التي يطرحها النظام المصرفي الجزائري لا تتناسب مع ما هو مقدم على المستوى الدولي، شرعت الجزائر في عصرنة هذا القطاع من خلال إصلاح منظومتها المصرفية وتحديثها بهدف تطوير الخدمات المتاحة والوصول بها إلى درجة الجودة التي تحقق رضا العملاء وتؤمن استمرار المصارف ونموها، وذلك من خلال اعتماد الصيرفة الإلكترونية في المؤسسة المصرفية الجزائرية.

إشكالية الدراسة

إن اغفال الاعتماد على التكنولوجيا في تقديم الخدمات المصرفية لا يخدم المؤسسات المصرفية ولا يحقق أهدافها، لذا أصبح استخدام الصيرفة الإلكترونية كوسيلة لتحسين جودة هذه الخدمات مطلبا حتميا من أجل تحسين تنافسية المصارف ورفع ثقة العملاء في الخدمات المقدمة؛ وانطلاقا مما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي: إلى أي مدى تسهم الصيرفة الإلكترونية في الرفع من جودة الخدمات المصرفية؟

الأسئلة الفرعية

يتفرع عن التساؤل الرئيسي السابق الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بجودة الخدمات المصرفية والصيرفة الإلكترونية؟
- كيف يؤثر ادخال التكنولوجيا الحديثة في العمل المصرفي على عملية تقديم الخدمة في المؤسسة المصرفية؟
- ما هو واقع الخدمة المصرفية الإلكترونية في الجزائر؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

إن الجودة تعتبر من الأساليب التي تمكن المصارف من تطوير وتحسين أدائها في ظل بيئة المنافسة الحالية التي يتم الاعتماد عليها للتحكم في التكنولوجيا كأساس للتميز، وعليه فالدراسة تستمد أهميتها من أهمية الأخذ بأساليب الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي للارتقاء بالخدمة إلى المستوى المطلوب؛ كما تستمد الدراسة أهميتها من أهمية الاصلاحات التي باشرتها الجزائر لتحديث منظومتها المصرفية من خلال ادخال استعمال تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الممارسات المصرفية وماله من دور في تحقيق التطوير المستمر للقطاع المصرفي الجزائري.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

- تأصيل المفاهيم المرتبطة بالصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية؛
- محاولة إبراز المزايا التي يحققها استخدام الصيرفة الإلكترونية ومتطلبات نجاحها؛
- محاولة الوقوف على واقع الخدمة المصرفية الإلكترونية في الجزائر.

مبررات اختيار الموضوع

إن من أهم الأسباب لاختيار الموضوع محل الدراسة هي:

- الرغبة في معرفة آخر التوجهات الحديثة المرتبطة بالصناعة المصرفية؛
- نجاح القطاعات المصرفية في بلدان العالم والمحافظة على بقائها وتميزها في سوق المنافسة أصبح مرتبطا بفعالية وكفاءة تقديمها لخدماتها؛

- تزايد أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية بحكم الضروريات التي يفرضها التطور التكنولوجي والذي لم تكن المؤسسات المصرفية الجزائرية في منأى عنه، وهو ما دفعنا إلى محاولو معرفة موقع القطاع المصرفي الجزائري من هذه الثورة التكنولوجية الحاصلة على مستوى العالم.

المنهج المستخدم

للإجابة على إشكالية الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي بوصفه الأكثر تناسبا لتقرير الحقائق وفهم مكونات الموضوع خاصة ما يتعلق بالمفاهيم والأهمية والخصائص، كما تم استخدام المنهج التاريخي لاستعراض أهم محطات بعض المتغيرات المتعلقة بالموضوع وذلك اعتمادا على المراجع باللغة العربية والفرنسية.

1- الإطار النظري لجودة الخدمات المصرفية

في ظل ارتفاع شدة المنافسة في بيئة الأعمال العالمية، كان لزاما على المؤسسات المصرفية العمل على تحسين خدماتها عن طريق اعتماد أساليب تطوير مختلفة بغية الوصول إلى تقديم خدمات مصرفية تتسم بالجودة لما لذلك من دور هام في تعزيز مكانة هذه المؤسسات في الأسواق المحلية والدولية.

1-1- جودة الخدمات المصرفية

الإطار النظري المرتبط بجودة الخدمات المصرفية يلخص فيما هو ادناه:

1-1-1- ماهية جودة الخدمات المصرفية

تعرف على أنها "مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل المصرف، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمها المنفعية والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجياتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته تشكل مصدرا لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين." (العجامة، 2005، ص32)¹²⁹ من خلال التعريف السابق تعريف الخدمة المصرفية لا يختلف في جوهره عن تعريف الخدمة بشكل عام ويتضمن تعبير الخدمة المصرفية مفهومين أساسيين هما (الصحن، 2008، ص272)¹³⁰:

- مفهوم تسويقي باعتبارها مصدرا لإشباع احتياجات وطلبات العملاء؛
- مفهوم منفعي وهو يضم مجموعة المنافع التي يسعى العميل إلى تحقيقها عند طلبه الخدمة المصرفية؛

1-2- خصائص الخدمات المصرفية

يمكن تلخيص أهم الخصائص التي تتميز بها الخدمات المصرفية في النقاط التالية (أولاد حيمودة، 2014، ص376)¹³¹:

¹²⁹ العجامة تيسير، التسويق المصرفي، الأردن، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2005، ص32.
¹³⁰ الصحن رعد حسن، عولمة جودة الخدمات المصرفية، عمان، الأردن، دار التواصل الغربي للنشر والتوزيع ومؤسسة الورق للنشر والتوزيع، 2008، ص272.

¹³¹ أولاد حيمودة عبد اللطيف وآخرون، النماذج النوعية لقياس جودة الخدمات المصرفية - دراسة ميدانية في القرض الشعبي الجزائري، Les cahiers de MECAS، العدد 10، 2014، ص376 (بتصرف)

- الخدمات المصرفية ليس لها تجسيد مادي حيث لا يمكن للمستهلك النهائي لمسها أو رؤيتها كما أن هذا النوع من الخدمات لا يمكن صناعته مقدما وتخزينه فهو ينتج ويقدم في نفس اللحظة التي يتقدم بها الزبون بطلبه (يحياوي، 2017، ص192)¹³²؛
- عدم إمكانية تملك الخدمات المصرفية فالعميل يقوم باستهلاك الخدمة في مكان وزمان طلبها؛
- الخدمات المصرفية تعتمد على التوزيع المباشر المعتمد على الفروع والوكالات المنتشرة في مناطق سكانية مختلفة بشكل يلي احتياجات العملاء؛
- لا يمكن إنتاج عينات من الخدمة وإرسالها للعميل للحصول على موافقته قبل الشراء، وإنما قد تعتمد هذه الخدمات في بعض الأحيان على الخبرة المكتسبة من تقديم نفس النوع منها. لذلك فقد أصبح التدريب والتكوين المصرفي شرطاً ضرورياً للأداء الصحيح (يحياوي، 2017، ص192)¹³³؛
- تعدد الخدمات المقدمة من طرف المصارف يجعل كل واحدة منها تتمتع بخصوصية معينة، وهو ما يحتم على موظفي المصارف بذل مجهودات للتعرف إلى هذه الخصائص ومحاولة الاستجابة لرغبات العملاء وتحقيقها بالسعر والجودة المطلوبين.

1-3-1- أنواع الخدمات المصرفية

يعتمد نشاط المصارف بشكل كبير على تقديم الخدمات، وهو ما يجعلها متنوعة ومتعددة ويصعب من عملية تصنيفها وسنحاول حصرها من خلال ما يلي (غنيم، 2007، ص ص 51-52)¹³⁴:

- عمليات الوساطة المالية: وهي التي تشمل عمليات الودائع والحسابات الجارية والعمليات المتعلقة بالقروض والتسهيلات المصرفية.
- عمليات النشاط في الأسواق: وهي تقديم المصارف للخدمات في أسواق الصرف مثل عمليات شراء وبيع العملات الأجنبية وعمليات التحويلات الخارجية وأسواق الأسهم والسندات (والتي تشكل عمليات الأوراق المصرفية).
- عمليات تقديم الخدمات المصرفية للعملاء: تضم العمليات العادية التي تقدمها المصارف للعملاء مثل تسير أدوات الدفع والأموال لعمليات الصندوق المتعلقة بتسيير حسابات العملاء. وتعد العمليات المصرفية السابقة الذكر عمليات مصرفية تقليدية تعتمد بشكل كبير على عمليات الإيداع والإقراض. لكن، ونتيجة التطورات التي شهدتها العالم في مجال التكنولوجيا كان لزاماً على المصارف التحرر من قيود العمليات التقليدية وتخطيها لتقديم خدمات غير تقليدية تمكنها من المنافسة حيث يمكن ذكر أبرز هذه العمليات في النقاط التالية (عبد الرحيم، 2011، ص ص 58-62)¹³⁵:
- التنوع في أنشطتها وخدماتها عن طريق المساهمة في إنشاء وإدارة شركات صناعية وتجارية وزراعية وخدمية، وكذا إنشاء العديد من الفروع للمصرف الأم؛
- توفير بطاقات ائتمانية للعملاء تمكنهم من التسديد والسحب من أماكن مختلفة؛
- إدارة الخدمات المرتبطة بالأوراق المالية؛
- تقديم الخدمات المصرفية الدولية والتوسع في استخدام المبتكرات المالية؛
- إدارة خدمات مصرفية VIP وهي الخدمات الموجهة لخدمة العملاء بحيث يتم وضع معايير خاصة لتحديد هذا النوع من العملاء وقد أصبحت الخدمات المصرفية الحديثة تعتمد بشكل كبير على الوسائل الإلكترونية وهو ما سنتطرق له.

¹³² يحياوي فاطمة الزهراء، رأس المال الفكري ودوره في تعزيز جودة الخدمات – دراسة ميدانية في البنوك العمومية بالمدينة، مجلة الاقتصاد والتنمية، العدد 8، 2017، ص 192

¹³³ يحياوي فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص 192

¹³⁴ غنيم أحمد محمد، إدارة البنوك "تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل" مصر، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2007، ص ص 51-52

¹³⁵ عبد الرحيم نادية، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي – دراسة حالة الجزائر، الجزائر، جامعة الجزائر3، 2011، ص ص 58-62 (بتصرف)

1-1-4- مفهوم جودة الخدمات المصرفية

نظرا للتغيرات التي يشهدها سلوك العملاء في ظل التطورات التي تعرفها التكنولوجيا، لاق موضوع جودة الخدمة المصرفية اهتماما ملحوظا في السنوات الأخيرة بحيث أصبح ينظر لمعيار الجودة كأساس لتقييم مدى قدرة الخدمة المصرفية المقدمة على إشباع حاجات ورغبات العميل.

وقد عرفت جودة الخدمة المصرفية على أنها "ملائمة توقعات العملاء من الخدمات المصرفية المقدمة لهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة المتحصل عليها من تلك الخدمة، لذلك الخدمة الجيدة في نظر العميل هي تلك التي تتفق وتتطابق مع توقعاته أو تتجاوزها (بوعنان، 2017، ص369)¹³⁶".

كما يمكن تعريفها على أنها "قدرة المصرف على توفير مستوى أداء للخدمة المصرفية تحقق إشباع تام لاحتياجات العملاء (طه، 2000، ص126)¹³⁷".

إذن ومن خلال ما سبق فجودة الخدمات المصرفية تركز بشكل كبير على تلبية توقعات الزبائن كوسيلة للارتقاء بمستوى جودة الخدمات.

1-1-5- أبعاد جودة الخدمة المصرفية

تعددت أبعاد جودة الخدمة المصرفية نتيجة تعدد التعاريف التي تناولت مفهوم الجودة لدى المصارف، وفي هذه النقطة نجد أن الباحث (Donabedian 1980; 1982; 1985) ميز بين ثلاثة أبعاد تتمثل في (ضويفي، 2015، ص82)¹³⁸:

- الجودة الفنية : والتي تشير إلى قدرة الخدمة على أداء ما ينبغي من أجل أن يحصل العميل على الخدمة المطلوبة في صورتها النهائية.
- الجودة الوظيفية: وهي التفاعل بين مقدم الخدمة والعميل.
- جودة بيئة الخدمة: وهي الجزء الذي يحكم به العميل على المصرف ويعكس انطباعاته في مدى ارتقاء الخدمة إلى المستوى المطلوب.
- في حين أشار الباحثان (Parosuroman and Berry 1988) إلى خمسة أبعاد تتمثل في (عقون، 2014، ص207)¹³⁹:
- الملموسية Tangibility: تمثل المظهر الخارجي للتسهيلات المادية الممنوحة، الآلات والمعدات وكذا المظهر الخارجي لموظفي المصرف وهي تضم مختلف العناصر المادية المشكلة للخدمة المصرفية.
- الاستجابة Responsiveness: تعكس مدى استعداد موظفي المصرف لتقديم الخدمة ومساعدة العملاء وسرعة الرد على استفساراتهم وشكاويهم.
- الاعتمادية Reliability: تعني تقديم الخدمة في الوقت المناسب بالدقة اللازمة ومن دون أخطاء.
- الأمان Assurance: هي درجة الاطمئنان النفسي والمادي التي يشعر بها العميل عند تلقيه للخدمة وهي تعبر عن خلو الخدمات المقدمة له من الأخطاء أو الأخطار وكذا عن مدى محافظة المصرف على سرية المعلومات المتعلقة به.

¹³⁶ بوعنان نور الدين، تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبون وأثرها على رضاه وولاءه، مجلة الباحث الاقتصادي، العدد7، 2017، ص369

¹³⁷ طه طارق، إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية، مصر، دار الكتب، 2000، ص126

¹³⁸ ضويفي سفيقة، دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحديث خدمات الجهاز المصرفي – دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الجزائر، جامعة المدية، 2015، ص82

¹³⁹ عقون شراف، تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن – دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة قسنطينة، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد أ (42)، 2014، ص207

- التعاطف Empathy : هي إبداء روح الصداقة والحرص على إشعار العملاء بأهميتهم وأهمية تلبية احتياجاتهم من طرف المصرف

1-2- نماذج قياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية

بغية الارتقاء بجودة الخدمات المصرفية وتحسينها تم وضع مجموعة من النماذج والتي تستعمل لقياس مستوى جودة الخدمات وتسمح بتقييمها ومن أهم هذه النماذج نجد (بوعنان، 2017، ص 371)¹⁴⁰:

II-2-1- نموذج الفجوة (Servqual)

هو اختصار لعبارة (service quality) جودة الخدمة، ظهر هذا النموذج خلال الثمانينات من القرن الماضي، ويقوم على أساس قياس الفجوة بين توقعات العملاء وإدراكاتهم الفعلية (الأداء الفعلي) وهو ما يحدد مستوى جودة الخدمة.

بمفهوم آخر جودة الخدمة هي الارتقاء إلى مستوى توقعات العملاء بشكل مستمر، وعليه فإن جودة الخدمة المصرفية تقاس على النحو التالي:

- إذا كانت الجودة المتوقعة أكبر من الخدمة المدركة (الأداء الفعلي) فإن جودة الخدمة تكون أقل إرضاء؛
- إذا كانت الجودة المتوقعة مساوية لجودة الخدمة المدركة فإنها تكون مرضية؛
- إذا كانت الجودة المتوقعة أقل من الخدمة المدركة فإن الخدمة تكون مرضية أكثر.
- وتنشأ مشكلة قياس جودة الخدمات نتيجة الفجوة بين توقعات العملاء وبين مدى إدراك المؤسسات المصرفية لهذه التوقعات وتتكون هذه الفجوة في الأساس من خمسة فجوات ثانوية هي:
- الفجوة 1: هي فجوة بين توقعات العملاء وإدراكات الإدارة؛
- الفجوة 2: هي فجوة بين مدى إدراك المؤسسة المصرفية لتوقعات العملاء ومواصفات جودة الخدمة؛
- الفجوة 3: الفجوة بين مستوى مواصفات جودة الخدمة المحددة ومستوى جودة الخدمة المؤداة؛
- الفجوة 4: الفجوة بين تسليم الخدمة والاتصالات الخارجية للعملاء أو ما يسمى بفجوة الوعود¹⁴¹ (Lovelock, 2004, p34).
- الفجوة 5: هي الفجوة الناتجة عن أحد أو مجموعة من الفجوات السابقة وتنشأ نتيجة الاختلاف بين توقعات العملاء والأداء الفعلي للخدمة.

II-2-2- نموذج الاتجاه (Servperf)

إن الرغبة في الوصول إلى نموذج يقيس جودة الخدمة بدرجة عالية من الثقة والمصداقية كانت وراء توصل كل من Cronin and Taylor سنة 1992 إلى تطوير النموذج السابق خاصة بعد المشاكل التي واجهت تطبيقه وهو اختصار لعبارة أداء الخدمة (Service Performance) حيث يقوم هذا النموذج على فكرة أن جودة الخدمة المصرفية تتم من طرف العميل بناء على أداء مقدمها (أولاد حيمودة، 2014، ص 382)¹⁴².

¹⁴⁰ بوعنان نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص 371

¹⁴¹ LOVELOCK Christopher, WIRITZ jochen, Marketing des services, France, pearsan, 5ème edition, 2004, p434

¹⁴² أولاد حيمودة عبد اللطيف وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 382

ويعتمد هذا النموذج على آلية تتطلب من العميل أن يقيم أداء مقدم الخدمة فقط وهو ما يلغي الحاجة لقياس التوقعات على اعتبار أن التوقعات قد تتغير بعد تلقي الخدمة. وعليه فإن النموذج يعد بمثابة مقياس مباشر لاتجاهات الزبائن تجاه الخدمة. إضافة إلى النماذج السابقة هناك بعض الطرق المستعملة لقياس جودة الخدمات المصرفية أهمها (بوعنان، 2017، ص 371)¹⁴³:

- مقياس عدد الشكاوى: تعد الشكاوى التي يتقدم بها العميل مقياسا هاما للتعبير عن مستوى الخدمات فهي تمكن المصرف من تمييز الخدمات دون المستوى أو تلك التي لا تتناسب وما يرغبون في الحصول عليه.
- مقياس الرضا: هو أكثر المقاييس استخداما حيث يستخدم هذا المقياس بعد تقديم الخدمة للعميل عن طريق توجيه مجموعة أسئلة تكشف عن طبيعة شعور العميل نحو الخدمة المقدمة وهو ما يمكن المصرف من تبني استراتيجية للجودة وتحسين نقاط الضعف وتجنبها مستقبلا.
- مقياس القيمة: إن العلاقة بين المنفعة والسعر هي التي تحدد القيمة، فكلما زادت مستويات المنفعة الخاصة بالخدمة المدركة كلما زادت قيمة هذه الخدمة المقدمة للعميل وهو ما يزيد من إقبال العملاء على طلب هذه الخدمات.
- مقياس العميل الخفي: تعتمد هذه الطريقة على التخفي من أجل مراقبة العمليات الخاصة بالخدمات ومعرفة الحالات الحقيقية لدرجة استقبال العملاء، وعادة ما يلعب العميل الخفي دور العميل الحقيقي لكن يكون أحد عمال المصرف أو خبير تتم الاستعانة به في المصرف للملاحظة وتقييم التعاملات الحقيقية والسلوكيات (أولاد حيمودة، 2014، ص 382)¹⁴⁴.

3- الخدمات المصرفية وتكنولوجيا الاعلام والاتصال

تعاظم دور التكنولوجيا المصرفية في عصر العولمة بوصفها من أهم الموارد القادرة على خلق ميزة تنافسية، لذلك أولت المصارف اهتماما كبيرا بتقنيات المعلومات والاتصالات بغية تطوير الأساليب القديمة المستعملة وابتكار أخرى حديثة ومن ثم تقديم خدمات مصرفية تنسم بالسرعة والكفاءة في الأداء، ومنه الوصول إلى تحقيق جودة الخدمات المصرفية.

3-1- دوافع استخدام التكنولوجيا في المجال المصرفي

اتجهت العديد من المصارف إلى تعظيم استثماراتها في مجال التكنولوجيا ويرجع ذلك إلى عدة أسباب من أهمها (بركان، 2014، ص 62)¹⁴⁵:

- المنافسة الشديدة بين المصارف خاصة على المستوى الدولي نتيجة اتساع الرقعة الجغرافية للتبادلات، حيث أصبحت كل المصارف تبحث عن حلول لتطوير أعمالها؛
- زيادة حاجة العملاء للخدمات الفورية على مدار اليوم؛
- اكتظاظ وكالات المصارف نتيجة تزايد عدد العملاء واختلاف طلباتهم؛
- رغبة المصارف في الرفع من حصصهم السوقية من خلال الحفاظ على العملاء الحاليين والسعي لكسب عملاء جدد؛
- انخفاض تكاليف تقديم الخدمات الإلكترونية مقارنة بتكاليف الخدمات المقدمة من طرف المصارف التقليدية.

3-2- آثار التكنولوجيا على الخدمات المصرفية

- تحقيق ميزة تنافسية للمصرف في السوق من خلال توفير الخدمات المرتبطة بالتقنيات الحديثة، مما يجعل الخدمات أكثر جاذبية للعملاء؛

¹⁴³ بوعنان نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص 371

¹⁴⁴ أولاد حيمودة عبد اللطيف وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 382

¹⁴⁵ بركان أمينة، الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي - حالة الجزائر، الجزائر، جامعة الجزائر 3، 2014، ص 62

- تحرير المعاملات المصرفية من الروتين وهو ما يؤدي إلى تخفيض الضغط على الموظفين ويساعدهم على الاهتمام بجودة الخدمة؛
- تقليل التكاليف وزيادة الربحية؛
- دعم تسويق الخدمات المصرفية الجديدة والمستحدثة؛
- تمكين التكنولوجيا المصرف من تنوع خدماته وتوسيع قطاعات العملاء التي يتعامل معها؛
- تحديث وعصرنة نظم الإدارة (بريش، 2006، ص 140)¹⁴⁶.
- كما تسمح التكنولوجيا بـ (البنك الأهلي المصري، 2001، ص 139)¹⁴⁷؛
- تزايد حجم المعاملات المصرفية عبر الحدود وبين عملاء المصارف وشركات التجارة بواسطة الخدمات المصرفية الإلكترونية؛
- تحرير العملاء من ضرورة التنقل؛
- تطبيق التكنولوجيا الحديثة أدت إلى ظهور خدمات مصرفية جديدة معتمدة على الأجهزة الإلكترونية كخدمة الصراف الآلي وظهور ما يسمى بالمصارف الإلكترونية.

II- الصيرفة الإلكترونية : مخاطر وتحديات

تماشيا وتسارع وتيرة التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم اتجهت المؤسسات المصرفية إلى استغلال التكنولوجيا المتاحة لتطوير خدماتها وتخفيض تكاليفها وبالتالي دعم مراكزها التنافسية، وذلك من خلال إنشاء مصارف ووضع أنظمة إلكترونية تتلاءم ومتطلبات الاقتصاد الرقمي، وفي هذا السياق سنحاول عرض أهم المفاهيم المرتبطة بالمصارف الإلكترونية والصيرفة الإلكترونية من خلال إبراز دورها في الرفع من جودة الخدمات المقدمة.

II-1- مفاهيم الصيرفة الإلكترونية

تلخيص لأهم مفاهيم الصيرفة الإلكترونية فيما هو ادناه:

II-1-1- تطور الصيرفة الإلكترونية

ترجع نشأة المصارف الإلكترونية إلى بداية الثمانينيات، حيث ارتبط ظهورها بظهور النقد الإلكتروني، أما استخدام البطاقات فقد كان مع بداية القرن الماضي، حيث تم اصدار أول بطاقة سنة 1958 من طرف American Express، لتقوم بعدها ثمان مصارف بإصدار بطاقة Bank Americard عام 1968، والتي تحولت فيما بعد إلى شبكة Visa العالمية؛ كما قامت فرنسا في نفس السنة بإصدار بطاقة Carte Bleu والتي كانت نتاج تعاون ستة مصارف فرنسية (العياطي، 2017، ص 2)¹⁴⁸؛ ويعود ظهور أول مصرف إلكتروني إلى منتصف التسعينيات في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث نميز بين نوعين من المصارف اللذان يستخدمان الصيرفة الإلكترونية (طاطي، 2017، ص 67)¹⁴⁹:

- المصارف الافتراضية (مصارف الإنترنت) والتي تحقق أرباحا تصل إلى ستة أضعاف المصرف العادي؛
- المصارف الأرضية وهي التي تقدم الخدمات المصرفية التقليدية بالإضافة على الصيرفة الإلكترونية.

¹⁴⁶ بريش عبد القادر، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، الجزائر، جامعة الجزائر، 2006، ص 140

¹⁴⁷ البنك الأهلي المصري، النشرة الاقتصادية، المجلد 54(2)، 2001، ص 139

¹⁴⁸ العياطي جهيدة، بن عزة محمد، تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، المجلد 2(3)، 2017، ص 2

¹⁴⁹ طاطي مريم، إدارة السياسة النقدية في ظل الصيرفة الإلكترونية – دراسة حالة بنك الجزائر، مجلة دراسات، العدد 29، 2017، ص 67

II-1-2- تعريف الصيرفة الإلكترونية

هناك العديد من التعاريف التي تناولت مصطلح الصيرفة الإلكترونية، منها:

- "العمل المصرفي الإلكتروني يضم كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الإلكترونية أو الضوئية مثل الهاتف، الحاسب، الصراف الآلي والإنترنت وغيرها وذلك من قبل المصارف أو المؤسسات، العمليات التي يجريها مصدر البطاقات الإلكترونية، وتضم أيضا المؤسسات التي تتعامل بالتحويلات النقدية الإلكترونية (الشمري، 2008، ص 56)¹⁵⁰؛
- كما تم تعريف الصيرفة الإلكترونية على أنها "استخدام الحواسيب الشخصية والاشتراك في الإنترنت للتعامل والتبادل الفوري للمعلومات التي تربط في شكل شبكة تضم المؤسسات المالية والأسواق المالية والشركات والمستثمرين المتعاملين، ويؤخذ ذلك شكل برنامج ابتكاري للتواصل بين المشتركين عن طريق البريد الإلكتروني (النجار، 2007، ص 478)¹⁵¹
- "الصيرفة الإلكترونية هي اجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي باستخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب أو الدفع أو بالانتماء أو التحويل أو التعامل بالأوراق المالية وغير ذلك من الخدمات التي تضمنها المصارف (طايطي، 2017، ص 67)¹⁵²"

ومنه يمكن القول أن الصيرفة الإلكترونية هي تقديم المصرف لخدماته عن طريق وسائل إلكترونية بمساعدة نظم وبرامج، بحيث يتمكن العميل من الاستفادة من هذه الخدمات عن بعد.

II-1-3- خدمات الصيرفة الإلكترونية

يمكن ايجاز أهم الخدمات المصرفية الإلكترونية فيما يلي (بركان، 2014، ص 62)¹⁵³:

- خدمة أجهزة الصراف الآلي: وهي تتيح للعملاء من حملة البطاقات التعامل عن طريق حساباتهم المصرفية في أي وقت على مدار الساعة وفي أي مكان وينطوي تحت هذا النوع من الخدمات السحب والإيداع وتسديد بعض المصاريف.
- خدمة الإيداع المباشر: وهي خدمة تعتمد على نظام يسمح بإضافة المبالغ التي تصل إلى العميل بصورة دورية إلى حسابه لدى المصرف الذي يتعامل معه مباشرة وبشكل آلي كأن تضاف مبالغ المرتبات، الأجور، المعاشات وأرباح الأسهم وما شابه ذلك من مدفوعات دورية.
- خدمة السحب المباشر: تعتمد هذه الخدمة على اصدار تعليمات من العميل تنص على تفويض المصرف الذي يتعامل معه لإجراء بعض المسحوبات بشكل دوري.
- خدمة الاستعلام المصرفي: هي خدمة تتيح للعميل الاطلاع على المعلومات الخاصة بحساباته وعملياته، وهي خدمات خاصة وسرية لا تكون في متناول الآخرين.
- الاعتماد المصرفي الإلكتروني: يقوم المستورد بإرسال طلب اصدار اعتماد مستندي بواسطة الحاسب الإلكتروني، وفي حالة قبول المصرف لهذا الطلب فإنه يقوم بإرسال رسالة القبول إلكترونيا وهو ما يسمح بأن تتم كافة العمليات الأخرى المرتبطة بهذا

¹⁵⁰ الشمري ناظم محمد، العبد اللات عبد الفتاح، الصيرفة الإلكترونية: الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، الأردن، دار وائل للنشر،

الطبعة الأولى، 2008، ص 56

¹⁵¹ النجار فريد، الاقتصاد الرقمي: الإنترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبنوك الإلكترونية، مصر، الدار الجامعية، 2007، ص 478

¹⁵² طايطي مريم، مرجع سبق ذكره، ص 67

¹⁵³ بركان أمينة، مرجع سبق ذكره، ص ص 102-103

الاعتماد الإلكتروني كإرسال الفواتير والدفع والتحويل إلى حساب المستفيد. كما يمكن أن تتضمن الخدمات المصرفية (حماد، 2016، 588)¹⁵⁴:

- الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول: هي تلك الخدمات المصرفية التي تتاح من خلال الهاتف المحمول المعتمد للخدمة من خلال استخدام العميل رقم سري يتيح له الدخول إلى حسابه والحصول على العديد من الخدمات.
- المصرف على الخط On Line: تمكن من معرفة حالة الحساب المصرفي، تقديم خيارات لدفع فواتير الخدمات الاستهلاكية وإمكانية تقديم بلاغ بحدوث مشكلة ما وطلب بطاقة مصرفية جديدة عبر موقع المصرف الإلكتروني.
- خدمة الدفع الإلكتروني Electronic Payment Service: هي عبارة عن خدمة تمكن الأفراد والشركات والهيئات العامة والخاصة أو أي عميل للمصرف من تسديد مستحققاتهم إلكترونياً للجهات المشتركة في خدمة الدفع الإلكتروني.

II-2- وسائل الصيرفة الإلكترونية

تعتمد الصيرفة الإلكترونية على مجموعة أدوات أو وسائل تسمح بالقيام بالعمليات المصرفية بشكل إلكتروني، لذلك فقد قامت أغلب المصارف بتحويل وسائل دفعها إلى وسائل دفع إلكترونية متعددة الأشكال والأنواع (عبابسة، 2016، ص 348)¹⁵⁵.

II-2-1- البطاقات المصرفية

هي عبارة عن بطاقات بلاستيكية ومغناطيسية يصدرها المصرف لصالح عملائه حيث تحل محل النقود (عبابسة، 2016، ص 347)¹⁵⁶، يتم استخدامها غالباً لأغراض الدفع والسحب وتعتبر هذه البطاقات وسيلة لتخزين النقد أي أنها بمثابة حافظات نقد إلكترونية. وتنقسم البطاقات المصرفية إلى بطاقات ائتمان Credit Card، بطاقات الخصم الشهري Charge Card، بطاقات الدفع Debit Card، والبطاقات الذكية Smart Card (بوزرورة، 2016، ص 296)¹⁵⁷.

II-2-2- الشيكات الإلكترونية

يعتبر الشيك الإلكتروني مكافئاً للشيك التقليدي، وهو رسالة إلكترونية مؤمنة وموثقة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك ليعتمده ويرسله إلى المصرف إلكترونياً ليتم تحويل المبلغ لفائدته ثم يعيده للمستفيد كتأكيد على عملية التحويل، ويحتوي الشيك الإلكتروني بصفة عامة على المعلومات التالية: رقم الشيك، اسم الدافع، رقم حسابه، اسم المصرف، اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، التوقيع الإلكتروني للدافع، تاريخ الصلاحية، التوقيع الإلكتروني للمستفيد (سيد حسين، 2001، ص ص 27-28)¹⁵⁸.

II-3- التحويل الإلكتروني المالي

يقصد بنظام التحويلات المالية الإلكترونية مجموعة القواعد والإجراءات المعتمدة في تحويل الأموال من حساب مصرفي إلى حساب مصرفي آخر، وتتم عملية التحويل إلكترونياً عبر الهاتف أو عن طريق أجهزة الاعلام الآلي عوض استخدام الأوراق.

¹⁵⁴ حماد أسعد أبو رمان، أثر جودة الخدمات الإلكترونية في تعزيز ولاء العملاء – دراسة عينة من عملاء البنوك التجارية الأردنية، مجلة دراسات للعلوم الإدارية، المجلد 43(1)، 2016، ص 588

¹⁵⁵ عبابسة سمية، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري – الواقع والمعوقات والآفاق المستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 6، 2016، ص 347

¹⁵⁶ عبابسة سمية، مرجع سبق ذكره، ص 347

¹⁵⁷ بوزرورة ليندة، زبيري راجح، آفاق الصيرفة الإلكترونية في المؤسسة المصرفية الجزائرية، مجلة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، العدد 16، 2016، ص 296

¹⁵⁸ سيد حسن فاروق، التجارة الإلكترونية وتأمينها، مصر، هلا للنشر والتوزيع، 2001، ص ص 27-28

II-2-4- النقود الإلكترونية

عرفت النقود الإلكترونية من طرف المفوضية الأوروبية على أنها قيمة نقدية مخزنة بطريقة إلكترونية على وسيلة إلكترونية كبطاقة أو كمبيوتر، ومقبولة كوسيلة دفع بواسطة أفراد أو مشروعات غير المؤسسة التي أصدرتها، ويتم وضعها في متناول المستخدمين لاستعمالها كبديل عن العملات النقدية والورقية وذلك بهدف أحداث تحويلات ذات قيمة محددة (طايطي، 2017، ص 72)¹⁵⁹. وتعرف على أنها مجموعة من البروتوكولات والتواقيع الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل محل تبادلات العملة التقليدية، فهو عبارة عن قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية مخزنة بشكل إلكتروني أو على أداة إلكترونية يحوزها العميل؛ وتتميز هذه النقود بانخفاض تكلفة تداولها كما أنها لا تخضع للحدود حيث يمكن تداولها من أي مكان في العالم.

II-3- مزاي، مخاطر ومتطلبات نجاح الصيرفة الإلكترونية

رافق ادخال التكنولوجيا على تنفيذ العمليات، وتقديم الخدمات المصرفية مخاطر ناتجة عن تعامل المصارف بأنظمة إلكترونية، وهي المخاطر التي قد تزداد أو تقل وفقا للإمكانيات التي يوفرها المصرف والتي تسمح له من مواجهتها ومنه الاستفادة من المزايا التي تحققها الصيرفة الإلكترونية.

II-3-1- مخاطر ناتجة عن استخدام الصيرفة الإلكترونية

يؤدي استخدام الصيرفة الإلكترونية للتعرض إلى مجموعة من المخاطر من بينها (خوبيزي، 2015، ص ص 52-53)¹⁶⁰:

- مخاطر خرق أنظمة الأمن والحماية: إن عمليات الدفع الإلكترونية يمكن اختراقها من قبل قراصنة شبكة المعلومات أو من طرف العاملين بالمصرف بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها، لذلك تعمل المصارف على وضع حلول للسيطرة عليها من خلال استعمال كلمات السر، الرقم الشخصي، بالإضافة إلى تأمين البرامج المسيرة للعمليات المصرفية.
- مخاطر تشغيلية: وهي أخطار ناتجة عن وجود خلل في تشغيل الأنظمة الإلكترونية المعتمدة في المصرف، حيث تتمثل في:

- عدم ملائمة تصميم النظم أو أعمال الصيانة: هي المخاطر التي تنشأ بسبب عدم كفاية النظم أو بطء حل المشاكل الناتجة عنها، خاصة في حالة اعتماد المصرف على جهات خارجية لتقديم الدعم الفني فيما يخص البيئة التكنولوجية.
- إساءة الاستخدام من قبل العملاء: ويحدث ذلك بسبب عدم المام العملاء بإجراءات التأمين والوقاية الواجب القيام بها أو السماح لعناصر غير مرخصة بدخول الشبكة أو استخدام معلومات العملاء الشخصية للقيام بعمليات غير قانونية كغسيل الأموال.
- المخاطر القانونية والتشريعية: تنطوي المعاملات المصرفية الإلكترونية على مخاطر قانونية ناتجة عن عدم وضوح الحقوق والالتزامات القانونية للخدمات المقدمة، خاصة عند الأخذ بعين الاعتبار أن وسائل أداء تلك العمليات لازالت قيد التطوير، كما أنه قد يصعب عدم وضوح اللوائح والقوانين في بلدان معينة من فتح المصارف لفروعها وتقديم الخدمات الإلكترونية نتيجة صعوبة الحصول على التراخيص.
- مخاطر مرتبطة بالتنظيم والاشراف: وهي من المخاطر التنظيمية الناجمة عن اتخاذ القرارات والخطط التي لا تفي بالغرض، كإحداث تغيير في نشاطات المصرف مع عدم متابعته بتغيير على مستوى الهيكل التنظيمي (طلحة، 2009، ص 16)¹⁶¹، بمعنى عدم إعادة هندسة الهياكل والعمليات والإجراءات والأقسام.

¹⁵⁹ طايطي مريم، مرجع سبق ذكره، ص 72

¹⁶⁰ خوبيزي مريم، واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجهاز المصرفي الجزائري وكيفية ادارة المخاطر الناتجة عنها وفقا لنموذج لجنة بازل، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والادارية، العدد 4، 2015، ص ص 52-53 (بتصرف)

¹⁶¹ طلحة محمد، الصيرفة الإلكترونية وأثرها على الأداء التسويقي للبنوك – دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الجزائر، جامعة المدية، 2009، ص 16

- مخاطر مرتبطة بسمعة المصرف: ينشأ هذا النوع من المخاطر في حالة فشل المصرف في إرساء شبكة تنظيمية آمنة، مما يولد لدى العميل قناعة أن هذا المصرف لا يستطيع توفير الحد الأدنى من الأمان المطلوب لتأمين عملياته الإلكترونية، وهو ما يؤدي إلى فشل نظام الصيرفة الإلكترونية في تحقيق أهدافه.
- مخاطر مرتبطة باتساع الفجوة بين المصرف والعميل: في حالة الخدمات المصرفية الإلكترونية فإنه يصعب مراقبة صحة المعلومات المقدمة، وهو ما ينجم عنه عمليات اقراض بدون ضمانات كافية، ما قد يعرض المصارف لعمليات النصب والاحتيال (طلحة، 2009، ص 17)¹⁶²؛

هذا إضافة إلى وجود مخاطر أخرى مثل مخاطر صعوبة مراقبة حجم السيولة الناتجة عن المعاملات الإلكترونية ومخاطر مرتبطة بالرقابة على هذه العمليات.

II-2-3- متطلبات نجاح الصيرفة الإلكترونية

يرتبط نجاح المصرف في وضع أسس متينة للعمل الإلكتروني بتوفير مجموعة من الشروط الضرورية لحسن سير وتنظيم رقابة العمليات المصرفية الإلكترونية ومن بينها (طلحة، 2009، ص 18-19)¹⁶³:

- تبني الاستراتيجيات اللازمة لتحقيق مزيج متكامل ومتناسب بين كل من تقديم الخدمات المصرفية التقليدية والإلكترونية الحديثة؛
- مواجهة تحديات التطورات التكنولوجية عن طريق إنشاء فروع في مختلف الدول واعتماد نظم تبادل إلكترونية، وهو ما يسمح بمتابعة التطورات الحاصلة والرفع من التنافسية وبالتالي جودة الخدمات؛
- تكوين فرق تتحكم بصورة فعالة في الأساليب الحديثة من أجل إدارة المخاطر الناتجة عن إدارة العمليات بصفة إلكترونية؛
- وضع برمجيات وأنظمة متطورة تضمن عمل وأمن نظام الصيرفة الإلكترونية؛
- الاستعانة بالخبرات الدولية عند اتخاذ القرارات الاستراتيجية المتعلقة بالأنشطة الإلكترونية للمصرف؛
- ضمان توفير التمويل اللازم لتغطية نفقات البحث والتطوير المتعلقة بوضع أنظمة الصيرفة الإلكترونية؛
- تبسيط المفاهيم الحديثة المرتبطة بالخدمات الإلكترونية المصرفية المقدمة من أجل رفع قدرة استيعابها من طرف العملاء خاصة ذوي المستوى التعليمي المنخفض.

III - واقع الخدمة المصرفية الإلكترونية في الجزائر

عملت الجزائر على اصلاح منظومتها المالية والمصرفية لتتماشى والتحولت التي عرفها اقتصادها من خلال اصدار مجموعة من القوانين والتشريعات المنظمة لعمل المصارف الإلكترونية، وذلك من أجل تطوير الخدمات والارتقاء بها إلى المستوى العالمي، خاصة إذا تم الأخذ بعين الاعتبار أن الصيرفة التقليدية أصبحت غير فعالة في عصر يتطلب السرعة والدقة في معالجة المعاملات؛ لذلك سنحاول من خلال ما سيتقدم التطرق إلى واقع الإجراءات التي وضعتها الجزائر لتطوير نظامها المصرفي وإدخال استعمال التكنولوجيا وكذا أهم الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها المصارف في الجزائر، مع التطرق إلى أهم المعوقات التي تحد من إمكانية انتشار تقديم مثل هذه الخدمات.

III-1- إصلاحات الجهاز المصرفي الجزائري

بعد الاستقلال ورثت الجزائر نظاماً مصرفياً فرنسياً منظمًا بما يتوافق ومتطلبات اقتصاد السوق السائد في الفترة الاستعمارية، وهو ما جعلها تتخذ مجموعة من الإجراءات والإصلاحات عبر فترات وفق ما يلي:

¹⁶² طلحة محمد، مرجع سبق ذكره، ص 17

¹⁶³ طلحة محمد، مرجع سبق ذكره، ص 18-19 (بتصرف)

III-1-1- الفترة الأولى: النظام المصرفي الجزائري قبل إصلاحات 1986 (فترة ما بين 1962-1966)

تم فرض العديد من الإجراءات السيادية بغرض استرجاع السيطرة على القطاع المصرفي ومن أهم هذه الإجراءات (جليد، 2010، ص182)¹⁶⁴:

- فصل الخزينة العمومية الجزائرية عن الفرنسية في 29 أوت 1962؛
- إنشاء المصرف المركزي الجزائري في 13 ديسمبر 1962 ومنحه جميع الامتيازات هيئة اصدار العملة؛
- تأسيس الصندوق الجزائري للتنمية في 07 ماي 1963 والذي أوكلت له مهمة جمع وتعبئة الموارد الداخلية والخارجية لتمويل الاستثمارات العمومية أو المؤسسات الاقتصادية الجديدة منها والقديمة؛
- إصدار عملة وطنية (الدينار الجزائري) في 10 أبريل 1964؛

كما تم خلال نفس الفترة إنشاء عدد من المصارف العمومية من جهة وتأمين بعض المصارف ذات الطابع المالي والاستثماري الادخاري من جهة أخرى.

III-1-2- الفترة الثانية : النظام المصرفي خلال الفترة من 1966 إلى 1986

عانت المصارف في الجزائر خلال هذه الفترة من التبعية لوزارة المالية وهو الأمر الذي حد من حرية ممارسته لنشاطها بصفتها مؤسسات مالية، وعدم قدرتها على القيام بالخدمات التي تضطلع بها، وهو ما دفع الجزائر إلى اتخاذ جملة من الإصلاحات كان أولها الإصلاح المالي لسنة 1971 والذي جاء برؤية جديدة لعلاقات التمويل، وطرقها في الاستثمارات العمومية المخططة (بن خالدي، 2016، ص341)¹⁶⁵؛ كما قامت الجزائر خلال نفس الفترة وبالضبط في عام 1980 بتحرير الخزينة العمومية وإعادة تكليف المصارف التجارية بمهامها واعطائها الدفع الفعال لتعبئة الموارد المالية الوطنية، وجمع الادخارات؛ حيث ركزت هذه الإصلاحات على الوصول لتحقيق ثلاثة أهداف أساسية هي تعميم وتحقيق لامركزية تمويل الاستثمارات بالإضافة إلى إعطاء صلاحية مراقبة المشاريع التي تم تحويلها للمؤسسات المصرفية.

