

مجلة جامعة أم درمان الإسلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن عمادة البحث العلمي

العدد الثالث والثلاثون – السابع عشر إلكترونياً

1442هـ-2021م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ
دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾

المجادلة الآية 11

أعضاء هيئة التحرير

المشرف العام	مدير الجامعة	1/ أ.د. محمد حبيب أحمد الكنزي
رئيس هيئة التحرير	عميد عمادة البحث العلمي	2/ أ.د. أحمد محمد الحسن رعيم
نائب رئيس هيئة التحرير	نائب عميد عمادة البحث العلمي	3/ د. إبراهيم عبد الرحيم إبراهيم
مدير التحرير	عميد كلية علوم الحاسوب وتقانة المعلومات	4/ د. ماهر محمد شريف آدم
عضواً	مدير إدارة النشر العلمي - عمادة البحث العلمي	5/ د. عبد النبي على الأمين
عضواً	مدير إدارة الدعم الفني - عمادة البحث العلمي	6/ د. خالد سليمان عبدالقادر
عضواً	مدير إدارة بناء القدرات والمؤتمرات - عمادة البحث العلمي	7/ د. نادر موسى خليل أبوزيد
عضواً	مدير إدارة المجموعات والمشاريع البحثية - عمادة البحث العلمي	8/ د. غادة محمد أحمد إبراهيم

أعضاء الهيئة الاستشارية

- | | | |
|-------|---|--|
| عضواً | كلية الآداب - قسم المكتبات | 1/ أ.د. يوسف عيسى عبد الله سعيد |
| عضواً | كلية العلوم والتقانة-قسم الأحياء | 2/ أ.د. هائل هاشم الكمالي |
| عضواً | كلية الزراعة-قسم إنتاج المحاصيل
الحقلية | 3/ أ.د. محمد المرتضى حسن أمين فهمي |
| عضواً | كلية الطب والعلوم الصحية-قسم
علم الأمراض | 4/ أ.د. نازك الملائكة عبید سيد أحمد حسين |

سكرتارية التحرير والدعم الفني

المدقق اللغوي	كلية التربية-قسم اللغة الإنجليزية	1/ د. محمد سعد عمر
المدقق اللغوي	كلية اللغة العربية-قسم اللغة العربية	2/ د. إنتصار إبراهيم عثمان
النشر الإلكتروني	إدارة المواقع الإلكترونية-مركز تقانة المعلومات والإتصالات	3/ أ. علاء الدين يحي خليل
الإخراج الطباعي	مكتب مدير الجامعة	4/ أ. إياس صديق عمر محمد
التصميم الفني	إدارة الموقع الإلكتروني- مركز تقانة المعلومات والإتصالات	5/ م. وليد جمال محمد أحمد

المراسلات توجه إلى: عمادة البحث العلمي – جامعة أم درمان الإسلامية

أم درمان -السودان

رقم الإيداع: 6198_1858

ISSN: 1858_6198

Website: <http://journal.oiu.edu.sd/index.php/oij>

E-mail: oiu_journal@oiu.edu.sd

تعتبر البحوث والدراسات التي تنشر في هذه المجلة عن آراء كاتبها
ولا تعبر بالضرورة عن رأي الجامعة أو الإدارة

مطبوعة جامعة أم درمان الإسلامية

قواعد النشر وضوابطه

تُعنى المجلة بنشر البحوث العلمية الأصيلة والمبتكرة في مجالات الدراسات الإسلامية والعربية والعلوم الإنسانية والتطبيقية بمختلف فروعها وتخصصاتها تحقيقاً لرسالة الجامعة في تشجيع البحث العلمي ورفد الإنتاج المعرفي وفقاً للضوابط والشروط الآتية- :

1. أن يتسم البحث بالأصالة والموضوعية والجودة وأن يشكل إضافة إلى رصيد المعرفة، فيتضمن ابتكاراً أو كشفاً أو تجديداً أو إضافةً لابتكار أو كشف سابق.

2. ألا يكون قد سبق نشره أو قدم للنشر لجهة أخرى، ويقدم الباحث إفادة مكتوبة بذلك.

3. لغة النشر في المجلة هي اللغة العربية، ويمكن قبول البحوث المميزة باللغة الإنجليزية أو الفرنسية.

4. أن يكون البحث مستوفياً لشروط التوثيق العلمي في النصوص المرجعية، وتكتب الآيات القرآنية من المصحف بنص برنامج **word**، ويجب توثيق المصادر والمراجع بدقة وتدوين الهوامش في نهاية البحث وترقيمها حسب ورودها وفقاً للعرف الببليوغرافي السائد.

5. يجب ألا تزيد عدد صفحات البحث على 30 صفحة بحجم 14 للنص و16 للعناوين بخط

Simplified Arabic.

6. تستلم إدارة المجلة البحث في ثلاثة نسخ ورقية، وفي حالة قبوله للنشر يطالب الباحث بتسليم البحث على قرص (CD) في صورته النهائية.

7. يرفق مع البحث مستخلص له باللغة العربية وآخر باللغة الإنجليزية مع ترجمة عنوان البحث على ألا يزيد عدد كلمات المستخلص عن 200 كلمة.

8. تخضع البحوث المرسلة إلى المجلة للفحص أولي من قبل هيئة التحرير لتقرير أهليتها للتحكيم أو عدمه.

9. تعرض البحوث المقدمة للمجلة على محكمين من ذوي الاختصاص في موضوع البحث، يتم اختيارهم بمعرفة هيئة التحرير، وتكون إفادتهم فيما يتعلق بصلاحية البحث للنشر أو عدمه نهائية.

10. تلتزم هيئة التحرير بإخطار الباحث بما يفيد استلامها للبحث وإفادته بقبوله للنشر أو عدمه بعد تسلمها إفادة المحكمين.

11. لإدارة المجلة حق تقديم وتأخير نشر البحوث بحسب أولويات النشر لديها.

12. لا تعاد البحوث لأصحابها سواء قبلت للنشر أو لم تقبل.

إدارة مجلة جامعة أم درمان

الإسلامية العلمية المحكمة

محتويات العدد

24 - 1	الفيلم الوثائقي ودوره في الترويج للسياحة في السودان د. المعز حمودة علي حمودة
51 - 25	جودة المعلومات المحاسبية وأثرها في تحسين الأداء المالي د. محمد خليل حامد د. عماد الدين محمد إبراهيم د. محمد حسن عبد الجليل
75 - 52	قواعد السلوك المهني للمراجعة ودورها في تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية بالمصارف السودانية د. حسن عوض حسن خالد
103 - 76	واقع الأنشطة الاتصالية الرقمية للعلاقات العامة في الجامعات د. مرتضى البشير عثمان الأمين د. نصر الدين الفاضل مصطفى
146 - 104	دور المحاسبة عن التنمية المستدامة في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية د. آدم الطيب حماد حامد
169 - 147	فاعلية العلاقات العامة في التوعية بمخاطر ظاهرة العنف الطلابي بمؤسسات التعليم العالي بالتطبيق على جامعة أم درمان الإسلامية د. الرشيد داود آدم سليمان
193 - 170	فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تعزيز أداء المؤسسات المصرفية د. الرشيد داؤد ادم سليمان د. المعز حمودة علي حمودة
226-194	دور نظام الرقابة الداخلية في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية د. ياسر تاج السر محمد سند د. حنان حسين عيسى كرم
240-227	The Effect of Body image and Self-esteem on Selfie addiction among fresh female students at Ahfad University-Omdurman/Sudan. Dr. Ibrahim Abdel Rahim Ibrahim Humaida

الأساتذة المشاركون في تحكيم أوراق المجلة

علم النفس	أ. مشارك - كلية الآداب - جامعة أم درمان الإسلامية	د. إبراهيم عبدالرحيم إبراهيم
علم اللغة	أ. مساعد - كلية اللغة العربية - قسم اللغة العربية	د. إنتصار عثمان إبراهيم عثمان
لغويات تطبيقية	أ. مساعد كلية التربية - قسم اللغة الإنجليزية	د. صبري محمد عبد الله
علم الاجتماع	أ. مساعد - كلية الآداب - قسم علم الاجتماع	د. عبدالباقي جمعة أحمد كوه
كيمياء سريرية	أ. مشارك - كلية علوم المختبرات الطبية - جامعة أم درمان الإسلامية	د. أنهار محمد النور حسين
علوم حاسوب	أ. مساعد - عمادة السنة التحضيرية - جامعة الأمير سطاتم بن عبد العزيز - المملكة العربية السعودية	د. أنور مصطفى هلال
الإحصاء	أ. مشارك - كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - قسم الإحصاء	د. محمد حسن محمود فرج
علم النفس	أ. مشارك - كلية الآداب - جامعة أم درمان الإسلامية	د. مها الصادق البشير عبدالله
الكيمياء السريرية	كلية علوم المختبرات الطبية - الكيمياء السريرية	هنادي السر البشير على
القانون الدستوري	أ. مشارك - كلية الشريعة والقانون - جامعة أم درمان الإسلامية	أمير محمد كافي كجور
المحاسبة	بروفيسور - كلية العلوم الإدارية - جامعة أم درمان الإسلامية	أ.د. محجوب عبد الله حامد هرون
إتصالات وتحكم	بروفيسور - كلية التربية - جامعة أم درمان الإسلامية	أ.د. خالد حامد بلال عبدالله
علوم حاسوب	أ. مساعد - جامعة المجمعة - المملكة العربية السعودية - قسم علوم الحاسوب	د. فيصل محمد نافع علي

المحاسبة والمراجعة	أ. مساعد - كلية الحكمة للعلوم والتكنولوجيا	د. محمد خليل حامد
المحاسبة	أ. مشارك - كلية التجارة - جامعة النيلين	د. ياسر تاج السر محمد سند
الإعلام والإتصال	أ. مشارك - كلية الإعلام - جامعة أم درمان الإسلامية	سيف الدين حسن العوض عبدالله
علوم حاسوب	أ. مساعد - كلية الدراسات العليا للبحوث الإحصائية - جامعة القاهرة - جمهورية مصر العربية	د. أحمد حمزة أسد
علوم حاسوب	أ. مساعد - كلية العلوم - جامعة المنوفية - جمهورية مصر العربية	د. محمد تركي
الإعلان والعلاقات العامة	أ. مشارك - كلية الإعلام - جامعة أم درمان الإسلامية	د. بشرى يوسف محمد حسن
إدارة الأعمال	أ. مشارك - جامعة شقراء - المملكة العربية السعودية	د. أمجد إبراهيم
إدارة الأعمال	أ. مشارك - كلية العلوم الإدارية - جامعة أم درمان الإسلامية	د. هدى دياب محمد صالح

الفيلم الوثائقي ودوره في الترويج للسياحة في السودان

د. المعز حمودة علي حمودة*

مستخلص

جاءت هذه الدراسة لتقف على مدى فاعلية الأفلام الوثائقية في التعريف و الترويج للسياحة في السودان، واتخذت من سلسلة أفلام أرض السمير دراسة حالة، وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور الأفلام الوثائقية في الترويج للسياحة في السودان والوقوف على الدور الذي تقوم به سلسلة أفلام أرض السمير في الترويج للسياحة في السودان، وانطلقت الدراسة من فرضية أساسية هي: أن الأفلام الوثائقية التي تروج للسياحة في السودان لم تخضع للمعايير المهنية والفنية من حيث عملية الإنتاج التلفزيوني، بالإضافة إلى عدد من التساؤلات أهمها: إلى أي مدى ساهمت سلسلة أفلام أرض السمير في الترويج و التعريف بالأماكن و المواقع السياحية في السودان، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، أسلوب دراسة الحالة، واعتمدت الدراسة على عددٍ من الأدوات البحثية وهي: الاستبيان والملاحظة، وتم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة محاور حيث كان المحور الأول عن الفيلم الوثائقي، بينما المحور الثاني تطرق للسياحة و الإعلام السياحي و جاء المحور الثالث متناولاً إجراءات الدراسة الميدانية، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن سلسلة أفلام أرض السمير ساهمت في الترويج للسياحة في السودان بصورة كبيرة وأن هناك ضعف في إنتاج الأفلام الوثائقية التي تروج للسياحة في السودان وفقاً للمعايير المهنية والفنية، وبناء على النتائج يوصي الباحث بالاتي: إجراء المزيد من البحوث في مجال تطوير صناعة الفيلم الوثائقي في السودان وتشجيع الاستثمار في مجال الإعلام للدخول في إنتاج الأفلام الوثائقية التي تروج للسياحة.

* أستاذ مساعد - جامعة بحري - السودان

Abstract

This study explored the extent of documentary films' effectiveness in introducing and promoting tourism in Sudan in which the film series Ard–AISomur was taken as a case study. The basic premise was that documentary films which promoted tourism in Sudan had not been subjected to existing professional and technical standards in television production process; many questions were presented, however, the most important of which was the extent that Ard–AISomur series' had contributed to promoting and guiding tourists to sites and tourism landmarks in Sudan. The descriptive and case study approach was used for which a questionnaire and an interview were adopted as data collection tools. The study was divided into three sections: the first tackled the documentary film; the second was on tourism and media; and the third covered the field study's procedures. A number of findings were reached, the most important of which are that: The Ard–alsumor films series have significantly contributed to the promotion of tourism in Sudan and that there are production weaknesses in documentaries that promote tourism in Sudan incompatible with the professional and artistic standards. Accordingly, the researcher recommends the conduction of more research to develop the area of documentary film industry in Sudan and to encourage investment in the media by engaging in the production of documentary films that promote tourism.

مقدمة:

قد أصبحت السياحة الصناعة الأولى في العالم نظراً إلى تصاعد أهميتها عالمياً منذ منتصف القرن العشرين وإلى يومنا هذا. وفي إطار تطور وسائل الإعلام ونموها وانتشارها بشكل ملحوظ فإنه يزداد الاعتماد عليها لتلبية احتياجات مستخدميها.

يعد قطاع السياحة أحد القطاعات التي حاولت الاستفادة من وسائل الإعلام المختلفة في الترويج للنشاط الذي تضطلع به السياحة في أي مجتمع من المجتمعات حيث أدرك القائمون على مجال السياحة الدور المهم الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام لخدمة النشاط السياحي والمساهمة في النهوض بالقطاع السياحي مما جعل الانتباه يتزايد نحو الوسائل الإعلامية المختلفة ومحاولة الاستفادة من خصائص هذه الوسائل في المجال السياحي.

وشهدت السنوات الأخيرة طفرة نوعية في صناعة الأفلام الوثائقية واتضح الدور الذي يمكن أن تؤديه الأفلام الوثائقية في شتى المجالات السياسية والاجتماعية وغيرها بهدف خدمة أو إبراز أو تعزيز تخصص ما.

وهذه الدراسة تهتم بدور الفيلم الوثائقي في الترويج للسياحة في السودان وخاصة أن السودان بلد متنوع البيئات والثقافات والأعراق والحضارات، وهذا يشكل مادة متنوعة للبحث وإنتاج الأفلام الوثائقية ذات الارتباط بالسياحة، ومحور هذه الدراسة سلسلة أفلام أرض السمر التي توثق للسياحة في السودان والكثير من المناطق السياحية.

أهمية الدراسة:

إنّ للسياحة دور مهم في إقامة علاقات طيبة وتحقيق التكيف والتفاهم مع العالم، والإعلام السياحي يستطيع أن يؤدي دور مهما في مجال الترويج السياحي للمنجزات وتفسير وشرح الخدمات السياحية للسائحين وإعلامهم بكيفية الاستفادة منها، هذا النمط من الإعلام يكون غالباً حلقة اتصال لتقوية وتنمية علاقات المهتمين والمنتفعين بالسياحة في أي بلد.

مشكلة الدراسة:

هناك العديد من المعوقات التي تواجه إنتاج الأفلام الوثائقية في السودان أدت إلى ضعف إنتاج الفيلم الوثائقي مما انعكس سلباً على الترويج للسياحة في السودان وذلك بعدم توظيف إمكانات الفيلم الوثائقي ودوره في إحداث عملية الترويج، وتوضح مشكلة الدراسة بصورة دقيقة من خلال التساؤل الرئيس التالي: إلى أي مدى ساهمت أفلام سلسلة أرض السمر في الترويج للسياحة بالسودان؟

أهداف الدراسة:

1. معرفة كم ونوع الأفلام الوثائقية التي تروج للسياحة في السودان.
2. الوقوف على سلسلة أفلام أرض السمر ودورها في الترويج للسياحة في السودان.
3. التعرف على التحديات التي تواجه إنتاج الأفلام الوثائقية.

فرضيات وتساؤلات الدراسة:

تحتوي هذه الدراسة على فرضية أساسية وتتفرع منها عدة تساؤلات.

أ/ الفرضيات:

الأفلام الوثائقية التي تروج للسياحة في السودان لم تخضع لشيء للمعايير المهنية والفنية لعملية الإنتاج التلفزيوني.

ب/ التساؤلات:

1. إلى أي مدى هناك إنتاج أفلام وثائقية تروج للسياحة في السودان؟
2. هل للفلم الوثائقي دور واضح ومؤثر وفعال للترويج للسياحة؟
3. ما هي أهم مرتكزات نجاح الأفلام الوثائقية التي تروج للسياحة؟
4. ما هي أهم المعوقات التي تواجه الأفلام الوثائقية التي تروج للسياحة في السودان؟
5. إلى أي مدى ساهمت سلسلة أفلام أرض السمر في الترويج للسياحة في السودان؟

مجتمع الدراسة والعينة:

المجتمع في هذه الدراسة يشمل خبراء إعلاميين ومتخصصين في صناعة الفيلم الوثائقي وخبراء السياحة، والأكاديميين في مجال السياحة، وعينة الدراسة تتكون من شقين، الشق الأول عينة مقصودة من الخبراء والمختصين في مجال الإعلام والسياحة، أما الشق الثاني عينة من سلسلة أفلام أرض السمر يتم اختيارها بصورة عشوائية منتظمة.

المنهج:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بشقيه (الكمي، والنوعي) وتم استخدام أسلوب تحليل المضمون.

أدوات جمع البيانات:

تم استخدام عدة أدوات بحثية وهي الاستبيان والملاحظة وتحليل المضمون.

مصطلحات الدراسة:

2/ الفيلم الوثائقي Documentary Film

1/ الدور Role

4/ السياحة Tourism.

3/ الترويج

الفيلم الوثائقي:

تعتبر البداية الأولى للفيلم الوثائقي عام 1895م بظهور اختراع لويس لومبيز لجهاز التقاط الصورة المتحركة السينمائية وذلك لوصف أفلام الرحلات التي أقبل على تصويرها وإنتاجها هواة الرحلات بعد اكتشافه آلة التصوير بهدف توثيق أوجه نشاطهم وتسجيل مشاهداتهم بالصور المتحركة لإعادة عرضها فيما بعد على الأهل والأصدقاء، من قبيل التذكار والذكرى مما يعكس القيم الثقافية والاجتماعية التي كانت وراء المحاولات الأولى للنشاط السينمائي في بدايته، ومن هنا بدأ المصطلح الفرنسي Film Documentary الذي يعني وثيقة مصورة عن مكان أو حدث أو شخصية، أي شاهد عليها بمثابة الوثيقة. تم في عام 1926م بدأ المصطلح الإنجليزي Documentary Film في الظهور من خلال المخرج والناقد جون جريسون (John Grierson) عندما حدد صفات الفيلم الوثائقي في مقال له نشر في جريدة New York sun الأمريكية عارضاً وناقداً لفيلم روبرت فلاهرتي (موانا) Moana، وعليه عني أن الفيلم الوثائقي لا يكتفي بتسجيل الوقائع إنما يضيف إليها الرأي ووجهة نظر القائم على الفيلم (المخرج) (منير، 2015، ص15).

التعريفات المختلفة للفيلم الوثائقي:

إن تباين وجهات النظر حول شكل ومضمون الفيلم التسجيلي الوثائقي انعكست على التعريفات المختلفة للفيلم نفسه مما يعرض علينا تناولها بشيء من الإيجاز للأراء المتنوعة حوله.

عرفه (جون جريسون) بأنه: المعالجة الخلاقة للواقع (الجيلاني، 2009م، ص12)، وعلى ذلك تكون القواعد الأساسية للفيلم التسجيلي عند (جريسون) كالاتي:

- الفيلم الوثائقي يأخذ مادته من واقع الحياة والأشخاص الحقيقيين.
- تنظيم المادة الواقعية واختيارها وإعادة ترتيبها وعرضها بشكل فني درامي خلاق يحدث الأثر المطلوب في المشاهد على مستوى العقل والعواطف بعيداً عن الوصف السطحي للموضوع.

وقد أصدر الاتحاد الدولي للسينما التسجيلية في عام 1948م تعريفاً شاملاً للفيلم التسجيلي جاء فيه أنه يتضمن (كافة أساليب التسجيل على فيلم لأي مظهر للحقيقة يتم عرضه إما بأسلوب التصوير المباشر أو بإعادة بنائه بصدق وعند الضرورة)، وذلك لحفز المشاهد إلى عمل شيء، أو كتوسيع مدارك المعرفة والفهم والإنسانية، أو لوضع حلول واقعية لمختلف المشاكل في عالم الاقتصاد والثقافة أو العلاقات الإنسانية (علي، 2015، ص10).

أما التعريف الذي ورد بالموسوعة البريطانية الجديدة للفيلم التسجيلي فهو: "أنه نوع من الأفلام السينمائية غير الروائية، بمعنى أنه لا يتضمن قصة ولا خيال، وهو يتخذ مادته السينمائية من واقع الحياة،

فيصور هذا الواقع ويفسر حقائقه المادية، أو يعيد تكوين هذا الواقع وتعديله بشكل يعبر عن الحقيقة الواقعة هادفاً بذلك إلى تحقيق غرض تعليمي أو غرض ترفيهي" (علي، 2015م، ص10).

الاتجاهات الفنية للفيلم الوثائقي:

الفيلم الوثائقي هو شكل لمشاهدة الأحداث والقصص الواقعية لا نقولها بمعالجات تعتمد في الأساس على الصورة قبل الصوت واللقطة قبل الكلمة والتعبير قبل الوصف بالتركيز دون الإفاضة وهكذا دائماً الفيلم الوثائقي يرتبط ارتباطاً جديلاً بالتعبير المرئي حيث يعتمد السيناريو فيه على التعبير الصوري وذلك من خلال صياغة ومعالجة وعرض الموضوع برؤية فنية قادرة على الإفصاح عما يعنيه كاتب السيناريو أو المخرج (الجيلاني، 2009م، ص19)، ولعله من الجدير هنا أن نذكر ما قاله الباحث محمد القرافي (إن اللغات تقيم مع باقي اللغات علاقة نسقية متعددة وموقدة ولا أهمية لإقامة تعارض ما بين الخطأ اللغوي والبصري بوصفهما قطبين كبيرين ويحظى كل منهما بالتجانس والتماسك في غياب أي رباط بينهما، وأن العالم المرئي واللغة ليست غريباً أحدهما عن الآخر) (قرافي، 2002م، ص223).

أنواع الأفلام التسجيلية:

حصر (سبوتزوود) في كتابه الفيلم وأصوله الفنية أنواع الأفلام التسجيلية المنتجة سينمائياً أو تلفزيونياً فيما يلي:

1/ الفيلم التسجيلي التقليدي Classical Documentary Film:

وهو الفيلم الذي تفوق فيه الملاحظة الشرح. وهو أنقى أنواع الأفلام التسجيلية، وقد وصل هذا النوع من الأفلام التسجيلية إلى أعلى مستوياته في إنجلترا.

2/ الفيلم الموسيقي التسجيلي Lyrical Documentary Film:

وفي هذا النوع يعتمد صناع الأفلام الاستغناء عن الحوار لأسباب فنية أو لتفادي القيود الرقابية أو لتحقيق مزيد من الواقعية، أما إلى الرمزية أو إلى واقعية أكثر وضوحاً. وأكبر خطر على هذا النوع من الأفلام يكمن في الغموض والتشويش، فإذا لم تكن الصورة نابضة بالحياة، والموسيقى قوية وفي نفس الوقت مرنة وسهلة، والصوت فنياً، فلن نحصل إلا على نماذج سيئة، هذا بالإضافة إلى أهمية الخبرة والأرضية المشتركة بين صانع الفيلم والجمهور المستهدف منعاً للفهم الخاطئ للرسالة.

3/ الفيلم المقالي Editorial Film:

وهو مجرد شرائط من الفيلم الخام ملأها المنتج بأفكاره وتصويراته الخاصة، وأبرز عيوب هذا النوع من الأفلام تكمن في احتمال تحول الفيلم إلى مجرد محاضرة موضحة بالصورة التي تلعب دوراً ثانوياً بالنسبة للتعليق الصوتي، وكثير من الأفلام التعليمية هي أفلام تحريرية، الغرض الأساسي منها هو عرض الحقائق.

4/ الفيلم الجدلي The Argumentative Film:

وهو الذي يركز على تصوير الحقائق وتصبح الشاشة أداة فعالة في اجتذاب اهتمام المتفرج وإمتاعه في الوقت ذاته بموضوع ما.

وتحقق الأنواع السابقة نوعاً من الصلة بواقع الحياة أو بعبارة أخرى تفتح نافذة على العالم من خلال مفردات لغة السينما.

5/ أفلام الرسوم المتحركة Cartoon & Animated Film:

تمثل أفلام الرسوم المتحركة مكاناً مهماً إذا ما حاولنا قياسها بالمقاييس نفسها التي تقيس بها غيرها من الأفلام. فهي بالرغم من أنها تشكل أوضح انسلاخ عن الواقع، إلا أنها تستطيع أن تخلق واقعها الخاصة، وكاتب السيناريو يعلم أنه عندما يكون موضوع من المبالغة أو التجريد بحيث يصبح تصويره في حدود الواقع إما مستحيلاً أو قريباً من المستحيل، فليس أمامه إلا الأحياء وهو على استعداد دائم لتقبل كل ما توفره له صناعة السينما من إمكانيات.

6/ أفلام الطليعة The Avantgard Film:

هي كل جديد في عالم الأفلام (الحديدي وعلي، 2004م، ص 18):

أهداف الأفلام التسجيلية:

يمكن استخدام الفيلم التسجيلي بنجاح كبير لتحقيق أهداف مختلفة في عدة مجالات:

- أ. التوثيق والتسجيل التاريخي.
- ب. عرض القضايا والمشكلات المجتمعية.
- ج. المساهمة في المجال التعليمي والإرشادي والتوعية.
- د. المساهمة في خدمة القضايا السياسية وعرضها على الرأي العام العالمي.
- هـ. إعلام الجماهير بالمنجزات داخلياً وعرض الوجه الحضاري للدول داخلياً وخارجياً (الحديدي وعلي، 2010م، ص 69).

المذاهب السينمائية في تقديم الأفلام التسجيلية:

لكي تقدم عملاً متقناً ذو هوية واضحة ستجد نفسك في هذا العمل تتحو منحى أحد المذاهب السينمائية التالية وقد تجمع أو تعدل حسب ما يتطلبه الموضوع.

1/ الطريقة التفسيرية:

في هذا النوع يتم طرح القضايا بشكل مباشر عبر شرح العلاقة بين السبب والنتيجة أو تلخيص قضية وإصدار استنتاج أو اقتراح حل المشكلة، وذلك من خلال استعمال النص والمقابلات والوثيقة والأرشيف والرسوم التوضيحية التي تمهد لمناقشة تاريخية.

2/ طريقة الملاحظة (السينما المباشرة):

وهنا يتم تسجيل الأحداث والتجارب الإنسانية المعاشة عبر مشاركة الكاميرا للمواقف الحميمة والشخصية، وتعتمد هذه الطريقة على التصوير الخاص والصوت المباشر وفي الأساس فإن التعليق والموسيقى الخارجية والعناوين المكتوبة وإعادة التمثيل وحتى المقابلات جميعها غير مقبولة هنا.

3/ الطريقة التفاعلية:

هي طريقة تبين تفاعل صانع الفيلم مع الموضوع، حيث تسمع صوته ينخرط في حوارات مع شهود عيان، أو قد يكون هو نفسه شاهد عيان أو محقق. وقد يستخدم أساليب فنية مختلفة كاستخدام شاشة الكاميرا الإضافية أو شاشة التلفاز أو السينما وغيره. وتتعامل في هذا النوع كوادر غير تقليدية في التصوير وخاصة خلال المقابلات، تنتقل السلطة في النص هنا إلى الناس الحقيقيين من خلال تعليقاتهم وردودهم وتتعامل في هذا النوع التصريحات المتناقضة حول نفس الموضوع لحث المشاهد على إعادة تقييم موقفه. (نصار، 2015م، ص87).

4/ الطريقة الانعكاسية:

هنا تظهر الرؤية الذاتية لصانع الفيلم والتي يشكل من خلالها حول القدرة على تفسير المعالم وتقديم الأدلة المقنعة. الإخراج هنا يهتم بالمشهد أكثر من الموضوع، يكشف الشعور بالكادر السينمائي، بدلاً من التوثيق التاريخي، تطول مدة اللقطات أكثر من الوقت الذي يستغرقه محتواها من خلال تشويه القواعد السينمائية تعمل التناقضات غير المتوقعة إلى تحويل الغريب إلى عادي وتحويل العادي إلى غريب.

سمات الفيلم التسجيلي:

- الفيلم التسجيلي هو شكل مميز من الإنتاج السينمائي يتميز بما يلي:
- أ. يعتمد أساساً على الواقع في مادته وفي تنفيذه، بمعنى أن يكون تسجيلاً واقعياً لأحداث وقعت بالفعل، لا تحتاج إلى ممثلين لأداء أدوار معينة ولكن من نفس الواقع التي تقع فيه الأحداث.
 - ب. لا يهدف إلى الربح المادي، بل يهتم بالدرجة الأولى بتحقيق أهداف خاصة في النواحي التعليمية والثقافية، أو حفظ التوازن أو التاريخ.
 - ج. يختلف عن الفيلم الروائي من حيث هدفه المادي، فالأفلام التسجيلية غالباً ما تنتجها الدول لمعرفةها بأهمية إنتاج مثل هذه الأفلام بالرقم من أهميتها، فهي لا تدر أرباحاً على منتجيها، بخلاف الأفلام الروائية التي يكون أغلب إنتاجها هدفه تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح.
 - د. يتسم عادة بقصر زمن العرض، حيث يتطلب درجة عالية من التركيز أثناء مشاهدته، ومن الملاحظ دائماً أن يكون إنتاج الأفلام التسجيلية لا يزيد في أغلبه عن 20 - 30 - 45 دقيقة على أكثر تقدير.

وذلك نظراً لأن إنتاج مثل هذه الأفلام يكون موجهة إلى نوعية معينة من الجماهير، يحمل لها الأهداف الخاصة.

هـ. يخاطب في العادة فئة أو مجموعة مستهدفة من الجماهير، وأثناء الإعداد لإنتاج فيلم من الأفلام التسجيلية يُحدد الجمهور المستهدف لهذا الفيلم وعلى أساس خصائصهم يكون أسلوب المعالجة ونوعية المعلومات، وكيفية تناولها وتقديمها.

و. يتسم بالجدية وعمق الدراسة التي تسبق إعداده (طلب، 2009م، ص108).

من خلال هذا السرد نجد أن الفيلم الوثائقي يقوم بدور فعال ومؤثر في عرض وجه السودان في الخارج وذلك من خلال عرض الأفلام التسجيلية والوثائقية في الخارج على أن تبرز هذه الأفلام الإنجازات التي يحققها السودان في مختلف المجالات وذلك عن طريق القنوات التلفزيونية أو المعارض الدولية أو من خلال السفارات والمكاتب الإعلامية السودانية بالخارج.

وبذلك يستطيع الفيلم الوثائقي أن يؤدي دوره في تكوين الصورة الذهنية الجيدة عن السودان في الخارج؛ لأنه يستطيع أن ينقل أوجه حضارة السودان وتاريخه وتقاليد مجتمعه ومدى تقدمه الصناعي والزراعي ومناظره الطبيعية ومعالمه السياحية ومجالات فنونه المختلفة، ولهذا يكون الفيلم الوثائقي قام بالترويج للسياحة في السودان عبر محاولة جذب السياح للقدوم للسودان، هذا طبعاً إذا تم إعداد وإنتاج هذا الفيلم بأحكام مع إيقاع المعايير المهنية والفنية لإنتاج الأفلام الوثائقية.

السياحة والإعلام السياحي:

يعبر عن السياحة بأنها ظاهرة من ظواهر عصرنا الحالي تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة، وإلى تغيير الهواء والإحساس بجمال الطبيعة والشعور بالبهجة والمتعة بالإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، ويعد هذا التعريف من أقدم التعريفات التي وضعت للسياحة وهو التعريف الذي وضعه الألماني جوبير فرديليبر عام 1905م (سلمان ، 2016م ، ص 15).

المفهوم اللغوي للسياحة:

إذا بدأنا بتعريف المفهوم اللغوي لفظ السياحة فستجد إنه يعني التجول وعبارة ساح في الأرض تعني ذهب وساح على وجه الأرض ولقد حث الله سبحانه وتعالى الإنسان على السعي في الأرض ليرى عظيم قدرته وبديع خلقه، أما في اللغة الإنجليزية فنجد أن كلمة Torism مشتقة من To Tour أي يجول أو يدور وهو لفظ مستحدث لم يكن له معنى أو دلالة في بداية القرن الثامن عشر (يسرى ولميس، 2001م، ص 13-16).

وهي عبارة عن انتقال الإنسان من مكان إلى مكان ومن زمان إلى زمان (السياحة العالمية) أو الانتقال في البلد (السياحة الداخلية) لمدة يجب أن ألا تقل عن 24 ساعة حيث تكون من أجل الإقامة الدائمة،

وأغراضها تكون من أجل الثقافة والأعمال أو الدين أو الرياضة أو هي حركة الأفراد والجماعات من أماكن إقامتهم إلى أماكن أخرى لمدة لا تقل عن يوم واحد ولا تزيد عن سنة (تيراب، 2015م، ص 37).

كما أن السياحة في ضوء القاموس الدولي السياحي "مونت كارلو 1961م تعبر عن أسفار المتعة التي تتمثل في مجموعة الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الأسفار والصناعة التي تتعاون على إشباع رغبات السائح، ونلمس أن هذا التعريف قد قصر الأنشطة السياحية على عملية المتعة أيا كان نوعها نفسه أو جسمانية، إلا أنه لم يتطرق للأنواع الأخرى للسياحة" (لطيف، د.ت، ص 11 - 13).

ومن التعريفات المعاصرة في الستينات تعريف مؤتمر أوتارا بكندا حيث ذكر أن السياحة هي الأنشطة التي يقوم بها الشخص إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة زمنية دون أن يكون غرضه من السفر داخل مكان الإقامة الكسب ويستبعد الهجرة المؤقتة لممارسة أنشطة الكسب وقد أقر المؤتمر الأخذ بتعريف محدد للسائح والسائح هو الذي يسافر لبلد غير الذي يقيم فيه بشكل معتاد ولمدة لا تقل عن ليلة واحدة ولا تزيد عن عام ولا يكون الغرض الأساسي ممارسة أنشطة الكسب (الصيرفي، 2010م، ص 13).

أنواع السياحة:

يمكن تقسيم أنواع السياحة وفقاً لعدد من الاعتبارات والأسس منها:

1. تقسيم السياحة وفقاً للغرض: ويمكن بموجب ذلك تقسيم أنواع السياحة وفقاً للغرض أو الهدف من الرحلة السياحية فمنها (قضاء الإجازات والترفيه والرياضة وزيارة الأماكن الأثرية، زيارة الأماكن المقدسة).
2. تقسيم السياحة وفقاً للعدد مثل: (السياحة الفردية، السياحة الجماعية.. الخ).
3. السياحة وفقاً للعمر: (سياحة الطلاب، سياحة الشباب، سياحة الناضجين، سياحة المتقاعدين).
4. تقسيم السياحة وفقاً لمدة الإقامة: (سياحة أيام، سياحة موسمية، سياحة عابرة).
5. تقسيم السياحة وفقاً للنطاق الجغرافي: (سياحة داخلية، سياحة خارجية) (المهيرات، 2009م، ص 17- 18).

أهمية السياحة:

تتبع أهمية السياحة كونها القطاع الذي يزيد من إيرادات الدولة وذلك لما يلي:

1. أن السياحة تمثل ظاهرة الانتقال المؤقتة التي يقوم بها عدد كبير من الناس فيتركون مكان إقامتهم والتوجه إلى دول أخرى (السياحة الخارجية) وينتقلون إلى مدن داخل بلادهم (السياحة الداخلية) ولا شك أن المدة التي يستغرقها هذا الانتقال تختلف بحسب رغبة السائح وتتوقف على مقدرة السائح المالية على الإنفاق في الخارج مدة طويلة أو قصيرة وقوانين النقد في البلد التي يخرج منها ومدى تأثير المتغيرات السياحية في البلد الذي يزوره ومدى رخص تكاليف المعيشة.

2. السائح في البلد السياحي يقوم بوظيفة استهلاكية ينتج عنها زيادة في دخل البلد وتحدث هذه الزيارة عن طريق الانتفاع بالخدمات (إقامة، طعام، شراب) (عبيد، 2016م، ص 23 - 24).

الإعلام السياحي:

هو التعريف بما يحتويه البلد من معالم سياحية سواء أكانت طبيعية أم أثرية أم فندقية أو أي مظهر آخر أو مجال من مجالات الجذب السياحي وذلك باستخدام كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية المنظورة من أفلام وإعلانات قادرة على جذب السياح الأجانب ومواطني البلد وبالتالي فالإعلام السياحي صفة لأزمة ومحورية الصناعة السياحية.

وعرف محمد منير حجاب الإعلام السياحي بأنه: هو أحد أشكال الإعلام المتخصص ويمكننا تعريفه بأنه كافة أوجه النشاطات الاتصالية المخططة والمستمرة التي يمارسها إعلاميون متخصصون بهدف ترويج الجمهورية بكافة الأخبار والحقائق الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية وبدون تحريف عن طريق وسائل وأشكال الاتصال المختلفة وبكافة الأساليب المتخذة للإقناع والتأثير من أجل تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور من ناحية ومن أجل اجتذاب أكبر عدد من الأفراد للإقامة بعيداً عن موطن إقامتهم سواء داخل البلاد أو خارجها من ناحية أخرى (حجاب، 2003م، ص 63 - 64).

ومن خلال هذا المفهوم الشامل للإعلام السياحي يلاحظ ما يأتي:

1. أن الإعلام السياحي ضرورة ملحة لا يمكن الاستغناء عنها لتعريف جماهير السياحة بالجمهور التي تبذل في هذا الميدان الحيوي وترغيبهم بالزيارات المتكررة.
2. أن الإعلام السياحي نشاط اتصالي له سماته وخصائصه ووسائله ويستخدم كافة الوظائف كالأخبار والتفسير والإقناع والتسلية، الخ، في إطار السياسة الإعلامية والسياحية القومية للمجتمع لتحقيق أهدافه.
3. يتسم الإعلام السياحي بالصدق والدقة والصرامة وعرض الحقائق الثابتة كالمنجزات والخدمات والتسهيلات وبدون تحريف وبأسلوب يستهدف الشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق.

أهمية الإعلام السياحي:

يمكن أن تبرز أهمية الإعلام السياحي فيما يلي:

1. إن الإعلام السياحي يؤدي دوراً كبيراً في هذا المجال من خلال وسائل الإعلان المختلفة أو الترويج، المتمثلة في الوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية.
2. بقدر ما للإعلام السياحي من أثر إيجابي في الترويج السياحي بقدر ما هناك حاجة ملحة لدوره الفعال في عملية التنمية السياحية بقدر ما هناك حاجة ماسة للاستثمار إزاء أن من خلال وسائل الإعلام

المختلفة يستقى الفرد معلوماته والتي تصله عادة في شكل إخباري عن حقائق ومعلومات سياحية يهتم بها السائح وتدفع شركات السياحة مقابل مادي عن هذه الأخبار ذات الطابع الإعلاني.

3. تنجح الحملة الإعلانية وترتكز على مقدار الثقة أو القرب أو التخصص لوسيلة الإعلام لدي السائح واهتماماتها بالنشاط السياحي وينظر السائح إلى المعلومات والأخبار المنشورة في شكل إعلام إخباري على أنها حقائق كاملة (الصرف وليس إعلاناً مدفوع الأجر خاصة وأن الإعلام السياحي لا تتحكم شركة السياحة في صياغته المنشورة أو في محتواه اللفظي أو مجمله أو شكله أو أماكن نشره بل يقوم بصياغته وتنفيذه محرر الخبر في وسيلة الإعلام) (الحري، 2014م، ص91-93).

وهناك محاور مختلفة لأهمية الإعلام السياحي على النحو التالي:

أولاً: نشر المعرفة السياحية:

يعد الإعلام السياحي أحد الوسائل العامة لنشر المعرفة والثقافية السياحية لدي الجمهور الداخلي والخارجي من خلال المعلومات التي تنشر عن الآثار والمعالم السياحية والخدمات والبرامج المختلفة.

ثانياً: تحقيق التوعية السياحية:

يعمل الإعلام السياحي على التوعية والتنسيق الجماهيري داخلياً عن طريق إتباع الأساليب والوسائل الملائمة لإدارات أفراد المجتمع وفهمهم لواقع السياحة في بلدهم وأهميتها والسبل المختلفة للحفاظ على معالم السياحة والآثار الموجودة في البلد.

ثالثاً: احتياج السياحة للإعلام:

لابد من تخطيط دقيق لبرنامج إعلامي قومي ومحكم تراعي فيه كافة الاعتبارات الإعلامية وتستخدم من خلال كافة الأنشطة الاتصالية والأساليب الإقناعية عن طريق جهاز إعلامي يقوم على أسس علمية سليمة وترعاها قيادة عالمة بمتطلبات الإعلام والدعاية والسياحة المحلية القومية والعالمية (الجلاد، د.ت، ص102-105).

وظائف الإعلام السياحي:

يعدّ الارتفاع بمعدل الجذب السياحي للبلاد من أهم وظائف الإعلام والاتصال السياحي ويعدّ الإعلام في المجال السياحي ناجحاً إذا نجح في تعظيم الناتج الاقتصادي والاجتماعي من كافة الأنشطة السياحية وذلك عن طريق العمل على مختلف المحاور وفي إطار من التخطيط، والتنسيق وهذه المحاور هي التي يركز عليها الإعلام السياحي ويهدف إليها وتتمثل في:

1. زيادة أعداد السائحين عن طريق وسائل الجذب السياحي المتنوعة والمتوفرة والمعروفة لدي الجهات السياحية.

2. زيادة متوسط عدد الليالي السياحية أي متوسط مدة الإقامة وذلك بإبراز المميزات التي يتمتع بها المكان والخدمات الفندقية وغير الفندقية المقدمة للسائح والتركيز عليها والاهتمام بها.
3. الارتفاع بمستوى الإنفاق اليومي للسائح عن طريق توفير المنتجات السياحية المحلية ذات السمات الخاصة والمطلوبة والخدمات السياحية جيدة المستوى.
4. الاهتمام بفتح أسواق جديدة وإقامة معارض دورية لاكتساب العملاء الجدد والمرتبين.
5. حيث جمهور السياح على معاودة الزيارة وتحفيز الجمهور المرتقب على اتخاذ القرار بالزيادة.
6. المعاونة في مقاومة التلوث والمحافظة على البيئة حتى تكون مصادر للجذب السياحي الطبيعي بصفة دائمة.
7. الزيادة المستمرة في استخدام مقومات الجذب السياحي المتاحة.
8. وضع خطة إعلامية ناجحة يكون الهدف منها الاتصال بكافة أنواع الجمهور والتأثير عليهم لصالح السياحة في البلاد وبما يفيد التوفيق بين مصالح الجمهور ومصالح السياحة بما يحقق الفائدة.
9. نشر الوعي السياحي والتأكيد على أهمية المناطق السياحية والأثرية والمحافظة عليها.
10. إلغاء الضوء على المنتج السياحي بتميزه وإغرائه وتوسع قاعدته بما يجذب الفئات المختلفة (البكري، 2004م، ص 55-58).