III-1-3- الفترة الثالثة : النظام المصرفي الجزائري بعد إصلاحات 1986

تعد هذه الفترة من أهم المراحل التي ميزت النظام المصرفي الجزائري والتي سمحت بوضع أسس الانتقال من النظام المصرفي المدعم للاقتصاد الموجه إلى النظام المدعم لاقتصاد السوق، حيث تم وضع العديد من القوانين وهي:

- قانون القرض والبنك¹⁶⁶ الصادر في 1986/08/02 والذي جاء ليعيد للمصارف مهامها التقليدية المتعارف عليها على المستوى العالمي (لطرش، 2005، ص194)¹⁶⁷؛
- قانون استقلالية المصارف الصادر في 1988 والذي يعتبر كبرنامج إصلاحي شرعت الجزائر من خلاله في اصلاح مختلف القطاعات الاقتصادية خاصة المؤسسات العمومية التجارية المتضمنة للمصارف العمومية، حيث ومن خلال هذا القانون تم إعطاء الصفة المعنوية للمصارف باعتبارها تخضع لمبدأ الاستقلالية المالية والتوازن المحاسبي (بريش، 2006، ص38)¹⁶⁸؛

¹⁶⁴ جليد نور الدين، تطوير وسائل الدفع المصرفية في ظل التجارة الإلكترونية – حالة الجزائر، الجزائر، جامعة الجزائر، 2010، ص182

¹⁶⁵ خالدي نوال، النظام المصرفي الجزائري بين معوقات تطبيق نموذج الصيرفة الشاملة ومحدودية الصيرفة التقليدية، Les cahiers de MECS، العدد 12، 2016، ص 341

¹⁶⁶ تم ذكر مصطلح بنك بدل مصطلح مصرف من أجل المحافظة على تسمية القانون في التشريعات الجزائرية

¹⁶⁷ لطرش الطاهر، تقنيات البنوك، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الرابعة، 2005، ص194

¹⁶⁸ بريش عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص38

- قانون النقد والقرض الصادر في 1990 (لطرش، 2005، ص ص 196-197)¹⁶⁹

يمكن وصف القانون 10/90 المتعلق بالنقد والقرض على أنه من أهم القوانين المتعلقة بتنظيم وإصلاح الجهاز المصرفي في الجزائر، حيث حمل في طياته مجموعة من المبادئ نذكر منها:

- الفصل بين الدائرة النقدية والحقيقية، حيث أصبحت القرارات النقدية تتخذ على أساس الأهداف النقدية المحددة من طرف السلطة النقدية؛
- الفصل بين الدائرة النقدية ودائرة ميزانية الدولة، أين تم منح استقلالية للبنك المركزي¹⁷⁰ لتمويل الخزينة العمومية عكس ما كان معمولاً به (الخزينة تلجأ للبنك المركزي لتمويل عجزها دون وجود قواعد أو أسس تحكم ذلك)؛
- الفصل بين دائرة ميزانية الدولة ودائرة القرض حيث انتزعت من الخزينة العمومية صلاحية منح القروض وأوكلت هذه المهمة للبنك المركزي؛
- إنشاء سلطة نقدية وحيدة ومستقلة، وذلك من خلال إنشاء هيئة تحت اسم مجلس النقد والقرض؛
- وضع جهاز مصرفي على مستويين البنك المركزي والذي يمثل السلطة النقدية وباقي المصارف والتي تمثل مجموع المؤسسات المالية المكلفة بتجميع المدخرات وتقديم القروض؛

ويمكن القول أن القطاع المصرفي الجزائري ونتيجة للجهود التي تم بذلها لإصلاحه تطور تطوراً ملحوظاً خلال الفترة السابقة الذكر لكن نتائج هذه الجهود لم تكن كافية خاصة في ظل التطورات التكنولوجية التي عرفتها الخدمات المصرفية على المستوى الدولي، لذلك بادرت الجزائر إلى العمل على ادخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وإقامة قاعدة مصرفية إلكترونية.

III -2- تبني الجزائر للصيرفة الإلكترونية

يعرف النظام المصرفي في الجزائر اعتماداً كبيراً على تقديم الخدمات المصرفية التقليدية، لذلك اتجهت الجزائر إلى وضع العديد من البرامج الرامية إلى تعزيز تقديم هذه الخدمات إلكترونياً وذلك من خلال:

III -2-1- إنشاء شركة لتحديث عمليات الصيرفة الإلكترونية

تم إنشاء الشركة النقدية للعلاقات التلقائية ما بين البنوك (société d'automatisation des transactions interbancaire et SATIM monétique) في سنة 1995 والتي أوكلت لها مهمة تحديث وسائل الدفع الإلكترونية، وهي شركة مساهمة رأسمالها مشترك بين العمومية التجارية الجزائرية برأسمال قدره 1.271.000 دج، ومن جملة مهامها نذكر¹⁷¹ (www.satim-dz.com) :

- تحديث وسائل الدفع الإلكترونية؛
- تقديم الاقتراحات والمساهمة في وضع القوانين المصرفية المنظمة لتسيير المنتجات الإلكترونية؛
- العمل على تطوير المنتجات الإلكترونية المعتمدة في العمليات المصرفية؛
- إصدار الشيكات العادية والبطاقات المصرفية وفق قواعد السرية والخصوصية المطلوبة وحسب المعايير المعمول بها؛
- التحكم في الإجراءات المتضمنة للتوظيف الجيد لنظام الدفع الإلكتروني.

¹⁶⁹ لطرش الطاهر، مرجع سبق ذكره، ص ص 196-197

¹⁷⁰ تم ذكر مصطلح البنك المركزي (بنك الجزائر) عوض المصرف المركزي ليتوافق مع المصطلح المستعمل في الجزائر

¹⁷¹ WWW.SATIM-DZ.COM consulté le 13/04/2018 à 19.02

ومن أهم إنجازات شركة SATIM في إطار مهامها المتعلقة بتطوير وسائل الدفع الإلكترونية نجد (عبابسة، 2016، ص353)¹⁷²:

الصرفات الآلية وأجهزة الدفع الإلكتروني: وهي تتضمن حضيرة الموزعات الآلية للأوراق النقدية المتوفرة عبر كامل شبكة الوكالات المصرفية والبريدية، ويلخص الجدول التالي تطور التعامل بالصرفات الآلية وأجهزة الدفع الإلكتروني في الجزائر. ليصل عدد الصرفات الآلية في سنة 2017 إلى أزيد من 1250 موزع عبر كامل التراب الجزائري¹⁷³ (www.satim-dz.com).

جدول (01): تطور استعمال أجهزة الدفع الإلكتروني في الجزائر www.satim-dz.com .

السنوات	2011	2012	2013	2014	2015
عدد أجهزة الدفع الإلكتروني	3047	2965	2986	2737	3035

جدول (02): تطور استعمال الصرفات الآلية في الجزائر www.satim-dz.com

السنوات	2011	2012	2013	2014	2015
عدد الصرافات الآلية	647	543	475	539	572

- البطاقات المصرفية CIB: بدأ التعامل بالبطاقات المصرفية في الجزائر في سنة 1997 حيث اقتضت على القيام بعمليات السحب، حتى سنة 2005 أين تم ادراج عمليات الدفع، أما عمليات عبر الإنترنت فلم تدخل حيز التنفيذ إلى غاية 2013، في حين يبقى مشروع تطبيق تسديد الفواتير من خلال الموزعات الآلية قيد الدراسة ولم يتم اعتماده لحد الآن (عبابسة، 2016، ص354)¹⁷⁴. وتتنوع البطاقات المصرفية المعتمدة في الجزائر إلى:

- البطاقات المحلية وهي بطاقات مصرفية تستعمل لعمليات الدفع والسحب، حيث تكون صالحة لمدة سنتين قابلة للتجديد، وهذا النوع بدوره ينقسم إلى البطاقات العادية Classique وهي البطاقات التي يتم اصدارها للعملاء الذي يقل دخلهم الشهري عن مبلغ محدد من طرف المصرف، وإلى البطاقات الذهبية Gold وهي تلك الممنوحة للعملاء الذين يتجاوز دخلهم 10 مرات دخل عملاء البطاقات العادية.
- البطاقات الدولية تتمثل في البطاقات التي تستعمل لعمليات السحب والدفع بالعملة الصعبة من خارج الجزائر، وهي تنقسم إلى بطاقات Visa Classique وتمنح للعملاء الذين يحوزون على حساب بالعملة الصعبة بقيمة تساوي أو تفوق 1500 أورو، وإلى بطاقات Visa Gold التي تمنح للعملاء الذين يزيد رصيد حسابهم بالعملة الصعبة عن 5000 أورو (www.satim-dz.com).

والجدول التالي يوضح تطور عدد البطاقات المتداولة في الجزائر خلال الفترة 2011 إلى 2015

جدول رقم (03): تطور تداول البطاقات المصرفية في الجزائر www.satim-dz.com

السنوات	2011	2012	2013	2014	2015
عدد البطاقات المصرفية	1.056.018	1.078.989	1.098.566	1.125.689	1.142.145

¹⁷² عبابسة سمية، مرجع سبق ذكره، ص 353

¹⁷³ WWW.SATIM-DZ.COM consulté le 13/04/2018 à 19.04

¹⁷⁴ عبابسة سمية، مرجع سبق ذكره، ص 354

III-2-2- الشبكة النقدية بين المصارف

تم وضع شبكة نقدية إلكترونية بين المصارف الجزائرية يترأسها البنك المركزي، والتي تقوم بتغطية الخدمات المتعلقة بإصدار البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب من الموزع الآلي، وهو ما يمكن المصارف أن تقدم لزيائنها خدمة الأموال بواسطة هذه الأجهزة (بلعاش، 2014، ص82)¹⁷⁵؛

وتعتمد الشبكة النقدية على نظامين هما ¹⁷⁶(www.bank-of-algeria.dz):

- نظام التسوية الاجمالية الفورية (Algerian Real Time Settlement) ARTS: وهو نظام دفع ما بين المصارف للمبالغ الكبيرة والمستعملة التي تفوق قيمتها عشرة ملايين دينار، ويسمح بتنفيذ أوامر التحويل في الوقت الحقيقي، ويضم هذا النظام البنك المركزي كمسير وحامل للتسوية، وكذا مجموعة المؤسسات المصرفية والمالية، الخزينة العمومية ومراكز الصكوك البريدية، حيث يهدف هذا النظام إلى:

- تسوية عمليات البطاقات المصرفية في الوقت الحقيقي؛
- تلبية احتياجات العملاء باستخدام نظام الدفع الإلكتروني؛
- تخفيض تكلفة المدفوعات؛
- التقليل من آجال التسوية؛
- تأمين سرعة وأمان المبادلات وفق المعايير الدولية؛
- تشجيع فتح المصارف الأجنبية.

- نظام المقاصة الإلكترونية (Algérie Télé compensation Interbancaire) ATCI: يهدف النظام إلى تسوية المعاملات ذات المبالغ الصغيرة والمتوسطة والتي تقل عن عشرة ملايين دينار جزائري بصورة إلكترونية تحت إشراف البنك المركزي، ويعمل على:

- تسير التحصيلات المحولة من طرف المشتركين؛
- تسير المردودات المشتركة لعمليات الدفع؛
- حساب أرصدة التسوية؛
- توفير المعلومات التقنية والمالية.

III-2-3- الصيرفة عن بعد

في 04 أكتوبر 2016 تم إنشاء خدمة e-paiement من طرف 11 مصرف (6عمومية و5 خاصة) و9 مؤسسات اقتصادية¹⁷⁷، حيث سمحت هذه الخدمة لزيائن هذه المؤسسات مع بداية 2017 الدفع الإلكتروني، والتصريح الإلكتروني وهو ما سيسمح بتطوير المبادلات الإلكترونية لهذه المؤسسات والمصارف¹⁷⁸(LAZREG, 2016, p34)

¹⁷⁵ بلعاش ميادة، بن اسماعين حياة، مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد 16، 2014، ص82 (بتصرف)

¹⁷⁶ WWW.BANK-OD-ALGERIA.DZ/PDF/CHAPITRE_VI.PDF consulté le 13/04/2018 à 19.18, p p 114-115 ; 120

¹⁷⁷ الخطوط الجوية الجزائرية، خطوط الطاسيلي، جيزي، اتصالات الجزائر، موبيليس، الوطنية للاتصالات، سيال، صندوق الضمان الاجتماعي، أمانة للتأمينات

¹⁷⁸ LAZREG Mohame, GOUDIH djamel torqui, un essai d'analyse sur l'utilisation de la carte électronique de retrait et de paiement interbancaire CIB en Algérie, journal of economic & financial research, sixth issue, 2016, p34

III-3- واقع شبكة الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

ان استخدام التكنولوجيا في النظام المصرفي الجزائري يظهر من خلال (بوعافية، 2005، ص ص 164-166)¹⁷⁹:

III-3-1- شبكة الاتصالات الإلكترونية

قامت بعض المؤسسات المصرفية والمالية بتطوير شبكات إلكترونية للدفع والتسديد منتشرة في بعض النقاط من التراب الجزائري، لكن ضعف القدرة على التحكم فيها وتسييرها، واعتماد أنظمة مستوردة لا تتلاءم وخصوصية السوق الجزائرية جعل بعضها يتوقف عن تقديم هذه الخدمات الإلكترونية، إضافة إلى نقص الطلب على مثل هذا النوع من الخدمات نتيجة نقص الثقة في مدى أمن استخدام مثل هذه الأنظمة.

III-3-2- الإنترنت

نتيجة توسع استخدام الإنترنت فقد ظهرت العديد من المعاملات التي تتم عبرها، وفي الجزائر قامت المصارف بفتح مواقع خاصة بها على شبكة الإنترنت، فموقع البنك المركزي يوفر مجموعة من المعطيات عن السياسة النقدية والمالية والإحصائيات، غير أن عملية تحديث هذه المعطيات لا تتم بصورة منتظمة، نفس الشيء ينطبق على مواقع المصارف التجارية التي تعرض مجموعة من المعلومات التعريفية بالإضافة إلى تقديم بعض الخدمات مثل الاطلاع على الأرصدة؛

ويبقى استخدام الإنترنت لغرض تحسين جودة الخدمات المصرفية محدودا جدا خاصة عند الأخذ بعين الاعتبار الانتشار الواسع لمستخدمي هذه الشبكة في الجزائر.

III-3-3- استخدام الهاتف في الخدمات المصرفية

لا يتم استعمال الهاتف (سواء المحمول أو الثابت) في تقديم الخدمات من طرف المصارف بالجزائر، رغم التطور الكبير الذي شهده قطاع هذا الأخير، خاصة بعد فتح السوق الجزائرية للمتعاملين الخواص، لذلك على المصارف الاستفادة من العدد الكبير لمشتري الهاتف في الجزائر لتقديم ونشر خدماتها، ومن تم الرفع من حصصها السوقية وجلب أكبر عدد من العملاء.

الخاتمة

أجبرت التطورات العالمية التي مست مختلف الاقتصاديات المصارف على الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة عند تقديم خدماتها المصرفية للوصول بها إلى مستوى الجودة المطلوبة، وهو ما كان نتاجه ظهور الصيرفة الإلكترونية والتي تسمح بتقديم هذه الخدمات في أسرع وقت وبأقل تكلفة وبالجودة المطلوبة؛

الجزائر هي الأخرى لم تكن في منأى عن هذه التغيرات لذلك قامت باعتماد العديد من الإصلاحات التي مست القطاع المصرفي والتي كانت تهدف من خلالها إلى مواكبة هذه التطورات ومحاولة تجسيد الحكومة الإلكترونية على أرض الواقع، غير أن هذه المجهودات لم ترق بعد إلى مستوى النتائج المرجوة، حيث أن قطاع المصارف في الجزائر مازال يعاني من التأخر في تطبيق التكنولوجيا المصرفية، حيث أنه أغلب الخدمات المصرفية المقدمة تقليدية في حين لازالت الخدمات الإلكترونية مقتصرة على استعمال وسائل الدفع المصرفي الإلكتروني؛

¹⁷⁹ بوعافية رشيد، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري، الجزائر، جامعة البليدة، 2005، ص ص 164-166 (بتصرف)

النتائج والتوصيات

على ضوء الإطار النظري وبإسقاطه على الجزائر، تم التوصل إلى النتائج التالية:

- لم يكن القطاع المصرفي في منأى عن التطورات التي يشهدها العالم، حيث ظهرت أساليب وتقنيات حديثة تساعد في تطوير تقديم الخدمات المصرفية؛
- أصبحت الخدمات المصرفية التقليدية تقدم بطريقة إلكترونية مستندة في ذلك على تكنولوجيا الاعلام والاتصال وهو ما يساعدها في الرفع من جودة الخدمات المقدمة وتقليص الوقت اللازم لها، وكذا تخفيض التكاليف المرتبطة بالخدمة؛
- قامت الجزائر بإجراء العديد من الإصلاحات التي تهدف إلى تطوير الخدمة المصرفية وأداء القطاع المصرفي، إلا أنها ما تزال غير كافية، ويمكن إعاز ذلك إلى نقص الوعي لدى الافراد بمزايا استخدام الطرق الحديثة إضافة إلى نقص الثقة في مدى سرية وخصوصية المعلومات التي يتم تقديمها أو طبعها.

ومن أجل تدعيم دراستنا نقوم بإيجاز مجموعة من الاقتراحات والتوصيات:

- توفير الموارد المالية والمادية الكافية لتطوير القطاع المصرفي العالمي باعتبار الصيرفة الإلكترونية تعتبر الوجه الجديد للمصارف ومستقبل الخدمات المصرفي؛
- العمل على وضع البنى التحتية من أجل تسيير المؤسسات المصرفية وتأمين مختلف المعلومات التي تحوزها؛
- التأكيد على أن تحقيق الجودة في الخدمات المصرفية مرتبط ارتباطا كبيرا بمدى استخدام الأساليب والأدوات الحديثة في الصيرفة؛
- ضرورة تشجيع المصارف الجزائرية على الأخذ بالأنظمة المصرفية الإلكترونية مع تبيان إيجاباتها وفعاليتها؛
- توعية الأفراد بأهمية طلب الخدمات المصرفية الإلكترونية نظرا لكونها ذات جودة عالية؛
- العمل على تجسيد مشروع التجارة الإلكترونية الذي يضمن الاستعمال التلقائي للخدمات المصرفية الإلكترونية؛
- تكوين الأفراد العاملين في القطاع المصرفي من أجل تسهيل عملية تقديم الخدمات إلكترونيا

المراجع

- العجارمة تيسير، التسويق المصرفي، الأردن، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2005، ص32.
- الصحن رعد حسن، عولمة جودة الخدمات المصرفية، عمان، الأردن، دار التواصل الغربي للنشر والتوزيع ومؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2008، ص272.
- أولاد حيمودة عبد اللطيف وآخرون، النماذج النوعية لقياس جودة الخدمات المصرفية - دراسة ميدانية في القرض الشعبي الجزائري، Les cahiers de MECAS، العدد 10، 2014، ص376 (بتصرف)
- يحيوي فاطمة الزهراء، رأس المال الفكري ودوره في تعزيز جودة الخدمات - دراسة ميدانية في البنوك العمومية بالمدينة، مجلة الاقتصاد والتنمية، العدد8، 2017، ص192
- يحيوي فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص192
- غنيم أحمد محمد، إدارة البنوك "تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل" مصر، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2007، ص ص 51-52
- عبد الرحيم نادية، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي - دراسة حالة الجزائر، الجزائر، جامعة الجزائر3، 2011، ص ص 58-62 (بتصرف)
- بوعنان نور الدين، تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبون وأثرها على رضاه وولاءه، مجلة الباحث الاقتصادي، العدد7، 2017، ص369

- طه طارق، إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية، مصر، دار الكتب، 2000، ص126
- ضويفي سفيقة، دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحديث خدمات الجهاز المصرفي – دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الجزائر، جامعة المدية، 2015، ص82
- عقون شراف، تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن – دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة قسنطينة، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد أ (42)، 2014، ص207
- بوغان نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص371
- LOVELOCK Christopher, WIRITZ jochen, Marketing des services, France, pearsan, 5ème edition, 2004, p434
- أولاد حيمودة عبد اللطيف وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص382
- بوغان نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص371
- أولاد حيمودة عبد اللطيف وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص382
- بركان أمينة، الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي – حالة الجزائر، الجزائر، جامعة الجزائر3، 2014، ص62
- بريس عبد القادر، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، الجزائر، جامعة الجزائر، 2006، ص140
- البنك الأهلي المصري، النشرة الاقتصادية، المجلد 54(2)، 2001، ص139
- العياطي جهيدة، بن عزة محمد، تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، المجلد 2(3)، 2017، ص2
- طاطي مريم، إدارة السياسة النقدية في ظل الصيرفة الإلكترونية – دراسة حالة بنك الجزائر، مجلة دراسات، العدد 29، 2017، ص67
- الشمري ناظم محمد، العبد اللات عبد الفتاح، الصيرفة الإلكترونية: الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع، الأردن، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2008، ص56
- النجار فريد، الاقتصاد الرقمي: الإنترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبنوك الإلكترونية، مصر، الدار الجامعية، 2007، ص478
- طاطي مريم، مرجع سبق ذكره، ص67
- بركان أمينة، مرجع سبق ذكره، ص ص 102-103
- حماد أسعد أبو رمان، أثر جودة الخدمات الإلكترونية في تعزيز ولاء العملاء – دراسة عينة من عملاء البنوك التجارية الأردنية، مجلة دراسات للعلوم الإدارية، المجلد 43(1)، 2016، ص588
- عباسية سميرة، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري – الواقع والمعوقات والآفاق المستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 6، 2016، ص347
- عباسية سميرة، مرجع سبق ذكره، ص 347
- بوزورقة ليندة، زبيري راجح، آفاق الصيرفة الإلكترونية في المؤسسة المصرفية الجزائرية، مجلة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، العدد 16، 2016، ص296
- سيد حسن فاروق، التجارة الإلكترونية وتأمينها، مصر، هلا للنشر والتوزيع، 2001، ص ص 27-28
- طاطي مريم، مرجع سبق ذكره، ص72
- خوبيزي مريم، واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجهاز المصرفي الجزائري وكيفية إدارة المخاطر الناتجة عنها وفقا لنموذج لجنة بازل، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، العدد 4، 2015، ص ص 52-53 (بتصرف)
- طلحة محمد، الصيرفة الإلكترونية وأثرها على الأداء التسويقي للبنوك – دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الجزائر، جامعة المدية، 2009، ص16
- طلحة محمد، مرجع سبق ذكره، ص17
- طلحة محمد، مرجع سبق ذكره، ص ص 18-19 (بتصرف)

- جليلد نور الدين، تطوير وسائل الدفع المصرفية في ظل التجارة الإلكترونية – حالة الجزائر، الجزائر، جامعة الجزائر، 2010، ص182
- خالدي نوال، النظام المصرفي الجزائري بين معوقات تطبيق نموذج الصيرفة الشاملة ومحدودية الصيرفة التقليدية، Les cahiers de MECAS، العدد 12، 2016، ص 341
- لطرش الطاهر، تقنيات البنوك، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الرابعة، 2005، ص194
- بريس عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص38
- لطرش الطاهر، مرجع سبق ذكره، ص ص 196-197
- WWW.SATIM-DZ.COM consulté le 13/04/2018 à 19.02
- عباسية سميرة، مرجع سبق ذكره، ص 353
- WWW.SATIM-DZ.COM consulté le 13/04/2018 à 19.04
- عباسية سميرة، مرجع سبق ذكره، ص 354
- بلعائش ميادة، بن اسماعين حياة، مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد16، 2014، ص82 (بتصرف)
- WWW.BANK-OD-ALGERIA.DZ/PDF/CHAPITRE_VI.PDF consulté le 13/04/2018 à 19.18, p p 114-115 ; 120
- LAZREG Mohame, GOUDIH djamel torqui, un essai d'analyse sur l'utilisation de la carte électronique de retrait et de paiement interbancaire CIB en Algérie, journal of economic & financial research, sixth issue, 2016, p34
- بوعافية رشيد، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري، الجزائر، جامعة البليدة، 2005، ص ص 164-166 (بتصرف)

إدارة جودة الخدمات الصحية في المؤسسات العمومية الاستشفائية الجزائرية

د. حاجي كريمة

جامعة طاهري محمد- بشار/ الجزائر

ملخص:

إنّ الخدمات الصحية التي تقدمها المؤسسات الاستشفائية العمومية من أهم الخدمات الاجتماعية التي تهتم بتطويرها الجزائر، ومع ذلك، يعاني هذا القطاع من مشكلات في مستوى جودة الخدمة المقدمة، ومن ضعفه أمام التحديات الداخلية والخارجية للدولة. فما هو واقع تطبيق مفاهيم الجودة على مستوى الخدمات المقدمة من طرف المؤسسات الاستشفائية العمومية في الجزائر؟ وتعدّ الخدمات الصحية من الخدمات الضرورية التي تعنى بصحة الفرد والمجتمع، فالعلاقة القوية بين المؤشرات الصحية والمؤشرات التنموية تقر بأن المستوى الصحي يتوافق مع المستوى التنموي للدولة، لذلك تسعى الجزائر إلى الاهتمام بتطوير جودة الخدمة الصحية العمومية نظرا لكونها أحد القطاعات الاجتماعية المهمة. وتهدف هذه الورقة إلى إبراز واقع جودة الخدمة الصحية في الجزائر، وأهم إستراتيجيات تطويرها، بالإضافة إلى إبراز أهم آليات تحسينها. وقد جاء اختيار هذا الموضوع نظرا لأهمية المؤسسات الصحية بالنسبة للمجتمع، لما لها من تأثير على العنصر البشري الذي يعدّ أساسا للتنمية الاقتصادية والمحرك الأساسي لعملية الإنتاج، بالإضافة إلى المشكلات المعقدة التي يعاني منها النظام الصحي بالجزائر رغم اهتمام الحكومة بتطويره. وتم اتباع المنهج الوصفي لمعالجة الإشكالية، أي معرفة واقع مستوى جودة الخدمة الصحية في المؤسسات الاستشفائية العمومية في الجزائر وفي مقدمتها المستشفيات، وتم جمع البيانات ذات العلاقة وتحليلها، والتوصل إلى النتائج من واقع هذه البيانات، وتم تقديم مجموعة من الاقتراحات لتحسين مستوى جودة الخدمة الصحية في الجزائر. ومن أهم اقتراحات البحث ضرورة توافر نظام أساسي للجودة لدى المؤسسات الصحية يساعدها في التعرف على المشكلات، وإيجاد الحلول لها، وتوفير قاعدة بيانات تساهم في قياس ومتابعة مستوى جودة الخدمة الصحية المقدمة ومدى تطورها.

كلمات مفتاحية: إدارة الجودة، جودة الخدمة، الخدمة الصحية، المؤسسات الصحية، المستشفيات.

مقدمة

شهد قطاع الخدمات الصحية بالجزائر تطورات هامة خلال السنوات الأخيرة تزامنت مع التغيرات والتطورات الاقتصادية والاجتماعية التي شهدتها المجتمع الجزائري بشكل عام، ورغم ما تبذلها الدولة من جهود في سبيل رفع مستوى الخدمات الصحية التي تقدمها القطاعات العامة أو الخاصة، إلا أن هذا الأخير مازال دون المستوى المطلوب، حيث بقي القطاع الصحي عرضة للعديد من المشاكل التي كان لها الأثر السلبي على تطور الخدمات الصحية ومستوى جودة الرعاية الطبية المقدمة للمواطن. وتتمثل المؤشرات الصحية المستخدمة لوصف الحالة الصحية لبلد معين عموما في: أمل الحياة عند الولادة، المعدل الإجمالي للوفاة، معدل وفاة الأطفال. إلى جانب إنجازات هامة في مجال تخفيض معدلات الوفيات وإحراز كبير في الهياكل الصحية والوسائل التابعة لها، طرأت تغييرات على المشهد الصحي من حيث عدد الهياكل والإمكانات وعدد العاملين على مدى العقد الماضي، خاصة مع جهود الدولة الداعمة لترقية المستوى الصحي في الجزائر، حيث ارتفع عدد الأطباء العاملين، حسب عدد السكان وكذا الأطباء المختصين. أما في مجال التغطية بالأدوية، فقد تم استحداث نظام الدفع من قبل الغير الذي يسمح للمواطنين المحرومين والمرضى المزمنين من الحصول على الدواء مجانا، إلى جانب توسيع هذا الجهاز من خلال إعداد بطاقة وطنية للمستفيدين، إضافة إلى تشجيع الإنتاج المحلي للأدوية من خلال إلزام الموزعين الأجانب بالاستثمار محليا وبواسطة منع استيراد الأدوية التي يسمح الإنتاج المحلي بتغطية الطلب الوطني عليها وتشجيع استعمال الأدوية الجنيسة

و قد جاء الاختيار لهذا الموضوع لعدة أسباب موضوعية تتمثل أهمها فيما يلي:

- أهمية المؤسسات الصحية بالنسبة للمجتمع لما لها من تأثير على العنصر البشري الذي يعدّ أساسا للتنمية الاقتصادية والمحرك الأساسي لعملية الإنتاج.

- اهتمام الحكومة الجزائرية بقطاع الصحة.
- المشاكل المعقدة التي يعاني منها النظام الصحي بالجزائر.

ولذلك جاءت صياغة إشكالية هذا البحث في التساؤل التالي: مامدى جودة الخدمة الصحية في المؤسسات العمومية الاستشفائية في الجزائر؟

سنتعرض إلى تحليل هذه الإشكالية من خلال التطرق إلى ثلاث محاور رئيسية.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة

يخلط البعض بين السلع والخدمات، والتفرقة الواضحة بين السلع والخدمات تكمن في أن الخدمة ليست شيئا ماديا ملموسا ولا يمكن تملكها، فعلى سبيل المثال عندما نستأجر غرفة في الفندق لا نأخذ شيئا ماديا عندما نترك الفندق، وإنما نحصل على درجة من الإشباع وهي الخدمة التي تلقيناها وهي شيء غير ملموس، كذلك الحال عندما نتقدم إلى البنك لإجراء عملية تحويل مبلغ من المال لأحد الأقارب فإننا لا نحصل على شيء مادي ملموس، وإنما نحصل على الإشباع والرضى من خلال تحويل مبلغ من المال.

المطلب الأول: مفهوم الخدمة

أظهرت الأدبيات العديد من التعاريف للخدمة، ورغم وجود بعض الاختلافات بينها، إلا أنها تشترك في بعض الخصائص والعناصر سنتعرض لها فيما يلي.

1-تعريف الخدمة

تعدت تعريفات الباحثين للخدمة، نتطرق إلى بعضها كما يلي:

تُعرف الخدمة بأنها: "نشاط أو منفعة يسديها طرف لآخر، وتتسم أساسا بأنها غير ملموسة ولا يترتب على تقديمها أي نوع من أنواع الملكية"¹⁸⁰.

كما عرفت على أنها "أي فعل أو أداء يمكن أن يحققه طرف ما إلى طرف آخر، ويكون جوهره غير ملموس، ولا ينتج عنه أي تملك وإنتاجه قد يكون مرتبطا بإنتاج مادي أو قد لا يكون"¹⁸¹

وتعرف الخدمة أيضا بأنها: "إنتاج منفعة غير مادية في جوهرها، إما في حد ذاتها أو كعنصر هام في منتج مادي ملموس، تشبع من خلال شكل ما من أشكال تبادل حاجة محددة"¹⁸².

ركزت هذه التعاريف على خاصية اللاملموسية وعدم انتقال الملكية للخدمة، ومن خلالها يمكن تعريف الخدمة بأنها نشاط غير ملموس يقدمه شخص لآخر ولا ينتج عنه نقل للملكية.

⁽¹⁸⁰⁾ محمد محمود مصطفى، التسويق الإستراتيجي للخدمات ، عمان-الأردن، دار المناهج للنشر والتوزيع الأردن، الطبعة الأولى، 2003، ص51.

⁽¹⁸¹⁾ نامر ياسر البكري، إدارة المستشفيات، عمان، داراليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2005، ص 56.

⁽¹⁸²⁾ أدريان بالمر، مبادئ تسويق الخدمات، ترجمة بهاء شاهين، علا أحمد إصلاص، دعاء شراقي، القاهرة، مجموعة النيل العربية، الطبعة الأولى، 2009، ص35.

2- خصائص الخدمة

تتميز الخدمات بأربع خصائص رئيسية تؤثر في الإجراءات المتعلقة بالمؤسسة الخدمية وهي:

- الخدمات غير ملموسة (Intangibility): الخدمات غير ملموسة، لا نستطيع رؤيتها، لمسها، الإحساس بها، تذوقها أو سماعها قبل شرائها¹⁸³، على عكس السلع التي تكون ملموسة ومرئية، أما المشترون فأنهم يسعون للحصول على معلومات حول تلك الخدمات من أجل تقليل حالة عدم التأكد وللحصول على أدلة حول جودة الخدمة المقدمة.
- الخدمات غير قابلة للفصل (Inseparability): أي التلازمة وهي عبارة عن الترابط بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها فنقول أن درجة الترابط أعلى بكثير في الخدمات قياساً إلى السلع المادية، وتشير خاصية التلازمة في هذه الحالة إلى وجود علاقة مباشرة بين مزود الخدمة والمستفيد غالباً ما يتطلب الأمر حضور المستفيد من الخدمة عند تقديمها.¹⁸⁴
- الخدمات متغيرة الصفات (Variation): الخدمة متغيرة بشكل واضح حسب الظروف التي تتحكم في كيفية تقديمها¹⁸⁵، إن مشاركة بعض الأشخاص في عملية الإنتاج والاستفادة من الخدمة تحتم أن يكون المنتج الخدمي مختلفاً ومتعدد، فتلك الصفة تبرز مادام هناك مكان وزمان وأسلوب لمن يقدمها فالاختلاف والتعددية تعتمد على اختلاف المكان والزمان وأسلوب الأشخاص الذين يقومون بعملية الإنتاج والتقديم والاستفادة، التعددية في مجال الخدمات يختلف كذلك في إطار مقدم خدمة واحد، حيث تتعدد تلك على حسب الوضع الوقي والحالة النفسية وحالة التعب، حيث أن خدمتين مقدمة من نفس الشخص يمكن أن لا تكون متشابهة من حيث الكيفية والتنوعية، وهنا يمكن لمؤسسات تقديم الخدمات أن تتخذ التعابير المناسبة من أجل السيطرة على المستوى النوعي بالاختيار والتحضير الدقيقين لكادرها العامل⁽¹⁸⁶⁾.
- قابلية الخدمات للفناء (Perishability): تتعرض جميع أنواع الخدمات للفناء والانهاء بمجرد تقديمها، وهذا يعني عدم إمكانية تخزينها أو الاحتفاظ بها. إن عدم إمكانية التخزين للخدمات يعقد مهمة الإدارة، فالمدبرون في مؤسسات الخدمات عليهم أن يواجهوا التقلبات في الطلب أو القدرة الاستيعابية.

المطلب الثاني: مفاهيم حول الخدمة الصحية

جودة الخدمة الصحية تمثل مجموعة من السياسات والإجراءات المصممة التي تهدف إلى تقديم خدمات الرعاية الصحية للمستفيدين منها (المرضى وغيرهم) على نحو نظامي وموضوعي، يساهم في تقديم الفرص لتحسين رعاية المرضى وحل المشكلات العارضة بطرق علمية وذلك عن طريق العاملين في المنظمات الصحية والذين يستخدمون مهاراتهم وخبراتهم وتقنيات الرعاية الصحية المتاحة لهم وبما يضمن تحقيق أفضل النتائج في الوقت المناسب والمكان المناسب وبأقل كلفة ممكنة، وهذا يعني أن جودة الخدمة الصحية هو أسلوب لدراسة عمليات تقديم خدمات الرعاية الصحية وتحسينها باستمرار بما يلي احتياجات المرضى.

1- تعريف الخدمة الصحية

تعَدّ الخدمات الصحية شكل من أشكال الخدمات، وقد عرفت بأنها: "العلاج المقدم للمرضى سواء كان تشخيصاً أو إرشاداً أو تدخلاً طبياً، ينتج عنه رضى وإنعفاع من قبل المرضى، وبما يؤول لأن يكون في حالة صحية أفضل"¹⁸⁷

¹⁸³(Philip Kotler. & Bernard Dubois, Marketing Management, paris, Publiunio 10^{eme} édition, 2000, p445.

⁽¹⁸⁴⁾ حميد الطائي وآخرون، الأسس العلمية للتسويق الحديث مدخل شامل، عمان-الأردن، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، 2007، ص 197.

¹⁸⁵(Philip Kotler. & Bernard Dubois, opcit, p446.

⁽¹⁸⁶⁾ زكي خليل مساعد، تسويق الخدمات الصحية، دار حامد للنشر والتوزيع، 1998، ص 87.

⁽¹⁸⁷⁾ ثامر ياسر البكري، تسويق الخدمات الصحية، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2005 ص 168.

وعرفت الخدمات الصحية بأنها: "المنفعة أو مجموع المنافع التي تقدم للمستفيد التي يتلقاها عند حصوله على الخدمة، والتي تحقق له حالة مكتملة من السلامة الجسدية والعقلية والاجتماعية وليس فقط علاج الأمراض والعلل"¹⁸⁸

وتتمثل المنافع المرجوة من الخدمة العناصر التي يمكن تقسيمها كما يلي:

- -منافع مباشرة ملموسة يمكن قياسها وحسابها: تتمثل في التكاليف التي يمكن توفيرها مستقبلا نتيجة لإنتاج خدمات صحية معينة.
- -منافع مباشرة غير ملموسة ويصعب قياسها: تتمثل في الحد من الآلام والأمراض التي يعانيها والتي سيتجنبها نتيجة للخدمات التي حصل عليها.
- -منافع غير مباشرة ملموسة يمكن حسابها: تتمثل في زيادة الإنتاج، كنتيجة للخدمات الصحية التي يحصل عليها أفراد القوة العاملة.

2- خصائص الخدمة الصحية

تتميز الخدمة الصحية بخصائص إضافة عن الخدمات الأخرى تتمثل في:

- تتميز بعض الخدمات الصحية بأنها شخصية: حيث لا يستطيع الطبيب أن يعالج إلا حالات معينة من المرض وذلك حسب تخصصه في مجال معين، كما أنه لا يمكنه معالجة أكثر من مريض واحد في نفس الوقت، أي تقديم الخدمة لشخص واحد، لكن هذه الخاصية لا تنطبق على بعض الخدمات الصحية كحملات التوعية من مرض أو حملات تطعيم الأطفال.
- تتطلب الخدمات الصحية السرعة في أدائها والطلب عليها غير قابل للتأجيل: فالإصابة بالمرض تتطلب علاجاً فورياً للقضاء عليه بعد ظهور الأعراض.
- صعوبة تحديد وقياس وتقييم جودة الخدمة الصحية: لا تحدد، فهي غير ملموسة ولا يمكن قياس جودتها بقياس مباشر لكن يمكن قياسها من خلال التغيرات الاجتماعية، والاقتصادية للمجتمع وارتفاع المستوى الصحي، كما يتم تقييم جودة الخدمة من خلال تقييم الكفاءة، الفعالية والتكلفة.
- الإستمرارية: إرشاد المرضى وتوجيههم إلى حيثما تتطلب حالتهم متابعة ورعاية أفضل.

المطلب الثالث: مفهوم جودة الخدمة الصحية

شهد القطاع الصحي في الآونة الأخيرة اهتماماً كبيراً وعلى جميع المستويات، من أجل تطبيق معايير وإجراءات نظم الجودة للوصول إلى التغيير و التحسين المستمر، لمواكبة التقدم بحاجات المجتمع في المجال الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والثقافي.

1- تعريف جودة الخدمة

تتعدد التعريفات بالنسبة لجودة الخدمة وذلك لاختلاف وجهات نظر العملاء وذلك لإختلاف حاجاتهم وتوقعاتهم، مما أدى إلى إختلاف تعاريف الباحثين لمفهوم جودة الخدمة. وتعرف الجودة على أنها: "ذلك الفرق الذي يفصل العميل عن الخدمة، والجودة التي يحسبها بعد استعماله للخدمة، أو بعد تقديمها له"¹⁸⁹

(188) زكي خليل مساعد، مرجع سبق ذكره، ص45.

(189) G. Tocquer, M. Langlois, le marketing des services, le défi relationnel" paris, édition dunod, 1992, p45.

جودة الخدمة تعدّ مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة، لتقابل توقعات العملاء، فهي إذا مدى تطابق توقعات العملاء مع الخدمة المقدمة فعلا من قبل مقدم الخدمة¹⁹⁰. أي معرفة وتحديد مدى التطابق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة يمكن التعبير عنها بالعلاقة التالية:¹⁹¹

جودة الخدمة (Servqual) = التوقع - الإدراك

فالمحور الأساسي في تقييم جودة الخدمة وفق هذا النموذج يتمثل في الفجوة بين إدراك العميل لمستوى الأداء الفعلي للخدمة وتوقعاته بشأنها.

2- جودة الخدمة الصحية

تعرف جودة الخدمة الصحية من المنظور المهني والطبي بأنها: "تقديم أفضل الخدمات وفق أحدث التطورات العلمية والمهنية ويتحكم في ذلك أخلاقيات ممارسة المهنة"¹⁹².

أما جودة الخدمة الصحية من منظور العميل أو المريض هي نتيجة لمقارنة يجريها بين الخدمة المدركة، أي التي حصل عليها فعلا، والخدمة كما كان يتوقعها، فإذا كانت الأولى أقل من الثانية كان شعوره بالاستياء وعدم الرضا، أما إذا كانت متساويتين كان شعوره بالرضا عن الخدمة الصحية. وينبغي ملاحظة أن المريض يبني توقعاته نتيجة لتفاعل أربع قوى وهي:

- -إحتياجات المريض
- -الخبرة السابقة للمريض
- -الكلمة المتداولة من الأصدقاء والزملاء.
- -الإتصالات لتسويقية التي تقدمها المؤسسة الصحية لعملائها لإعلامهم بمستوى جودة الخدمة الصحية المعلن عنها من خلال خدمات الإعلان والترويج.

ورغم ارتفاع تكلفة الجودة (تحقيق الجودة)، فإن تحقيقها بشكل مستمر والرقابة عليها يضمن نجاحا للمؤسسة الصحية على المدى الطويل، وإذا كان البعض يرى إن الجودة العالية تحتاج إلى وقت أكثر وتكاليف أكبر، مهارات بشرية متنوعة، مستلزمات طبية أفضل، إدارة فعالة، إلا أن الجودة العالية يمكن أن تؤدي في النهاية إلى تخفيض التكاليف فهذا يمكن حسابها إذا ما شرحنا الخسائر التي تتحملها المستشفيات من جراء أداء أقل جودة¹⁹³.

وتتمثل أهداف جودة الخدمة الصحية فيما يلي:¹⁹⁴

- ضمان الصحة البدنية والنفسية للمستفيدين.

(190) قاسم نايف علوان، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو، ليبيا، دار الثقافة، 2005، ص 12.

(191) ناجي معلا، قياس جودة الخدمات المصرفية، مجلة العلوم الإدارية المجلد 25، عدد 02، جوان، 1998.

(192) معزوز نشيده، بن عبدالعزيز فطيمة، التغيير التنظيمي وعلاقته بإدارة الجودة الشاملة في المنظمات الصحية، مداخلة مقدمة من المؤتمر الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة، دراسة وتحليل تجارب وطنية دولية يومي 11 و 19 ماي 2011، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البليدة، ص 16.

(193) فريد كورتل، تسويق الخدمات، عمان-الأردن، دار كنوز المعرفة للنشر، الطبعة الأولى، ص 362.

(194) آلاء حسيب الجليلي، أكرم أحمد الطويل، إمكانية إقامة أبعاد جودة الخدمات الصحية "دراسة في مجموعة مختارة من

المستشفيات في محافظة نينوى تاريخ الاطلاع على الموقع 2017/03/25 <http://www.eco.asu.edu.jo>

- تقديم خدمة صحية ذات جودة مميزة من شأنها تحقيق رضى المستفيد (المريض) وزيادة ولاؤه للمؤسسة الصحية والذي سيصبح فيما بعد وسيلة إعلامية فاعلة لتلك المؤسسة الصحية.
 - تعد معرفة آراء وانطباعات المستفيدين (المرضى) وقياس مستوى رضاهم عن الخدمات الصحية وسيلة مهمة في مجال البحوث الإدارية والتخطيط للرعاية الصحية ووضع السياسات المتعلقة بها.
 - -تطوير وتحسين قنوات الاتصال بين المستفيدين من الخدمة الصحية ومقدميها.
 - تمكين المنظمات الصحية من تأدية مهامها بكفاءة وفعالية.
 - تحقيق مستويات إنتاجية أفضل، إذ يعد الوصول إلى المستوى المطلوب من الرعاية الصحية المقدمة إلى المستفيدين الهدف الأساس من تطبيق الجودة.
 - كسب رضا المستفيد، إذ أن هناك قيم أساسية لإدارة الجودة لا بد من توفرها في أي منظمة صحية تعمل على تحسين الجودة وتسعى لتطبيق نظم الجودة و بالتالي تطوير أداء العمل و بالنهاية كسب رضى المستفيد
 - تحسين معنويات العاملين، إذ أن المؤسسة الصحية الخاصة هي التي يمكن لها تعزيز الثقة لدى العاملين لديها وجعلهم يشعرون بأنهم أعضاء يتمتعون بالفاعلية مما يؤدي إلى تحسين معنوياتهم وبالتالي الحصول على أفضل النتائج.
 - زيادة قوس التنافس بين المنشآت الصحية المشابهة.
- أن تحقيق جودة الخدمة الصحية العمومية يعدّ من أهم انشغالات الدول بإعتباره ركيزة لتطور المجتمع ونجاحه.

المبحث الثاني: جودة الخدمة في المؤسسات الاستشفائية في الجزائر

تعدّ الخدمات الصحية من الخدمات الضرورية التي تعني بصحة الفرد والمجتمع، فالعلاقة القوية بين المؤشرات الصحية والمؤشرات التنموية تقر بأن المستوى الصحي يتوافق مع المستوى التنموي للدول لذلك تسعى الجزائر إلى الإهتمام بتطوير جودة الخدمة الصحية العمومية نظرا لكونها كأحد القطاعات الاجتماعية الهامة.

المطلب الأول: مفهوم المؤسسة الاستشفائية

تعدّ المستشفى من أهم المؤسسات الصحية، حيث تمثل هذه الأخيرة مجموع هياكل الوقاية، التشخيص، العلاج والاستشفاء وإعادة التأهيل الصحي المتمثلة في المستشفيات، العيادات والمراكز الصحية، والعيادات الخاصة¹⁹⁵

1-تعريف المؤسسة الاستشفائية

يعدّ المستشفى الركيزة الأساس للنظام الصحي، ففيه تتجمع مختلف فئات الأطباء والمرضى والعاملين الصحيين من مختلف الاختصاصات والعلوم الصحية، لتقديم الخدمات الضرورية للمرضى الداخليين، والمرضى الذين يراجعون العيادات الخارجية وقسم الطوارئ، وفيه تتكامل الخدمات العلاجية مع خدمات تعزيز الصحة والخدمات الوقائية والتأهيلية.¹⁹⁶ ولقد تغير مفهوم المستشفى وفقا للخدمات المستحدثة فيه، حيث كان ينظر إليه في البداية على أنه مكان هدفه تقديم نوعية واحدة فقط من الخدمات، وهي الخدمات العلاجية.

ثم اتسع نطاق الخدمات المقدمة في المستشفيات ليشمل إلى جانب الخدمات العلاجية كلا من الخدمات الوقائية، التعليمية، التدريبية والبحثية، وما يترتب عليها من نتائج تساهم في رفع مستوى الخدمات الصحية التي يتلقاها المرضى فيما بعد، وذلك إلى جانب الخدمات الاجتماعية مثل: تزويد المعوقين بالأجهزة التعويضية، والخدمات الترفيهية، والإرشاد والتثقيف الصحي وغيرها.

(195) طاهر يحسين، الخطأ الطبي والخطأ العلاجي في المستشفيات العامة، الجزائر، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، 200، ص 11.

(196) محمود خليل الشاذلي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 62.

عرفت منظمة الصحة العالمية المستشفى على أنه "جزء لا يتجزأ من نظام اجتماعي وصحي متكامل من مهامه تأمين خدمات صحية شاملة للمجتمع، من الناحيتين العلاجية والوقائية، ويشمل عيادات خارجية تستطيع إيصال خدماتها للعائلة في موقعها الطبيعي كما أنه أيضا مركز لتدريب الكوادر الصحية ولإجراء البحوث الطبية والاجتماعية.¹⁹⁷

ويختلف مفهوم المستشفى حسب الأطراف التي يتعامل معها، أي أن كل طرف ينظر لمفهوم المستشفى وفقا للعلاقة المتبادلة بينهما كما يلي¹⁹⁸:

- المرضى: ينظرون إلى المستشفى على أنها لجهة المسؤولة عن تقديم العلاج والرعاية الصحية لهم واستشفائهم.
- الكادر الصحي: هو الموقع الذي يمارس فيه أعماله ومهامه الإنسانية، وبما يملكه من خبرة ومهارة في القيام بالرعاية الصحية.
- إدارة المستشفى: منظمة مفتوحة على البيئة المحيطة بها ومتفاعلة مع متغيراتها المختلفة في ضوء ما حدد لها من أهداف وواجبات مسؤولة عن تنفيذها بشكل كفء وفعال.
- الدولة: إحدى مؤسساتها الخدمية والمسؤولة عن تقديم كل ما يحتاجه المجتمع، للنهوض بالواقع الصحي في البلد نحو الأحسن.
- مصانع الأدوية: سوق واسع يستوجب إمداده بما يحتاجه من أدوية ومستلزمات طبية وفق إتفاقيات مسبقة.
- الطلبة والجامعة: موقع تدريبي وعملي لإكسابهم المهارة والمعرفة الميدانية عن أسرار المهنة لإجراء التجارب والبحوث المستقبلية في مجال الطب.

بالإضافة إلى ذلك، هناك وجهات نظر لأطراف أخرى تمتد إلى زوايا وتصورات مختلفة عن فهمها للمستشفى.

2-أنواع المؤسسات الاستشفائية

يمكن تقسيم المستشفيات حسب عدة أسس.

- حسب نمط الملكية والإشراف: تقسم المستشفيات حسب الملكية والإشراف إلى نوعين رئيسيين: مستشفيات حكومية ومستشفيات خاصة.
 - المستشفيات الحكومية: وتعد إحدى أهم المؤسسات الصحية، وهي مملوكة للدولة وتديرها أجهزة حكومية من وزارات وهيئات ومؤسسات عامة، وفق تنظيمات ولوائح حكومية تحكم سير العمل في القطاع العام، تقسم إلى:
 - مستشفيات حكومية عامة خاصة و تخصصية: بالنسبة للمستشفيات الحكومية العامة فهي تابعة لوزارة الصحة والسكان غالبا، وأما المستشفيات الخاصة فهي تابعة لجهة معينة مثل وغالبا ما تقدم خدماتها للعاملين وأبنائهم بتلك الجهات، المستشفيات العسكرية والشرطة، والمستشفيات التخصصية فتشمل مستشفيات الولادة، العيون، الأنف والأذن والحنجرة، التأهيل والعظام، الأمراض المزمنة وغيرها وهنالك مستشفيات تشمل أكثر من تخصص واحد.
 - المستشفيات الجامعية والتعليمية: هي مستشفيات مملوكة للدولة، تابعة للجامعات وتقدم خدماتها مجانا أو مقابل رسوم زهيدة تغطي تكاليفها ومصاريفها الإدارية تحتوي على بعض الأقسام التعليمية التي تتيح فرصة التدريب العملي لطلاب الطب.
 - المستشفيات الخاصة: المستشفيات تقدم الخدمات مقابل رسوم، وذلك عكس المستشفيات الحكومية التي تقدم الخدمات الصحية مجانا.

- حسب حجم المستشفى: وضمن هذا التصنيف نستطيع أن نميز بين الأنواع التالية:

(197) محمود خليل الشاذلي وآخرون، طب المجتمع، أكاديميا إنترناشيونال، بيروت، بيروت للنشر والطباعة، 1999، ص 61.

(198) ثامر ياسر البكري، إدارة المستشفيات، مرجع سبق ذكره، ص 21-22.

- المستشفيات الكبيرة الحجم: وهي التي تحتوي على 100 سرير أو أقل
- المستشفيات المتوسطة الحجم: وهي المستشفيات التي تحتوي بين 101 و 500 سرير.
- المستشفيات الصغيرة الحجم: وهي التي يزيد عدد أسرتها عن 500 سرير.

● حسب جودة خدمات الرعاية الصحية المقدمة: حسب هذا المعيار يمكن تصنيف المستشفيات كما يلي:

- المستشفيات المعتمدة: هي المستشفيات المعترف بجودة خدماتها المقدمة، حيث تشرف على مراقبة الخدمات هيئات رسمية متخصصة مثل: الهيئة الأمريكية المشتركة لاعتماد التنظيمات.
- المستشفيات غير المعتمدة: هي المستشفيات التي لم تتحصل بعد على اعتماد من طرف الهيئة المختصة بذلك، والتي مازالت لم تصل بعد إلى حد معين معترف به من جودة الرعاية الصحية المقدمة.

بالإضافة إلى الأسس السابقة المعتمدة في تصنيف المستشفيات، هناك أسس أخرى كما يمكن للأسس السابقة أن تتداخل بتعدد الأغراض التي يهدف المستشفى إلى تحقيقها.

المطلب الثاني: جودة الخدمة في المؤسسات الاستشفائية الجزائرية

الحديث عن الصحة في الجزائر هو بالضرورة حديث عن القطاع الأكثر حساسية، حيث نرى من يوم لآخر أرقاماً مخيفة عن واقع الصحة في الجزائر والتي تسير إلى الأسوأ، ويدفع المواطن ثمن تدني الخدمات وحقه في العلاج

1- واقع جودة الخدمة الصحية في الجزائر

كشفت آخر الإحصاءات عن تذييل النظام الصحي المعتمد في الجزائر، رغم الميزانيات الضخمة المرصودة لتحسين ظروف الرعاية الصحية للمواطن الجزائري، حيث تنفق الجزائر ضعف ما تنفقه المغرب على قطاع الصحة مقابل رعاية صحية جيدة، مقارنة بميزانياتها مع الجزائر، ومن خلال الاطلاع على الأرقام التي تعددها مراكز الدراسات والإحصاء نطالع أرقاماً مخيفة عن واقع الصحة في الجزائر، وهي أرقام مرعبة، على الرغم من كونها بعيدة عن الواقع، أي أن الواقع أمر، فكل الأمراض في تزايد مستمر ومن سنة لأخرى أصبح المواطن الجزائري يعيش حالة من التوجس من المرض لا لسبب إلا لعدم ثقته في المؤسسة الصحية ككل سواء كانت عمومية أو خاصة، هذه الأخيرة التي يرى فيها المواطن الجزائري البديل من أجل ضمان خدمة صحية متميزة ولكن يصطدم بواقع مرير والعكس ما هو موجود في بلادنا حيث أصبحت المؤسسات الصحية الخاصة كابوساً آخر. إن النظام الصحي الجزائري مسير من طرف وزارة الصحة، السكان وإصلاح المستشفيات (MSPRH)، والتي تقوم بدورها بإدارة مؤسسات العلاج الاستشفائي والقطاع الصحي العمومي. وتوجد خمس مناطق صحية عبر جميع أنحاء الوطن مع 05 مجالس إقليمية للصحة (CRS) و 5 مراصد إقليمية للصحة (ORS). على الصعيد الولائي يوجد 48 مديرية للصحة والسكن (مديرية في كل ولاية).



شكل رقم (1) خريطة للـ 05 المناطق الصحية. المصدر: متوفر على الموقع <http://www.sante.dz>

تتميز هذه الخريطة الصحية الجديدة من خلال إنشاء مؤسسات عمومية للصحة الجوارية المستقلة في تسييرها (EPSP) و التي تتمثل مهامها في ضمان تنفيذ برامج الوقاية وتقديم الرعاية الطبية الأساسية وإنشاء مؤسسات عمومية إستشفائية مستقلة أيضا في تسييرها ومهامها هي تقديم مجموعة واسعة من خدمات من الرعاية الطبية للسكان وكذا محو الفوارق الجغرافية.

1-1- السوق الوطنية للأدوية:

إن السوق الوطنية للأدوية بالجزائر محدودة بنسبة صغيرة من قائمة الأدوية. بلغ حجم هذه السوق 9.2 مليار دولار منها 1.73 مليار دولار من واردات الأدوية في عام 2011 مقابل 0.46 في عام 2001 و 1.17 مليار دولار من الإنتاج المحلي حيث تعود 84 ٪ من الإنتاج المحلي للقطاع الخاص و 16 ٪ للقطاع العام.¹⁹⁹

جدول 01: واردات الأدوية من 2001 إلى غاية نوفمبر 2012. الوحدة: مليون دولار. المصدر: الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

السنة	واردات الأدوية	السنة	واردات الأدوية
2001	461,62	2007	1335,42
2002	583,31	2008	1695,20
2003	693,03	2009	1575,32
2004	913,91	2010	1498,29
2005	1002,41	2011	1730,31
2006	1119,38	2012	1499,61

نقاط قوة السوق الجزائرية للأدوية: تتمثل في:

- سوق دواء ديناميكي: بعد تزايد سجله بنسبة 17 ٪ في عام 2011، حيث تشير التوقعات إلى معدل نمو سنوي يقدر بـ 10 ٪ بحلول عام 2015؛
- حماية الإنتاج المحلي عن طريق: منع استيراد المنتجات المصنعة محليا وتعويض من قبل الضمان الإجتماعي على أساس تعرفه الأدوية الجينية؛
- معدل ربح سريع للمشروع بنسبة 34 ٪ مع فترة إسترداد تصل إلى 6 سنوات.

2-1- المرافق الصحية:

يتوقع المخطط التوجيهي للصحة للفترة 2009-2025 إستثمارات تقدر بـ 20 مليار أورو لبناء مرافق صحية جديدة وكذا تحديث المستشفيات الموجودة. في هذا الصدد تم الشروع في الإصلاحات المتعلقة على تفريد وظيفة صيانة البنى التحتية ومعدات المستشفيات وتدريب الهيئات الصحية.²⁰⁰ وفي إطار برنامج الإستثمارات العمومية للفترة الممتدة ما بين 2010-2014، إستفاد قطاع الصحة من غلاف مالي قدر بـ 619 مليار دينار جزائري. وتعتزم الخطوط العريضة لهذا البرنامج إنجاز 172 مستشفى، 45 مجمع صحي متخصص، 377 مستوصف، 1.000 قاعة علاج، 17 مدرسة للتدريب شبه الطبي وأكثر من 70 مؤسسات متخصصة للأشخاص ذوي الإعاقة.

⁽¹⁹⁹⁾ متوفر على موقع الوكالة الوطنية لتطوير: <http://www.andi.dz/index.php/ar/>

²⁰⁰ إحصائيات وزارة الصحة 2012

1-3- مدارس ومراكز التكوين:

هناك 27 مدرسة و مركز تكوين في القطاع العام و 17 في القطاع الخاص و الموزعة عبر 48 ولاية منها:

- المعهد الوطني للتدريب المتقدم للشبه طبي للجزائر العاصمة – الجزائر-
- مدرسة تدريب الشبه طبي- أدرار
- مدرسة تدريب الشبه طبي - الشلف
- مدرسة تدريب الشبه طبي - الأغواط
- مدرسة تدريب الشبه طبي باتنة
- مدرسة تدريب الشبه طبي لأوقاس - بجاية
- المعهد التكنولوجي للصحة العمومية - وهران
- مدرسة تدريب الشبه طبي بسكرة
- مدرسة تدريب الشبه طبي - بشار
- مدرسة تدريب الشبه طبي - البليدة
- مدرسة تدريب الشبه طبي - تمنراست

1-3- الصناعة الصيدلانية:

تعدّ الجزائر أول سوق للمواد الصيدلانية في جنوب حوض البحر الأبيض المتوسط، ب 75، 1967 مليون دولار من الواردات في عام 2011. حددت الصناعة الصيدلانية في الجزائر لنفسها هدف تحسين ألياتها من أجل تحقيق جلب للاستثمار المحلي والأجنبي بهدف ضمان تغطية السوق من الإنتاج المحلي لتصل إلى 70٪ في عام 2014، و الذي عرف معدل نمو قوي سريع و ثابت.

إضافة إلى ذلك، وضعت وزارة الصحة نظاما جديدا لتمويل المؤسسات بالمواد الصيدلانية الموجهة لضمان التوفر "الكامل والدائم" للأدوية. يضاف هذا النظام إلى التدابير التي اتخذتها الحكومة لتصفية قطاع توزيع الأدوية وتطوير وتحديث المنتجات "الحساسة"²⁰¹.

المطلب الثاني:تطور الخدمات الصحية في الجزائر

أنجزت الجزائر عددا هاما من المرافق الصحية خلال الفترة الممتدة من 1962 إلى 2012؛ سعيا لتحسين نوعية العلاج وتقريبه من المواطن؛ حيث لم يكن عدد المرافق الصحية في سنة 1962 يتجاوز 143 مركز؛ بقدرة استيعاب 13395 سرير، لتتطور خلال خمسين سنة إلى 14 مستشفى، 68 مؤسسة استشفائية متخصصة، 200 مؤسسات استشفائية عمومية، 778 مؤسسة استشفائية تابعة للقطاع الخاص. وتقدر قدرة الاستيعاب بين القطاعين العمومي والخاص بأكثر من 71 ألف سرير، موزعة بين المؤسسات الصحية الجوارية 1513 عيادة متعددة الخدمات، 5836 قاعة علاج العيادات التابعة للقطاع الخاص، 5904 عيادة تابعة لأطباء متخصصين خواص، 6206 عيادة لأطباء عامين خواص، 4909 عيادة جراحة أسنان تابعة للخواص و9000 وكالة صيدلانية خاصة.²⁰²

1-تحسين أنواع العلاج

أسهمت مختلف السياسات الصحية المنتهجة منذ خمسين سنة من الاستقلال، في تحسين أنواع العلاج وتوسيع التغطية الصحية؛ مما مكّن من تمديد معدل عمر المواطن إلى أزيد من 76 سنة وتحقيق جزء من أهداف الألفية، إلا أن هناك تحديات لاتزال قائمة ينبغي رفعها.

⁽²⁰¹⁾ متوفر على موقع الوكالة الوطنية لتطوير <http://www.andi.dz/index.php/ar>

⁽²⁰²⁾ متوفر على الموقع: <http://elraaed.com/ara/watan/23390>

ونجم عن هذه البرامج الصحية القضاء على معظم الأمراض المعدية التي تفشت بكثرة خلال العشرية الأولى من عمر الاستقلال، إضافة إلى تحسين ظروف المعيشة، مما أدى إلى الزيادة في الأمل في الحياة من 47 إلى 5,76 سنة رغم الظروف الصعبة وقلة الوسائل المادية والبشرية. وتأتي هذه النتائج تنويعا للجهود التي بُذلت، والمتثلة في ديمقراطية التعليم العالي، سيما الطب وتطبيق سياسات العلاج المجاني؛ بتبني برامج وقائية على مراحل، على رأسها البرنامج الموسع للقاحات الأطفال، الذي بلغ مستوى تجاوز توصيات المنظمة العالمية للصحة (90 بالمائة). وساهمت هذه الإجراءات في تخفيض وفيات الأطفال من 280 حالة لكل 1000 ولادة حية إلى 23 حالة لكل ولادة حية، وبهذه النسبة تكون الجزائر قد حققت هدفا من أهم أهداف الألفية وفق معطيات الديوان الوطني للإحصاء. كما لعبت الموارد البشرية دورا هاما في تحسين نوعية العلاج بفضل تدعيم التكوين الطبي وشبه الطبي بـ 14 مرة؛ حيث انتقل عدد السلكين من 5 آلاف خلال نفس العشرية إلى أكثر من 75 ألف خلال التسعينيات، ليتجاوز هذا العدد 150 ألف في سنة 2013.²⁰³ وبفضل هذه الجهود بلغت التغطية الشاملة للقاح المضاد للسيل (بي. سي. جي) 99 بالمائة، والقاح المضاد للشلل 91 بالمائة، والمضاد للبوحمر 88 بالمائة، والمضاد لالتهاب الكبد الفيروسي 90 بالمائة؛ مما أدى إلى القضاء نهائيا على بعض الأمراض الفتاكة على غرار الملاريا، التي لاتزال المراقبة عبر الحدود تتصدى لها، حسبما أكده الأستاذ جون بول غرانكو متخصص في طب الأطفال وأحد مهندسي هذا البرنامج الفعال. وحذا مرض السل حذو هذا الأخير، مسجلا تراجعا محسوسا، ليقدّر 20 حالة فقط لكل 100 ألف ساكن، وهي النسبة المماثلة المسجلة في بعض البلدان المتطورة، بالإضافة إلى التحكم في الأمراض الأخرى مثل (الشلل، والبوحمر، والديفتيريا) التي أصبحت تقريبا منعدمة.

2- الاهتمام بالهياكل الصحية

وأدى تعزيز القطاع بهياكل صحية إلى تراجع محسوس في الأمراض المعدية والقضاء على بعضها تماما، وانخفاض الوفيات بصفة عامة والأطفال والأمهات الحوامل على الخصوص بنسبة 5 بالمائة سنويا؛ بفضل ارتفاع معدل الولادة المدعمة طبيا، الذي وصل إلى 98 بالمائة، وفتح 88 مصلحة تتكفل بصحة الأم والطفل بالعديد من المراكز الجوية للقطر. ويضاف إلى هذا ضمان متابعة الحمل الذي يشكل خطورة بجانب تنظيم التخطيط العائلي، حيث انخفض معدل الإنجاب من 7 أطفال لكل امرأة خلال السنوات الأولى للاستقلال إلى 3 أطفال خلال السنوات الأخيرة. ورغم المجهودات المبذولة عرف التكفل بالعلاج المتخصص طلبا متناميا؛ مما استدعى اللجوء إلى تحويل عدد من المرضى إلى الخارج؛ إلى فرنسا في بداية الأمر، ثم دول أوروبية أخرى من خلال تعاقد الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي مع مستشفيات هذه الدول. ورغم الانعكاسات السلبية للعشرية السوداء على القطاع إلا أنه حافظ على وتيرة التقدم التي كان عليها، بل سجل تحسنا في أهم المؤشرات الوقائية والتلقيح والعلاج القاعدي. كما ساهمت سياسة الانفتاح في تعزيز القطاع بعدة عيادات استشفائية تابعة للقاع الخاص، وتخلي الدولة عن احتكارها لاستيراد وتوزيع الأدوية لفائدة هذا القطاع مع تشجيع بروز عدة وحدات إنتاج.

وتميزت العشرية الأخيرة بتكيف البرامج الصحية مع احتياجات السكان وإعداد قوانين تسيير جديدة للمؤسسات الاستشفائية الكبرى، وتعزيز مراكز العلاج الجوي التي تتكفل بالعلاج القاعدي؛ حيث وصل عددها إلى 7033 مركز، وأكثر من 1500 عيادة متعددة الخدمات، بالإضافة إلى المؤسسات الاستشفائية الجامعية (14 مستشفى)، والمتخصصة (68 مؤسسة)، أكثر من 300 مؤسسة استشفائية تابعة للقطاع الخاص. وتوفر هذا العدد الهائل من الهياكل الصحية المنتشرة عبر القطر تكون الجزائر، حسب الأستاذ إسماعيل مصباح متخصص في الأمراض الوبائية، قد رفعت قدرة استيعاب المرضى خلال السنوات الأخيرة بأزيد من 71 ألف سرير؛ أي ما يعادل سريرا واحدا لكل 500 مواطن. وكُللت هذه المجهودات بعصرنة المنظومة الاجتماعية بتعزيزها بالبطاقات المغناطيسية "الشفاء"، والعمل على تعميم استعمالها؛ من خلال تعاقد الصندوق الوطني مع الوكالات الصيدلانية التابعة للقطاع الخاص وطبيب العائلة والمخابر البيولوجية؛ ما نجم عنه التكفل الجيد للصندوق بصحة المؤمنین اجتماعيا وذوي الحقوق لفائدة 22 مليون جزائري.

3- الاهتمام بالعنصر البشري

يعدّ الموارد البشرية أهم الموارد التي تتمتع بها المؤسسات الصحية لذلك لا بد من تحفيز وتحريك هذه الموارد، وذلك بتحسين أجورهم ومختلف العلاوات إلى مستويات تسمح لهم بالعيش الكريم، والتفرغ كليا إلى المرضى خاصة وأن عدم رضاهم وغضبهم سببه الرئيسي ضعف

(203) إحصائيات منظمة الصحة العالمية 2013

مستويات أجورهم كما رأينا ذلك سابقا. وأن ترتبط الأجور بالعمل المقدم، حتى يمكن مكافأة المستخدمين الأكفاء بمختلف وظائفهم وبالتالي تشجيعهم على بذل المزيد من المجهودات، كما يجب وضع سياسة للتكوين المستمر لجميع مستخدميها والسهر على تنفيذها وتقييمها، تكون حركية لأن مستقبل هذه المؤسسات مرتبط بها.²⁰⁴

وشكّل العنصر البشري محورا أساسا لتطوير القطاع الصحي؛ بتكوين أكثر من 46 ألف طبيب في جميع التخصصات مما كان له الأثر البارز على التوزيع العادل في العلاج عبر القطر، كما أدى الأثر المادي لمضاعفة ميزانية القطاع 14 مرة منذ الاستقلال (أكثر من 233 مليار دج) بدوره، إلى تحسين نوعية العلاج.

توصلت كليات الطب في الجزائر إلى تكوين ما يقارب 80 ألف طبيب خلال خمسين سنة من الاستقلال، بعد ما كان عدد هذا السلك لا يتجاوز 500 طبيب من مختلف الاختصاصات في سنة 1962. وإذا كان التكوين الطبي قد اقتصر خلال السنوات الأولى للاستقلال على كلية الطب لجامعة الجزائر العاصمة التي كان يتخرج منها سنويا آنذاك بين 30 إلى 40 طبيا فقد تم تدعيمها بكليتين خلال السنوات التي أعقبت الاستقلال بكل من جامعي وهران وقسنطينة.

وخلال السنوات الأخيرة وصل عدد الكليات عبر القطر إلى 12 كلية، أربع منها بالوسط (العاصمة والبلدية وتيزي وزو وبجاية)، وأربع بالشرق (عنابة، وسطيف، وباتنة، وقسنطينة)، وكليات أخرى بالغرب (وهران وسيدي بلعباس وتلمسان، بشار)،

المطلب الثالث: أهم مشاكل تطوير القطاع الصحي بالجزائر

المؤسسات الصحية الجزائرية ومن خلالها قطاع الصحة بوضعية صعبة، فأصبحت اليوم محط لانتقادات عديدة سواء من قبل المرضى المستعملين، أو من قبل المستخدمين الصحيين بما فيهم مسؤولين سامين في وزارة الصحة. هذه الانتقادات مؤسسة حول الإهمال الكبير في المؤسسات الصحية التي تكون قطاع غير منظم، عدم تحريك والاستعمال السيئ لموارد بشرية مؤهلة ولكن بدون تحفيز وآفاق تمثل من 70 إلى 80% من ميزانية هذه المؤسسات، أو عطل المعدات والتجهيزات الطبية في حين تبقى معدات حديثة غير مستغلة، إلى جانب التبعية إلى الخارج، الشيء الذي لم يسمح بالتكفل بالمرضى على أحسن وجه. تتمثل هذه الأزمة التي هي متعددة ومتنوعة فيما يلي:²⁰⁵

- الجانب التنظيمي: إن الوضعية الصعبة التي تمر بها المؤسسات الصحية العمومية الجزائرية مرتبطة بمشاكل التنظيم والتسيير، وفي اتخاذ القرارات، حيث يقتصر دور المسيرين على تنفيذ الميزانيات لا غير، إلى جانب عدم عمل الأجهزة التسييرية كما ينبغي، عدم القيام بالمراقبة من قبل مديريات الصحة للولايات إلى هذه المؤسسات، وإن قامت بها فهي شكلية. الشيء الذي أدى إلى الإهمال الكبير في هذه المؤسسات، وإلى ارتفاع تكاليف العمل، ونوعية العلاج لم تتوقف عن التدهور. وما فاقم المشكلة هو غياب مسيرين أكفاء، إلى جانب إهمالهم بعقد صفقات مشبوهة.
- عدم تحريك وتحفيز الموارد البشرية: يعدّ العنصر البشري أهم الموارد التي تتمتع بها المؤسسات الصحية وعنصرها الفعال، حيث تحتل أجور المستخدمين الجزء الأكبر من نفقات هذا القطاع، فتمثل ما بين 80-90% من ميزانية هذه المؤسسات. لكن هذا المورد الهام والثروة الدائمة غير مستخدم بفعالية، وبدون تحفيز وآفاق، نتيجة لضعف الأجور، آفاق غامضة، عدم تحريكهم... الخ. لا تستطيع الإدارة مكافأة العمال المجددين، مما أدى بهم أن لا يدافعوا إلا عن حقوقهم: الأجور، العلاوات، شروط العمل... الخ، ونسوا واجباتهم، حيث تطالعنا الصحف الوطنية من يوم لآخر بقيام عمال هذه المؤسسات بإضراب في كل مناطق البلاد.
- الجانب المالي والمحاسبي: إيرادات ميزانية هذه المؤسسات مرتبطة بالضمان الاجتماعي والدولة، والموارد الخاصة التأتية من الخدمات الصحية التي تقدمها للمواطنين تبقى ضعيفة جدا، لا تتعدى في أحسن المؤسسات 2% من إجمالي إيراداتها. يرجع ذلك

⁽²⁰⁴⁾ بن لوصيف زين الدين، تسيير المؤسسات الصحية العمومية الجزائرية في ظل المتغيرات المعاصرة، مداخل متوفرة على

الموقع <http://www.startimes.com>

⁽²⁰⁵⁾ متوفر على موقع الوكالة الوطنية لتطوير <http://www.andi.dz/index.php/ar>

إلى الأسعار الرمزية التي حددتها السلطات لهذه الخدمات مقارنة مع أسعار القطاع الخاص، إلى جانب عدم اهتمام عمال هذه المؤسسات بتحصيلها من جانب آخر، لأنهم لا يستفيدون منها إذا ارتفعت. بالنسبة للجانب المحاسبي، فإجراءات المحاسبة العمومية ثقيلة لا تواكب التطورات، لا تسمح بالمرونة وبسرعة التدخل. كما أن غياب المخطط المحاسبي الوطني الاستشفائي، وعدم استخدام أدوات المحاسبة التحليلية جعل هذه المؤسسات لا تعرف مستوى تكاليف تشغيلها وخدماتها.

- الصيانة: إن الكثير من مؤسساتنا الصحية تشتغل بأقل بكثير من قدراتها، فالمعدات والتجهيزات الطبية الحديثة المتأتية من انتشار التكنولوجيات الجديدة للتشخيص والعلاج غير مستعملة كما ينبغي، بسبب عدم الاهتمام بصيانتها، إذ عانت وتعاني من تعطلات متواترة، والذي زاد في إطالة مدتها نقص قطع الغيار مما جعلها دون استعمال لعدة أيام. وما زاد في مشكل الصيانة في مؤسساتنا هو اعتمادها فقط على الصيانة العلاجية، وعدم وجود مختصين في ذلك.
- منافسة القطاع الخاص: ظهور قطاع خاص ينمو يوما بعد يوم يجلب أحسن الموارد البشرية التي تتوفر عليها المؤسسات الصحية العمومية، بفعل إغرائاته المالية، وظروف العمل الجيدة في هذا القطاع. إلى جانب عدم مراقبة هذا القطاع رقابة تقنية وعلمية خاصة من جانب استيراد الأدوية وتجهيزاته الصحية، وإلى أسعار خدماته المرتفعة جدا، مقارنة بمستوى خدماته، ومقارنة بأسعار المؤسسات العمومية. إلى جانب هذه المظاهر فهناك التبعية إلى الخارج فيما يخص المواد الصيدلانية (الأدوية والمواد المستهلكة) وتقلص الموارد من العملة الصعبة أدى إلى عدم توفرها بهذه المؤسسات، وبالتالي شلل بعض النشاطات العلاجية.

الختامة

مما سبق، يُستنتج أنّ المرحلة الأخيرة تشهد اهتماما كبيرا على كافة المستويات فيما يتعلق بجودة الرعاية الصحية بالجزائر، ولعدم توافر نظام أساسي للجودة لدى المؤسسات الصحية يساعدها على التعرف إلى المشاكل وإيجاد الحلول لها وتوفير قاعدة بيانات تساهم في قياس ومتابعة مستوى جودة الخدمة الصحية المقدمة ومدى تطورها فقد دفع ذلك وزارة الصحة والسكان إلى التخطيط والتركيز على وضع برنامج لتحسين الجودة يكون أساسا للعمل الدائم والمستمر ويهدف إلى مراقبة وتحسين جودة الرعاية الصحية من خلال إستراتيجية شاملة للوزارة لتطوير النظام الصحي.

إن الجودة في مجال الرعاية الصحية تعني إرضاء المرضى وذوهم من خلال تلبية متطلبات العلاج وتأمين العناية المناسبة للمريض وحسن التعامل مع المريض وزواره. ولابد لمقدمي الرعاية الصحية من مهنيي الرعاية الصحية أن يكونوا مثقفين جيدا ومدربين جيدا على مواجهة التحديات اليومية المتمثلة في تلبية احتياجات وتطلعات عملائهم. فالرعاية الصحية مجال معقد، وما لم تتوافر للعاملين الصحيين ثقافة تقنية جيدة، فإن فرصهم تضعف في التمتع بثقة مراجعيهم. ومن ثمّ، فلا بد للجودة في الرعاية الصحية أن تكون مقترنة بقدرات ومؤهلات تقنية رفيعة المستوى.

ومن الضروري إدراك أن الجودة في الرعاية الصحية هي عملية وليست برنامجاً. إذ ينبغي بدؤها، وتقديمها، وتقييمها، وتحسينها، ورصدها باستمرار، حتى بعد شفاء المريض من مرضه.

من الأمتع تقديم الرعاية في بيئة مقبولة من الناحية الجمالية. ولا ريب أن مرفق الرعاية الصحية الذي يُعنى بتوفير أسباب الراحة للمتعالين معه وإمتاعهم كما يُعنى بعافيتهم، هو مرفق جيد. وهذا البُعد القِيم، بُعدُ الإمتاع، سواء تمثّل في نظافة المرفق، أو زخرفته، أو خدمته، من شأنه، ولو بقليل من الاهتمام به، أن يعزّز جودة الرعاية الصحية.

من خلال هذه الورقة البحثية استخلصنا النتائج التالية:

- تعدّ إستراتيجية إدارة الجودة الشاملة وإستراتيجية إعادة البناء التنظيمي (الهندرة) وإستراتيجية تخفيض العمالة إستراتيجيات حديثة معتمدة في عمليات التغيير التنظيمي؛
- ينظر إلى إدارة الجودة الشاملة على أنها قاطرة عظيمة للتغيير إلى الأفضل؛

- إن وجود إدارة الجودة الشاملة في المنظمات الصحية لم يعد مجرد نظرية إدارية جديدة وإنما أصبح ضرورة ملحة وذلك لضمان تحسين وتطوير الأداء بصورة مستمرة، وتقديم خدمات صحية متميزة؛
- إن تطبيق إستراتيجية إدارة الجودة الشاملة في المنظمات الصحية ليس بالأمر الهين أو السهل، حيث أن أسلوب العناية بالمريض وتقديم الخدمة الصحية للمواطنين عملية تتطلب إجراءات عديدة وتدخل فئات متعددة ومتباينة من حيث نوع التخصص والمؤهل والثقافة وغيرها، فضلاً عن ذلك تطبيق هذه الإستراتيجية سيواجه العديد من الصعوبات والمعوقات التي من شأنها أن تعيقه وتقيدته وتسببهم في عدم نجاحه.

حوكمة المؤسسات كمؤشر للتنمية المستدامة: دراسة حالة الجزائر

الباحث خليل زغدي

كلية الحقوق/ الوادي/ الجزائر

الباحثة وفاء بن سيدي إبراهيم

كلية الحقوق/ بسكرة/ الجزائر

ملخص:

يعد تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية مطلباً أساسياً ضمن أبعاد الحكم الرشيد في إطار تحقيق التنمية المستدامة، وهو ما يطلق عليه بحوكمة المؤسسة وانطلاقاً من هذا، يمكن طرح إشكالية لهذه الورقة البحثية على النحو الآتي: كيف تسهم حوكمة المؤسسات في دعم التنمية المستدامة؟ وما مدى نجاح هذا التوجه في التجربة الجزائرية؟ وتكمن أهمية هذه الورقة البحثية في عرض أحد أهم الاتجاهات الحديثة في مكافحة الفساد الإداري المندرجة ضمن مبادئ الحكم الرشيد، ألا وهي حوكمة المؤسسة كآلية للتسيير العقلاني للمؤسسة ومزيلة لمشاكلها الإدارية، بما يحقق الشفافية الاقتصادية مع متعاملها، من جهة، ومع مستخدمها من جهة أخرى. كما أن الهدف الأساس لهذه الورقة البحثية هو توضيح مكانة حوكمة المؤسسة كتوجه للقضاء على مشكلات الفساد الإداري بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية كدراسة حالة. إن المبرر الأساسي الذي دفع إلى الاهتمام بهذا الموضوع هو الرغبة في مناقشة جوانب تتعلق بتبني توجهات الحكم الرشيد من الناحية المؤسسية من قبل الدولة الجزائرية من أجل تنمية سبل النشاط الاقتصادي والتنمية المنتهجين بالجزائر منذ بداية سياساتها الانفتاحية مطلع تسعينيات القرن الماضي، وقد تم اختيار 2007 كحد زمني بدأت به إرهاصات تكريس مبدأ حوكمة المؤسسات بالجزائر، وهذا من خلال سن الإطار القانوني لها، مما يجعلها نهجاً إلزامياً لقادة المؤسسات الاقتصادية، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي لفهم الأطر النظرية لمفهوم حوكمة المؤسسات والتنمية المستدامة، وكذا تحليل محتوى ميثاق الحكم الرشيد للمؤسسة الجزائرية، وتم استخدام أداة الملاحظة لمشاهدة ظاهرة الفساد الإداري في المؤسسات الاقتصادية الحكومية والخاصة بالجزائر. وقد توصلت الورقة البحثية إلى نتيجة مفادها أن الجزائر رغم وضعها لنظام قانوني يضبط كيفية إقرار معايير حوكمة المؤسسة إلا أن تفعيل الميداني لهذه التوجه لا يزال يحتاج إلى آليات متابعة ورقابة دائمة، وعلى هذا الأساس تقترح هذه الورقة البحثية مشاركة القطاع الخاص في تحديد الأطر القانونية لحوكمة المؤسسات بما يتوافق مع معايير التنمية المستدامة المتبعة والتوجه التنموي لإنعاش الاقتصاد الوطني. ويمكن القول أنه بات من الضروري تحقيق نوع من التعاون الحقيقي بين السلطة والقطاع الخاص لإقرار منظومة قانونية فعالة توضح كيفية تطبيق الحوكمة المؤسسية، مع حتمية وجود الجهاز الرقابي والمحاسبي لتفادي المشكلات الإدارية والمالية التي تعيق أداء المؤسسات الاقتصادية بصفة خاصة وتضعف النشاط الاقتصادي للدولة بصفة عامة.

كلمات دالة: حوكمة المؤسسات، التنمية المستدامة، الإطار القانوني لحوكمة المؤسسات في الجزائر.

مقدمة:

لقد كان لظهور التنمية المستدامة كمنظومة فكرية تتداخل فيها عديد القضايا السياسية والاقتصادية بدرجة أولى، الدور البارز في تبني توجهات تؤدي إلى تحسين أداء المؤسسات ذات الطابع الاقتصادي في إطار سياسات التنمية الاقتصادية التي تتبعها الكثير من دول العالم. وفي سعي المؤسسات إلى تحقيق أهدافها تزداد الحاجة إلى محاربة شتى مظاهر الفساد (المالي، والإداري، والأخلاقي) والتي تؤدي من دون شك إلى تعطيل مسار استدامة الوظيفة التنموية لهذه المؤسسات. ومن هذا المنطلق بات من الضروري إقرار إستراتيجية للتسيير الرشيد للمؤسسة، والفعال لموارد المتاحة مما يجعلها دعامة أساسية لمختلف مجالات التنمية المستدامة.

إشكالية البحث:

تتمحور ورقتنا البحثية حول الإجابة عن السؤال الرئيس التالي:

إلى أي مدى تسهم حوكمة المؤسسات في دعم التنمية المستدامة؟ وما مدى نجاح هذا التوجه على الحالة الجزائرية؟

أقسام البحث:

للإجابة عن الاشكالية المطروحة ارتأينا أن نقسم البحث إلى المحاور الثلاثة التالية:

- المحور الأول: مفاهيم أساسية حوكمة المؤسسات و التنمية المستدامة.
- المحور الثاني: دور حوكمة المؤسسات في تحقيق التنمية المستدامة.
- المحور الثالث: تجربة حوكمة المؤسسات في الجزائر وأفاقها المستقبلية

المحور الأول: مفاهيم أساسية للحوكمة المؤسسات والتنمية المستدامة.

أ. ماهية حوكمة :

مصطلح الحوكمة *governance* قد عرف تأصيله التاريخي عدة اختلافات شأنه شأن الترجمة في القرن الثالث عشر فيعود أصل الكلمة *Gubernan* يعني قيادة الباخرة الحربية إلى اللغة اليونانية ، ثم ظهر في القرن الخامس عشر في الفرنسية أين تم استخدامه ليعبر عن وصف فن أو طريقة الحكم وكان يستعمل في ذلك الوقت كمرادف لمصطلح يعبر عن الحكومة، حتى القرن السادس عشر 16 أين استعمل في اللغة الانجليزية بالمصطلح الحالي ليعبر عن وصف فن أو طريقة الحكم وكان يستعمل في ذلك الوقت كمرادف لمصطلح يعبر عن الحكومة ، حتى القرن السادس عشر 16 أين استعمل في اللغة الانجليزية بالمصطلح الحالي ثم استخدم كمصطلح قانوني ليستعمل في نطاق واسع للتعبير عن تكاليف التسيير في عام 1979⁽¹⁾.

يعد تطبيق الحوكمة الرشيدة في المؤسسات من بين الآليات التي تدعم عملية تفعيل مراقبة التسيير في المؤسسات، لهذا سعى مختلف الباحثين إلى محاولة إسقاط مبادئ و معايير الحوكمة على المؤسسات بهدف الرفع من كفاءة أدائها ومردوديتها.