خصائص الإعلام السياحي:

1. التعريف بالمواقع والمراكز والاستثمارات السياحية والترفيهية وغيرها.
 2. يعبر عن الحضارات القديمة ونهضتها الحديثة.
 3. تقديم المغريات السياحية من فنادق وتسهيلات وغيرها.
 4. التعريف بالتسهيلات السياحية التي تقدم للسياح ليتمتع بها عند قدومه من إقامة وغيرها.
- المشاكل التي يعاني منها الإعلام السياحي:
1. عدم الاهتمام بالمعارض والمهرجانات والإعلانات التي تؤدي دور في تشجيع السياحة عبر انتشارها عالمياً.
 2. عدم الترويج السياحي وتوفير دليل سياحي يتواصل مع السياح ويعرفهم على مناطق البلد.
 3. ضعف وسائل الإعلام وعدم مواكبتها للتقنيات العالمية المرئية والمسموعة.
 4. عدم وجود برامج سياحية تعرض آثار ومناظر المناطق المراد تحقيق السياحة فيها.
 5. عدم وجود دعاية مضادة تتصدى وتفنّد مزاعم بعض الدول التي تسعى لتشويه الصورة الحضارية للبلاد على المستوى الاجتماعي والديني والسياحي.

6. قد تكون الحروب والكوارث المنتشرة عبر وسائل الإعلام هي مانع يحول دون تحقيق الإعلام السياحي لأهدافه المنشودة (الحربي، 2014م، ص93-103).

ومن الملاحظة من عرض خصائص ووظائف الإعلام السياحي يمكننا القول إن الإعلام السياحي هو مخاطبة الجمهور داخل البلاد وخارجها مخاطبة موضوعية وعقلية مستخدماً عوامل الجذب والتشويق في تقديم المنتج السياحي بقصد إقناع الجمهور وإثارة اهتمامه بأهمية السياحة وفوائدها وتشجيعه على التعرف على المغريات السياحية والمنتج السياحي.

التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات:

أولاً: مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة. يتكون مجتمع الدراسة من (موظفي التلفزيون القومي كنموذج) حيث قام الباحث بتوزيع عدد (23) استبانة على المستهدفين.

وللخروج بنتائج دقيقة قدر الإمكان حرص الباحث على تنوع عينة الدراسة من حيث شملها على

الآتي:

1-الأفراد من مختلف النوع

2-الأفراد من مختلف الوظيفة

3-الأفراد من مختلف سنوات الخبرة

فيما يلي وصفاً لأفراد الدراسة وفقاً للمتغيرات أعلاه خصائص (المبحوثين)

1-النوع:

يوضح الجدول رقم (1) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق النوع

الجدول رقم (1)

النوع	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	6	26.1
أنثي	17	73.9
المجموع	23	100

يتضح من الجدول رقم (1) أن أفراد الدراسة في متغير النوع، الذكور بلغ عددهم (6) وبنسبة (26.1%) ونجد الإناث بلغ عددهن (17) وبنسبة (73.9%).

2- الوظيفة:

يوضح الجدول رقم (2) والشكل (2) رقما لتوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق الوظيفة

الجدول رقم (2)

الوظيفة	التكرارات	النسبة المئوية
منتج	3	13.0
معد	3	13.0
مخرج	8	34.8
مصدر	1	4.3
أكاديمي	2	8.7
أخري	6	26.1
المجموع	23	100

يتضح من الجدول رقم (2) أن أفراد الدراسة في متغير الوظيفة، منتج بلغ عددهم (3) وبنسبة (13%) ونجد الذين وظيفتهم معد بلغ عددهم (3) وبنسبة (13%) أما الذين وظيفتهم مخرج بلغ عددهم (8) وبنسبة (34.8%) ونجد الذين وظيفتهم مصدر بلغ عددهم (1) وبنسبة (4.3%) ونجد الذين وظيفتهم أكاديمي بلغ عددهم (2) وبنسبة (8.7%) ونجد الذين وظيفتهم أخري بلغ عددهم (6) وبنسبة (26.1%).

3- سنوات الخبرة:

يوضح الجدول رقم (3) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق سنوات الخبرة

الجدول رقم (3)

المدة	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	1	4.3
2-10 سنوات	2	8.7
11-15 سنة	6	26.1
15 فأكثر	14	60.9
المجموع	23	100

يتضح من الجدول رقم (3) أن أفراد الدراسة وفق سنوات الخبرة، أقل من 5 سنوات بلغ عددهم (1) وبنسبة (4.3%) ونجد 2-10 سنوات بلغ عددهم (2) وبنسبة (8.7%) ونجد 11-15 سنة بلغ عددهم (6) وبنسبة (26.1%) ونجد الذين بلغت سنوات خبرتهم أكثر من 15 سنة (14) وبنسبة (60.9%).

ثانياً: وصف الاستبانة:

احتوت الاستبانة على أقسام رئيسية

- القسم الأول: تضمن البيانات الشخصية لأفراد الدراسة، حيث يحتوي هذا الجزء على بيانات حول (النوع، الوظيفة سنوات الخبرة).
- القسم الثاني: البيانات المتعلقة بالدراسة يحتوي هذا القسم على عدد محاور الاستبيان ويتكون من عدد 5 محاور طُلب من أفراد الدراسة أن يحددوا استجاباتهم عما تصفه كل عبارة.

ثالثاً: ثبات وصدق أداة الدراسة:

الثبات والصدق الإحصائي:

يقصد بثبات الاختبار أن يعطي المقياس نفس النتائج إذا ما استخدم أكثر من مرة واحدة تحت ظروف مماثلة كما يعرف الثبات أيضاً بأنه مدى الدقة والاتساق للقياسات التي يتم الحصول عليها مما يقيسه الاختبار، أما الصدق فهو مقياس يستخدم لمعرفة درجة صدق المبحوثين من خلال إجاباتهم على مقياس معين، ويحسب الصدق بطرق عديدة أسهلها كونه يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات وتتراوح قيمة كل من الصدق والثبات بين الصفر والواحد الصحيح.

وقام الباحث بحساب معامل ثبات المقياس المستخدم في الاستبانة عن طريق معادلة ألفا-كرونباخ، وكانت النتيجة كما في الجدول (4) الآتي:

الثبات والصدق الإحصائي لإجابات أفراد العينة على الاستبيان لعدد (5) محاور.

الجدول (4)

المحور	عدد العبارات	الثبات	الصدق
الاستبانة	21	0.858	0.926

يتضح من نتائج الجدول أعلاه أن معاملي الثبات والصدق لإجابات أفراد الدراسة على العبارات المتعلقة بفرضية الدراسة تدل على أن استبانة الدراسة تتصف بالثبات (0.858) والصدق (0.926) العالين بما يحقق أغراض الدراسة، ويجعل التحليل الإحصائي سليماً ومقبولاً

رابعاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لتحقيق أهداف الدراسة وللتحقق من فرضياتها، تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

- التوزيع التكراري للإجابات.
- الأشكال البيانية.
- الوسيط.

- اختبار مربع كأي لدلالة الفروق بين الإجابات.
- معامل الفاكرونباخ.

للحصول على نتائج دقيقة قدر الإمكان، تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS والذي يشير اختصاراً إلى الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences إن كل ما سبق ذكره وحسب متطلبات التحليل الإحصائي هو تحويل المتغيرات الاسمية إلى متغيرات كمية، وبعد ذلك سيتم استخدام اختبار مربع كأي لمعرفة دلالة الفروق في إجابات أفراد الدراسة على عبارات فرضية الدراسة.

خامساً: اختبار صحة فرضية الدراسة:

للإجابة على تساؤلات الدراسة والتحقق من فرضيتها سيتم حساب الوسيط لكل عبارة من عبارات الاستبيان والتي تبين آراء أفراد الدراسة، حيث تم إعطاء الدرجة (5) كوزن لكل إجابة "أوافق بشدة"، والدرجة (4) كوزن لكل إجابة "أوافق"، والدرجة (3) كوزن لكل إجابة "محايد" والدرجة (2) كوزن لكل إجابة "لا أوافق"، والدرجة (1) كوزن إجابة "لا أوافق بشدة"، ولمعرفة اتجاه الاستجابة فإنه يتم حساب الوسيط.

إن كل ما سبق ذكره وحسب متطلبات التحليل الإحصائي هو تحويل المتغيرات الاسمية إلى متغيرات كمية، وبعد ذلك سيتم استخدام اختبار مربع كأي لمعرفة دلالة الفروق في إجابات أفراد الدراسة على عبارات فرضية الدراسة.

عبارات الاستبانة: الأسئلة المتعلقة بالدراسة:

المحور الأول: (هل تخضع الأفلام الوثائقية التي تروج للسياحة في السودان للمعايير المهنية والفنية لعملية الإنتاج التلفزيوني)

الجدول (5) التالي يبين التوزيع التكراري لإجابات أفراد الدراسة على عبارات المحور الأول

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق
1	الفيلم الوثائق للسياحة في تطور مستمر في السودان	3 %13.0	12 %52.2	3 %13.0	5 %21.7	0 %0.0
2	الفيلم الوثائقي له دور واضح ومؤثر وفعال للترويج للسياحة	14 %60.9	8 %34.8	0 %0.0	1 %4.3	0 %0.0
3	الأفلام الوثائقية التي تروج للسياحة في السودان تخضع للمعايير المهنية والفنية	3 %13.0	9 %39.1	4 %17.4	6 %26.1	1 %4.3

النتائج أعلاه لا تعنى أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم استخدام مربع كأي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في المحور الأول، الجدول (5) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات: (هل تخضع الأفلام الوثائقية التي تروج للسياحة في السودان للمعايير المهنية والفنية لعملية الإنتاج التلفزيوني)

المحور الثاني: (إلى أي مدى هنالك إنتاج أفلام وثائقية تروج للسياحة في السودان)
الجدول التالي يبين التوزيع التكراري لإجابات أفراد الدراسة على عبارات المحور الثاني:

الجدول (6)

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	يتم إنتاج أفلام وثائقية تروج للسياحة في السودان	2 %8.7	15 %65.2	3 %13.0	3 %13.0	0 %0.0
2	إنتاج الأفلام الوثائقية المروجة للسياحة في السودان ضعيف	5 %21.7	13 %56.5	1 %4.3	3 %13.0	1 %4.3
3	الفيلم الوثائقي للسياحة في ازدياد مستمر في السودان	3 %13.0	5 %21.7	7 %30.4	7 %30.4	1 %4.3

النتائج أعلاه لا تعنى أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم استخدام مربع كأي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في المحور الثاني، الجدول (6) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات: (إلى أي مدى هنالك إنتاج أفلام وثائقية تروج للسياحة في السودان)

المحور الثالث: (ما الكيفية التي يمكن بها إنتاج أفلام وثائقية تروج للسياحة في السودان "مرتكزات نجاح الفلم الوثائقي")

الجدول التالي يبين التوزيع التكراري لإجابات أفراد الدراسة على عبارات المحور الثالث

الجدول (7)

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	تميز وأهمية الموضوع من أهم مرتكزات نجاحه	11 %47.8	11 %47.8	0 %0.0	1 %4.3	0 %0.0
2	جودة الصورة والصوت	15 %65.2	6 %26.1	1 %4.3	1 %4.3	0 %0.0
3	توفير التقنيات الحديثة	15 %65.2	6 %26.1	1 %4.3	1 %4.3	0 %0.0
4	توفير التمويل الكافي	19 %82.6	3 %13.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %4.3
5	الكادر المؤهل والمدرّب	15 %65.2	7 %30.4	0 %0.0	0 %0.0	1 %4.3
6	الرؤية الإخراجية المميزة	18 %78.3	3 %13.0	1 %4.3	0 %0.0	1 %4.3

النتائج أعلاه لا تعنى أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم استخدام مربع كأي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في المحور الثالث، الجدول (7) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات: (ما الكيفية التي يمكن بها إنتاج أفلام وثائقية تروج للسياحة في السودان)

المحور الرابع: (إلي أي مدي ساهمت سلسلة أفلام أرض السمر في الترويج للسياحة في السودان)

الجدول التالي يبين التوزيع التكراري لإجابات أفراد الدراسة علي عبارات المحور الرابع

الجدول (8)

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	كانت ذات تأثير إيجابي كبير علي الملتقي	6 %26.1	13 %56.5	2 %8.7	1 %4.3	1 %4.3
2	موضوع وفكرة السلسلة كانت جيدة وخلاقة	2 %8.7	13 %56.5	4 %17.4	2 %8.7	2 %8.7
3	جودة الصورة كانت عالية	6 %26.1	12 %52.2	3 %13.0	1 %4.3	1 %4.3
4	ساهمت في الترويج للسياحة بصورة كبيرة	3 %13.0	12 %52.2	3 %13.0	4 %17.4	1 %4.3
5	تم تطبيق كل المعايير المهنية والفنية في إنتاج هذه السلسلة	3 %13.0	10 %43.5	7 %30.4	1 %4.3	2 %8.7

النتائج أعلاه لا تعنى أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك، واختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم استخدام مربع كأي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في المحور الرابع، الجدول (8) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات: (إلي أي مدي ساهمت سلسلة أفلام أرض السمر في الترويج للسياحة في السودان)

المحور الخامس: (التحديات التي تواجه إنتاج الأفلام الوثائقية التي تروج للسياحة في السودان)
الجدول التالي يبين التوزيع التكراري لإجابات أفراد الدراسة على عبارات المحور الخامس

الجدول (9)

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق
1	ضعف التمويل	18 %78.3	4 %17.4	1 %4.3	0 %0.0	0 %0.0
2	عدم الوعي بأهمية الفلم الوثائقي كوسيلة للترويج	7 %30.4	11 %47.8	1 %4.3	4 %17.4	0 %0.0
3	الصراعات والحروب وتأثيرها علي السياحة والفيلم الوثائقي	6 %26.1	14 %60.9	2 %8.7	1 %4.3	0 %0.0
4	قلة الكادر المؤهل والمدرّب	1 %4.3	8 %34.8	3 %13.0	10 %43.5	1 %4.3

النتائج أعلاه لا تعني أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم استخدام مربع كأي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في المحور الخامس، الجدول (9) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات: (التحديات التي تواجه إنتاج الأفلام الوثائقية التي تروج للسياحة في السودان).

تحليل مضمون

1. السمة الغالبة لهذه السلسلة تتشكل من عرض الخلفيات التاريخية: والثقافية للمكان/ فضلا عن معلومات جغرافية عن المكان أيضاً، تم عرضها بشكل موجز، وفي قالب فني.
2. اعتمدت السلسلة على البنيات التحتية مثل الأهرامات وغيرها من المباني الأثرية والتاريخية، والمباني ذات الطبيعة الدينية كالخلاوي والأضرحة إلى جانب الكيفية التي يعيش بها الناس من أنماط الحياة المختلفة، وهذا برأيي كافي لرسم الصورة الحقيقية للإنسان في إي منطقة والثقافة التي توجه حياته في الجوانب الروحية والعادات والتقاليد التي يتوارثها.
3. فكرة السلسلة كأفلام سياحية تعتبر جيدة جداً، لأنها عكست في السلسلة الأولى والثانية والثالثة ما تتمتع به البلاد من إمكانات سياحية كبيرة، مراعية التنوع في العرض والتعليق الموجز.

4. لا شك أن متابع السلسلة في أجزاءها الثلاثة يلمس القيمة الفنية والتاريخية (الجيدة جداً) لما تضمنته من معلومات وصور ولقطات ومشاهد تطلبت جهداً كبيراً في جوانب الإعداد والتنسيق وجمع المعلومات من المصادر المختلفة. وهذه المضامين برأيي تمثل قاعدة بيانات للباحثين في التاريخ و"الاستثمار" السياحي.

5. النصوص والمعلومات جاء أغلبها على طريقة "الرواية" فضلاً عن المقابلات، وتمت الاستعانة بالخرائط التقليدية وخرائط "جوجل" والصور ثلاثية الأبعاد، والجرافيكس، والتقييم العام لمستوى المعالجة للنصوص ممتاز.

6. من أصعب الأمور في المجال الإذاعي والتلفزيوني هو تقييم بعض الجوانب الفنية، رغم أن هناك قواعد مهنية حرفية يجب الالتزام بها، لكن عندما يكون للعمل الفني أهداف عديدة ومتداخلة (كهذه السلاسل) تصبح الخيارات الفنية أكثر اتساعاً والقيود أقل بالنسبة للمخرج، ونعتقد أن القيمة الفنية لهذه السلاسل (المؤثرات الصوتية والبصرية وغيرها) جيدة جداً.

7. في بعض الأحيان تبدو الانتقالات من لقطة لأخرى غير مريحة، وغير متسقة، كالانتقال من لقطة ثابتة لأخرى استعراضية، وقريبة تعقبها أخرى بعيدة، وهذا ما يتسبب في تشويش بصري للمشاهد، لكن يمكن القول إن مستوى المونتاج كان جيداً.

8. وأخيراً يمكن تقييم سلسلة أرض السمير بشكل عام من ناحية المعالجة الفنية والفنيات الإخراجية، بدايةً من شعار الحلقات من ناحية الصوت والعناوين، واستخدام الموسيقى كان بمستوى معتدل، أما من ناحية صياغة النص فهو بسيط معتمداً على معلومات صحيحة وممتازة ولغة سليمة وحبكة قصصية جيدة ولغة صورة جيدة مما ساعد على التعليق بوضوح في مخارج الحروف وسلامة الأداء، ومن الناحية البصرية كانت تكوين اللقطات جيداً بنسبة لحسن اختيار زوايا الكاميرا وحركتها وكفاءة الصورة والإضاءة داخل الفيلم وتناسب المناظر الطبيعية وحسن استخدام المؤثرات الصوتية جميعها يرجع إلى أن المونتاج نجح وتميز بوضوح الصورة مع التعليق بتوافق ممتاز مع تزامن الصورة مع الصوت الطبيعي والتتابع وقلة تكرار اللقطات.

ويمكن القول إن سلسلة أرض السمير كانت من الأفلام التي كان لها دور للتعريف بالسودان من حيث الأماكن السياحية والعادات والتقاليد والتراث، وكان هنالك اجتهاد واضح من قبل منتجي السلسلة من ناحية التقنية وظهر ذلك جلياً في طبيعة المشاهد التي تم تصويرها كمضامين لحلقات سلسلة أرض السمير.

النتائج والتوصيات

نتائج الدراسة:

1. الأفلام الوثائقية التي تروج للسياحة في السودان تخضع لشيء من المعايير المهنية والفنية.
2. هناك ضعف في الأفلام الوثائقية التي تروج للسياحة في السودان.
3. وضحت الدراسة أن أهم مرتكزات نجاح الفيلم الوثائقي هو تميز وأهمية الموضوع بالإضافة إلى وجود الكادر المؤهل والمدرّب.
4. كشفت الدراسة أن سلسلة أرض السمير ساهمت في الترويج للسياحة في السودان بصورة كبيرة.
5. توصلت الدراسة إلى أن أهم التحديات التي تواجه الأفلام الوثائقية التي تروج للسياحة في السودان هي ضعف التمويل والصراعات والحروب وتأثيرها على السياحة.
6. بينت الدراسة أن للفلم الوثائقي دور واضح ومؤثر فعال للترويج للسياحة.

توصيات الدراسة:

1. إجراء مزيد من البحوث في مجال تطوير صناعة الفيلم الوثائقي في السودان.
2. تشجيع الاستثمار الخاص للدخول في الأفلام الوثائقية للترويج السياحي.
3. توفير التمويل الكافي لإعداد أفلام تستطيع لعب الدور المنوط بها وفق أهدافها.
4. ضرورة توفير الخرط السياحية عن مواقع الجذب السياحي والفنادق والمطاعم والطرق والمواصلات.
5. تخصيص فترات زمنية تلفزيونية داخل ذروة المشاهدة للأفلام الوثائقية بمختلف تخصصاتها.
6. لا بد من عمل ورش عمل للخروج بمزيد من الإنتاج الوثائقي المرتبط بالعمل السياحي في السودان.

المصادر والمراجع:

1. أحمد الجراد، التنمية والإعلام السياحي المستدام، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة
2. الأرقم الجيلاني، المدخل إلى صناعة الأفلام الوثائقية، شركة مطابع العملة السودانية، الخرطوم، 2009م.
3. أيمن عبد الحليم نصار، إعداد البرامج الوثائقية، ط1، دار المنهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2015م.
4. بركات كامل المهيرات، الأمن السياحي والتشريعات السياحي، ط1، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، 2009م.
5. برير الرصيني محمد تيراب، دور البرامج الإذاعية في الترويج للسياحة في السودان، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية علوم الاتصال، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015م.
6. زيد منير سلمان، أساسيات تنظيم الرحلات السياحية، ط1، زمزم ناشرون وموزعون، الأردن، عمان، 2016م.
7. زيد منير عبدي، مبادئ السياحة الحديثة، ط1، دار المفتي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016م.
8. سمر رفقي الحربي، الإدارة السياحية الحديثة، ط1، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014م.
9. صفاء فوزي علي، الفيلم التسجيلي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2015م.
10. فؤادة البكري، العلاقات العامة في المنشآت السياحية، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2004م.
11. محمد الصيرفي، تنشيط المبيعات السياحية، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010م.
12. محمد قرافي، الصورة السينمائية والتعبير اللغوي، مجلة عالم الفكر، المجلد (31)، 2002م.
13. محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003م.
14. محمد نبيل طلب، الأفلام الوثائقية والبرامج التسجيلية، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009م.
15. منى سعيد الحديد، سلوى إمام السينما التسجيلية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2010م.
16. منى سعيد الحديدي وسلوى إمام علي، أسس الفيلم التسجيلي، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004م.
17. هبة عبد الرحيم منير، الفيلم الوثائقي ودره في تعزيز السياحة في السودان، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية علوم الاتصال، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015م.
18. هدى لطيف، السياحة مدخل ورؤية، هيئة النيل العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، غير مبينة سنة النشر.
19. يسرى ولميس، السياحة مفهومها وأنماطها، ط1، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، الإسكندرية، 2001م.

جودة المعلومات المحاسبية وأثرها في تحسين الأداء المالي

"دراسة ميدانية على سوق الخرطوم للأوراق المالية"

Accounting Information Quality and its Impact on Improving Financial Performance

"A field study on the Khartoum Stock Exchange"

د. محمد خليل حامد*

د. عماد الدين محمد إبراهيم**

د. محمد حسن عبد الجليل***

المستخلص

تناولت الدراسة نظام جودة المعلومات المحاسبية وأثرها في تحسين الأداء المالي، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المقومات الأساسية لجودة المعلومات المحاسبية ومدى توافر هذه المعلومات في البيئة العملية. تشخيص نواحي القوة والضعف بهدف استنباط سبل العلاج واقتراح الحلول والمتطلبات اللازمة لمعالجة جوانب القصور والضعف، وتمثلت مشكلة الدراسة في التساؤل المتعلق بأثر جودة المعلومات المحاسبية على تحسين جودة الأداء المالي في المؤسسات السودانية، وشملت الدراسة عينة مكونة من (١٠) بنوك، ولجمع البيانات اللازمة تم تصميم استبانة وزعت على أفراد عينة الدراسة في الإدارات العامة لهذه البنوك. وقد تم توزيع (١٢٠) استبانة، اعتمد منها البحث والتحليل (١١٨) استبانات؛ أي ما نسبته (٩٦%) من الاستبانات الموزعة، وقد بينت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة المعلومات المحاسبية والعوامل الداخلية المؤثرة على تحسين الأداء المالي بالمؤسسات المالية السودانية، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة المعلومات المحاسبية والعوامل الخارجية المؤثرة على تحسين الأداء المالي بالمؤسسات المالية السودانية، كما قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات لمساعدة الإدارة في تحسين جودة الأداء.

الكلمات المفتاحية: جودة المعلومات المحاسبية، الأداء المالي، الملائمة، الموثوقية.

* كلية الحكمة للعلوم والتكنولوجيا – الخرطوم
** كلية المشرق للعلوم والتكنولوجيا
*** جامعة الملك خالد

Abstract

This study dealt with the accounting information quality system and its impact on improving financial performance. This study aimed to identify the basic elements of the quality of accounting information and the availability of this information in the practical environment. Diagnosing aspects of strength and weakness in order to devise means of treatment and suggest solutions and requirements to address deficiencies and weaknesses. The study problem was represented in the question related to the effect of the quality of accounting information on improving the quality of financial performance in Sudanese institutions. The study included a sample consisting of (١٠) banks, and to collect the necessary data a questionnaire was designed and distributed to the study sample individuals in the public administrations of these banks. (١٢٠) questionnaires were distributed, from which the research and analysis (١١٨) were based. That is, ٩٦% of the distributed questionnaires. The results of the study showed that there is a statistically significant relationship between the quality of accounting information and the internal factors affecting improving the financial performance of Sudanese financial institutions. And the existence of a statistically significant relationship between the quality of accounting information and the external factors affecting improving the financial performance of the Sudanese financial institutions. The study also presented a set of recommendations to improve financial performance.

Key words: quality of accounting information, financial performance, relevance, reliability

المقدمة:

تشكل مهنة المحاسبة أحد المهن التي تضطلع بدور اقتصادي واجتماعي مهم على مستوى الأفراد والمؤسسات والقطاعات من حيث توجيه قرارات تخصيص الموارد والقرارات الاقتصادية، ولها تأثير كبير في مجتمع الأعمال بالدولة، وتزداد أهميتها كلما زادت معايير الشفافية للمؤسسات الخاصة والعامة، ومن هنا نجد أن المحاسبة قد تصدرت قائمة الخدمات الصادرة من منظمة التجارة العالمية (WTO) باعتبارها مرآة الأداء المالي والاقتصادي وعصب الحياة للمنشآت الاقتصادية والخدمية، وإذا كانت المحاسبة تشكل أداة لتحسين الأداء وضبط الرقابة على التكاليف للمنشآت بأنواعها المختلفة وإنتاج البيانات والتقارير المالية، فإن للمعلومات التي تنتجها لها أهمية عظيمة؛ حيث تقع عليها مسئولية إنتاج وتوفير المعلومات الجديدة التي تصلح لإعداد التقارير المالية التي تعبر بصدق وعدالة عن البيانات المالية، وأنها تعبر بصدق عن الموقف أو المركز المالي للمنشأة وفقاً للقانون بما يمكن مستخدمي البيانات المالية داخلياً وخارجياً من اتخاذ القرارات الصائبة التي تكفل استمرار المنشآت ومساهمتها في تقوية وتدعيم الاقتصاد الوطني.

وقد تنبعت معظم الدول إلى أهمية هذه المهنة وما تنتجها من معلومات تؤدي إلى ترقية وتحسين الأداء، فسارعت إلى تنظيمها والعناية بها واستكمال المقومات الأساسية لها، لتكون إحدى الوسائل المهمة في نهضة المجتمع والدولة اقتصادياً ومالياً واجتماعياً.

المحور الأول: الإطار المنهجي:

مشكلة الدراسة:

يعد الأداء أحد الركائز التي يعتمد عليها نجاح المؤسسات، وتمثل المعلومات الجيدة أحد الوسائل إلى تقييم أداء المؤسسات حيث تنحصر مشكلة الدراسة في السؤال التالي:

ما هو أثر خصائص جودة المعلومات المحاسبية على تحسين جودة الأداء المالي في المؤسسات السودانية؟

أهداف الدراسة:

تسعي الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على جودة المعلومات المحاسبية ومدى تأثيرها على أداء المؤسسات المالية السودانية.
2. تشخيص الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية الجيدة وأثرها على العوامل المؤثرة على تحسين الأداء المالي.

٣. تحديد دور المعلومات المحاسبية الجيدة في رفع كفاءة الأداء المالي بالمؤسسات المالية السودانية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الآتي:

الأهمية العلمية:

١. الدور العلمي الذي يمكن أن تقدمه في رفد المكتبات الأكاديمية.

٢. بيان وتحديد مفهوم جودة المعلومات المحاسبية ودورها في تحسين الأداء المالي للمؤسسات.

الأهمية العملية:

١. تقييم ودراسة جودة المعلومات المحاسبية وأثرها على مؤشرات الأداء المالي في المؤسسات

السودانية.

٢. إمكانية الاستفادة من نتائج الدراسة في تطوير تطبيق خصائص جودة المعلومات المحاسبية في

المؤسسات السودانية.

فرضيات الدراسة:

تختبر الدراسة الفرضيات التالية:

١. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة المعلومات المحاسبية والعوامل الداخلية المؤثرة على

تحسين الأداء المالي بالمؤسسات المالية السودانية.

٢. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة المعلومات المحاسبية والعوامل الخارجية المؤثرة على

تحسين الأداء المالي بالمؤسسات المالية السودانية.

منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي الوصفي باعتباره الأكثر توافقاً مع أهداف الدراسة الميدانية

وإجراءاتها، ويقوم هذا المنهج على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويسهم في وصفها وصفاً دقيقاً يوضح

خصائصها عن طريق جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها.

المحور الثاني: الدراسات السابقة

دراسة: أمير (٢٠٠٦ م):

تناولت الدراسة دور المعلومات المحاسبية في تقييم كفاءة أداء الشركات المدمجة، حيث تمثلت مشكلة الدراسة في توضيح دور المعلومات المحاسبية في تقييم أداء الشركات المدمجة، وهدفت الدراسة إلي بيان دور المعلومات المحاسبية الواجب الإفصاح عنها في القوائم المالية التي تساعد بدورها في تقييم كفاءة الأداء في الشركات المدمجة، توصلت الدراسة إلي العديد من النتائج منها: كفاءة أداء الإدارة في استخدام الموارد المتاحة بصورة مثلي مما أثر إيجابياً على الإيرادات وبالتالي على نمو الأرباح خلال أعوام الدراسة، تطور إجمالي الميزانية في البنك بعد الدمج، مما كان عليه قبل الدمج، و زيادة الإيرادات وبالتالي زيادة في إجمالي حقوق الملكية.

مما تقدم يلاحظ الباحث أن هناك اختلاف بين الدراستين ويكمن ذلك في أن هذه الدراسة تناولت دور المعلومات المحاسبية في تقييم أداء الشركات المدمجة دون الاهتمام بالشركات بينما هذه الدراسة تناولت دور وأثر جودة المعلومات في تحسين الأداء بشكل عام وضبط الرقابة على التكاليف. تختلف هذه الدراسة عن دراسة الباحثين في أنها تناولت دور المعلومات المحاسبية في تقييم كفاءة أداء الشركات المدمجة، بينما تناولت دراسة الباحثين جودة المعلومات المحاسبية وأثرها في تحسين الأداء المالي.

دراسة فاتن (٢٠٠٨ م):

تناولت الدراسة أثر الجودة الشاملة في نظم المعلومات المحاسبية بغرض المحاولة في تطبيق الجودة الشاملة للنظم المحاسبية وذلك للارتقاء لمخرجات هذه النظم المحاسبية والاستفادة منها على أكمل وجه، وتمثلت مشكلة الدراسة في عدم توفر خصائص الجودة الشاملة في نظم المعلومات المحاسبية مما يؤثر سلباً على مخرجات هذه النظم ويؤدي إلى عدم الاعتماد عليها والثقة بها من قبل مستخدميها، وقد نبعت أهمية الدراسة من أهمية وجود نظام محاسبي ملائم يتوافق مع متطلبات الجودة الشاملة حيث يؤدي تطبيق مفهوم الجودة الشاملة على نظم المعلومات المحاسبية إلي تخفيض التكلفة وزيادة الربحية ويمكن من الوفاء باحتياجات العملاء وتحقق المنشأة ميزة تنافسية. كما هدفت الدراسة إلى تحديد مستويات الجودة الشاملة لمتغيرات تكنولوجيا المعلومات.

تختلف هذه الدراسة عن دراسة الباحثين في أنها تناولت أثر الجودة الشاملة في نظم المعلومات المحاسبية، بينما تناولت دراسة الباحثين جودة المعلومات المحاسبية وأثرها في تحسين الأداء المالي.

دراسة: فاطمة (٢٠١٢م)

تناول البحث تطوير نظم المعلومات المحاسبية في الوحدات الاقتصادية باستخدام النظام المتكامل للمعلومات المحاسبية الإدارية، حيث تمثلت مشكلة البحث في أن النظام المحاسبي المطبق بوزارة المالية الاقتصادية _ لولاية كسلا به بعض القصور متعلقاً بعدم مقدرة النظام على تقديم تقارير متكاملة بصورة مستمرة وفي اللحظة المطلوبة، كما أنه لا توجد تكاملية في التقارير عند المستوى الأعلى لاستخراج التقرير النهائي على مستوى الوزارة ككل، هدف البحث إلي التعرف على النظام المحاسبي بوزارة المالية والاقتصادية بولاية كسلا وتحديد مميزاته وعيوبه، ومن ثم عرض نظام متكامل ليحل عيوب النظام المطبق وذلك بتطويره باستخدام النظام المتكامل للمعلومات المحاسبية والإدارية، أعتمد الباحث على المنهج الاستنباطي والاستقرائي والتاريخي والوصفي، وخلصت الدراسة إلي عدة نتائج تؤكد صحة الفرضيات أهمها: تطبيق النظام المتكامل بين نظم المعلومات المحاسبية والإدارية أثر إيجاباً على جودة وملائمة المعلومات، توجد مجموعة من المتطلبات تؤثر على فعالية النظام المتكامل للمعلومات المحاسبية والإدارية تشمل كل من استخدام التقنيات الحديثة والنظم الخبيرة ونظم دعم القرارات والأفراد المؤهلين على المجالات المحاسبية والإدارية والحاسوبية، كما أن تطبيق التكاملية بين نظم المعلومات المحاسبية والإدارية يؤدي إلي استخراج التقارير المالية بصورة مستمرة، واختتم الباحث دراسته بعدد من التوصيات بناء على النتائج التي توصل إليها، منها ضرورة تطوير نظم المعلومات المحاسبية في الوحدات الاقتصادية باستخدام النظام المتكامل للمعلومات المحاسبية والإدارية؛ لما لها من تأثير قوي في مساعدة جميع الإدارات وخاصة الإدارة العليا في الحصول على التقارير المالية بصورة مستمرة مما يساعد في اتخاذ القرارات الرشيدة وحل المشكلات في الوقت المناسب، ضرورة توفير أجهزة حاسوب لكل إدارات الوزارة وأن تعمل على ربطها ببعضها البعض بشبكة حاسوبية محلية حتى تتمكن من تطبيق التكاملية، وأن تلتزم وزارة المالية والاقتصاد- ولاية كسلا بضرورة الاستفادة من نظام الإحصاءات المالية الحكومية في ترميز بنودها وأن تلتزم الموظفين للتعامل مع هذا النظام وتفهمه، وأن تلتزم الوزارة بتدريب العنصر البشري على المهارات المحاسبية والحاسوبية والإدارية بصورة مستمرة حتى تتمكن من مواكبة التطور المستمر في بيئة الأعمال.

تختلف هذه الدراسة عن دراسة الباحثين في أنها تناولت تطوير نظم المعلومات المحاسبية في الوحدات الاقتصادية باستخدام النظام المتكامل للمعلومات المحاسبية الإدارية، بينما تناولت دراسة الباحثين جودة المعلومات المحاسبية وأثرها في تحسين الأداء المالي.

دراسة: على (٢٠١٦م)

هدفت الدراسة إلى تقييم نظام المعلومات المحاسبية الإلكتروني في الشركة وتعيين الأساليب والخطوات التي يمكن إتباعها للاستجابة بكفاءة لمخاطر أمن المعلومات المحاسبية كما هدفت إلى تحديد الإجراءات التي يمكن استخدامها في إجراءات الأمن والرقابة على المعلومات المالية في ظل نظام المعلومات المحاسبية الإلكتروني، لقد تم استخدام أسلوب الاستقصاء وإجراء المقابلات مع الموظفين للتعرف على واقع حال شركة الطبق لتحويل المالي من خلال الخدمات التي تقدمها والمشاكل التي وجدت وقد تم معالجتها وفقا للمصادر والمراجع الخاصة بأمن نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها ما يأتي: أن عملية الشراء لنظام المعلومات المحاسبية تمت عن على اختيار فرصة واحدة وليس الاختيار من بين عدة بدائل، كما أنه لا توجد إجراءات معينة لاستعادة النسخ الاحتياطية الخاصة بالبيانات المخزونة عند حدوث حوادث، كما أن التخزين يحفظ على قرص صلب، ويوضع في شعبة نظم المعلومات وليس في موقع أمن خارج شعبة نظم المعلومات ولم تحدد مدة الاحتفاظ بتلك النسخ مما يتيح فرصة للموظفين غير المصرح لهم للوصول إلى تلك البيانات، قد انتهت الدراسة بمجموعة من التوصيات تمثلت أهمها في: أن عملية الشراء سواء كانت للأنظمة أو الأدوات هو أن تتوفر بدائل عدة متاحة لاختيار أفضلها جدوى وضع إجراءات معينة لاستعادة النسخ الاحتياطية عند حدوث حوادث، وأن يتم حفظ النسخ الاحتياطية في مواقع أمنه خارج شعبة نظم المعلومات، وإتباع آلية معينة لمدة الاحتفاظ بتلك البيانات حسب أهميتها، وإتباع سياسة واضحة للفصل بين الواجبات والمسؤوليات وإبلاغ كل موظف بالمسؤولية المنوطة به. تختلف هذه الدراسة عن دراسة الباحثين في أنها تناولت تقييم نظام المعلومات المحاسبية الإلكتروني، بينما تناولت دراسة الباحثين جودة المعلومات المحاسبية وأثرها في تحسين الأداء المالي.

دراسة: تسنيم، (٢٠١٧م)

تناولت الدراسة دور جودة المعلومات المحاسبية في ترشيد قرارات منح الائتمان المصرفي للحد من مخاطر التعثر، حيث تمثلت مشكلة البحث في الإجابة على السؤال:

(هل هنالك علاقة بين المعلومات المحاسبية وترشيد قرارات منح الائتمان)؟

هدفت الدراسة إلى بيان مدى أهمية المعلومات المحاسبية في عملية ترشيد قرارات الائتمانية، وبيان أسباب التعثر في الائتمان المصرفي وعلاج هذا التعثر، توضيح آلية عمل النظام المحاسبي ومخرجات هذا النظام، حيث استند البحث على الفرضيات التالية المعلومات المحاسبية الملائمة تؤدي إلى ترشيد قرارات منح الائتمان المصرفي.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: توفر معلومات محاسبية ذات أهمية وفائدة يؤدي إلى ترشيد القرار، ويؤدي توفير المعلومات في الوقت المناسب إلى ترشيد قرار، رسم سياسة ائتمانية سليمة بما تتضمنه من ضوابط وإجراءات منظمة لعملية الائتمان للحد من مخاطر التعثر، وأوصت الدراسة عن نقاط الضعف في السياسة الائتمانية، لابد من تدريب كافة الموظفين على فهم السياسات والإجراءات المتعلقة بالائتمان. تختلف هذه الدراسة عن دراسة الباحثين في أنها تناولت دور جودة المعلومات المحاسبية في ترشيد قرارات منح الائتمان المصرفي للحد من مخاطر التعثر، بينما تناولت دراسة الباحثين جودة المعلومات المحاسبية وأثرها في تحسين الأداء المالي.

دراسة: علاء الدين، (٢٠١٨م)

هدفت الدراسة إلى اختبار أثر التحول إلى معايير المحاسبة الإسلامية على جودة المعلومات المحاسبية ومقدرتها التفسيرية من خلال تحليل تأثيرها على تخفيض قيمة المستحقات الكلية والخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية، اختبار أثر التحول إلى معايير المحاسبة الإسلامية على قيمة الشركات المسجلة في بيئة الأعمال السودانية، توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: قدمت معايير المحاسبة الإسلامية معلومات مفيدة من خلال التقارير المالية لمستخدمي هذه التقارير بما يمكنهم من اتخاذ قراراتهم المشروعة في تعاملهم مع بنك فيصل الإسلامي، شجعت معايير المحاسبة الإسلامية الالتزام بالسياسات والأهداف الموضوعية والالتزام بالشريعة الإسلامية في جميع الأنشطة والعمليات والمعاملات ببنك فيصل الإسلامي، قدمت معايير المحاسبة الإسلامية الإرشادات والتوجيهات والالتزام بها ببنك فيصل الإسلامي، أوصت الدراسة بضرورة أن تقدم معايير المحاسبة الإسلامية معلومات مفيدة من خلال التقارير المالية لمستخدمي هذه التقارير بما يمكنهم من اتخاذ قراراتهم المشروعة في تعاملهم مع بنك فيصل الإسلامي، وان تشجع معايير المحاسبة الإسلامية الالتزام بالسياسات والأهداف الموضوعية والالتزام بالشريعة الإسلامية في جميع الأنشطة

والعمليات والمعاملات بينك فيصل الإسلامي، وأن تقدم معايير المحاسبة الإسلامية الإرشادات والتوجيهات والالتزام بها بينك فيصل الإسلامي.

تختلف هذه الدراسة عن دراسة الباحثين في أنها تناولت المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية وأثرها على جودة المعلومات المحاسبية، بينما تناولت دراسة الباحثين جودة المعلومات المحاسبية وأثرها في تحسين الأداء المالي.

دراسة: (MrRebwarAlgrari ٢٠١٩)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة نظم المعلومات المحاسبية على جودة المعلومات المحاسبية، ومن ثم فقد تم تصميم الاستبيان المكون من عشرين سؤالاً من قبل الباحثين لقياس تأثير استخدام جودة نظم المعلومات المحاسبية على جودة المعلومات المحاسبية لشركة Asia Cell Telecommunication Company، تم توزيع هذا الاستبيان على ٤٠ محاسباً يعملون في Asia Cell Telecommunication تم استعادة جميع الاستبيانات الموزعة في الشركة، واستخدم اختبار الانحدار الخطي البسيط لاختبار فرضية الدراسة. ووجدت الدراسة أن هناك تأثيراً لاستخدام نظم المعلومات المحاسبية على جودة المعلومات المحاسبية بشركة آسيا سيل للاتصالات في سوق الأوراق المالية العراقي. بناءً على النتائج، أوصت الدراسة شركة الاتصالات والشركات الأخرى في سوق الأوراق المالية العراقي بضرورة الحرص على تحديث نظام المعلومات الإدارية المستخدم في إطار التطور التكنولوجي، والاهتمام بجودة المعلومات المحاسبية المستخدمة لتقييم أداء المؤسسة.

تختلف هذه الدراسة عن دراسة الباحثين في أنها تناولت أثر جودة نظم المعلومات المحاسبية على جودة المعلومات المحاسبية، بينما تناولت دراسة الباحثين جودة المعلومات المحاسبية وأثرها في تحسين الأداء المالي.

دراسة: (ZarinaZakaria&etal. ٢٠١٩)

تناولت هذه الدراسة بشكل أساسي الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية التي يمكن استخلاصها من مجلس معايير المحاسبة المالية (FASB)/ مجلس معايير المحاسبة الدولية (IASB) الإطار المفهومي ودراسات القيمة التي يحفزها مستخدمو المعلومات المحاسبية، التصميم/ المنهجية.

المنهج: تستعرض هذه الدراسة الأدبيات ذات الصلة بالقيمة وبيان مفاهيم المحاسبة المالية (SFAC) رقم ٨، الذي أصدره مجلس معايير المحاسبة المالية في سبتمبر ٢٠١٠ من أجل التمييز بينهما، وكانت أهم النتائج: أن الأدبيات ذات الصلة بالقيمة، والتي أبلغت عن الارتباطات بين أرقام المحاسبة وتقييمات الأسهم المشتركة، لها آثار أو استنتاجات محدودة لمستخدمي المعلومات المحاسبية، على الرغم من أن بعض العلماء يعتقدون أن نموذج ملاءمة القيمة يشير إلى أن المعلومات المحاسبية ذات صلة وموثوق بها (ممثلة بأمانة)، إلا أنه من الصعب أن نعزو سبب عدم ملاءمة القيمة إلى جوانب الأهمية أو الموثوقية كنموذج ملاءمة القيمة لا يميز بين الملاءمة والموثوقية، المساهمة النظرية/ الأصالة: تقدم هذه الدراسة بعض التوصيات وإطاراً للبحث الأكاديمي المستقبلي المتعلق بالخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية (خاصة الأرباح) ونماذج الصلة بالقيمة. آثار الممارس / السياسة: وفقاً للإطار المفاهيمي الذي حدده مجلس معايير المحاسبة المالية ومجلس معايير المحاسبة الدولية، فإن الملاءمة والتمثيل الصادق، بصفتها خصائص نوعية أساسية، مطلوبان لتوفير فائدة المعلومات المحاسبية، ويجب أن يؤخذ في الاعتبار من قبل العلماء وواضعي المعايير في مجال المحاسبة، حدود البحث / التضمين: هذه الورقة ليس لها تأثير مباشر على الممارسة، ولكن، إذا طبق واضعو المعايير والباحثون المفاهيم التي تم تحديدها في هذه الدراسة في معاييرهم المحاسبية وأبحاثهم، على التوالي، يمكن أن تكون نتائج تلك المعايير أو الأبحاث واضحة. تختلف هذه الدراسة عن دراسة الباحثين في أنها تناولت الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية، بينما تناولت دراسة الباحثين جودة المعلومات المحاسبية وأثرها في تحسين الأداء المالي.

المحور الثالث: الإطار النظري

أولاً: مفهوم جودة المعلومات المحاسبية:

تعرف جودة المعلومات المحاسبية بأنها المعلومات التي تم إعدادها وإنتاجها لتصبح في شكل أكثر نفعاً للفرد مستقبلاً، والتي يكون لها قيمة مدركة، إما في الاستخدام الحالي أو المتوقع في القرارات التي يتم اتخاذها (مرعي، ١٩٩٨م).

إن مصطلح الجودة بشكل عام يعني صلاحية الشيء للغرض الذي أعد من أجله أو مطابقة الخدمة للمواصفات المطلوبة، كما أن جودة الخدمة تعني ملاءمتها للغرض الذي تعد من أجله، ولذلك فالجودة مسألة

نسبية وحدودها أن تكون الخدمة مقبولة من جانب العميل من حيث إشباعها لحاجته في حدود المقابل الذي يتحمله (الحيالي، ٢٠٠٢م).

وقد أشار بعض الكتاب إلى أن مفهوم الجودة قد تطور عبر الزمن، فقد كان ينظر إليها البعض على أنها الكمال، ولكن يعاب على هذا المفهوم أنه محدود الفائدة، وقد ينظر إليها البعض الآخر على أنها شيء غير محسوس ومعنوي، ولكن يعاب على هذا المفهوم على أنه غامض وغير واقعي، في حين نظر إليها آخرون على أنها درجة الملاءمة للاستخدام (الشيرازي، ١٩٩٠م).

من خلال ما تقدم يتبين أن جودة المعلومات يتم إنتاجها لتكون أكثر فائدة ونفعاً لمستخدميها وذلك في الأجل الطويل أو الزمن الحالي في عملية اتخاذ القرارات، كما أن تكون صالحة للغرض الذي أعدت من أجله.

ثانياً: خصائص جودة المعلومات المحاسبية:

إن تحقيق المنفعة لمستخدمي المعلومات المحاسبية، ترتبط ارتباطاً وثيقاً بجودة هذه المعلومات، وتتحقق الجودة إذا ما توافر في تلك المعلومات مجموعة من الخصائص التي تجعلها ملائمة لاحتياجات مستخدميها (إبراهيم، ١٩٩٨م)، وقد وضع مجلس معايير المحاسبة الأمريكية قائمة بخصائص جودة المعلومات المحاسبية (FASB)، وتنقسم الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية إلى:

١- الخصائص الأساسية للمعلومات المحاسبية وتتمثل في:

أ- الملائمة:

تعتبر الملائمة من أهم الخصائص التي تعظم منفعة المعلومات المحاسبية التي يحتاجها مستخدمي المعلومات في سوق الأوراق المالية، ولكي تكون المعلومات المحاسبية ملائمة يجب أن تكون ذات تأثير أو ذات صلة مفيدة بالأعمال التي تهدف هذه المعلومات إلى تسهيلها أو بالنتائج المرغوب تحقيقها (Evanston، ١٩٦٦)، كما أن المعلومات المحاسبية تتمثل في مساعدة متخذ القرار على اتخاذ القرار الاقتصادي السليم، ويمثل اتخاذ القرار الاقتصادي السليم أحد أهداف المحاسبة، وتعتمد الملائمة على ثلاثة خصائص فرعية هي (حسين، ١٩٩٦م):

أ. توقيت المعلومات:

أن تتاح المعلومات في الوقت المناسب لمتخذ القرار، وفي وقت الحاجة إليها قبل أن تفقد قيمتها أو قدرتها على اتخاذ القرار أو تغييره، فإذا لم تتوفر المعلومات في وقت الحاجة إليها أو إذا توافرت بعد إعداد التقارير عن الأحداث فقدت عنصر الملائمة أو قلت أو انعدمت فائدتها.

أ.ii. التغذية العكسية:

أن تكون للمعلومات المحاسبية القدرة على التقويم والتصحيح وأن تكون صالحة للاستخدام في مختلف الظروف، وفي جميع الحالات ويتم استخدامها في تقييم الأعمال الماضية وتصحيح التوقعات السابقة بشأن تلك الأعمال.

أ.iii. القدرة على التنبؤ:

احتواء المعلومات على قدرة تنبئية، وبالتالي تمكين مستخدمي المعلومات من التنبؤ أو تقدير المستقبل وتكوين صورة احتمالية عنه، فالمعلومة الجيدة هي التي تمكن المستخدم من تكوين التوقعات عن النتائج المستقبلية وتحسن إمكاناته وقدراته في هذا المجال.

ب- الثقة:

تعتبر المعلومات المحاسبية موثوق بها لو أن المستخدمين يمكنهم الاعتماد عليها لإظهار الظروف الاقتصادية والأحداث الخاصة بالشركة، ولا تعني الثقة الدقة المطلقة فهناك درجات للثقة، فالمعلومات المبنية على الحكم الشخصي وتتضمن تقديرات تكوين غير دقيقة، ومع ذلك يمكن الوثوق بها، فالهدف هو تقديم المعلومات الموثوقة، ولكي تكون المعلومات المحاسبية دقيقة ويمكن الوثوق بها أن تتصف بما يلي: (Ellis، ١٩٨٠م)

أ. الصدق في التعبير:

أن تعبر الأرقام بالقوائم المالية بصدق عن الموارد والأحداث دون تزييف أو تمويه، ومن العوامل المهمة في أمانة التعبير ضرورة الاهتمام بالمحتوي دون الشكل، فلكي تعبر المعلومات بأمانة عن المعاملات والأحداث الأخرى التي تقصد أن تمثلها فإنه يستلزم عرض المعاملات والأحداث وفقاً لجوهرها وواقعها الاقتصادي وليس فقط شكلها القانوني.

ii. الحياد وعدم التحيز:

لكي تكون المعلومات من الممكن الاعتماد يستلزم أن تكون محايدة وغير متحيزة لصالح مجموعة من الأفراد وعلى حساب مجموعة أخرى، ويعني الحياد أيضاً عند صياغة أو تطبيق المعايير المحاسبية يركز على ملاءمة المعلومات والثقة وليس على النتائج الاقتصادية المتوقعة من استخدام قاعدة محاسبية معينة. iii. إمكانية التحقق:

حتى تكون المعلومات المحاسبية قابلة للتحقق، يفترض أن تكون لها دلالة محددة، وأن يكون لها استقلالها بصرف النظر عن يقوم بإعدادها أو استخدامها. ٢- الخصائص الثانوية للمعلومات المحاسبية وتتمثل في: أ. القابلية للمقارنة:

يجب أن يكون المستخدمين قادرين على مقارنة أداء المشروع عبر الزمن وإجراء المقارنات مع أداء المشروعات الأخرى (مارشال، ٢٠١٠م). إن عرض المعلومات المحاسبية بالشكل الذي يجعلها قابلة للمقارنة سواء مع المعلومات على مستوى القطاع ككل أو على المستوى الداخلي للوحدة المحاسبية، يحقق قدرة أكبر في تقييم الأداء وتحسين التنبؤات وترشيد القرارات المختلفة (الشحادة، ٢٠١١م). ب. الثبات:

هي تعني الثبات على استخدام نفس الطرق والأساليب المعتمدة في قياس وتوصيل المعلومات المحاسبية من فترة لأخرى، وإذا ما دعت الحاجة إلى تغيير فيجب التنويه عن ذلك لكي يتم أخذ ذلك بنظر الاعتبار من قبل المستخدم (نبيل، ٢٠١٢م).

٣- الخصائص المرتبطة بمستخدمي المعلومات المحاسبية:

توجد مواصفات ترتبط بالمستخدمين للقوائم المالية كدرجة الفهم، ضروري لتكون المعلومات المحاسبية ذات فائدة لمتخذي القرارات، فالمعلومات لن تكون مفيدة في اتخاذ القرارات إذا لم يتم فهمها حتى ولو كانت المعلومات ملائمة وموثوق بها، وتعتمد درجة الفهم على مواصفات المستخدم والمواصفات الخاصة بالمعلومات، فالتقارير والقوائم المالية تقدم للمستخدمين الذين لهم قدر معقول من الفهم للأنشطة الاقتصادية والذين لديهم الرغبة في دراسة المعلومات المقدمة بقدر معقول من الاهتمام (نشش، ٢٠٠٥م).

يتضح من خلال ما سبق أن جودة المعلومات المحاسبية يجب أن ترتبط بخصائص نوعية تساهم في زيادة جودتها ومنفعتيها لمستخدميها، وقد وضع مجلس معايير المحاسبة الأمريكية قائمة بخصائص جودة المعلومات المحاسبية (FASB)، وتنقسم الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية إلى نوعين خصائص رئيسية مثل الملاءمة والتي تعتمد على ثلاث خصائص فرعية وهي: التوقيت المناسب، والقدرة على التنبؤ، والتغذية العكسية. أما الخاصية الرئيسية الثانية في الثقة، حيث يجب الاعتماد على المعلومات في إظهار الوضع الاقتصادي للشركة ولها خصائص فرعية حيث يجب أن تكون المعلومات تعبر عن صدق الأرقام ويجب أن تكون المعلومات محايدة وغير متحيزة لفئة معينة، كما يجب أن تكون المعلومات قابلة للتحقق، وأما الخصائص الثانوية فتتمثل في القابلية للمقارنة، والثبات. وكما يجب أن تكون المعلومات قابلة للفهم من قبل مستخدميها.

ثالثاً: تعريف الأداء المالي:

يمثل الأداء المالي المفهوم الضيق لأداء الشركات حيث يركز على استخدام مؤشرات مالية لقياس مدى إنجاز الأهداف ويعبر عن أداء الشركات حيث أنه الدعم الأساسي للأعمال المختلفة التي تمارسها الشركة، ويساهم في إتاحة الموارد المالية وتزويد الشركة بفرص استثمارية وميادين الأداء المختلفة والتي تساعد على تلبية احتياجات أصحاب المصالح وتحقيق رغباتهم. كما يمكن تعريفه على أنه تشخيص الوضع المالي للمؤسسة لمعرفة مدى قدرتها على إنشاء قيمة ومجاهاة المستقبل من خلال اعتمادها على الميزانيات، جدول حسابات النتائج، الجداول الملحقة، ولكن لا جدوى من ذلك إذا لم يأخذ الظرف الاقتصادي والقطاع الصناعي الذي تنتمي إليه المؤسسة النشطة (الخطيب، ٢٠١٠م).

يتبين مما سبق أن الأداء المالي يساهم في إتاحة الموارد المالية وتزويد الشركة بفرص استثمارية وميادين الأداء المختلفة والتي تساعد على تلبية احتياجات أصحاب المصالح وتحقيق رغباتهم وتحديد الوضع المالي للمؤسسة لمعرفة مدى قدرتها على إنشاء قيمة ومجاهاة المستقبل.

رابعاً: العوامل المؤثرة على الأداء المالي:

من العوامل المؤثرة على الأداء المالي في المؤسسة هي (جمعة، ٢٠٠٠م):

١. العوامل الداخلية: هي تلك العوامل التي تؤثر على أداء المؤسسة، والتي يمكن للمؤسسة التحكم فيها والسيطرة عليها بالشكل الذي يساعد على تعظيم العائد وتقليل التكاليف ومنها: الرقابة بعلى التكاليف، الرقابة على كفاءة استخدام الموارد المالية المتاحة، والرقابة على تكلفة الحصول على الأموال.

٢. العوامل الخارجية: تواجه المؤسسة مجموعة من التغيرات الخارجية التي تؤثر على أدائها المالي حيث لا يمكن لإدارة المؤسسة السيطرة عليها، وإنما يمكن توقع النتائج المستقبلية لهذه التوقعات، ومحاولة إعطاء خطوط لمواجهتها والتقليل من تأثيراتها ومن هذه العوامل: التغيرات العلمية والتكنولوجية المؤثرة على نوعية الخدمات، القوانين والتعليمات التي تطبق على المؤسسات من طرف الدولة وقوانين السوق، والسياسات المالية والاقتصادية للدولة.

من خلال ما تقدم يتضح بأن هناك عوامل تؤثر على الأداء المالي حيث هناك عوامل للمؤسسة التحكم فيها والسيطرة عليها، وهذه تعرف بالعوامل الداخلية، وهناك مجموعة من التغيرات الخارجية لا يمكن لإدارة المؤسسة السيطرة عليها ويمكن توقع نتائج مستقبلية وهذه تعرف بالعوامل الخارجية.

المحور الرابع: الدراسة الميدانية

أولاً: إجراءات الدراسة الميدانية:

١. مجتمع وعينة البحث:

يتكون مجتمع البحث من عينة من العاملين بالمؤسسات المالية السودانية، تم اختيار عينة ميسرة للباحث من (٣٠) مفردة من ذوي الاختصاص.

٢. الاستبانة الموزعة والمستلمة لمجتمع البحث:

الأداة المستخدمة لجمع البيانات في هذا البحث هي الاستبانة، فقد تم توزيع (٣٠) استبانة على مجتمع البحث لعينة طبقية قسدية من عينة من العاملين بالمؤسسات المالية السودانية الجدول (١) يبين عدد الاستبانة الموزعة والمستلمة للمجتمع.

جدول (١) الاستبانة الموزعة والمستلمة

النسبة المئوية	الاستبانة المستلمة	الاستبانة الموزعة	عينة البحث
١٠٠%	٣٠	٣٠	العاملين بالمؤسسات المالية السودانية والجهات ذات الصلة
١٠٠%	٣٠	٣٠	المجموع

المصدر: إعداد الباحثون، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، ٢٠٢٠م

يوضح الجدول (١) عدد الاستبانة الموزعة والمستلمة التي أجري عليها التحليل وبلغت نسبة الاستجابة (١٠٠%) وهذا يدل على أن كل الاستبانة التي وزعت تم استلامها، هي كافية لإجراء الاختبارات الإحصائية والحصول على نتائج تعمم على مجتمع البحث المعني. لإثبات المحاور أو نفيها كان الاستبيان خماسي التقدير، وتم تصحيح فقراته بالطريقة الموضحة في الجدول التالي:

جدول (٢) أوزان مقياس ليكرت الخماسي

الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
إيجابية	٥ درجات	٤ درجات	٣ درجات	درجتان	درجة واحدة

ولتحديد بداية منطقية محايدة في مقياس ليكرت الخماسي

المستهدفة تُعد عملية مهمة لأنها تؤدي إلى أداة قياس علمية يُعتمد عليها في جمع البيانات وبالتالي تعميم النتائج وعملية ضبط الاستبيان تتطلب ما يلي:

٣. معامل الثبات للاستبيان: Reliability

جدول (٣) معامل الصدق والثبات لعبارات الاستبيان

العبارات	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ للثبات	الصدق
جميع العبارات	١٤	٩٦%	٩٨%

المصدر: إعداد الباحثون، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، ٢٠٢٠م

يوضح الجدول (٣) السابق أعلاه أن معامل ألفا كرونباخ لكل عبارات الاستبيان ٩٦% وهو مرتفع وموجب الإشارة لعبارات الاستبيان، أي أن زيادة قيمة معامل كرونباخ ألفا تعني زيادة مصداقية البيانات أي أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه.

ثانياً: تحليل البيانات الشخصية:

جدول (٤) النسب والتكرارات للبيانات الشخصية

النسبة	التكرار	المؤهل العلمي
٤٦.٧%	١٤	بكالوريوس
١٠%	٣	دبلوم عالي
٣٠%	٩	ماجستير
١٠%	٣	دكتوراه
٣.٣%	١	أخرى
١٠٠%	٣٠	المجموع
النسبة	التكرار	التخصص العلمي
٣٣.٣%	١٠	محاسبة مالية
٢٠%	٦	إدارة أعمال
١٣.٣%	٤	اقتصاد
١٦.٧%	٥	دراسات مصرفية
٦.٧%	٢	نظم معلومات محاسبية
١٠%	٣	محاسبة وتمويل
١٠٠%	٣٠	المجموع
النسبة	التكرار	المؤهل المهني
٣.٣%	١	زمالة عربية
١٠%	٣	زمالة سودانية
٣٠%	٩	أخرى
٥٦.٧%	١٧	لا يوجد مؤهل
١٠٠%	٣٠	المجموع

المصدر: إعداد الباحثون، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، ٢٠٢٠م

الجدول (٤) يوضح النسب والتكرارات للبيانات المؤهل العلمي لاحظ الباحث أن من ٤٦% من عينة الدراسة يحملون شهادة البكالوريوس مع وجود نسبة مرتفعة للماجستير وذلك يفسر أن العينة المبحوثة متفهمه لموضوع الدراسة وكما لاحظ الباحث أن هنالك تقارب في التخصصات العلمية مع وجود نسبة معقولة في المحاسبين الماليين تفوق الـ ٣٣% والمؤهل المهني نجد أن معظم أفراد عينة الدراسة ليست لديهم مؤهلات مهنية.

ثالثاً: تحليل البيانات الرئيسية:

المحور الأول: العوامل الداخلية المؤثرة على تحسين الأداء المالي

جدول (٥) النسب والتكرارات لعبارات المحور الأول

العبارات	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
تعمل خصائص جودة المعلومات المحاسبية على رفع كفاءة الأداء المالي للمؤسسات المالية.	١	٢	١٧	١٠
	%٣.٣	%٦.٧	%٥٦.٧	%٣٣.٣
تعتبر خصائص جودة المعلومات المحاسبية من أهم عناصر الرقابة على التكاليف.	١	٢	١٦	١١
	%٣.٣	%٦.٧	%٥٣.٣	%٣٦.٧
تساعد خصائص جودة المعلومات المحاسبية في الرقابة على كفاءة استخدام الموارد المالية المتاحة.	٠	٣	١٥	١٢
	%٠.٠	%١٠	%٥٠	%٤٠
تمكن خصائص جودة المعلومات المحاسبية المؤسسة من التحكم على تعظيم العائد.	١	٢	١٧	١٠
	%٣.٣	%٦.٧	%٥٦.٧	%٣٣.٣
تساهم خصائص جودة المعلومات المحاسبية في الرقابة على تكلفة الحصول على الأموال.	١	٢	١٧	١٠
	%٣.٣	%٦.٧	%٥٦.٧	%٣٣.٣
توفر خصائص جودة المعلومات المحاسبية تقارير مالية دقيقة مما تسهم في اتخاذ القرارات المالية.	١	٣	١٧	٩
	%٣.٣	%١٠	%٥٦.٧	%٣٠
تساعد خصائص جودة المعلومات المحاسبية في تشجيع العملية الاستثمارية.	١	٢	١٧	١٠
	%٣.٣	%٦.٧	%٥٦.٧	%٣٣.٣
تساهم خصائص جودة المعلومات المحاسبية تدفق المعلومات في التوقيت المناسب لزيادة حقوق الملكية	٠	٣	١٦	١١
	%٠.٠	%١٠	%٥٣.٣	%٣٦.٧

المصدر: إعداد الباحثون، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، ٢٠٢٠م

الجدول (٥) يوضح النسب والتكرارات لعبارات المحور الأول وفيه لاحظ الباحث أن أغلب أفراد العينة موافقون وموافقون بشدة لجميع عبارات المحور وتكاد تنعدم نسبة عدم الموافقة وكما انعدمت نسبة عدم الموافقة بشدة تماماً مع نسبة ضئيلة للمحايدة.

جدول (٦) الإحصاءات الوصفية ومربع كاي لعبارات المحور الأول

القرار	النتيجة	مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة مربع كاي	الانحراف المعياري	المنوال	الوسط الحسابي	العبارات
القبول	الموافقة	.٠٠٠٠	٣	٩٣.٥٣٣	٠.٥٣٦	٥	٣.٥٧	تعمل خصائص جودة المعلومات المحاسبية على رفع كفاءة الأداء المالي في المؤسسات المالية.
القبول	الموافقة	.٠٠٠٠	٣	٩٢.٤٦٧	٠.٦٠٩	٥	٣.٥٤	تعتبر خصائص جودة المعلومات المحاسبية من أهم عناصر الرقابة على التكاليف
القبول	الموافقة	.٠٠٠٠	٣	٨١.٧٣٣	٠.٥٨٥	٥	٣.٥٣	تساعد خصائص جودة المعلومات المحاسبية في الرقابة على كفاءة استخدام الموارد المالية المتاحة.
القبول	الموافقة	.٠٠٠٠	٣	٨٩.٠٠٠	٠.٥٣٦	٥	٣.٥٧	تمكن خصائص جودة المعلومات المحاسبية المؤسسة من التحكم و السيطرة على تعظيم العائد و تقليل التكاليف.
القبول	الموافقة	.٠٠٠٠	٣	٨٥.٤٠٠	٠.٥٣٩	٥	٣.٥٤	تساهم خصائص جودة المعلومات المحاسبية في الرقابة على تكلفة الحصول على الأموال.
القبول	الموافقة	.٠٠٠٠	٤	١٢٨.٠٨ ٣	٠.٥٦٧	٥	٣.٥٣	تساعد خصائص جودة المعلومات المحاسبية في تشجيع العملية الاستثمارية.
القبول	الموافقة	.٠٠٠٠	٤	١٣٩.٦٦ ٧	٠.٥٤٥	٥	٣.٥٧	تساعد خصائص جودة المعلومات المحاسبية في تشجيع العملية الاستثمارية.
القبول	الموافقة	.٠٠٠٠	٤	١٣٥.٥٨ ٣	٠.٥٦٧	٥	٣.٥٢	تساهم خصائص جودة المعلومات المحاسبية تدفق المعلومات في التوقيت المناسب على زيادة حقوق الملكية

المصدر: إعداد الباحثون، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، ٢٠٢٠م

الجدول (٦) يوضح الإحصاءات الوصفية وقيم مربع كاي لعبارات المحور الأول وفيه لاحظ الباحث أن الوسط الحسابي لجميع العبارات يدور حول الرقم (٤) تقريباً والمنوال أخذ الرقم (٥) بانحرافات معيارية متجانسة وأقل من الواحد الصحيح والفرق بينها لا يتجاوز (٠.٠٩) وحسب المقياس الذي تم شرحه سابقاً (مقياس ليكرت) وحسب الأوزان الموضحة لاحظ الباحث الموافقة العالية على جميع عبارات المحور والعمود المسمى النتيجة يوضح ذلك، (ولاختبار الأثر المعنوي لكل عبارة) ومدى أهمية ومساهمة كل عبارة على الدراسة نلاحظ أن قيم مربع كاي المحسوبة كبيره مقارنة بالقيم الجدولية تحت درجات الحرية (٤ و٣) وبمستوى دلالة لجميع العبارات (٠.٠٠) وعند مقارنة قيم مستويات الدلالة بمستوى المعنوية المسموح به إحصائياً (٠.٠٥) نجد أن قيمة مستوى الدلالة تقل كثيراً عن مستويات المعنوية مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية في عبارات المحور وهذا يعني وجود أثر معنوي لكل العبارات والعمود المسمى القرار يوضح ذلك.

المحور الثاني: العوامل الخارجية لتحسين الأداء المالي

جدول (٧) النسب والتكرارات لعبارات المحول الثاني

أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	العبارات
٩	١٩	٢	٠	تعمل خصائص جودة المعلومات المحاسبية على مواكبة التغيرات العلمية و التكنولوجية المؤثرة على نوعية الخدمات التي تقدمها المؤسسات المالية.
%٣٠	%٦٣.٣	%٦.٧	%٠.٠	
٩	١٩	٢	٠	توفر خصائص جودة المعلومات المحاسبية تغذية عكسية مما تسهم في ترشيد القرار الاستثماري.
%٣٠	%٦٣.٣	%٦.٧	%٠.٠	
٨	١٨	٣	١	تساعد خصائص جودة المعلومات المحاسبية على توحيد القوانين و التعليمات التي تطبق على المؤسسات من طرف الدولة و قوانين السوق.
%٢٦.٧	%٦٠	%١٠	%٣.٣	
١٠	١٧	٣	٠	تساعد خصائص جودة المعلومات المحاسبية على جعل السياسات المالية و الاقتصادية للدولة أكثر مرونة.
%٣٣.٣	%٥٦.٧	%١٠	%٠.٠	
٩	١٧	٣	١	الإفصاح عن خصائص جودة المعلومات المحاسبية يساعد على تلبية احتياجات أصحاب المصالح.
%٣٠	%٥٦.٧	%١٠	%٣.٣	
٩	١٧	٣	١	تساهم خصائص جودة المعلومات المحاسبية في توفير الموارد المالية و تزويد المؤسسة بفرص استثمارية
%٣٠	%٥٦.٧	%١٠	%٣.٣	
٨	١٧	٤	١	تساعد خصائص جودة المعلومات المحاسبية على تشخيص الوضع المالي للمؤسسة و معرفة مدى قدرتها على إنشاء قيمة و مجابهة المستقبل.
%٢٦.٧	%٥٦.٧	%١٣.٣	%٣.٣	
٩	١٦	٣	٢	تساعد الحيادية وعدم التحيز في المعلومات المالية
%٣٠	%٥٣.٣	%١٠	%٦.٧	

المصدر: إعداد الباحثون، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، ٢٠٢٠م

الجدول (٧) يوضح النسب والتكرارات لعبارات المحور الثاني وفيه لاحظ الباحث أن أغلب أفراد العينة موافقون وموافقون بشدة لجميع عبارات المحور وتكاد تتعدم نسبة عدم الموافقة وكما انعدمت نسبة عدم الموافقة بشدة تماماً مع نسبة ضئيلة للمحايدة.

جدول (٦) الإحصاءات الوصفية ومربع كاي لعبارات المحور الأول

القرار	النتيجة	مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة مربع كاي	الانحراف المعياري	المنوال	الوسط الحسابي	العبارات
القبول	الموافقة	.٠٠٠٠	٣	٩٣.٥٣٣	٠.٥٣٦	٥	٣.٥٧	تعمل خصائص جودة المعلومات المحاسبية على مواكبة التغيرات العلمية والتكنولوجية المؤثرة على نوعية الخدمات التي تقدمها المؤسسات المالية.
القبول	الموافقة	.٠٠٠٠	٣	٩٢.٤٦٧	٠.٦٠٩	٥	٣.٥٤	توفر خصائص جودة المعلومات المحاسبية تغذية عكسية مما تسهم في ترشيد القرار الاستثماري.
القبول	الموافقة	.٠٠٠٠	٣	٨١.٧٣٣	٠.٥٨٥	٥	٣.٥٣	تساعد خصائص جودة المعلومات المحاسبية على توحيد القوانين والتعليمات التي تطبق على المؤسسات من طرف الدولة و قوانين السوق.
القبول	الموافقة	.٠٠٠٠	٣	٨٩.٠٠٠	٠.٥٣٦	٥	٣.٥٧	تساعد خصائص جودة المعلومات المحاسبية على جعل السياسات المالية والاقتصادية للدولة أكثر مرونة.
القبول	الموافقة	.٠٠٠٠	٣	٨٥.٤٠٠	٠.٥٣٩	٥	٣.٥٤	الافصاح عن خصائص جودة المعلومات المحاسبية يساعد على تلبية احتياجات أصحاب المصالح.
القبول	الموافقة	.٠٠٠٠	٤	١٢٨.٠٨٣	٠.٥٦٧	٥	٣.٥٣	تساهم خصائص جودة المعلومات المحاسبية في توفير الموارد المالية و

								تزويد المؤسسة بفرص استثمارية
القبول	الموافقة	٤	١٣٩.٦٦٧	٠.٥٤٥	٥	٣.٥٧	تساعد خصائص جودة المعلومات المحاسبية على تشخيص الوضع المالي للمؤسسة ومعرفة مدى قدرتها على إنشاء قيمة ومجابهة المستقبل.
القبول	الموافقة	٤	١٣٥.٥٨٣	٠.٥٦٧	٥	٣.٥٢	تساعد الحيادية وعدم التحيز في المعلومات المالية

المصدر: إعداد الباحثون، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، ٢٠٢٠م

الجدول (٦) يوضح الإحصاءات الوصفية وقيم مربع كاي لعبارات المحور الثاني وفيه لاحظ الباحث أن الوسط الحسابي لجميع العبارات يدور حول الرقم (٤) تقريباً والمنوال أخذ الرقم (٥) بانحرافات معيارية متجانسة وأقل من الواحد الصحيح والفرق بينها لا يتجاوز (٠.٠٩) وحسب المقياس الذي تم شرحه سابقاً (مقياس ليكرت) وحسب الأوزان الموضحة لاحظ الباحث الموافقة العالية على جميع عبارات المحور والعمود المسمى النتيجة يوضح ذلك، (ولاختبار الأثر المعنوي لكل عبارة) ومدى أهمية ومساهمة كل عبارة على الدراسة نلاحظ أن قيم مربع كاي المحسوبة كبيره مقارنة بالقيم الجدولية تحت درجات الحرية (٣ و٤) وبمستوى دلالة لجميع العبارات (٠.٠٠) وعند مقارنة قيم مستويات الدلالة بمستوى المعنوية المسموح به إحصائياً (٠.٠٥) نجد أن قيمة مستوى الدلالة تقل كثيراً عن مستويات المعنوية مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية في عبارات المحور وهذا يعني وجود أثر معنوي لكل العبارات والعمود المسمى القرار يوضح ذلك.

الخاتمة:

أولاً: النتائج

من خلال الدراسة الميدانية توصل الباحثون إلى النتائج الآتية:

- ١- خصائص جودة المعلومات المحاسبية ساعدت في الرقابة على كفاءة استخدام الموارد المالية المتاحة.
- ٢- خصائص جودة المعلومات المحاسبية مكنت المؤسسة من التحكم على تعظيم العائد، وهذه النتيجة تؤكد صحة الفرضية الأولى.
- ٣- خصائص جودة المعلومات المحاسبية ساعدت في تشجيع العملية الاستثمارية.
- ٤- خصائص جودة المعلومات المحاسبية واكبت التغيرات العلمية والتكنولوجية المؤثرة على نوعية الخدمات التي تقدمها المؤسسات المالية، هذه النتيجة تؤكد صحة الفرضية الثانية.
- ٥- خصائص جودة المعلومات المحاسبية شخّصت الوضع المالي للمؤسسة ومعرفة مدى قدرتها على إنشاء قيمه ومجابهة المستقبل.
- ٦- الإفصاح عن خصائص جودة المعلومات المحاسبية ساعد على تلبية احتياجات أصحاب المصالح في العملية الاستثمارية.

ثانياً: التوصيات

بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها يوصى الباحثان بالآتي:

- ١- ضرورة إلزام المؤسسات بالاعتماد على جودة المعلومات المحاسبية في تعظيم العائد المالي من العمليات الاستثمارية.
- ٢- يجب فرض الرقابة الفعالة على أداء الوحدات الاقتصادية وتدعيم المساءلة المحاسبية ومراعاة احتياجات أصحاب المصالح.
- ٣- ضرورة الإفصاح عن المعلومات المحاسبية الجيدة التي تلبى احتياجات تحسين الأداء المالي.
- ٤- يجب أن يكون المستخدمين قادرين على مقارنة أداء المشروع عبر الزمن وإجراء المقارنات مع أداء المشروعات الأخرى.
- ٤- تعميق ثقافة الالتزام بمواكبة التغيرات العلمية والتكنولوجية التي تعظم أرباح الوحدة الاقتصادية.

المصادر والمراجع:

المصادر العربية:

- إبراهيم، أحمد على (١٩٩٨م)، دور مهنة المحاسبة والمراجعة في بث الثقة والمصادقية في المعلومات المالية المقدمة لهيئة سوق المال لخدمة المستثمر العادي، مجلة الدراسات والبحوث التجارية، جامعة الزقازيق، العدد الأول.
- عبد الله، أمير إبراهيم يوسف (٢٠٠٦م)، دور المعلومات المحاسبية في تقويم أداء الشركات المدمجة_ رسالة ماجستير المحاسبة والتمويل_ جامعة النيلين.
- ستدرات، بول، مارشال رومني، (٢٠١٠م) نظم المعلومات المحاسبية، الكتاب الأول، تعريب د. قاسم إبراهيم الحسيني، جامعة المون، البحرين.
- جمعة، السعيد فرحات (٢٠٠٠م)، الأداء المالي لمنظمات الأعمال، دار المريخ، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- الشيرازي، عباس مهدي (١٩٩٠م)، نظرية المحاسبة، الطبعة الأولى دار السلاسل للطباعة والنشر والتوزيع.
- مرعي، عبد الحي، د. إسماعيل إبراهيم جمعة (١٩٩٨م)، المعلومات المحاسبية في اتخاذ القرارات، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، جامعة الإسكندرية، كلية التجارة.
- الشحاد، عبد الرزاق قاسم (٢٠١١م)، وآخرون، نظرية المحاسبة، الطبعة الأولى، زمزم للنشر والتوزيع، جامعة الزيتونة الأردنية.
- الموسوي، على فاضل دخيل (٢٠٠٥م)، نظام المعلومات المحاسبي الالكتروني ودوره في تعزيز أمن المعلومات المالية، رسالة ماجستير منشورة، جامعة القادسية، كلية الإدارة والاقتصاد، سليمة نشنش، دور المعلومات المحاسبية في اتخاذ قرار الاستثمار المالي، رسالة علمية للحصول على ماجستير المحاسبة (غير منشورة)، الجزائر، المدرسة العليا للتجارة.
- عمر، فاطمة إبراهيم إبراهيم (٢٠١٢م)، نظم المعلومات المحاسبية وتطويرها باستخدام النظام المتكامل للمعلومات في الوحدات الاقتصادية الحكومية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة النيلين.

- أحمد، تسنيم عبدالرحيم محمد (٢٠١٧م)، دور جودة المعلومات المحاسبية في ترشيد قرارات منح الائتمان المصرفي للحد من مخاطر التعثر، (الخرطوم: جامعة النيلين، كلية الدراسات العليا، رسالة ماجستير في المحاسبة غير منشورة).
- حمزة، علاء الدين قاسم إدريس (٢٠١٨م)، دور معايير المحاسبة الإسلامية في زيادة جودة المعلومات المحاسبية، (الخرطوم: جامعة النيلين، كلية الدراسات العليا، رسالة ماجستير في المحاسبة غير منشورة).
- الخطيب، محمد محمود (٢٠١٠م)، العوامل المؤثرة على الأداء المالي وأثره على جودة أسهم الشركات، الطبع الأولي، دار الحامد، عمان.
- إبراهيم، نبيل عبدالرؤوف (٢٠١٢م)، دلالة العلاقة بين خصائص جودة المعلومات المحاسبية والعوامل المؤثرة على دقة قياس القيمة العادلة، مجلة الفكر المحاسبي، مجلة علمية متخصصة ومحكمة تصدر عن قسم المحاسبة والمراجعة بكلية التجارة جامعة عين شمس، العدد الثالث، أكتوبر.
- الحياي، وليد ناجي، مدخل في المحاسبة الإدارية، مؤسسة مي للطباعة، ٢٠٠٢م.

المصادر الأجنبية:

- Financial Accounting Standard Board (FASB)، Qualitative Characteristic of Accounting Information، Statements of Financial Accounting Concepts No٢، ١٩٩٠.
- Statement of Basic Accounting Theory، Evanston، ١٩٦٦.
- Ellis، L.، & Ronald، J.، Intermediate Accounting New York: MC-Grow-Hill Book Company، ١٩٨٠.
- MrRebwar، Algrari (٢٠١٩) The impact of Accounting Information Systems' Quality on Accounting Information Quality
- Zarina Zakaria & etal. (٢٠١٩) The Quality of Accounting Information: Relevance or Value-Relevance؟، Asian Journal of Accounting Perspectives vol:١٢(١)

قواعد السلوك المهني للمراجعة ودورها في تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية بالمصارف
السودانية

**Audit professional ethics rules and its role in developing the professional
practice of internal auditing in Sudanese banks**

د. حسن عوض حسن خالد*

المستخلص

تمثلت مشكلة الدراسة في عدم اهتمام بعض إدارات المراجعة الداخلية بالمصارف السودانية بتطبيق قواعد السلوك المهني للمراجعة الداخلية، والاستفادة منها في تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية. هدفت الدراسة إلى تشجيع إدارات المراجعة الداخلية بالمصارف على تطبيق معايير وقواعد السلوك المهني للمراجعة الداخلية، بدراسة العلاقة بين قواعد السلوك المهني للمراجعة الداخلية والأداء المهني للمراجعة الداخلية وتطويره. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: الاستقلالية التي يتمتع بها المراجع الداخلي عند وضع برنامج المراجعة تساهم في تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية. أوصت الدراسة بعدة توصيات منها، ضرورة زيادة وعي المراجعين الداخليين في المصارف السودانية بقواعد السلوك المهني للمراجعة الداخلية وأهمية الالتزام بها.

الكلمات المفتاحية: المراجعة، السلوك المهني، تطوير الممارسة.

* أ. مساعد - قسم المحاسبة - كلية التجارة - جامعة النيلين - السودان.

Abstract

The problem of the study represented in lack of interest of some internal audit managements in Sudanese banks in implementing professional ethic rules of audit and to its advantages in developing professional practice of internal audit. The study aimed to encourage internal audits management in banks for implementing audit's standards and professional ethic rules, study the relationship between professional ethic rules of audit and professional performance of internal audit and developing it. The study found several results, among which is that, the independence of internal auditor when planning for auditing distributes in developing professional practice of internal audit, the study recommended several recommendations, among which is that, need for increasing the awareness of internal auditors in Sudanese banks for internal audit's professional ethic rules and its importance of implementing it.

Key words: audit, professional ethics, professional practice.

أولاً: الإطار المنهجي:

تمهيد:

أدى التطور الاقتصادي والتكنولوجي الذي يشهده العالم المعاصر إلى تطور منظمات الأعمال من حيث التوسع في أنشطتها وأحجامها، مما زاد الأعباء على مهنة المراجعة بصفة عامة والمراجعة الداخلية بصفة خاصة؛ حيث تطلب الأمر من المراجعة الداخلية تطوير آلياتها وأساليبها وأدواتها لتواكب هذا التطور الهائل في قطاع الأعمال، ولذلك قامت المنظمات المهنية المعنية بالشأن المحاسبي والمراجعة بإصدار مجموعة من المعايير التي تحكم عمل المراجعة بصفة عامة والمراجعة الداخلية بصفة خاصة، بغية تسهيل عملية الرقابة الداخلية وعمليات المراجعة الداخلية على وجه التحديد، وتشمل معايير المراجعة مجموعة من قواعد السلوك المهني التي يجب أن يلتزم بها المراجع الداخلي عند ممارسته لمهنة المراجعة ولتحقيق أهداف عملية المراجعة الداخلية، و لأن بيئة الأعمال في السودان ليست بمنأى عن تلك التطورات، جاءت هذه الدراسة لاستكشاف دور قواعد السلوك المهني في تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية بالمصارف السودانية.

مشكلة الدراسة:

تمثلت مشكلة الدراسة في عدم اهتمام بعض إدارات المراجعة الداخلية بالشركات السودانية بتطبيق قواعد السلوك المهني للمراجعة، والاستفادة منها في تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية. وعليه يمكن تلخيص المشكلة في التساؤلات التالية:

1. هل هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استقلالية المراجع وتطوير الممارسة المهنية للمراجعة

الداخلية بالمصارف السودانية؟

2. هل هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكفاءة المهنية للمراجع وتطوير الممارسة المهنية

للمراجعة الداخلية بالمصارف السودانية؟

أهمية الدراسة:

تتمثل الأهمية العلمية للدراسة في بيان مفهوم وأهمية وأهداف المراجعة الداخلية وقواعد السلوك المهني للمراجعة، كما تعتبر هذه الدراسة إضافة قيمة للمكتبة العلمية بما توفره من معلومات عن متغيرات الدراسة لطلاب العلم والباحثين.

وتتمثل الأهمية العملية في توضيح مدى تطبيق قواعد السلوك المهني للمراجعة بالمصارف السودانية، وبيان كيفية الاستفادة من قواعد السلوك المهني للمراجعة في تطوير الأداء المهني للمراجعة الداخلية.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف على مدى تطبيق إدارات المراجعة الداخلية بالمصارف السودانية لقواعد السلوك المهني للمراجعة.
2. دراسة العلاقة بين قواعد السلوك المهني للمراجعة والأداء المهني للمراجعة الداخلية وتطويرها.
3. تشجيع إدارات المراجعة الداخلية على تطبيق معايير وقواعد السلوك المهني للمراجعة.
4. الوصول لنتائج والحصول على توصيات من شأنها المساهمة في الاستفادة من نتائج الدراسة في تحقيق أهدافها.

فرضيات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى اختبار الفرضيات التالية:

- الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استقلالية المراجع وتطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية بالمصارف السودانية.
- الفرضية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكفاءة المهنية للمراجع وتطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية بالمصارف السودانية.

منهجية الدراسة:

اتبعت الدراسة المنهج التاريخي في تتبع الدراسات السابقة ذات الصلة، والمنهج الاستنباطي في صياغة مشكلة وفرضيات الدراسة، والمنهج الاستقرائي في اختبار صحة الفرضيات، والمنهج الوصفي التحليلي في الدراسة الميدانية، تم جمع البيانات الأولية باستخدام الاستبانة بمصرف الادخار ولاية الخرطوم في عام 2019م، أما المصادر الثانوية فهي الكتب والمراجع والرسائل الجامعية والمجلات والدوريات العلمية والمواقع الإلكترونية.

ثانياً: الدراسات السابقة:

هنالك العديد من الدراسات التي تناولت موضوع الدراسة منها:

دراسة: سامح، إيمان، (2010م):

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأنشطة التي يمارسها المراجع الداخلي ليساهم في تحسين كفاءة نظم الرقابة الداخلية المطبقة في الشركات، وكذلك تقويم تلك الرقابة لوضعها في الإطار الذي يحقق أهداف الشركة، وتحقيقاً لهذا الهدف سيتم استعراض مفهوم المراجعة الداخلية وأهدافها ومهامها، وكذلك التطرق إلى مفهوم نظم الرقابة الداخلية ومكوناتها وأهميتها، ولتحقيق أهداف الدراسة تم اختبار عدة فرضيات منها، لحوكمة الشركات أهمية استراتيجية عند تطبيقها في مختلف المجالات، و للمراجعة الداخلية دور في تقويم نظم الرقابة الداخلية، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة طردية قوية جدا بين المراجعة الداخلية وكفاءة نظام الرقابة الداخلية، تمثل الرقابة سواء كانت داخلية أو خارجية من أهم الآليات الرقابية التي يعتمد عليها مفهوم حوكمة الشركات وكذلك المراجعة الداخلية.