ب -حوكمة المؤسسات:

نظرا لأهمية تطبيق الحوكمة في المؤسسات ودورها في الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، أثارت اهتمام الباحثين والمختصين مما نتج عن ذلك عدت تعاريف ربما أنها تختلف في مضمونها لاختلاف وجهات النظر لكن هدفها واحد وهو الرفع من كفاءة إدارة هذه المؤسسات وزيادة مردوديتها.

1-مفهوم حوكمة المؤسسات

عرفت المنظمة الدولية للمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية الحوكمة على انها " الإجراءات المستخدمة بواسطة ممثلي أصحاب المصلحة في المنظمة لتوفير الإشراف على المخاطر ورقابة المخاطر التي تقوم بها الإدارة". ويركز هذا التعريف على المخاطر التي تنطوي على تصرفات الإدارة وخاصة فيما يتعلق بالإفصاح عن بعض المعلومات ومدى تأثير ذلك على حقوق أصحاب المصلحة. كما تعرفه لجنة *cadbury* 1992 على أنها " نظام بمقتضاه تدار المؤسسات وتراقب" اذ يعتمد اقتصاد دولة ما على زيادة وكفاءة المؤسسات، وهكذا فان الفاعلية التي تؤدي بها مجالس الإدارات لمسؤولياتها تحدد الوضع التنافسي للدولة، وهذا هو جوهر أي نظام لحوكمة المؤسسات .

حيث يبين هذا التعريف كيف تتصرف الإدارة في القضايا التي تواجهها بما يحفظ حقوق الأغلبية والأقلية على السواء، فيما يتعلق بالشفافية في التقارير المالية والإجراءات التي تتخذها الإدارة للمحافظة على تحقيق أقصى فائدة من العمليات التي تديرها وكذلك إدارة المخاطر التي تواجه المؤسسة باستمرار وتطبيق المساءلة بين المسؤولين في الإدارات المختلفة وضمان عدم نهب أموال المؤسسات سواء العامة أو الخاصة.⁽²⁾ كما أنها تعرف على أنها أحد حقول الاقتصاد التي تحقق الكفاءة الإدارية أو تضمونها، كما أنها تعنى بالتحفيز على الكفاءة الادارية من خلال استخدام آليات معينة.⁽³⁾

من جملة التعريفات التي سبقت نخلص إلى أن هناك عدت تعريفات صدرت من جهات مختلفة تحاول شرح مفهوم وأهداف حوكمة المؤسسات رغم أنها لا تبدو متفقة في ظاهرها، إلا أن جلها تركز على أن الكفاءة والفعالية التشغيلية لجميع أنشطتها ومواردها، تؤدي إلى زيادة قدرتها التنافسية وقيمتها الاقتصادية لضمان اجتذاب الاستثمار ودعم أساس الأداء الاقتصادي طويل الأجل.

ثانيا: مبادئ حوكمة المؤسسات وخصائصها

ترتكز الحوكمة على مجموعة من المبادئ التي تحدد بها عملية تطبيقها لتكون أكثر فاعلية و يمكن حصرها فيما يلي:

- الانضباط: باتباع السلوك الأخلاقي المناسب و الصحيح.
- الشفافية: بتقديم صورة حقيقية لكل ما يحدث.
- المساءلة: بإمكان تقييم وتقدير أعمال مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية.
- المسؤولية: المسؤولية أمام جميع الأطراف ذوي المصلحة في المؤسسة.
- العدالة: يجب احترام حقوق مختلف المجموعات أصحاب المصلحة في المؤسسة.
- المسؤولية الاجتماعية: النظر إلى المؤسسة كمواطن جيد.

و بالإضافة إلى هذه المبادئ هناك مجموعة من القواعد التي تدعم حوكمة المؤسسات وتتمثل في:

- حقوق المساهمين: وتشمل حق نقل ملكية الأسهم، والتصويت في الجمعية، اختيار مجلس الإدارة، الحصول على عائد من الأرباح وكذا تدقيق القوائم المالية.
- معاملة عادلة ومتساوية للمساهمين: ويقصد بها المساواة بين حملة الأسهم داخل كل فئة، وأيضا حقهم في الدفاع عن حقوقهم القانونية، وحمايتهم من عمليات الاستحواذ ودمج مشكوك فيها وكذا الاتجار في المعلومات الداخلية مع حقهم في الاطلاع على جميع المعاملات مع أعضاء مجلس الإدارة أو المديرين التنفيذيين.
- دور أصحاب المصالح: ويتضمن احترام حقوقهم القانونية و التعويض على انتهاك تلك الحقوق مع آليات تعزيز مشاركتهم في الرقابة على الشركة وحصولهم على المعلومات المطلوبة.
- الشفافية والإفصاح: ويشمل الإفصاح عن المعلومات ذات الأهمية مثل الأداء المالي والتشغيلي للمؤسسة وأهدافها والأحداث الهامة وعوامل المخاطر، بحيث يتم الإفصاح عن كل تلك المعلومات في المناسب بدون تأخير وبدقة كافية.
- مسؤولية مجلس الإدارة: تتضمن هيكل مجلس الإدارة وواجباته القانونية وكيفية اختيار أعضائه، ومهامه الأساسية ودوره في الإشراف على الإدارة التنفيذية.
- ضمان وجود أساس إطار فعال لحوكمة المؤسسات: وينبغي أن يشجع هذا الإطار على الشفافية وكفاءة الأسواق وأن يكون متوافقا مع حكم القانون وأن يحدد وبوضوح توزيع المسؤوليات بين مختلف الجهات التنفيذية والتنظيمية والإشرافية.(4) كل ذلك يسهم من دون أدنى شك إلى وضوح الأدوار بين كيانات المؤسسة في إطار تفعيل وتكامل المهام بينها.

ثالثا: مكانة الحوكمة في المؤسسات

إن تبني مبادئ الحوكمة في المؤسسات أصبح ضرورة حتمية لا بد منها، نظرا لمساهمتها في تحسين أداء المؤسسات و الرفع من كفاءتها والقضاء على مظاهر الفساد الذي قد يكون عائقا لتحقيق أهدافها.

1-أهمية حوكمة المؤسسات

ويساعد نظام الحوكمة المؤسسية الجيد كذلك على حماية مصالح كل الأطراف المهتمة بالتعامل مع الشركة، وينظم العلاقات القائمة بين إدارة الشركة التنفيذية ومجلس إدارتها ولجنة التدقيق فيها، ما يعمل على خفض مخاطر الشركة وعلى رفع قيمة أسهمها في السوق،

كما أن نظام الحوكمة المؤسسية الجيد يحسن من نوعية وكفاءة القيادة في الشركة ويحسن من جودة إنتاجها. بالإضافة إلى أنها تساعد على تحسين الكفاءة في استخدام أصول المنشأة والعمل على تخفيض تكلفة رأس المال وتساعد أيضا في تحقيق رغبات المجتمع وتطلعاته.

ويمكن الإشارة هنا إلى أن الحوكمة المؤسسية الجيدة تساعد الشركات والاقتصاد بشكل عام على جذب الاستثمارات، ودعم الأداء الاقتصادي، والقدرة على المنافسة في المدى الطويل، من خلال تأكيدها على الشفافية في معاملات الشركة وفي إجراءات التدقيق والمحاسبة المالية والمشتريات. كما تساهم أيضا في تحسين إدارة الشركة من خلال مساعدة مديري ومجلس إدارة الشركة على تطوير إستراتيجية سليمة للشركة، وضمان اتخاذ القرارات على أسس سليمة، وتحديد المكافآت بشكل سليم، بالإضافة إلى أنها تتيح للشركة تبني معايير تتسم بالشفافية في التعامل مع المستثمرين والمقرضين، ومن الممكن أن يساعد النظام الجيد للحوكمة أيضا على منع حدوث الأزمات المصرفية (5)

إن لحوكمة المؤسسات أهمية بالغة في إضفاء نوع من الجودة والقيادة الرشيدة في تسيير وحددات وفروع المؤسسة ضمن التوجه الاقتصادي والاجتماعي المتبع من طرف السلطة.

2- أهداف حوكمة المؤسسات

تسعى حوكمة المؤسسات إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها:

- تعظيم أداء المؤسسات.
- وضع الأنظمة الكفيلة بتجنب أو تقليل الغش وتضارب المصالح والتصرفات غير المقبولة ماديا وإداريا وأخلاقيا.
- تحقيق الشفافية والعدالة وحماية حقوق المساهمين في المؤسسة وهذا يتم من خلال إيجاد قواعد وضوابط تهدف إلى تحقيق الشفافية والعدالة.
- العمل على الأداء المالي الجيد من خلال محاسبة الإدارة أمام المساهمين.
- فرض الرقابة الجيدة والفاعلة على أداء الوحدات الاقتصادية لتطوير وتحسين القدرة التنافسية للوحدات الاقتصادية.
- إيجاد ضوابط وقواعد وهياكل إدارية تمنح حق مساءلة إدارة الشركة أمام الجمعية العامة وتضمن حقوق المساهمين في الشركة. (6)
- تحسين عملية صنع القرار في المؤسسات بزيادة إحساس المديرين بالمسؤولية وإمكانية محاسبتهم من خلال الجمعيات العامة. (7)
- ضمان الشفافية والإفصاح ومكافحة مقاومة المؤسسات للإصلاح.
- ضمان تطبيق معايير محاسبية سليمة لمنع الفساد وسوء الإدارة.
- ضمان تدفق الاستثمار وتشجيع تدفقه وتنمية المدخرات وتعظيم الربحية. (8)

وعليه يجدر الإشارة إلى أنه من أهم أهداف حوكمة الشركات العمل على مساءلة ومحاسبة ومحاربة الفساد الإداري والمالي في المؤسسة بكل صوره، وكذلك العمل بكل الوسائل المتاحة لجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية سواء بالتشريعات أو القوانين والامتيازات الممنوحة للمستثمرين، بالإضافة إلى تطبيق مبدأ الأخلاق الحميدة الجيدة والمعاملات الإنسانية والاقتصادية بين المتعاملين مع المؤسسات، فالجوانب الأخلاقية في عمل المؤسسات هي الأكثر ملاءمة لدعم الحوكمة الجيدة والناجحة.

ج- ماهية التنمية المستدامة

تعد التنمية المستدامة من التوجهات الحديثة التي أصبحت محطة اهتمام العالم و مختلف الباحثين والمفكرين لما لها من بعد مستقبلي ومصيري لشعوب المعمورة.

1. مفهوم التنمية المستدامة

إنَّ أحد التعريفات الأكثر شهرة و انتشارا للتنمية المستدامة هو الذي تقدمت به لجنة برانتلاند وهي اللجنة الدولية للبيئة و التنمية سنة 1987، حيث عرفت التنمية المستدامة بأنها " التنمية التي تسمح بتلبية احتياجات الجيل الحاضر دون المساس بمقدرة الأجيال المستقبلية على تلبية احتياجاتها".(9). و يندرج تحت هذا التعريف الموجز قضيتين هما:

- أنَّ التنمية المطلوبة لا تسعى إلى تقدم بشري مؤقت في أماكن محدودة و لسنوات محدودة، بل للبشرية جمعاء و على امتداد المستقبل البعيد (الاستغلال العقلاني للموارد المتاحة عبر الزمن).
- تلبية الحاجات الأساسية لفقراء العالم و تحقيق عدالة اجتماعية التي ينبغي أن تعطى الأولوية المطلقة.

كما عرفها البنك الدولي " التنمية المستدامة هي التنمية التي تلي احتياجات المجتمعات في الوقت الحالي دون المساس بمقدرة الأجيال المستقبلية على تحقيق أهدافها، بما يسمح بتوفير فرص أفضل من المتاحة للجيل الحالي لإحراز تقدّم اقتصادي و اجتماعي و بشري، و التنمية المستدامة تعتبر هي حلقة الوصل بين الأهداف القصيرة والطويلة الأجل.(10)

و عرفت التنمية المستدامة بأنها " التنمية الحقيقية التي لها القدرة على الاستقرار و الاستمرار و التواصل من منظور استخدامها للموارد الطبيعية، و التي يمكن أن تحدث من خلال إستراتيجية تتخذ التوازن البيئي كمحور أساسي لها".(11)

كما عرف المشرع الجزائري أيضا التنمية المستدامة و ذلك عند إصدار القانون 10/03 و المؤرخ في 20 جمادى الأول 1424 الموافق ل 19 يوليو سنة 2003 الذي يتضمن (حماية البيئة في إطار التنمية المستدامة حيث تنص المادة الرابعة على أن "التنمية المستدامة هو مفهوم يعني التوفيق بين تنمية اجتماعية و اقتصادية قابلة للاستقرار و حماية البيئة، أي إدراج البعد البيئي في إطار التنمية تضمن تلبية حاجات الأجيال الحاضرة و الأجيال المستقبلية). (12)

2:-خصائص التنمية المستدامة

من بين الخصائص التي يمكن لنا استنتاجها من التعاريف السابقة و التي تخص التنمية المستدامة ما يلي:

- التنمية المستدامة هي تنمية يعتبر البعد الزمني فيها هو الأساس، فهي تنمية طويلة المدى بالضرورة تعتمد على تقدير إمكانات الحاضر و يتم التخطيط لها لأطول فترة زمنية مستقبلية.
- التنمية المستدامة هي تنمية تفي باحتياجات الحاضر دون المساس بمقدرة الأجيال القادمة على توفير احتياجاتها أي تراعي على توفير حق الأجيال الحاضرة و اللاحقة من الموارد الطبيعية.
- التنمية المستدامة تختلف عن التنمية التقليدية على اعتبار أنَّ الأبعاد المكونة لها أكثر تداخلا وأكثر تعقيدا فهي عبارة عن عملية متعدّدة و مترابطة الأبعاد تقوم على أساس التخطيط و التنسيق بين التنمية الاقتصادية و العدالة الاجتماعية والحماية للبيئة، حيث من شدة تداخل أبعادها لا يمكن فصل بعضها عن البعض الآخر.
- تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية متوازنة، والعمل على التوزيع العادل للموارد والثروة على مختلف فئات المجتمع.
- الإدارة الواعية والاستغلال العقلاني للموارد المتاحة من أجل المحافظة على البيئة و حمايتها، و إعادة تأهيل البيئة التي تعرضت للتدهور وسوء الاستخدام.
- تولي اعتبارا كبيرا للجانب البشري وتنميته تصفه في المقام الأول فأولويتها تتمثل في تلبية حاجاته الأساسية وكل ما يتصل بتحسين الحياة مادية كانت أو اجتماعية فالإنسان هو وسيلة تحقيق التنمية المستدامة وهدفها.
- التنمية المستدامة تسعى إلى تحقيق متطلبات شرائح المجتمع الأكثر فقرا من عمل و غذاء والتعليم الصحة و التقليل من معدّات الفقر على المستوى العالمي(بعد دولي).

- تحاول التنمية المستدامة، تطوير الجوانب الروحية والثقافية والمحافظة على خصوصيات الحضارية لكل مجتمع.(13)

3-: مبادئ التنمية المستدامة، وأهدافها

إنَّ للتنمية المستدامة أهدافا رئيسية تعمل على تحقيقها معتمدة في ذلك على مجموعة من المبادئ تستمد من خلالها قوتها.

مبادئ التنمية المستدامة

حدد جدول أعمال القرن أو ما يعرف بالأجندة 21 ، المنبثقة عن قمة الأرض بربو دي جانيرو سنة 27/1992 مبدأ لتوجيه مختلف الجهات الفاعلة نحو تحقيق التنمية المستدامة، و بالتالي عُدت هذه المبادئ أساسية للتنمية المستدامة، ولكن مع مرور الوقت وتطور الفكر التنموي، طرأت تغيرات نوعية على بعض المبادئ، حيث طورت مبادئ أخرى جديدة من طرف بعض الخبراء والمتخصصين، لتتكيف مع الظروف الراهنة والاحتمالات المستقبلية المتعلقة بها. وتتمثل أهم المبادئ الإنسانية للتنمية المستدامة فيما يلي):

- الإنسان هو محور التنمية المستدامة وهدفها.
- التعاون الدولي بين مختلف الدول من أجل تحقيق التنمية المستدامة.
- مبدأ العدالة بين الأجيال.
- مبدأ الاستغلال الرشيد والعقلاني للموارد الأولية والطاقوية وعدم تبذيرها.
- مبدأ المسؤولية والمساءلة أي يتحمل صانعو القرار المسؤولية الكاملة عن مختلف القرارات الإستراتيجية المصيرية التي يقومون بصياغتها.
- مبدأ الإفصاح والشفافية: أي إلزام مختلف المؤسسات أن تكون شفافة في تعاملاتها خاصة التقارير التي تبين مختلف النشاطات التي تقوم به.
- استخدام القدرات الإدارية والتنظيمية، بإدخال مبدأ الحوافز على المؤسسات التي تسعى إلى التقليل من أخطار البيئة.
- اشتراك المجتمع المدني في عملية التنمية من خلال نشر الوعي.
- تحديد الأولويات بعناية، وضع خطة قائمة على التحليل للأثار الصحية والإنتاجية والايكولوجية (بيئة) و تحديد المشكلات الواجب التصدي لها بفعالية.
- إدماج البيئة من البداية وهذا ما يخفف تكاليف الوقاية والمعالجة.(14)
- الرفاه الاجتماعي: ضرورة تحقيق العدالة في توزيع الثروة والإهتمام بالفئات المحرومة و استثمار طاقاتها ضمن التوجه الإنمائي للدولة.

كل هذه المبادئ يسترشدها الآن جيل جديد من صانعي السياسة البيئية والعقيدة البيئية الجديدة التي تتميز بمزيد من التشدد في إدماج تكاليف ومنافع البيئة في تقرير السياسة يجعل من السكان مكان الصدارة في الإستراتيجية البيئية، ويشخص ويعالج البواعث السلوكية للإضرار بالبيئة.

أهداف التنمية المستدامة

تسعى التنمية المستدامة من خلال آلياتها ومحتواها إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها:

- تحقيق نوعية حياة أفضل للسكان: تحاول التنمية المستدامة من خلال عمليات التخطيط وتنفيذ السياسات التنموية لتحسين نوعية حياة السكان في المجتمع اقتصاديا واجتماعيا ونفسيا، عن طريق التركيز على الجوانب النوعية للنمو وليس الكمية وبشكل عادل وديموقراطي.

- تحقيق استغلال و استخدام عقلاني للموارد: تتعامل التنمية المستدامة مع الموارد الطبيعية على أنها موارد محدودة، لذلك تحول دون استنزافها أو تدميرها و تعمل على استخدامها وتوظيفها بشكل عقلاني.
- تحقيق تكافؤ الفرص في توزيع المداخيل و الثروات
- ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف المجتمع.
- إحداث تغيير مستمر و مناسب في حاجات و أولويات المجتمع.
- احترام البيئة الطبيعية.
- أهداف اقتصادية: حيث تعتبر من بين الأهداف المهمة التي يجب الوصول إليها وهذا من خلال: -اعتماد اقتصاد تنافسي و فعال يعتمد على المعلومات و التكنولوجيا المتطورة، -الحفاظ على معدل نمو صناعي عالي مع الحفاظ على البيئة و الموارد الطبيعية، التنمية الصناعية المستدامة و تبني كذلك سياحة مستدامة.
- أهداف اجتماعية: تهدف التنمية المستدامة إلى المساواة بين أفراد المجتمع في الحصول على الرفاهية من خلال: العدالة في توزيع الثروات و الوصول إلى التعليم و الخدمات و الاندماج الاجتماعي. توفير المسكن خاصة بالنسبة للمجموعات المهمشة مع الحفاظ على الأراضي الزراعية. تحسين نوعية الخدمات الصحية و ضمان وصولها لجميع المواطنين. تحسين نوعية التعليم و ضمان الوصول إليه. تعزيز دور المرأة في الاقتصاد القومي و الحياة الاجتماعية.
- التنمية المحلية: هي عملية لتشجيع أبناء المجتمع المحلي على اتخاذ خطوات تجعل حياتها المادية و الروحية أكثر معنى معتمدين في ذلك على أنفسهم والتنمية هي الكيفية التي يعالج بها المشاكل. (15)

مما سبق نستخلص أنّ التنمية المستدامة تهدف إلى تحقيق التوازن الديناميكي بين كل من التنمية الاقتصادية والاجتماعية من جهة وإدارة الموارد وحماية البيئة من جهة أخرى. (16)

المحور الثاني: دور حوكمة المؤسسات في تحقيق التنمية المستدامة

ما لا شك أن توافر عناصر ومؤشرات الحوكمة الجيدة وتطبيقها على المؤسسات سينعكس بالدرجة الأولى على مؤشرات التنمية والتي غايتها في المقدمة تنمية العنصر البشري باعتباره محور التنمية و التطور والتقدم في كل المجالات، حيث إن الحوكمة مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بعملية التنمية وخصوصاً التنمية المستدامة.

العلاقة الارتباطية بين التنمية المستدامة والحوكمة.

إن الملاحظ في أهداف التنمية المستدامة يجد الارتباط الواضح والأکید بينها وبين مؤشرات الحوكمة بحيث لا يمكن تحقيق هذه الأهداف إلا من خلال تطبيق مبادئ ومؤشرات الحوكمة.

- في مجال التنمية الاقتصادية: تسهم مؤشرات الحوكمة كالمشاركة والمساءلة والشفافية والعدالة الاجتماعية وسيادة القانون الخ في المساعدة على تحقيق جملة من أساسيات التنمية الاقتصادية المستدامة، لأنها ستترك تأثيراً جيداً في الكثير من شؤون الحياة، ومن بين الانعكاسات الإيجابية التي تكون على قطاع الاستثمار حيث ستساهم في تنمية الاستثمار وتشجيع الطلب الاستثماري وذلك لاطمئنان أصحاب رؤوس الأموال على أموالهم، وبما أن الطلب الاستثماري طلب مشتق فإنه يعني أن الطلب الاستهلاكي سيشهد نمواً وتطوراً مما ينعكس على نمو وزيادة العرض أو الإنتاج وبالتالي زيادة وتيرة فعالية الاقتصاد و تحريك عجلة النمو التي ستسهم في زيادة الدخل الناجمة عن تحسن مستوى التوظيف و العمالة، ما سيؤدي إلى جذب الاستثمارات الخارجية ورؤوس الأموال إلى خارج البلاد وهذا يعني زيادة المدخرات من العملة الصعبة وحماية العملة المحلية وزيادة فرص العمل. وإن تعزيز مبادئ الحوكمة سوف يساهم في زيادة تعظيم أرباح الوحدات الاقتصادية وتحسين قدراتها التنافسية، كما أنه يساهم في تقويم أداء الإدارة العليا وتعزيز المساءلة والمحاسبة مما يدعم ثقة المستثمرين في أسواق المال، ولعل أهم ما تحققه هو محاربة الفساد المالي والإداري، ما يسهم في تحقيق العدالة والشفافية وذلك لأنها توفر آليات مناسبة تعمل على تقييم السياسات وتصحيحها التصدي لإساءة استخدام السلطة والنفوذ وهدر المال العام ومحاربة الفساد.

- و أما في مجال التنمية السياسية و الاجتماعية: فإن مبادئ الحوكمة ستسهم وبشكل كبير في تعزيز وبناء التنمية الاجتماعية المستدامة وذلك من خلال إسهامها في القضاء على الفقر والبطالة، كما ستؤدي إلى تعزيز دور السلطة التشريعية في سن القوانين المتعلقة بحقوق الإنسان مما يشعر الفرد بقيمته وكرامته التي هي أساس بناء العنصر البشري، كذلك تعزيز النظم القانونية الوطنية في تنفيذ القوانين للحد من انتشار الجريمة والاعتداء على سلامة المواطنين والاتجار غير المشروع ووضع تدابير فاعلة للتصدي للجرائم المختلفة، كم أن سيادة القانون ستساعد إلى حد كبير في تعزيز المساواة بين جميع أفراد المجتمع، وكذا الارتقاء بالشؤون الصحية والتعليمية والرعاية وتنوع الخدمات ومساعدة الفئات المهمشة و المشاركة في شؤون الحياة العامة، كما سيشعر الفرد بأنه شريك في صياغة القرار و يعتمد على نفسه من أجل تحقيق الذات من جهة، و أنه تحت المراقبة الشعبية من جهة أخرى، كما أن مبدأ المشاركة يساعد الأفراد على تحديدها و صياغتها و العمل معا من أجل تحقيقها والوصول إلى التنمية المنشودة بما يتلاءم مع احتياجاتهم، كما أن حرية تداول المعلومات والوثائق الحكومية ستضمن المساواة والمحاسبة للقائمين على الشأن العام من خلال بيئة تقوم على التعددية وحرية الرأي، مما سيؤدي إلى المحافظة على حقوق الإنسان، وستعمل كذلك على تعزيز نظام دولة القانون ومؤسساتها المبنية على المحافظة على موارد الدولة وطريقة استثمارها وتوزيعها بصورة شفافة وواضحة وتخضع لمفهوم المحاسبة والمسؤولية ولأي تقصير تجاه الوطن والمواطن. (17)، ويبقى هناك ارتباط وثيق بين حوكمة المؤسسة والتنمية المستدامة، فلا يمكن تصور وجود الثاني في ظل غياب الأول، بوصف أن تحقيق التنمية المستدامة يتجلى إلا بتكريس كافة أبعادها السياسية، الاقتصادية الاجتماعية...إلخ.

المحور الثالث : تجربة حوكمة المؤسسات في الجزائر

1-بؤادر التوجه نحو حوكمة المؤسسات :

قامت جمعيات واتحادات الأعمال الجزائرية بمبادرة لاكتشاف الطرق التي تهيئ تشجيع الحوكمة الجيدة في مجتمع الأعمال بغاية جذب الاستثمار الأجنبي المباشر . ولقيادة هذه العملية قام أصحاب المصالح في القطاعين العام والخاص عام 2007 بإنشاء مجموعة عمل لحوكمة المؤسسات تعمل جنبا إلى جنب مع المنتدى العالمي لحوكمة المؤسسات (GCGF) ومؤسسة التمويل الدولية (IFC) لوضع إطار حوكمة المؤسسات الجزائري، كما أنه عقد مؤتمر وطني في 11 مارس 2009 ، أعلنت كل جمعية كير (CARE)، واللجنة الوطنية لحوكمة المؤسسات في الجزائر عن إصدار وثيقة قس شكل ميثاق حوكمة المؤسسات الجزائري وقد تم إعداد هذا الدليل بمساعدة كل من المنتدى العالمي لحوكمة المؤسسات (GCGF) ومؤسسة التمويل الدولية (IFC)(18).

2- ضامين ميثاق حوكمة المؤسسات الجزائري:

ويتضمن الميثاق الجزائري جزئين وملاحق كما يلي(19):

- يوضح الجزء الأول الدوافع التي أدت إلى أن يصبح الحكم الراشد للمؤسسات ضروريا في الجزائر كما أنه يربط الصلات مع إشكاليات المؤسسة الجزائرية، لاسيما المؤسسة الصغيرة والمتوسطة الخاصة.
- ويتطرق الجزء الثاني إلى المقاييس الرئيسة التي يبني عليها الحكم الراشد للمؤسسات، فمن جهة يعرض العلاقات بين الهيئات التنظيمية للمؤسسة (الجمعية العامة، مجلس الإدارة والمديرية التنفيذية) ومن جهة أخرى العلاقات المؤسسة مع الإطراف الشريكة الأخرى كالبنوك والمؤسسات المالية، الممولين..... إلخ. بالإضافة إلى نوعية نشر المعلومات وأساليب نقل الملكية.
- ويختتم هذا الميثاق بملاحق تجمع في الأساس أدوات ونصائح عملية يمكن للمؤسسات اللجوء إليها بغرض الاستجابة لانشغال واضح ودقيق كقائمة مرجعية لممارسة التقييم الذاتي لإدارة المؤسسات ، رؤية متعددة الأوجه-بانورامية –المؤسسات الجزائرية الخاضعة للقانون التجاري، تضارب المصالح في المؤسسة..... إلخ.
- صدور ميثاق الحكم الراشد للمؤسسة الجزائري من طرف وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية وهو بذلك موجه إلى هذه الفئة من المؤسسات بالدرجة الأولى وهي غالبيتها مؤسسات عائلية تعتمد على التمويل الذاتي والبنكي وهي بذلك ذات طابع وتركيبية خاصة هذا ما أدى إلى اختلافها عن مبادئ الحوكمة لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية والموجهة إلى

المؤسسات المدرجة في البورصة بالدرجة الأولى.

- وجود العديد من متطلبات مبادئ الحوكمة في ميثاق الحكم الراشد للمؤسسة الجزائرية مدرجة بشكل سطحي كإشارات فقط رغم أهميتها، كعدم تضمينه وصفا وافيا لمواصفات ومؤهلات عضو مجلس الإدارة حيث اكتفى بالإشارة إلى أعضاء ذوي خبرة ومهارات، بالإضافة إلى عدم وجود شرح دقيق ومفصل للجان مجلس الإدارة، عددها كيفية إعدادها تركيبها ومهامها .

2- الأفاق المستقبلية لحوكمة المؤسسة في الجزائر:

بات من الضروري الاهتمام بمبادئ الحوكمة وآلياتها والعمل على تفعيل العلاقة التعاونية بين أطرافها والسعي لزرع ثقافة الحوكمة في بيئة الأعمال الجزائرية من خلال :

- ضرورة إعادة صياغة ميثاق الحكم الراشد للمؤسسة الجزائرية من حيث الاسم والمحتوى ليتوافق مع المبادئ الدولية وتحويله إلى مجموعة من الأدلة توجه إلى مجموعة من المؤسسات باختلاف أنواعها كدليل حوكمة الشركات المدرجة في بورصة الجزائر متضمنا العلاقة التفاعلية لآلياتها والذي يعتبر كمرشد وموجه للشركة كما يعمل على إضافة الثقة بالنسبة للمجتمع المالي خصوصا في مراحل نمو البورصة مع إلزام الشركات المقيدة به. والعمل على تعزيز توفير الإطار المؤسسي والقانوني كبيئة مناسبة لذلك . دليل حوكمة المؤسسات العائلية الموجه إلى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة , دليل حوكمة البنوك .
- العمل على زرع ثقافة الحوكمة في بيئة الأعمال من خلال إنشاء معهد حوكمة المؤسسات الجزائرية أسوة بالدول العربية الأخرى والترويج لمبادئ الحوكمة ولأدلتها وكذا تقديم فرص تدريبية لأعضاء مجلس الإدارة والإدارة العليا وعمال المؤسسات بالإضافة إلى عقد مؤتمرات في هذا المجال.
- العمل على استحداث وكالات ترتيب وتقييم المؤسسات من حيث جودة للممارسات الحوكمة السليمة وبرامج تحفيز لها كجوائز "أفضل المؤسسات الحوكمة" وتشجيع وضع أدلة تفصيلية للممارسات المثلى كميزة تنافسية بين المؤسسات.
- تشكيل جمعية لأعضاء مجالس إدارات الشركات بحيث تقدم النصح. المعلومات. اقتراح مستويات أداء أعضائه، إصدار قواعد إرشادية لعمل مجلس الإدارة واللجان المنبثقة منه مع تبين طريقة تفاعله مع باقي أطراف الحوكمة والتي تعتبر كمعايير لقياس فعالية أدائهم.
- العمل على تعزيز الإفصاح والشفافية للتقارير المالية للمؤسسات الجزائرية وهذا عن طريق تعزيز النظام المالي المحاسبي بتحديثه حسب معايير المحاسبة الدولية وتفعيل دور مجلس المحاسبة وجمعية المحاسبين الوطنية من أجل تحسين كفاءة وفعالية نظام المعلومات المحاسبي للمؤسسات بالإضافة إلى الإفصاح عن سياسات الحوكمة المطبقة خصوصا في الشركات المدرجة في البورصة .
- الاهتمام أكثر بجودة أداء التدقيق الخارجي عن طريق تفعيل دور مجلس المحاسبة فيما يخص إصدار معايير التدقيق الخارجي تتوافق مع المعايير الدولية وكذا معايير الجودة، والعمل على وضع قوانين وضوابط من أجل الالتزام السليم بها. (20)
- ضرورة تفعيل البعد الاجتماعي لحوكمة المؤسسات في إطار الإنصاف الاجتماعي وتكافؤ الفرص بين الجنسين، وذلك في المجالات الاقتصادية والمالية والبيئية وغيرها. (21)

الخاتمة:

إن تبني و تطبيق معايير الحوكمة في المؤسسات يجب النظر إليه كحتمية للخروج من الأزمة وترشيد استغلال الموارد، بما يتوافق و تحقيق مصالح مختلف الأطراف.

النتائج :

- إن حوكمة المؤسسات هي الإطار الواسع للرقابة بشقيها الداخلي والخارجي بحيث أنها تعمل على محاربة الفساد وسوء الإدارة وزيادة القيمة التنافسية للمؤسسات العامة والخاصة على حد سواء.

- الحوكمة هي منظومة متكاملة لتحقيق الرفاه الاجتماعي المنشود... وبالتالي، فإنَّ حوكمة المؤسسات هي مؤشر حقيقي للتنمية المستدامة.
- تهدف التنمية المستدامة إلى تحقيق التوازن الديناميكي بين كل من التنمية الاقتصادية و الاجتماعية من جهة، و إدارة الموارد و حماية البيئة من جهة أخرى.
- ميثاق الحكم الرشيد للمؤسسات الجزائرية مشروع متكامل في مضمونه، إلا أنه لا يزال يحتاج إلى تفعيل لآلياته في الميدان، لتشارك فيه كيانات القطاع الخاص والقطاع العام.
- نجحت بعض المؤسسات الاقتصادية في الجزائر في تطبيق معايير الحوكمة، بفضل قياداتها الرشيدة وتوجهت إلى تصدير منتجاتها(نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر تصدير التمور ومنتجات الرويبة الغذائية)، إلا أن القيمة المضافة للاقتصاد الوطني تبقى دون المستوى المطلوب، واللاحق بمصاف المؤسسات العالمية.

التوصيات:

- -ضرورة الاستثمار في المورد البشري وإعداد الكوادر المؤهلة، لأنه الرأس المال الحقيقي الذي يمكنه قيادة عملية التنمية بكل اقتدار معرفي وإجرائي.
- -ضرورة إعداد سياسة اقتصادية شاملة و متكاملة تتلاءم مع شروط وأسس حوكمة المؤسسات وفق خصوصيات الطابع الاقتصادي لكل دولة.
- -ضرورة الالتزام بالشفافية و المصداقية، في إعداد و تنفيذ البرامج التنموية من خلال التقيد بالبعد الاقتصادي للتنمية المستدامة في إطار أهداف المؤسسة.
- -التجربة الجزائرية بخصوص حوكمة مؤسساتها تحتاج إلى تكاتف الجهود بين كل من صانع القرار والقطاع الخاص لبلورة حقيقة لمضامين الحوكمة المؤسسية في إطار برامج التعاون الاقتصادي والتنمية المنتهج من قبل السلطة.

الهوامش

- (1) خيرة بن عبد العزيز، "الحكم الراشد بين المفهوم الغربي والإسلامي (دراسة مقارنة)". أطروحة دكتوراه (قسم العلوم السياسية. جامعة الحاج لخضر -باتنة- 2013-2014). ص 15 .
- (2) مصطفى نجم البشاري، "أهمية تطبيق حوكمة الشركات لتفعيل نظم المراجعة الداخلية في المؤسسات العامة بالسودان". مؤتمر المراجعة الداخلية الأول بالسودان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 20/21 جانفي 2007. ص-ص 14-15.
- (3) عماد محمد علي ابو علجية، علام حمدان، "أثر الحوكمة المؤسسية على إدارة الأرباح"، الملتقى العلمي الدولي حول الأزمة المالية والاقتصادية الدولية والحوكمة العالمية، جامعة فرحات عباس كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، يومي 20/21 أكتوبر 2009. ص 3.
- (4) زايد مراد، ترغيني صبرينة، "البعد الاستراتيجي لحوكمة الشركات". الملتقى الوطني حول حوكمة الشركات كآلية للحد من الفساد المالي و الإداري، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، مخبر مالية وبنوك إدارة أعمال ، يومي 06-07 ماي 2012، ص-ص 04-06.
- (5) محمد يدو، حوكمة المؤسسات كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة و دور مراقبة التسيير في التعزيز مبادئها، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني حول مراقبة التسيير كآلية لحوكمة المؤسسات وتفعيل الإبداع، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة البليدة، 25/04/2017، الجزائر، ص 04.
- (6) نعيمة يحيوي، حكيمة بوسلمة، "دور الحاكمية في تحسين الأداء". الملتقى الوطني حول حوكمة الشركات كآلية للحد من الفساد المالي و الإداري، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، مخبر مالية وبنوك إدارة أعمال، يومي 06/07 ماي 2012. ص 06..
- (7) عماد محمد علي ابو علجية، علام حمدان، "أثر الحوكمة المؤسسية على إدارة الأرباح". الملتقى العلمي الدولي حول الأزمة المالية والاقتصادية الدولية و الحوكمة العالمية. جامعة فرحات عباس كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، ، يومي 20/21 أكتوبر 2009. ص 05.

(8) زايد مراد، ترغيني صبرينة، "البعد الاستراتيجي لحوكمة الشركات". الملتقى الوطني حول حوكمة الشركات كآلية للحد من الفساد المالي والإداري. جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، مخبر مالية وبنوك وإدارة أعمال، يومي 07/06 ماي 2012، ص 18.

(9) Xavier Michel Et Autre ; « Management Des Risques Pour Un Développement Durable » ; L'usine Nouvelle ; Série Gestion Industrielle ; Dunod ; Paris ; 2009 ; P 34

(10) بوعشة مبارك، "التنمية المستدامة مقارنة اقتصادية في إشكالية المفاهيم والأبعاد"، المؤتمر العلمي الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة فرحات عباس - سطيف، 07/08 أفريل 2008، ص 21.

(11) سلامة سالم سليمان، "تأثير التجارة الدولية على التنمية المستدامة في المنظور الاقتصادي للتنمية المستدامة". أوراق عمل المؤتمر العربي الخامس لإدارة البيئة المنعقد في الجمهورية التونسية في سبتمبر 2006، المنظمة العربية للإدارة، جامعة الدول العربية، 2007، ص 53.

(12) المادة 04 من القانون رقم 10/03 المؤرخ في 20 جمادى الأولى 1424 الموافق ل 20 جويلية 2003 المتضمن حماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد، 2003، ص 09.

(13) عبد العزيز قاسم محارب، الآثار الاقتصادية لتلوث البيئة، مصر: مركز الإسكندرية للكتاب، 2006، ص 54

(14) بوشنقى إيمان، داودي الطيب، "التنمية المستدامة والتطور التكنولوجي في القطاع الصناعي دراسة تحليلية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 30، جامعة محمد خيضر - بسكرة، ماي 2013، ص 371.

(15) رشاد أحمد عبد اللطيف، التنمية المحلية. الإسكندرية: دار الوفاء، 2011، ص 79.

(16) تنقوت وفاء، "الأمن المائي العربي لمواجهة التحديات المستقبلية للتنمية المستدامة"، الملتقى الدولي حول الأمن المائي: تشريعات الحماية وسياسات الإدارة، جامعة 8 ماي 1945 قالة كلية الحقوق والعلوم السياسية، فعاليات الملتقى يومي 14 و 15 ديسمبر 2014، ص 12.

(17) آدم بن مسعود، "ترقية ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة". أطروحة دكتوراه (جامعة علي لونيسي البلدة-2)، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، 2015/2016. ص 117-118.

(18) علي عبد الصمد عمر، "إطار حوكمة المؤسسات في -دراسة مقارنة بين الجزائر ومصر"، مجلة الباحث، العدد: 12، جامعة بسكرة، 2013، الجزائر، ص 14.

(19) وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية، ميثاق الحكم الراشد للمؤسسة الجزائرية، الجزائر، 2009، ص 14-47.

(20) علي عبد الصمد عمر، مرجع سابق، ص 43.

(21) خليل زغدي، المكي دراجي، "إشكالية سعر النفط والسياسة الاجتماعية في الجزائر بين 2012-2017"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 46، جامعة بسكرة، 2017، ص 563.

الأساليب الحديثة للمحاسبة الإدارية ودورها في تحسين أداء المؤسسات

الباحث شعبي مصطفى

جامعة الجزائر 3 / الجزائر

الباحثة سليمة مالية

جامعة الجزائر 3 / الجزائر

ملخص:

تناولت هذه الورقة البحثية الأساليب الحديثة للمحاسبة الإدارية بكل أبعادها من خصائص وأهداف وخطوات تصميمها، وكذا مزايا المعوقات التي تواجهها المؤسسة عند تطبيق هذه الأساليب، والهدف الأساسي من هذه الورقة هو معرفة علاقة الأساليب الحديثة للمحاسبة الإدارية بتحسين أداء المؤسسات وتوصلت الورقة البحثية إلى مجموعة من النتائج من أهمها، أولاً: لأساليب المحاسبة الإدارية الحديثة دور فعال في تقديم المعلومات الملائمة لاتخاذ القرارات الرشيدة مما ينعكس إيجاباً على أداء مختلف الأنشطة بكفاءة وفعالية، ثانياً: تتواءم هذه الأساليب مع خصائص البيئة الحديثة، والتي تتميز بالتغير المستمر والسريع، الأمر الذي يتطلب توفير معلومات ملائمة في الوقت المناسب، وهذا ما تحققه هذه الأساليب، ثالثاً: تستخدم أساليب المحاسبة الإدارية الحديثة في تطوير الأداء في المؤسسات وذلك من خلال التحكم في عناصر التكاليف وتخفيضها إلى أقصى حد ممكن ودون المساس بجودة المنتج أو الخدمة المقدمة. كما توصلت الورقة البحثية إلى مجموعة من التوصيات أهمها، أولاً: تنمية الوعي لدى مدراء المؤسسات بأهمية أساليب المحاسبة الإدارية الحديثة ودورها في تحسين أداء المؤسسة من خلال ما تقدمه من معلومات ملائمة تساعد على التخطيط واتخاذ القرارات الرشيدة، ثانياً: إجراء دورات تدريبية حول كيفية تطبيق الأساليب الحديثة وتوضيح المزايا التي تعود على المؤسسات عند تطبيقها.

كلمات مفتاحية: المحاسبة الإدارية، تحسين الأداء، أساليب المحاسبة الإدارية الحديثة.

مقدمة

إن التطورات المتزايدة التي عرفها الاقتصاد العالمي نتيجة التقدم التكنولوجي والعولمة وانفتاح الأسواق العالمية خلقت مناخاً من المنافسة على المستويين المحلي والدولي، لذلك عملت المؤسسات على تحسين مستوى أدائها للتميز عن غيرها من المؤسسات. ولبلوغ هذه الغاية كان لزاماً على المؤسسات تطبيق أساليب المحاسبة الإدارية الحديثة التي توفر أفضل وأدق المعلومات لتغطية احتياجات الإدارة، ومواجهة مشاكلها وكذا تساعدها على التخطيط والرقابة واتخاذ القرارات الرشيدة في الوقت المناسب، وكل هذا يؤدي بالمؤسسة لتحقيق أهدافها والمتمثلة في البقاء والاستمرارية وتقوية مركزها التنافسي.

مشكلة الدراسة

في ضوء ما سبق تتبلور المعالم الرئيسية للمشكلة التي سنقوم بدراستها على النحو التالي: هل لأساليب المحاسبة الإدارية الحديثة دور في تحسين أداء المؤسسات؟ وللإحاطة بالموضوع تم تجزئة السؤال الرئيسي إلى أسئلة فرعية كالآتي:

- ما هي الأدوات الحديثة للمحاسبة الإدارية؟
- كيف تساهم أساليب المحاسبة الإدارية الحديثة في تحسين أداء المؤسسة؟

فرضيات الدراسة:

بناءً على ما تم طرحه من إشكالية وأسئلة فرعية تم صياغة الفرضيات التالية:

- للمحاسبة الإدارية أساليب حديثة ظهرت نتيجة العيوب والانتقادات التي وجهت للطرق التقليدية.