دراسة: عبد الرحمن (2012م):

هدفت الدراسة إلى توضيح الإطار العام لأخلاقيات مهنة التدقيق والتعرف على جوانبها بهدف تحديد ما تتضمنه من جوانب أخلاقية، وتحديد الجوانب الإيجابية المساعدة على تحسين جودة عملية التدقيق، ولتحقيق أهداف الدراسة تم اختبار عدة فرضيات منها، لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للموضوعية والاستقلالية التي يتمتع بها مدقق الحسابات على جودة عملية التدقيق، ولا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للأمانة والاستقامة التي يتمتع بها مدقق الحسابات على جودة عملية التدقيق، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها، أنه يوجد تأثير للموضوعية والاستقلالية، الأمانة والاستقامة، المصداقية، النزاهة والشفافية، السرية، والكفاءة التي يتمتع بها مدقق الحسابات على جودة عملية التدقيق من وجهة نظر المديرين الماليين والمدققين الداخليين والخارجيين في الشركات الصناعية الكويتية المدرجة في سوق الكويت للأوراق المالية.

دراسة: Ali، (2012)

هدفت الدراسة إلى توضيح المعايير التي تلبى قواعد الممارسة المهنية والسلوك، دراسة مدى امتثال المراجعين للقواعد المناسبة: قواعد السلوك المهني والأسباب الرئيسية لضرورة إصدار رسمي من قواعد السلوك المهني والالتزام به، واختبرت الدراسة عدد من الفرضيات متعلقة بخمس مستويات مستوى استقلال المراجعة

الداخلي، ومستوى العناية المهنية والتي يتفرع منها مسؤوليات قسم المراجعة الداخلية مسؤوليات المراجع الداخلي، ومستوى نطاق العمل والمستوى الرابع أداء عمل المراجعة، والمستوى الخامس إدارة قسم المراجعة الداخلية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها، أن هناك توجها دوليا نحو خلق قيمة لمعايير الممارسة المهنية وقواعد السلوك المهني للمراجعة الداخلية وتعظيم دورها، وهناك اعتراف دولي من قبل المؤسسات والهيئات ذات العلاقة بالإصدار التي صدرت من قبل المعهد الدولي للمراجعين في الولايات المتحدة الأمريكية.

دراسة: Kabugho، (2013)

هدفت الدراسة إلى استكشاف مستوى الأخلاق وجودة المراجعة الداخلية ليكون الاستخدام الفعال للأموال في السلطات المحلية، وتحديد العلاقة بين الأخلاق وجودة المراجعة الداخلية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام استمارة الاستبانة لجمع البيانات من بعض المقاطعات المحلية في يوغندا، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها، إن المراجعين الداخليين يؤدون عملهم بصدق واجتهاد، وإفصاح كما أنها كشفت أن جميع الحقائق الجوهرية المعروفة لهم، وفقا لمعايير الممارسة المهنية لمهنة المراجعة، أن الأخلاق تؤثر على نوعية وجود المراجعة الداخلية متضمنة جودة عمل المراجعة الداخلية الملتمزم بالمعايير الأخلاقية، أن المراجعين الداخليين في هذه المقاطعات المحلية يؤدون أداء جيدا بقدر الاهتمام بالأخلاق ولكن يحتاج إلى التحسين في نوعية العمل يجري تنفيذها.

دراسة: حفيصة (2015م)

هدفت الدراسة إلى التعرف على فعالية وأداء وظيفة المراجعة الداخلية في إدارة المخاطر بالمؤسسة الاقتصادية، التعرف على مختلف أدوار المراجعة الداخلية التي تسمح بتحديد كفاءة وفعالية نظام الرقابة الداخلية ودورها في إدارة المخاطر، و لتحقيق أهداف الدراسة تم اختبار عدة فرضيات منها، توجد علاقة ارتباطيه بين مساهمة وظيفة المراجعة الداخلية بشكل فعال في إدارة المخاطر بالمؤسسة الاقتصادية، و توجد علاقة ارتباطيه بين مساهمة المراجعة الداخلية في تحديد وتقييم المخاطر وللاستجابة لها بالمؤسسة الاقتصادية، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك إدراك لدى إدارة المراجعة الداخلية بأهمية إدارة المخاطر بالمؤسسة الاقتصادية، وأهمية وضع إجراءات مراجعة تأخذ في الحسبان المخاطر التي تتعرض لها

المؤسسة، تقوم وظيفة المراجعة الداخلية بوضع نظام لإجراءات إدارة المخاطر في المؤسسة ومراقبته وتقييم فعاليته.

ثالثاً: الإطار النظري:

1. مفهوم قواعد وآداب السلوك المهني:

جميع المهن كالتب والهندسة والمحاماة والمحاسبة لابد أن يكون لها دليل لآداب المهنة وسلوكها والذي يتوجب على أعضائها الالتزام به حرصاً على كرامة المهنة وثقة الجمهور بها وفي مهنة المحاسبة والتدقيق أهم ما تصبو إليه الجهات المهنية العالمية ولأهمية الدور الذي تقوم به مهنة المحاسبة والتدقيق وخطورته فإن سلوك المحاسب والمدقق وأخلاقيتهما يعدان حجر الأساس في نجاح المهنة (التميمي، 2006م، ص 63).

هناك من عرف الالتزامات الأخلاقية بأنها عبارة عن مبادئ ومثل عامة للسلوك المثالي يشجع على مستوى عالٍ من الأداء من خلال تأكيدها على النشاط الإيجابي (الجيلي، 1996م، ص 196).

كما عرفها أحد الكتاب بأنها مجموعة من القواعد والأصول المتعارف عليها عند أصحاب المهنة التي تستلزم من المحاسب والمدقق سلوكاً معيناً يقوم على الالتزام وذلك للمحافظة على المهنة وشرفها لأن الإخلال بها خروج عنها وعن شرفها (الديني، 2007م، ص 6).

وعرفها آخر بأنها دراسة للمبادئ والقواعد الأخلاقية الخاصة بممارسي مهنة المحاسبة والتدقيق مبتعداً بذلك عن أخلاقيات التطبيقية والتي تعني دراسة للمشكلات الأخلاقية والخيارات والمعايير في وظائف ومهن معينة ومواقف عينة محددة وكيفية تطبيق النظريات والمفاهيم القيمة في سياقات معينة (جمعة، 2006م، ص 2).

تعتبر القواعد العامة للسلوك مرشد للفرد لتحديد نوعية السلوك الشخصي المناسب. ومن الطبيعي فإن هذه القواعد تأخذ في حسابها المتطلبات والقيود المفروضة من المجتمع والواجبات الأخلاقية وتأثير أعمال الفرد على الآخرين (الصبان وهلال، 1998م، ص 143).

ولمهنة التدقيق آداب وقواعد سلوك مهني وضعت من قبل نقابات المحاسبة والمدققين والتي تلزم هذه المعاهد والنقابات أعضائها وجوب مراعاتها بدقة حفاظاً على إيجاد مستوى رفيع للمهنة لغرض تنظيم العلاقات بين المحاسبين القانونيين بعضهم البعض الآخر وعلاقتهم مع الجمهور بشكل عام (عثمان، 1999م، ص 33).

من ذلك يتضح أن قواعد السلوك المهني هي التزام المدققين والمهنيين بالقوانين والأنظمة ذات الصلة وتجنب أي عمل قد يسيء إلى المهنة المراجعة.

2. أنواع قواعد السلوك المهني:

ويرى أحد الكتاب أن السلوك المهني يتضمن خمس قواعد رئيسية مهمة هي (جمعة، 2009م، ص 105 - 106):
أ. **النزاهة:** يجب على المدقق والمحاسب المهني أن يكون أميناً وصادقاً في جميع العلاقات المهنية والتجارية، ولذا يجب إلا يكون للمحاسب المهني أو المدقق علاقة مع التقارير أو القوائم أو المعلومات حيث يعتقد أن هذه المعلومات تحتوي على عبارات خاطئة أو مضللة بشكل كبير وتحتوي على عبارات أو معلومات مقدمة بطريقة غير مسؤولة وتحذف أو تخفي المعلومات التي يطلب شملها حيث يكون هذا الحذف أو الإخفاء مضللاً.

ب. **الموضوعية:** هي التي يفترض إلزاماً على جميع المحاسبين بان لا يتعاونوا في حكمهم المهني أو التجاري بسبب التحيز أو تضارب المصالح أو التأثير غير المفرط للآخرين، كما يمكن أن يتعرض المحاسب المهني لحالات قد تضعف من موضوعيته.

ت. **الكفاءة والعناية المهنية:** ينبغي على المحاسب أن يؤدي مهامه بكل اجتهاد وعناية وفقاً للمعايير الفنية والمهنية المعمول بها عند تقديم الخدمات المهنية وتتضمن المحافظة على المهارات والمعرفة الفنية بالمستوى المطلوب وتأدية المهام بكل اجتهاد وعناية وفقاً للمعايير الفنية والمهنية المعمول بها.

ث. **السرية:** هي التي يفترض إلزام المحاسبين والمدققين بالامتناع عن كشف معلومات سرية خارج الشركة والتي يمكن الحصول عليها نتيجة العلاقات المهنية واستعمال المعلومات السرية التي يتم الحصول عليها نتيجة العلاقات المهنية لمصلحتهم الشخصية أو أطراف أخرى (عمر، 2000م، ص 7-8).

ج. **الأمانة:** يتطلب هذا المبدأ أن يكون الفرد صادقاً وصريحاً ومباشراً ولا يسرق ولا يغش، وأن أهم أخلاق المسلم هي أمانته.

ح. **الاستقامة:** حيث يجب على الفرد أن يكون صاحب مبدأ. أمين مرفوع الرأس شجاعاً يعمل بما يقتنع به.

خ. **حفظ الوعد:** يشير هذا المبدأ بأنه يتعين على الفرد أن يحفظ الوعد الذي يقطعه على نفسه. وينفذ الالتزامات ويقوم باحترام الاتفاقيات.

د. **الكفاءة المهنية:** هي على المدقق ألا يقبل سوى الخدمات المهنية التي يستطيع هو أداءها بكفاءة.

من ذلك يتضح أن الأمر يتطلب الحصول على معلومات كافية وملائمة و على المدقق الحصول على القدر المناسب من المعلومات بحيث تكون أساساً معقولاً للنتائج والتوصيات التي يتوصل إليها فيما يتعلق بالخدمات المهنية التي يؤديها.

3. أهمية قواعد السلوك المهني:

إن أطراف عديدة تعتمد بدورها على ما يقدمونه من خدمات خلال ممارستهم لهذه المهنة، وبالتالي فإن من مصلحة كل المراجعين الالتزام بمجموعة من القواعد لتنظيم أدائهم المهني (محمود وعبدالمنعم، ب.ن، ص124)، وإن أهمية الالتزامات الأخلاقية بالنسبة لمهنة المراجعة تتمثل في أن العلاقة المميزة لأي مهنة تمكن في قبول مسؤولياتها تجاه أفراد المجتمع ومسؤولية المدقق المهني لا تقتصر على تلبية احتياجات الزبون وصاحب العمل ومعايير المحاسبة، وإنما تحددتها بصورة كبيرة المصلحة العامة، ولدى المدققين ودورهم في المجتمع خلال الاعتماد على نتائجهم وتوصياتهم وآرائهم في العمليات المحاسبية التي تتم في المنشأة والتي لها تأثير على المجتمع، وأن المدققين يمكن أن يحافظوا على مركزهم الجيد عند استمرارهم في تقديم الخدمات المتميزة للجمهور، وإن قواعد السلوك المهني تحدد واجبات المراجع تجاه عملائه مثلما تبين حقوقه على الآخرين (الراوي، 2007م، ص 47).

4. مبادئ الحوكمة:

نظراً لأهمية الحوكمة ودورها اهتمت العديد من الهيئات والتنظيمات ذات الصلة بتطبيقها، بمحاولة وضع مبادئ أو قواعد للحوكمة، فصدرت عدة مبادئ اتفقت في بعض جوانبها واختلفت في جوانب أخرى، إلا أن أبرزها كانت المبادئ التي قدمتها منظمة (OECD) عام 1999م وتم تعديلها في عام 2004م، وتتمثل فيما يلي (جزولي، 2019م، ص 80-81):

أ. مبدأ توافر الأسس اللازمة لفاعلية حوكمة الشركات.

ب. مبدأ حماية حقوق المساهمين.

ت. مبدأ المساواة بين المساهمين في المعاملة.

ث. مبدأ دور الأطراف أصحاب المصلحة في الحوكمة.

ج. مبدأ الإفصاح والشفافية.

ح. مبدأ مسؤوليات مجلس الإدارة.

5. مقاييس جودة المراجعة الخارجية:

تعتبر جودة المراجعة من الموضوعات الشائعة في علم المراجعة، لذا عبرت عنها الدراسات في أدب المراجعة بمقاييس ومؤشرات ومفاهيم بديلة، واستخدمت الدراسات والأبحاث مقاييس مختلفة منها ما يلي (القليبي، 2018م، ص21):

- أ. استخدام المستحقات الاختيارية كمقياس لقياس جودة المراجعة الخارجية.
- ب. استخدام رأي المراجع الخارجي في التقرير عن استمرارية المنشأة.
- ت. استخدام أتعاب منشأة المراجعة كمقياس لجودة المراجعة الخارجية.
- ث. استخدام رأي المراجع المعدل في حالة وجود قيود على عملية المراجعة كمقياس لجودة المراجعة الخارجية.
- ج. استخدام الرقابة على جودة المراجعة كمقياس لجودة المراجعة الخارجية كما أشارت بعض الدراسات إلى أن هنالك منهجان شائعتان لقياس جودة المراجعة الخارجية على النحو التالي (العتيبي، 2009م، ص128):

المنهج الأول: قياس جودة المراجعة بطريقة غير مباشرة عن طريق استخدام وسائل بديلة من خلال بحث ارتباطات ذات علاقة بجودة المراجعة مثل حجم مكتب المراجعة، وسمعة المراجع الخارجي، وفترة التعاقد مع العميل، وتقديم خدمات بخلاف المراجعة والخبرة في صناعة العميل، ومعدل الدعاوى القضائية المتعلقة بعمل المراجع الخارجي.

المنهج الثاني: قياس جودة المراجعة بطريقة مباشرة، يقوم على أساس افتراض أن الإبلاغ عن المخالفات واحتمال اكتشاف الغش ينعكس على ملامح المراجعة مثل التجاوزات والأخطاء التي يرتكبها المراجعون (سهمدانة، 2015م، ص 577).

يتضح للباحثين أن اختلاف المقاييس المتعلقة بجودة المراجعة له علاقة مباشرة باختلاف مفاهيم جودة المراجعة، واختلاف الأطراف المهمة بجودة المراجعة، وأن المناهج المستخدمة هي قياس جودة المراجعة متناقضان في دقة قياس الجودة، حيث أن المنهج الغير مباشر يستخدم مؤشرات ملموسة وحقيقية لقياس جودة المراجعة وبذلك فهو المقياس المناسب، بينما يستخدم المنهج الغير المباشر أسلوب رقابي ذاتي للمخالفات والأخطاء والتقرير عنها وهذا يتميز بعدم الثقة في القياس.

6. مفهوم المراجعة الداخلية:

عرفها مجمع المراجعين الداخليين بالولايات المتحدة الأمريكية على أنها: وظيفة يؤديها موظفون داخل المؤسسة، وتناول الفحص الانتقائي للإجراءات والسياسات والتقييم المستمر للخطط والسياسات الإدارية وإجراءات الرقابة الداخلية، وذلك بهدف التأكد من تنفيذ هذه السياسات الإدارية والتحقق من أن مقومات الرقابة الداخلية سليمة المعلومات سليمة ودقيقة وكافية (سرايا، ب.د، ص 3).

وعرفها البعض بأنها وظيفة تقييميه مستقلة تنشأ داخل التنظيم المعين بغرض فحص وتقييم الأنشطة التي يقوم بها هذا التنظيم (الصبات وآخرون، 1996م، ص 36).

أما الاتحاد الأوروبي فقد قدم تعريفا نموذجياً للمراجعة الداخلية بأنها وظيفة تقييمية مستقلة وموضوعية يتم إنشاؤها داخل المنشأة لفحص وتقييم أنشطتها المختلفة وذلك بغرض مساعدة المسؤولين داخل المنشأة في القيام بمسئولياتهم بدرجة عالية من الكفاءة والفعالية وذلك عن طريق توفير التحليل والتقييم والتوصيات والمشورة والمعلومات التي تتعلق بالرقابة على الأنشطة التي يتم فحصها (البشاري، 2008م ص 7).

كما عرفها معهد المراجعين الداخليين الأمريكي على أنها وظيفة تقييم مستقل تنشأ من داخل المنشأة لفحص وتقييم كافة أنشطتها كخدمة للمنشأة بهدف مساعدة موظفي المنشأة للاضطلاع بمسئولياتهم بجداره، حيث يقوم المراجعة الداخلية بتزويد الإدارة بالتحليلات والتقييمات والنصائح والإرشادات والمعلومات المتعلقة بالأنشطة التي تمت مراجعتها، ويتضمن هدف المراجعة الداخلية إيجاد نظام رقابة كفؤ بتكلفة معقولة (الحسان، 2008م، ص 57).

7. أهمية المراجعة الداخلية:

تتمثل أهمية المراجعة الداخلية في كبر حجم المنشآت وتعدد عملياتها، واضطرار الإدارة إلى تفويض السلطات والمسئوليات إلى بعض الإدارات الفرعية بالمؤسسة، وحاجة إدارة المؤسسة إلى بيانات دورية ودقيقة لرسم السياسات والتخطيط وعمل القرارات، وحاجة إدارة المؤسسة إلى حماية وصيانة أموال المؤسسة من الغش والسرقة والأخطاء، وحاجة الجهات الحكومية وغيرها إلى بيانات دقيقة للتخطيط الاقتصادي، والرقابة الحكومية، والتسعيرة، وتطور إجراءات المراجعة من تفصيلية كاملة إلى اختباريه تعتمد على أسلوب العينة الإحصائية (جربوع، 2013م، ص 32)، ويرى (الشوارة، 1998م، ص 3) تطور حجم المنشآت وانتشارها جغرافياً وعلى نطاق واسع مما أدى إلى تباعد المسافة بين الإدارة العليا وبين كافة العاملين، وظهور الشركات

المساهمة وحاجة الجمعية العمومية إلى معلومات لسلامة استثمار أموالها وصحة وعدالة الإفصاح عن البيانات والقوائم والحسابات الختامية المنشورة، والاستقلال التنظيمي للإدارات ضمن الهيكل التنظيمي وتعدد المستويات الإدارية في المنشأة مما دفع بالأدارة إلى تفويض السلطات والمسؤوليات ومن ثم حاجة الإدارة للتأكد من سلامة استعمال السلطات وتحمل المسؤوليات المقابلة وفقاً للسياسات والنظم والإجراءات المعمول بها، وحاجة المجتمع إلى البيانات والمعلومات المثبتة في التقارير ولأجل التأكد من ذلك لا بد من سلامة نظام المراجعة الداخلية، وان المراجعة الداخلية سوف ينظر إليها باعتبارها عنصر هام ومكمل للإجراءات الحاكمة في الشركات (عبدالرحمن، 2004م، ص 110)، وانتهاج أسلوب اللامركزية في الإدارة وقد لجأت الإدارة في المنشآت الكبيرة والمنتشرة جغرافياً إلى تفويض السلطات إلا أنه ما يزال يترتب على تلك الإدارات الالتزام بالسياسات والإجراءات وتحقيق الفعالية المطلوبة.

يرى الباحث أن أهمية المراجعة الداخلية تكمن في الآتي:

- أ. تكمن أهمية المراجعة الداخلية في كونها رقابة فعالة تساعد إدارة المؤسسة وملاكها على رفع جودة الأعمال وتقييم الأداء، والمحافظة على ممتلكات وأصول المؤسسة.
- ب. أنها تعتبر عين وأذن المراجع الخارجي، وأهم آليات التحكم المؤسسي، لذلك فقد ظهرت وتطورت وزادت أهميتها نتيجة لتضافر مجموعة من العوامل.

8. وظائف المراجعة الداخلية:

يرى الدكتور (غوالي، 2013، ص 32-33) أن وظائف المراجعة الداخلية تتمثل في الآتي:

- أ. **التحقق:** يهدف التحقق إلى التأكد من مدى صحة العمليات المحاسبية من حيث الدقة وسلامة وتوجيه المحاسبي جميع الأدلة والقوانين التي تثبت صدق ما تضمنته السجلات.
- ب. **التحليل:** يقصد به تحليل السياسات الإدارية وإجراءات الرقابة الداخلية والحسابات والإجراءات المحاسبية والمستندات والسجلات والتقارير التي تقع داخل نطاق الفحص.
- ت. **الإنجاز:** ويقصد به الإنجاز بالسياسات الإدارية المرسومة وأداء العمليات وفق للطرق والنظم والقرارات الإدارية حتى يتحقق الانضباط بالتنظيم.

ث. **التقييم:** وهو التقرير الشخصي الواعي عن مدى كفاية وفعالية واقتصادية السياسات والإجراءات التي تسيير عليها الشركة وما لديها من تسهيلات بقصد ترشيد الأداء الوظيفي وتطويره ويقضي التقييم جمع البيانات والمعلومات.

ج. **التقرير:** تقرير المراجع الداخلي يدرج المشكلة وأهميتها وطريقة معالجتها وما توصل إليها من نتائج وتوصيات ويفضل عرض التقرير عن المسئول عن النشاط محل الفحص لتجنب تشويه الحقائق أو سوء تقدير عن بعض الأمور، تتمثل قدرة المراجع الداخلي في العرض الواعي والواقع لنتائج ما قام به من فحص.

9. قواعد السلوك المهني للمراجعة الداخلية والممارسة المهنية للمراجعة الداخلية:

فيما يلي يستعرض الباحث علاقة قواعد السلوك المهني للمراجعة الداخلية وتطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية:

أ. **تأثير الموضوعية والاستقلالية التي يتمتع بها المراجع الداخلي على الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية:**

أشارت العديد من الدراسات أن هنالك تأثير للموضوعية والاستقلالية التي يتمتع بها المراجع الداخلي على الممارسات المهنية للمراجعة الداخلية بدرجة متوسطة، إذ أن هنالك أهمية لمقاومة المراجع الداخلي للتأثيرات الجانبية عند القيام بتنفيذ أعماله واستقلاله وحياديته وكذلك قدرته على تجنب العلاقات التي تعرضه لهيمنة أطراف أخرى وتفضيله لمصالحه الشخصية وتغليبها على مصلحة الشركة، كما أشارت الدراسات إلى أن من إيجابيات الفضائح المالية أنها بينت عدم وجود قواعد موضوعية ومستقلة في المجال المحاسبي وان أنظمة المحاسبة المعمول بها ما هي إلا صورة من الاتفاقيات التي تستلزم إصلاحا حقيقيا يمكن تجنب هذه الانحرافات، خاصة الممارسات التي تهدف لعرض حسابات وهمية تتم بطرق خاصة تتبعها المؤسسة المعنية (فاتح، 2007م، ص 131).

ب. **تأثير الأمانة والاستقامة التي يتمتع بها المراجع الداخلي على الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية:**

أشارت نتائج العديد من الدراسات أن هنالك تأثير للأمان والاستقامة التي يتمتع بها المراجع الداخلي على تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية وان هذا التأثير كان بدرجة عالية، إذ بينت النتائج أهمية قدرة المراجع الداخلي على التحرر من المؤثرات غير المهنية لأداء عمله، ومراعاته لكرامة المهنة وعدم القيام بأي

عمل يسىء لسمعة مهنة المراجعة الداخلية، إضافة إلى أهمية سلوك المراجع الداخلي في تحديد أتعابه لأساليب تؤثر على استقامته، مثل الأتعاب المشروطة أو المحتملة، وكذلك قدرته على إتباع المبادئ المحاسبية الموضوعية في صورة معايير معتمدة في التطبيق المحاسبي (Alles,2004, P183).

ت. تأثير الكفاءة المهنية التي يتمتع بها المراجع الداخلي على الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية:

أشارت نتائج الدراسات التي قام بها العديد من الكتاب والباحثون إلى وجود تأثير للكفاءة المهنية التي يتمتع بها المراجع الداخلي على الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية على جودة الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية، وإن هذا التأثير بدرجة عالية، إذ بينت النتائج أهمية توفر الكفاءة المهنية المناسبة لقيام المراجع الداخلي بعمله، وضرورة توفر الخبرة المناسبة لديه للقيام بأعمال المراجعة، وكذلك معرفته التامة ودرايته الجيدة بأعمال المراجعة، كما بينت بعض الدراسات أهمية دور التأهيل العلمي والعملية للمراجع الداخلي، مع الاهتمام بالجانب الأخلاقي في تطوير مهنة المراجعة وذلك على النحو الذي يرقى بمستوى فاعلية وكفاءة الأداء (سعيد، 2007م، ص102).

مما سبق يستنتج الباحث ما يلي:

- إن قواعد وآداب السلوك المهني للمراجعة الداخلية تسهم في تقديم أعمال المراجعة الداخلية في الوقت المناسب ودون تأخير.
- وإنها تساهم في جعل المعلومات المقدمة من المراجع الداخلي تتصف بالشمولية والفاعلية والكفاءة.
- إن قواعد سلوك وآداب مهنة المراجعة الداخلية تسهم في تحسين جودة المعلومات لمستخدميها.
- وأنها تساهم في تحسين وتطوير نوعية المعلومات المقدمة لمتخذي القرارات.
- وإن قواعد السلوك المهني للمراجعة الداخلية تسهم في تقديم معلومات صادقة ومحايدة وخالية من التحيز.
- وإن قواعد السلوك المهني للمراجعة الداخلية تساهم بصورة فعالة في تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية.

رابعاً: الدراسة الميدانية:

يتكون مجتمع البحث من العاملين في المصارف السودانية، ذلك للحكم على قواعد السلوك المهني للمراجعة ودورها في تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية، حيث تم اختيار عينة الدراسة بصورة عشوائية من مجتمع الدراسة عدد (60) استبانة على المستهدفين واستجابة (60) فرداً أي نسبة الاستبانة المستردة بلغت (100%) وهذه النسبة العالية تؤدي إلى قبول نتائج الدراسة وبالتالي تعميمها على مجتمع الدراسة.

1. تحليل بيانات الاستبانة:

المحور الأول: "استقلالية المراجع"

الجدول (1)

الإحصاء الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات المحور الأول

م	العبارات	الوسط الحسابي	المنوال	التفسير
1	المراجع الداخلي مستقل عند وضع برنامج المراجعة.	3.92	4	أوافق
2	المراجع الداخلي مستقل عند تنفيذ عملية المراجعة.	3.42	4	أوافق
3	تجنب المراجع الداخلي العلاقات التي تعرضه لهيمنة أطراف أخرى.	3.52	4	أوافق
4	استقلال المراجع الداخلي في تكوين الرأي المهني بشأن مهام عملية المراجعة.	4.24	5	أوافق بشدة
5	تقديم المعلومات إلي أصحاب المصالح بما يضمن استمرارية الشركة المساهمة.	4.19	5	أوافق بشدة
6	مقاومة المراجع الداخلي لتأثيرات إدارة الشركة عند قيامه بفحص ومراجعة التقارير المالية.	3.86	4	أوافق
7	أداء المراجع الداخلي لمهامه في إطار نطاق العمل المحدد.	4.18	5	أوافق بشدة

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2020م

من خلال الجدول (1) نلاحظ أن الإحصاءات الوصفية للعبارات المحور الأول التي ينص على "استقلالية المراجع" فان الأوساط الحسابية له تقع في المدى ما بين (3.42 – 4.24) والمنوال (4-5) لجميع العبارات وحسب المقياس الخماسي ليكرت فإن إجابات المبحوثين هي الموافقة والموافقة بشدة.

المحور الثاني: " الكفاءة المهنية للمراجع"

الجدول (2)

الإحصاء الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات المحور الثاني

م	العبارات	الوسط الحسابي	المنوال	التفسير
1	توفر المؤهل العلمي المناسب لدي المراجع الداخلي للقيام بعملية المراجعة.	4.03	4	أوافق
2	توفر الخبرة العملية للمراجع الداخلي عند القيام بعملية المراجعة.	3.55	4	أوافق
3	مشاركة المراجع الداخلي في المؤتمرات العلمية التي تعقدها الجهات المهنية.	3.88	4	أوافق
4	متابعة المراجع الداخلي للمستجدات المهنية في مجال المهنة.	4.05	4	أوافق
5	بذل المراجع الداخلي العناية المهنية الواجبة عند أداء عملية المراجعة.	3.72	4	أوافق
6	الإلمام التام بالمهارات المحاسبية الخاصة بمراجعة التقارير المالية.	3.83	4	أوافق
7	التخطيط السليم من قبل المراجع الداخلي لعملية المراجعة.	3.80	4	أوافق

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2020م

من خلال الجدول (2) يلاحظ الباحث أن الإحصاءات الوصفية للعبارات المحور الذي ينص على "الكفاءة المهنية للمراجع" فان الأوساط الحسابي له تقع في المدى ما بين (3.50 – 4.05) والمنوال (4) لجميع العبارات وحسب المقياس الخماسي ليكرت فان إجابات المبحوثين هي موافق.

المحور الثالث: " تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية "

الجدول (3)

الإحصاء الوصفي والوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات المحور الثالث

م	العبارات	الوسط الحسابي	المنوال	التفسير
1	تحسين الالتزام بمعايير المراجعة الداخلية بالشركات المساهمة.	4.09	5	أوافق بشدة
2	تقديم تقارير المراجعة الداخلية خلال التوقيت اللائم لذلك .	4.00	5	أوافق بشدة
3	تطوير نوعية المعلومات المقدمة للشركات المساهمة .	4.45	4	أوافق
4	تقليل مخاطر المراجعة الداخلية .	4.62	4	أوافق
5	تحسين جودة التقارير المالية بالشركات المساهمة.	4.32	4	أوافق
6	زيادة الثقة في تقارير المراجعة الداخلية للشركات المساهمة.	4.43	4	أوافق
7	تقليل النقص في عرض الخدمات ومسؤوليات المراجع الداخلي عند طلب أصحاب مصلحة الشركة في التقارير المالية .	4.82	4	أوافق

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2020م

من خلال الجدول (3) يلاحظ الباحث أن الإحصاءات الوصفية للعبارات المحور الخامس التي ينص على " تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية " فان الأوساط الحسابي له تقع في المدى ما بين (4.00-4.82) والنموال (4-5) لجميع العبارات وحسب المقياس الخماسي ليكرت فان إجابات المبحوثين هي الموافقة والموافقة بشدة.

2. اختبار الفرضيات:

سيتم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط والمتعدد واختبار (t) لاختبار الفرضيات لمعرفة دلالة الفروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات كل فرضية.

أ. اختبار الفرضية الأولى:

تنص الفرضية الأولى من فرضيات الدراسة على الآتي: " هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استقلالية المراجع وتطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية للمصارف السودانية". تهدف هذه الفرضية إلى بيان دور استقلالية المراجع وتطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية، وللتأكد من صحة الفرضية سيتم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط في بناء النموذج حيث تم تحديد الاستقلالية كمتغير مستقل ممثل بـ (X1) وتطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية كمتغير تابع ممثل بـ (Y) وذلك كما في الجدول الآتي:

الجدول (4)

نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الفرضية الأولى

التفسير	القيمة الاحتمالية (Sig)	اختبار (t)	معاملات الانحدار	
معنوية	0.000	4.899	2.029	\hat{B}_0
معنوية	0.000	9.942	0.550	\hat{B}_1
			0.53	معامل الارتباط (R)
			0.28	معامل التحديد (R^2)
		النموذج معنوي	35.304	اختبار (F)
				$\hat{y} = 2.029 + 0.550x_1$

المصدر : إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2020

أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط طردي قوي بين استقلالية المراجع كمتغير مستقلة وتطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية كمتغير تابع، حيث بلغت قيم معامل الارتباط البسيط (0.53) بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.28)، هذه القيمة تدل على أن استقلالية المراجع كمتغير مستقلة تساهم بـ (28%) في تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية (المتغير التابع) نموذج الانحدار البسيط معنوي حيث بلغت قيمة اختبار (F) (35.304) وهي دالة عن مستوى دلالة (0.000)، و2.029: متوسط تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية عندما استقلالية المراجع يساوي صفراً، 0.550: وتعني زيادة استقلالية المراجع وحدة واحدة تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية بـ 55% مما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الأولى والتي نصت على أن: "هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استقلالية المراجع وتطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية" قد تحققت.

ب. اختبار الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية من فرضيات الدراسة على الآتي: "هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكفاءة المهنية للمراجع وتطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية للمصارف السودانية". تهدف هذه الفرضية إلى بيان الكفاءة المهنية للمراجع و تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية، وللتأكد من صحة الفرضية سيتم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط في بناء النموذج حيث تم تحديد الكفاءة المهنية للمراجع كمتغير مستقل ممثل بـ (X1) تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية كمتغير تابع ممثل بـ (Y) وذلك كما في الجدول الآتي:

الجدول (5)

نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الفرضية الثانية

التفسير	القيمة الاحتمالية (Sig)	اختبار (t)	معاملات الانحدار	
معنوية	0.001	3.320	1.704	\hat{B}_0
معنوية	0.000	5.426	0.597	\hat{B}_1
			0.50	معامل الارتباط (R)
			0.25	معامل التحديد (R^2)
النموذج معنوي			29.426	اختبار (F)
$\hat{y} = 1.704 + 0.597x_2$				

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2020م

أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط طردي قوي بين الكفاءة المهنية للمراجع كمتغير مستقلة وتطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية كمتغير تابع، حيث بلغت قيم معامل الارتباط البسيط (0.50) بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.25)، هذه القيمة تدل على أن الكفاءة المهنية للمراجع كمتغير مستقلة تساهم بـ (28%) في تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية (المتغير التابع) نموذج الانحدار البسيط معنوي حيث بلغت قيمة اختبار (F) (29.426) وهي دالة عن مستوى دلالة (0.000)، و1.704: متوسط تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية عندما الكفاءة المهنية للمراجع يساوي صفراً، 0.597: وتعني زيادة الكفاءة المهنية للمراجع وحدة واحدة تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية بـ 50% مما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثانية والتي نصت على أن: " هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكفاءة المهنية للمراجع وتطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية للمصارف السودانية" قد تحققت.

الخاتمة:

1. النتائج:

من خلال البحث توصل الباحث للنتائج التالية:

- أ. الاستقلالية التي يتمتع بها المراجع الداخلي عند وضع برنامج المراجعة ساهمت في تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية.
- ب. الاستقلالية التي يتمتع بها المراجع الداخلي عند تنفيذ عملية المراجعة زادت من الالتزام بمعايير المراجعة بالمصارف السودانية.
- ت. توفر المؤهل العلمي المناسب لدى المراجع الداخلي للقيام بعملية المراجعة ساهمت في تطوير نوعية المعلومات المقدمة للمصارف السودانية.
- ث. توفر الخبرة العملية للمراجع الداخلي عند القيام بعملية المراجعة ساهمت في تحسين جودة التقارير المالية بالمصارف السودانية.
- ج. قيام المراجع الداخلي بتنفيذ عملية المراجعة بمستوى عال من الاستقامة ساعدة على تقييم فعالية أداء الرقابة الداخلية بالمصارف السودانية.
- ح. وجدت علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكفاءة المهنية للمراجع وتطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية للمصارف السودانية.
- خ. وجدت علاقة ذات دلالة إحصائية بين استقلالية المراجع وتطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية.

2. التوصيات:

من خلال النتائج السابقة أوصي بالآتي:

- أ. ضرورة زيادة الوعي بالمعايير الدولية للمراجعة وكيفية تطبيقها بين المحاسبين والمراجعين والإداريين في المصارف السودانية.
- ب. ضرورة زيادة وعي المراجعين الداخليين في المصارف السودانية بقواعد السلوك المهني للمراجعة وأهمية الالتزام بها.
- ت. تدريب المراجعين الداخليين بالمصارف على كيفية الاستفادة من التزامهم بقواعد السلوك المهني للمراجعة في تطوير الممارسة المهنية للمراجعة الداخلية.

ث. الاهتمام بأقسام المراجعة الداخلية بالمصارف السودانية وزيادة عدد المراجعين العاملين بها بما يتناسب مع حجم تلك المصارف وتوسع أنشطتها.

ج. إنشاء جهاز رقابي داخل ديوان المراجعة القومي للإشراف على مدى التزام المراجعين الداخليين بجميع المؤسسات بقواعد السلوك المهني وأخلاقي ومحاسبة المقصرين.

قائمة المصادر والمراجع:

المراجع باللغة العربية:

- أبو حجر، سامح رفعت، رويحة، إيمان أحمد محمد، 2010م، دور المراجعة الداخلية كآلية لتقويم نظم الرقابة الداخلية في ظل تطبيق حوكمة الشركات في مصر، بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي الخامس لقسم المحاسبة كلية التجارة - جامعة القاهرة، المحاسبة في عالم متغير "المحاسبة في مواجهة التغيرات الاقتصادية والسياسية المعاصرة"، ص 1-28.
- المطيري، عبد الرحمن مخلص سلطان، 2012م، قواعد وآداب مهنة التدقيق وأثرها على جودة عملية التدقيق، رسالة ماجستير في المحاسبة غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
- سعودي، حفصية، 2015م، فعالية وأداء وظيفة المراجعة الداخلية في إدارة المخاطر بالمؤسسة الاقتصادية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير في المحاسبة غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، الجزائر.
- الصبان، وهلال، محمد سمير، وعبد الله، 1998م، الأسس العلمية والعملية لمراجعة الحسابات، الاسكندرية: الدار الجامعية، ص 143
- عثمان، عبد الرزاق محمد، 1999، أصول التدقيق والرقابة الداخلية، الطبعة الثانية، الموصل: دار الكتب للطباعة والنشر، ص 3
- التميمي، هادي، 2006م، مدخل إلى التدقيق من الناحية النظرية والعملية، الطبعة الثالثة، عمان: دار وائل للنشر، ص 63
- الجبلي، مقداد أحمد، ورمو، وحيد محمود، 1996م، مشاكل الالتزام بقواعد سلوك مهنة المحاسبة والتدقيق: إشارة خاصة إلى العراق، مجلة تنمية الرافدين، مجلد (18)، العدد (48)، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، ص 196.

- أردني، طه أحمد حسن، 2007م، التحديات التي تواجه أخلاقيات مهنة المحاسبة في العراق: دراسة لآراء مجموعة من المحاسبين في مدينة الموصل، مجلة تنمية الرفادين، مجلد (29)، العدد (85)، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، ص 6.
- جمعة، أحمد حلمي، 2006م، الالتزامات الأخلاقية المهنية: دليل من الأردن، المؤتمر العلمي السنوي السادس، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة، ص 2.
- عمر، محمد عبد الحليم، 2000م، الأخلاق الإسلامية والمحاسبة، ندوة القيم الأخلاقية الإسلامية والاقتصاد، مركز صالح عبد الله كامل للاقتصاد الإسلامي، جامعة الأزهر، القاهرة: 10-11 من المحرم 1421هـ، ص ص 7-8.
- جمعة، أحمد حلمي، 2009م، المدخل إلى التدقيق والتأكيد الحديث، الطبعة الأولى، عمان: دار الصفاء للنشر والطباعة والتوزيع، ص 105-106.
- محمود، طارق عبد العال، وعبد المنعم، صفوت محمد، د.ت، معايير وارشادات المراجعة "معايير تقرير المراجع واخلاقيات المهنة"، القاهرة: دن، ص 124.
- الراوي، شيماء محمد سمير، 2007م، دور الالتزامات الأخلاقية لمهنة المحاسبة في تحقيق الإبداع المحاسبي: دراسة استطلاعية، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، ص 47.
- جربوع، يوسف محمود مراجعة الحسابات بين النظرية والتطبيق، عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ص 32.
- الشواورة، فيصل، 1998م، فلسفة وميكانيكية عمل التدقيق الداخلي، مجلة الأسمدة العربية، عدد 19، عمان، ص 3
- عبد الرحمن، سوزان جمال الدين، 2004م، مدى التفاعل بين لجان المراجعة والمراجعة الداخلية وأثر ذلك على فاعلية الاجراءات الحاكمة في الشركات المساهمة المصرية، جامعة المنصورة، كلية التجارة، المجلة المصرية للبحوث والدراسات التجارية، المجلد الثامن والعشرون، العدد الرابع، ص 110
- غوالي، محمد بشير، 2013م، دور المراجعة في تفعيل نظام الرقابة الداخلية داخل المؤسسة، رسالة ماجستير في المحاسبة، غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، ص 32-33.

- سعيد، سلوى غالب، 2007م، دراسة تحليلية لدور التأهيل العلمي والعملية للمحاسبين القانونيين على تطوير أداء مهنة المحاسبة والمدققة في الجمهورية اليمنية، رسالة ماجستير في المحاسبة غير منشورة، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، ص 102.
- فاتح، سردوك، 2007م، دور المدقق الخارجي للحسابات في النهوض بمصداقية المعلومات المحاسبية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير في المحاسبة غير منشورة، كلية الدراسات الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، ص 131.
- عبد الهادي، جزولي سمر، (2019م)، إطار مقترح لمعالجة المشاكل المحاسبية للتوريق في ظل حوكمة الشركات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، ص ص 80-81.
- القليطي، إبراهيم عبد المجيد علي، 2018م، دراسة واختبار تأثير الحوكمة وخصائص الشركات على جودة المراجعة الخارجية، بالتطبيق على الشركات المدرجة بسوق الاوراق المالية المصرية، القاهرة: جامعة المنوفية، كلية التجارة، مجلة آفاق جديدة للدراسات التجارية، العدد 3 و4، ص 21.
- العتيبي، سالم بن عبد الله، 2009م، جودة المراجعة كأحد دعائم آليات الحوكمة، القاهرة: جامعة عين شمس، كلية التجارة، مجلة الفكر المحاسبي، العدد2، ص 128.

المراجع باللغة الانجليزية:

- Ali ..1Mohamedl, **Standards of profession alpracticeandprofessional conductof hibernal**. InstituteofWestAsianStudies, journalifAdvances inNaturalandAppliedSciences, Vol.6, No.6, 2012, pp 930–935
- Kabugho .M, **ethicsandqualityofinternalaudit, acasestudy ofSelecteddistrictlocalauthoritiesin Uganda**, 2012
- Alles, M. Get. Al., **Restoring auditor credibility: tertiary monitoring and logging of continuous assurance systems**, International Journal of Accounting Information Systems, Vo.5, No.2, New York, 2004, p183

واقع الأنشطة الاتصالية الرقمية للعلاقات العامة في الجامعات

دراسة على ممارسي مهنة العلاقات العامة في الجامعات السودانية

د.مرتضى البشير عثمان الأمين*

د.نصر الدين الفاضل مصطفى**

ملخص

تهدف الدراسة إلى التعرف على الأنشطة الاتصالية الرقمية التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة في الجامعات السودانية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، بالاعتماد على الاستبانة لاستطلاع آراء الممارسين لمهنة العلاقات العامة في الجامعات السودانية، حيث كشفت الدراسة أن التأهيل العلمي لعينة الدراسة انحصر في الجامعي وفوق الجامعي، كما يتمتع أغلبهم بخبرات طويلة ممتازة في مجال العلاقات العامة، مما انعكس إيجاباً على تفعيل الأنشطة الاتصالية الرقمية عبر المواقع الالكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي والصحافة الالكترونية، وأيضاً أظهرت الدراسة اهتمام العلاقات العامة بالوسائط المتعددة في نشر أنشطتها الاتصالية، وكذلك استخدمت العلاقات العامة الإعلان الرقمي للتعريف بأنشطة الجامعة المختلفة، وتوصي الدراسة بزيادة الاهتمام بتطوير الأنشطة الاتصالية الرقمية، وذلك من خلال الاهتمام بالتدريب النوعي على الفنون الإعلامية الرقمية باستخدام تطبيقات الحاسوب، مع دعم المحتوى الرقمي ليتناسب مع أهمية الأنشطة الاتصالية الرقمية في التواصل مع جمهور العلاقات العامة في الجامعات السودانية.

الكلمات المفتاحية: (واقع، الأنشطة الاتصالية، الاتصال الرقمي، العلاقات العامة)

* أستاذ مشارك – جامعة وادي النيل - السودان
** أستاذ مساعد – جامعة غرب كردفان - السودان

Abstract

The Reality of Digital Communication Activities for Public Relations in Universities(A study on Practitioners of the Professions of Public Relations in Sudanese Universities) Murtada EL.bashir Osman associate professor of Public relations, De-of Media, Nillevalley University Nasr AL.fadil Mustafaassistant professor of Public relations , De-of Public relation, West Kordfan University Data iscollectedby questionnaire.

This study attempts to identify digital communication activities carried out by public relations departments in Sudanese Universities. The study used the survey method, depending on questionnaire to investigate the public relations practitioners point of view in Sudanese Universities. as the study revealed that the scientific qualification of the study sample was confined in the graduate and postgraduate, and most of them have a long excellent period of experience in the field of public relations which enables them to act positively towards digital communication activities through web sites, social media platform and electronic press. Besides that, the study showed the consideration of public relation units for media through digital communications activities and that public relation units in majority of universities introduce their activities through the implementation of digital communication when introducing university activities. The study recommends increasing digital communication activities as well as paying attention to specific training in digital media arts and computer applications while supporting digital content to match the importance of digital communication activities public relations units in Sudanese by Universities

Keywords :reality;communication activities; digital communication ; public relations

المقدمة

هنالك تغييرات كبيرة أحدثها ظهور شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) على المجتمعات في مختلف الأنشطة مما أدى إلى تغير الكثير من المفاهيم التي تتصل بعملية الاتصال، وهذا بدوره يؤكد أهمية الانترنت كوسيلة اتصال فاعلة توقع معها الكثيرون انتهاء حضارة الورق لتحل محلها ما يمكن أن نسميه حضارة الوسائط المتعددة والاتصال التفاعلي (أمين، ٢٠١٧، ص ٦٣)، لذلك تواجه العلاقات العامة في بعدها الاتصالي تحديات كبيرة وغير مسبوقه في كيفية تعاملها مع التطورات التكنولوجية التي لها دور متعاظم في تغيير نمط الاتصال، من التقليدية إلى التفاعلية والسرعة في تداول المعلومات، بين الأفراد والجماعات وكذلك المؤسسات على مختلف تكويناتها، وهذا يجعل العلاقات العامة تسعى لتغيير استراتيجياتها الاتصالية التقليدية لمواكبة العصر التقني والاستفادة من تقنيات الاتصال في ممارسة المهنة، والعمل على بناء أنشطة اتصالية تتوافق وتتسجم مع المتغيرات في البيئة الإعلامية والتوسع في شبكة الانترنت والتطور التقني الذي أصبح سمة من سمات العصر، ودعوة إلى إعادة بناء العلاقة بين الجامعة وجمهورها بالاستفادة من وسائل الاتصال الرقمية واسعة الانتشار في توفير وتقديم الخدمات بطريقة تتناسب مع العصر، وتعد العلاقات العامة أحد المجالات التي شملتها التطورات التكنولوجية وهذا يؤكد على ضرورة التحول من الممارسة التقليدية لمهام العلاقات العامة إلى الطرق الحديثة في التواصل مع الجمهور.

المحور الأول: الإطار المنهجي Methodological Frame

أولاً: مشكلة الدراسة The Problem:

تسعى العلاقات العامة في ظل التقنيات الحديثة إلى تحديث بيئاتها الاتصالية لتتوافق مع سمات المجتمعات الحديثة التي أصبحت تعتمد في الحصول على المعلومات من خلال الوسائل الرقمية الحديثة، فأصبحت العلاقات العامة تسارع في الخطى لتلحق بركب التكنولوجيا الحديثة، لتتسجم مع الفكر الإداري الحديث الذي يقوم على الانفتاح والتواصل المستمر مع الجماهير داخل وخارج المؤسسة من خلال البرامج والأنشطة الاتصالية التي تقوم عليها، تواجه الجامعات كمؤسسات للمعرفة وتطوير المجتمعات تحدياً كبيراً في كيفية تسخير الاتصالات الرقمية وتوظيفها لخدمة مهام العلاقات العامة، لتتيح لها فرصة التواصل السريع والفوري مع جماهيرها المختلفة، فلذلك لا بد من أن تكون الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة منسجمة ومتوافقة مع الأهداف والوظائف الحديثة للعلاقات العامة، وفي هذا الجانب تقع على العلاقات العامة مسؤولية

الترتيب والتنظيم لإدارة أنشطتها الاتصالية الرقمية لخصوصيتها وسماتها التي تتناسب مع نشر وبث الرسائل بالسرعة المطلوبة، وتظهر مشكلة الدراسة في كيفية الوقوف على واقع الأنشطة الرقمية للعلاقات العامة في الجامعات، لتحديد مدى الاستفادة من التقنيات الحديثة في تغطية الأنشطة المختلفة في الجامعات، وتحقيق المهام الاتصالية بطريقة تتناسب مع المجتمعات الحديثة، حتى يمكن الكشف عن مواطن القوة وتعزيزها والعمل على تلافي مناطق الضعف ومعالجتها.

ثانياً: تساؤلات الدراسة Study questions

١. ما مدى اهتمام العلاقات العامة في الجامعات السودانية بالأنشطة الاتصالية الرقمية؟
٢. ما هي الوسائل الحديثة التي تستخدمها العلاقات العامة في أنشطتها الاتصالية؟
٣. ما نوع الأنشطة الاتصالية الرقمية التي تهتم بها العلاقات العامة في الجامعات السودانية؟
٤. ما مدى اهتمام العلاقات العامة بالوسائط المتعددة والإعلان الرقمي في أنشطتها الاتصالية؟

ثالثاً: أهمية الدراسة: the importance of study

تأتي أهمية الدراسة من خلال النظر إلى ضرورة وحتمية الاتصال الذي يمثل ركيزة العلاقات العامة، إذ تعتمد العلاقات العامة في بناء العلاقات الطيبة مع جمهورها على الاتصال، وتظهر أهمية الدراسة في سعيها لتحديد الأنشطة الاتصالية الرقمية لما تتصف به من صفات وسمات تتناسب المتغيرات التي حدثت في بيئة المجتمع الاتصالية، حيث أصبح يعتمد في حصوله على المعلومات من خلال الإنترنت وتطبيقاته الحديثة، مما جعل المؤسسات تهتم بمواقعها الإلكترونية، التي تستفيد منها العلاقات العامة كمنصة للتواصل مع جماهير المؤسسة وخاصة مع المتغيرات في سمات وأنماط المجتمعات.

رابعاً: أهداف الدراسة Amisof the study

تهدف الدراسة إلى التعرف على أنواع وأشكال الأنشطة الاتصالية الرقمية لإدارات العلاقات العامة وتحديد اتجاهاتها للكشف عن مدى نجاح أو فشل هذه الأنشطة في تحقيق أهداف ومهام الجامعة، وتسلية الضوء على أهمية الأنشطة الاتصالية الرقمية في التواصل الفوري مع الجماهير.

خامساً: التعريفات الإجرائية

- الأنشطة الاتصالية الرقمية:

نقصد بها جميع الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة في الجامعات السودانية، ذات المحتوى التفاعلي "مرئي، مسموع ومقروء" والتي تعتمد على الانترنت والتقنيات الحديثة في النقل وتبادلها مع جمهور الجامعات.

- العلاقات العامة

المقصود هنا إدارات العلاقات العامة في الجامعات الحكومية السودانية وما تقوم به من أنشطة اتصالية رقمية تعتمد على الانترنت والتقنيات الحديثة في التواصل مع الجمهور.

سابقاً: الدراسات السابقة: Previous Studies

الدراسة الأولى: (عاطف، ٢٠١٥)

تهدف الدراسة إلى التعرف على أهمية استخدام التكنولوجيا الرقمية بتطبيقاتها ووسائطها المتعددة على ممارسة العلاقات العامة بالجامعات الحكومية، والتعرف على طبيعة النماذج الاتصالية وأشكال التواصل الرقمي بين العلاقات العامة والعملاء، وكذلك التعرف على أشكال الوسائط المتعددة المستخدمة على مواقع التواصل الاجتماعي، وهي دراسة وصفية اعتمدت على المنهج المسحي وأسلوب التحليل الكيفي. ومن نتائجها المهمة استخدام إدارة العلاقات العامة للنشر الإلكتروني لأخبار الجامعة مدعماً بالصورة والفيديو، كما استخدمت العلاقات العامة للوسائط المتعددة المختلفة، وضم موقع الجامعة روابط خاصة بالمؤتمرات والندوات والورش لعرض أنشطة الجامعة لمتصفح الموقع، وبينت الدراسة ضعف خلفية مديري العلاقات العامة للاستخدام الرقمي في العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور. لذلك توصي الدراسة بتدريب متخصصين على كيفية استخدام الإنترنت وتطبيقاته في ممارسة العلاقات العامة، وإجراء المزيد من الدراسات حول تطبيق استخدام الإنترنت في العلاقات العامة في أنشطتها المختلفة، مع الاطلاع على تجارب الجامعات الأجنبية في استخدام الإنترنت بنشاط العلاقات العامة للاستفادة من ذلك في تطوير العلاقات العامة الرقمية.

الدراسة الثانية: (العدوان، ٢٠١٦)

تسعى الدراسة لمعرفة استخدام موظفي العلاقات العامة لتطبيقات الإعلام الجديد في الجامعات الأردنية الخاصة، وذلك من وجهة نظر موظفي العلاقات العامة بتلك الجامعات، للوقوف على المعوقات التي تعترضهم في العمل، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي حيث بلغت عينة الدراسة ٧٩ مفردة وجمعت

المعلومات عن طريق الاستبانة، ومن نتائج الدراسة المهمة أن الإعلام الجديد يساعد في سرعة الاتصال المؤسسي في العلاقات العامة، ويسهل عملية تطبيق العلاقات العامة في الجامعات، كما كشفت الدراسة إتباع مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي للإثارة في تناول القضايا المطروحة. وتوصي الدراسة بالحرص على تعيين كفاءات من ذوي الاختصاص الأكاديمي في مجال الإعلام والعلاقات العامة، وكذلك إعطاء مواقع التواصل الاجتماعي ذات الشهرة الواسعة أولوية الاستخدام في مجال العمل، بالإضافة إلى تنشيط وتوسيع مجال عمل العلاقات العامة، والقيام بتدريب موظفي العلاقات العامة بما يخدم سمعة الجامعات لدى الجمهور.

الدراسة الثالثة: (علي، ٢٠٢٠)

تعمل الدراسة على الكشف عن مؤشرات ممارسة العلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي، وذلك في إطار المتغيرات الإدارية، المهنية التخصصية والاتصالية الفعالة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة لجمع المعلومات من عينة الدراسة التي مجموعها ٣٨ مفردة تم اختيارها عن طريق العينة القصدية من مجتمع القائمين بالاتصال في إدارات العلاقات العامة في الجامعات والكليات الأهلية في واسط بالعراق. وكشفت الدراسة أن المؤشرات المؤسسية للعلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي هي المعنية بالإدارة والتخطيط الإستراتيجي للمنظمة وأن المؤشرات المهنية التخصصية للعلاقات العامة الممتازة في مؤسسات التعليم العالي هي المعنية بتوافر الإمكانيات الفنية والإدارية الممتازة، فيما أوضحت المؤشرات الاتصالية الفعالة أنها تسهم في تطبيق الأنموذج المتمثل للاتصال في العلاقات العامة. وتوصي الدراسة بأن تسهم المؤسسات الأكاديمية للعلاقات العامة في إنتاج مدونة عمل سلوكية للعلاقات العامة الممتازة تعد مؤشراً للمثالية في عمل لمؤسسة، وضرورة وجود سياق تنظيمي لإدارة العلاقات العامة يفصل بينها وبين الأنشطة الأخرى من داخل المؤسسة.

الدراسة الرابعة: (الصيفي، ٢٠٢٠)

تهدف الدراسة إلى تقديم تصور للمشهد العام لبحوث العلاقات العامة الرقمية الأجنبية والعربية، لاستكشاف ما إذا كانت التقنيات قد أحدثت نقلة نوعية في أجنحتها ونموذجها أمل باستخدام منهج التحليل التجميعي تم اختيار عينة عشوائية تمثلت في مجلتين من مجلات العلاقات الدولية (Public Relations)

(Journal of Public Relations / review research وتحليل جميع البحوث والرسائل العربية الموجودة على الإنترنت، وتوصلت الدراسة إلى تراجع البحوث العربية عن مواكبة السياق العالمي، حيث أحدث التطور التقني تغييرات في بحوث العلاقات العامة الرقمية الأجنبية دون العربية؛ التي لم تظهر بواكبرها إلا في العام ٢٠٠١ م حيث لا تزال تتبنى النهج القديم، بين ما بدأت البحوث الأجنبية عام ١٩٩٢م وتشير نتائج هذه الدراسة إلى أن تطوير تطبيقات الإنترنت أحدثت تغييرات في بعض ملامح النماذج السائدة لبحوث العلاقات العامة الأجنبية. حيث أصبحت تطبيقات الإنترنت المستندة إلى ويب ٠.٦ وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي مواضيع بحثية رئيسية، خلافاً للبحوث العربية التي لا تزال تركز على دراسة المنظمات وخصوصاً ممارسي العلاقات العامة في هذه المنظمات، ولم تنتقل عدل لتركيز على الجمهور الذي يتفاعل مع هذه المنظمات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتوصي الدراسة بإيلاء المزيد من التطوير النظري في بحوث العلاقات العامة الرقمية والخروج من دائرة النظريات التقليدية الخاصة بالاتصال الجماهيري، والتنوع المنهجي وتوظيف أساليب التحليل الكيفي التي قل استخدامها، مع الاهتمام بدراسات الجمهور بكافة فئاته وليس فقط مستخدمي الإنترنت.

الدراسة الخامسة: (Evans, ٢٠١١)

تستكشف هذه الدراسة استخدامات تويتر في حملات الاتصالات، باستخدام مقابلات متعمقة مع المتخصصين في العلاقات العامة على المستوى التنفيذي، وأتاحت المقابلات المتعمقة الفرصة للمديرين التنفيذيين في العلاقات العامة للتعبير عن رأيهم حول الوضع الحالي لتويتر في حملات الاتصال وتقديم توقعاتهم حول الطلب في المستقبل. كما أن هذه الطريقة أتاحت الفرصة للكشف عن استخدامات تويتر التي لم تكن واضحة في السابق لصناعة العلاقات العامة. وقد أتاح الهيكل المتعمق والمفتوح للمجيبين الفرصة للتوسع في كل مسألة ومناقشة الاتجاهات الناشئة. وتشير النتائج إلى أن ممارسي العلاقات العامة يعتبرون المدونات الصغيرة ميزة قيمة لإستراتيجية وسائل الإعلام الاجتماعية للحملة. وهم يعتقدون أن تويتر يقدم شكلاً من أشكال الاتصال لا توفره تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى، ويعتقدون أن المدونات الصغيرة ستظل جزءاً أساسياً من حملة اتصالات متكاملة.

اتفقت جميع الدراسات السابقة على أهمية الوسائل الرقمية الحديثة في ممارسة العملية الاتصالية، والاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في مجال العلاقات العامة، وتمت الاستفادة من الاطلاع على الدراسات

السابقة في بناء منهجية سليمة لدراسة الأنشطة الاتصالية الرقمية التي تقوم بها العلاقات العامة في الجامعات السودانية، حتى يمكن الوصول إلى تحديد الواقع الفعلي لهذه الأنشطة الاتصالية، لتشجيع ممارسي العلاقات العامة في الجامعات السودانية من تعزيز الإيجابيات ومعالجة سلبيات ممارسة هذه الأنشطة.

سابعاً: نوع الدراسة ومنهجها Type of study and Methodology

تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف الظاهرة مكان الدراسة وصفاً دقيقاً يمكن من فهمها والتعرف على تفاصيلها المختلفة، وتم الاعتماد على المنهج المسحي إذ يمكن عن طريقه جمع معلومات وبيانات موضوعية عن الظاهرة للتعرف عليها وتحديد الأنشطة الاتصالية الرقمية والتعرف على جوانب القوة والضعف فيها (دويدري، ٢٠٠٢، ص ١٩٣).

ثامناً: مجتمع الدراسة والعينة Community Study and Sample

يقصد بمجتمع البحث كل الأفراد أو الوحدات الموضوعية أو الأحداث والمشاهدات والأشياء التي يتكون منها موضوع البحث، أما العينة فهي المجموعة الجزئية من مجتمع البحث ويجب أن تمثله تمثيلاً صادقاً (دويدري، ٢٠٠٢، ص ٣٠٦).

مجتمع الدراسة (الجامعات الحكومية)		
وزارة التعليم العالي	سنار	النيل الأزرق
الخرطوم	البحر الأحمر	غرب كردفان
أم درمان الإسلامية	كسلا	بخت الرضا
الجزيرة	القضارف	البطانة
السودان للعلوم والتكنولوجيا	دنقلا	السودان المفتوحة
النيلين	نيالا	السلام

الفاشر	الإمام المهدي،	عبد اللطيف الحمد التكنولوجية
وادي النيل	شندي	بحري
كردفان	الدنج	الضعين
القرآن الكريم	زالنجي	شرق كردفان
الزعيم الأزهري	-	-
المجموع =		٣١

تم استخدام العينة متعددة المراحل، في المرحلة الأولى استخدمت العينة العشوائية البسيطة للوصول إلى عينة من المجتمع الكلي الذي تمثله الجامعات الحكومية السودانية، وبهذا تتكون العينة من ١٦ جامعة على رأسها وزارة التعليم العالي، وفي المرحلة الثانية تم استخدام العينة المتاحة من ممارسي مهنة العلاقات العامة بهذه الجامعات.

تاسعاً: أدوات جمع المعلومات Information Collection Tools

تم الاعتماد على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات من عينة الدراسة وتم إعدادها وتصميمها إلكترونياً عبر (Google forms) وفقاً لسمات وخصائص العينة، وتتكون الاستبانة من خمسة محاور تغطي موضوع الدراسة، حتى يمكن الوصول إلى بيانات ومعلومات تحقق أهداف الدراسة، حيث تم التأكد من الصياغة من خلال عرض الاستمارة على عدد من الأفراد يشبهون في سماتهم مجتمع العينة بغرض التأكد من وضوح الأسئلة ووفقاً لذلك تم تعديل بعض الأسئلة حسب ملاحظات المجموعة. كما تم توزيع نسخ تجريبية من الاستبانة على عينة استطلاعية للتأكد من ثبات واتساق النتائج ولكي يتم ذلك تمت إعادة العملية بعد أسبوع علي نفس المجموعة للتأكد من ثبات نتائج الاستبانة، وتمت الاستعانة بعدد من الخبراء في مجال الإعلام لتحكيم الاستبانة حتى يمكن التأكد من صدق البيانات علي ضوء أهداف وتساؤلات البحث. وتم توزيعها إلكترونياً إلى عينة من ممارسي مهنة العلاقات العامة في الجامعات السودانية عبر منصة الواتسأب، وكانت الاستجابة من ٣٣ مفردة.

المحور الثاني: الإطار النظري

العلاقات العامة: Public Relations

عرفت العلاقات العامة بمفهومها الحديث في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين، حيث كانت نتيجة التقدم الصناعي في المجتمعات الغربية وظهور الثورة الصناعية الضخمة التي تعتمد على الإنتاج الكبير، كما تضاعفت أعداد الجماهير التي تتعامل معها هذه المؤسسات الأمر الذي شكل صعوبة على المؤسسات في طرق إدارة هذه الجماهير وكسب رضاها، فكان لابد من الاستعانة بالعلاقات العامة لربط المؤسسة بجماهيرها من خلال برامجها وأنشطتها المتعددة التي تعتمد على الاتصال المستمر (رشوان، ١٩٩٠، ص ١٧٩)، ومصطلح العلاقات العامة من حيث البناء اللفظي يتكون من كلمة (public) وتعني كل جماعة أو شريحة من المجتمع تكون للمؤسسة علاقة بها كجمهور العاملين والهيئات الحكومية، وكلمة [Relations وتعني الطرق والوسائل التي تستخدم لتحقيق علاقات إيجابية مع جماهير محددة. حيث ينتمي علم العلاقات العامة إلى مجموعة العلوم الاجتماعية الحديثة، واستعان في تطوره بعلم النفس والاجتماع والاقتصاد وعلم الإدارة العامة وغيرها من العلوم التي تتعرض لفهم ودراسة السلوك البشري أفراداً وجماعات، والتأثير على هذا السلوك وتعديل اتجاهاته من خلال الاستمالة والترغيب، لهذا أصبحت العلاقات العامة ضرورية ولا غني عنها للمصالح العام (محمد، ٢٠١٠، ص ١٠)، وتمثل العلاقات العامة وظيفة إدارية وإعلامية متميزة تساعد الإدارة على الإقامة والمحافظة على خطوط الاتصال والفهم المتبادل، والقبول والتعاون بين المؤسسات وجماهيرها، كما تساعد الإدارة في توقع الاتجاهات، وتستخدم العلاقات العامة في سبيل ذلك أساليب البحث والتقصي والاتصال كأدوات أساسية (فيكر، ٢٠٠٤، ص ٩)، يعتبر فهم كيفية الوصول إلى البيانات الرقمية وتحليلها وتوليفها لتوفير آراء جمهور العملاء جزء من تخطيط وتقييم الحملات، هو مهارة ضرورية لارتباطها بممارسة العلاقات العامة الرقمية، تحاكي هذه المهمة أنشطة البحث الأساسية التي تقوم بها في صناعة جزء من تخطيط الحملة، التي تضم تحليل قضايا التواصل والرسائل للعملاء الجدد (Adams, ٢٠٢٠, p1٧٥)، يتصور الأكاديميون إجراء البحث المستقبلي في هذا المجال على غرار "دور ومساهمة العلاقات العامة في نمو الأعمال التجارية الإلكترونية" وتغيير مجموعة المهارات للممارسين، كي توافق مع الصناعات والتكنولوجيات الجديدة، لاحظ أحد الممارسين كيف أن "هناك قدر كبير من الارتباك أو سوء الفهم الموجود حول العلاقات العامة ودورها (في الاقتصاد الإلكتروني الجديد)، ومع بدء وسائل الإعلام الجديدة في التأثير على طريقة تواصلنا وعلى الأعمال التجارية التي نقوم بها لنعيش حياتنا بالفعل، يجب أن يكون هناك إعادة تنظيم لكيفية لعب العلاقات العامة دوراً يتناسب مع المجتمع". وقد أجرى معهد العلاقات العامة في فلوريدا بحثاً في هذا

الاتجاه. وأيضاً نشرت لجنة الإنترنت التابعة لحقوق الملكية الفكرية تقريراً عن أثر الإنترنت على التواصل (Oliver, ٢٠٠٤, p٧٥)، لذلك فإن وظيفة العلاقات العامة تتمثل في إيجاد نوع من العلاقات الطيبة والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها، من أجل الوصول بهذه العلاقة إلى درجة الرضا بين الطرفين وإلى تكوين صورة ذهنية طيبة وسمعة جيدة ولا يتم ذلك إلا عبر الأنشطة الاتصالية في مختلف الاتجاهات.

الأنشطة الاتصالية الرقمية: Digital communication Activities

ظهرت الأنشطة الاتصالية الرقمية نتيجة لبروز الأدوات والوسائل الجديدة التي تعتمد على الكمبيوتر والأجهزة الحديثة المطبقة في مجالات الاتصال، وهي كافة الأساليب التي يمارسها القائمون على أمر العلاقات العامة عبر النظم الرقمية المختلفة لتحقيق تفاهم متبادل وذلك من خلال عدد من البرامج والسياسات التي يتبعها العاملون في الإدارات المختلفة داخل المنشأة، وتعتمد الشركات الناجحة علي وجود شبكة فعّالة وقوية من الاتصالات تربط بين الأفراد والجماعات وكل وحدات المؤسسة المختلفة، ولا يمكن الوصول إلي ذلك إلا عن طريق توفير معلومات صحيحة، وأصبح من الضروري علي من يقوم بتخطيط الاتصالات للمؤسسة أن يكون قادراً علي الإجابة علي العديد من الأسئلة التي تتعلق: (طابع، ٢٠٠١، ص ٩٨-٩٩) بمدي فعالية برنامج الاتصال الحالي بالمؤسسة، نوع المشاكل الاتصالية وحجمها، نوع الرسائل الصحيحة التي يجب نقلها في عملية الاتصال، الجمهور الذي يجب أن تصل إليه الرسائل الاتصالية، كيفية نقل الرسائل الاتصالية بشكل فعّال واقتصادي، تأثير برامج الاتصال. وتحتاج الشركات والمنظمات للوصول إلى أهدافها إلى دعم الناس أو مجموعات من الناس، (ما يسمى بالجماهير)، وأكثر الجمهور شيوعاً هم الموظفون والعملاء والصحفيون والسياسيون. ومن خلال العلاقات العامة تحاول الشركة مع مساهمتها الخاصة إقناع وتحفيز الجمهور لدعم أهدافها، ولتحقيق ذلك، تقدم الشركة علاقة واضحة ومجزية مع هذه الجماهير المستهدفة أساسها الاتصالات (Herbst, ٢٠١٤, p٢).

الاتصال الرقمي:

هو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف محددة، وتتمثل وظائفه في: (كافي، ٢٠١٦، ص ٢١٩-٢٣٣) تجاوز قيود العزلة من خلال الاتصال بالآخرين عبر شبكات الإنترنت والتفاعل معهم وتوسيع دائرة العلاقات، تجميع الأفراد في جماعات افتراضية تجمع بينهم أهداف مشتركة، وظيفة

الأخبار عبر المعلومات التي تقدمها المواقع المنتشرة عبر الإنترنت، الوظيفة التعبوية بتنمية المشاركة الديمقراطية وممارسة الحقوق في الاتصال الحر، تدعيم وظيفة الدعاية، وظيفة تقديم المعلومات، وظيفة التعليم عن بعد، وظيفة الإعلان والتسويق، وظيفة التسلية والترفيه. ويستخدم خبير العلاقات العامة وسائل الاتصال المباشر وغير المباشر أي الوسائل المتاحة التي تخدم أهداف العلاقات العامة مثل الخطاب والتليفون والتلغراف في البطاقات والنشرات ولوحة الإعلانات وغيرها من الوسائل التي تستخدمها المنشآت المختلفة، وبين ما هو معقد ويعتمد على الإنترنت والتكنولوجيا الحديثة التي ساهمت في بروز مصطلح النشر الإلكتروني والاتصال المشاهد عن بعد عبر المواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي والتلفونات الذكية وذلك بالاستفادة من الوسائط المتعددة واستخداماتها المتعددة (البكري، ١٩٩٩، ص١٠٧)، وتمتلك كل منظمة خبرة خاصة بها، لها قيمة في السوق الإلكترونية للأفكار الجديدة، وقد سهلت شبكة الإنترنت للمنظمات نشر تلك الخبرة في أشكال مختلفة، بما في ذلك النشرات الصحفية، مما يسمح للمؤسسات، والمنظمات غير الربحية للعمل مثل الناشرين التقليديين. وذلك يكسب المؤسسات المصدقية والولاء مع العملاء والموظفين والمستثمرين والموردين من خلال المحتوى التسويقي على الويب الذكي، والآن تفكر وتتصرف مثل الناشرين من أجل إنشاء وتقديم محتوى موجه مباشرة إلى جمهورها (Scott, ٢٠٠٦, p٨)، وفيما يلي أربعة تكتيكات لجعل التواصل الرقمي للعلاقات العامة أكثر فعالية: (Buckland, ٢٠١٩, p)

- تجميع قوائم جهات الاتصال الرقمية، وبناء علاقات قوية معهم مع مرور الوقت.
- البحث في التقويمات التحريرية للمواقع وتكييف العروض الخاصة بك وفقاً لذلك.
- إصدار بيانات صحفية غنية، في الوسائط التي تعمل على سطح المكتب والهواتف المحمولة.
- إجراء أنشطة العلاقات العامة غير المتصلة بدعم العلاقات العامة الرقمية، من خلال التحدث في أحداث الصناعة والإشارة إلى حضورك عبر الإنترنت.

المواقع الإلكترونية:

يشهد العالم الآن انفجاراً اتصالياً وثورة معلوماتية ألغت الحواجز الجغرافية والزمانية في المجتمع محورها التطور الراهن في تكنولوجيا المعلومات الذي يعتمد علي المزج بين كل من (الحاسبات الإلكترونية - الاتصالات السلكية واللاسلكية - شبكات المايكرووفيف - الأقمار الصناعية - الألياف البصرية - أشعة الليزر - التصوير المصغر (المايكروفيلمي)). أبرز هذا المزج بين تلك الأنظمة ما يسمى بالتغطية

الإلكترونية للأحداث والأنشطة والأخبار، ومن مظاهره الجديدة المواقع الإلكترونية (علم لدين، ١٩٩٠، ص ٧-٨)، وهذه مكنت الجماهير من التواصل السهل مع المؤسسة ليصبحوا شركاء في إنتاج المعرفة، فالاستفسار وتقديم المقترحات والشكاوى يمكن أن تتم من خلال هذه الوسائل الحديثة، ويستطيع ممارسو العلاقات العامة من تحقيق التفاعلية أثناء اتصالهم بالجمهور والقدرة على تشكيل الرأي عام محابي للمؤسسة، وأيضاً تمكنهم من تغيير سلوك الجماهير عبر الأنشطة الاتصالية التي تعتمد على الوسائل الحديثة (سليمان، ٢٠٠٩، ص ٣٥ - ٣٧).

البريد الإلكتروني:

يتيح للعلاقات العامة التواصل مع جماهيرها عن طريق إرسال توصيات إعلامية أو تصريحات إخبارية، وكذلك نشر الرسائل الإخبارية للموظفين وأيضاً يساعد في إرسال الدعوات في المناسبات المختلفة وتحقيق مبدأ المشاركة الاجتماعية، كما يفيد أيضاً في تبادل الخطابات بين العملاء ونقل الخطابات والنشرات الصحفية للمحررين وإرسال الأخبار العاجلة عن نشاطات المنظمة المختلفة لوسائل الإعلام (سليمان، ٢٠٠٩، ص ٣٨ - ٣٩).

منصات التواصل الاجتماعي:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مواقع تواصلية على شبكة الإنترنت مثل الفيسبوك وتويتر وواتس وغيرها من المنصات التي تتيح للجمهور التواصل مع بعضهم بمختلف أنواع وأشكال التواصل المكتوب والمسموع والمرئي مما يفسح لهم مجال التشاركية والتفاعلية (عمر، ٢٠١٣، ص ١٧٥). وعبرها يمكن للعلاقات العامة ممارسة أنشطتها الاتصالية المختلفة كالنشر الإلكتروني بمختلف أشكاله مع إمكانية استخدام الوسائط المتعددة التي تعبر عن الفكرة بدمج النصوص، الرسوم، الصور، الصوت والفيديو.

النشر الإلكتروني:

النشر الإلكتروني ويعني نشر المعلومات التقليدية الورقية عبر التقنيات الجديدة التي تستخدم الحاسبات وبرامج النشر الإلكتروني في طباعة المعلومات وتقديمها ونشرها وهناك من يذهب بالنشر الإلكتروني إلى مدى أوسع يشمل كل أشكال أوعية المعلومات غير الورقية (حسن، ٢٠١٦، ص ٩٠).

الوسائط المتعددة:

جاء الإنترنت ليخاطب الحواس الإنسانية ومدركاتها العقلية عبر الوسائط المتعددة (MultiMedia) التي تفرض أنماطاً من الاتصال والاستيعاب والسلوكيات والاستجابات المتباينة، فلذلك ما ينقل عبر الإنترنت لا يقتصر على النصوص المكتوبة فحسب وإنما يشمل الصوت والصور والرسوم الثابتة والمتحركة ولقطات الفيديو، وبذلك فإن قدرة الإنترنت على مخاطبة الحواس البشرية تفوق قدرة أي وسيلة أخرى (حسن، ٢٠١٦، ص ٥٧).

النظرية المفسرة للدراسة: نظرية انتشار المبتكرات

تهدف نظريات ونماذج العلاقات العامة إلى شرح وتوضيح كل ما يتعلق بالعلاقات العامة، كعملية ذات نشاط هادف يحتاج وسائل مناسبة مخطط لها بشكل جيد (العدوي، ٢٠١١، ص ٨٨)، تحتل هذه النظرية الاتصالية مكانة مهمة في العلاقات العامة، لأن الاتصال يعد مفتاح عمل العلاقات العامة وتذهب الدراسة في اتجاه الأنشطة الاتصالية الرقمية فلذلك لا بد من الاستعانة بالنظريات التي تكفل للأنشطة الاتصالية الوضع المناسب حسب طبيعة المؤسسة وأنشطتها لتحقيق أكبر قدر من الفاعلية، وتعتبر نظرية انتشار المبتكرات من النظريات المناسبة لهذه الدراسة، قدم روجرز وشوميكر نموذجها للنظر في انتشار المبتكرات الحديثة في النظام الاجتماعي، ليساهم في فهم انتشار الرسالة الاتصالية وتأثيرها على انتشار، وقد اقتبس الباحثان روجرز وشوميكر عناصر عملية تدفق المعلومات الخاصة بالابتكار من نموذج ديفيد بيرلو على النحو التالي: (مكاوي، السيد، ١٩٩٨، ص ٥٢)

- المصدر (المخترعون والعلماء، عوامل التغيير الاجتماعي وقادة الرأي).
 - الرسالة (الابتكار والجديد).
 - الوسيلة (قنوات وسائل الإعلام).
 - المستقبل (أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي).
 - الأثر (التغيير في الأفكار والاتجاهات والسلوك).
- ويفترض هذا النموذج أن وسائل الاتصال تكون أكثر فاعلية في زيادة المعرفة حول المبتكرات الحديثة.

ويذهب "إيفرت روجرز" إلى أن هذه النظرية تركز على عمليتي الانتشار والتبني وهما مرتبطتان لارتباط الفرد بالجماعة، كما يشير إلى عملية التغيير الاجتماعي باعتباره أحد العناصر الأربعة المكونة لعملية الانتشار

والمتمثلة في: الابتكار، وقنوات الاتصال الجماهيرية والشخصية، والوقت اللازم للانتشار، تركز هذه النظرية على الاهتمام بنشر المبتكرات على مراحل، وكذلك على المعرفة الإمبريقية (التجريبية) للعوامل التي تساعد في تبني الابتكار وهي خمسة عوامل: (المشاقبة، ٢٠١٥، ص ١٧٨)

١/ النفقة المادية ٢/ الانسجام مع القيم السائدة ٣/ القابلية للتقسيم والتجزئة ٤/ درجة التعقيد من حيث الفهم والاستخدام ٥/ قابلية التداول (الوضوح وسهولة النشر).

يساعد هذا النموذج ممارسي الأنشطة الاتصالية في العلاقات العامة على اختيار أفضل الرسائل الاتصالية وتحديد كيفية الوصول إلى الجمهور عبر الوسائط الرقمية التي وفرتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة بما يحقق التدفق ثنائي الاتجاه للمعلومات، مما يساهم في تحقيق أهداف الأنشطة الاتصالية وذلك من خلال تبني فكرة تكنولوجيا الاتصال، وتقسيم النظرية التنبؤية إلى خمس مراحل: (شبية، ٢٠١٦، ص ١٣٧)

أ- الوعي: Awareness وهنا يكتشف الفرد الفكرة أو يتعرض لها لأول مرة.

ب- الاهتمام: Interest عندما يحاول الفرد الحصول على مزيد من المعلومات فهذا يعد مؤشراً على اهتمامه بالفكرة.

ج- المحاولة: Trail ويعد ذلك محاولة الفرد لنقل الفكرة إلى الآخرين.

د- التقييم: Evaluation وفي هذه المرحلة يقرر الفرد ما إذا كانت الفكرة تتناسب أو لا تتناسب مع اهتماماته وميوله الشخصية ومصالحته الذاتية.

هـ- التبني: Adoption في هذه المرحلة يتبنى الفرد الفكرة ويقنع بها وتدخل إلى حيز التفكير ثم تتحول إلى رأي.

المحور الثالث: الدراسة التطبيقية

عرض وتحليل البيانات:

أولاً: البيانات الأساسية

جدول (١)

يوضح متغير النوع والعمر

النوع	التكرار	النسبة	العمر	التكرار	النسبة
ذكر	٢٨	٨٤.٨	أقل من ٣٠ سنة	٤	١٢.١

٤٨.٥	١٦	٤٠-٣١ سنة	١٥.٢	٥	أنثى
٣٦.٤	١٢	٥٠-٤١ سنة	-	-	-
٣.٠	١	٥٠ سنة فأكثر	-	-	-
١٠٠.٠	٣٣	المجموع	١٠٠.٠	٣٣	المجموع

يوضح الجدول (١) أن أغلب العاملين بالعلاقات العامة في الجامعات السودانية من الذكور، وهذا نتاج طبيعة المجتمع السوداني، الذي يتغلب فيه الذكور على الإناث في وظائف معينة، كما يبين ذات الجدول أن الفئة العمرية من ٣١ إلى ٥٠ هي الغالبة للعاملين بالعلاقات العامة، لأن وهي فئة عمرية متوسطة الخبرة وتتسم بالحيوية والنشاط خاصة أن مهنة العلاقات العامة تحتاج الحركة والنشاط.

جدول (٢)

يوضح متغير التعليم والمهنة

التعليم	التكرار	النسبة	المهنة	التكرار	النسبة
ثانوي	٠	٠	مدير علاقات عامة	١١	٣٣.٣
جامعي	١١	٣٣.٣	رئيس قسم	١٣	٣٩.٤
فوق الجامعي	٢٢	٦٦.٧	ضابط علاقات عامة	٩	٢٧.٣
المجموع	٣٣	١٠٠.٠	المجموع	٣٣	١٠٠.٠

يكشف الجدول (٢) عن تصدر فئة التعليم فوق الجامعي لعينة الدراسة، وهذا يؤكد التأهيل العلمي الذي يحسب لصالح العلاقات العامة بالجامعات السودانية، كما يشير نفس الجدول إلى تنوع عينة الدراسة وتقارب النسب بين فئاتها من مدير ورئيس قسم وضابط علاقات عامة، مما يعني دعم بيانات الدراسة بأراء مختلفة.

جدول (٣)

يوضح متغير التخصص

التخصص	التكرار	النسبة
علاقات عامة	٢٠	٦٠.٦

صحافة	٤	١٢.١
إذاعة وتلفاز	٦	١٨.٢
تقانة معلومات	١	٣.٠
إعلام عام	٢	٦.١
المجموع	٣٣	١٠٠.٠

يوضح الجدول رقم (٣) أن الفئة المتخصصة في العلاقات العامة هي الغالبة في عينة الدراسة بنسبة بلغت ٦٠.٦%، وهذا يؤكد اتجاه إدارات العلاقات العامة بالجامعات السودانية نحو المهنية، وتأتي بعدها فئة تخصص الإذاعة والتلفاز ثم فئة الصحافة وبعدها فئة تخصص الإعلام العام وأخيراً تأتي فئة تقانة المعلومات بنسبة ضعيفة تمثل ٣.٠% من عينة الدراسة.

ثانياً: الخبرة

جدول رقم (٤)

يوضح متغير الخبرة

الخبرة	التكرار	النسبة
سنة إلى ثلاث سنوات	٣	٩.١
أربع إلى ست سنوات	١٠	٣٠.٣
سبع سنوات فأكثر	٢٠	٦٠.٦
المجموع	٣٣	١٠٠.٠

كشف الجدول (٤) عن تصدر الفئة التي خبرتها سبع سنوات فأكثر بنسبة ٦٠.٦، وهذا يعني توافر الخبرة لدى ممارسي مهنة العلاقات العامة بالجامعات السودانية، حيث تلعب خبرة ممارس العلاقات العامة الرقمية دوراً بارزاً في التعامل باحترافية مع التقنيات الحديثة والاستفادة منها في نشر محتوى رقمي يزيد من فعالية أداء العلاقات العامة ويفتح مساحة للتفاعلية مع جمهور المؤسسة.

جدول (٥)

يوضح متغير دورات تدريبية في (تطبيقات الحاسوب & فنون العلاقات العامة الاتصال الالكتروني

تطبيقات حاسوب	فنون علاقات عامة	الاتصال الالكتروني
---------------	------------------	--------------------

العبارة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
صفر	٠	٠	٢	٦.١	٠	٠
١ إلى ٣ دورات	١٥	٤٥.٥	١٧	٥١.٥	٢	٦.١
٤ إلى ٧ دورات	١٦	٤٨.٥	١٣	٣٩.٤	٢٨	٨٤.٨
٨ إلى ١٢ دورة	١	٣.٠	١	٣.٠	٢	٦.١
١٣ دورة فأكثر	١	٣.٠	٠	٠	١	٣.٠
المجموع	٣٣	١٠٠.٠	٣٣	١٠٠.٠	٣٣	١٠٠.٠

يوضح الجدول (٥) مدى الاهتمام بتدريب ممارسي العلاقات العامة على الفنون الرقمية وتشير البيانات إلى وسطية الدورات في تطبيقات الحاسوب وفنون العلاقات العامة، بينما هناك اهتمام كبير بالاتصال الجماهيري حيث تلقى فيه ممارسي مهنة العلاقات العامة بالجامعات السودانية دورات تتفاوت من ٤ إلى ٧ دورات، وهذا يؤكد أن التقنية الحديثة أصبحت جزءًا من حياتنا العادية والمهنية، وترتفع أهميتها لممارسي مهنة العلاقات العامة؛ لذلك يجب الحرص على تنمية مهاراتهم المختلفة المتعلقة بالتقنيات الحديثة لاكتساب فنون ومهارات التعامل مع وسائل الإعلام الرقمية ؛ التي تعينهم في ممارسة المهام الاتصالية.

ثالثاً: الوسائل الرقمية

جدول (٦)

يوضح متغير الوسائل الرقمية

الصحافة الالكترونية		منصات التواصل الاجتماعي		المواقع الالكترونية		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	العبارة
١٠٠.٠	٣٣	١٠٠.٠	٣٣	١٠٠.٠	٣٣	تستخدم
٠	٠	٠	٠	٠	٠	لا تستخدم
١٠٠.٠	٣٣	١٠٠.٠	٣٣	١٠٠.٠	٣٣	المجموع

يشير الجدول (٦) ويؤكد اعتماد ممارسي مهنة العلاقات العامة بالجامعات السودانية علي التقنيات الحديثة في تنفيذ الأنشطة الاتصالية، مما يعني تبلور مفهوم العلاقات العامة الرقمية لديهم مع تراجع الوسائل التقليدية وبروز مصطلح الإعلام الرقمي، أصبحت العلاقات العامة تبحث عن كيفية توظيف وتسخير تقنيات

الاتصال الحديث، وقنوات الإعلام الرقمي؛ لتنفيذ أنشطتها، وذلك للإسهام في تحقيق أهداف المؤسسة مع الجمهور، فرضت التطورات التكنولوجية المتقدمة في عالم الاتصال نفسها على العلاقات العامة، فتغيرت أشكال المحتوى فأصبح البحث عن المحتوى المرئي والتفاعلي لذلك تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقه عن طريق الاستفادة من المواقع الالكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي والصحافة الالكترونية في ممارسة أنشطتها الاتصالية.