- تلعب الأساليب الحديثة للمحاسبة الإدارية دوراً هاماً في تحسين أداء المؤسسة.

أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مختلف الأساليب الحديثة للمحاسبة الإدارية.
- إظهار مدى أهمية تطبيق الأساليب الحديثة للمحاسبة الإدارية في تحسين أداء المؤسسة.

المحور الأول: الأساليب الحديثة للمحاسبة الإدارية

1- نظام التكلفة المستهدفة "TC" Target Cost System

تتمثل الطريقة التقليدية لتحديد أسعار المنتج على أساس التكلفة ثم إضافة هامش ربح لهذه التكلفة، في حين ينطلق نظام التكلفة المستهدفة من سعر المنتج الذي يحدد في السوق ومن ثم يُطرح الهامش المرغوب تحقيقه للوصول إلى التكلفة المرغوبة، وهذا ما يجعل التكاليف ترتبط بأسعار البيع بدلاً من ارتباط أسعار البيع بالتكاليف.

1-1 تعريف نظام التكلفة الهامشية:

عرف Yasuhiro Monden نظام التكلفة المستهدفة بأنه²⁰⁶: "نشاط إدارة الربح الكلي للمؤسسة، خلال مرحلة تطوير المنتجات الجديدة والتي تتضمن تخطيط المنتجات بالجودة التي يرغبها الزبون، وتحديد التكاليف المستهدفة للمنتج الجديد لتوليد ربح مستهدف ومطلوب خلال الأجل المتوسطة والطويلة والمحدد في شروط السوق الجارية، وتقسيم طرق إنجاز تصميم المنتج مع إرضاء احتياجات ورغبات الزبون من الجودة والتسليم في الوقت المحدد".

في حين عرفه المجلس الاستشاري للتصنيع الدولي المتقدم "CAMI" Consortium for Advanced Manufacturing International بأنه²⁰⁷: "نظام لتخطيط الأرباح وإدارة التكلفة حيث يعتمد على سعر البيع وذلك بوجود فريق عمل متكامل ملزم بتطبيق النظام، ويتيح تطبيقه ممارسة إدارة التكلفة في المراحل المبكرة لتطوير المنتج". إذن يمكن القول بأن نظام التكلفة المستهدفة هو أداة استراتيجية مستخدمة في عملية تخطيط ومراقبة التكاليف حيث ترتبط هذه الأخيرة بأسعار البيع المحددة في السوق الأمر الذي يجعل من الضروري استبعاد كل التكاليف غير الضرورية والإبقاء فقط على التكاليف المبررة دون المساس بجودة المنتج.

2-1 مبادئ نظام التكلفة المستهدفة

يعتمد نظام التكلفة المستهدفة في تحقيق أهدافه على مجموعة من المبادئ يمكن حصرها فيما يلي²⁰⁸:

- يعمل نظام التكلفة المستهدفة على التخطيط للتكاليف والأرباح.
- يستخدم لتحديد التكاليف المستهدفة وفقاً للمعادلة الآتية: التكلفة المستهدفة = سعر البيع - هامش الربح المستهدف.

²⁰⁶ - اليزيد ساحري، "التحليل الاستراتيجي للتكلفة في البيئة الحديثة ودوره في تحسين أداء المنظمة"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد 31 (1)، أوت 2017، ص 52.

²⁰⁷ - عبد الوهاب بن بركة، حفصة بكرون، "إدارة التكلفة استراتيجياً باستخدام تقنية التكلفة المستهدفة"، مجلة دراسات، العدد 28، جانفي 2017، ص 158.

²⁰⁸ - فراس إبراهيم كريم الحميري، "تخفيض التكاليف باستخدام أسلوب التكلفة المستهدفة -دراسة تطبيقية في شركة بيكو لإنتاج زيت المحركات في ديالي" مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 110، 2017، ص 279.

- ضرورة تكوين فريق عمل ذو مهارة عالية سواء من داخل المؤسسة "مصممون ومراقبون" أو خارجها "الموردون، الوسطاء، الموزعون".
- أهمية تنوع المنتجات في المؤسسة الواحدة بهدف تحقيق الأرباح المستهدفة للمجموعة ككل.
- توثيق العلاقة مع الموردين من خلال التعامل معهم لعدة سنوات أو جعلهم شركاء في المشروع أو طرفاً أساسياً في عملية التخطيط والتصميم للمنتجات.
- إشراك جميع العاملين في عملية وضع خطة الإنتاج، الأمر الذي يحفزهم على تنفيذ الخطة بكفاءة عالية.

يعتمد نظام التكلفة المستهدفة على دقة وصحة المعلومات سواء من داخل أو خارج المؤسسة.

3-1 الخطوات المتبعة في تصميم نظام التكلفة المستهدفة

تتمثل التكلفة المستهدفة في التكلفة المسموح بها لتقديم المنتج الجديد للسوق ولا يمكن إنتاجه بقيمة أكبر من هذه التكلفة وعليه هناك خطوات لتطبيق نظام التكلفة المستهدفة يمكن تلخيصها فيما يلي:

- تحديد سعر البيع المستهدف²⁰⁹: إن نقطة البداية في التكلفة المستهدفة تتمثل في تحديد سعر البيع المستهدف وذلك في مرحلة تخطيط المنتج وتحديد خصائصه، ويشير Henrik لسعر البيع المستهدف على أنه السعر المقدر الذي يكون الربون على استعداد لدفعه مستند على أساس القيمة المدركة للمنتج وأسعار المنافسين، وهناك عوامل أخرى تعتمد عليها الشركات اليابانية عند تحديد السعر المستهدف من بينها "احتياجات ورغبات الزبائن، أسعار المنتجات المعروضة من قبل المنافسين وطلب السوق".
- تحديد هامش الربح المستهدف²¹⁰: بعد تقدير سعر البيع المستهدف يتم التركيز على حساب مقدار الربح الذي ترغب المؤسسة في تحقيقه من المنتج الجديد، ويجب أن يكون هذا الربح مرتبطاً بالتخطيط الاستراتيجي لأرباح الشركات بمعنى التنسيق بين استراتيجيات وأهداف إدارة المؤسسة، ولتحديد الأرباح المستهدفة للمنتجات يتم استخدام العائد على المبيعات بدلاً من استخدام العائد على الاستثمار، وذلك لأن العائد على المبيعات يُظهر ربحية كل منتج في حالة توفر عدد كبير من المنتجات، في حين نجد أنه من الصعب حساب العائد على الاستثمار لكل منتج عندما تنتج المؤسسة أعداد كبيرة من المنتجات.
- تحديد التكلفة المستهدفة²¹¹: يتم تحديد التكلفة المستهدفة للمنتج بطرح الربح المستهدف من سعر البيع، فإذا كانت هذه التكلفة أقل أو تساوي التكلفة المسموح بها للمنتج الجديد يتم البدء مباشرة في الإنتاج، أما في حالة إذا ما كانت هذه التكلفة أكبر من التكلفة المستهدفة المسموح بها فتتجأ المؤسسة إلى إجراءات البحث عن فرص تخفيض تكاليف الإنتاج على كامل المراحل والنشاطات ولكن دون المساس بمواصفات المنتج الرئيسي.
- تصميم أجزاء ومكونات المنتج بشكل يحقق التكلفة المستهدفة²¹²: يتم القيام في الخطوة الأخيرة من تصميم نظام التكلفة المستهدفة بالدراسات اللازمة من طرف المهندسين في المؤسسة، وذلك من أجل الوصول إلى الأجزاء والعناصر وأسلوب الإنتاج المناسب الذي يضمن إنتاج المنتجات بقيمة التكلفة المستهدفة التي تم تحديدها في الخطوة السابقة، كما يتم في هذه المرحلة تحديد خطوات الإنتاج لمحاولة إلغاء المراحل التي لا تتضمن قيمة إضافية للمنتج ومنه تخفيض التكاليف.

²⁰⁹ - امتثال رشيد بجاي الطائي، صباح عبد الوهاب، "ترشيد عملية اتخاذ القرارات الإدارية وتقويم الأداء بتوظيف أساليب المحاسبة الإدارية الاستراتيجية"، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 10، العدد 32، 2015، ص 108.

²¹⁰ - أحمد حسين علي حسين، "المحاسبة الإدارية المتقدمة للفكر الاستراتيجي"، الدار الجامعية للنشر، مصر، 2013، ص 120.

²¹¹ - سعيدة حركات، التقنيات الحديثة للمحاسبة الإدارية وتأثيرها الإيجابي على الميزة التنافسية، مجلة دراسات لجامعة عمار ثلجي الأغواط، العدد 51، فيفري 2017، ص 226.

²¹² - سامي ياسين، "الطرق الحديثة لحساب التكاليف واتخاذ القرار في المؤسسة دراسة حالة مؤسسة نפטال فرع GPL البليدة"، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة الجزائر 3، 2009-2010، ص 124.

4-1 تقييم نظام التكلفة المستهدفة:

هناك مجموعة من المزايا والعيوب التي وجهت لنظام التكلفة المستهدفة يمكن حصرها فيما يلي:

1-4-1 مزايا نظام التكلفة المستهدفة:

من بين المزايا التي يسعى نظام التكلفة المستهدفة إلى تحقيقها نذكر²¹³:

- تسعى التكلفة المستهدفة إلى تحسين العلاقات بين الموردين.
- تسهل العمل الجماعي بإيجاد هدف مشترك يعمل كل أعضاء الفريق على تحقيقه.
- يدعم تطبيق نظام التكلفة المستهدفة عمل الفريق وإدماج الموردين في تطوير المنتجات والخدمات الجديدة، الأمر الذي يؤدي إلى التحسينات الداخلية.
- من بين مزايا هذا النظام التركيز الخارجي على عكس الأدوات التقليدية للتكلفة التي تتميز بتركيزها الداخلي، حيث أن نقطة البداية لنظام التكلفة المستهدفة هي سعر السوق المستقبلي ومن ثم الوصول إلى التكلفة المستهدفة.
- إن استعمال نظام التكلفة المستهدفة يُجنب المؤسسة عدة مشاكل حيث تصبح التكلفة أداة لتصميم منتج ناجح بدلاً من توثيق بيانات تاريخية.
- تساعد التكلفة المستهدفة على توفير بيانات ملائمة لاتخاذ القرارات على عكس الطرق التقليدية التي تقوم بتسجيل كل التكاليف بغض النظر عن ملاءمتها لاتخاذ القرارات.
- تساهم التكلفة المستهدفة في عملية تطوير المنتج لأن السعر مسبباً لعملية التطوير وليس ناتجاً عنها.

2-4-1 عيوب نظام التكلفة المستهدفة

بالرغم من المزايا التي يحققها نظام التكلفة المستهدفة، إلا أن هناك نقاط ضعف عند تطبيق هذا النظام نذكر منها²¹⁴:

- تتمثل أهم نقطة ضعف لهذا النظام في فرضه لضغط كبير على العاملين لبلوغ التكلفة المستهدفة ضمن جدول زمني محدد.
- عدم وضوح مفهوم كلاً من: التكلفة المستهدفة، وهندسة القيمة في الواقع العملي لكثير من المؤسسات.
- يتمثل أحد مشاكل التكلفة المستهدفة في صعوبة التنبؤ بسعر السوق والذي يعتبر نقطة البداية لحساب التكلفة المستهدفة.
- صعوبة التنبؤ بالمنافسين الجدد التي ستواجه المؤسسة إضافة إلى المنافسين الحاليين.
- تواجه المؤسسة صعوبة في التحديد الفعلي للتكلفة المستهدفة إذ أنه من غير السهل تحديد سعر السوق المستقبلي.
- إن التكلفة المستهدفة قائمة على الفرضيات والتي تتعلق مثلاً بتطورات التكنولوجيا المستقبلية فمن غير الممكن تنبؤ المؤسسة بهذه التطورات التي ستكون في المستقبل، وبما أن هذا النظام قائم على الفرضيات وبالتالي فهو لا يقوم على قياسات دقيقة.
- ربط تطبيق التكلفة المستهدفة بتحقيق أرباح حالية، فعندما تحقق المؤسسة أرباحاً تكون هناك علاقة إيجابية بين نظام التكلفة المستهدفة ومستوى الأرباح، ولكن في حالة ما إذا حققت المؤسسة خسائر غالباً ما تطبق الإدارة أية طريقة أخرى لتخفيض التكاليف.

²¹³ - ساملي ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 124.

²¹⁴ - مجدي وائل الكبيسي، "مدى تطبيق التكلفة المستهدفة وهندسة القيمة كمدخل لتخفيض التكاليف في الشركات الصناعية المساهمة العامة الفلسطينية"، مجلة دراسات في العلوم الإدارية، المجلد 41، العدد 2، 2014، ص 175.

1- نظام التكاليف على أساس الأنشطة "ABC Activity Based Costing"

يعتبر نظام التكاليف على أساس الأنشطة من الأدوات الحديثة التي تعمل على قياس وتحديد تكاليف الخدمات بدقة، الأمر الذي يؤدي إلى ترشيد التكاليف وتوفير المعلومات الملائمة للمسيرين من أجل اتخاذ القرارات التشغيلية والاستراتيجية على أسس سليمة.

1-2 تعريف نظام التكاليف على أساس الأنشطة ABC

عرف Davidson نظام التكاليف على أساس الأنشطة على أنه²¹⁵: "نظام لتخصيص التكلفة على مرحلتين، حيث يتم في المرحلة الأولى تخصيص عناصر تكاليف الإنتاج غير المباشرة على مجموعات التكلفة والتي تمثل الأنشطة، أما في المرحلة الثانية يتم تخصيص التكاليف على المنتجات بموجب عدد الأنشطة اللازمة لإنهاءها".

في حين عرفه كل من Kaplan و Argyris على أنه²¹⁶: "أداة استراتيجية للمؤسسة تساعد في الحصول على تكلفة أكثر دقة ومعلومات عن ربحية العمليات والمنتجات والخدمات وزبائن المؤسسة مما يساهم في اتخاذ القرارات المهمة كقرارات التسويق والتسعير وتصميم المنتج أو الخدمة".

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأن نظام ABC هو نظام يهتم بالأنشطة بهدف توزيع التكاليف غير المباشرة على المنتج، حيث يسعى لتحديد تكاليف الإنتاج بطريقة أكثر دقة وذلك من خلال تحليل الأنشطة داخل المؤسسة والتعرف على العوامل التي تؤدي إلى تغيير تكلفة.

2-2 خصائص نظام التكاليف القائم على أساس الأنشطة ABC:

يتميز نظام التكاليف على أساس الأنشطة بعدة خصائص نذكر منها²¹⁷:

- يساعد نظام التكاليف على أساس الأنشطة في تعيين الفرص المتاحة أمام المؤسسة بهدف تخفيض التكاليف بدقة ووضوح، حيث يبين المراحل التي يمر بها المنتج والأنشطة التي تساهم في تكوينه بشكل منفصل، الأمر الذي يسمح بإيقاف الأنشطة التي لا تحقق قيمة إضافية وإلغاء تكلفتها، مما يؤدي إلى تخفيض التكلفة الإجمالية.
- يعتبر أداة فعالة في تقييم الأداء، حيث يبذل العاملون أقصى جهد في عملية الإنتاج بهدف تخفيض التكلفة، وبمساعدة هذا النظام يتم تحديد الأنشطة والمشرف على كل نشاط منها.
- يساهم نظام ABC في زيادة كفاءة أداء الأنشطة واتخاذ المؤسسة للقرارات الصحيحة لما يقدمه من معلومات دقيقة.
- يساعد في تعظيم الأرباح من خلال السيطرة على النوعية وتحسينها، لذا يتطلب توفير عناصر إدارية تؤمن بإدخال مفاهيم هذا النظام.

2-3 الخطوات المتبعة في تطبيق نظام التكاليف على أساس الأنشطة:

تتضمن خطوات تطبيق نظام التكاليف على أساس الأنشطة ما يلي:

²¹⁵ - اسماعيل يحيى التكريتي، "محاسبة التكاليف المتقدمة قضايا معاصرة"، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 163.

²¹⁶ - اسماعيل حجازي، معاليم سعاد، "نظام التكاليف على أساس الأنشطة- عوامل التبني ونجاح التطبيق"، دار أسامة للنشر

والتوزيع، الأردن، 2018، ص 28.

²¹⁷ - زعرور نعيمة، "أساليب مثلى لترشيد تكاليف الخدمات العامة دراسة حالة: مؤسسة اتصالات الجزائر - وكالة بسكرة"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014-2015، ص 107.

- تحديد الأنشطة²¹⁸: إن نقطة الانطلاق في تصميم نظام ABC هي تحديد الأنشطة الرئيسية في المؤسسة وجمع كل ما يرتبط بها من بيانات ومعلومات، وتتطلب هذه المرحلة فهم جميع الأنشطة المطلوبة لإنتاج منتج أو تقديم خدمة. وعند تحديد الأنشطة لا بد من تحليلها وتصنيفها حسب مستويات انجازها:

- تحليل الأنشطة: ويتم ذلك من خلال وضع مخطط تدفق الأنشطة لتحديد الأنشطة السابقة واللاحقة، وذلك باستخدام تقنية التحليل الشبكي لتوضيح الترابط الموجود بينهما والمتابعة لإنجاز منتج معين أو خدمة معينة.
- تصنيف الأنشطة: وتصنف الأنشطة إما حسب مستويات انجازها أو حسب تأثيرها على قيمة المنتج أو الخدمة.

- تحديد تكلفة الأنشطة²¹⁹: بعد تحديد الأنشطة يتم تحديد التكاليف المتعلقة بكل نشاط، حيث تتمثل تكلفة النشاط في مجموع تكاليف عوامل الإنتاج أو ما يسمى بالموارد التي تخص هذا النشاط، وتتطلب هذه المرحلة حصر تكاليف الموارد التي تستهلك بمعرفة كل النشاط خلال فترة معينة، الأمر الذي يحقق الرقابة على تكاليف الطاقات المتاحة للأنشطة، ويتم متابعة التكاليف الخاصة باستخدام الموارد على الأنشطة من خلال فحص العلاقة السببية بين استخدام الموارد ومخرجات كل نشاط وذلك بالاعتماد على مقياس النشاط "مسبب التكلفة".
- تحديد مسببات التكلفة²²⁰: بعد الانتهاء من تحديد الأنشطة وتكلفتها تأتي مرحلة تحديد مسببات التكلفة وهي عبارة عن مقياس كمي للأعباء الواجب تحميلها للمنتجات حيث يربط بين تكلفة النشاط والمخرجات المتحصل عليها "منتجات أو خدمات"، ويتم اختيار هذه المسببات بالأخذ بعين الاعتبار العوامل التالية:

- يجب أن تضمن تفسير جيد للتكاليف في كل مجمع تكلفة نشاط.
- ينبغي أن يكون مسبب التكلفة سهل القياس.
- من الضروري أن تكون هناك سهولة في الحصول على البيانات.

- تخصيص تكلفة الأنشطة على المنتجات: تتضمن هذه المرحلة تطبيق معدلات مسبب التكلفة على المنتجات، لذا من الضروري أن يكون مسبب التكلفة قابل للقياس حتى يتمكن من تحديد مقدار ما تتطلبه المنتجات أو الخدمات.

4-2 تقييم نظام التكاليف على أساس الأنشطة:

هناك جملة من المزايا والعيوب التي وجهت لنظام ABC نذكر منها:

4-2-1 مزايا نظام التكاليف على أساس الأنشطة:

تتمثل مزايا نظام ABC فيما يلي²²¹:

²¹⁸ - ميثم مالك راضي، مجبل دواي إسماعيل، "تحديد التكاليف على أساس الأنشطة ودوره في اتخاذ القرارات الإدارية -دراسة تطبيقية في معمل مثلجات الخفاجي في محافظة النجف الأشرف"، مجلة التقني، العدد 9، 2011، ص 89.

²¹⁹ - محمد الخطيب نمر، هواري سويسي، "محاولة تطبيق التكاليف المبنى على أساس الأنشطة ABC في قطاع الخدمات الجامعية"، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 4، 2013، ص 74.

²²⁰ - مليكة طاهري، "نموذج مقترح لتطبيق محاسبة التكاليف على أساس الأنشطة في المخبر - دراسة حالة المؤسسة العمومية الاستشفائية أولاد محمد بالشلف"، مجلة الإصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي، العدد 24، 2017، ص 137.

²²¹ - منال جبار سرور، ميعاد حميد علي، "التكامل بين نظام التكاليف على أساس الأنشطة ونظام التكاليف المعيارية المرنة ودوره في إدارة موارد الأنشطة"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 53، 2017، ص 361.

- يمكن مراقبة وإدارة التكاليف من خلال تحديد تكاليف الأنشطة بدقة.
- توفير معلومات دقيقة وفي الوقت المناسب الأمر الذي يؤدي إلى تعظيم الربحية.
- يسمح للمدراء التعرف على الأنشطة التي لا تضيف قيمة مما يجعلهم يقللون من تكلفتها أو إلغائها.
- يساهم في التحديد الدقيق لتكاليف المنتجات مما يؤدي لاتخاذ قرارات التسعير بشكل أفضل للتوصل لمستوى الربح المطلوب.
- يساعد على تحسين وظائف التخطيط والرقابة، بالإضافة إلى تحسين الأداء الإداري وقياس تكلفة المنتجات بشكل دقيق إلى جانب رسم سياسة تسعير علمية وسليمة.
- تحسين مستوى الأداء عند تنفيذ عمليات البيع والتسويق الأمر الذي يساعد في تخفيض الموارد المستخدمة.
- يساهم في توفير المعلومات المالية وغير المالية للمؤسسة، مما يؤدي إلى زيادة الربحية وتحسين الأداء.

2-4-2 عيوب نظام التكاليف على أساس الأنشطة:

بالرغم من المزايا التي يمكن أن يحققها نظام ABC من وراء تطبيقه إلا أنه تعرض للعديد من الانتقادات بسبب العوائق التي تواجه المسيرين عند تطبيقه، ومن بين هذه الانتقادات نذكر²²²:

- رغم أن نظام التكاليف على أساس الأنشطة يسعى لفهم مسببات التكلفة الحقيقية لكل نشاط من خلال استخدام أسس لتخصيص التكاليف المتعلقة بالأنشطة، إلا أنه في معظم الأحيان تكون هذه التكاليف تمثل الجزء الأكبر من إجمالي التكاليف غير المباشرة.
- صعوبة تقسيم وقت العمل بين عدة أنشطة خاصة إذا كانت طبيعة النشاط إداري وهذا ما يؤدي إلى صعوبة تتبع الدقيق لتكاليف الأنشطة للمنتجات.
- قد يكون نظام التكاليف على أساس الأنشطة معقداً وأقل فهماً للمستعملين في حالة تنوع الأنشطة داخل المؤسسة.
- يكون النظام ملائماً أكثر للمنتجات التي تكون دورة حياتها قصيرة نسبياً، أما إذا كانت المنتجات تتميز بدورة حياة طويلة فيجب استخدام مقاييس مرحلية لعملية التخصيص.
- إن مجموعات الأنشطة المتجانسة تساهم في تبسيط النظام بشكل عام، أما إذا كانت المجموعات تضم أنشطة تنتهي إلى عمليات مختلفة يؤدي هذا إلى عدم قدرة مسبب التكلفة الذي تم تعيينه لها على تتبع الدقيق للموارد المستهلكة إلى المنتجات.
- إن نظام التكاليف على أساس الأنشطة يكشف أماكن عدم الكفاءة والفعالية على المدى الطويل الأمر الذي يعارض تعظيم الربحية في الأجل القصيرة.

1- نظام الإنتاج في الوقت المحدد "JIT" Jus In Time:

يعتبر نظام الإنتاج في الوقت المحدد من أهم النظم الحديثة التي تهدف إلى تلبية رغبات المستهلكين بالجودة العالية وفي الوقت المناسب، الأمر الذي يحقق الميزة التنافسية للمؤسسة.

3-1 تعريف نظام الإنتاج في الوقت المحدد:

عُرف نظام الإنتاج في الوقت المحدد بأنه²²³: "أسلوب العمل الذي يبحث في تقليص جميع العناصر غير المضافة للقيمة في الأنشطة الإنتاجية من خلال توفير احتياجات المستهلكين بالكمية والجودة الملائمة وفي الوقت المحدد، ولذلك يتم الإنتاج وفق هذا النظام لغرض مقابلة متطلبات الإنتاج فقط، مما يؤدي إلى تخفيض التكاليف وتطوير جودة المنتج".

²²² - اسماعيل حجازي، معاليم سعاد، "محاسبة التكاليف الحديثة من خلال الأنشطة"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص.ص 146-147.

²²³ - حيدر شاكر نوري، محمود حسن جمعة، "تقنية إدارة الكلفة الاستراتيجية"، مجلة ديالي، العدد 63، 2014، ص 305.

في حين عرفه Shonberger بأنه²²⁴: "نظام إنتاجي يقوم بتحويل المواد الخام إلى أجزاء إنتاجية في الوقت الذي يحتاج فيه القسم لهذه الأخيرة، ومن ثم تحويلها إلى مجاميع نصف مصنعة في الوقت المحدد وبعدها يقوم بتحويلها إلى منتج نهائي في الوقت المطلوب لتسليم المنتجات إلى المستهلك دون تقديم أو تأخير".

ومن خلال ما سبق نستنتج أن نظام الإنتاج في الوقت المحدد هو النظام الذي يقوم بالإنتاج وفق طلبات المستهلكين بالجودة المطلوبة وفي الوقت المحدد الأمر الذي يؤدي إلى تخفيض التكاليف ورفع الإنتاجية وزيادة الإيرادات.

2-3 خصائص نظام الإنتاج في الوقت المحدد:

لنظام الإنتاج في الوقت المحدد جملة من الخصائص يمكن حصرها في النقاط التالية²²⁵:

- الإنتاج بالكميات المحددة وفي الأوقات المناسبة لمواجهة الطلب بمعنى الإنتاج بحجم الدفعات الصغيرة التي تلي الطلب المستقر مما يؤدي إلى الاستجابة السريعة لطلبات الزبائن، وكذلك تخفيض تكاليف الإنتاج "تكاليف الاحتفاظ بالمخزون".
- نظام معلومات فعال من حيث تحديد كمية المواد والمستلزمات المطلوبة وأوقات الحاجة إليها.
- يستخدم نظام معلومات يدعى kanban والذي يعمل على عدم شراء أو إنتاج أي وحدة ما لم تكن هناك حاجة حقيقية لها.
- التنسيق التام بين العمليات الإنتاجية والموردين.
- يعمل على الإنتاج بدفعات صغيرة وعدم وجود مخزون، وهذا يستلزم وصول الكميات المطلوبة في الوقت المحدد وبالمواصفات المطلوبة.
- يتطلب بيئة عمل مستقرة تتسم بسيادة الإدارة الجماعية وتقوم على روح التعاون والتنسيق بين الإدارة والعمال والموردين.

3-3 عناصر نظام الإنتاج في الوقت المحدد:

لهذا النظام مجموعة من العناصر المتكاملة يمكن حصرها فيما يلي²²⁶:

- نظام جذب وليس نظام دفع: أي كل مرحلة تتطلب مدخلاتها، عكس الأنظمة التقليدية التي تدفع مخرجاتها إلى المرحلة الإنتاجية التي تليها بغض النظر إذا كان هناك حاجة إليها.
- الرقابة عن طريق البطاقات: للتأكد من إنتاج المنتجات الضرورية فقط.
- العلاقة مع الموردين: تركز المؤسسة على عدد محدود من الموردين من أجل الاستقرار النسبي وتحسين الاتصال.
- خفض وقت وتكلفة إعداد الآلات: أي الإنتاج وفق طلبات الزبائن يخفض من المخزون تحت التشغيل مما يوفر استخدام الآلات.
- يقوم نظام الإنتاج في الوقت على تخفيض حجم الدفعة الإنتاجية لاعتبارها دفعة واحدة.
- ترتيب الآلات على حسب مجموعات وفق الخصائص التكنولوجية وليس على أساس الخط الإنتاجي.
- احترام العنصر البشري الذي يعتبر العامل الفعال في هذا النظام.
- الصيانة الوقائية: تحضير خطط وقائية للصيانة في حالة حدوثها دون إيقاف خط الإنتاج.

²²⁴ - محمد روازقي، نجمة عباس، "محاولة بناء أنموذج لتطبيق نظام الإنتاج في الوقت المحدد JIT في المؤسسات الجزائرية"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد 17، 2017، ص 318.

²²⁵ - محمد روازقي، نجمة عباس، مرجع سبق ذكره، ص 319.

²²⁶ - نوبلي نجلاء، "استخدام أدوات المحاسبة الإدارية في تحسين الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية -دراسة حالة مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب -بسكرة"، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014-2015، ص 119.

- إلغاء الفاقد والضياع: أي إلغاء كل شيء لا يضيف قيمة للإنتاج.
- الجودة عند المصدر: أي التأكد من تسليم المنتجات بجودة عالية وفق لما هو مطلوب.
- مواجهة ظروف عدم التأكد: أي لا يعمل نظام الإنتاج في الوقت المناسب وفق ظروف يسودها عدم التأكد.
- تطبيق النظام على مراحل طويلة: بمعنى يأخذ الوقت اللازم لكي يطبق في الواقع دون أخطاء.

4-3 أهداف نظام الإنتاج في الوقت المحدد:

تتمثل أهداف نظام الإنتاج في الوقت المحدد فيما يلي²²⁷:

- الاستغناء عن المخزون أو تخفيضه إلى أدنى حد ممكن.
- الحد من الهدر في الوقت والاستعمال الأمثل للموارد في العملية الإنتاجية.
- تنظيم عمليات التموين بالكميات والوقت المناسب لتلبية رغبات المستهلكين في الوقت المحدد وبالجودة المطلوبة.
- تقوية العلاقة مع الموردين وذلك من خلال وضع أهداف طويلة الأجل.
- تعزيز الإدارة الاستراتيجية بالحرص على الجودة والنوعية إلى جانب تخفيض التكاليف.

1- بطاقة الأداء المتوازن "BSC" Balanced Scorecard Costing

تعد بطاقة الأداء المتوازن إحدى الوسائل الإدارية الحديثة المستخدمة في قياس وتقييم الأداء بالإضافة إلى تحديد الاتجاه الاستراتيجي للمؤسسة وذلك من خلال ترجمة أهداف المؤسسة إلى مجموعة من مؤشرات الأداء.

1-4 تعريف بطاقة الأداء المتوازن:

عرفت بطاقة الأداء المتوازن بأنها²²⁸: "نظام إدارة استراتيجي لكونها تحاول أن توازن وتربط بين رؤية ورسالة المؤسسة والأهداف الاستراتيجية لها وانعكاسها من خلال تجسيدها في الجوانب الأربعة لهذه البطاقة". كما يمكن تعريفها بأنها²²⁹: "إطار يساعد مختلف مستويات المؤسسة على ترجمة أهدافها وخططها الاستراتيجية إلى أهداف عملية قابلة للقياس، مع توجيه أداء السلوك الفردي بربط رسالة ورؤية النشاط بمهام العاملين من خلال الجوانب الأربعة لبطاقة الأداء المتوازن والمتمثلة في: "المالية، العملاء، العمليات والتطوير".

من خلال ما سبق يمكن القول بأن بطاقة الأداء المتوازن هي أداة متكاملة تشمل العديد من الجوانب وتتضمن مجموعة من المقاييس المالية وغير المالية التي تقدم للمدراء صورة واضحة عن الأداء الشامل للمؤسسة.

2-4 جوانب بطاقة الأداء المتوازن

إن بطاقة الأداء المتوازن هي عبارة عن أداة فعالة تترجم استراتيجية المؤسسة إلى مجموعة من الأهداف والمقاييس التي تتعلق بأربعة جوانب، والتي تتمثل في:

²²⁷ - سعيدة حركات، مرجع سبق ذكره، ص 229.

²²⁸ وائل محمد صبيحي إدريس، طاهر محسن منصور الغالي، "سلسلة إدارة الأداء الاستراتيجي - أساسيات الأداء وبطاقة التقييم

المتوازن"، دار وائل للنشر والتوزيع، 2009، ص 151.

²²⁹ - عادل بومجان، "تأهيل الموارد البشرية لتحسين أداء المؤسسة الاقتصادية- دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل - فرع جنرال كابل- بسكرة"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014-2015، ص 72.

- الجانب المالي²³⁰: يمثل الجانب المالي الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة، حيث اقترح كلاً من Kaplan و Norton ثلاث مراحل للاستراتيجية المالية والتي تتناسب مع الوضعية السوقية للمؤسسة "نمو، قيمة، ربحية"، حيث تتمثل القيمة التي يمكن للمالكين الحصول عليها في الاستمرار، النجاح، النمو والازدهار، ويقاس الاستمرار بالزيادة في التدفقات النقدية، أما النجاح فيقاس بالزيادة في الدخل، بينما النمو والازدهار فيحسب من خلال الحصة السوقية للمؤسسة، وزيادة معدل العائد على الاستثمار.
- جانب العملاء²³¹: يعتبر جانب العملاء أساس نجاح المؤسسة لأن الأداء المالي داخل المؤسسة والمتعلق بتحقيق الأهداف المالية يعتمد بشكل كبير على تحقيق أهداف جانب العملاء، إضافة إلى هذا فإن نتائج كلاً من: جانب العمليات الداخلية، وجانب التعلم والنمو تظهر من خلال تقديم قيمة للعملاء سواء على المدى القصير أو الطويل، وبالتالي يمكن اعتبار أن هذا الجانب يمثل المصدر الأساسي لإيرادات المؤسسة ويتوقف مدى زيادة هذه الإيرادات على مدى إرضاء العملاء.
- جانب العمليات الداخلية²³²: يقوم هذا الجانب بربط أهداف المؤسسة مع مؤشرات أداؤها وذلك بغيت تحديد العمليات الرئيسية التي لها تأثير كبير على إرضاء العملاء وتحقيق الأهداف المالية للمؤسسة. كما يعمل هذا الجانب على البحث عن برامج تشغيل الأداء التي يمكن أن تزيد من أداء المؤسسة والتحكم في عمليات الإنتاج، والتطور المحتمل لهذه العمليات، ونوعية خدمات ما بعد البيع.
- جانب التعلم والنمو²³³: يهتم هذا الجانب بالقدرات الفكرية للعاملين ومستويات مهارتهم ونظم المعلومات والإجراءات الإدارية للمؤسسة، كما يعمل على إرضاء العاملين والمحافظة عليهم وزيادة الإنتاجية، ويمكن قياس رضا العاملين من خلال التميز بعمل جيد، في حين يمكن قياس قدرات نظام المعلومات بمدى إتاحة النظام دون تعطيل وسرعة الاستجابة، أما المحافظة على العاملين فيتم قياسها بنسبة دوران العمل.

3-4 خطوات بناء بطاقة الأداء المتوازن

إن المؤسسات تستخدم بطاقة الأداء المتوازن كأداة استراتيجية للإدارة للقيام بالعديد من الوظائف المتمثلة في²³⁴:

- توضيح وترجمة رؤية واستراتيجية المؤسسة: يتم ترجمة استراتيجية المؤسسة إلى أهداف بالإضافة إلى تحديد السوق المستهدف وشريحة العملاء الذين ستقوم المؤسسة بخدمتهم وذلك لتحقيق أهدافها، كما تقوم بتحديد أهداف وقياسات كل من الجوانب الأربعة للبطاقة.
- توصيل وربط الأهداف الاستراتيجية بالقياسات المطبقة: يجب إعلام جميع العاملين بالأهداف الرئيسية التي يجب تنفيذها حتى تنجح الاستراتيجية، مما يتطلب على المؤسسة ربط وتوصيل أهدافها الاستراتيجية بالمقاييس المختلفة.
- التخطيط ووضع الأهداف وترتيب المبادرات الاستراتيجية: يظهر أفضل تأثير لقياس بطاقة الأداء المتوازن على الأداء عندما يتم توظيفها لإحداث تغيير تنظيمي، ولذلك يجب على المديرين التنفيذيين تحديد الأهداف لهذه البطاقة، ومن خلال العلاقات السببية فيها تصبح الأهداف المطلوب تحقيقها مترجمة إلى أداء مالي.

²³⁰- Zair wafia, le balanced scorecard mesurer la performance avantages et inconvénients, revue science économiques, de gestion et des sciences de commerciales, n°9, 2013, p23

²³¹ - سامي هباش، "مساهمة في تحسين وظيفة مراقبة التسيير في البنوك الجزائرية باستخدام بطاقة الأداء المتوازن"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2017، ص 104.

²³²- Yassine ali belhadj, etude empirique sur les variables du modèle de performance balanced scorecard, revue performance des institutions algériennes, n°9, 2016, p50

²³³ - محار عبد الله الخليل، "تطبيق أساليب المحاسبة الإدارية الحديثة في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية"، مذكرة ماجستير في المحاسبة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012، ص 35.

²³⁴- عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، "بطاقة الأداء المتوازن - المدخل المعاصر لقياس الأداء الاستراتيجي"، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص-ص 82، 83.

- التغذية العكسية: تكمن أهمية التغذية العكسية في تحسين أداء المؤسسة وانتقالها إلى وضعية أفضل مما كانت عليه، كما يُمكنها من مراقبة وتعديل أي نقائص أو قصور في تنفيذ الاستراتيجية وتصحيح الأخطاء إن وجدت.

4-4 تقييم بطاقة الأداء المتوازن:

هناك مجموعة من المزايا والعيوب التي وجهت لبطاقة الأداء المتوازن يمكن حصرها فيما يلي:

1-4-4 مزايا بطاقة الأداء المتوازن:

إن تطبيق بطاقة الأداء المتوازن في المؤسسة يوفر لها جملة من المزايا نذكر منها²³⁵:

- تسمح بطاقة الأداء المتوازن بتقييم أداء المؤسسة بصفة شاملة ومتوازنة وتعمل على تفادي أوجه القصور.
- تترجم استراتيجية المؤسسة إلى أهداف وتوازن بين:
 - المقاييس المالية والمقاييس غير المالية.
 - الأداء الحالي والأداء المستقبلي للمؤسسة.
 - الجانب الداخلي للبطاقة "العمليات الداخلية، النمو والتعلم" والجانب الخارجي لها "المالي، العملاء".
- تقوم بطاقة الأداء المتوازن على نظرة شاملة ومتعددة الأبعاد من خلال استعمال مؤشرات مالية كمية ونوعية بالإضافة إلى المؤشرات الاستراتيجية والتاريخية.
- تُشجع على تطوير برامج الاتصال والتكوين فمن خلال الاتصال يتم التعرف على استراتيجية المؤسسة وذلك بالتعبير عنها في شكل مجموعة من الأهداف القابلة للقياس.

2-4-4 عيوب بطاقة الأداء المتوازن:

قد تواجه المؤسسة عدة مشكلات عند تطبيق بطاقة الأداء المتوازن نذكر منها²³⁶ :

- صعوبة وضع رؤية مشتركة لاستراتيجية متفق عليها، وإذا تم الاتفاق عليها قد لا تكون واضحة بالنسبة لكل مستويات الإدارة.
- يمكن أن تكون تكاليف تطبيق بطاقة الأداء المتوازن أكبر من المنفعة التي ستولدها البطاقة.
- نقص الموظفين المؤهلين القادرين على التعامل مع نظام بطاقة الأداء المتوازن، مما قد يؤدي إلى مقاومة تطبيق هذا النظام وتتكون لديهم اتجاهات سلبية تجاه استخدام بطاقة الأداء المتوازن وخاصة إذا كانوا لا يدركون أهدافها.
- عملية وضع وتحديد المقاييس في بطاقة الأداء المتوازن معقدة جداً، إضافة إلى صعوبة تحديد الحد الأمثل من المقاييس المستخدمة التي تُظهر الأداء بشكل متكامل.

²³⁵ - منصف شرفي، عز الدين بن تركي، "بطاقة الأداء المتوازن كأسلوب حديث لتقييم أداء المؤسسات الجزائرية -دراسة حالة وحدات إنتاج الحليب ومشتقاته"، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 3، 2016، ص 80.

²³⁶ - أحمد يوسف دودين، "بطاقة الأداء المتوازن ومعوقات استخدامها في منظمات الأعمال"، دار جليس الزمان، عمان، الطبعة الأولى، 2010، ص 70.

- عدم وجود مقاييس لبعض متغيرات الأداء، حيث أن وجودها يعد مهم لوضع الاستراتيجيات محل التنفيذ، وبالتالي عدم وجود هذه المقاييس يؤدي إلى عدم قدرة الإدارة على توجيه أداؤها.

5- إدارة الجودة الشاملة "TQM" Total quality management

تعتبر إدارة الجودة الشاملة من أهم المفاهيم الإدارية الحديثة التي تقوم على مجموعة من الأفكار والمبادئ وفيما يلي سنتطرق للمفاهيم العامة لإدارة الجودة الشاملة.

1-5 تعريف إدارة الجودة الشاملة:

رغم وجود محاولات عديدة من طرف المختصين في الفكر الإداري لإعطاء تعريف لإدارة الجودة الشاملة، إلا أنه لا يوجد تعريف موحد لها المصطلح، ومن بين هذه التعاريف نذكر الآتي:

عرفها "Crosby philip" أحد المؤسسين لإدارة الجودة الشاملة بأنها²³⁷: "تمثل المنهجية المنظمة لضمان سير النشاطات التي تم التخطيط لها مسبقاً، حيث أنها الأسلوب الأمثل الذي يساعد على منع وتجنب المشكلات من خلال العمل على تحفيز وتشجيع السلوك الإداري التنظيمي في الأداء الأمثل باستخدام الموارد المادية والبشرية بكفاءة عالية".

في حين عرفها "jablanshi" بأنها²³⁸: "شكل تعاوني لإنجاز الأعمال بالاعتماد على الجهود المشتركة بين الإدارة والعاملين بهدف تحسين الجودة وزيادة الإنتاجية بشكل مستمر".

2-5 أهداف إدارة الجودة الشاملة:

تسعى إدارة الجودة الشاملة لتحقيق جملة من الأهداف يمكن حصرها فيما يلي²³⁹:

- تخفيض التكاليف: إن الجودة تتطلب العمل بالطريقة الصحيحة من المرة الأولى وهذا ما يقلل من الأخطاء والعمل الإضافي وبالتالي تخفيض التكاليف.
 - تقليل الوقت اللازم لإنجاز المهمات للعملاء، الأمر الذي يحقق رضا العملاء.
 - تحقيق الجودة: وذلك بتطوير المنتجات والخدمات حسب رغبات العملاء حيث أن عدم الاهتمام بالجودة يؤدي إلى الحاجة لوقت أطول لإنجاز المهام بالإضافة إلى زيادة أعمال المراقبة وبالتالي زيادة شكوى المستفيدين من هذه الخدمات.
- 3-5 أهمية إدارة الجودة الشاملة:

يمكن إجمال أهمية إدارة الجودة الشاملة فيما يلي²⁴⁰:

²³⁷ - بوعريوة الربيع، "دور الثقافة التنظيمية في تطبيق إدارة الجودة الشاملة دراسة ميدانية لعينة من المنظمات الصحية بالجزائر العاصمة"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة بومرداس، الجزائر، 2016-2017، ص 78.

²³⁸ - نادية حماش، "مساهمة رأس المال الفكري في إمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة دراسة حالة مؤسسة نقاوس للمصبرات -باتنة"، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2016-2017، ص 132.

²³⁹ - مادي سعيدة، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق إدارة الجودة الشاملة بالمؤسسة -دراسة حالة المؤسسة الجزائرية"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2014-2015، ص 31.