جدول (٧)

يوضح متغير عدد المنصات الاجتماعية المستخدمة

العبارة	التكرار	النسبة
١ إلى ٢	٥	١٥.٢
٣ إلى ٥	٢٥	٧٥.٨
٦ فأكثر	٣	٩.٠
المجموع	٣٣	١٠٠.٠

يظهر الجدول (٧) أن فئة ٣ إلى ٥ منصات جاءت في المرتبة الأولى بنسبة عالية وصلت ٧٥.٨ تتصدر عدد المنصات الاجتماعية التي تستخدمها العلاقات العامة في الأنشطة الاتصالية، وهذا يؤكد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتوظيفها في خدمة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة، مما يعني انتقال الأنشطة الاتصالية في التواصل مع الجمهور من المرحلة التقليدية إلى المرحلة الحديثة التي تواكب عصر التكنولوجيا عن طريق نشر المحتوى الرقمي على الوسائط الاجتماعية لتحقيق الأهداف الاتصالية.

رابعاً: الأنشطة الاتصالية الرقمية

جدول (٨)

يوضح النشر الالكتروني عبر موقع للجامعة (الأخبار & المجلات & كتيبات & نشرات)

الأخبار	المجلات	الكتيبات	النشرات
---------	---------	----------	---------

العبرة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
تستخدم	٣١	٩٣.٩	٢٣	٦٩.٧	٢٢	٦٦.٧	٢٨	٨٤.٨
لا تستخدم	٢	٦.١	١٠	٣٠.٣	١١	٣٣.٣	٥	١٥.٢
المجموع	٣٣	١٠٠.٠	٣٣	١٠٠.٠	٣٣	١٠٠.٠	٣٣	١٠٠.٠

يشير الجدول (٨) إلى أن فئة تستخدم العلاقات العامة المواقع الالكترونية في نشر الأخبار جاءت متقدمة بنسبة عالية تصل إلى ٩٣.٩، وأيضاً تستخدم العلاقات العامة المنشرات الالكترونية عبر الموقع الالكتروني حيث سجلت فئة تستخدم نسبة ٨٤.٨، وهذا يؤكد أن العلاقات العامة بالجامعات السودانية اهتمت بالأنشطة الاتصالية الرقمية المتمثلة في الأخبار الالكترونية والنشرات، فيما يوضح ذات الجدول أن المجالات الالكترونية والكتيبات عبر الموقع الالكتروني تستخدم بصورة فوق الوسط قليلاً بنسبة ٦٩.٧ و ٦٦.٧، لذلك على العلاقات العامة بالجامعات السودانية الاهتمام بالنشر الالكتروني المتوازن لتحقيق رغبات الجمهور المتنوع.

جدول (٩)

يوضح متغير النشر الالكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي (الأخبار & المجالات & كتيبات & نشرات)

العبرة	التكرار	النسبة	المجلات		الكتيبات		النشرات	
			التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
تستخدم	٣٣	١٠٠.٠	٢٠	٦٠.٦	١٩	٥٧.٦	٢٧	٨١.٨
لا تستخدم	٠	٠	١٣	٣٩.٤	١٤	٤٢.٤	٦	١٨.٢
المجموع	٣٣	١٠٠.٠	٣٣	١٠٠.٠	٣٣	١٠٠.٠	٣٣	١٠٠.٠

يبين الجدول (٩) أن الأنشطة الاتصالية عبر منصات التواصل الاجتماعي تشبه النشر في المواقع الالكترونية حيث كان الاهتمام كبيراً بالأخبار والنشرات وسجلت نسبة ١٠٠.٠ و ٨١.٨ على التوالي، ومع الثورة التكنولوجية وتطور شبكات التواصل الاجتماعي شهد العصر الحالي اهتمام كبير بالخبر وطرق نشره وتم نقلة من بيئة الإعلام التقليدي إلى بيئة الإعلام الرقمي، وأيضاً كان الاهتمام بالمجلات الالكترونية والكتيبات لا يتناسب مع أهميتها في تحقيق فاعلية الأنشطة الاتصالية الرقمية، حيث سجلت فئة تستخدم المجالات والكتيبات نسبة ٦٠.٦ و ٥٧.٦، وهذا يحتم على العلاقات العامة زيادة تفعيل استخدام المجالات

والكتيبات الالكترونية والاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي الأنشطة الاتصالية متعددة الاتجاهات والوظائف.

خامساً: الوسائط المتعددة

جدول (١٠)

يوضح متغير الوسائط المتعددة عبر الموقع الالكتروني للجامعة (نصوص & صور & رسوم)

لا يستخدم		يستخدم		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	العبرة
٢١.٢	٧	٧٨.٨	٢٦	النصوص
٢٧.٣	٩	٧٢.٧	٢٤	الصور
٥١.٥	١٧	٤٨.٥	١٦	الرسوم
٥١.٥	١٧	٤٨.٥	١٦	الصوت
٣٩.٤	١٣	٦٠.٦	٢٠	الفيديو
١٠٠.٠	٣٣	١٠٠.٠	٣٣	المجموع

يوضح الجدول (١٠) أن فئة تستخدم الوسائط عبر الموقع الالكتروني سجلت الأنشطة (النصوص نسبة ٧٨.٨، الصور نسبة ٧٢.٧، الفيديو ٦٠.٦، الرسوم والصوت نسبة ٤٨.٥ لكل واحدة)، تظهر البيانات اهتمام العلاقات العامة بوسائط النصوص والصور والفيديو كأنشطة اتصالية رقمية افرزتها التقنيات الحديثة يجب توظيفها لخدمة أنشطة العلاقات العامة، كما تشير بيانات ذات الجدول إلى ضعف استخدام الرسوم والصوت كوسائط يمكن أن تحقق التواصل مع الجماهير مع تطور المواقع الالكترونية وتوافقها مع هذه الوسائط.

جدول (١١)

يوضح الوسائط المتعددة عبر منصات التواصل الاجتماعي (نصوص & صور & رسوم)

لا يستخدم		يستخدم		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	العبارة
١٨.٢	٦	٨١.٨	٢٧	النصوص
٩.١	٣	٩٠.٩	٣٠	الصور
٣٠.٣	١٠	٦٩.٧	٢٣	الرسوم
٣٠.٣	١٠	٦٩.٧	٢٣	الصوت
٣٠.٣	١٠	٦٩.٧	٢٣	الفيديو
١٠٠.٠	٣٣	١٠٠.٠	٣٣	المجموع

يوضح الجدول رقم (١١) أن فئة تستخدم الوسائط عبر منصات التواصل سجلت الأنشطة (الصور نسبة ١٨.٢، النصوص نسبة ٨١.٨، الرسوم، الصوت والفيديو نسبة ٦٩.٧ لكل واحدة)، تظهر البيانات تقدم وسائط الصور والنصوص كأنشطة اتصالية رقمية تسهم في التواصل السريع عبر منصات التواصل الاجتماعي وتتيح قدرًا واسعاً من التفاعلية مع جمهور العلاقات العامة، كما تشير بيانات نفس الجدول إلى الاستخدام الواسع للرسوم والصوت والفيديو وهي وسائط لا تقل أهمية من النصوص والصور، فلذلك على العلاقات العامة بالجامعات السودانية إعادة النظر حول زيادة الاستفادة منها في التواصل المستمر مع الجمهور.

جدول (١٢)

يوضح متغير استخدام الإعلان الرقمي عبر المواقع الالكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي

عبر منصات التواصل الاجتماعي		عبر الموقع الإلكتروني		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	العبارة
٩٠.٩	٣٠	٨٤.٨	٢٨	تستخدم
٩.١	٣	١٥.٢	٥	لا تستخدم
١٠٠.٠	٣٣	١٠٠.٠	٣٣	المجموع

يشير الجدول (١٢) إلى أن العلاقات العامة بالجامعات السودانية تهتم اهتماماً مقدراً بالإعلان الرقمي عبر المواقع الالكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي، حيث سجلت فئة تستخدم العلاقات العامة الإعلان الرقمي نسبة ٩٠.٩ الإعلان عبر المنصات الاجتماعية، ونسبة ٨٤.٨ للإعلان عبر المواقع الالكترونية للجامعات.

الخاتمة:

تعتبر العلاقات العامة الرقمية سمة من سمات العصر الاتصالي الحالي الذي اعتمد بدرجة كبيرة على الانترنت وتكنولوجيا الاتصال، مما فرض واقعاً جديداً ومجتمعاً افتراضياً يلبي حاجاته ومتطلباته من خلال التواصل الرقمي، فلذلك كان لزاماً على العلاقات العامة أن تتجه نحو الأنشطة الاتصالية الرقمية التي تستخدمها العلاقات العامة في تحقيق أهدافها، ومن خلال هذه الدراسة التي تنظر إلى العلاقات العامة وفقاً للاستراتيجيات الاتصالية الحديثة، واستخدام أساليب رقمية وافتراضية متنوعة، وبعد استطلاع عدد من

ممارسي العلاقات العامة بالجامعات السودانية توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات نلخصها فيما يلي:

أولاً: النتائج:

- كشفت الدراسة عن التأهيل العلمي الممتاز لممارسي مهنة العلاقات العامة بالجامعات السودانية.
- أوضحت الدراسة أن أغلب العاملين في العلاقات العامة من الذين يحملون مؤهلاً متخصصاً في العلاقات العامة.
- يتمتع ممارسو مهنة العلاقات العام في الجامعات السودانية بخبرة طويلة في مجال العلاقات العامة.
- أظهرت الدراسة الاعتماد الكبير لممارسي مهنة العلاقات العامة في تنفيذ الأنشطة الاتصالية على المواقع الالكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي والصحافة الالكترونية.
- أكدت الدراسة استخدام العلاقات العامة للمنصات الاجتماعية في نشر أنشطتها الاتصالية.
- أوضحت الدراسة اهتمام العلاقات العامة بالأخبار الالكترونية والنشرات عبر المواقع الالكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي، مع التراجع النسبي في المجالات والكتيبات الالكترونية.
- أبانت الدراسة اعتماد العلاقات العامة في أنشطتها الاتصالية على وسائل النصوص والصور والرسوم بدرجة مناسبة، بينما يظهر الضعف في استخدام الرسوم والصوت في الأنشطة الاتصالية.
- كشفت الدراسة اهتمام العلاقات العامة الكبير بالوسائل المتعددة عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- أوضحت الدراسة اهتمام العلاقات العامة بالنشاط الإعلاني الرقمي عبر المواقع الالكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي.

ثانياً: التوصيات:

وعلى ضوء النتائج توصي الدراسة بالآتي:

- الارتقاء بالأنشطة الاتصالية الرقمية للعلاقات العامة، خاصة مع وجود الكادر البشري الذي يحمل مؤهلات علمية عليا كبيرة.
- الاستفادة من الخبرات التي يتمتع بها العاملون في العلاقات العامة في تطوير الأنشطة الاتصالية الرقمية.

- زيادة الاهتمام بالتدريب النوعي في مجال تطبيقات الحاسوب والفنون الإعلامية الرقمية، واستثمار الفرص التي وفرتها تكنولوجيا الاتصال، لزيادة فعالية الأنشطة الاتصالية الرقمية.
- دعم وتشجيع الاستفادة من المحتوى المرئي والتفاعلي الذي تساعد على نشره المواقع الالكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي، وتطوير أساليب جديدة في الاتصال تتناسب مع المجتمعات الحديثة.
- الاهتمام بالنشر النوعي عبر منصات التواصل الاجتماعي لتلبية لرغبات الجمهور متعدد الرغبات.
- تعزيز نشر الأخبار الالكترونية والنشرات عبر المواقع الالكترونية والمنصات الاجتماعية بما يتفق مع أهميتها لجمهور العلاقات العامة بالجامعات السودانية، مع البحث عن آلية لمعالجة القصور في النشر عبر المجالات والكتيبات الالكترونية.
- الاهتمام برفع مستوى استخدام الوسائط المتعددة (نصوص، صور وفيديو)، مع إعادة النظر في طرق تنشيط استخدام الرسوم والصوت في الأنشطة الاتصالية.
- المحافظة على الأنشطة الاتصالية التي تعتمد على الوسائط المتعددة عبر المنصات الاجتماعية، ومحاولة التنوع في استخدامها لتلبية متطلبات الجمهور.
- زيادة الاهتمام بالنشاط الإعلاني الرقمي لأهميته في المحافظة على سمعة المؤسسة وترسيخ اسمها في أذهان الجمهور.

المراجع:

أولاً: مراجع باللغة العربية:

- أمين، رضا عبد الواحد ، (٢٠١٧)، الصحافة الإلكترونية، القاهرة. دار الفجر للنشر.
- البكري، فؤادة عبد المنعم، (١٩٩٩)، العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال، عمان: دار الروضة.
- حسن عماد مكاوي ويليى حسين السيد، (١٩٩٨)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط١، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- حسن، عباس ناجي، (٢٠١٦)، الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني، عمان: دار صفاء للنشر.
- دويدري، رجاء وحيد، (٢٠٠٢)، البحث العلمي، دمشق: دار الفكر.
- رشوان، حسين، (١٩٩٠)، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، الاسكندرية: الكتاب الجامعي الحديث.

- سليمان، شريفة رحمة، (٢٠٠٩)، دور الاتصال والعلاقات العامة في الحكومة الالكترونية، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة: مركز الإمارات للبحوث والدراسات الاستراتيجية.
- شيبية، شدوان علي، (٢٠١٦)، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- الصيفي، حسن نيازي، (٢٠٢٠)، الاتجاهات الحديثة في بحوث العلاقات العامة الرقمية الأجنبية والعربية، الجزائر: المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مجلد ٧ العدد ١.
- طابع، سامي، (٢٠٠١)، بحوث الإعلام، القاهرة: دار النهضة العربية.
- عاطف، حاتم محمد، (٢٠١٥)، ممارسة القائم بالاتصال لأنشطة العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية، القاهرة: مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد السادس.
- العدوان، محمد نور صالح، (٢٠١٦)، مدى استخدام موظفي العلاقات العامة لتطبيقات الإعلام الجديد في الجامعات الأردنية الخاصة، الأردن: مجلة تطوير الأداء الجامعي، العدد الرابع.
- العدوي، فهمي محمد، (٢٠١١)، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، عمان: دار أسامة للنشر.
- علم الدين، محمود، (١٩٩٠)، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، القاهرة: دار العربي للنشر.
- علي، خلف كريم كيوش، (٢٠٢٠)، ممارسة العلاقات العامة الممتازة في المؤسسات الأكاديمية، العراق: مجلة الباحث الإعلامي، العدد ٤٧.
- عمر، عماد الدين تاج السر فقير، (٢٠١٣)، إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، عمان، دار البداية.
- فيكر، اكسون، (٢٠٠٤)، دليل العلاقات العامة، ترجمة عبد الحكيم أحمد الخزامي، القاهرة: دار الفجر للنشر.
- كافي، مصطفى يوسف، (٢٠١٦)، الإعلام التفاعلي، عمان، الأردن: مكتبة الحامد للنشر.
- محمد، أسامة، يناير (٢٠١٠)، مبادئ العلاقات العامة، مجلة العلاقات العامة، السعودية، العدد الثاني.
- المشاقبة، بسام عبد الرحمن، (٢٠١٥)، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن.

ثانياً: مراجع أجنبية:

- Adams, Melissa.(٢٠٢٠) " Who's Out There? Using Google Analytics and Social Media Data to." Online Publics Journal of Public Relations Education Vol. ٥٦, No.٢, .
- Buckland, Tom.(٢٠١٩) What does Digital Public Relations mean in ٢٠١٩. <https://spinsucks.com/marketing/digital-public-relations/>, April ٨.
- Evans, Twomey and Talan.(٢٠١١) "Twitter as a Public Relations Tool." Public Relations Journal, Vol. ٥, No.١
- Herbst, Adlmaier Dieter Georg.(٢٠١٤) "Public Relations in the Digital World: Global Relationship Management Personal information." DIGITAL MEDIA and SOCIAL INCLUSION. Istanbul, October.
- Oliver, Sandra M.(٢٠٠٤) Handbook of Corporate Communication and Public Relations,. London: published by Routledge ١١ New Fetter Lane, London EC٤P ٤EE.
- Scott,David(٢٠٠٦)Meerman.The new rules of PR.https://www.davidmeermanscott.com/hubfs/documents/New_Rules_of_PR,

دور المحاسبة عن التنمية المستدامة في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية

The Role of Sustainable Development Accounting in Improving the Informational Content of Financial Reports

د. آدم الطيب حماد حامد*

المستخلص

هدفت الدراسة إلى قياس العلاقة بين أبعاد المحاسبة عن التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية بشركات المساهمة السودانية، حيث تمثلت مشكلة الدراسة في أن التقارير المالية التقليدية لا تهتم بالبيانات الخاصة بأبعاد التنمية المستدامة، مما قد يؤثر في ترشيد القرارات الاستثمارية وانعكاس ذلك على المحتوى الإعلامي للتقارير المالية لشركات المساهمة بسوق الخرطوم للأوراق المالية، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ساعد الإفصاح عن البيئة الصحية للعاملين بالشركة في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية، ساعد الاهتمام بتوفير أجهزة لتقليل التلوث البيئي في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية، أوصت الدراسة بضرورة الإفصاح عن المعلومات المتعلقة بالبعد البيئي والاجتماعي بالتقارير المالية، ضرورة الالتزام بالبعد الاقتصادي لمحاسبة التنمية المستدامة لتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.

الكلمات المفتاحية: المحاسبة عن التنمية المستدامة - البعد البيئي - البعد الاجتماعي - البعد الاقتصادي - المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.

* الأستاذ المساعد كلية الوسيلة للعلوم والتكنولوجيا - السودان

Abstract

The study aimed to measure the relationship between the dimensions of accounting for sustainable development and improve the media content of the financial reports in the Sudanese joint-stock companies, as the problem of the study was that the traditional financial reports do not care about the data on the dimensions of sustainable development, which may affect the rationalization of investment decisions and its reflection on the media content of the reports. The study reached several results, the most important of which was the disclosure of the healthy environment for the company's employees in improving the media content of the financial reports. The interest in providing devices to reduce environmental pollution has helped improve the media content of financial reports. The study recommended the necessity of disclosing information related to the environmental and social dimension of financial reports. A commitment to the economic dimension of sustainable development accounting is necessary to improve the media content of financial reports.

Key words: accounting for sustainable development – the environmental dimension – the social dimension – the economic dimension – the media content of financial reports.

أولاً: الإطار المنهجي:

تمهيد:

تعتبر محاسبة التنمية المستدامة من المفاهيم التي نالت اهتماما كثيرا من جميع النواحي البيئية والاجتماعية والاقتصادية والمحاسبية، كما أن المحاسبة لم تعد عملية مسك للدفاتر فقط، إنما تعددت وظائفها ومهامها فهناك محاسبة التكلفة البيئية ومحاسبة المسؤولية الاجتماعية ومحاسبة الاستدامة ومن الناحية المحاسبية، من جهة أخرى تعد القوائم والتقارير المالية أهم المصادر التي تعتمد عليها الأطراف ذات العلاقة بالشركة للحصول على المعلومات التي يحتاجونها في اتخاذ قراراتهم، ومع التغير في بيئة الأعمال أصبح هناك اتفاق على أن التقارير المالية أصبحت لا تعبر بصورة كافية الأبعاد في الوقت الحاضر، ظهرت الحاجة إلى الإفصاح عن معلومات غير مالية تشمل قضايا بيئية واجتماعية واقتصادية وأن المحتوى الإعلامي للتقارير المالية في ظل هذه المتغيرات سيصبح له دور فعال في توجيه سلوك كافة القطاعات الاقتصادية وكذلك المستخدمين من درجة الشفافية والمصادقية للمعلومات التي تحتوي عليها التقارير المالية، بعد أن عجزت بعض المنشآت في توفير البيانات الكافية للمستخدمين وإعطائهم المعلومات المرتبطة بمصادر تمويل الاستثمارات الضخمة داخل المنشأة.

مشكلة الدراسة: حيث تمثلت مشكلة الدراسة في أن التقارير المالية التقليدية لا تهتم بالبيانات الخاصة بأبعاد التنمية المستدامة، مما قد يؤثر في ترشيد القرارات الاستثمارية وانعكاس ذلك على المحتوى الإعلامي للتقارير المالية لشركات المساهمة بسوق الخرطوم للأوراق المالية. يمكن صياغة مشكلة الدراسة في الآتي:

١. هل هنالك علاقة بين الاهتمام بالبعد البيئي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي

للتقارير المالية المنشورة بشركات المساهمة بسوق الخرطوم للأوراق المالية؟

٢. هل هنالك علاقة بين الاهتمام بالبعد الاجتماعي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى

الإعلامي للتقارير المالية؟

٣. هل هنالك علاقة بين الاهتمام بالبعد الاقتصادي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المستوى

الإعلامي للتقارير المالية؟

أهمية الدراسة: تتمثل أهمية الدراسة في الآتي:

يعد البحث إضافة علمية للمكتبات الأكاديمية حيث يقدم مادة علمية للباحثين عما يتعلق بدور أبعاد المحاسبة عن التنمية المستدامة في تحسين محتوى الإعلامي للتقارير المالية.

أهداف الدراسة: تتمثل أهداف الدراسة في الآتي:

١. التعرف على الإطار النظري للمحاسبة عن التنمية المستدامة.
٢. التعرف على العلاقة بين البعد البيئي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية بشركات المساهمة السودانية.
٣. التعرف على العلاقة بين البعد الاجتماعي للمحاسبة لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية بشركات المساهمة السودانية.
٤. التعرف على العلاقة بين البعد الاقتصادي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.

فرضيات الدراسة: تتمثل فرضيات الدراسة في الآتي:

١. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام بالبعد البيئي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية بشركات المساهمة السودانية
٢. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام بالبعد الاجتماعي للمحاسبة لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية بشركات المساهمة السودانية.
٣. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام بالبعد الاقتصادي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.

منهج الدراسة: اتبعت الدراسة المناهج الآتية:

اعتمد الباحث علي المنهج الاستقرائي، والمنهج الاستنباطي، والمنهج التاريخي، والمنهج التحليلي الوصفي لجمع البيانات والمعلومات وتحليلها.

حدود الدراسة:

- حدود زمانية: ٢٠٢٠م.
- حدود مكانية: الخرطوم - سوق الخرطوم للأوراق المالي (شركات المساهمة العام).

ثانياً: الدراسات السابقة:

دراسة عباس، (٢٠١٧): تمثلت مشكلة البحث في عدم اهتمام العديد من المنشآت الصناعية السودانية بالقياس والإفصاح عن أنشطة محاسبة التنمية المستدامة (البيئية، الاجتماعية، الاقتصادية) على الرغم من دورها المهم في تحقيق الميزة التنافسية لها، هدفت الدراسة إلى التعرف على نظام محاسبة التنمية المستدامة من حيث المفهوم والهدف والطرق، والتعرف على التحديات التي تواجه قياس الأنشطة البيئية والاجتماعية لمحاسبة التنمية المستدامة، ولتحقيق أهداف البحث وحلا لمشكلته وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها التزام المنشأة بقياس تكاليف أنشطتها البيئية والاجتماعية يجنبها دفع الغرامات والجزاءات للأطراف الخارجية المتضررة مما يؤدي إلى تخفيض التكلفة مقارنة بالمنافسين.

تختلف دراسة الباحث عن هذه الدراسة في أنها تناولت محاسبة التنمية المستدامة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، بينما اختلفت عنها هذه الدراسة في تناولها قرارات الاستثمار من المساهمين من البنوك في نيجيريا. دراسة: هيثم (٢٠١٧م): تمثلت مشكلة الدراسة في يعتبر إصدار المعيار الدولي للتقارير المالية الخاص بالمنشآت الصغيرة ومتوسطة الحجم خطوة كبيرة نحو إتمام دور مجلس معايير المحاسبة الدولية على المستوى الدولي وذلك للقياس والإفصاح المحاسبي لتلك المنشآت، هدفت الدراسة إلى التعرف على المنشآت الصغيرة ومتوسطة الحجم SMES، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: يتضح من التحليل الإحصائي لآراء المستقضي منهم أن تطبيق المعيار الدولي للتقارير المالية للمنشآت الصغيرة ومتوسطة الحجم في البيئة المصرية سوف يؤدي إلى تحسين جودة التقارير والقوائم المالية.

تختلف دراسة الباحث عن هذه الدراسة في أنها تناولت دور المحاسبة عن التنمية المستدامة في تحسين محتوى الإعلامي للتقارير المالية وترشيد قرارات الاستثمار، بينما اختلفت عنها هذه الدراسة في تناولها تحسين جودة المحتوى الإخباري للقوائم المالية للمشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم في ضوء المعيار الدولي للتقارير المالية.

دراسة: وليد (٢٠١٨م): تمثلت مشكلة الدراسة في أنه لم تعد مشاكل التنمية المستدامة مشكلة محلية أو إقليمية إنما هي مشكلة دولية وأن الاهتمام بقضايا الاستدامة في جوانبها الثلاثة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية أصبحت تمثل رأس الرمح في تأكيد رفاهية ورقي المجتمعات أو عدم اهتمامها بالنواحي الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، هدفت الدراسة إلى تحليل ومناقشة وجهات النظر المؤيدة والمعارضة بالمنشآت

المصرفية لعملية التقرير عن الأداء البيئي والاجتماعي، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: إفصاح تقرير الإستدامة عن مؤشرات الأداء الاقتصادي قتل من مخاطر قرارات المصارف الاستثمارية، تقرير الإستدامة عن الجوانب الإقتصادية ساهم في جودة الإفصاح عن تقرير الإستدامة الثلاثي، تقرير الإستدامة الإجماعي زاد من وعي وإدراك وثقة المستخدمين في تقارير الإستدامة وقراراتهم تجاه أسهم المصارف.

تختلف دراسة الباحث عن هذه الدراسة في أنها تناولت دور المحاسبة عن التنمية المستدامة في تحسين محتوى الإعلامي للتقارير المالية وترشيد قرارات الاستثمار، بينما اختلفت عنها هذه الدراسة في تناولها خصائص الوحدات الاقتصادية في جودة الأرباح المحاسبية لترشيد قرارات الاستثمار في سوق الأوراق المالية.

دراسة: أحمد (٢٠١٨م): تمثلت مشكلة الدراسة في أصبح الإفصاح عن المعلومات والبيانات الاقتصادية والبيئية والاجتماعية الطريقة التي تلجأ إليه المنظمات التي تهدف إلى الاستمرار بالدرجة الأولى وعكس صورة إيجابية عن أدائها لدى الأفراد المتعاملين معها، ويعتبر القطاع المصرفي من المؤسسات المالية التي تسعى جاهدة إلى احتلال مكانة مرموقة في المجتمع تؤهلها للحفاظ على استمرارها رغم ما قد تتعرض له من حالات تعثر وفشل مالي، هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى الإفصاح عن أبعاد الاستدامة في البنوك في بورصة عمان، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود مستوى منخفض لإفصاح البنوك المدرجة في بورصة عمان عن أبعاد التنمية المستدامة، وجود مستوى متوسط عن إفصاح البنوك المدرجة في بورصة عمان عن البعد الاقتصادي.

تختلف دراسة الباحث عن هذه الدراسة في أنها تناولت دور المحاسبة عن التنمية المستدامة في تحسين محتوى الإعلامي للتقارير المالية وترشيد قرارات الاستثمار، بينما اختلفت عنها هذه الدراسة في تناولها مستوى الإفصاح عن أبعاد الاستدامة لدى القطاع المصرفي الأردني.

دراسة: محمد (٢٠٢٠م): تمثلت مشكلة الدراسة في غياب الطرق الموحدة لإعداد ونشر التقارير المالية إلكترونياً مما أدى إلى ظهور حالة من الفوضى في النشر الإلكتروني وأصبح المستخدمون غير قادرين على تحقيق الاستفادة الكاملة من هذه المعلومات المالية، مما أدى ازدياد المطالبات العالمية بوجود طريقة معيارية لإعداد ونشر التقارير المالية إلكترونياً لذلك تتلخص مشكلة الدراسة في مدى تأثير تطبيق لغة تقارير الأعمال الموسعة (XBRL) في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية، هدفت الدراسة إلى توضيح أثر استخدام

لغة تقارير الأعمال الموسعة (XBRL) في تحسين جودة المحتوى الإعلامي للتقارير المالية. توصلت الدراسة إلى نتائج منها: أن لغة (XBRL) تعتبر معياراً إلكترونياً دليلاً على شفافية المعلومات المفصح عنها بالمصارف السودانية، عملت (XBRL) على تخفيض تكاليف إعداد التقارير المالية بالمصارف السودانية.

تختلف دراسة الباحث عن هذه الدراسة في أنها تناولت دور المحاسبة عن التنمية المستدامة في تحسين محتوى الإعلامي للتقارير المالية وترشيد قرارات الاستثمار، بينما اختلفت عنها هذه الدراسة في تناولها تقارير الأعمال الموسعة وأثرها في المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.

ثالثاً: الإطار النظري للدراسة:

١/ مفهوم محاسبة التنمية المستدامة: هنالك العديد من تعريفات محاسبة التنمية المستدامة منها:

فقد عرفت على أنها تتبع الأنشطة والموارد البيئية واستخدام المعلومات في اتخاذ القرارات البيئية بهدف تحديد وإزالة الآثار السلبية للأنشطة والنظم (عصام، ٢٠٠٨، ص ١٧٤)، وعرفت أيضاً بأنها: إدارة الأداء البيئي والاقتصادي من خلال تهيئة وتطوير نظم محاسبية ملائمة تتعلق بالبيئة وتطبيقاتها (هادي، ٢٠٠٦، ص ٨) وعرفت أيضاً بأنها نظام للمعلومات يختص بوظيفتي قياس الأداء البيئي والاجتماعي والاقتصادي للمنشأة والتقرير عن نتائج هذا القياس بما يكفل تقييم إسهاماتها في تحقيق التنمية المستدامة (محمد، ٢٠١٣، ص ٣٨).

مما تقدم يرى الباحث أن محاسبة التنمية المستدامة هي نظام للمعلومات يختص بقياس التكاليف الخاصة بالأنشطة البيئية والاجتماعية والاقتصادية للمنشأة والتقرير عن هذه الأنشطة.

٢/ أهمية محاسبة التنمية المستدامة: ومن ناحية أخرى توفر محاسبة الاستدامة معلومات للمستخدمين الداخليين والمتمثلين في إدارة المنشأة لاتخاذ القرارات ومساعدتها في تحقيق أهداف الاستدامة متعددة الأبعاد، وباعتبار الاستدامة تشكل جزءاً أساسياً في إستراتيجية الشركات، وتساعد محاسبة الاستدامة المنظمات في تضمين قضايا الاستدامة داخل التخطيط الاستراتيجي للمنشأة وذلك من خلال ما توفره من معلومات مالية وغير مالية، هذا بالإضافة إلى دورها في تحقيق المساءلة والشفافية والحوكمة وإدارة المخاطر، وإيجاد مصادر للميزة التنافسية للوحدة الاقتصادية (عفت، ٢٠١١، ص ١١١).

٣/ أهداف محاسبة التنمية المستدامة: الهدف الأساسي هو قياس أداء المنشأة نحو هدف الاستدامة من وجهة النظر الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وذلك لتحقيق المساءلة والشفافية والإفصاح عن نشاط المنشأة وتوفير معلومات مفيدة لأغراض اتخاذ القرارات الداخلية والخارجية ويمكن التمييز بين المستخدمين الداخليين

لمعلومات الاستدامة وبين المستخدمين الخارجيين لهذه المعلومات، وتوفر محاسبة الاستدامة معلومات للأطراف الخارجية وتساهم في تحقيق مساءلة منظمات الأعمال عن آثار أنشطتها على البيئة والمجتمع بصفه عامة (رحاب، ٢٠١٦، ص٤٢).

مما تقدم يتضح للباحث أن هدف محاسبة الاستدامة يتمحور حول العمل على عرض تفاصيل النشاط الاقتصادي والاجتماعي والبيئي لمنشأة الأعمال والعمل على تمكين هذه المنشأة من التقرير عن هذه الأنشطة بصورة واضحة وشفافة وتمكن المجتمع من معرفة طبيعة هذه الأنشطة حتى يتمكن من ممارسة دوره الرقابي على هذه المنشآت.

٥/أبعاد التنمية المستدامة: بناءً على ما تقدم من تعريفات للتنمية المستدامة تبين أنها لا تركز فقط على الجانب البيئي بل تشمل أيضا على عدة جوانب أخرى أساسية تحمل في طياتها مجموعة من القضايا التي تعبر عن مؤشرات يمكن من خلالها قياس المستوى الذي وصلت إليه التنمية المستدامة وعليه فإن هذه الأبعاد تتمثل في: (راشي، ٢٠١١، ص٢٢):

أ. **البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة:** يستند هذا البعد أساساً على المبدأ الذي يقضي بزيادة رفاهية المجتمع إلى أقصى حد ممكن تزامنا مع إدارة استغلال الموارد الطبيعية بطريقة عقلانية ورشيدة تحافظ على توازن البيئة واستمراريتها.

ب. **البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة:** يركز البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة على أن الإنسان هو محورها الأساسي وجوهرها باعتباره وسيلة وهدف في أن واحد، وعليه يهتم هذا البعد بالعدالة الاجتماعية وتحقيق المساواة ومكافحة الفقر وتوزيع الموارد وتقديم وتحسين مستوى الخدمات الاجتماعية الرئيسية إلى كل المحتاجين لها والسعي المتواصل في تحقيق استقرار النمو الديمغرافي حتى لا تكون هنالك ضغوط على الموارد الطبيعية والعمل على وقف التروح الريفي، بالإضافة إلى الأخذ بعين الاعتبار أهمية مشاركة الشعوب في اتخاذ القرارات والحصول على المعلومات التي تؤثر على حياتهم بشفافية ودقة (جميل، ١٩٩٧، ص٤).

ج. **البعد البيئي:** يقضي هذا البعد على أن البيئة هي محور الاهتمام وأنه من أجل تحقيق تنمية مستدامة يجب الحفاظ على هذه البيئة وذلك من خلال:

- منع تجريف التربة.

- وخفض استعمال المبيدات والحد من تدمير الغطاء النباتي والمصايد.
مما تقدم يصل الباحث إلى أن هذه الأبعاد هي عبارة عن منظومة واحدة فإذا تم فقدان أحد هذه عناصرها أفقدت شكلها الطبيعي، لذلك لا بد أن تقوم الدولة بإصدار قانونين تمنع قيام أي مشروعات لا تلتزم بأخذ هذه الأبعاد بعين الاعتبار.

٦/ القياس المحاسبي لمحاسبة التنمية المستدامة:

يجد المطالع على أدبيات المحاسبة البيئية والاجتماعية أنه يمكن التمييز بين مدخلين للقياس على النحو التالي: (يسرى، ٢٠١٣م، ص ٥٨ - ٦٣)

أ/مدخل القياس ذو المضمون الواحد: يقوم مدخل القياس الكمي ذو المضمون الواحد بصفه عامة على قياس الأشياء والظواهر كمياً بمعيار موحد يعكس خاصية مشتركة بينها، بحيث يمكن أن تتوافر للمعلومات الناتجة عن قياس هذه الأشياء والظواهر خاصية التجميع الرياضي على مستوى جميع العناصر المكونة لها، وفي مجال القياس البيئي والاجتماعي يفرق بين اتجاهين بخصوص المعيار الموحد الذي يستخدم في قياس العمليات الاجتماعية.

- الاتجاه الأول: القياس باستخدام وحدة المنفعة الاجتماعية: يدور منطق هذا الاتجاه حول ما ينبغي أن يكون عليه القياس الاجتماعي.

- الاتجاه الثاني: القياس باستخدام وحدة النقد: يعتمد القياس في المحاسبة المالية على أسعار التبادل، وفيما يختص بالمحاسبة عن التنمية المستدامة سبق الاتفاق على أنه غالباً ما تكون هذه الأسعار غير متاحة، يضاف إلى ذلك أيضاً أن هذه الأسعار قد لا تكون مؤشراً صحيحاً للقيمة عندما لا يعبر السعر عن المنفعة التي تحققها السلعة أو الخدمة. هذا وللتغلب على صعوبة قياس العمليات البيئية والاجتماعية في صورة نقدية اقترح Estes تقدير قيمة هذه العمليات استناداً إلى بعض طرق التقدير غير المباشر منها:

- I. طريقة التقييم البديل.
- II. طريقة الاستقصاء.
- III. طريقة تكلفة التصحيح أو التجنب.

وفيها يتم تقدير الأضرار على أساس المبالغ اللازمة لتصحيح الضرر أو المبالغ اللازمة للمعدات والأجهزة الضرورية لتجنب الضرر.

ب/ مدخل القياس متعدد الأبعاد: ويستند استخدام هذا المدخل في مجال القياس البيئي على الطبيعة المميزة للعمليات البيئية موضوع القياس (احمد، ٢٠٠٦م، ص ٤٥٢).

يقوم مدخل القياس متعدد الأبعاد علي قياس الأشياء والظواهر بأساليب قياس مختلفة توفر معلومات تعكس تباين وتعدد خصائص الأشياء والظواهر موضوع القياس وذلك دون التقيد بأسلوب قياس معين أو بنظام قياس محدد أو الاعتماد على مقياس وحيد. ويستند استخدام المدخل في مجال قياس التنمية المستدامة في الطبيعة المميزة للعمليات بتعدد جوانبها وتباين أبعاد تأثيراتها، فإن مدخل القياس الملائم الذي ينبغي الاعتماد عليه في قياس هذه الطبيعة يجب أن يضيف دلالة أكثر وضوحاً لتأثير العمليات البيئية والاجتماعية عما تضيفه المعلومات ذات الطبيعة المالية فالمعلومات عن مقدار التخفيض في معدلات التلوث أو عدد العاملين الذين استفادوا من برامج التدريب أو نسبة النقص في الحوادث نتيجة تطوير تصميم المنتج أو توصيف مساهمة المشروع في تحقيق بعض الأهداف القومية قد تكون أحياناً لها دلالة بيئية واجتماعية أفضل من المعلومات المتولدة عن استخدام مدخل القياس النقدي (محمد، ٢٠١١م، ص ٢٢٠).

مما تقدم يرى الباحث أن هنالك صعوبة في قياس التكاليف البيئية والاجتماعية نظراً لطبيعة أنواع هذه التكاليف، وهذه الصعوبة تتبلور في اختلاف وجهات النظر بين الاقتصاديين والمحاسبين، فالمحاسبون يرون التكاليف الاجتماعية أو البيئية هي التكاليف التي تتفققها المنشأة ولا يتطلبها نشاطها الاقتصادي.

٧/ الإفصاح المحاسبي عن أبعاد محاسبة التنمية المستدامة:

• **البعد الاقتصادي:** الإفصاح عن معلومات القيمة الاقتصادية الموزعة والمتبقية. الغرامات والجزاءات المفروضة على المنشأة، القروض والسلف، الحصة السوقية الحالية والمتوقعة مستقبلاً. التوقعات المستقبلية للمبيعات والأرباح والخسائر للعام المقبل، منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين، احترام قواعد المنافسة وعدم الإضرار بالمنافسين، إدارة المخاطر التي تواجه الشركة.

* **البعد الاجتماعي:** الإفصاح عن مدى المساهمة في دعم المشروعات الصغيرة، مدى المساهمة في حل بعض المشاكل الاجتماعية للإسكان، مدى المساهمة في توفير فرص عمل لمعالجة البطالة، مدى المساهمة

في الوقاية من المخدرات.مدى المساهمة في رعاية الأيتام، مدى المساهمة في توفير فرص عمل للمرأة. مدى المساهمة في الحد من الاختناقات المرورية، الحوافز المقدمة للموظفين لتطوير مهاراتهم وإكمال تعليمهم.

* **البعد البيئي:** الإفصاح عن حجم استهلاك الموارد الطبيعية، إجمالي المياه المعاد معالجتها. جهود تحسين استخدامات الطاقة.مدى المساهمة في اكتشاف مصادر جديدة للطاقة والمواد الخام، مدى مساهمتها في رفع الوعي البيئي.مدى المساهمة في تشجيع لأبحاث منع التلوث والضوضاء وتجميل البيئة.كيفية التخلص من المخلفات الضارة بالبيئة كإعادة التصنيع (التدوير).

٨/ مفهوم المحتوى الإعلامي للتقارير المالية:

يقصد بالمحتوى الإعلامي للتقارير المالية "قيمة ما يحتويه التقرير المالي من معلومات اقتصادية ذات علاقة بالشركة، مثل: القرارات التي يتخذها المستثمرون بشأن توظيف أموالهم أو قرارات المقرضين بشأن منحهم التسهيلات المصرفية" (Brown, ٢٠٠٥)، وخلص آخر إلى أنها "تأثير حدث أو معلومات معينة كالإعلان عن توزيعات الأرباح على أسعار الأسهم المتداولة بالسوق، وأن البنود التي تنشر في القوائم المالية للشركة تعبر عن خصائصها في وضع معين" (طلعت وأخرون، ٢٠٠٤، ص ١٤).

مما تقدم من عرض لمفاهيم التقارير المالية التي أوردها الكتاب والباحثون يتضح للباحث أنها عبارة عن مخرجات النظام المحاسبي الموجود بالشركة، تهتم بعرض العمليات والأحداث ذات الطبيعة المالية بصورة واضحة ودقيقة وتوصيلها للمستخدمين بغرض تلبية احتياجاتهم وتزويدهم بالمعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات بصورة مناسبة.

٩/ أهمية المحتوى الإعلامي للتقارير المالية:

تزايد الاهتمام بالوظيفة الإعلامية للمحاسبة مع ظهور نظريات الاتصالات والاستثمارات الحديثة، وما ترتب عليه من زيادة الطلب على المعلومات المحاسبية من جانب مستخدمي المعلومات المحاسبية، وكذلك من جانب الإدارة نتيجة الاتجاه إلى المنهج العلمي لاتخاذ القرارات، إن الاهتمام العالمي بالوظيفة المحاسبية لم يعطيهما تأكيداً حول مدى فاعلية المعلومات المحاسبية ومدى ملاءمتها للاستخدامات المتعددة والنماذج القرارية المتباينة سواء كانت تشغيلية أو استثمارية أو تمويلية، خاصة وأن نطاق الاهتمام بالمعلومات المحاسبية لم يعد قاصراً على فئة معينة في ظل ما يعيشه عالم الأعمال اليوم من متغيرات سريعة ومتلاحقة نتيجة التحولات في النظم الاقتصادية العالمية، والنظام الاقتصادي

المحلي(عبدالرحمن، ١٩٩٤م، ص٣٣٥)، إن المحتوى الإعلامي في ظل المتغيرات العالمية والمحلية سيصبح له دور فعال في توجيه سلوك كافة القطاعات الاقتصادية، وكذلك سلوك المستخدمين من خلال درجة المصادقية والشفافية للمعلومات المحاسبية والتي تتمثل في المحتوى الإعلامي لوسيلة الاتصال بين الشركة والبيئة المحيطة بها والتي تعمل من خلالها(مرعي، ١٩٧٩م، ص ٢٧)، إن البعد الإعلامي المحاسبي لم يلقى نفس القدر من الاهتمام في معظم الدول النامية، حيث أن الاهتمام بعملية القياس المحاسبي، وغياب دور المنظمات المهنية بالإضافة إلى التدخل الحكومي للإعلام المحاسبي حد من الاهتمام المتزايد بالمحتوى الإعلامي، إلا أنه في فترة أواخر الثمانينات وبداية التسعينات برز اهتمام المنظمات المهنية على الصعيد المحلي بموضوع الإفصاح المحاسبي تماشياً مع المناخ الاقتصادي والتغيرات التي حدثت فيه للتحويل إلى اقتصاد السوق(عبدالرحمن، ١٩٩٤م، ص٣٣٨).

مما تقدم يتضح للباحث من عرض لأهمية التقارير المالية أن أهميتها تتمثل في المساهمة في عكس الحقائق المالية ونتائج العمليات والأحداث بالشركة، إظهار المعلومات اللازمة التي تساعد المستخدمين في اتخاذ قراراتهم الاقتصادية بشكل سليم.

١٠ / أهداف المحتوى الإعلامي للتقارير المالية:

- أ. تقويم أداء الشركات ومدى تحقيقها لأهدافها وذلك على مستوى الإدارة أو الغير.
- ب. تقويم الأداء للإدارة وكفاءتها والتحقق من إمكانيات وخبرات المديرين.
- ج. تقدير درجة السيولة التي تتمتع بها الشركة حالياً ومستقبلاً واحتياجاتها للأموال وقدرتها على الاقتراض.
- د. اشتمال التقارير المالية المنشورة على معلومات مفيدة عن المخاطرة لمتخذي القرارات الاقتصادية الرشيدة،

وذلك من خلال (day, ١٩٨٦, p ٣٠١ - ٣٠٥):

- توفير معلومات تفيد مستخدمي التقارير المالية التي تبين توقعات الإدارة المستقبلية.
- تقديم معلومات عن الإنفاق الاستثماري المستقبلي.
- ج. معلومات عن الأسس التي أعدت عليها التقارير المالية.
- د. معلومات عن التدفقات النقدية.
- هـ. معلومات تفيد في تقويم الأوراق المالية للشركات التي تطرح أوراقها في السوق.

يضيف الباحث الأهداف التالية للتقارير المالية:

- تزويد المستخدمين بالمعلومات الكافية التي تمكنهم من اتخاذ القرارات المناسبة.

- توفير المعلومات المتعلقة بالأداء المالي للشركة وكيفية تسييرها لكافة الأنشطة المختلفة.

١١ / أنواع المحتوى الإعلامي للتقارير المالية:

- أ. **المحتوى الإعلامي لملائمة القيمة:** يعتبر المحتوى الإعلامي لملائمة القيمة من أنواع محتوى التقارير المالية للشركات، حيث يقصد بملائمة القيمة لمتغير ما قدرة ذلك المتغير على تفسير قيمة الشركة أو أسعار أسهمها بشكل دقيق، ويقصد بملائمة القيمة إظهار القيمة الاقتصادية للمعلومات التي تنشرها الشركة ضمن تقاريرها المالية (محمد، عباس، ٢٠٠٣م، ص ١٨).
- ب. **المحتوى الإعلامي للأرباح المحاسبية:** يمثل المحتوى الإعلامي للأرباح المحاسبية التي تحققها الشركة أحد أهم أنواع المحتوى الإعلامي للتقارير المالية، حيث إن المحتوى الإعلامي للأرباح المحاسبية يوضح بعض المقاييس المحاسبية المبنية على أداء الربح المحاسبي المنشورة ضمن التقارير المالية للشركة والمتمثلة في معدل العائد على حقوق الملكية، والذي يعبر عن العلاقة بين الأموال المستثمرة من قبل مالكي الشركة والعوائد المستمدة منها.
- ج. **المحتوى الإعلامي للتدفق النقدي الحر:** يعد المحتوى الإعلامي للتدفق النقدي الحر أحد أنواع المحتوى الإعلامي للتقارير المالية، حيث يقصد به المبلغ النقدي المتبقي من عمليات الشركة بعد استخدام النقدية في الاستثمارات الجديدة، أي أنه النقدية المتاحة فعلياً للدفع لحملة الأوراق المالية (Beneda, ٢٠٠٣, p٢٤٧).
- د. **المحتوى الإعلامي للتدفقات النقدية:** يعتبر المحتوى الإعلامي للمعلومات الواردة بقائمة التدفقات النقدية من أنواع المحتوى الإعلامي لتقارير الشركات، حيث يستند مؤيدو قائمة التدفقات النقدية على أهميتها في توفير قياسات محاسبية ملائمة لاتخاذ القرارات الاقتصادية الرشيدة.
- هـ. **المحتوى الإعلامي لتوزيعات الأرباح:** إن من أنواع المحتوى الإعلامي للتقارير المالية للشركات هو المحتوى الإعلامي لتوزيعات الأرباح التي تحققها الشركة، حيث أن تلك الأرباح تنتج من خلال زيادة مجموع إيرادات الشركة خلال السنة المالية عن مجموع المصاريف والاستهلاكات خلال نفس السنة.

١٢ / محاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية:

إن التطور الاقتصادي والمنافسة الشديدة قد جعل الوحدات الاقتصادية تهمل الجانب الاجتماعي كخدمة العاملين والبيئة والمجتمع وتركز على الجانب الاقتصادي وتحقيق الربحية فقط، فقد لقي موضوع الإفصاح المحاسبي عن أبعاد التنمية المستدامة الاهتمام من جانب بعض الجهات الأكاديمية والمهنية والتي أصدرت عددا من التوصيات والآراء بخصوص المعلومات التي يتعين الإفصاح عنها في القوائم المالية من حيث نوعيتها ومدى منفعتها للمستخدمين وكذلك ظهرت دراسات ميدانية لقياس الأهمية النسبية لبعض المعلومات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية المالية منها وغير المالية في القوائم المالية الداخلية أم الخارجية، حيث يتم الإفصاح عن أبعاد التنمية المستدامة معبرة عنها بوحدة النقد ضمن قائمة الدخل وقائمة المركز المالي بجانب المعلومات المالية، حيث يتم إظهار جميع المبالغ التي أنفقت على كل نشاط (دجلة، ٢٠١٤م، ص ٢٣٠).

عليه يتضح للباحث أن الإفصاح عن محاسبة التنمية المستدامة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية من خلال الأبعاد التالية:

أ. الإفصاح عن البعد الاجتماعي لمحاسبة التنمية المستدامة من خلال:

- الإفصاح عن مشاريع تنمية المجتمع بالتقارير المالية يؤدي إلى تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.
- الاهتمام بتشجيع العاملين على تقديم أفكار جديدة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية للمنشآت الصناعية.
- الإفصاح عن مدى اهتمام الشركات بتعويض العاملين مقابل إضرار بيئة العمل يؤدي إلى تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.
- الاهتمام بتعليم العاملين بالشركة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.
- العمل على تحقيق الرفاهية الاجتماعية للعاملين يحسن من نظرة المجتمع للشركة.

ب. الإفصاح عن البعد البيئي لمحاسبة التنمية المستدامة من خلال:

- الاهتمام بتقليل الانبعاث الضارة بسبب الأنشطة مؤشر على اهتمام الشركة بالقضايا البيئية.
- الاهتمام بتوفير أجهزة لتقليل التلوث البيئي يدل على إدراك الشركة للقضايا البيئية.
- القيام بتحمل أي تكاليف لإصلاح البيئة الخارجية يحسن من نظرة المجتمع للشركة.

- الاهتمام بعرض التكاليف البيئية بالتقارير المالية يدعم ثقة المستخدمين لهذه التقارير.
- الاهتمام بإصدار تقارير الأداء البيئي يوفر معلومات ملائمة لاتخاذ القرارات.
- ج. الإفصاح عن البعد الاقتصادي لمحاسبة التنمية المستدامة من خلال:
 - الاهتمام بالإفصاح عن معلومات القيمة الاقتصادية يؤدي إلى زيادة الأهمية النسبية للتقارير المالية.
 - الإفصاح عن الغرامات المفروضة على الشركة يدل على مصداقية التقارير المالية.
 - الاهتمام بتوفير السلع للمستهلكين دون احتكار يدل على قوة الشركة الإيرادية.
 - الإفصاح عن الحصة السوقية الحالية والمستقبلية يمكن من التنبؤ بالتدفقات النقدية للشركة.
 - احترام قواعد المنافسة السوقية بين الشركات يدعم تعزيز سمعة الشركة.

رابعاً: إجراءات الدراسة الميدانية:

١/ مجتمع وعينة الدراسة: يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة حيث يتمثل مجتمع الدراسة في دراسة ميدانية على وزارة المالية والتخطيط الاقتصادي أما عينة الدراسة فقد تم اختيارها عشوائياً من مجتمع الدراسة حيث قام الباحث بتوزيع عدد (١٢٠) استبانة على المستهدفين واستجاب (١٢٠) فرداً أي نسبة الاستبانة المستردة بلغت (١٠٠.٠%) وهذه النسبة تؤدي إلي قبول نتائج الدراسة وبالتالي تعميمها على مجتمع الدراسة.

خامساً: اختبار البيانات الأساسية:

الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالبعد الاجتماعي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية".

الجدول (١)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الفرضية الأولى:

الرقم	العبرة	التكرار والنسبة %									
		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
١	الإفصاح عن مشاريع تنمية المجتمع بالتقارير المالية يؤدي إلى تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.	١٢	٨%	٥	٣٣.٣%	٥	٣٣.٣%	٣٨	٢٥.٣%	٩٠	٦٠%
٢	الاهتمام بتشجيع العاملين على تقديم أفكار جديدة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.	١١	٧.٣%	٦	٤%	١٢	٨%	٤٧	٣١.٣%	٧٤	٤٩.٣%
٣	الإفصاح عن مدى اهتمام الشركات بتعويض العاملين مقابل إضرار بيئة العمل يؤدي إلى تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٤	٢.٧%	٢٠	١٣.٣%	١٥	١٠%	٤٣	٢٨.٧%	٦٨	٤٥.٣%
٤	الاهتمام بتعليم العاملين بالشركة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١٢	٨%	٤	٢.٧%	١٤	٩.٣%	٣٧	٢٤.٧%	٨٣	٥٥.٣%

٥	العمل على تحقيق الرفاهية الاجتماعية للعاملين يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٤	%٢.٧	٢٥	%١٦.٧	١٠	%٦.٧	٣٥	%٢٣.٣	٧٦	%٥٠.٧
٦	الإفصاح عن توفير فرص العمل للحد من البطالة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١٣	%٨.٧	٤	%٢.٧	١٣	%٨.٧	٢٩	%١٩.٣	٩١	%٦٠.٧
٧	الإفصاح عن تقييم حاجات العملاء عن جودة المنتج يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١٠	%٦.٧	٥	%٣.٣	١٧	%١١.٣	٤٤	%٢٩.٣	٧٤	%٤٩.٣
٨	الإفصاح عن مدى الالتزام بالتشريعات الاجتماعية يحسن من صورة الشركة	١٥	%١٠	٦	%٤	١٩	%١٢.٧	٢٤	%١٦	٨٦	%٥٧.٣
٩	الإفصاح عن التامين الاجتماعي للعاملين يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٧	%٤.٧	١٨	%١٢	١٥	%١٠	٢٦	%١٧.٣	٨٤	%٥٦
١٠	الإفصاح عن البيئة الصحية للعاملين بالشركة يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١٣	%٨.٧	٢١	%١٤	٩	%٦	٣٥	%٢٣.٣	٧٢	%٤٨

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

من خلال الجدول (١) والذي يوضح النسب والتكرارات لعبارات الفرضية التي تنص على: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالبعد الاجتماعي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية "

يلاحظ الباحث في العبارة الأولى القائلة "الإفصاح عن مشاريع تنمية المجتمع بالتقارير المالية يؤدي إلى تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١٢٨) مبحوث وبنسبة (٨٥.٣%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (٥) مبحوث وبنسبة (٣.٣%) محايد، بينما يوجد (١٧) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١١.٣%).

العبارة الثانية: والتي تنص على "الاهتمام بتشجيع العاملين على تقديم أفكار جديدة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١٢١) مبحوث وبنسبة (٨٠.٦%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (١٢) مبحوث وبنسبة (٨%) محايد، بينما يوجد (١٧) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١١.٣%).

العبارة الثالثة: والتي تنص على "الإفصاح عن مدى اهتمام الشركات بتعويض العاملين مقابل إضرار بيئة العمل يؤدي إلي تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١١١) مبحوث وبنسبة (٧٤%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و(١٥) مبحوث وبنسبة (١٠%) محايد، بينما يوجد (٢٤) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٦%).

أما العبارة الرابعة التي تنص على " الاهتمام بتعليم العاملين بالشركة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية " نجد أن (١٢٠) مبحوث وبنسبة (٨٠%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و(١٤) مبحوث وبنسبة (٩.٣%) محايد، بينما يوجد (١٦) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٠.٧%).

العبارة الخامسة: " العمل على تحقيق الرفاهية الاجتماعية للعاملين يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية " نجد أن (١١١) مبحوث وبنسبة (٧٤%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (١٠) مبحوث وبنسبة (٦.٧%) محايد، بينما يوجد (٢٩) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٩.٤%).

العبارة السادسة: والتي تنص على " الإفصاح عن توفير فرص العمل للحد من البطالة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية " نجد أن (١٢٠) مبحوث وبنسبة (٨٠%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (١٣) مبحوث وبنسبة (٨.٧%) محايد، بينما يوجد (١٧) مبحوث لا يوافق على العينة المبحوثة وبنسبة (١١.٤%).

العبارة السابعة: والتي تنص على " الإفصاح عن تقييم حاجات العملاء عن جودة المنتج يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية " نجد أن (١١٨) مبحوث وبنسبة (٧٨.٦%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (١٧) مبحوث وبنسبة (١١.٣%) محايد، بينما يوجد (١٥) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٠%).

العبارة الثامنة: والتي تنص على " الإفصاح عن مدي الالتزام بالتشريعات الاجتماعية يحسن من صورة الشركة " نجد أن (١١٠) مبحوث وبنسبة (٧٣.٣%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (١٩) مبحوث وبنسبة (١٢٧%) محايد، بينما يوجد (٢١) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٤%).

العبارة التاسعة: والتي تنص على " الإفصاح عن التامين الاجتماعي للعاملين يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية " نجد أن (١١٠) مبحوث وبنسبة (٧٣.٣%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (١٥) مبحوث وبنسبة (١٠%) محايد، بينما يوجد (٢٥) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٦.٧%).

العبارة العاشرة: والتي تنص على " الإفصاح عن البيئة الصحية للعاملين بالشركة يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية " نجد أن (١٠٧) مبحوث وبنسبة (٧١.٣%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (٩) مبحوث وبنسبة (٦%) محايد، بينما يوجد (٣٤) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (٢٢.٧%).

ب/ جدول الإحصاء الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الفرضية الأولى
الجدول (٢)

الإحصاء الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الفرضية الأولى:

ت	العبارات	الانحراف المعياري	المتوسط	المنوال	الأهمية النسبية	درجة الموافقة	الترتيب
١	الإفصاح عن مشاريع تنمية المجتمع بالتقارير المالية يؤدي إلى تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.	١.١٩	٤.٢٦	٥	%٨٥.٢	عالية جدا	١
٢	الاهتمام بتشجيع العاملين على تقديم أفكار جديدة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.	١.١٧	٤.١١	٥	%٨٢.٢	عالية جدا	٤
٣	الإفصاح عن مدى اهتمام الشركات بتعويض العاملين مقابل إضرار بيئة العمل يؤدي إلي تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.	١.١٥	٤.٠٠	٥	%٨٠	عالية جدا	٩
٤	الاهتمام بتعليم العاملين بالشركة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.	١.٢٠	٤.١٦	٥	%٨٣.٢	عالية جدا	٣
٥	العمل على تحقيق الرفاهية الاجتماعية للعاملين يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.٢٢	٤.٠٢	٥	%٨٠.٤	عالية جدا	٨
٦	الإفصاح عن توفير فرص العمل للحد من البطالة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.٢٤	٤.٢٠	٥	%٨٤	عالية جدا	٢
٧	الإفصاح عن تقييم حاجات العملاء عن جودة المنتج يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.١٥	٤.١١	٥	%٨٢.٢	عالية جدا	٥
٨	الإفصاح عن مدي الالتزام بالتشريعات الاجتماعية يحسن من صورة الشركة	١.٣٢	٤.٠٦	٥	%٨١.٢	عالية جدا	٧
٩	الإفصاح عن التامين الاجتماعي للعاملين يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.٢٥	٤.٠٨	٥	%٨١.٦	عالية جدا	٦
١٠	الإفصاح عن البيئة الصحية للعاملين بالشركة يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.٣٧	٣.٨٨	٤	%٧٧.٦	عالية	١٠

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

من خلال الجدول (٢) نلاحظ أن الإحصاءات الوصفية للعبارات الفرضية الأولى التي ينص على (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالبعد الاجتماعي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية) فإن الأوساط الحسابية له تقع في المدى ما بين (٣.٨٨ - ٤.٢٦) والمنوال (٤-٥) والانحراف المعياري يقع في المدى ما بين (١.١٥ - ١.٣٧) لجميع العبارات وحسب المقياس الخماسي ليكرت فإن إجابات المبحوثين هي المحايدة والموافقة والموافقة بشدة.

الجدول (٣)

اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية الأولى:

م	العبارة	مربع كاي	درجة الحرية	مستوى المعنوية	القيمة الجدولية	الدلالة
١	الإفصاح عن مشاريع تنمية المجتمع بالتقارير المالية يؤدي إلى تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.	٣٠٤.٢١	١	.٠٠٠٠	٤.٢٤	القبول
٢	الاهتمام بتشجيع العاملين على تقديم أفكار جديدة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.	٤٦١.٤٤	٢	.٠٠٠٠	٤.٥٥	القبول
٣	الإفصاح عن مدى اهتمام الشركات بتعويض العاملين مقابل إضرار بيئة العمل يؤدي إلى تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.	٦٣٣.٧٨	٢	.٠٠٠٠	٤.٤٦	القبول
٤	الاهتمام بتعليم العاملين بالشركة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.	٣٥٠.٤١	٢	.٠٠٠٠	٤.٠٠	القبول
٥	العمل على تحقيق الرفاهية الاجتماعية للعاملين يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٣٣٣.٢٤	١	.٠٠٠٠	٤.٨٨	القبول
٦	الإفصاح عن توفير فرص العمل للحد من البطالة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٤١١.٥٤	٢	.٠٠٠٠	٤.٢٠	القبول
٧	الإفصاح عن تقييم حاجات العملاء عن	٢٩٨.٦٧	١	.٠٠٠٠	٤.١٥	القبول

					جودة المنتج يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	
القبول	٤.١٢	.٠٠٠٠	٢	٣٦٨.٣٢	الافصاح عن مدي الالتزام بالتشريعات الاجتماعية يحسن من صورة الشركة	٨
القبول	٤.٨٤	.٠٠٠٠	١	٣٩١.١١	الافصاح عن التامين الاجتماعي للعاملين يساعد في تحسين المحتوى الاعلامي للتقارير المالية	٩
القبول	٤.٠٢	.٠٠٠٠	٢	٤٠٩.٩٩	الافصاح عن البيئة الصحية للعاملين بالشركة يساعد في تحسين المحتوى الاعلامي للتقارير المالية	١٠

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

يتضح من خلال (٣) لاختبار صحة الفرضية التي تنص على: "توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الالتزام بالبعد الاجتماعي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الاعلامي للتقارير المالية " تم استخدام اختبار مربع كاي لعبارات المحور وجاءت قيم مربع كاي المحسوبة (٣٠٤.٢١ - ٤٦١.٤٤ - ٦٣٣.٧٨ - ٣٥٠.٤١ - ٣٣٣.٢٤ - ٤١١.٥٤ - ٢٩٨.٦٧ - ٣٦٨.٣٢ - ٣٩١.١١ - ٤٠٩.٩٩) والقيمة الجدولية تقع في المدى ما بين (٤.٠٠ - ٤.٨٨) وبدرجات حرية (٢-١) وبمستوى دلالة Sig لجميع العبارات (٠.٠٠٠) وعند مقارنة مستوى الدلالة sig بمستوى المعنوية المسموح به (٠.٠٠٥) نجد أن مستوى الدلالة sig تقل عن مستوى المعنوية مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لعبارات الفرضية.

الفرضية الثانية: " توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الالتزام بالبعد البيئي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الاعلامي للتقارير المالية"

الجدول (٤)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الفرضية الثانية:

الرقم	العبرة	التكرار والنسبة %									
		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
١	تحمل تكاليف الانبعاثات الضارة بسبب الأنشطة يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٥	٣.٣%	٢٢	١٤.٧%	٣	٢%	٣٤	٢٢.٧%	٨٦	٥٧.٣%
٢	الاهتمام بتوفير اجهزة لتقليل التلوث البيئي يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١٣	٨.٧%	٧	٤.٧%	١٢	٨%	٤٠	٢٦.٧%	٧٨	٥٢%
٣	القيام بتحمل اي تكاليف لإصلاح البيئة الخارجية يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير	٤	٢.٧%	١٧	١١.٣%	١٢	٨%	٣٩	٢٦%	٧٨	٥٢%

										المالية	
٤	الاهتمام بعرض التكاليف البيئية بالتقارير المالية يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١٣	%٨.٧	٧	%٤.٧	١٥	%١٠	٣٦	%٢٤	٧٩	%٥٢.٧
٥	الاهتمام بإصدار تقارير الاداء البيئي يوفر معلومات ملائمة تساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٤	%٢.٧	١٥	%١٠	٨	%٥.٣	٣٩	%٢٦	٨٤	%٥٦
٦	الاهتمام بتطبيق انظمة بيئية يساعد في التنبؤ بالمخاطر البيئية. يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١١	%٧.٣	٤	%٢.٧	٢٦	%١٧.٣	٣٦	%٢٤	٧٣	%٤٨.٧
٧	الافصاح عن الالتزام بالتشريعات البيئية بالتقارير المالية يعمل على تحسين محتوى التقارير المالية .	٤	%٢.٧	١٤	%٩.٣	١٢	%٨	٤٢	%٢٨	٧٨	%٥٢

٨	الاهتمام بقياس الأداء البيئي يوفر معلومات تساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١١	%٧.٣	٨	%٥.٣	١٤	%٩.٣	٣٨	%٢٥.٣	٧٩	%٥٢.٧
٩	الإفصاح عن عدد الموردين الخاضعين للتقييم البيئي يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٤	%٢.٧	٢٦	%١٧.٣	٦	%٤	٢٨	%١٨.٧	٨٦	%٥٧.٣
١٠	الإفصاح عن كمية المحروقات المستخدمة في الأنشطة يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١١	%٧.٣	٧	%٤.٧	٩	%٦	٤٨	%٣٢	٧٥	%٥٠

المصدر: إعداد الباحثون من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

من خلال الجدول (٤) والذي يوضح النسب والتكرارات لعبارات الفرضية التي تنص على: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالبعد البيئي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية"

يلاحظ الباحث في العبارة الأولى القائلة "تحمل تكاليف الانبعاثات الضارة بسبب الأنشطة يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١٢٠) مجووث وبنسبة (٨٠%) من العينة يوافقون

على ما جاء بالعبارة، و (٣) مبحوث وبنسبة (٢%) محايد، بينما يوجد (٢٧) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٨%).

العبارة الثانية: والتي تنص على "الاهتمام بتوفير أجهزة لتقليل التلوث البيئي يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١١٨) مبحوث وبنسبة (٧٨.٧%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (١٢) مبحوث وبنسبة (٨%) محايد، بينما يوجد (٢٠) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٣.٤%).

العبارة الثالثة: والتي تنص على "القيام بتحمل أي تكاليف لإصلاح البيئة الخارجية يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١١٧) مبحوث وبنسبة (٧٨%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (١٢) مبحوث وبنسبة (٨%) محايد، بينما يوجد (٢١) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٤%).

أما العبارة الرابعة التي تنص على "الاهتمام بعرض التكاليف البيئية بالتقارير المالية يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١١٥) مبحوث وبنسبة (٧٦.٧%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (١٥) مبحوث وبنسبة (١٠%) محايد، بينما يوجد (٢٠) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٣.٤%).

العبارة الخامسة: "الاهتمام بإصدار تقارير الأداء البيئي يوفر معلومات ملائمة تساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١٢٣) مبحوث وبنسبة (٨٢%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (٨) مبحوث وبنسبة (٥.٣%) محايد، بينما يوجد (١٩) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٢.٧%).

العبارة السادسة: والتي تنص على "الاهتمام بتطبيق أنظمة بيئية يساعد في التنبؤ بالمخاطر البيئية. يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١٠٩) مبحوث وبنسبة (٧٢.٧%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (٢٦) مبحوث وبنسبة (١٧.٣%) محايد، بينما يوجد (١٥) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٠%).

العبارة السابعة: والتي تنص على "الإفصاح عن الالتزام بالتشريعات البيئية بالتقارير المالية يعمل على تحسين محتوى التقارير المالية" نجد أن (١٢٠) مبحوث وبنسبة (٨٠%) من العينة يوافقون على ما جاء

بالعبارة، و (١٢) مبحوث وبنسبة (٨%) محايد، بينما يوجد (١٨) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٢%).

العبارة الثامنة: والتي تنص على "الاهتمام بقياس الأداء البيئي يوفر معلومات تساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١١٧) مبحوث وبنسبة (٧٨%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (١٤) مبحوث وبنسبة (٩.٣%) محايد، بينما يوجد (١٩) مبحوث من لا يوافق على العينة المبحوثة وبنسبة (١٢.٦%).

العبارة التاسعة: والتي تنص على "الإفصاح عن عدد الموردين الخاضعين للتقييم البيئي يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١١٤) مبحوث وبنسبة (٧٦%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (٦) مبحوث وبنسبة (٤%) محايد، بينما يوجد (٣٠) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (٢٠%).

العبارة العاشرة: والتي تنص على "الإفصاح عن كمية المحروقات المستخدمة في الأنشطة يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١٢٣) مبحوث وبنسبة (٨٢%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (٩) مبحوث وبنسبة (٦%) محايد، بينما يوجد (١٨) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٢%).

ب/ جدول الإحصاء الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الفرضية الثانية:

الجدول (٥)

الإحصاء الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الفرضية الثانية:

ت	العبارات	الانحراف المعياري	المتوسط	المنوال	الأهمية النسبية	درجة الموافقة	الترتيب
١	تحمل تكاليف الانبعاثات الضارة بسبب الأنشطة يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.٢١	٤.١٦	٥	%٨٣.٢	عالية جدا	٣
٢	الاهتمام بتوفير أجهزة لتقليل التلوث البيئي يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.٢٥	٤.٠٨	٥	%٨١.٦	عالية جدا	٨

٦	عالية جدا	%٨٢.٦	٥	٤.١٣	١.١٣	القيام بتحمل أي تكاليف لإصلاح البيئة الخارجية يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٣
٩	عالية جدا	%٨١.٤	٥	٤.٠٧	١.٢٦	الاهتمام بعرض التكاليف البيئية بالتقارير المالية يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٤
١	عالية جدا	%٨٤.٤	٥	٤.٢٢	١.١٠	الاهتمام بإصدار تقارير الأداء البيئي يوفر معلومات ملائمة تساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٥
١٠	عالية جدا	%٨٠.٢	٥	٤.٠٤	١.١٩	الاهتمام بتطبيق أنظمة بيئية يساعد في التنبيه بالمخاطر البيئية. يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٦
٢	عالية جدا	%٨٣.٤	٥	٤.١٧	١.٠٩	الإفصاح عن الالتزام بالتشريعات البيئية بالتقارير المالية يعمل على تحسين محتوى التقارير المالية .	٧
٧	عالية جدا	%٨٢.٢	٥	٤.١١	١.٢٢	الاهتمام بقياس الأداء البيئي يوفر معلومات تساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٨
٥	عالية جدا	%٨٢.٦	٥	٤.١٣	١.٢٤	الإفصاح عن عدد الموردين الخاضعين للتقييم البيئي يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٩
٤	عالية جدا	%٨٢.٨	٥	٤.١٤	١.١٨	الإفصاح عن كمية المحروقات المستخدمة في الأنشطة يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١٠

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

من خلال الجدول (٥) يلاحظ الباحث أن الإحصاءات الوصفية للعبارات الفرضية الثانية التي ينص على "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالبعد البيئي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى

الإعلامي للتقارير المالية" فان الأوساط الحسابي له تقع في المدى ما بين (٤.٠٤ - ٤.٢٢) والمنوال (٥) والانحراف المعياري يقع في المدى ما بين (١.٠٩ - ١.٢٦) لجميع العبارات وحسب المقياس الخماسي ليكرت فان إجابات المبحوثين هي موافق وموافق بشدة.

الجدول (٦) اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية الثانية:

م	العبارة	مربع كاي	درجة الحرية	مستوى المعنوية	القيمة الجدولية	الدالة
١	تحمل تكاليف الانبعاثات الضارة بسبب الأنشطة يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٣٣٠.٣٣	٢	٠.٠٠٠	٤.٥٠	القبول
٢	الاهتمام بتوفير أجهزة لتقليل التلوث البيئي يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٣٤٩.١١	١	٠.٠٠٠	٤.٣٥	القبول
٣	القيام بتحمل أي تكاليف لإصلاح البيئة الخارجية يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٤٦١.٣٨	٢	٠.٠٠٠	٤.٤٢	القبول
٤	الاهتمام بعرض التكاليف البيئية بالتقارير المالية يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٢٩١.١٤	١	٠.٠٠٠	٤.٢٤	القبول
٥	الاهتمام بإصدار تقارير الأداء البيئي يوفر معلومات ملائمة تساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٣٧٠.٤٥	١	٠.٠٠٠	٤.٩٣	القبول
٦	الاهتمام بتطبيق أنظمة بيئية يساعد في التنبؤ بالمخاطر البيئية. يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٤٢٢.٥١	١	٠.٠٠٠	٤.١١	القبول
٧	الإفصاح عن الالتزام بالتشريعات البيئية بالتقارير المالية يعمل على تحسين محتوى التقارير المالية	٣١٩.٤٤	٢	٠.٠٠٠	٤.٢٥	القبول
٨	الاهتمام بقياس الأداء البيئي يوفر معلومات تساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٣٦٩.٦٦	١	٠.٠٠٠	٤.٨٥	القبول
٩	الإفصاح عن عدد الموردين الخاضعين للتقييم البيئي يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٣٤٦.٤٦	٢	٠.٠٠٠	٤.٦٥	القبول
١٠	الإفصاح عن كمية المحروقات المستخدمة في الأنشطة يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٣٨٧.٧٧	١	٠.٠٠٠	٤.٦٥	القبول

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

يتضح من خلال الجدول (٦) لاختبار صحة الفرضية التي تنص على: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالبعد البيئي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية تم استخدام اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية وجاءت قيم مربع كاي المحسوبة (٣٣٠.٣٣ - ٣٤٩.١١ - ٤٦١.٣٨ - ٢٩١.١٤ - ٣٧٠.٤٥ - ٤٢٢.٥١ - ٣١٩.٤٤ - ٣٦٩.٦٦ - ٣٤٦.٤٦ - ٣٨٧.٧٧) ودرجة حرية (٢-١) والقيمة الجدولية تقع في المدى ما بين (٤.٢٤ - ٤.٩٣) وبمستوى دلالة Sig لجميع العبارات (٠.٠٠٠) وعند مقارنة مستوى الدلالة sig بمستوى المعنوية المسموح به (٠.٠٠٥) نجد أن مستوى الدلالة sig تقل عن مستوى المعنوية مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لعبارات.

الفرضية الثالثة: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالبعد الاقتصادي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية "

الجدول (٧)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الفرضية الثالثة:

الرقم	العبرة	التكرار والنسبة %									
		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
١	الاهتمام بالإفصاح عن معلومات القيمة الاقتصادية يؤدي إلى زيادة المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٨	٥.٣%	١٣	٨.٧%	١٥	١٠%	٣٥	٢٣.٣%	٧٩	٥٢.٧%
٢	الإفصاح عن الغرامات المفروضة على الشركة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير	٥	٣.٣%	٧	٤.٧%	٢٢	١٤.٧%	٣٥	٢٣.٣%	٨١	٥٤%

										المالية	
٣	الاهتمام بتوفير السلع للمستهلكين دون احتكار يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١٠	%٦.٧	٦	%٤	٩	%٦	٣٩	%٢٦	٨٦	%٥٧.٣
٤	الإفصاح عن الحصة السوقية المستقبلية يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٥	%٣.٣	١٤	%٩.٣	١٤	%٩.٣	٣٨	%٢٥.٣	٧٩	%٥٢.٧
٥	احترام قواعد المنافسة السوقية بين الشركات يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٤	%٢.٧	١٤	%٩.٣	١١	%٧.٣	٤٦	%٣٠.٧	٧٥	%٥٠
٦	الإفصاح عن تكاليف إعادة تدوير النفايات يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٥	%٣.٣	١١	%٧.٣	٢٢	%١٤.٧	٣٤	%٢٢.٧	٧٨	%٥٢
٧	الاهتمام بقياس تكاليف نقل منتجات الشركة تساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير	١٠	%٦.٧	١٧	%١١.٣	٨	%٥.٣	٣٥	%٢٣.٣	٨٠	%٥٣.٣

										المالية	
٨	الاهتمام بقياس القيمة الإنتاجية المضافة يساعد في توفير معلومات ملائمة للمستخدمين تساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٥	٣.٣%	٢٠	١٣.٣%	٧	٤.٧%	٤٤	٢٩.٣%	٧٤	٤٩.٣%
٩	الإفصاح عن المستوي العام للرواتب المدفوعة يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير	١٠	٦.٧%	٨	٥.٣%	١٢	٨%	٣١	٢٠.٧%	٨٩	٥٩.٣%
١٠	الإفصاح عن توزيعات الأرباح السنوية للمساهمين يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٥	٣.٣%	١٣	٨.٧%	٩	٦%	٤٣	٢٨.٧%	٨٠	٥٣.٣%

المصدر: إعداد الباحثون من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

من خلال الجدول (٧) والذي يوضح النسب والتكرارات لعبارات الفرضية التي تنص على: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالبعد الاقتصادي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية"

يلاحظ الباحث في العبارة الأولى القائلة "الاهتمام بالإفصاح عن معلومات القيمة الاقتصادية يؤدي إلى زيادة المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١١٤) مجووث وبنسبة (٧٦%) من العينة يوافقون

على ما جاء بالعبارة، و (١٥) مبحوث وبنسبة (١٠%) محايد، بينما يوجد (٢١) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٤%).

العبارة الثانية: والتي تنص على " الإفصاح عن الغرامات المفروضة على الشركة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية " نجد أن (١١٦) مبحوث وبنسبة (٧٧.٣%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (٢٢) مبحوث وبنسبة (١٤.٧%) محايد، بينما يوجد (١٢) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (٨%).

العبارة الثالثة: والتي تنص على " الاهتمام بتوفير السلع للمستهلكين دون احتكار يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١٢٥) مبحوث وبنسبة (٨٣.٣%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (٩) مبحوث وبنسبة (٦%) محايد، بينما يوجد (١٦) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٠.٧%).

أما العبارة الرابعة التي تنص على " الإفصاح عن الحصة السوقية المستقبلية يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١١٧) مبحوث وبنسبة (٧٨%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (١٤) مبحوث وبنسبة (٩.٣%) محايد، بينما يوجد (١٩) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١١.٦%).

العبارة الخامسة: " احترام قواعد المنافسة السوقية بين الشركات يساهم في تحسين لمحتوي الإعلامي للتقارير المالية " نجد أن (١٢١) مبحوث وبنسبة (٨٠.٧%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (١١) مبحوث وبنسبة (٧.٣%) محايد، بينما يوجد (١٨) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٢%).

العبارة السادسة: والتي تنص على " الإفصاح عن تكاليف إعادة تدوير النفايات يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية " نجد أن (١١٢) مبحوث وبنسبة (٧٤.٧%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (٢٢) مبحوث وبنسبة (١٤.٧%) محايد، بينما يوجد (١٦) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٠.٦%).

العبارة السابعة: والتي تنص على "الاهتمام بقياس تكاليف نقل منتجات الشركة تساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية " نجد أن (١١٥) مبحوث وبنسبة (٧٦.٦%) من العينة يوافقون على ما جاء

بالعبارة، و (٨) مبحوث وبنسبة (٥.٣%) محايد، بينما يوجد (٢٧) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٨%).

العبارة الثامنة: والتي تنص على "الاهتمام بقياس القيمة الإنتاجية المضافة يساعد في توفير معلومات ملائمة للمستخدمين تساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١١٨) مبحوث وبنسبة (٧٨.٦%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (٧) مبحوث وبنسبة (٤.٧%) محايد، بينما يوجد (٢٥) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٦.٦%).

العبارة التاسعة: والتي تنص على "الإفصاح عن المستوي العام للرواتب المدفوعة يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير" نجد أن (١٢٠) مبحوث وبنسبة (٨٠%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (١٢) مبحوث وبنسبة (٨%) محايد، بينما يوجد (١٨) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٢%).

العبارة العاشرة: والتي تنص على "الإفصاح عن توزيعات الأرباح السنوية للمساهمين يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن (١٢٣) مبحوث وبنسبة (٨٢%) من العينة يوافقون على ما جاء بالعبارة، و (٩) مبحوث وبنسبة (٦%) محايد، بينما يوجد (١٨) مبحوث من لا يوافق من العينة المبحوثة وبنسبة (١٢%).

ب/ جدول الإحصاء الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الفرضية الثالثة:

الجدول (٨)

الإحصاء الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الفرضية الثالثة:

ت	العبارات	الانحراف المعياري	المتوسط	المنوال	الأهمية النسبية	درجة الموافقة	الترتيب
١	الاهتمام بالإفصاح عن معلومات القيمة الاقتصادية يؤدي إلى زيادة المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.٢٠	٤.٠٩	٥	%٨١.٨	عالية جدا	٨
٢	الإفصاح عن الغرامات المفروضة على الشركة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.٠٧	٤.٢٠	٥	%٨٤	عالية جدا	٤

٣	الاهتمام بتوفير السلع للمستهلكين دون احتكار يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.١٦	٤.٢٣	٥	%٨٤.٦	عالية جدا	١
٤	الإفصاح عن الحصة السوقية المستقبلية يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.١٣	٤.١٤	٥	%٨٢.٨	عالية جدا	٦
٥	احترام قواعد المنافسة السوقية بين الشركات يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.٠٨	٤.١٦	٥	%٨٣.٢	عالية جدا	٥
٦	الإفصاح عن تكاليف إعادة تدوير النفايات يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.١١	٤.١٢	٥	%٨٢.٤	عالية جدا	٧
٧	الاهتمام بقياس تكاليف نقل منتجات الشركة تساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.٢٨	٤.٠٥	٥	%٨١	عالية جدا	١٠
٨	الاهتمام بقياس القيمة الإنتاجية المضافة يساعد في توفير معلومات ملائمة للمستخدمين تساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.١٧	٤.٠٨	٥	%٨١.٦	عالية جدا	٩
٩	الإفصاح عن المستوي العام للرواتب المدفوعة يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.٢٠	٤.٢٠	٥	%٨٤	عالية جدا	٣
١٠	الإفصاح عن توزيعات الأرباح السنوية للمساهمين يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١.٠٩	٤.٢١	٥	%٨٤.٢	عالية جدا	٢

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

من خلال الجدول (٨) يلاحظ الباحث أن الإحصاءات الوصفية للعبارات الفرضية التي ينص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالبعد الاقتصادي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية فإن الأوساط الحسابي له تقع في المدى ما بين (٤.٠٥ - ٤.٢٣) والمنوال (٥) والانحراف المعياري يقع في المدى ما بين (١.٠٧ - ١.٢٨) لجميع العبارات وحسب المقياس الخماسي ليكرت فان إجابات المبحوثين هي موافق وموافق بشدة.

الجدول (٩)

اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية الثالثة:

م	العبرة	مربع كاي	درجة الحرية	مستوى المعنوية	القيمة الجدولية	الدلالة
١	الاهتمام بالإفصاح عن معلومات القيمة الاقتصادية يؤدي إلى زيادة المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٣٠١.١٥	١	.٠٠٠	٤.٨١	القبول
٢	الإفصاح عن الغرامات المفروضة على الشركة يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٣١٥.٥٤	١	.٠٠٠	٤.١٣	القبول
٣	الاهتمام بتوفير السلع للمستهلكين دون احتكار يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٤٣١.٥٥	١	.٠٠٠	٤.٣١	القبول
٤	الإفصاح عن الحصة السوقية المستقبلية يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٣٧٦.١١	١	.٠٠٠	٤.٧٩	القبول
٥	احترام قواعد المنافسة السوقية بين الشركات يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٣٢٣.٦٤	٢	.٠٠٠	٤.٠٢	القبول
٦	الإفصاح عن تكاليف إعادة تدوير النفايات يساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٣٥٤.٢١	١	.٠٠٠	٤.٠٨	القبول
٧	الاهتمام بقياس تكاليف نقل منتجات الشركة تساعد في تحسين	٢٩٤.٤٦	١	.٠٠٠	٤.٥١	القبول

					المحتوي الإعلامي للتقارير المالية	
القبول	٤.٢٩	.٠٠٠٠	١	٣١٨.٦٤	الاهتمام بقياس القيمة الإنتاجية المضافة يساعد في توفير معلومات ملائمة للمستخدمين تساهم في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	٨
القبول	٤.١٩	.٠٠٠٠	١	٤٤٢.١٤	الإفصاح عن المستوي العام للرواتب المدفوعة يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير	٩
القبول	٤.٩٩	.٠٠٠٠	١	٣٤٦.٤٦	الإفصاح عن توزيعات الأرباح السوية للمساهمين يساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية	١٠

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

يتضح من خلال الجدول (٩) لاختبار صحة الفرضية التي تنص على: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالبعد الاقتصادي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" تم استخدام اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية وجاءت قيم مربع كاي المحسوبة (٣٠١.١٥ - ٣١٥.٥٤ - ٤٣١.٥٥ - ٣٧٦.١١ - ٣٢٣.٦٤ - ٣٥٤.٢١ - ٢٩٤.٤٦ - ٣١٨.٦٤ - ٤٤٢.١٤ - ٣٤٦.٤٦) وبدرجة حرية (١ - ٢) والقيمة الجدولية تقع في المدى ما بين (٤.٠٢ - ٤.٩٩) وبمستوى دلالة Sig لجميع العبارات (٠.٠٠٠) وعند مقارنة مستوى الدلالة sig بمستوى المعنوية المسموح به (٠.٠٠٥) نجد أن مستوى الدلالة sig تقل عن مستوى المعنوية مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لعبارات.

ثالثاً: اختبار الفرضيات: وفيما يلي ملخص لنتائج التحليل الإحصائي الوصفي لجميع فرضيات الدراسة.

الجدول (١٠)

ملخص نتائج التحليل الإحصائي الوصفي لفرضيات الدراسة:

م	فرضيات الدراسة	الانحراف المعياري	المتوسط	الأهمية النسبية	درجة الموافقة	مربع كاي	مستوى المعنوية	النتيجة
١	الفرضية الأولى	١.٢٢	٤.٣١	%٨٦.٢	عالية جداً	٤٦٢.٥٢	٠.٠٠٠	قبول
٢	الفرضية الثانية	١.٣٤	٤.٠٩	%٨١.٨	عالية جداً	٣٧٨.٧٧	٠.٠٠٠	قبول
٣	الفرضية الثالثة	١.٢١	٤.٢٦	%٨٥.٢	عالية جداً	٣٦٩.١١	٠.٠٠٠	قبول

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م.