²⁴⁰ - العابد محمد، "معوقات تطبيق منهج إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الصحية الجزائرية دراسة ميدانية مقارنة لمجموعة من المؤسسات الصحية العمومية"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة يحي فارس المدية، الجزائر، 2016-2017، ص 81.

- تخفيض التكلفة وزيادة الإنتاجية من المنتجات أو الخدمات.
- تؤدي الجودة إلى تحقيق رغبات العملاء بتقديم الأفضل من السلع والخدمات.
- تعمل على تحسين العلاقة بين العاملين وتنمية عمل الفريق، والشعور بالانتماء في بيئة العمل.
- منهج شامل للتغيير على عكس النظام التقليدي الذي يكون على شكل إجراءات وقرارات.
- تغير سلوكيات أفراد المؤسسة تجاه مفهوم الجودة.
- تمكن من القيام بعملية المراجعة وتقييم الأداء بشكل مستمر.

4-5 خطوات تطبيق إدارة الجودة الشاملة:

تمر عملية تطبيق إدارة الجودة الشاملة بمجموعة من المراحل تتمثل في²⁴¹:

- مرحلة الإعداد "التحضير": لتطبيق إدارة الجودة الشاملة لا بد من تحديد الأهداف المرغوبة منها.
- مرحلة التخطيط: وتتضمن استخدام المعلومات التي تم جمعها خلال مرحلة الإعداد، حيث يقوم مجلس الجودة باستعمال كافة الموارد في المؤسسة "البشرية، المادية، المالية والمعنوية اللازمة للتنفيذ".
- مرحلة التنفيذ: يتم في هذه المرحلة ترجمة مبادئ ومتطلبات إدارة الجودة الشاملة، وتجسيدها على أرض الواقع.
- مرحلة الرقابة والتقييم: يتم قياس وتقويم الأداء والجهود المبذولة في تطبيق إدارة الجودة الشاملة من خلال أنظمة الرقابة.
- مرحلة نشر الخبرات: إن المؤسسة مطالبة بنشر خبرتها في إدارة الجودة الشاملة حيث تقوم بنشر تجربتها ونجاحاتها.

المحور الثاني: دور أساليب المحاسبة الإدارية الحديثة في تحسين أداء المؤسسات:

1- أساسيات حول الأداء في المؤسسة:

1-1 تعريف الأداء:

يعود أصل مصطلح الأداء إلى كلمة إنجليزية performance، والتي تعني إنجاز العمل أو الكيفية التي يبلغ بها التنظيم أهدافه. في حين يعرف العديد من الباحثين الأداء على أنه: "قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها التنظيمية ويشير كل من Doriath و Goujet إلى أن هذا التعريف يعتبر شاملاً وهو يتضمن ثلاثة معاني أساسية للأداء²⁴²:"

- الأداء عبارة عن نتيجة أو انجاز: أي مقارنة النتائج مع الأهداف الموضوعية، وذلك من خلال مجموعة من المؤشرات الكمية أو النوعية، وهنا يظهر لنا أن الأداء يفترض نوعاً من المنافسة حيث تسعى المؤسسة دوماً إلى تحقيق نتائج أحسن من النتائج السابقة وأفضل من منافسها.
- يعبر الأداء عن فعل أو نشاط يرتبط بمجموعة من الأفعال المترابطة، حيث تقوم المؤسسة بوضع كافة إمكانياتها لتحقيق نتيجة معينة.
- يعبر الأداء عن النجاح حيث يعد الأداء مفهوماً إيجابياً غير موجود في حد ذاته وإنما يعكس تصور المؤسسة حول النجاح.

²⁴¹ - حروش رفيقة، "محاولة تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات التربوية في الجزائر"، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير

والنجارة، المجلد 2، العدد 29، 2014، ص 270.

²⁴² - ريغة أحمد الصغير، "تقييم أداء المؤسسات الصناعية باستخدام بطاقة الأداء المتوازن دراسة حالة المؤسسة الوطنية لإنتاج الآلات الصناعية"، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، الجزائر، 2013-2014، ص 4.

من خلال التعاريف السابقة نرى أن مفهوم الأداء يرتبط بمفاهيم أخرى كالكفاءة والفعالية، حيث يقصد بالفعالية "محصلة تفاعل مكونات الأداء الكلي للمؤسسة بما يحتويه من أنشطة فنية وإدارية، وما يؤثر فيه من متغيرات داخلية وخارجية وهي تقاس بالمقارنة بين النتائج المحققة والأهداف الفعلية"، أما الكفاءة فهي "النسبة بين النتائج المحصلة والوسائل المستخدمة للتوصل إليها".

2-1 العوامل المؤثرة في الأداء:

يخضع الأداء لتأثير العديد من العوامل حيث تم تقسيم هذه الأخيرة إلى ²⁴³:

- العوامل الخارجية: تتمثل العوامل الخارجية في مجموعة من المتغيرات التي يصعب التحكم فيها، فقد تكون أثارها في شكل فرص يسمح استغلالها بتحسين الأداء، وقد تكون خطراً يؤثر سلباً على أداء المؤسسة، وتنقسم هذه العوامل إلى عوامل اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، تكنولوجية، سياسية وقانونية تتفاوت في درجة تأثيرها على أداء المؤسسة.
- العوامل الداخلية: تتمثل العوامل الداخلية في مختلف المتغيرات الناتجة عن تفاعل عناصر المؤسسة الداخلية والتي تؤثر على أدائها، ويمكن للمسار التحكم فيها، وأن يحدث فيها تغيرات تسمح بزيادة أثارها الإيجابية أو التقليل من أثارها السلبية وتتميز هذه العوامل بتعدددها وصعوبة حصرها، وتم تجميعها في مجموعتين رئيسيتين هما: العوامل التقنية، والعوامل البشرية.

1- مساهمة الأساليب الحديثة للمحاسبة الإدارية في تحسين الأداء:

1-2 مساهمة التكلفة المستهدفة في تحسين الأداء:

تساهم التكلفة المستهدفة في تحسين الأداء في المؤسسة من خلال ما يلي ²⁴⁴:

- تهدف التكلفة المستهدفة إلى تخفيض التكاليف من خلال الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة.
- أسلوب التكلفة المستهدفة يطور المنتج، ويحدد سعر البيع، والربح المرغوب، بعدها يتم استخراج التكلفة المسموح بها وهذا ما يجعل التكاليف ترتبط بأسعار البيع بدلاً من ارتباط أسعار البيع بالتكاليف.
- تمثل التكلفة المستهدفة الطريقة المناسبة لتحديد تصميم المنتج في حدود التكاليف المسموحة وهو ما يجعل المؤسسة تتحكم في المقدرة الربحية للمنتج من خلال هامش الربح المحدد وبالتالي ربحية المؤسسة وقيمتها، بالإضافة إلى المساهمة في زيادة المبيعات نظراً إلى تأثيره المباشر في قرارات التسعير وفق متطلبات العملاء.

2-2 مساهمة نظام التكاليف على أساس الأنشطة في تحسين الأداء:

إن مساهمة نظام التكاليف على أساس الأنشطة في عملية تحسين الأداء تكمن في ²⁴⁵:

- يوفر نظام التكاليف على أساس الأنشطة معلومات دقيقة حول الأنشطة باستخدام مسببات التكلفة الأمر الذي يسمح باتخاذ القرارات الاستراتيجية وتحسين العمليات وتقييم أداء عمليات المؤسسة.
- يسمح النظام للمؤسسة بتنفيذ استراتيجيتها بطرق أكثر فعالية وذلك بتتبع تكاليف النشاط على عدد مختلف من أغراض التكلفة، وهذا ما يسمح لها بتحديد القيمة لمختلف أغراض تكلفة المؤسسة.

²⁴³- السعيد بريش، نعيمة يحيى، "أهمية التكامل بين أدوات مراقبة التسيير في تقييم أداء المنظمات وزيادة فعاليتها -دراسة حالة

ملبنة الأوراس"، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 1، 2011-2012، ص 30.

²⁴⁴- نوبلي نجلاء، مرجع سبق ذكره، ص 150.

²⁴⁵- اليزيد ساحري، "نظام التكلفة على أساس النشاط: مدخل استراتيجي لإدارة التكلفة"، مجلة آفاق للعلوم، العدد 4، 2016، ص 24.

- يؤدي استخدام نظام التكاليف على أساس الأنشطة إلى الحصول على أفضل المعلومات من أجل تطوير المنتجات والموارد وإلغاء التكاليف المرتبطة بالأنشطة التي لا تضيف قيمة وكذا تحسين كفاءة العمليات الداخلية.
- يؤدي تطبيق النظام إلى الحصول على تكاليف إنتاج دقيقة وذلك بهندسة التكلفة من أجل ربح حصة السوق المستهدف بالسعر المحدد مسبقاً.
- للنظام تأثير كبير على مصممي المنتجات الجديدة باعتبار أنه يحدد خصائص المنتج التي تسبب التكلفة ومن ثم توفير عدة بدائل من أجل اختيار التصميمات التي لها مردود أعلى وبتكلفة مستهدفة.

3-2 مساهمة نظام الإنتاج في الوقت المحدد في تحسين الأداء:

تظهر مساهمة نظام الإنتاج في الوقت المحدد في تحسين الأداء المؤسسات من خلال²⁴⁶ :

- يهدف نظام الإنتاج في الوقت المحدد إلى تخفيض التكاليف الإنتاجية من خلال تحقيق وفورات في تكلفة العناصر التي تدخل في إنتاج السلعة الواحدة دون التأثير على نوعية المنتج ومواصفاته وجودته.
- يسعى هذا النظام إلى تبني طرق إنتاجية حديثة لتخفيض الزمن اللازم للإنتاج وما يتبعه من ميزات.
- إلغاء الأنشطة الإنتاجية التي لا تضيف قيمة للمنتج.
- يعمل النظام على الرقابة المستمرة أثناء التنفيذ ومقارنة التكاليف الفعلية بما هو مخطط له.
- التأكيد على تنفيذ ما هو مخطط له وفي حالة حدوث انحرافات لا بد من تحديدها ومعرفة الأسباب التي أدت إلى ذلك من أجل تعديلها، وبذلك يمكن القول أن نظام الإنتاج في الوقت المحدد يساهم في تخفيض التكاليف وزيادة الإنتاجية وبالتالي زيادة ربحية المؤسسة.

4-2 مساهمة بطاقة الأداء المتوازن في تحسين الأداء:

تساهم بطاقة الأداء المتوازن في تحسين الأداء داخل المؤسسة من خلال النقاط التالية²⁴⁷ :

- تحتوي بطاقة الأداء المتوازن على أربع جوانب تعمل على إدارة العمليات اليومية في المؤسسة ومراقبة النتائج المالية وفي نفس الوقت مراقبة التقدم.
- تجمع بطاقة الأداء المتوازن بين المقاييس المالية وغير المالية الأمر الذي يقدم للمدراء الصورة الشاملة عن أداء مؤسستهم.
- تعمل على إيجاد ترابط بين الأهداف ومقاييس الأداء وهذا ما يساعد المدراء على اتخاذ قرارات رشيدة.
- تترجم الرؤية والاستراتيجية وتُعرف الارتباطات الاستراتيجية لتكامل الأداء.
- تُعطي للإدارة صورة شاملة عن طبيعة العمليات لمختلف الأعمال.

5-2 مساهمة إدارة الجودة الشاملة في تحسين الأداء:

تعتبر إدارة الجودة الشاملة من بين أبرز الأساليب الحديثة التي تساهم في جعل مستوى الأداء داخل المؤسسة في أعلى درجة من التميز والتفوق وذلك من خلال²⁴⁸ :

²⁴⁶-سنة نايف اليعقوب، "أثر تطبيق نظام الإنتاج في الوقت المحدد على تعظيم ربحية الشركات الصناعية المساهمة العامة في الأردن"، مذكرة ماجستير في المحاسبة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2009، ص 33.

²⁴⁷ - وائل محمد صبيحي إدريس، طاهر محسن منصور الغالي، مرجع سبق ذكره، ص 153.

²⁴⁸ - محمد العابد، علي مكيد، "دور إدارة الجودة الشاملة في تحسين الأداء المؤسسي"، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية، العدد 7، 2016، ص 190.

- إن تطبيق إدارة الجودة الشاملة يؤدي إلى التقليل من التكاليف من خلال تقليص الهدر والضياع وبالتالي تخفيض الأسعار مقارنة بالمنافسين، مما يعطي للمؤسسة بعداً تنافسياً يحقق لها حصة سوقية عالية "أداء متميز".
- تركز إدارة الجودة الشاملة على التدريب والتطوير المستمر واستخدام الأساليب الإحصائية في عمليات فحص ومطابقة الجودة، بالإضافة إلى الاعتماد على مبدأ الوقاية من الأخطاء قبل وقوعها، كل هذا يسهم في تقديم منتجات ذات جودة عالية.
- تحقق إدارة الجودة الشاملة بعدي الوقت والمرونة عن طريق ما تستدعيه الجودة من رقابة صارمة، الأمر الذي يسهم في التسليم في الوقت المناسب، وهذا ما يهيئ المناخ للاستجابة بمرونة أكبر للتغيرات كمياً ونوعاً، إلى جانب هذا تصبح برامج تخفيض التكلفة أكثر كفاءة عند توافر جودة عالية ووقت تسليم فاعل ومرونة أفضل وهكذا نصل إلى أن هذا الأسلوب يسهم في تحقيق أداء متميز للمؤسسة وتعزيز قدراتها التنافسية لمواجهة حدة المنافسة.

الخاتمة:

تعد المحاسبة الإدارية من أحدث الأدوات التي تستخدمها إدارة المؤسسة لأغراض إدارية، فمع تطور الأسواق وانفتاحها واشتداد المنافسة لم تعد وظيفة المحاسبة الإدارية مقتصرة على تزويد الإدارة بالمعلومات المالية الملائمة التي تُستعمل لاختيار البديل المناسب والذي يحقق أقصى قدر من الإنتاجية ومنه زيادة الربحية، وإنما أداة للمراجعة المالية والمحاسبية يمكن من خلالها أن تحقق المؤسسة الميزة التنافسية في السوق، وبالتالي كان لزاماً على المؤسسات التي تسعى لتحسين أدائها الاعتماد على أساليب المحاسبة الإدارية الحديثة.

أولاً- النتائج:

من خلال الدراسة توصلنا إلى العديد من النتائج والتي يمكن حصرها في النقاط التالية:

- تتوأكب أساليب المحاسبة الإدارية الحديثة مع خصائص البيئة الحديثة، والتي تتميز بالتغير المستمر والسريع، الأمر الذي يتطلب توفير معلومات ملائمة في الوقت المناسب، وهذا ما تحققه هذه الأساليب.
- تستخدم أساليب المحاسبة الإدارية الحديثة في تطوير الأداء في المؤسسات وذلك من خلال التحكم في عناصر التكاليف وتخفيضها إلى أقصى حد ممكن دون المساس بجودة المنتج أو الخدمة المقدمة.
- تعمل التكلفة المستهدفة على تخفيض التكاليف قبل حدوثها وذلك بتحديد سعر السوق مسبقاً.
- يساهم نظام التكاليف على أساس الأنشطة في زيادة كفاءة أداء الأنشطة واتخاذ القرارات الصحيحة لما يقدمه من معلومات دقيقة الأمر الذي يؤدي إلى تعظيم الأرباح.
- يقوم نظام الإنتاج في الوقت المحدد باستبعاد كل مصادر الهدر والضياع والتي لا تضيف قيمة للمنتج وبالتالي تحسين الأداء في عملية الإنتاج.
- تقدم بطاقة الأداء المتوازن صورة واضحة عن الأداء الشامل للمؤسسة من خلال اعتمادها على مؤشرات مالية وغير مالية.
- تسمح إدارة الجودة الشاملة بتحسين أداء المؤسسة وتحقيق أهدافها الفعلية والمتمثلة في تحقيق النمو وزيادة الربح وكذلك الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة.

ومنه نستنتج أن أساليب المحاسبة الإدارية الحديثة لها دور فعال في تقديم المعلومات الملائمة لاتخاذ القرارات الرشيدة مما ينعكس إيجاباً على أداء مختلف الأنشطة بكفاءة وفعالية.

ثانياً- التوصيات:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها:

- تنمية الوعي لدى مدراء المؤسسات بأهمية أساليب المحاسبة الإدارية الحديثة ودورها في تحسين أداء المؤسسة من خلال ما تقدمه من معلومات ملائمة تساعد على التخطيط واتخاذ القرارات الرشيدة.
- إجراء دورات تدريبية حول كيفية تطبيق الأساليب الحديثة وتوضيح المزايا التي تعود على المؤسسات عند تطبيقها.

دوافع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الخدمة السياحية في الجزائر

الباحثة زروقي نسرين
جامعة الجيلالي بونعامة / الجزائر

د. قاضي نجاة
جامعة الجيلالي بونعامة / الجزائر

ملخص:

شهدت وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مجموعة من التغيرات والتطورات التي عملت على تسهيل عجلة تطوير وتنمية عدة قطاعات اقتصادية، ومنها القطاع السياحي. إن خدمات القطاع السياحي في العالم أتمدت كثيرا على هذه التكنولوجيات من أجل تنمية وترقية خدماتها عن طريق الترويج لها إلكترونيا. وعليه، يجب على الدولة الجزائرية والوزارة الوصية بالخصوص أن توفر كل ما يلزم من أجل تحقيق التقارب مع السياحة الرقمية من خلال السياحة والتكنولوجيا الحديثة، لما توفره تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من وسائل فورية وعملية لتسويق المنتجات، وتحضير وتنظيم وحجز الرحلات. وفي ضوء ذلك، فإن القطاع السياحي أثبت وجوده في تطوير اقتصاد البلدان خارج قطاع المحروقات، وهذا هو وضع الجزائر، وبالتالي يجب التركيز قدر الإمكان على هذا القطاع كأحد الحلول الجذرية والفعالة، خاصة مع أزمة البترول التي مسّت الجزائر مؤخرا. ومن هنا تم طرح إشكالية الدراسة الآتية: ما دوافع استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، خاصة الانترنت في قطاع السياحة في الجزائر؟ وتسعى هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على دوافع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تنمية الخدمات السياحية في الجزائر، وذلك من خلال التطرق إلى واقع السياحة وواقع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر، والدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تنمية الخدمة السياحية. وتكتسب هذه الورقة البحثية أهميتها من خلال التطورات الكبيرة التي تعرفها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في ترقية المجالات الاقتصادية بمختلف فروعها، وخاصة القطاع السياحي. ومن أجل الإجابة على الإشكاليات فقد تم استخدام المنهج الوصفي، فقد تم وصف السياحة والخدمات السياحية في الجزائر، وتحليل النتائج الميدانية فيما يخص دوافع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تنمية الخدمات السياحية. ومن خلال هذه الورقة البحثية، تم التوصل إلى جملة من النتائج والحلول، منها أن الوكالات السياحية تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تسيير أعمالها، وذلك باستعمال مواقع الانترنت وصفحات التواصل الاجتماعي من أجل تنشيط الخدمات السياحية في الجزائر. وتساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اتمام الإجراءات مع الشركاء و تساعدهم على تسيير أعمال الوكالة.

كلمات مفتاحية: السياحة، خدمات السياحة، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، السياحة الإلكترونية، وكالات السياحة والسفر.

تمهيد:

إن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات دوراً هاماً في تنمية الخدمات السياحية في العالم وذلك من خلال الانتشار والتنوع لهذه التكنولوجيات في مختلف القطاعات الاقتصادية منها أو غيرها من القطاعات، بحيث أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أصبح ضرورة حتمية في القطاع الخدماتي نظراً لما توفره هذه التكنولوجيات من مزايا وتسهيلات لمختلف الخدمات وخاصة السياحية. في هذا الإطار تم طرح الإشكالية التالية: ما مستوى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تنمية الخدمات السياحية في الجزائر؟ للإجابة على هذه الإشكالية تم التطرق للنقاط التالية:

1

محور الأول: مفاهيم حول الخدمة السياحية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال

أولاً- مفهوم السياحة والخدمات السياحية:

مفهوم السياحة:

يمكن أن نعرف السياحة على أنها "عملية انتقال الإنسان من مكان لآخر لفترة زمنية بطريقة مشروعة تحقق له المتعة النفسية" (توفيق، 1997، ص21). كما عرفتها المنظمة العالمية للسياحة على أنها "جزء فرعي من السفر وتشتمل بالدرجة الأولى على أنشطة الأفراد

الذين يسافرون ويقيمون في أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة بقصد الراحة والاستجمام والعمل والأغراض أخرى" (نفس المرجع السابق، ص9).

أشكال السياحة:

يمكن تصنيف السياحة إلى أشكال عدة نذكر أهمها (كواش، 2004):

- السياحة الطبيعية: هي السياحة التي تعتمد على عوامل جذب الطبيعية وتنقسم إلى: السياحة الساحلية، السياحة الصحراوية، السياحة المناخية والجبلية.
- السياحة الثقافية: يوجد عدة تصنيفات للسياحة الثقافية أهمها السياحة التاريخية التي تعتمد على عوامل الجذب التاريخية والحضارية.

مفهوم الخدمات السياحية:

تعريف الخدمة السياحية:

تعرف الخدمات بأنها "النشاطات التي تكون غير مادية أو غير ملموسة والتي يمكن تقديمها بشكل منفصل أو مستقل، وتوفر إشباع الرغبات والحاجات وليست بالضرورة أن ترتبط مع بيع منتج أو خدمة أخرى وعند تقديم الخدمة قد لا يتطلب نقل الملكية" (أبو رحمة وآخرون، 2001، ص 13). وعرف خبراء السياحة المنتج السياحي بأنه: "عبارة عن خليط من عناصر غير متجانسة تؤخذ مستقلة عن بعضها البعض لتشكل العرض السياحي المحلي أو الدولي، وعليه فالمنتج السياحي هو تلك الخدمة التي تحقق رغبات السواح أثناء إقامتهم وجولتهم السياحية" (عبد القادر، 2006، ص 83).

أنواع الخدمات السياحية:

يتفق جميع الكتاب والباحثين على تصنيف الخدمات السياحية، فجميعهم يركزون على الخدمات التي تعمل على إشباع حاجات ورغبات السائح أو الزائر عند قيامه بالرحلات أو الجولات السياحية أو الزيارات الدينية، لذلك بالإمكان تصنيف الخدمات السياحية بما يأتي (تومي، خريف، 2010، ص ص 4-5):

- خدمات النقل : وذلك بجميع ما تشمله هذه الخدمات من النقل البري والبحري والجوي.
- خدمات السكن : وتشمل الفنادق بأنواعها والقرى والمدن السياحية وبيوت الشباب...
- خدمات الأطعمة والمشروبات : وتشمل جميع ما يلي حاجة السياح من الطعام والشراب.
- خدمات الترفيهية والترفيه : وتشمل الخدمات الرياضية والثقافية والاجتماعية وغيرها.
- الخدمات المساعدة الأخرى : وتشمل خدمات الماء والكهرباء والهاتف والخدمات الصحية والدفاع المدني، والصيانة، والخدمات المصرفية وغسل الملابس ومستلزمات الأمن والطمانينة، وتوفير مواقف السيارات وخدمات الحلاقة والتصوير والمرافق الصحية والإشارات التوضيحية.

ثانياً- مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال والانترنت:

- تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال TIC: يتفق كثيرون على أن مفهوم تكنولوجيا المعلومات "يشير إلى معالجة وإرسال وتخزين واسترجاع المعلومات بواسطة الحاسبات الآلية والبرامج الجاهزة" (فرغلي موسى، 2007، ص 27). ويقول بيل غيتس (Bill Gates) "إن الثورة في مجالات الاتصالات قد بدأت لتوها وسوف تستغرق تطوراتها عدة عقود قادمة، وستدفعها إلى الأمام

التطبيقات الجديدة التي ستلي غالباً حاجات غير متنبأ بها حالياً، وخلال السنوات القليلة القادمة هناك قرارات كبرى سيتعين على الحكومات والشركات والأفراد اتخاذها" (رضوان، 1998، ص 8-9).

- تعريف الانترنت: تعرف الانترنت على أنها "شبكة عالمية من الشبكات الحاسوبية المختلفة والمتصلة ببعضها البعض بحيث تتمكن كل منها من بث البرامج نفسها في وقت واحد" (المحمود العمر، 2007، ص 31)، وهي مجموعة هائلة من أجهزة الحاسوب المتصلة فيما بينها، بحيث يتمكن مستخدموها من المشاركة في تبادل المعلومات وكل شيء آخر تقريباً. والانترنت ليس مجرد مجموعة من المعلومات والحواشيب والأسلاك، وإنما تحتوى الانترنت على مجموعة كبيرة من البرامج التي تجعله يعمل - مثل المعدات والحواشيب والأسلاك والمعلومات والبرامج والمستخدمون أيضاً، وهذا يوجد العديد من الخدمات التي تقدم عبر الانترنت نذكر منها: البريد الإلكتروني، البرامج، البحث... الخ (عباس العلاق، 2003، ص 17).

أهم تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المجال السياحي (دور الانترنت):

لا شك أن لتأثير قوي على طريقة عمل القوى البيعية، فالتليفون المحمول ونظم البريد الصوتي تعني أن القوى البيعية خلال تنقلاتها تستطيع دائماً الاتصال بالمركز الرئيسي للشركة أو بإدارة المبيعات المركزية. كما أن الحاسب المحمول يسمح بتخزين البيانات الفنية المتعلقة بالمنتجات، وعرضها دون الحاجة إلى حافظة أوراق تتضمن هذه البيانات الفنية.

أما على مستوى الإعلان فإننا نجد أن التطورات الهائلة في وسائل الإعلان البديلة واستخدام قواعد بيانات المستهلك تدعم رجال التسويق وتمكنهم من القيام بإعلانات مفصلة لكل مستهلك على حدة وفقاً لسلوك وتفضيلات هذا المستهلك (بوياح، 2011، ص 55). وعليه سنتطرق إلى أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالنسبة للخدمة السياحية من خلال ما تقدمه الانترنت لهذه الخدمة.

عموماً يمكن ضبط أهم تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال على القطاع السياحي كما يلي:

تكنولوجيا المعلومات والاتصال كأساس لظهور نوع جديد من السياح:

نتج عن المزج بين صناعة السياحة وتكنولوجيا الاتصالات نوع جديد من السياح، وهذا النوع من السياح أصبح أكثر تعقيداً وأكثر طلباً، إذ يحتاج إلى منتجات ذات جودة عالية ولديه معرفة أوسع عن الوجهات والمنتجات السياحية فهو أكثر خبرة كما أنه يعطي قيمة عالية للمال والوقت، ويضيف أن للسائح الجديد أفضلية واضحة وأنه دائماً في مقارنة للبدائل المختلفة وأن السائح أكثر تطلعاً ومعرفة بالجانب الثقافي والبيئي ويتطلع إلى الحصول على المزيد من المشاركة في الجمعيات المحلية عند السفر حيث توفر الوسائط الالكترونية للسائح إمكانية الاطلاع على مختلف العروض في وقت قصير جداً وبسهولة تامة واختيار العرض المناسب لذلك تسعى المؤسسات السياحية على اختلاف أنواعها لتقديم أحسن عرض من حيث العلاقة والتعريف به ليكون على مرأى من السائح، كما تسمح الوسائط الالكترونية للسياح بالتحدث عن خبراتهم وأرائهم وتبادل المعلومات فيما بينهم من مختلف أنحاء العالم مجاناً وفي الوقت الحقيقي، ويتوجه السائح ضمن المجتمع الرقمي للبحث عن الخبرات والآراء لتبادل الصور وأشرطة الفيديو كما يريد أن يشعر السائح الجديد بالانتهاء ويجب أن يعطي آراءه وأن يكون ملماً بمختلف المعلومات والمزيد من المشاركة (حماني، 2012، ص 7).

ظهور السياحة الالكترونية:

تعريف السياحة الالكترونية: هي تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغرض إنجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة، بالاعتماد على مبادئ وأسس التجارة الإلكترونية؛ ويتعدى في الواقع مفهومها أبعد من ذلك، فهي المستخدمة للأجهزة الإلكترونية الجوالة كالهواتف المحمولة والمفكرات الإلكترونية (m-tourism) وتشمل حتى السياحة المتنقلة/ الجواله المحمولة وغيرها، وبذلك فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تستخدم من قبل جميع شركاء القطاع السياحي من مؤسسات وهيئات وأفراد، وقد تستعمل هذه التكنولوجيا في تشييد وإقامة كيانات سياحية يتطلب تشغيلها أيضاً قدرًا من المعرفة التكنولوجية لدى روادها مثل الفنادق الذكية التي تعتمد في بنائها وتشغيلها وإدارتها على تقنيات حديثة، أي تزامناً مع استخدام (World

Wide Web) ظهرت السياحة الإلكترونية مع بداية ظهور خدمة الشبكة العنكبوتية، أي تزامناً مع استخدام الانترنت ما بين المؤسسات ومثيلائها وما بين المؤسسات والمستهلكين، وما بين المستهلكين أنفسهم، وقد ظهر degriфтour.com كأول موقع سياحي سنة 1990 (بختي، محمود فوزي، 2009-2010، ص 276).

متطلبات السياحة الإلكترونية:

لتجسيد السياحة يجب توفر العناصر الأساسية لصناعة المحتوى الرقمي وهي:

- تجميع المعطيات السياحية (عروض، أسعار، خرائط، تقارير،...).
- رقمنة المعطيات المجمعة باستخدام مختلف الوسائل التكنولوجية.
- نشر المعلومات المجمعة إلكترونياً عبر الويب، وعبر الوسائط الإلكترونية المتعددة، وبأكثر من لغة.
- تزويد الهيئات، الوكالات، الدواوين، المؤسسات السياحية والفندقية بوصلة انترنت موزعة شبكياً ومقبولة ومتوافقة مع حجمها (وبريد إلكتروني، فضلاً عن الهاتف والفاكس).

التسويق السياحي عبر الانترنت:

كما يمكن أن نلمس تأثير الانترنت على السياحة من خلال التسويق الإلكتروني السياحي أو التسويق السياحي عبر الانترنت، فالتسويق الإلكتروني يعتمد بشكل أساسي على الانترنت في ممارسة كافة الأنشطة التسويقية: كالإعلان، البيع، التوزيع، بحوث التسويق، تصميم المنتجات الجديدة، التسعير وغيرها.

ومن أهم مميزات التسويق الإلكتروني السياحي:

- رخص أسعار المنتجات السياحية التي يتم تسويقها عبر شبكة الانترنت مقارنة بالسلع الأخرى المباعة، وذلك كون التسويق الإلكتروني لا يحتاج إلى وجود متجر مادي للتعامل معه، وبالتالي تختفي بعض أنواع المصروفات مثل الإيجار، والكهرباء وأجور العمالة مما ينعكس في النهاية في شكل تخفيض الأسعار وتحقيق مزايا تنافسية.
- يساعد التسويق الإلكتروني المستهلكين على التسوق على مدار 24 ساعة، كما يوفر مدى واسع أو تشكيلة كبيرة من المنتجات أو العلامات التجارية وذلك خلاف التسويق التقليدي.
- يمنح التسويق الإلكتروني المستهلكين الفرصة لإجراء مقارنات لأسعار الخدمات السياحية قبل شرائها بشكل أفضل وأسرع.
- يساعد التسويق عبر الانترنت المستهلكين الذين لا يتوافر لديهم الوقت الكافي في الوصول إلى ما يرغبونه من منتجات بأسرع وأسهل وسيلة.
- يساعد التسوق عبر الانترنت على التغلب على الحواجز الجغرافية حيث يمكن للمستهلكين معرفة المتاح في الأسواق من منتجات وخدمات سياحية داخلياً وخارجياً.

أهمية وأهداف السياحة عبر الانترنت:

تبرز أهمية السياحة عبر الانترنت من خلال الآثار الايجابية التي تتركها كما يلي (مداح، دون سنة نشر، ص 8):

- تيسير تقديم المعلومات التي تعتمد عليها صناعة السياحة، حيث أصبح بإمكان السائح الحصول على جميع البيانات والمعلومات حول المنتج السياحي.
- -تخفيض تكاليف الخدمة السياحية المقدمة، وبالتالي تمتع المنتج السياحي بميزة نتيجة لانخفاض الأسعار.

- -سهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة.
- زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية.
- يستطيع منتج الخدمات السياحية التعريف بأعماله ومنتجاته بكل سرعة وسهولة.
- يمكن للترويج عبر الانترنت استهداف واستقطاب شرائح أوسع من المستهلكين السياحيين.

وهنا تجدر الإشارة إلى أن المزيج التسويقي عبر الانترنت يختلف عن المزيج التسويقي التقليدي كما يلي:

- التسعير: يستطيع السائح معرفة الأسعار المنافسة للخدمات السياحية حول العالم من خلال شبكة الانترنت.
- الترويج: تعمل شبكة الانترنت على إلتقاء واحتكاك الجماهير مع بعضها البعض، وبالتالي التعريف بالمنتج السياحي.
- التوزيع: تتيح التجارة الالكترونية الاتصال المباشر بين مقدم الخدمة السياحية والسائح في العالم.
- المستهلكين: أتاحت شبكة الانترنت إمكانية الوصول إلى المستهلكين وإرضائهم، وهي بذلك أزال الحواجز المادية بين المنتجين والمستهلكين.
- توصيل الخدمة: تعمل تقنيات الاتصال والمعلومات على إيصال الخدمة دون الحاجة إلى مقدم الخدمة والاتصال الشخصي.

المحور الثاني: واقع الخدمات السياحية في الجزائر

أولاً- مقومات الجذب السياحي:

تعتبر الجزائر من أهم المناطق على المستوى الدولي ذات الطاقات الطبيعية التي يمكن أن تأهلها على اكتساب حصة مهمة في السوق السياحية الدولية. والإمكانات الطبيعية في الجزائر تعتبر عامل جذب للسائح. سنتعرف فيما يلي على مقومات الجذب السياحي الطبيعية والتاريخية.

1) لمقومات الطبيعية: تزر الجزائر بمقومات طبيعية هائلة نذكر منها:

- تمتلك الجزائر ساحل يبلغ طوله 1622 كلم (وزارة تهيئة الإقليم والبيئة، 2018)، يقع على مناطق استثنائية مما يمنحه مزايا استثمارية واسعة الخيارات (بوزاهر، 2006).
- تزر الجزائر من شمالها إلى جنوبها بتنوع مناخها، حيث يتكون من أربع أنواع: (كواش، 2004)
 - مناخ متوسطي على السواحل الممتدة من الشرق إلى الغرب.
 - مناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا.
 - مناخ صحراوي في مناطق الجنوب والواحات.
- الصحراء التي تعد من أجمل المساحات الشاسعة في العالم، حيث تعد منتج سياحي مهم جداً يسمح للجزائر اختراق السوق العالمية.
- تزر الجزائر كذلك بمنابع المياه المعدنية المنتشرة على كافة القطر حيث تم إحصاء 202 منبع للمياه المعدنية.
- تمتلك الجزائر العديد من الحضائر الوطنية المتواجدة في مختلف أرجاء الوطن ومن أهمها:
 - الحضيرة الوطنية لجرجرة (تيزي وزو، البويرة) تغطي مساحة 18550 كلم تستقر فيها الفلوج من ديسمبر إلى فبراير.
 - الحضيرة الوطنية للقاللة (الطارف) تغطي مساحة 76438 هكتار تظم 3 شواطئ، 3 محميات تحوي 50 نوع من الطيور وأنواع أخرى من الحيوانات.

- حظيرة الطاسيلي(اليزي) 45000000 هكتار تتميز بمختلف النقوش والرسومات الصخرية.
- الحظيرة الوطنية للهقار(تمنراست) تضم هضبي التاكور. وتنقسم إلى حظيرة نباتية وحيوانية (سكساف، 2015)
- الحظيرة الوطنية (تلمسان) 8225 هكتار(صحراوي، 2012).

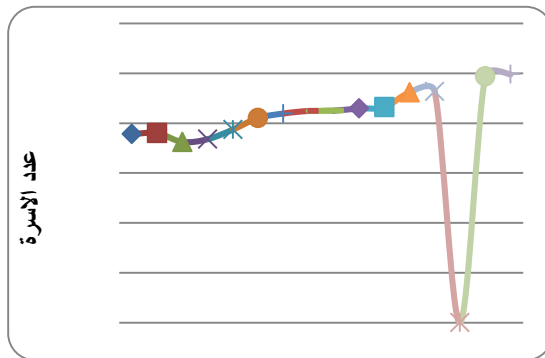
(2) المقومات التاريخية: تزخر الجزائر إلى جانب مقومات طبيعية، معالم تاريخية حضارية متنوعة صنفت من طرف منظمة اليونسكو، ونذكر منها:

- تيمقاد (باتنة) تم إنشاؤها من طرف إمبراطور "ترجان" عام 100م.
- جميلة (سطيف) وهي من أقدم المدن الرمانية بالجزائر.
- قلعة بني حماد (بجاية) هي من مواقع الأثرية الهامة تتوفر على آثار رومانية، إسلامية وأثار دولة الحمادية ودولة الموحدين.
- طاسيلي (اليزي) هي محمية طبيعية وتاريخية لوجود نقوش ورسوم صخرية.
- قصر الميزاب (غرداية) يعود تاريخه إلى العاشر من الميلاذ.
- تيبازة وهي من مدن رومانية العتيقة.
- القصبة (الجزائر العاصمة) شيدت من طرف العثمانيين في القرن السادس عشر، تمثل إحدى أجمل المعالم الهندسية في المنطقة المتوسطة (الديوان الوطني للسياحة، 2018).

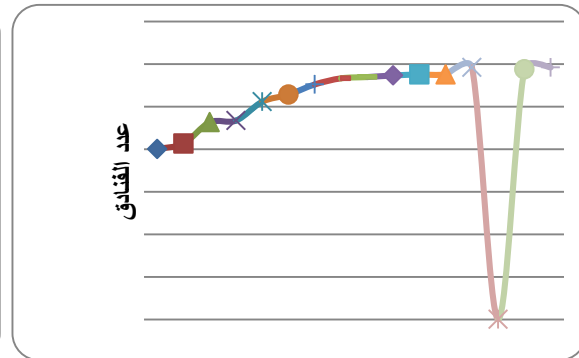
ثانياً- مؤشرات الخدمات السياحية في الجزائر:

تتمثل مؤشرات الخدمة السياحية في خدمات الايواء المتمثلة في الحظيرة الفندقية (عدد الفنادق) وطاقات استيعابها (عدد الأسرة)، خدمات النقل، عدد العاملين في القطاع السياحي وعدد السياح في الجزائر. تعتبر هذه المؤشرات من أهم العناصر المكونة للقطاع السياحي، وعليه تعتبر مؤشراً هاماً يقيس مدى تقدم وتطور السياحة لهذا البلد.

(1) خدمات الإيواء: وقد امتلكت الجزائر سنة 2014 حظيرة فندقية مكونة من 1185 وحدة، طاقمها الاستيعابية قدرت بـ 99605 سرير خلال نفس السنة بعدما كانت تمتلك 800 وحدة في سنة 1999، بقدرة استيعاب قدرت في نفس السنة 75705 سرير بزيادة قدرت بـ 385 وحدة فندقية خلال فترة 1999 حتى 2014. كما نلاحظ تطور بطيء لعدد الفنادق وقدراتها الاستيعابية خلال هذه الفترة. (أنظر الشكلين رقم 1 ورقم 2).



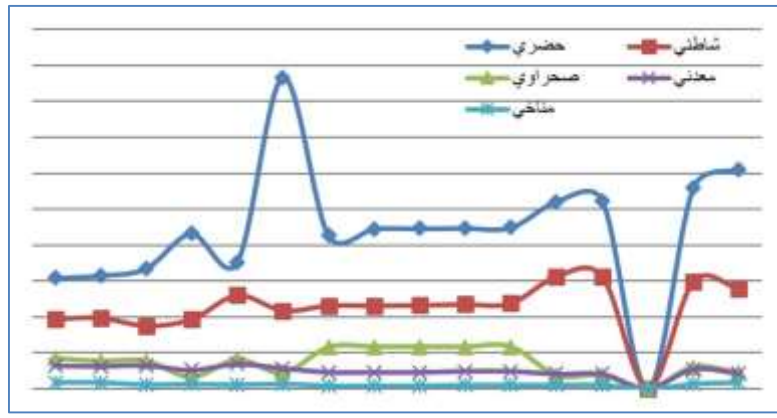
شكل رقم 2: تطور عدد الأسرة خلال فترة (1999-2014)



شكل رقم 1: تطور عدد الفنادق خلال فترة (1999-2014)

أما فيما يخص طاقات الإيواء حسب نوع المنتج السياحي فنلاحظ من خلال الشكل رقم (3) تركزت أساساً في نوعين من المنتجات السياحية (الحضرية، والشاطئية)، ويلهما الصحراوي في الرتبة الثالثة بالرغم من أهمية هذا النوع من المنتج السياحي الذي تراهن عليه الدولة الجزائرية لكونه يشكل دعامة السياحة الجزائرية في المستقبل. وقد توزعت طاقات الإيواء وفقاً لهذا المعيار كما يلي:

- المنتج الحضري: سجلت طاقات الإيواء الحضرية تطوراً ملحوظاً حيث قدرت بـ 61012 سنة 2014، محققة بذلك زيادة ملحوظة قدرت بـ 98% مقارنة بسنة 1999.
- المنتج الشاطئي: سجلت فيه طاقات الإيواء سنة 2014 هي الأخرى تطوراً ملموساً بفارق 8555 سرير، بنسبة 44% مقارنة بسنة 1999، وهذا مع ثبات عدد الأسرة بين 2005-2007.
- المنتج الصحراوي: لقد عرفت طاقات الإيواء لهذا المنتج تطوراً حتى سنة 2005 مع ثبات تام بين 2006-2009، ثم عرفت تراجعاً خلال فترة ممتدة ما بين 2010-2014.
- المنتج المناخي: لقد عرفت طاقات الإيواء انخفاضاً ملحوظاً لفترة ما بين 1999-2014 بنسبة انخفاض قدرت بـ 1,03%.
- المنتج المعدني: لقد عرف هو الآخر تراجعاً ملموساً قدر بـ 33,8% خلال فترة (1999-2014).



شكل رقم 3: توزيع وتطور طاقات الإيواء حسب نوع المنتج السياحي خلال فترة (1999-2014)

(2) الوكالات السياحية: عرفت الوكالات السياحية في الجزائر بكل فئاتها و فروعها زيادة معتبرة ما بين سنة 2013 وسنة 2014، فكانت الزيادة للوكالات الناشطة وفروعها بين سنتين 2013 و 2014 تقدر بـ 242 وكالة سياحية، حيث الوكالة من فئة "ب" عرفت زيادة مرتفعة مقارنة مع الوكالة من فئة "أ" وهذا ما يظهره الجدول والشكل التاليين:

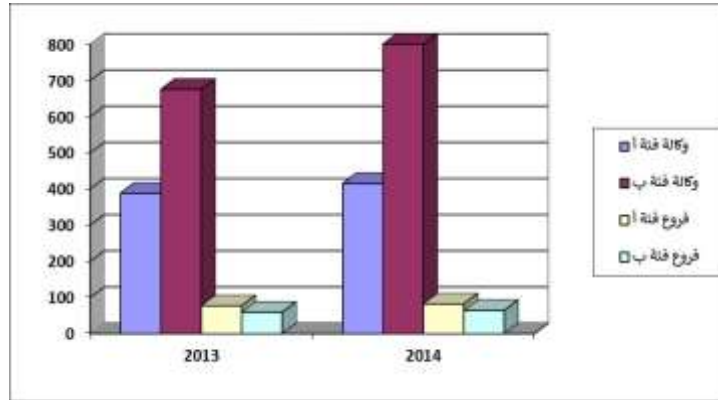
جدول رقم 1: توزيع وكالات السياحة والأسفار في الجزائر حسب الفئات خلال فترة 2013-2014 المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية 2016

عدد الوكالات السياحية	2013	2014
عدد الوكالات السياحية فئة "أ"	388	415
عدد الوكالات السياحية فئة "ب"	675	800
عدد الوكالات السياحية الناشطة	1063	1215
عدد الفروع فئة "أ"	77	82
عدد الفروع فئة "ب"	59	64
عدد الفروع الناشطة	136	146

أما عن وظائف وخدمات وكالات السياحة والأسفار في الجزائر فهي مجموعة من الوظائف التجارية والتسويقية للمنتج السياحي وذلك من خلال قيامها بالأنشطة أو الوظائف التالية (شلاي، عرينان، 2010، ص 199):

- حجز الغرف في المؤسسات الفندقية والعمل على تقديم أحسن الخدمات للسياح.
- استقبال ومساعدة السياح الأجانب خلال إقامتهم.
- بيع تذاكر النقل البري، البحري، الجوي.

- تسويق الرحلات والتعريف بالتراث الوطني في الخارج.
- تأجير السيارات للسائح بالسائق أو بدون سائق ونقل الأمتعة وغيرها من معدات التخييم.
- تنظيم جولات وزيارات برفقة مرشدين داخل المدن والمواقع الأثرية ذات الطابع السياحي والتاريخي.
- وضع خدمات المترجمين والمرشدين السياحيين تحت تصرف السياح.
- القيام بإجراءات التأمين لصالح الزبائن من كل الأخطار التي تمس نشاطاتهم السياحية.
- رحلات منظمة داخل وخارج الوطن.
- طلب التأشيرات.
- تقديم كل المعلومات اللازمة في نطاق السياحة لخدمة إضافية للزبون.



شكل رقم 4 : توزيع وكالات السياحة والأسفار في الجزائر حسب الفئات خلال فترة 2013-2014

(3) خدمات النقل: إن وسائل النقل تعتبر من بين مؤشرات الخدمة السياحية لأنها تساعد السواح للتنقل داخل وخارج الوطن، وبالنسبة للجزائر ورغم المجهودات المبذولة في مجال المواصلات إلا أنها تبقى غير كافية وهذا نظراً لكبر مساحتها. ويمكن تصنيف وسائل النقل المستخدمة في السياحة إلى أربع أنواع:

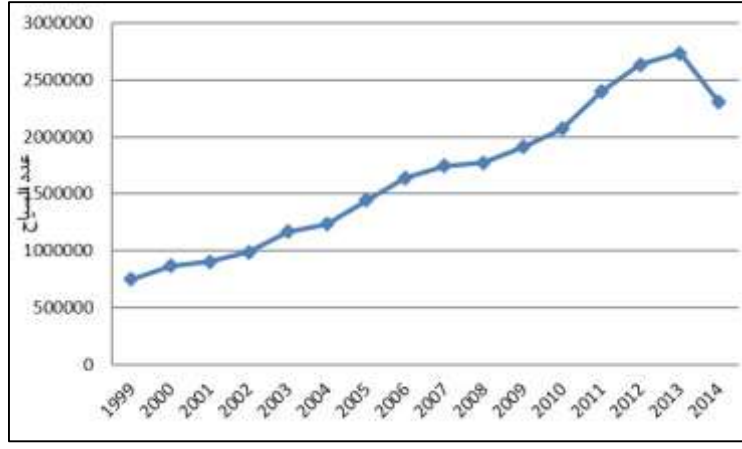
- النقل البري: يقدر طول شبكة الطرقات البرية بالجزائر بـ 10 آلاف كلم وهي موزعة بين طرقات وطنية، ولائية وثانوية ويوجد طريق سيار شرق غرب يبلغ طوله 1200 كلم.
- النقل الجوي: يعتبر من أهم وسائل النقل في تنشيط الحركة السياحية الدولية نحو الجزائر ويتواجد بالجزائر نحو 31 مطار منها 13 مطار دولي موزعين عبر كامل التراب الوطني.
- السكة الحديدية: يبلغ طول شبكة السكة الحديدية بالجزائر نحو 1435 كلم للسكة العادية، 1055 كلم للسكة الضيقة، 305 كلم للسكة المزدوجة و299 كلم للسكة الكهربائية (وزارة السياحة والصناعات التقليدية، 2016).

(4) عدد السياح: عرفت التدفقات البشرية السياحية نحو الجزائر خلال السنوات الأخيرة انتعاشاً محسوساً مقارنة بالسنوات الماضية نظراً لمستوى تطور عدد السياح الوافدين، حيث ارتفع عدد السياح الوافدين إلى الجزائر من 748537 سائح في نهاية سنة 1999، ليبلغ 2732731 سائح سنة 2013، مع تراجع عدد السياح سنة 2014 بنسبة 15% ليصبح 2301373 سائح (انظر الشكل رقم 4) ويرجع هذا التراجع إلى تدهور الأوضاع الأمنية في منطقة الساحل.

ثالثاً- واقع السياحة الالكترونية في الجزائر وسبل النهوض بها:

مازال استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر محدود، فحسب تقرير صدر عن المنتدى الاقتصادي العالمي دافوس لسنة 2013 فإن الجزائر قد احتلت المرتبة 131 في الترتيب العالمي من منظور البنية الأساسية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال حيث سجلت تراجعاً عن الترتيب، بعد أن كانت في المرتبة 118 خلال سنة 2012، وقد أظهر ذات التقرير مدى تأخر استعمال التكنولوجيات الحديثة في مجال

الأعمال أي إحتلت الجزائر المرتبة الأخيرة من بين مجموع الدول التي مستها الدراسة، حيث سجلت الجزائر المراتب الأخيرة في كل ما يتعلق باستعمال التكنولوجيات الحديثة في مجال الأعمال.



شكل رقم 5: تطور عدد السياح الوافدين نحو الجزائر خلال فترة 1999-2014

ومن أهم مواقع السياحة الإلكترونية في الجزائر نذكر ما يلي:

- موقع الجزائر سياحة: www.algeriantourism.com: هذا الموقع يوفر خدمات الحجز والاتصال مع مختلف وكالات الأسفار وشركات النقل الجوي وكذا الفنادق السياحية الموجودة بالجزائر، بحيث يعرض هذا الموقع كافة المعلومات المتعلقة بالرحلات السياحية التي تنظم تباعاً إلى الأماكن السياحية بالجزائر خصوصاً منها السياحة الصحراوية، وحسب بعض المصادر إحتل المرتبة 936147 وفقاً لمعدل المرور traffic rank على Alexa الدولي يوم 13 مارس 2012 (مغاري، شيخي، 2012، ص 12).
- موقع الديوان الوطني للسياحة لوزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة: www.ont-dz.org
- موقع الديوان الوطني الجزائري للسياحة: www.ontalgerie.com

فموقع " الجزائر سياحة " يوفر خدمات الحجز والإتصال مع مختلف وكالات الأسفار وشركات النقل الجوي وكذا الفنادق السياحية الموجودة بالجزائر، بحيث يعرض هذا الموقع كافة المعلومات المتعلقة بالرحلات السياحية التي تنظم تباعاً إلى الأماكن السياحية بالجزائر خصوصاً منها السياحة الصحراوية، وحسب بعض " Aelxa " على " trafik rank " المصادر فإن هذا الموقع احتل المرتبة 936147 وفقاً لمعدل المرور الدولي يوم 13 مارس 2012. (نفس المرجع السابق)

المحور الثالث: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر:

أولاً: سوق الاتصالات في الجزائر:

تجلت تنمية الاتصالات في الجزائر مؤخراً تطوراً لاسيما في كثافة استخدام الهاتف النقال، وهذا بفضل تطبيق أحكام قانون 03-2000، المؤرخ في 05/08/2000، والذي حدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، وعليه أصبحت سوق الاتصالات الجزائري سوق متعددة المتعاملين، إذ بلغ عدد متعاملي الهاتف الثابت اثنين وهما اتصالات الجزائر والشركة الجزائرية للاتصالات.

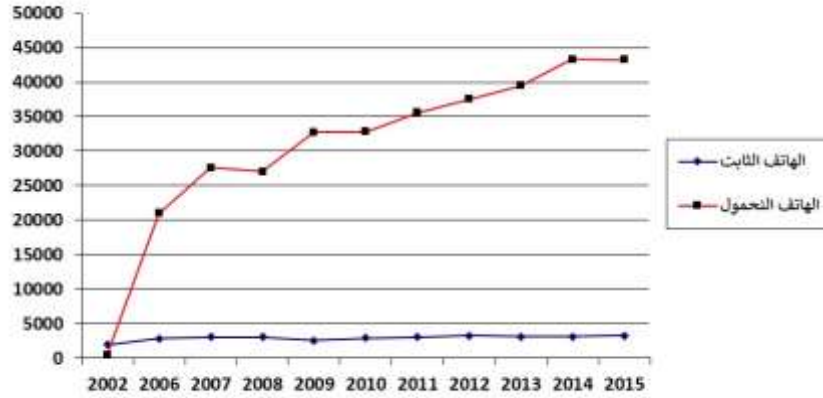
أما فيما يخص اتصالات الجزائر فقد أنجزت استثمارات هامة خلال السنوات الأخيرة بلغت قيمتها 77.4 مليار دينار جزائري في الفترة الممتدة من سنة 2003-2007، وبالنسبة للاتصالات في الجزائر فنجد الهاتف الثابت والهاتف النقال، حيث نجد شبكة الهاتف النقال عرفت تطوراً معتبراً يمكن أن نوضح هذا التطور في شبكات الهاتف الثابت والنقال من خلال الجدول التالي:

جدول رقم 2: عدد مشتركى الهاتف الثابت والمحمول خلال الفترة 2002-2015

المشتركين	الهاتف الثابت	الهاتف المحمول	الإجمالي
2002	1.95	0.45	2.4
2006	2.841	20.998	23.839
2007	3.068	27.563	30.631
2008	3.069	27.031	30.101
2009	2.576	32.73	35.306
2010	2.923	32.78	35.703
2011	3.059	35.616	38.675
2012	3.28	37.52	42.64
2013	3.13	39.51	46.64
2014	3.09	43.29	46.38
2015	3.26	43.22	46.48

المصدر: سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، التقرير السنوي 2010، ص 47، سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، التقرير السنوي 2011، ص 27

وبناء على الجدول السابق يمكن توضيح تطور عدد مشتركى الهاتف الثابت والنقال في الجزائر للفترة 2002-2015 في الشكل الموالي:



شكل رقم 6: تطور عدد مشتركى الهاتف الثابت والنقال في الجزائر خلال الفترة 2002-2015

إذن نلاحظ التطور الملحوظ والسريع لعدد مستخدمي الهاتف النقال في الجزائر بالمقارنة مع مشتركى الهاتف الثابت والذي عرف تراجعاً ملحوظاً، حيث تجاوز عدد مستخدمي الهاتف النقال في الجزائر 43 مليون مشترك من مجموع 46.5 مليون مستخدم للشبكتين الهاتف الثابت والنقال، بنسبة ارتفاع قدرت بـ 95% مقارنة بسنة 2002، أما بالنسبة للتحويل نحو شبكات الجيل الثالث والرابع فيمكن القول أن الجزائر كانت متأخرة مقارنة بالدول العربية، ويمكن معرفة تطور عدد مشتركى الجيل الثالث في الجزائر من خلال الجدول التالي:

ما نلاحظه من الجدول (3) هو تطور عدد مستخدمي الجيل الثالث من سنة 2014 إلى سنة 2015 بنسبة تطور قدرت بـ 91.78%، ومن سنة 2015 إلى سنة 2016 قدرت نسبة التطور بـ 51.12% وهي أقل من وتيرة التطور بين سنتي 2014 و2015، حيث شهدت سنة 2016 دخول خدمة الجيل الرابع حسب ما هو موضح في الجدول التالي (4):

جدول رقم 3: تطور عدد مشتركى الجيل الثالث للفترة 2014-2016

السنة	عدد المشتركين			مجموع مشتركى 3G	الكثافة الهاتفية
	اتصالات الجزائر	اوبتيموم تيليكوم	الوطنية لاتصالات		
2014	3816312	1254250	3438491	8509053	21.54
2015	6513951	4538815	7453987	16684697	40.39
2016	10372787	7453987	7387958	25214732	60.76

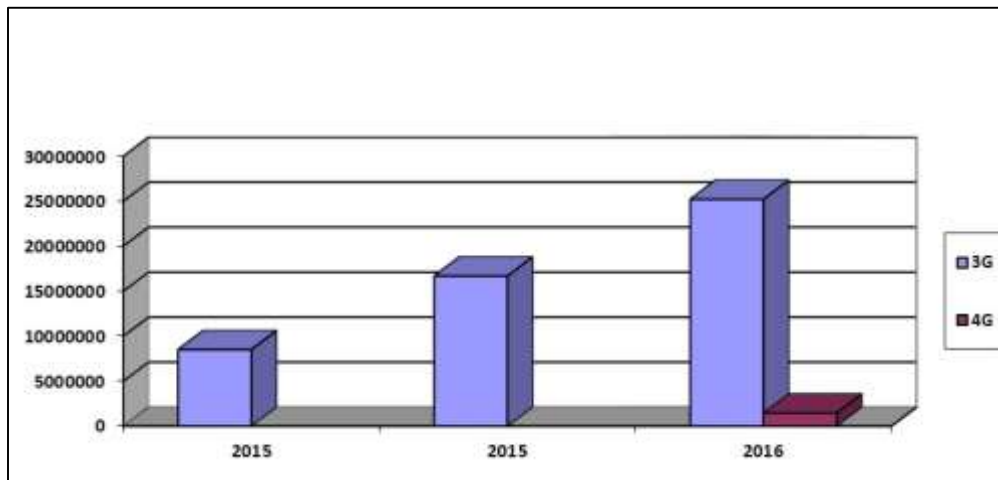
المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.

جدول رقم 4: تطور عدد مشتركى الجيل الرابع لسنة 2016

السنة	عدد المشتركين			مجموع مشتركى 4G	الكثافة الهاتفية
	اتصالات الجزائر	اوبتيموم تيليكوم	الوطنية للاتصالات		
2016	712670	707064	45077	1464811	3.53%

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.

وبناء على معطيات الجدولين السابقين يمكن توضيح تطور عدد مشتركى الجيل الثالث والرابع من خلال الشكل التالي (7):



شكل رقم 7: تطور عدد مشتركى الجيل الثالث والرابع في الجزائر.

ثانيًا: سوق الانترنت في الجزائر:

إن التحول نحو الاقتصاد الالكتروني (المعرفي) يفرض ضرورة تعميم استعمال تقنية الانترنت وهذا الخصوص قامت الجزائر بتكليف مركز البحث والإعلام « CERIST بإنشاء شبكة وطنية وربطها بشبكات دولية بداية من سنة 1993 ، وعليه مر تطور سوق الانترنت في الجزائر بالمراحل التالية(بلقيدوم، 2013، ص 221):

- سنة 1994 الانطلاقة الفعلية لربط الجزائر بالشبكة العنكبوتية الدولية عن طريق ايطاليا وكانت سرعة الخط ضعيفة جدًا لا تتعدى 9.6 كيلوبت (صفر ثنائي)/ث.
- سنة 1996 زادت سرعة الخط لتصل إلى 64 كيلوبت (صفر ثنائي)/ث، يمر عبر فرنسا، وقدر عدد الهيئات المشتركة في الشبكة في نفس السنة ب 130 هيئة.

- سنة 1998 تم ربط الجزائر بواشنطن عن طريق القمر الصناعي الأمريكي بقدرة 01 ميغابايت /الثانية.
- سنة 1999 أصبحت قدرة الجزائر 02 ميغابايت /الثانية، وقدر عدد الهبئات المشتركة في الشبكة حوالي 800 هيئة وعدد المشتركين 3500 .
- سنة 2000 الإنهاء الفعلي لدور المحتكر لخدمات الانترنت ودخول مزودون جدد خواص وعموميين وعددهم 06، إلى جانب مركز البحث والإعلام العلمي والتقني، مما زاد في عدد مستخدمي الشبكة الذين وصل عددهم إلى 50.000 وهو ما يمثل كثافة تقدر بـ 0.20%.
- سنة 2001 انطلق مركز البحث والإعلام العلمي والتقني في تشييد شبكة علمية على المستوى الوطني يتم الولوج إليها من خلال الشبكة الدولية للمعلومات يطلق على الشبكة اسم الشبكة الأكاديمية للبحث هدفها ربط جميع الجامعات الجزائرية.
- سنة 2001 وصل عدد الرخص الممنوحة في الجزائر بالنسبة لمقدمي خدمات الانترنت إلى 65 رخصة.
- سنة 2003 إطلاق أول عرض ADSL (تدفق عالي).
- سنة 2004، تم تسجيل ارتفاع في عدد الرخص إلى 95 رخصة لمزودي الانترنت.
- ابتداءً من سنة 2008، تم دخول المتعاملين الثلاث للهاتف النقال في تزويد الزبائن بخدمات الانترنت عن طريق الهاتف وكذلك بعرض ما يسمى بمفتاح كوناكت (cle connct USB)، والذي لا يمثل إلا نسبة 3.5% من مجموع المشتركين في خدمة الانترنت في الجزائر، وفيما يلي نستعرض تطور عدد مستخدمي الانترنت ابتداءً من سنة 2000 إلى غاية سنة 2017.

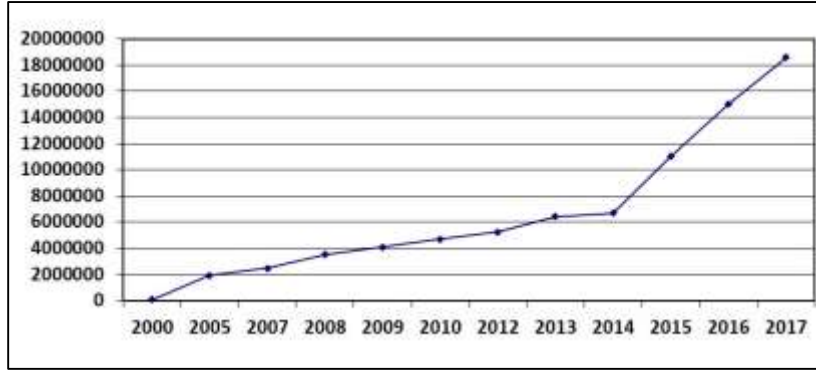
جدول رقم5: تطور عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر للفترة 2000-2017

السنة	المستخدمين	عدد السكان	نسبة الانتشار	المصدر
2000	50,000	31,795,500	0.2 %	ITU
2005	1,920,000	33,033,546	5.8 %	ITU
2007	2,460,000	33,506,567	7.3 %	ITU
2008	3,500,000	33,769,669	10.4 %	ITU
2009	4,100,000	34,178,188	12.0 %	ITU
2010	4,700,000	34,586,184	13.6 %	ITU
2012	5,230,000	37,367,226	14.0 %	IWS
2013	6,404,264	38,813,722	16.5 %	ITU
2014	6,669,927	38,813,722	17.2 %	ITU
2015	11,000,000	39,542,166	27.8 %	IWS
2016	15,000,000	40,263,711	37.3 %	IWS
2017	18,580,000	42,008,054	45.2 %	IWS

Source : internet world stats, on : <https://www.internetworldstats.com/stats1.htm>

من الجدول أعلاه (5) نلاحظ تطور عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر من سنة 2000 إلى سنة 2017 بنسبة تطور تقدر بـ 37.060%، مع حوالي 19000000 مسجلين في الفيس بوك حسب إحصائيات 2017/12/31، إلا أنها ومقارنة بالدول العربية الأخرى تبقى متأخرة، حيث قدر عدد مستخدمي الانترنت في مصر سنة 2016 بـ 39 مليون مستخدم بنسبة 41% من عدد السكان، والسعودية بـ 24 مليون مستخدم لـ 74% من عدد السكان، والمغرب 21 مليون مستخدم بنسبة 58% من عدد السكان، في حين الجزائر كانت بنسبة 37% من عدد السكان.

وبناءً على الجدول السابق (5) يمكن توضيح تطور عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر من خلال الشكل التالي (8):



شكل رقم 8: تطور عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر للفترة 2002-2017

الخاتمة:

من خلال هذه الدراسة والتي تضمنت زيارات لعينة من الوكالات السياحية، والدراسات السابقة تم التأكد أنه ومن أجل تطوير السياحة الالكترونية بغية ترقية وجهة الجزائر لابد من القيام بمجموعة من الخطوات والتي من بينها:

- هناك مقومات جديدة وجيدة للسياحة الجزائرية.
- هناك تطور للقطاع السياحي في الجزائر.
- هناك توافد جيد على السياحة في الجزائر.
- هناك استخدام للانترنت والانترنت على مستوى الوكالات السياحية.
- يوجد لدى أغلبية الوكالات السياحية التي قمنا بزيارتها موقع الكتروني مفعّل، تقوم من خلاله بعرض خدماتها؛ وأغلب العمليات التي تنفذ عبر المواقع الالكترونية للوكالات هي الإعلام والتقديم للوكالة والعروض، حجز وطلب التذاكر.
- هناك تغلغل للوكالات قيد الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تقوم بعرض كافة الخدمات التي تقدمها عبر صفحاتها الرسمية على هذه المواقع.
- هناك تحديث للمواقع الالكترونية للوكالة حسب العروض المقدمة.
- هناك إقبال على المواقع الالكترونية للوكالة.
- تستعمل الوكالات كل الأجهزة الالكترونية من أجل تقديم خدماتها (الهاتف الذكي، الكمبيوتر،...).
- يفضل الزبائن الاتصال بالوكالات عبر المواقع الالكترونية أكثر من إعتمادهم على القدوم الشخصي للوكالات.
- ساهم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في :
- رضا الزبائن الحاليين للوكالات والحصول على زبائن جدد.
- زيادة الخدمات وتحسين أداء الوكالات.
- زيادة الإيرادات من خلال تسريع العمليات التجارية.
- وعليه يمكن القول أن الدولة الجزائرية تبذل كل ما بوسعها من أجل الاستفادة من القطاع السياحي وقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال معاً من أجل النهوض بهذا القطاع وترقية الخدمات المقدمة على مستوى السياحة الداخلية والخارجية.

قائمة المراجع:

- (1) بختي إبراهيم، محمود فوزي (2010)، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة"، مجلة الباحث، العدد 0.
- (2) بشير عباس العلاق (2003)، تطبيقات الانترنت في التسويق، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن.

- (3) بلقيدوم صباح (2013)، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية" أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة 2.
- (4) بوباح عالية (2011)، "دور الانترنت في مجال تسويق الخدمات، دراسة قطاع الاتصالات"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر.
- (5) بوزاهر نسرین (2006)، "تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر"، مذكرة نيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، الجزائر.
- (6) بيل غيتس (1998)، ترجمة عبد السلام رضوان، المعلوماتية بعد الانترنت، عالم المعرفة، الكويت، مارس 1998.
- (7) تومي ميلود، خريف نادية (2010)، "دور التسويق الالكتروني للسياحة في تنشيط صناعة السياحة"، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، الجزائر.
- (8) حماني أمينة (2012)، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الترويج للسياحة الداخلية في الجزائر، ملتقى وطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، يومي 19-20 نوفمبر، 2012.
- (9) رضوان المحمود العمر (2007)، التسويق الدولي، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن.
- (10) سكساف منال صافية (2015)، "تسويق الخدمات السياحية ودورها في التنمية المحلية- دراسة حالة ولاية بسكرة" مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة بسكرة.
- (11) صحراوي مروان (2012)، "التسويق السياحي وأثره على الطلب السياحي - حالة الجزائر"، مذكرة الماجستير، جامعة تلمسان الجزائر.
- (12) عبد الله فرغلي موسى (2007)، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والالكتروني، الطبعة الأولى، استيرك للطباعة والنشر، القاهرة.
- (13) عبد القادر شلاي، عبد القادر عوينان (2010)، "الواقع السياحي بالجزائر وأفاق النهوض به في مطلع 2025"، الملتقى العلمي الوطني حول السياحة في الجزائر واقع وأفاق، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة ألكلي محند أولحاج، البويرة، يومي 11/12 ماي 2010
- (14) عيسى مرزاق وشخشاخ محمد الشريف (2010)، 'التنمية السياحية المستدامة في الجزائر: دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر'، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة يومي 9/10 مارس 2010، جامعة بسكرة.
- (15) كواش خ. (2004)، "مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر" مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 1 السداسي الثاني.
- (16) مروان أبو رحمة وآخرون (2001)، تسويق الخدمات السياحية، دار البركة للنشر والتوزيع، ط 1، عمان-الأردن.
- (17) هدير عبد القادر (2006)، "واقع السياحة في الجزائر وأفاق تطورها"، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر.
- (18) مغاري عبد الرحمان، شيخي بلال (2012)، "انعكاسات تكنولوجيا الإعلام والإنصال على السياحة الداخلية في الجزائر"، ملتقى وطني حول فرص ومخاطر السياحة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، يومي 19-20 نوفمبر، 2012.
- (19) الديوان الوطني للسياحة (2018) "sites algériens classés au patrimoine de l'UNESCO" الموقع: www.ont.dz
- (20) وزارة تهيئة الاقليم والبيئة، الموقع: www.mate.gove.dz
- (21) الديوان الوطني للإحصائيات، الموقع: www.ons.dz
- (22) وزارة السياحة والصناعات التقليدية، الموقع: www.matta.gov.dz
- (23) وزارة السياحة والصناعات التقليدية (2016)، l'investissement touristique dans les wilayat du grand sud www.matta.gov.dz
- (24) internet world stats, on : <https://www.internetworldstats.com/stats1.htm>

الملاحق:

جدول رقم 1: توزيع عدد السياح الوافدين نحو الجزائر، عدد الفنادق، عدد الأسرة خلال فترة (1999-2014)

السنوات	عدد السياح	عدد الفنادق	عدد الأسرة
1999	748537	800	75705
2000	865984	827	76042
2001	901419	927	72485
2002	988060	935	73548
2003	1166287	1024	77473
2004	1233719	1057	82034
2005	1443090	1105	83895
2006	1637852	1134	84869
2007	1743084	1140	85000
2008	1771749	1147	85876
2009	1911506	1151	86383
2010	2070496	1152	92377
2011	2394887	1184	92737
2012	2634056	-	-
2013	2732731	1176	98804
2014	2301373	1185	99605

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات / وزارة السياحة والصناعات التقليدية

جدول رقم 2: توزيع طاقات الإيواء حسب نوع المنتج السياحي ما بين 1999-2014

المنتج السياحي	السنوات	حضري	شاطئ	صحراوي	معدني	مناخي	الإجمالي
1999	30827	19407	8390	6434	1844	66902	
2000	31506	19723	7674	6335	1844	67087	
2001	33493	17531	7723	6530	1246	66523	
2002	43224	19308	3214	5236	1385	72567	
2003	35204	26034	8105	6905	1225	77473	
2004	86680	21770	4431	5742	1411	82034	
2005	42628	23148	11511	4608	913	82808	
2006	44561	23148	11639	4608	913	84869	
2007	44592	23248	11639	4608	913	85000	
2008	44700	23500	11639	4918	1119	85876	
2009	44905	23804	11649	4906	1119	86383	
2010	52085	31322	3770	4111	1089	92377	
2011	52445	31322	3770	4111	1089	92377	
2013	55988	29886	6056	5467	1405	98804	
2014	61012	27962	4547	4259	1825	99605	

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات / وزارة السياحة و الصناعات التقليدية

اتجاهات التأثير للمعرفة التسويقية في الأداء التسويقي عبر العناصر الأساسية لإدارة المعرفة (دراسة ميدانية على عينة من البنوك التجارية لولاية قسنطينة)

د. أسماء سفاري
د. أسماء دردور
جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي - الجزائر

ملخص:

تهدف هذه الدراسة للتعرف إلى تأثير المعرفة التسويقية في الأداء التسويقي للبنوك التجارية لولاية قسنطينة من خلال العناصر الأساسية لإدارة المعرفة. وتم جمع البيانات الأولية للدراسة من خلال تصميم استبانة خاصة لهذه الدراسة وتوزيعها على عينة مكونة من 85 موظفاً في عشرة وكالات اختبرت كعينة، وتم استعادة 75 استبانة منها واستثناء 10 استبانات لعدم صلاحيتها، كما تم تحليلها من خلال استخدام أساليب إحصائية متنوعة (الانحدارات البسيطة والمتعددة والمتوسطات والانحرافات المعيارية، اختبار كولمنغروف سميرنوف وتحليل المسار). وأظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن هنالك التزام واضح من قبل إدارات الوكالات التجارية المشمولة بالدراسة بالمعرفة التسويقية، ووجود تأثير إيجابي ذي دلالة إحصائية قوية ($\alpha \leq 0.05$) للمعرفة التسويقية في الأداء التسويقي للبنوك من خلال أو بتوسط العناصر الأساسية لإدارة المعرفة، وأنه يزداد تأثير معرفة الزبائن في الأداء التسويقي من خلال العناصر الأساسية لإدارة المعرفة.

الكلمات المفتاحية: المعرفة التسويقية، معرفة الزبائن، معرفة المنافسين، بحوث التسويق، العناصر الأساسية لإدارة المعرفة، الأداء التسويقي.

مقدمة:

في ظل التغيرات المتسارعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال تحولت مواصفات المؤسسة المعاصرة الناجحة، من المؤسسة المعتمدة على الأسلوب التقليدي في أداء أعمالها، إلى المؤسسة المعتمدة على خلق المعرفة، لذا فقد احتلت المعرفة مجالا رحبا ورئيساً في المجال الاقتصادي، إذ أصبحت المعرفة التسويقية أحد أهم مرتكزات نجاح المؤسسات وتميزها، بسبب ما تواجهه من تحديات. على وصف أن المعرفة التسويقية تمثل أداة لتحقيق المعرفة الأفضل بالعميل والمنافسين والتحكم في بحوث التسويق، فضلا عن دورها في دعم نشاطات المؤسسة للاستجابة لمتطلبات وحاجات عملائها في سعيا لتحسين الأداء التسويقي من خلال العناصر الأساسية لإدارة المعرفة والمتمثلة في: التكنولوجيا والهيكل، والعمليات والموارد البشري، والتي بدورها تعزز الأداء التسويقي، هذا الأخير الذي يعد الدافع لسعي الكثير من المؤسسات لإتباع استراتيجيات مختلفة للتنافس للحفاظ على المكانة والحصة السوقية، وكسب زبائن جدد والحفاظ على الزبائن الأصليين. وتحاول هذه الدراسة التحقيق في طبيعة العلاقات التي تربط بين المعرفة التسويقية والأداء التسويقي من خلال العناصر الأساسية لإدارة المعرفة بالإجابة عن التساؤل الرئيس الآتي: ما مدى تأثير أبعاد المعرفة التسويقية في الأداء التسويقي بتوسط العناصر الأساسية لإدارة المعرفة في البنوك محل الدراسة؟

مشكلة الدراسة:

ينبثق عن التساؤل الرئيس مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- هل يوجد تأثير للمعرفة التسويقية في الأداء التسويقي في البنوك محل الدراسة؟
- هل يوجد تأثير للمعرفة التسويقية في العناصر الأساسية لإدارة المعرفة في البنوك محل الدراسة؟
- هل يوجد تأثير للعناصر الأساسية لإدارة المعرفة في الأداء التسويقي في البنوك محل الدراسة ؟
- هل يزداد تأثير أبعاد إدارة المعرفة التسويقية في الأداء التسويقي من خلال العناصر الأساسية لإدارة المعرفة، وما هو البعد الأكثر تأثيرا؟

أهمية الدراسة:

- على وصف أن العميل لم يعد يهتم فقط بتلقي الخدمة وإنما بمستوى إدارة الخدمة وسرعة تقديمها، ما توجب على البنوك تبني أبعاد المعرفة التسويقية.
- تحديد مدى التفاعل بين الأداء التسويقي بوصفه المتغير التابع والمعرفة التسويقية بوصفها المتغير المفسر بهدف معرفة نوع ومستوى تلك العلاقة ومعنويتها إحصائياً.
- إبراز المزايا التي تحققها المصارف في اعتماد مفهوم المعرفة التسويقية في صياغة الخطط الإستراتيجية التي من شأنها أن تؤدي إلى تحسين الأداء التسويقي.
- معرفة تأثير المعرفة التسويقية في العناصر الأساسية لإدارة المعرفة.
- محاولة التعرف إلى طرق الاستخدام الأفضل للعناصر الأساسية لإدارة المعرفة في تحسين الأداء التسويقي.
- محاولة اختبار مدى التأثير بين المتغيرات الثلاثة (أبعاد المعرفة التسويقية، العناصر الأساسية لإدارة المعرفة، الأداء التسويقي) في البنوك محل الدراسة وتحليل تأثير المسار بين هذه المتغيرات.

فرضيات الدراسة:

تمت بصياغة أربع فرضيات أساسية للإجابة على الإشكالية المطروحة.

- الفرضية الرئيسية الأولى: لا توجد علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأبعاد المعرفة التسويقية على الأداء التسويقي في البنوك محل الدراسة، وتتفرع منها ثلاث فرضيات فرعية:
 - لا توجد علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمعرفة الزبائن على الأداء التسويقي في البنوك محل الدراسة.
 - لا توجد علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمعرفة المنافسين على الأداء التسويقي في البنوك محل الدراسة.
 - لا توجد علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لبحوث التسويق على الأداء التسويقي في البنوك محل الدراسة.
- الفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمعرفة التسويقية على العناصر الأساسية لإدارة المعرفة في البنوك محل الدراسة، وتتفرع منها ثلاث فرضيات فرعية:
 - لا توجد علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمعرفة الزبائن على العناصر الأساسية لإدارة المعرفة في البنوك محل الدراسة.
 - لا توجد علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمعرفة المنافسين على العناصر الأساسية لإدارة المعرفة في البنوك محل الدراسة.
 - لا توجد علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لبحوث التسويق على العناصر الأساسية لإدارة المعرفة في البنوك محل الدراسة.
- الفرضية الرئيسية الثالثة: لا توجد علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للعناصر الأساسية لإدارة المعرفة على الأداء التسويقي.
- الفرضية الرئيسية الرابعة: لا يزداد تأثير المعرفة التسويقية في الأداء التسويقي من خلال العناصر الأساسية لإدارة المعرفة، وتتفرع منها ثلاث فرضيات فرعية:

- لا يزداد تأثير معرفة الزبائن في الأداء التسويقي من خلال العناصر الأساسية لإدارة المعرفة.
- لا يزداد تأثير معرفة المنافسين في الأداء التسويقي من خلال العناصر الأساسية لإدارة المعرفة.
- لا يزداد تأثير بحوث التسويق في الأداء التسويقي من خلال العناصر الأساسية لإدارة المعرفة.

منهج الدراسة:

تم استخدام الأسلوب الوصفي التحليلي، إذ تم وصف واقع ممارسات إدارة المعرفة والالتزام بالمعرفة التسويقية في البنوك محل الدراسة، كما تم تحليل اثر أبعاد المعرفة التسويقية في الأداء التسويقي من خلال العناصر الأساسية لإدارة المعرفة (التكنولوجيا، الهيكل، المورد البشري، العمليات).

ثبات وصدق الاستبانة:

عرضت الاستبانة على مجموعة من المحكمين والمتخصصين في المجال، كما عرضت على بعض الموظفين لدراسة مدى دقة عبارات الاستبانة وملاءمتها لأهداف الدراسة. وقد استخدم معامل ألفا كرونباخ والذي بلغ 86.6% مما يشير إلى وجود علاقة اتساق وترابط جيد بين عبارات الاستبانة وهي تزيد عن النسبة المقبولة إحصائياً.

طرق جمع البيانات:

تم تصميم استبانة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي من خلال المعادلة التالية: طول الفئة = (الحد الأعلى - الحد الأدنى) / (الحد الأعلى - 0.8) ومنه وضعت الخيارات التالية: [1-1.8] درجة منخفضة جداً، [1.8-2.6] درجة منخفضة، [2.6-3.4] درجة متوسطة، [3.4-4.2] درجة جيدة، [4.2-5] درجة مرتفعة. وتحتوي الاستبانة على 4 أجزاء: الأول يحوي المعلومات المتعلقة بالعينة (المستوى التعليمي، سنوات الخبرة)، والثاني يحوي فقرات المتغير المستقل (أبعاد المعرفة التسويقية) والثالث تناول عبارات المتغير الوسيط (العناصر الأساسية لإدارة المعرفة) أما الرابع فعرض عبارات المتغير التابع (الأداء التسويقي).

أسلوب تحليل البيانات:

اعتمد أسلوب التحليل الإحصائي، بتحليل المتوسطات والتأثيرات عن طريق برنامج SPSS و Amos.

الأدوات الإحصائية المستخدمة:

بعد تفرغ الاستبانات وترميزها وإدخالها للحاسوب بتشغيل برنامجي (SPSS) و (Amos) تم الاستعانة ببعض الأدوات الإحصائية:

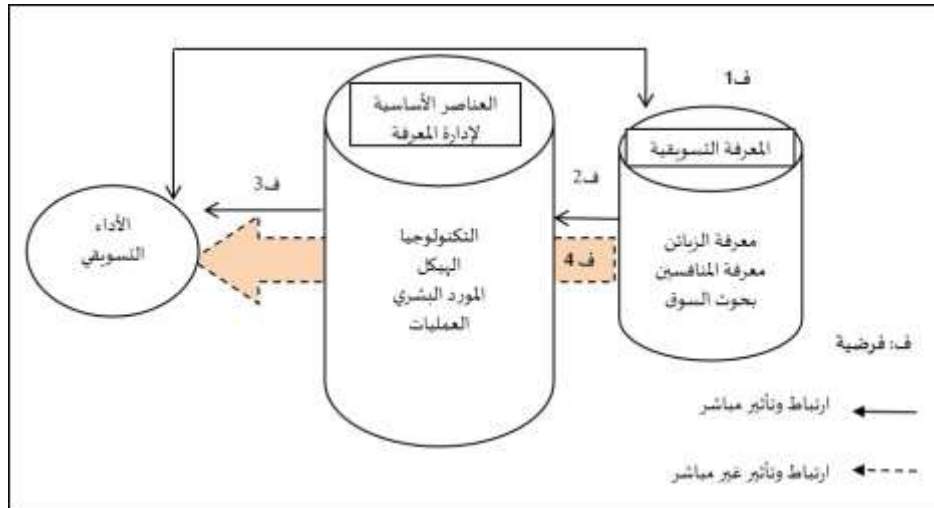
- التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية بوصف العينة ودرجة موافقتها.
- أساليب تحليل الانحدار والارتباط المتعدد وما يصاحبها من اختبار F-test للتحقق من وجود علاقة ارتباط بين أبعاد المعرفة التسويقية والأداء التسويقي من جهة، وبين المعرفة التسويقية والعناصر الأساسية لإدارة المعرفة من جهة ثانية، وبين العناصر الأساسية لإدارة المعرفة والأداء التسويقي من جهة ثالثة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- اختبار kolmogorov-smirnov للتأكد من أن العينة تخضع للتوزيع الطبيعي ومن ثم يمكن تطبيق تحليل المسار عليها.

عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة وهي عينة قصدية ملائمة من جميع الموظفين والعاملة في البنوك العشرة المختارة (4 وكالات لبنك سوسيتي جنرال société générale، 3 وكالات لبنك بي ان بي باريس BNPparibas، 3 وكالات لبنك التنمية المحلية BDL)، وقد بلغ عدد الاستبانات

الموزعة على عينة الدراسة 85 استبانة وتم استعادة 75 استبانة منها واستثناء 10 استبانات لعدم صلاحيتها أي بمعدل 88.23% وذلك من الفترة 01 جانفي إلى 31 مارس 2018.

نموذج الدراسة:



الإطار النظري للمعرفة التسويقية:

تعريف المعرفة التسويقية:

هي العملية التي تركز على جمع المعلومات والبيانات الخاصة بالسوق وتحديد حجمه والحصة السوقية المتوقعة، والتنبؤ بمعدل النمو فيه مستقبلا (Kotler, 1999, p412). كما تمثل إدارة العلاقة مع العميل جوهر المعرفة التسويقية، وبالتالي فإنها تحدد معرفة المؤسسة لعملائها الحاليين والمحتملين من خلال سلوكهم الشرائي، وعليه فإنها تتموضع بقوة في تفاعلها الحقيقي مع الزبائن أكثر مما هو عليه عند انتهاز الأطر النظرية في التعامل مع سلوك الزبائن (عدنان، 2010، ص 87)، مع الأخذ بعين الاعتبار التغيرات البيئية الحاصلة. وهنالك مهمتان إستراتيجيتان للمعرفة التسويقية، تتمثل الأولى في أنها عنصر قادر على توجيه المنتج والأنشطة التسويقية تجاه العميل، إذ يشارك هذا الأخير في الإنتاج، التطوير وحتى الترويج؛ والثانية كونها عنصر رقابة على الأنشطة التسويقية.

مرتكزات المعرفة التسويقية:

تتمثل مرتكزات المعرفة التسويقية في الأركان الأساسية للمجالات التي تتكون من خلالها المعرفة التسويقية وتتمثل فيما يلي (عدنان، 2010، ص 87):

- المحتوى: يمثل جوانب التميز والاختلاف لما تمتلكه المؤسسة من سمات معرفة في المجال التسويقي، والتركيز على المعلومات المرتبطة بالأهداف، أي إدراكها لحاجتها من المعرفة التسويقية لتحقيق أهدافها.
- الثقافة: هي التي تمكن المؤسسة من فهم التجارب المتميزة في السوق والممارسات المبتكرة مما يؤدي إلى سهولة وإدارة المعرفة التسويقية، فهي عنصر فعال في تكوين المعرفة التسويقية.
- العملية: من خلال توظيف المراحل التالية لتعزيز المعرفة التسويقية: تحديد أهداف المعرفة، تميز المعرفة في مجال التسويق مقارنة بالمنافسين، ديمومة المعرفة التسويقية، نشر المعرفة التسويقية، وأخيرا استخدام المعرفة التسويقية.

إذن من أجل تطبيق وتعزيز المعرفة التسويقية لابد من امتلاك الفهم والثقافة وعمليات إدارة المعرفة التسويقية.

أبعاد المعرفة التسويقية:

أوضح كوتلر أن المعرفة التسويقية تتطلب التركيز على معرفة الزبائن ومعرفة المنافسين واستخدام بحوث التسويق:

- معرفة الزبائن: هنالك مجموعة من العوامل (أشخاص، أنشطة) تؤثر على العلاقات مع الزبائن، فليس من المنطقي أن يتم التعامل مع الزبائن من قبل قسم متخصص بذلك، وإنما هي ثقافة عمل وممارسة داخل المؤسسة المصرفية. فمعرفة الزبائن تحتاج إلى مشاركة كل أقسام المؤسسة لإيجاد حلول لمشاكل الزبائن، وقد اقترح Desouza & Awazu (2005) ثلاثة أصناف لمعرفة الزبائن (kohlbacher, 2008, p624):
 - معرفة حول الزبائن: تتم فيها معالجة المعلومات الديموغرافية والنفسية والسلوكية.
 - معرفة من الزبائن: هي رؤية وأفكار تتلقاها المؤسسة من زبائنها قد تكون حول المنتجات الحالية، اتجاهات العميل واحتياجاته المستقبلية وأفكار حول منتجات جديدة، فهي مصدر حيوي للمعرفة.
 - معرفة لدعم الزبائن: ترتبط بتحسين تجربة استخدام الخدمات والمنتجات، وهو أمر حاسم للحفاظ على الزبائن، وهذا ما يتطلب من المؤسسة الاستفادة من البيانات والمعلومات الخاصة بمعاملات ما قبل الشراء، الشراء وما بعد الشراء، وضمان تجربة جيدة للمحافظة على الزبائن.

هذه الأصناف تحتاج إلى إدارتها على نحو أمثل، حتى تتمكن المؤسسة المصرفية من الاستفادة المثلى من المعرفة المتاحة منها لتحسين أدائها التسويقي.

- معرفة المنافسين: تعد المعلومات عن المنافسين في السوق المستهدف ضرورية، إذ أن المؤسسات تدرك نقاط قوتها وضعفها من تحليل الاستراتيجيات التسويقية للمنافسين الحاليين والمحتملين، وهناك نوعين من المنافسين، المنافس المباشر وهو الذي يقدم منتجات متجانسة وتتطابق مع منتجات المؤسسة في السوق والثاني غير مباشر يعمل على تقديم منتجات تؤثر على الإقبال على منتجات المؤسسة (الصيرفي، 2009، ص42) وبالتالي فقدانها لحصتها السوقية. فمعرفة المنافسين تتمثل في معرفة ما يكفي عن المنافسين حتى تكون المؤسسة قادرة على التفكير مثلهم بحيث يمكن صياغة استراتيجيات تسويقية تعزز مكانتها السوقية مقارنة بالمؤسسات المنافسة.
- بحوث السوق: بحوث التسويق هي منهجية تسمح للمؤسسة بجمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها بما يخدم الأنشطة التسويقية من خلال استغلال الفرص التسويقية بما يدعم إدارة التسويق باتخاذ قرارات تسويقية (الربيعاوي، 2014، ص60).
- وترتبط فعالية أنشطة المؤسسة بنتائج بحوث التسويق المقامة ويعبر عن مدى قيام المؤسسة ببحوث في مجالات عديدة (عبيدات، 2003، ص16):

- بحوث حول المزيج التسويقي.
- بحوث حول المبيعات والأرباح.
- بحوث البيئة التسويقية: تحديد المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية التي من الممكن أن تؤثر على العمليات التسويقية للمصرف من خلال تقديم معلومات عن هذه المؤثرات البيئية.

العناصر الأساسية لإدارة المعرفة:

توصف إدارة المعرفة بأنها تلك العمليات التي تساعد المؤسسات على توليد المعرفة، واختيارها وتنظيمها، واستخدامها، ونشرها، وأخيرا تحويل المعلومات الهامة والخبرات التي تمتلكها المنظمة والتي تعتبر ضرورية للأنشطة الإدارية المختلفة كاتخاذ القرارات، حل المشكلات، التعلم، والتخطيط الاستراتيجي (ربيعي عليان، 2008، ص177). كما عرفت بأنها "التجميع المنظم للمعلومات من مصادر داخل المؤسسة وخارجها، وتحليلها وتفسيرها واستنتاج مؤشرات ودلالات تستخدم في توجيه وإثراء العمليات في المؤسسة وتحقيق تحسين في الأداء

والارتفاع إلى مستويات أعلى من الانجاز سواء بالنسبة لانجازات المؤسسة ذاتها في فترات سابقة أو قياسا إلى انجازات المنافسين (عبد الرزاق السالمي، 2005، ص 28). فهي تلك العملية التي تقوم المؤسسات من خلالها بإيجاد قيمة من عناصرها الفكرية المبنية على المعرفة من أجل التوصل لأفضل الممارسات. أما العناصر الأساسية لإدارة المعرفة فهي ركيزة ضرورية وممارسات إدارية تمكن المؤسسة من إدارة معرفتها من خلال تسهيل عمليات خلق المعرفة وتنظيمها وتقاسمها.

- التكنولوجيا: تور تكنولوجيا المعلومات يمكن المؤسسة المصرفية من زيادة قدراتها المعرفية بتسهيل عملية معالجة البيانات وتخزينها.
- الهيكل: الهيكل التنظيمي وكل نظم الحوافز والعلاقات التي من شأنها توزيع وتنظيم المهام في المؤسسة.
- العمليات: إن امتلاك المصرف للعمليات من شأنه أن ينعكس على تصميم الخدمات والذكاء التنافسي في العمل، كما من شأن العمليات تصفية وتنقيح المعرفة ونقلها للأفراد وتوزيعها، كما تعمل العمليات على استبدال المعارف المتقدمة.
- المورد البشري: يعد المورد البشري المورد الحيوي لنجاح المصرف، إذ يعمل على تقييم المعلومات والمعرفة وإقامة علاقات دائمة مع الزبائن، مع كسب الخبرات والمهارات التي تعد أساس الاستفادة من التكنولوجيا.

مؤشرات قياس الأداء التسويقي:

- مفهوم الأداء التسويقي: عرف الأداء التسويقي للمؤسسة المصرفية على أنه مقدرة المؤسسة المصرفية على إشباع وإرضاء زبائنها من خلال تقديمها خدمات تتلاءم مع حاجاتهم وتتطابق مع ما كانوا ينتظرونه، في حدود المراقبة المستمرة للمنافسين والأخذ بعين الاعتبار ردود أفعالهم مع تحقيق النتائج التسويقية المطلوبة من الأرباح، المبيعات والحصة السوقية، الاستمرار والأهداف الاجتماعية، وكذلك تلك المتعلقة بالانطباعات الذهنية وهذا في ظل اتصال ترويجي يضم مزيجا اتصاليا متكاملًا. ويعرف الأداء التسويقي للمؤسسة المصرفية أيضا على أنه "تطوير الآلية التي تمكن المؤسسة من خلالها التكيف مع متغيرات البيئة الخارجية من أجل تحقيق أهدافها" (مرعي، 2014، ص 110).
- أهمية الأداء التسويقي: هذا الأساس احتل موضوع الأداء التسويقي أهمية حاسمة تحدد كالاتي (فيصل عبد، 2011، ص 49، 50):

- التعرف على مقدار ما أنجز من أهداف المؤسسة.
- يساعد المؤسسة في وضع المعايير اللازمة لتطوير رسالتها.
- يوفر معلومات لمختلف المستويات الإدارية لأغراض اتخاذ القرارات، التخطيط والرقابة.
- يؤدي إلى الكشف عن العناصر الكفاءة ووضعها في المواقع المناسبة لها، فضلا عن تحديد العناصر التي تحتاج إلى دعم وتطوير للنهوض بأدائها.
- التأكد من تحقيق التنسيق بين مختلف أقسام المؤسسة.
- تشخيص الأخطاء والانحرافات واتخاذ الخطوات اللازمة لمعالجتها.
- يساعد على تحقيق الشمولية والعقلانية في عمليتي التخطيط واتخاذ القرار.
- تساعد المراجعة المستمرة للأداء التسويقي على إجراء التحسينات المستمرة.

● مؤشرات قياس الأداء التسويقي:

- الحصة السوقية: تمثل الحصة السوقية المقياس الأفضل لقياس الأداء التسويقي والتي يتعرف من خلالها على ربحية المؤسسة وقدرتها على تحقيق أهدافها، فالحصة السوقية تعرف بأنها مؤشر فاعل وقوي للتدقيق النقدي والربحية. فالحصة السوقية تغطي مزايا تخفيض التكلفة عبر تحقيق اقتصاديات الحجم وزيادة منحنى الخبرة (فيصل عبد، 2011، ص 50، 51).
- رضا العميل: تشكل المعرفة أكبر فرصة للمصرف لتحويل العميل المرتقب إلى عميل فعلي. لضمان الوصول إلى رضا العميل

لا بد من إقامة المعرفة حول العميل في مختلف مراحل دورة حياته، وأمام القدر الكبير من البيانات المتاحة فأمام المؤسسة اختيار التنقيب عن البيانات أو استخدام الأدوات الذكية لتحليلها، إذ أن كيفية استخدام هذه المعلومات هو ما توليه المؤسسة المصرفية الأهمية البالغة.

- الخطط الإستراتيجية: التخطيط الاستراتيجي للنشاط التسويقي المصرفي يمثل تلك العملية التي يقوم فيها المصرف بتشخيص المشاكل التي تواجهه، مع الأخذ بعين الاعتبار المتغيرات البيئية وكافة المعلومات التي من الممكن حدوثها، فهو وسيلة التصرف السريع والخطوة الأولى للاستراتيجيات التسويقية. يسمح تطوير الخطط الإستراتيجية لإدارة المصرف بالربط بين البيئة الداخلية والخارجية له، وذلك من خلال الاستفادة من المعلومات المتاحة والمجموعة من السوق من خلال دراسة المنافسين. فالمدراء يحتاجون إلى الكثير من المعلومات الإستراتيجية الملائمة ويقومون بعملية التحليل الاستراتيجي المنظم لها للتغلب على محددات عملية تطوير الخطط الإستراتيجية، ويتم تلبية هذه الحاجة من المعلومات باستخدام المعرفة التسويقية، حيث أثبتت نظم المعلومات بما فيها نظم المعلومات التسويقية قدرتها على جمع واختيار وتحليل البيانات ومن ثم إيصال المعلومات للجهة التي تستفيد منها، فنظم المعلومات الملائمة يمكن أن تساعد المدراء على تعلم المفاهيم الإستراتيجية وتسهيل التفكير الاستراتيجي بالإضافة إلى فهم ما يضعونه من استراتيجيات.
- تطوير المنتج: تعد المبيعات المتوقعة وتطورها من سنة لأخرى، والأرباح المتوقعة للمنتج خلال فترة زمنية محددة، الأهداف العامة والثانوية المطلوب إنجازها بالإضافة إلى كلفة كل مدخل من المدخلات من الأمور التي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند البدء في عملية التطوير للمنتج. فالمطلوب هنا تحقيق المعرفة والتجربة وإتاحة المنتج وتحقيق منافع الاستخدام التي يجب إدراكها أو لمسها من قبل العميل المستهدف من خلال ما تتيحه المعرفة التسويقية.

العلاقة بين متغيرات الدراسة

- علاقة وأثر المعرفة التسويقية في العناصر الأساسية لإدارة المعرفة: تعد المعرفة التسويقية الجزء الحيوي من إدارة المعرفة في المنظمة والمنصب على إدراك وفهم متغيرات السوق أو ما يسمى بالبيئة تنافسية للمنظمة بكل أجزائها. فمن خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات لخلق قاعدة بيانات تضم المعلومات عن أجزاء السوق وموقع المنتج وقوة المنافسين إضافة إلى المعلومات عن الزبون من سلوكيات الشراء واختيار العلامة التجارية والولاء للمنتج. سيشكل ذلك الأساس للمعرفة التسويقية وبمرور الزمن ستتحقق المنظمة تراكم معرفي في هذا الاتجاه. وإن ذلك سيجعلها أقدر على اتخاذ القرارات في القضايا التي تهم إدارة التسويق مثل استهداف أسواق جديدة، تحليل المنافسين في هذه الأسواق، تحديد خصائص المنتج، اختيار مجهزين مفضلين للعمل معهم... الخ. من القرارات التي تعنى بها إدارة التسويق. ويمكن النظر إلى ذلك أن المعرفة التسويقية ستكون المورد الأكثر أهمية للمنظمة للتعامل مع بيئتها الخارجية على وفق قدراتها الداخلية وستكون لدى المنظمة فرصة أكبر في استخدام قدراتها المميزة لتشكيل وتدعيم تميزها (البكري، 2006، ص 13). فمن أجل تطبيق وتعزيز المعرفة التسويقية لا بد من امتلاك الفهم والثقافة والعناصر الأساسية لإدارة المعرفة.
- علاقة واثار العناصر الأساسية لإدارة المعرفة في الأداء التسويقي: يتحدد الأداء التسويقي في المؤسسة من خلال مجموعة من المؤشرات المتعلقة بوظيفة التسويق ومنها: حصة السوق، إرضاء الزبائن (من خلال معرفة عدد ونوع شكاوي الزبائن، مقدار المردودات من المبيعات...)، وكذلك السمعة التي تقيس حضور أو تواجد اسم العلامة التجارية في ذهن الأفراد، ويمكن معرفتها من مردودية كل منتج (زررقون، 2014، ص 127)، وإدارة المعرفة أثر مباشر في الأداء التسويقي بحيث أنها تلعب دورا حيويا في بناء المنظمات، حيث أنها تؤثر وبشكل كبير على الأداء في أبعاده المختلفة، كالأفراد والعمليات والمخرجات. ومن الجدير الإشارة هنا إلى أنه تستطيع العناصر الأساسية لإدارة المعرفة من التأثير على الأداء التسويقي من خلال المساعدة في تطوير وتوليد المعرفة ذاتها إذ تعمل عناصر التكنولوجيا والهيكل والعمليات والمورد البشري إذا تم استخدامها بالشكل الأفضل إلى تحسين الأداء التسويقي عن طريق تقديم الخدمة الأحسن للعميل.

اختبار الفرضيات، وعرض النتائج وتحليلها:

- دراسة خصائص العينة: يمكن توضيحها في الجدول التالي:

جدول رقم (1): خصائص عينة الدراسة

المتغير	الفئات	التكرارات	النسبة المئوية
المستوى التعليمي	ثانوي	12	16%
	جامعي	41	54.66%
	دبلوم مهني	22	29.33%
سنوات الخبرة	سنة إلى أقل من 5 سنوات	10	13.33%
	5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	21	28%
	10 سنوات فأكثر	44	58.66%

- تحليل البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة: يمكن توضيحها في الجدول رقم (2):

جدول رقم (2): المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لمتغيرات الدراسة

المتغير	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
المعرفة التسويقية	معرفة الزبائن	4.22	0.81	2
	معرفة المنافسين	4.25	0.82	1
	بحوث التسويق	3.60	0.92	3
العناصر الأساسية لإدارة المعرفة	التكنولوجيا	4.20	0.40	4
	الهيكل	4.50	0.53	3
	العمليات	4.6	0.35	1
	المورد البشري	4.55	0.42	2
الأداء التسويقي		4.50	0.60	

يبين الجدول أعلاه أن مستوى المعرفة التسويقية من طرف الوكالات المبحوثة مرتفع لكل الأبعاد وخاصة بعد معرفة المنافسين بمتوسط حسابي (4.25) وانحراف معياري قدره (0.82) مما يبين أن الوكالات تراعي أن تكون منتجاتها أفضل من المنافسين وأنها على معرفة تامة بقائمة المصارف الأكثر تنافسية، كما أنها تتأثر بالمنافسين ومنتجاتهم. ويليه بعد ذلك بعد معرفة الزبائن بمتوسط حسابي قدره (4.22) وانحراف معياري قدره (0.81) مما يدل على أن المصارف تعمل على نقل معرفتها للعميل لمساعدته في اتخاذ القرار، كما تمتلك قواعد بيانات تمكنها من معرفة الخصائص الدقيقة للزبائن وتستفيد من تجارب الزبائن في التعامل معها وأخيراً بعد بحوث التسويق بوسط حسابي قدره (3.60) وانحراف معياري قدره (0.92) على أساس أن البنوك تقوم ببحوث عن فئات زبائن مستهدفة، وتحدد الأسواق الأكثر ملائمة، كما تجري بحوث عن المزيج التسويقي وأخرى خاصة بالمبيعات للتعرف على التقنيات الحديثة للبيع وتدريب الموظفين عليها، كما تجري الوكالات بحوث للبيئة التسويقية توفر كل المعلومات التي تؤثر على الأنشطة التسويقية.

أما فيما يخص أبعاد العناصر الأساسية لإدارة المعرفة تبين النتائج أن بعد العمليات أكثر الأبعاد ممارسة بوسط حسابي قدره (4.6) وانحراف معياري (0.35) مما يؤكد على أن البنوك تمتلك عمليات لنقل وامتصاص وتعديل المعرفة من الأفراد، كما يمتلك الأفراد العمليات لكسب المعرفة وتوزيعها وتبادلها بما يسمح بمقارنة الأداء، يليه بعد ذلك المورد البشري بوسط حسابي قدره (4.55) وانحراف معياري قدره (0.42) والذي يؤكد أن البنوك تدرك أن المورد البشري هو مورد حيوي للنجاح، وبشترك موظفوها في إدانة علاقات مع الزبائن، كما يمتلك المصرف طقم موظفين مؤهل قادر على تقييم المعلومات والمعرفة، ثم بعد الهيكل بوسط حسابي قدره (4.50) وانحراف معياري قدره (0.53) والذي يبين أن البنوك تتمتع بهيكل تنظيمي يسهل نقل وخزن والوصول إلى المعرفة ومشاركتها واكتشافها، كما يمكن للهيكل الوصول إلى الموظفين بسهولة. وفي الأخير بعد تكنولوجيا المعلومات بوسط حسابي قدره (4.20) وانحراف معياري (0.40) مما يدل على أن البنوك تمتلك تكنولوجيا معلومات تسمح بالتعاون الداخلي والخارجي، وتسمح للموظفين بالتعلم والبحث عن معرفة جديدة وتعمل على تنفيذ عمليات إدارة المعرفة.

وفيما يتعلق بمتغير الأداء التسويقي بمتغير حساسي قدره (4.50) وانحراف معياري قدره (0.60) يدل على أن إدارة الوكالات العشر تدرك أن الخطط الإستراتيجية هي الموجه الأساسي لعملية الأداء التسويقي داخل المؤسسة المصرفية بالاستعانة بمعرفة المنافسين من أجل إرضاء الزبائن من جهة، والمحافظة على الحصة السوقية وزيادتها من خلال تطوير المنتجات والإبداع في طرق تقديمها من جهة ثانية

- اختبار فرضيات الدراسة: يتناول هذا العنصر اختبار الفرضيات التي قامت عليها الدراسة.

الفرضية الرئيسية الأولى: لا توجد علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأبعاد المعرفة التسويقية على الأداء التسويقي في البنوك محل الدراسة. ويمكن عرض نتائج اختبار الفرضيات الفرعية الثلاث في الجدول التالي:

جدول رقم (3): الارتباط والانحدار الخطي بين أبعاد المعرفة التسويقية والأداء التسويقي.

المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة b	R	R ²	t-test	F	الدلالة
بحوث التسويق	الأداء التسويقي	0.57	0.55	0.30	6.18	34.28	وجود
معرفة الزبائن		1.07	0.74	0.54	8.53	73.22	وجود
معرفة المنافسين		0.74	0.80	0.64	10.12	102.66	وجود

يبين الجدول أعلاه أن قيمة R² المحسوبة للأبعاد بحوث التسويق ومعرفة الزبائن ومعرفة المنافسين كانت على التوالي (0.30)، (0.54)، (0.64) عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (74 و 1) مما يدل على أن معرفة المنافسين فسرت 64% من التغير الحاصل في الأداء التسويقي وأن معرفة الزبائن فسرت 54% من التغير الحاصل في الأداء التسويقي، كما أن بحوث التسويق فسرت 30% من التغير الحاصل في الأداء التسويقي، مما يوجب رفض الفرضيات العدمية الثلاث وقبول الفرضيات البديلة والتي تنص على وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية لأبعاد المعرفة التسويقية (بحوث التسويق، معرفة الزبائن، معرفة المنافسين) على الأداء التسويقي في البنوك محل الدراسة.

- الفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمعرفة التسويقية على العناصر الأساسية لإدارة المعرفة في البنوك محل الدراسة. ويمكن عرض نتائج اختبار الفرضيات الفرعية الثلاث في الجدول التالي:

جدول رقم (4): الارتباط والانحدار الخطي بين أبعاد المعرفة التسويقية والعناصر الأساسية لإدارة المعرفة.

المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة b	R	R ²	t-test	F	الدلالة
بحوث التسويق	العناصر الأساسية لإدارة المعرفة	0.57	0.65	0.42	6.96	47.95	وجود
معرفة الزبائن		0.70	0.91	0.82	16.00	255.6	وجود
معرفة المنافسين		1.07	0.86	0.73	13.19	173.3	وجود

يبين الجدول أعلاه أن قيمة R² المحسوبة للأبعاد بحوث التسويق ومعرفة الزبائن ومعرفة المنافسين كانت على التوالي (0.42)، (0.82)، (0.73) عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (74 و 1) مما يدل على أن معرفة المنافسين فسرت 73% من التغير الحاصل في العناصر الأساسية لإدارة المعرفة وأن معرفة الزبائن فسرت 82% من التغير الحاصل في العناصر الأساسية لإدارة المعرفة، كما أن بحوث التسويق فسرت 42% من التغير الحاصل في العناصر الأساسية لإدارة المعرفة، مما يوجب رفض الفرضيات العدمية الثلاث وقبول الفرضيات البديلة والتي تنص على وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية لأبعاد المعرفة التسويقية (بحوث التسويق، معرفة الزبائن، معرفة المنافسين) على العناصر الأساسية لإدارة المعرفة في البنوك محل الدراسة.

- الفرضية الرئيسية الثالثة: لا توجد علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) العناصر الأساسية لإدارة المعرفة على الأداء التسويقي. ويمكن عرض نتائج اختبار الفرضية في الجدول التالي:

جدول رقم (5): الارتباط والانحدار الخطي بين عمليات إدارة المعرفة وأداء الموظفين

المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة b	R	R ²	t-test	F	الدلالة
العناصر الأساسية لإدارة المعرفة	الأداء التسويقي	0.86	0.71	0.50	9.26	86.20	وجود

يبين الجدول أعلاه أن قيمة R² المحسوبة (0.50) عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (74 و 1) مما يدل على أن العناصر الأساسية لإدارة المعرفة فسرت 50% من التغير الحاصل في الأداء التسويقي، مما يوجب رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية للعناصر الأساسية لإدارة المعرفة على الأداء التسويقي.

- الفرضية الرئيسة الرابعة: لا يزداد تأثير أبعاد المعرفة التسويقية في الأداء التسويقي بتوسط العناصر الأساسية لإدارة المعرفة. من أجل اختبار الفرضية تم استخدام تحليل المسار ولتطبيقه تم التأكد من خضوع العينة للتوزيع الطبيعي من خلال اختبار كولموغوروف سميرونوف كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (6): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي باستخدام (kolmogorov-smirnov)

المتغيرات	الأبعاد	مستوى المعنوية
أبعاد المعرفة التسويقية	بحوث التسويق	0.01
	معرفة المنافسين	0.02
	معرفة الزبائن	0.00
العناصر الأساسية لإدارة المعرفة	التكنولوجيا	0.00
	الهيكل	0.00
	العمليات	0.00
	المورد البشري	0.00
الأداء التسويقي		0.02

وذلك عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) وعليه فإن كل متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي.

ولاختبار الفرضية تم اخذ التأثير المباشر لأبعاد المعرفة التسويقية والتأثير غير المباشر على الأداء التسويقي عن طريق تأثير العناصر الأساسية لإدارة المعرفة باستخدام أسلوب تحليل المسار والجدول التالي يبين النتائج بالتفصيل:

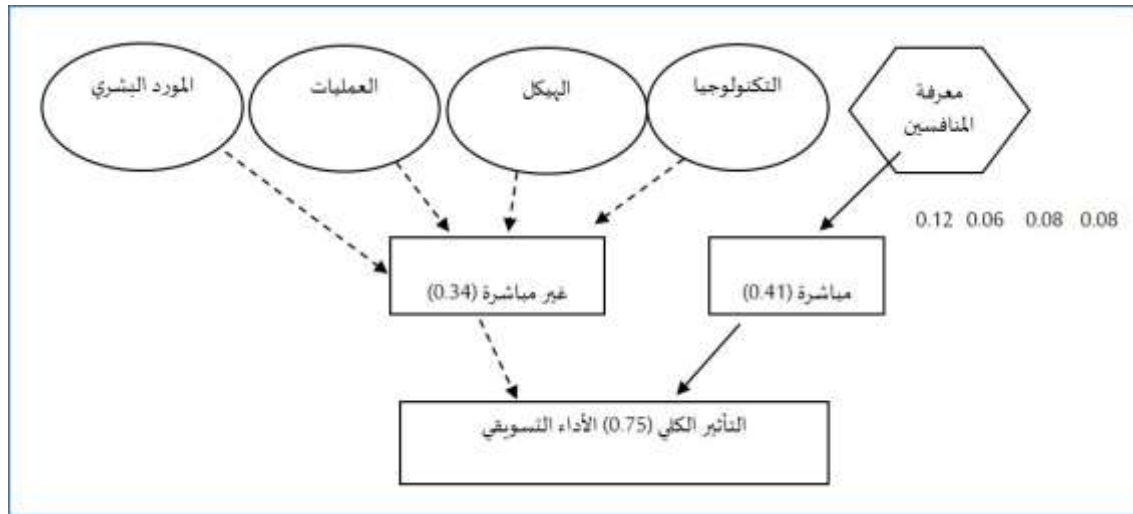
جدول رقم (7): وصف اتجاهات التأثير للمتغير التفسيري أبعاد المعرفة التسويقية (X) عبر العناصر الأساسية لإدارة المعرفة (Z) في الأداء التسويقي (Y).

اتجاهات التأثير	غير المباشر X ₁	المباشر X ₂	الكلية
تأثير معرفة المنافسين (X ₁) عبر العناصر الأساسية لإدارة المعرفة (Z) في الأداء التسويقي (Y).	0.34	0.41	0.75
تأثير معرفة الزبائن (X ₂) عبر العناصر الأساسية لإدارة المعرفة (Z) في الأداء التسويقي (Y).	0.31	0.48	0.79
تأثير بحوث التسويق (X ₃) عبر العناصر الأساسية لإدارة المعرفة (Z) في الأداء التسويقي (Y).	0.26	0.40	0.66

ويمكن التعبير عن الجدول السابق واختبار الفرضيات الفرعية الثلاث في الأشكال التفصيلية التالية:

يوضح الجدول أعلاه و الشكل اداناه تأثير معرفة المنافسين في الأداء التسويقي عن طريق العناصر الأساسية لإدارة المعرفة فان ذلك سيؤدي إلى تأثير مباشر في الأداء التسويقي بمقدار (0.41). وكذلك له تأثير غير مباشر في أداء الموظفين عن طريق التكنولوجيا ب(0.08)، وأيضا معرفة المنافسين لها تأثير غير مباشر في الأداء التسويقي عن طريق الهيكل ب(0.08)، كما أن له تأثير غير مباشر في الأداء التسويقي

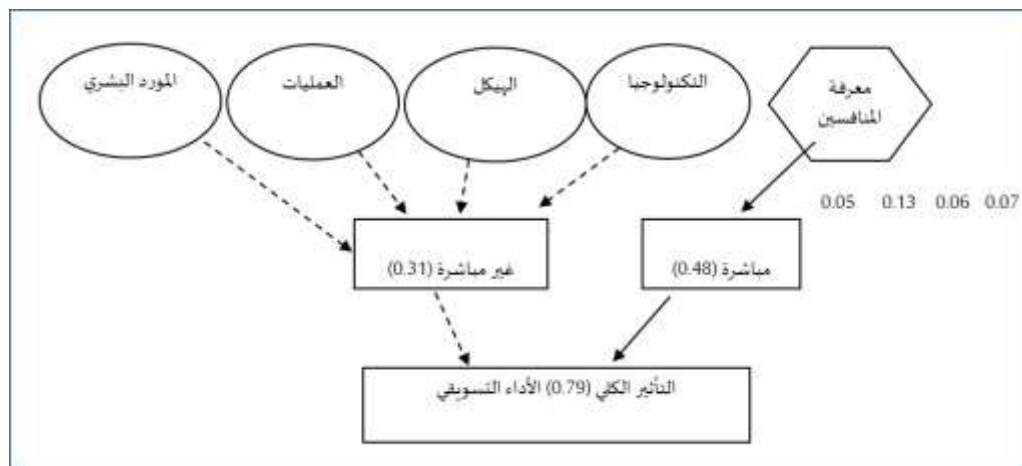
عن طريق العمليات ب(0.06)، وأخيرا معرفة المنافسين لها تأثير غير مباشر في الأداء التسويقي عن طريق المورد البشري ب(0.12).



شكل رقم (1): اتجاهات التأثير للمتغير التفسيري معرفة المنافسين (X_1) عبر العناصر الأساسية لإدارة المعرفة (Z) في أداء الموظفين (Y).

وعليه فإن التأثير الكلي غير المباشر لمعرفة المنافسين على الأداء التسويقي عن طريق العناصر الأساسية لإدارة المعرفة (0.34) وان مجموع التأثير الكلي (المباشر وغير المباشر) لمعرفة المنافسين بلغ مقدار (0.75).

وبلغ معامل التحديد ($R^2=0.528$) والذي يعبر عن قيمة التأثير لمعرفة المنافسين على الأداء التسويقي عن طريق العناصر الأساسية لإدارة المعرفة وان 47.2% ترجع لعوامل أخرى لم تدخل النموذج، وقد بلغت القيمة المعنوية للنموذج (0.000)، وتشير النتائج إلى رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أن تأثير معرفة المنافسين في الأداء التسويقي يزداد عبر العناصر الأساسية لإدارة المعرفة.

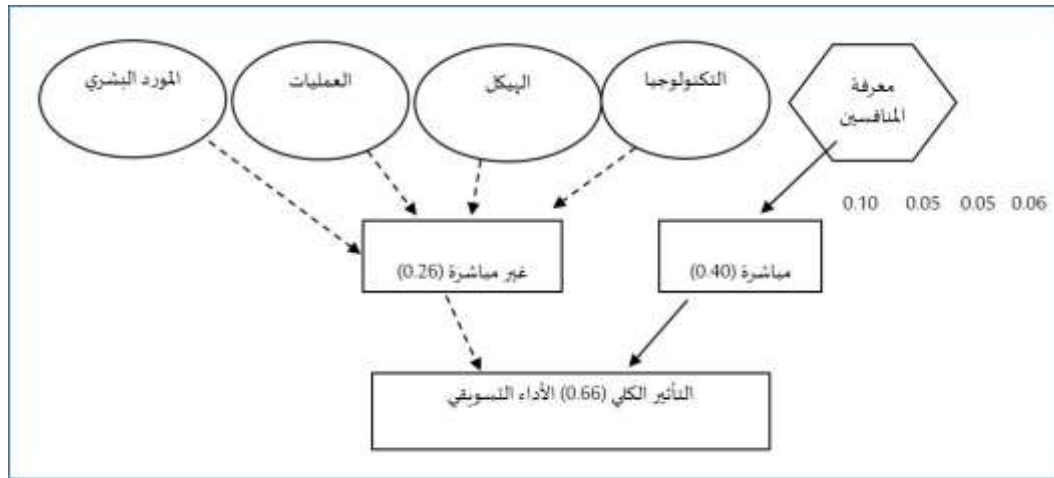


شكل رقم (2): اتجاهات التأثير للمتغير التفسيري معرفة الزبائن (X_2) عبر عمليات إدارة المعرفة (Z) في أداء الموظفين (Y).

يوضح الشكل والجدول أعلاه تأثير معرفة الزبائن في الأداء التسويقي عن طريق العناصر الأساسية لإدارة المعرفة فان ذلك سيؤدي إلى تأثير مباشر في الأداء التسويقي بمقدار (0.48). وكذلك له تأثير غير مباشر في الأداء التسويقي عن طريق التكنولوجيا ب(0.07)، وأيضا معرفة الزبائن لها تأثير غير مباشر في الأداء التسويقي عن طريق الهيكل ب(0.06)، كما أن له تأثير غير مباشر في الأداء التسويقي عن طريق العمليات ب(0.13)، وأخيرا معرفة الزبائن لها تأثير غير مباشر في الأداء التسويقي عن طريق المورد البشري ب(0.05).

وعليه فإن التأثير الكلي غير المباشر لمعرفة الزبائن على الأداء التسويقي عن طريق العناصر الأساسية لإدارة المعرفة (0.31) وان مجموع التأثير الكلي (المباشر وغير المباشر) لمعرفة الزبائن بلغ مقدار (0.79).

وبلغ معامل التحديد ($R^2=0.585$) والذي يعبر عن قيمة التأثير لمعرفة الزبائن على الأداء التسويقي عن طريق العناصر الأساسية لإدارة المعرفة وان 41.5% ترجع لعوامل أخرى لم تدخل النموذج، وقد بلغت القيمة المعنوية للنموذج (0.000)، وتشير النتائج إلى رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أن تأثير معرفة الزبائن في الأداء التسويقي يزداد عبر العناصر الأساسية لإدارة المعرفة.



شكل رقم (3): اتجاهات التأثير للمتغير التفسيري بحوث التسويق (X_3) عبر العناصر الأساسية لإدارة المعرفة (Z) في الأداء التسويقي (Y).

يوضح الشكل والجدول أعلاه تأثير بحوث التسويق في الأداء التسويقي عن طريق العناصر الأساسية لإدارة المعرفة فإن ذلك سيؤدي إلى تأثير مباشر في الأداء التسويقي بمقدار (0.40). وكذلك له تأثير غير مباشر في الأداء التسويقي عن طريق التكنولوجيا ب (0.06)، وأيضاً بحوث التسويق لها تأثير غير مباشر في الأداء التسويقي عن طريق الهيكل ب (0.05)، كما أن له تأثير غير مباشر في الأداء التسويقي عن طريق العمليات ب (0.05)، وأخيراً بحوث التسويق لها تأثير غير مباشر في الأداء التسويقي عن طريق المورد البشري ب (0.10).

وعليه فإن التأثير الكلي غير المباشر لبحوث التسويق على الأداء التسويقي عن طريق العناصر الأساسية لإدارة المعرفة (0.26) وان مجموع التأثير الكلي (المباشر وغير المباشر) لبحوث التسويق بلغ مقدار (0.66). وبلغ معامل التحديد ($R^2=0.443$) والذي يعبر عن قيمة التأثير لبحوث التسويق على الأداء التسويقي عن طريق العناصر الأساسية لإدارة المعرفة وان 55.7% ترجع لعوامل أخرى لم تدخل النموذج، وقد بلغت القيمة المعنوية للنموذج (0.000)، وتشير النتائج إلى رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أن تأثير بحوث التسويق في الأداء التسويقي يزداد عبر العناصر الأساسية لإدارة المعرفة.

النتائج:

تستخدم المنظمات المعرفة التسويقية لتحسين أداء العمليات غير أن المزيد من التحسينات والتميز في مجال الأعمال يتطلبان إدماج المعارف الجديدة على نطاق المنظمة، مما يقود لا محالة إلى تحسين الأداء التسويقي والوصول إلى الأهداف المحددة.

تم التوصل إلى مجموعة من النتائج يمكن إيجازها فيما يلي:

- المعرفة التسويقية تعطي حركية وديناميكية لتجربة الموظفين اليومية، في إطار تطوير العلاقات للدعم والتعلم المتبادل وتجديد المعرفة، فأداء الموظفين اليوم يركز على العميل والخبرة والعناصر الأساسية لإدارة المعرفة والتدفقات المستمرة بما يخدم التجديد المستمر والابتكار والتحسين المستدام.
- لقد أدى التغير السريع لاحتياجات الزبائن بسبب التطورات الاقتصادية والتكنولوجية إلى إجبار المنظمات على تبني منهج المعرفة التسويقية وجعلها تستفيد من التدفق السريع للمعلومات واتخاذ القرارات الجماعية والنهج الشامل عن طريق العناصر الأساسية لإدارة المعرفة مما يزيد من الأداء التسويقي سواء من حيث استخدام التكنولوجيا وتوفير الهيكل والعمليات مع تأهيل العنصر البشري.

- التزام الإدارة العليا في البنوك محل الدراسة في عملية التخطيط بالجودة باستمرار كما تعتمد على نظام معلومات لدراسة السوق والمتغيرات الاقتصادية، كما تعتبر المعرفة التسويقية مؤشراً لتقييم إدارة كل قسم من الأقسام.
- بعد العمليات أكثر الأبعاد ممارسة في البنوك محل الدراسة مما يؤكد على أن البنوك تمتلك عمليات لنقل وامتصاص وتعديل المعرفة من الأفراد، كما يمتلك الأفراد العمليات لكسب المعرفة وتوزيعها وتبادلها بما يسمح بمقارنة الأداء.
- تركز أبعاد الأداء التسويقي في الوكالات على بناء علاقات مع الزبائن لكسب رضاهم وولائهم فضلاً عن التنافس للمحافظة على الحصة السوقية.
- اهتمام الوكالات بمتابعة الخطط الإستراتيجية المبرمجة دورياً مع محاولة تطوير منتجاتها وطريقة تقديمها من أجل المحافظة على الحصة السوقية وزيادتها.
- وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمعرفة التسويقية على العناصر الأساسية لإدارة المعرفة في البنوك محل الدراسة خاصة من خلال معرفة المنافسين.
- -وجود علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية عند ($\alpha \leq 0.05$) للعناصر الأساسية لإدارة المعرفة على الأداء التسويقي في البنوك محل الدراسة، إذ أن تشخيص وتوليد وتخزين وتوزيع المعرفة يساعد على زيادة التفاعل بين الموظفين وتحسين أدائهم.
- يزيد تأثير أبعاد المعرفة التسويقية في الأداء التسويقي عبر العناصر الأساسية لإدارة المعرفة.

المصادر والمراجع:

المراجع العربية:

- ثامر ياسر البكري، احمد هاشم سليمان، إدارة المعرفة التسويقية وانعكاساتها على العلاقة مع الزبون لتحقيق الميزة التنافسية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثاني جامعة العلوم التطبيقية الأردنية كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، نيسان/ 2006، ص: 13.
- جعفر خليل مرعي، دور مجالات الاستراتيجيات التسويقية في تعزيز الأداء التسويقي "دراسة تحليلية لأراء عينة من موظفي شركة اسياسيل في الموصل. (العدد 1). المجلد 4، مجلة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية العراق، 2014، ص 110.
- ربي مصطفى عليان، إدارة المعرفة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 177.
- رعد عدنان رؤوف، سالم حامد الحمدي، المعرفة التسويقية واستدامة الميزة التنافسية، دراسة ميدانية في عينة من المنظمات الصناعية في محافظة نينوى. (العدد 100). مجلد 32، مجلة تنمية الرافدين، العراق، 2010، ص 87.
- سعدون حمود حثير الربيعاوي، حيدر عبد الوحيد الشولي، أثر المعرفة التسويقية في تحسين الأداء التسويقي (دراسة تطبيقية في شركات الاتصال للهاتف المحمول في العراق، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 20، العدد 76، 2014، ص 60.
- علاء عبد الرزاق محمد السالمي، نظم دعم القرار، دار وائل، الأردن، 2005، ص 28.
- فيصل عبد غسان، ناجي عبد الستار محمود، المعرفة التسويقية ودورها في تعزيز الأداء التسويقي "دراسة ميدانية في عينة من المنظمات الصناعية في محافظة صلاح الدين. (العدد 2). المجلد 1، مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية العراق، 2011، ص 49، 50.
- محمد الصيرفي، التسويق الاستراتيجي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009، ص 42.
- محمد زرقون الحاج عرابة، أثر إدارة المعرفة على الأداء في المؤسسة الاقتصادية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد: 1، ديسمبر 2014، ص: 127.
- محمد عبيدات، بحوث التسويق، دار وائل، ط2، الأردن، 2003، ص 16.

المراجع الأجنبية:

- Florian, kohlbacher, knowledge-based marketing, international journal management and decision making. (vol9). n06, 2008, p624.

- Kotler, Philip, g, Armstrong, principles of marketing. (8 ed). new jersy : prentice hall, inc, 1999, p412.

الاستبانة:

السادة المحترمون تحية طيبة وبعد

في إطار إجراء دراسة تحت عنوان "اتجاهات التأثير للمعرفة التسويقية في الأداء التسويقي عبر العناصر الأساسية لإدارة المعرفة (دراسة ميدانية على عينة من البنوك التجارية لولاية قسنطينة)"، تم انجاز هذه الاستبانة لذا نرجو من سيادتكم التكرم بالإجابة على أسئلة الاستبانة المرفقة كاملة لتحقيق أهداف الدراسة وذلك بوضع إشارة (x) في المربع المناسب لإجاباتكم، علما أن كافة البيانات التي تدلون بها سوف تعامل بكل سرية وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط. وفي الأخير تقبلوا مني خالص شكري على تعاونكم مسبقا.

- المستوى التعليمي: () ثانوي () جامعي () دبلوم مهني
- الخبرة المهنية: () من 1 إلى أقل من 5 سنوات () من 5-10 سنوات () 10 سنوات فأكثر

المتغير المستقل: أبعاد المعرفة التسويقية					بدائل الإجابات				
الرقم	الأسئلة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
أولا	معرفة المنافسين								
1	- تراعي الوكالة أن تكون منتجاتها أفضل من منتجات المنافسين.								
2	للوكالة معرفة تامة بقائمة المصارف الأكثر تنافسية.								
3	تتأثر وكالاتنا بالمنافسين ومنتجاتهم.								
ثانيا	معرفة الزبائن								
1	تعمل الوكالة على نقل معرفتها للعميل لمساعدتها في اتخاذ قراراتها.								
2	تمتلك الوكالة قاعدة بيانات تمكنها من معرفة الخصائص الدقيقة لعملائها.								
3	تستفيد الوكالة من تجارب الزبائن في التعامل مع منتجاتها.								
ثالثا	بحوث التسويق								
1	يقوم المصرف ببحوث عن فئات زبائن مستهدفة ومواقعهم وأنماط إنفاقهم ومستوى دخلهم								
2	تحدد بحوث التسويق الأسواق الأكثر ملائمة لخدمات المصرف.								
3	يجري المصرف بحوث عن المزيج التسويقي لمعرفة نقاط قوته وضعفه مقارنة بخدمات المنافسين.								
4	تسهم بحوث المبيعات في التعرف على التقنيات الحديثة للبيع وتدريب الموظفين عليها.								
5	يجري المصرف بحوث للبيئة التسويقية توفر معلومات تؤثر على العمليات التسويقية للمصرف.								

المتغير الوسيط: العناصر الأساسية لإدارة المعرفة					
أولا	التكنولوجيا				
1	تسمح التكنولوجيا بالتعاون الداخلي والخارجي في المصرف.				
2	تسمح التكنولوجيا للأفراد بالتعلم والبحث عن معرفة جديدة.				
3	تسمح التكنولوجيا بتنفيذ عمليات إدارة المعرفة..				
ثانيا	الهيكل				
1	هيكل المصرف يسهل نقل وخزن والوصول إلى المعرفة ومشاركتها واكتشافها.				
2	هيكل المصرف يمكن من الوصول إلى الموظفين بسهولة.				
ثالثا	العمليات				
1	يملك المصرف عمليات لنقل وتعديل المعرفة من الأفراد.				
2	يملك الموظفون العمليات لكسب المعرفة وتوزيعها، تبادلها بما يسمح بمقارنة الأداء.				
رابعا	المورد البشري				
1	تدرك إدارة المصرف أن المورد البشري هو مورد حيوي للنجاح.				
2	يشترك الموظفون في إدامة علاقات مع الزبائن.				
3	يملك المصرف موظفين مؤهلين قادرين على تقييم المعلومات والمعرفة في المصرف.				
المتغير التابع: الأداء التسويقي					
1	التنسيق بين أنشطة وكالاتنا أساسها الحصبة السوقية.				
2	تعمل الوكالة على تعديل منتجاتها حسب رغبات وحاجات عملائها.				
3	تمتلك الوكالة معلومات كافية تمكنها من المحافظة على حصتها السوقية.				
4	تعمل وكالتنا على خلق القناعة لدى العميل باستمرار التعامل مع منتجاتنا.				
5	توجد درجة عالية من الثقة بين الوكالة وعملائها.				
6	يرتبط رضا زبائن الوكالة بنوعية المنتجات التي توفرها لهم.				
7	يوفر الأداء التسويقي المعلومات عن مختلف المستويات الإدارية لغرض التخطيط واتخاذ القرار.				
8	تراعي الوكالة أن تكون خططها الإستراتيجية التسويقية أفضل من المنافسين.				
9	تقوم وكالتنا بوضع خطط تبين بوضوح وسائل تحقيق أهدافها.				