يلاحظ من الجدول (١٠) الذي يوضح ملخص نتائج التحليل الوصفي لفرضيات الدراسة،

الفرضية الأولى التي تنص على " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالبعد الاجتماعي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية " نجد أن أغلبية المبحوثين يوافقون على جميع عبارات الفرضية الأولى وذلك من خلال الوسط الحسابي لجميع العبارات حيث نجد انه اكبر من الوسط الفرضي (٣) حيث بلغ متوسط إجابات المبحوثين على جميع العبارات (٤.٣١) ونسبة الأهمية بلغت (%٨٦.٢) وقيمة مربع كاي (٤٦٢.٥٢) ومستوى المعنوية (٠.٠٠٠) وذلك يدل على وجود فروقات ذات دلالة إحصائية مما يؤكد أن فرضية الدراسة الأولى قد تحققت.

الفرضية الثانية: التي تنص على " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالبعد البيئي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية" نجد أن أغلبية المبحوثين يوافقون على جميع عبارات الفرضية الثانية وذلك من خلال الوسط الحسابي لجميع العبارات حيث نجد انه اكبر من الوسط الفرضي (٣) حيث بلغ متوسط إجابات المبحوثين على جميع العبارات (٤.٠٩) ونسبة الأهمية بلغت (%٨١.٨) وقيمة مربع كاي (٣٧٨.٧٧) ومستوى المعنوية (٠.٠٠٠) وذلك يدل على وجود فروقات ذات دلالة إحصائية مما يؤكد أن فرضية الدراسة الأولى قد تحققت.

الفرضية الثالثة: التي تنص على " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالبعد الاقتصادي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية " نجد أن أغلبية المبحوثين يوافقون على جميع

عبارات الفرضية الثالثة وذلك من خلال الوسط الحسابي لجميع العبارات حيث نجد انه اكبر من الوسط الفرضي (٣) حيث بلغ متوسط إجابات المبحوثين على جميع العبارات (٤.٢٦) ونسبة الأهمية بلغت (٨٥.٢%) وقيمة مربع كاي (٣٦٩.١١) ومستوى المعنوية (٠.٠٠٠) وذلك يدل على وجود فروقات ذات دلالة إحصائية مما يؤكد أن فرضية الدراسة الأولى قد تحققت.

الخاتمة

أولاً: النتائج:

١. أثبتت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالبعد الاجتماعي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.
٢. أثبتت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالبعد الاجتماعي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.
٣. أثبتت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الالتزام بالبعد البيئي لمحاسبة التنمية المستدامة وتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.
٤. ساهم الإفصاح عن العمل على تحقيق الرفاهية الاجتماعية للعاملين في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.
٥. ساعد الإفصاح عن البيئة الصحية للعاملين بالشركة في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.
٦. ساعد الاهتمام بتوفير أجهزة لتقليل التلوث البيئي في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.
٧. أدى الاهتمام بالإفصاح عن معلومات القيمة الاقتصادية إلى زيادة المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.
٨. أدى الإفصاح عن مشاريع تنمية المجتمع بالتقارير المالية إلى تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.

ثانياً: التوصيات: أوصت الدراسة بعدد من التوصيات منها:

١. ضرورة الإفصاح عن المعلومات المتعلقة بالبعد البيئي والاجتماعي بالتقارير المالية.
٢. ضرورة الالتزام بالبعد الاقتصادي لمحاسبة التنمية المستدامة لتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.
٣. العمل على الاهتمام بقياس تكاليف نقل منتجات الشركة لتساعد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.

٤. ضرورة الاهتمام بقياس القيمة الإنتاجية المضافة ليعايد في توفير معلومات ملائمة للمستخدمين.
٥. ضرورة الإفصاح عن المستوى العام للرواتب المدفوعة يعايد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير.
٦. ضرورة الشفافية في الإفصاح عن توزيعات الأرباح السنوية للمساهمين ليعايد في تحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية.

المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية:

١. احمد بسيوني ومحمد عباس بدوي، المحاسبة المالية المتقدمة، (الإسكندرية: الدار الجامعية، ٢٠٠٦).
٢. احمد، خالد محمد، (٢٠١٤م)، أثر تدريب العاملين بالريف في عملية التنمية الريفية المستدامة، (الخرطوم: جامعة الفاشر، مجلة جامعة الفاشر، العدد الرابع، ٢٠١٤م)، ص ٢٤٨.
٣. الأمين، وليد محمد محمود، (٢٠١٨م)، دور تقارير محاسبة الإستدامة في تحقيق شفافية الأداء وتقليل مخاطر القرارات الإستثمارية، رسالة دكتوراه في فلسفة المحاسبة، جامعة النيلين، كلية الدراسات العليا.
٤. دجلة، عبدالحسين، (٢٠١٤م)، ملامح الإطار المفاهيمي للمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية في الوحدات الاقتصادية العراقية، (بغداد: جامعة بغداد، كلية الإدارة والاقتصاد، رسالة دكتوراه في المحاسبة غير منشورة).
٥. رحاب قريب الله الأمام، دور محاسبة التنمية المستدامة في ترشيد قرارات الاستثمار، رسالة ماجستير في المحاسبة غير منشورة، جامعة النيلين، كلية الدراسات العليا، ٢٠١٦.
٦. السيد، هيثم محمد عبد الفتاح، (٢٠١٧م)، تحسين جودة المحتوى الإخباري للقوائم المالية للمشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم في ضوء المعيار الدولي للتقارير المالية، رسالة دكتوراه في فلسفة المحاسبة، جامعة عين شمس، كلية التجارة.
٧. طارق، راشي، (٢٠١١)، الاستخدام المتكامل للمواصفات العالمية الايزو في المؤسسة الاقتصادية لتحقيق التنمية المستدامة، (سطف: جامعة فرحات عباس، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، رسالة ماجستير في المحاسبة غير منشورة).
٨. طاهر، جميل، (١٩٩٧)، النفط والتنمية المستدامة في الأقطار العربية، (الكويت: مجلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط).
٩. طلعت، سامية وآخرون، (٢٠٠٤م)، المحتوى الإعلامي للمعلومات المحاسبية وكفاءة سوق الأوراق المالية، مجلة البحوث الإدارية، مركز البحوث والمعلومات، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، عدد خاص.

١٠. عبد الله، عباس عبد الرحمن ادم، (٢٠١٧م)، محاسبة التنمية المستدامة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية على عينه من المنشآت الصناعية بولاية الخرطوم، (الخرطوم: جامعة النيلين ، كلية التجارة، رسالة ماجستير غير منشوره في المحاسبة).
١١. عبدالرحمن، عاطف عبدالمجيد، (١٩٩٤م)، تقويم فعالية البعد الإعلامي للوظيفة المحاسبية في شركات قطاع الأعمال المصرية، مدخل بيئي، مجلة البحوث المعاصرة، كلية التجارة، جامعة أسيوط، سوهاج، العدد ٢، ص ٣٣٥.
١٢. عدلان، محمد الحسن، (٢٠٢٠م)، تقارير الأعمال الموسعة وأثرها في المحتوى الإعلامي للتقارير المالية، رسالة ماجستير في المحاسبة، جامعة آل البيت، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية.
١٣. عصام فهد العريبي، المحاسبة عن التنمية المستدامة من منظور الشركات الإنتاجية، (دمشق، الجامعة الدولية الخاصة للعلوم التكنولوجيا، كلية الأعمال والتمويل، المجلة العربية للإدارة، المجلد ٢٨، العدد ٢، ٢٠٠٨).
١٤. غفت أبوبكر محمد الصاوي، نموذج مقترح المحاسبة عن تقارير الإستدامة، (القاهرة: جامعة الإسكندرية، كلية التجارة، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، المجلد ٤٨، العدد ٢، ٢٠١١م)
١٥. العودات، أحمد يوسف، (٢٠٠٠م)، مستوى الإفصاح عن أبعاد الإستدامة لدى القطاع المصرف الأردني، رسالة ماجستير في المحاسبة، جامعة آل البيت، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية.
١٦. محمد عباس بدوي، المحاسبة في مجال التنمية المستدامة، (القاهرة: جامعة الإسكندرية، كلية التجارة، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠١٣).
١٧. محمد عباس بدوي، نماذج مقترحة لقياس الأداء البيئي والاجتماعي لتقييم إسهامات المنشآت في مجال التنمية المستدامة، (الإسكندرية: جامعة الإسكندرية، كلية التجارة، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية ، المجلد ٤٨، العدد ٢، ٢٠١١).
١٨. محمد، عزة، عباس، سامية، (٢٠٠٣م)، اختبار المحتوى الإعلامي لمكونات صافي الربح للشركات المساهمة في سوق الأوراق المالية المصرية باستخدام نظرية الفئات غير المحددة، مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين، كلية التجارة، جامعة القاهرة، العدد ٦٢.
١٩. مرعي، عبدالحى، (١٩٧٩م)، نحو فلسفة منطقية للتنظير المحاسبي، مجلة كلية التجارة للبحوث التجارية، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، العدد الأول.
٢٠. المشهداني، عمر إقبال توفيق، (٢٠١٦)، دور المحاسبة في المحافظة على البيئة ودعم التنمية المستدامة، (عمان: جامعة جريش).

٢١. موسشين، دوجلاس، (٢٠١٦)، مبادئ التنمية لمستدامة، (القاهرة: الدار الدولية لاستثمارات الثقافية).
٢٢. هادي رضا الصفار، المحاسبة عن البيئة المستدامة، (عمان: المؤتمر العلمي الدولي السادس: أخلاقيات الأعمال ومجتمع المعرفة، ١٧-١٩ ابريل ٢٠٠٦).
٢٣. يسرى محمد البلتاجي، المحاسبة في مجال التنمية المستدامة، (القاهرة: جامعة الإسكندرية، كلية التجارة، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠١٣).
١. Beneda, N.L,(٢٠٠٣), **Estimating Free Cash Floes and Valuing A Growth Company**, Journal of Assets Management, p ٢٤٧- ٢٤٨.
 ٢. Day, Y.F.S,(١٩٨٦), “ **The use of Annual Reports by UK Investment Analysis**” Accounting and Business Research, Autumm, pp ٣٠١- ٣٠٥
 ٣. George Brown, (٢٠٠٥), Quality financial reporting, ٠١ March,
 ٤. <http://www.acca.org.uk/publications/studentaccountant/٦٣٩٢٨>.

فاعلية العلاقات العامة في التوعية بمخاطر ظاهرة العنف الطلابي بمؤسسات التعليم العالي بالتطبيق علي جامعة أم درمان الإسلامية

د. الرشيد داود آدم سليمان*

المستخلص

هدف الباحث في هذه الورقة إلي تسليط الضوء علي بعض أسباب ودوافع العنف الطلابي، وإلي معرفة فاعلية العلاقات العامة في التوعية بمخاطر ظاهرة العنف الطلابي في مؤسسات التعليم العالي (الجامعات) وقد استخدم الباحث المنهج المسحي والحصر الشامل في إطار الدراسات الوصفية التحليلية، وتتكون عينة البحث من كل وموظفي إدارة العلاقات العامة في جامعة أم درمان الإسلامية، وتم اختيار عينة الدراسة باستخدام أسلوب الحصر الشامل وكان عدد أفراد العينة (١٥) فرداً واستخدم الباحث الاستبيان كأداة رئيسية في جمع المعلومات والبيانات والمقابلة العلمية كأدوات مساعدة ولمعرفة آراء المبحوثين تم تحليل البيانات عبر برنامج SPSS ومن أهم النتائج: بينت الدراسة أن المسئول الأول عن حل ظاهرة العنف الطلابي في مؤسسات التعليم العالي السودانية (الجامعات) هي عمادة شؤون الطلاب وأن إدارة العلاقات العامة تعمل علي توعية الطلاب بأهمية ممارسة الديمقراطية و أدب الحوار بينهم، كما أثبتت أن من أهم مسببات العنف الطلابي التنظيمات السياسية و أنشطتها، والطلاب أنفسهم وانخراطهم غير الواعي في العمل السياسي داخل الجامعات وفق رؤى أحزابهم السياسية، ومن أهم التوصيات: علي إدارة العلاقات العامة أن تعمل جنباً إلي جنب مع عمادة شؤون الطلاب علي غرس قيم الزمالة والأخوة والحب والتسامح والصدقة بين الطلاب، تفعيل دور إدارة العلاقات العامة في الجامعات السودانية وإعطائها صلاحيات أكبر حتى تشارك الإدارة العليا في صنع القرارات، لا بد أن تكون إدارة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي هي المسئول الأول عن ظاهرة العنف الطلابي لا بد أن تقوم إدارة العلاقات العامة بتدريب الحرس الجامعي، مع تحديد أدوارهم ومهامهم بشكل دقيق، وعقد دورات خاصة لهم عن فن التعامل لاحتكاكهم الدائم بالطلاب.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة - الاتصال في العلاقات العامة - مؤسسات التعليم العالي - العنف الطلابي.

*أستاذ مساعد - جامعة القرآن الكريم - السودان

ABSTRACT

The researcher aimed in this study to highlight some of the causes and motivates of student's violence, and finding out the effectiveness of public relations programs in raising awareness about the risks of student violence in institutions of higher education. the researcher has used study survey methodology and comprehensive inventory The research community consists from all public relations staff in Omdurman Islamic University The study sample was selected by used the comprehensive inventory method and it is number was (١٥) individuals. The researcher has used a questionnaire as a main tool to know the researchers point of view the data was analyzed through the SPSS program and the most important result are:

١- the study confirmed that the first responsible to find solution for the phenomenon of student violence in Sudanese higher institutions is the deanship of students affairs and it is working to educate the student about the important of practicing democracy and dialogue values , the study proved that one of the main reason causes student violence is political organizations and their activities and the student themselves and their unconscious involvement in political works in universities according to the vision of their political parties.

The most important recommendations:-the public relations should work closely with the deanship of students affairs to instill the values of fellowship, brotherhood ,love, tolerance and friendship among students, activate the role of the public relations department in the Sudanese universities and give it greater power so that it can participate the senior management in decision making, and it must be the first responsible to provide solution to solve students violence the PRs must train the university guards and define their roles and tasks accurately because they are so close to the students.

مقدمة الدراسة:

تعتبر إدارة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي، من الإدارات المهمة التي تؤدي دورها بكل مهنية وتزليل الشك القائم بين الجامعة والمجتمع، وتعد ظاهرة العنف الطلابي من الظواهر القديمة في المجتمعات الإنسانية فهي قديمة قدم الإنسانية نفسها فالعنف الطلابي وسط طلاب الجامعات من الظواهر التي لها شيوع في جميع مؤسسات التعليم العالي الحكومي منها والأهلي والظاهرة ليست قاصرة على المؤسسات التعليمية العالي السودانية فقط، بل تكون عامة في معظم جامعات الدول النامية والمتقدمة أصبحت هذه الظاهرة مصدر قلق عميق لكل فئات المجتمع، وهنا تأتي أهمية وجود العلاقات العامة وأهميتها الخاصة في تحقيق التفاهم والقضاء على كل الظواهر السالبة في مؤسسات العالي.

مشكلة الدراسة:

شهدت الفترة الأخيرة مهددات أمنية كبيرة ومتزايدة في معظم الجامعات السودانية ومؤسسات التعليم العالي، تمثلت هذه المهددات في حرق وإتلاف الممتلكات العامة، القتل والاعتداء على منسوبي هذه الجامعات من الطلاب وأساتذة وموظفين وعاملين، هذا بالإضافة إلى تعطيل رسالة الجامعة والمؤسسات لفترات متفاوتة ومن المؤكد انه مهما نتج عن ذلك من خسائر مادية وبشرية لا تقدر بثمن، تطال نتائجها الدولة والجامعات والمؤسسات وبعض أفراد المجتمع، يحاول الباحث من خلال هذه الرسالة تسليط الضوء على بعض أسباب ودوافع العنف الطلابي، والآثار المترتبة على هذه الظاهرة، ومعرفة دور العلاقات العامة في الحد من هذه الظاهرة، ومعرفة الخطط والبرامج والأنشطة الاتصالية التي وضعتها إدارة العلاقات العامة بالمؤسسات التعليمية العالي لتوعية الطلاب عن المخاطر الناجمة من هذه الظاهرة.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في الآتي:

- توضيح الدور الذي يمكن تقوم به إدارة العلاقات العامة في تنفيذ سياسة مؤسسات التعليم العالي الرامية إلى تحسين صورتها الذهنية لدى الطلاب القدامى والجدد من خلال الأنشطة الاتصالية والتوعية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة.

- كذلك كون هذه الورقة ستقدم المزيد من الإسهامات العلمية التي يمكن أن تؤدي إلى إيجاد حلول لظاهرة العنف الطلابي أو الحد منها من خلال ما يمكن أن تتطوي عليه من حلول ونتائج لحل هذه الظاهرة لاسيما بعد بروزها في مؤسسات التعليم العالي السودانية.

أهداف الدراسة:

- ١) معرفة دور العلاقات العامة في التوعية بمخاطر ظاهرة العنف الطلابي في مؤسسات التعليم العالي.
- ٢) التعرف على الأنشطة والأسباب التي تؤدي إلى انتشار العنف وسط الطلاب.
- ٣) التعرف على وسائل الاتصال التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في تنفيذ أنشطتها.
- ٤) التعرف على الخطط والبرامج والأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة لتوعية الطلاب عن مخاطر ظاهرة العنف والآثار المترتبة عليها.

أسئلة الدراسة:

- ١) ما مدى فاعلية برامج العلاقات العامة في التوعية بمخاطر ظاهرة العنف الطلابي في مؤسسات التعليم العالي؟
- ٢) ما دوافع العنف الطلابي ومسبباته؟
- ٣) ما هي الوسائل والأنماط الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي لتحقيق الأهداف المنشودة مع جماهيرها المتعددة؟
- ٤) هل تقدم إدارة العلاقات العامة برامج وأنشطة اتصالية في سبيل توعية الطلاب عن مخاطر ظاهرة العنف الطلابي؟

منهج الدراسة: استخدم الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بالاستخدام الأسلوب المسحي؛ لأن طبيعة هذه الدراسة تقتضي الحصول على أكبر قدر من المعلومات المتعلقة بظاهرة العنف الطلابي لمعرفة الأسباب وتحليلها ووضع الحلول المناسبة لها.

أدوات جمع المعلومات:

الأدوات الثانوية: تعتمد هذه الدراسة على بعض الأدوات البحثية المتمثلة في جمع المعلومات والبيانات وهي المراجع العلمية، والدراسات المختصة، من كتب ومراجع ومعاجم ودوريات ومجلات ورسائل علمية ومقابلات.

الأدوات الأولية: اعتمد الباحث على:

الاستبانة: وهي استخدمت كأداة رئيسة لجمع المعلومات والبيانات عن عينة البحث.
مصطلحات ومفاهيم الدراسة: قام الباحث بتعريف بعض المصطلحات الواردة في البحث وهي:
الفاعلية:

لغة: اسم الفاعلية: وصف لكل ما هو فاعل، وهي النشاط التلقائي المؤثر، وهي النزغ الطبيعي لإتيان الأفعال
(الطيب، ٢٠١١م، ص ١١).

اصطلاحاً: يقصد بها التأثير القوي على نفس المتلقي (عبد الحميد، ١٩٩٠، ص ١٠٥).
التعريف الإجرائي: يري الباحث أن الفاعلية تدل على التفاعل مع القضايا التي تشغل الرأي العام أو عبارة عن تنفيذ العمل بكفاءة ودقة عالية لتحقيق الأهداف المرسومة والمخططة.
التوعية:

توعية مصدر وعي.

توعية الناس من أسس المواطنة جعلهم يدركون حقائق الأمور
التوعية اصطلاحاً: وعى فلانا نصحه وحمله على إدراك موضوع من المواضيع الإعلام يعمل على توعية الجماهير، التوعية الصحية ضرورية.
التعريف الإجرائي:

يري الباحث أن التوعية هي مجموعة برامج وأنشطة وعمليات تهدف إلى إرشاد وتوجيه وإقناع الطلاب وإكسابهم وعي عن العنف الطلابي وآثاره ومخاطره عليهم.

الظاهرة:

هو فعل يظهر للعيان بصورة ملحوظة ويبدأ عدد من الناس في إتباعها أو استعمالها وغالباً ما تصبح الظواهر سلوك سيئ. (حسين، إسماعيل، ١٩٩١م ص ٥٥)

العلاقات العامة:

اصطلاحاً تطلق على الجهود المنظمة والعمليات التي تقوم بها هيئة أو مؤسسة لتنظيم العلاقات بينها وبين جمهور العاملين معها بهدف تحقيق علاقات إيجابية مع هذه الجماهير، وتقوم بهذا إدارات متخصصة تعنى عناية فائقة لاستخدام وسائل الإعلام المتنوعة لتحقيق مهمته (شليبي، ١٩٨٩، ص ٢٤٠).

العنف الطلابي:

هو سلوك عدواني بين الطلاب، تتم أحداثه في الوسط الجامعي، وقد يتسبب في مشاكل بين الطلبة، ويستتبع هذا الفعل القيام بأفعال غير تربوية لا أخلاقية وقد تؤدي إلى خسائر في الأرواح (مجدزين، ٢٠١١).

الدراسات السابقة ودلالاتها:

الدراسة الأولى:

الباحث: موسى محمد الخير موسي (دور العلاقات العامة في الحد من ظاهرة العنف الطلابي) رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية وتهدف ألي تحليل الظاهرة بشكل علمي وموضوعي، ومعرفة الدوافع التي تؤدي إلى ممارسة ظاهرة العنف الطلابي داخل الجامعات السودانية، والوقوف على آثار الظاهرة وتحليلها ووضع الحلول واستخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المسحي والتاريخي.

أهم نتائج الدراسة: أن العلاقات العامة بوزارة التعليم العالي لا تخطط وليس لها ميزانية محددة لتنفيذ أنشطتها و٤٨% من جملة المبحوثين يؤيدون أن الخطاب السياسي العنيف لدي التنظيمات السياسية يؤدي إلي تنامي ظاهرة العنف، ٧٥% من جملة المبحوثين أيدوا الطرق السلمية للتعبير عن آرائهم.

الدراسة الثانية:

الباحث: حمزة سالم موسي (دور العلاقات العامة والإعلام في تحقيق أهداف مؤسسات التعليم العالي) رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام ٢٠١٥م وهدفت إلى التعرف على أهمية ودور العلاقات العامة والإعلام في المنظمات والمؤسسات الخاصة في مؤسسات التعليم العالي.

التركيز على الهدف الرئيسي للعلاقات العامة المتمثل في تحقيق الانسجام والتوافق في المجتمع بين إدارة الجامعة والطلب، والتعرف على طبيعة الأنشطة والبرامج التي تقدمها العلاقات العامة، التعرف على برامج إدارة العلاقات العامة في الجامعات الأردنية للحد من ظاهرة العنف الجامعي حيث لوحظ في الآونة الأخيرة زيادة فيها، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وهذا نابع من كونها تستهدف وصف الموقف أو الظواهر أو الأحداث وجمع الحقائق عنها، ومن أهم النتائج: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين قناعة الإدارة العليا وبين طبيعة الأنشطة والبرامج وبين اختيار رجل العلاقات العامة الشخص، لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وجود دورات تدريبية متخصصة للعاملين وقدرة إدارة العلاقات العامة على القيام بدورها.

علاقة الدراسة بموضوع البحث:

تلخصت العلاقة بين هذه الدراسة وموضوع البحث في الآتي:

اتفقت الدراستان في تناولهما لموضوع العنف في الجامعات السودانية سواء أن أكان على الصعيد الفردي أو الجماعي أو منتمي لجماعة إسلامية أو سياسية... الخ وتهدف الدراستان إلى معرفة أسباب العنف ومنطلقاته الفكرية بينما ركز هذا البحث على نوع معين من العنف وهو العنف الطلابي في الجامعات السودانية.

الإطار النظري:

العلاقات العامة: إن للعلاقات العامة أهمية كبيرة في جميع المستويات التنظيمية للمؤسسات العليا والهياكل الإدارية والهيئات العامة والجهات الحكومية والمنظمات المحلية والخيرية بل وحتى الأفراد العاديين، مع اختلاف أنماط أنشطتهم وتعدد أغراضهم فهذه الأهمية تتوقف على حجم المنشآت وتعقد أعمالها وتنوع نشاطها وفق طموح المؤسسة لتطوير وتقوية صلتها مع الجهات الأخرى. العلاقات العامة تقع في اوسط صور التفاعل والتواصل فهي تأخذ غالباً صيغاً عفوية وبسيطة (الخضر، ١٩٩٨م ص١٤)، إن حاجة مؤسسات التعليم العالي إلي جهاز العلاقات العامة صارت مهمة ضرورية تفرضها طبيعة عملها كغيرها من المؤسسات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والتسويقية وغيرها، وخاصة في السنوات الأخيرة، حيث أخذت تتضاعف بصورة كبيرة لتحسين أدائها وفهم مسؤولياتها؛ لأن أنشطة العلاقات العامة غالباً ما تعتمد علي الاتصال بجماهيرها الغفيرة والمتشعبة والمتنوعة من خلال توظيف والاستفادة من خدمات تقنيات الاتصال الحديثة والمتوفر. ومما ساهم في إبراز أهمية العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي نمو مستوي الرأي العام الجمهوري في دخل إدارة تلك المؤسسات وشعورهم بالمسؤولية نحو اتجاه تعاملهم مع المؤسسة وفهم دورهم بأنهم طرف مهم لا تتم الأمور إلا بهم إضافة إلي المشاركة المتفاعلة و الإحساس الإيجابي الذي تلقته المؤسسات التعليمية من قبل جمهورها الخارجي في الآونة الأخيرة الأمر الذي جعل أهمية خلق تفاهم بين المؤسسات التعليم العالي وجمهورها منصباً علي مصلحة واحدة لأن المؤسسات التعليمية لم تعد بمنأى عن التحديات والسلبيات التي تواجه جمهورها (البدري، ١٩٩١م، ص٢٦٧) وعلي أي حال فإن أهمية العلاقات العامة في المؤسسات التعليم العالي أضحت أمراً لا يخفي علي الإدارات العليا التي لها جهاز يقوم بمهنة العلاقات العامة نتيجة ما أنجزته تلك الأجهزة من التقدم و الانجازات إزاء الإدارة العليا من جهة ورفع أنشطتها

الخارجية وتحسين أداء وظيفتها من جهة أخرى ويقدم د. صالح خليل أبو اصبح مجموعة من الأهداف العامة التي بها العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة تتمثل في ما يلي:

١- دعم سياسات المؤسسة وتنمية التفاهم المتبادل بينها و جماهيرها.

٢- تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة.

٣- تقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والاستجابة لها.

٤- العمل كنظام تحذير مبكر، مما يساعد الإدارة في اتخاذ قرارات سليمة.

٥- توسيع الخدمات والانتشار في الأسواق وقبولها لدى الجمهور.

ويمكن تلخيص أهداف العلاقات العامة فيما يلي:

١- تهدف العلاقات العامة إلى التوعية بأهداف الدولة وإعلام الجمهور بأهداف وسياسة المؤسسة ودوره في

تنفيذها وذلك عن طريق التنسيق بين المؤسسات و جماهيرها مما يحقق التعاون بين جميع الأطراف.

٢- إقامة علاقات طيبة وزيادة فرص الفهم المتبادل بين المؤسسة و جماهيرها، ويشير الباحث إلى أهمية

توفر المناخ الصحي الذي يجب على العلاقة العامة العمل على نشره بين جماهيرها تحقيق للمصلحة

العامة.

٣- تسعى العلاقات العامة لمساعدة الإدارات الأخرى وذلك بربط جميع الجمهور بالأهداف الرئيسية

للمؤسسة، ويؤكد الباحث إلى أن متابعة العلاقات العامة لمراحل تنفيذ الأنشطة المختلفة لجميع الإدارات

تضمن انسياب العمل وفق الخطة الموضوعة مسبقاً، مما يفعل عملية الوصول للأهداف المتفق عليها

بأقصر الطرق وأقل تكلفة.

٤- تهدف العلاقات العامة إلى رفع الكفاءة والوصول إلى أعلى مستوى للإنجاز، بتوفير العوامل المادية

والمعنوية وزيادة الأرباح وتحقيق أفضل معدلات للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وذلك

بوضع برامج لترقية بيئة العمل، وجلب أحدث الأدوات والأجهزة التي تساعد على تحسين الأداء وإعادة

تنظيم الأعمال الإدارية والتوسع الأفقي.

٥- تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقات سليمة مع جميع جماهير المنظمة، من المستهلكين وموردين

وموزعين ومساهمين وعاملين من خلال اهتمامها بتلبية حاجاتهم، وحل مشكلاتهم والوقوف على

مشروعاتهم واحتياجاتهم علماً بجميع خطط المنظمة، مع بيان أسبابها والحفاظ على حقوقهم ويؤدي في نهاية إلى أهداف مشتركة يعمل الجميع على تحقيقها من خلال تضافر الجهود.

يري الباحث عموماً، لا بد من زيادة الاهتمام بوظيفة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي، فإنه يتحتم على تلك المؤسسات أن تسلك الطرق والأساليب العلمية بغية تحسين أدائها واستمرار عملها والحفاظ على مكانتها مستفيدة من الوسائط المواتية والمناسبة لطبيعتها.

الاتصال في العلاقات العامة:

تتعدد وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة التي تقوم إدارة العلاقات العامة في المنظمة بالإشراف على إعدادها وتنفيذها ومن تلك الوسائل:

أولاً: النشرات الخاصة التي تصدرها المنظمة:

تعتبر هذه النشرات من وسائل الاتصال بالكلمة المقروءة وهي وسائل اتصال خاصة حيث تستهدف جماهير معينة، كما أن موضوعاتها تتطلب تغطية مكثفة فقد تصدر المنظمة صحيفة أو مجلة خاصة بها تتضمن عدداً من المواضيع والمعلومات التي تهتم جمهور المنظمة بهدف خلق تأثير معين في اتجاهات ومواقف وأراء ذلك الجمهور إزاء سياسات المنظمة وإنجازاتها وخطتها (صالح، ٢٠٠٤، ص ٢٢٤).

ثانياً: الاتصال الهاتفي:

وهو نوع من الاتصال الشخصي المباشر في مجال العلاقات العامة وتبرز أهميته في أن الكلمة المسموعة والمباشرة من الشخص يكون لها تأثيراً قوياً علي الشخص الآخر الذي يتم التخاطب معه، من الكلمة المكتوبة الصادرة عن نفس الشخص، كما أن تكلفة استخدام هذه الوسيلة بسيطة ويعتبر الهاتف وسيلة سريعة للاتصال بين المسؤولين بالمنظمة وجماهيرها الخاصة عاملين وعملاء وموردين ومستثمرين وغيرهم، ومن المهم الإشارة إلي ضرورة مراعاة الحديث الهاتفي التي تكلف نجاح المكالمة في التأثير في نفسية المتكلم معه (جرادات، ٢٠٠٩م ص ١٣٤).

ثالثاً: الاجتماعات الدورية:

وهي وسيلة من وسائل الاتصال الشخصي والمباشر كالاتتماعات بين رئيس الجامعة وأعضاء الهيئة التدريسية أو المدير العام مع مدير مدرء الأقسام في دائرته، لغرض يحدث موضوعات معينة أو اجتماعات بين رجال الإدارة والعاملين أو بين ممثلي المنظمة وممثلي المستهلكين أو الموردين أو المستثمرين أو غيرهم،

وتتيح هذه الوسيلة للاتصال الفرصة للتعرف علي مطالب واحتياجات الجمهور الخاص و إمداده بكافة المعلومات والحقائق التي تنقسه وإتاحة الفرصة له كي يعبر عن رأيه ووجهات نظره بشأن سياسات وبرامج وانجازات المنظمة بما يتيح الفرصة لتعديلها بما يتفق مع اتجاهات الرأي العام للجمهور وكذلك توفير مناخ للاستجابة الشخصية الفورية (الصوفي ، ص١٩).

رابعاً: الكتيبات:

يعتبر الكتيب من أكثر أساليب الاتصال الجماعي تأثيراً وهو يتضمن عادة كافة المعلومات التي يهتم عمال كل المنظمة التعرف عليها لتبديد مخاوفهم، فهو بمثابة مرجع لا استغناء عنه يجنب العمال الاعتماد على معلومات أو مصادر غير موثوق بها.

ولهذا يضم غالباً الموضوعات الآتية:

- ملخص عن سياسة المنظمة.
- الاحتياطات الصحية وأساليب الأمن الصناعي
- المساعدات والرعاية الاجتماعية التي توجهها المنظمة للعاملين.
- مستوي المكافآت ونظم الترقى (صالح،ب،ت،ص ٢٢٤).

خامساً: المؤتمرات:

وهذه الوسيلة جيدة للاتصال بالرأي العام إذا بحثت خطط لها تخطيطاً سليماً ومن حيث الضرورة لا يجوز عقد المؤتمر إذا لم يكن الاستغناء عنه بوسيلة أخرى ومن حيث الوقت فوقع المشكلة في المؤسسة يهتم بها الجمهور أما وقوع مشكلة عامة تستطيع المؤسسة أن تساهم في حلها، ومن حيث الشكل فالتحدث عن المشكلة في مكان وجودها أو وقوعها بالكلمة والصورة يؤثر في الرأي العام أكثر من التحدث عنها في المكاتب ومن حيث طريقة تناولها فالأسلوب الحواري الذي يعتمد علي الجمل القصيرة يجذب الإنسان أكثر من الأسلوب المتراسل غير الحواري الذي يدفع بالقارئ إلي الملل.

سادساً: الأحاديث أو الخطب العامة:

إن الكلمة المنطوقة أو الشفوية مازالت أكثر أشكال الاتصال قوة وفعالية، لهذا فالحديث أو الخطبة العامة من الأدوات الرئيسية لممارس العلاقات العامة والأحاديث والخطب العامة وسيلة اتصال مباشر مسموعة كأن يقوم أحد مسئولي المنظمة بالتحدث أو الخطابة أمام العاملين في المنظمة أو مستهلكين أو

المساهمين، وفي الحديث يوضح المتحدث سياسة المنظمة وأهدافها وبرامجها وانجازاتها ويحاول أن يلقي تأييداً ومؤازرة الجمهور الذي يخاطبه، وقد يكون الهدف من الحديث أو الخطبة محاولة نفي إشاعة أو إزالة فكرة سيئة عن موقف المنظمة أو انجازاتها (عبد الحارث، ٢٠٠٠، ص ٣٠).

سابعاً: الدعوات العامة والزيارات الإعلامية:

إن الدعوة العامة أو المفتوحة يمكن أن تخدم في أغراض كثيرة باعتبارها أدوات مهمة للعلاقات العامة بالمجتمع، حيث يتم من خلالها إعلام العملاء والموردين والمستهلكين ورجال الصحافة كيف تعمل المنظمة على الطبيعة، وهو أمر يكفل اندماجهم مع المنظمة ومعايشتهم لواقعها وارتباطهم بها وشعورهم بالانتماء إليها (ابن عوف ٢٠٠٧، ص ١٣).

ثامناً: المراسلات:

وهي وسيلة تستخدم بالاتصال بالعاملين وحتى المستهلكين والموزعين والوكلاء وهي رسالة يستطيع محررها التحكم في محتواها والتخطيط لذلك المحتوى دون انفعال، ولكن قد لا تنفع هذه الوسيلة إن كان المخاطب أمياً وقد لا يدرك المخاطب مفهومها، وقد يفسرها تفسيراً مغايراً لمعانيها ما دام بعيداً عن مرسلها (الحاج، ٢٠٠٧، ص ٣١).

تاسعاً: المعارض:

وتعد من قنوات الاتصال الجمعي المهمة التي تستخدم بشكل مؤثر من قبل أجهزة العلاقات العامة والمعرض طريقة أو وسيلة لعرض فكرة أو التعبير عنها ويتم ذلك بترتيب الأجسام وخاصة الحي منها ترتيباً مقصوداً على وفق خطة موضوعه.

والمعرض يشكل صورة مجسمة عن نشاط المنظمة، بترتيب وتعليم الجمهور بدور المنظمة الاجتماعي والخدمات التي تؤديها في هذا المجال.

أهداف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي:

الهدف Goal هو: ما يسعى إليه أو يرغب الفرد أو المؤسسة أو الهيئة في إنجازه أو بعبارة أخرى هو النتائج النهائية Conclusive Results المراد تحقيقها بغض النظر عن الوسائل المتبعة للوصول إلي ذلك الهدف، ولا يتصور في هذا العصر إنجاز عمل أو برامج أو تحقيق مشروع دون وضع الأهداف مسبقاً، تستهدف العلاقات العامة في أي مؤسسة أو هيئة تحقيق هدفين أساسيين رئيسيين:

تعرف الجمهور الخارجي على جميع الأنشطة والخدمات التي تقوم بها المؤسسة لخلق السمعة الطيبة والصورة الذهنية الممتازة عنها لدي جمع شرائح الجمهور على أساس من المعلومات الموثوق بها والحقائق الموضوعية والصادقة، السعي إلى تحويل تلك السمعة الطيبة إلى علاقات طيبة متينة وتمييزها والعمل على توفير كل المقومات التي تؤدي إلى خلق روح الانتماء والولاء بين المؤسسة وجمهورها.

ولهذا يقع على عاتق جهاز العلاقات العامة عبئ كبير لتسيير تلك المهام المتكدسة والمتزاحمة وتنظيمها بشكل يسهل على الإدارات العليا تأدية وظيفتها على النحو الصحيح.

وعلى ضوء ذلك فإن أهم الأهداف التي يجب على مؤسسات التعليم العالي أن تراعي وتنطلق منها:

١- توطيد العلاقات بالجهات المانحة.

١- توسيع مدارك الطلاب والموظفين.

٢- التنمية الثقافية.

٣- رعاية الطلاب اجتماعياً.

٤- ربط الجامعة بالبيئة المحلية المحيطة بها.

٥- السعي إلى استقطاب العقول العلمية والكفاءات المتخصصة.

٦- توطيد وترسيخ الصلات مع إدارات وسائل الاتصال.

٧- تعزيز مكانة المؤسسة.

العنف الطلابي

دوافع وأسباب العنف:

١- دوافع العنف: تتوزع دوافع ظاهرة العنف على مجالات عديدة تشمل التربوي والنفسي والفكري والأخلاقي والاجتماعي والاقتصادي والسياسي والأمني والخارجي، وكل منها يستدعي محاولة للحل ولنبداً بالدوافع على النحو التالي:

أولاً: دوافع تربوية: مع أن الحديث حول الأبعاد التربوية لظاهرة العنف حساس، ومجربة لاتهامات مضادة؛ لا سيما مع اشتداد الحملة الأمريكية علي مناهج التعليم الشرعية في المجتمعات الإسلامية، إلا أن ذلك لا يعفي ذوي النظر البعيد من المعالجة الداخلية التي طال أمدها، ومن هذا المنطلق فليس أمامنا إلا مواجهة المشكلة بمراجعة صادقة أمينة لمناهجنا التربوية من ذوي الكفاءة والإخلاص والشجاعة من التربويين المشهود

لهم بهذه السمات، ومن الملاحظ أن المقررات المدرسية سواء في التعليم الأساسي أو الثانوي في المواد ذات العلاقة العضوية بالتنشئة الفكرية السلمية لا تولي شيئاً يذكر لمفردات التربية المدنية والحضارية السلمية فأين مفردات القبول بالآخر القريب- فضلاً عن الآخر البعيد والتعايش الحضاري بين الأمم.

ثانياً: دوافع نفسية (سيكولوجية) ومن الأسباب التي تقف وراء ظاهرة العنف التأثير النفسي (السيكولوجي) الذي سكن نفوس بعض الشباب العائدين من أراضي الجهاد أو حتى من الذين كان لهم إسهام مباشر أو غير مباشر في مقاومة بعض الأطراف السياسية المسلحة التي مثلت يوماً ما خصماً مسلحاً لهذا النظام السياسي أو ذلك في هذا البلد أو ذلك.

ثالثاً: دوافع فكرية أخلاقية.

لا يمكن إغفال دور التكوين الفكري والتنشئة الأخلاقية في المجتمعات الإسلامية عند الحديث عن ظاهرة العنف وازدهارها، حيث إن جمهور هذه المجتمعات قد نشأوا علي تقديس المعتقدات الدينية، ولا سيما الذات الإلهية وعدم التفريط بالقيم الاجتماعية والأخلاقية، بل والدفاع المسلح عن ذلك إن اقتضي الأمر، فإذا حدث تعدد علي الذات الإلهية علي أي نحو، أو سخرية من المقدسات، أو تعريض بأي من القيم الأخلاقية والاجتماعية، فماذا ينتظر أن يكون رد الفعل من قبل الشباب المشار إليه بأصابع الاتهام في أعمال العنف عادة، إنما من جمهور المجتمع هذه المرة لحساسية الأمر وخطورته، وفقاً لنشأتهم الفكرية و الأخلاقية.

رابعاً: دوافع اجتماعية واقتصادية:

وتتعدد الدوافع الاجتماعية والاقتصادية لظاهرة العنف لتتمثل في: غياب العدالة الاجتماعية واستئثار فئة من ذوي النفوذ في المجتمع بالمال والثروة والتسلط السياسي والاجتماعي، وضعف أو انعدام تكافؤ الفرص في المشاريع والحقوق الاجتماعية والطبيعية والمدنية، المتمثلة في التعليم الجيد والعمل المناسب والعلاج الصحي السليم، والسكن الملائم، والزواج الشرعي، هذا مع انتشار ظواهر التمييز الطبقي الاجتماعي، وبروز العنصرية بألوانها المختلفة، وغلاء المهور في مقابل ازدياد طابور العزاب، وغلاء الأسعار بصورة عامة.

خامساً: دوافع سياسية وقضائية:

وتتمثل مظاهر هذه الدوافع في غياب المشاركة السياسية لثني شرائح المجتمع، ومبدأ التداول السلمي للسلطة، وتزوير الانتخابات، ولا سيما البرلمانية منها، وقمع المعارضة السياسية على مستواها الفردي والجماعي قمعاً مباشراً بفتح السجون والمعتقلات لها، كما أن غياب دور القضاء، وعدم تطبيق مبدأ سيادة

القانون، وتفتشي الفساد في الأجهزة القضائية وعدم تطبيق الحدود الشرعية ذلك كله يعني اللجوء إلى أقرب الطرق وأسرعها وهو أسلوب الثورة كتعبير عن اليأس والإحباط وفشل أي مشروع سلمي.

سادساً: دوافع أمنية:

إن اعتماد الأسلوب الأمني أساساً في معالجة ظاهرة العنف هو الداء بعينه، إذ كثير من أعمال العنف هذه إنما تأتي كرد فعل مضاد للعنف السلطوي والأمني، ولو تتبع باحث ما نشأة الظاهرة في العقود الأخيرة من القرنين الهجري والميلادي الماضيين لألفي السجون هي الحل الأنسب لنشأة الظاهرة ونموها وانتشارها رغم غيابها العام قبل ذلك من هذا الطرف المنتمي إلى الفكر الإسلامي.

سابعاً: دوافع أجنبية وخارجية:

إن الصراع الحضاري الذي تتولي أكبره اليوم الولايات المتحدة الأمريكية يمثل دافعاً أساسياً من أسباب انتعاش ظاهرة العنف وتفاقمها؛ إذ إن التدخلات الخارجية في السياسة الداخلية لأي قطر، لا تقف عند حد إملاء سياسات تحفظ لقوي هيمنة بعض المصالح التقليدية بل غدت سافرة بحيث تحولت السفارات الأجنبية وعلي رأسها سفارات الولايات المتحدة الأمريكية إلى مكاتب وصاية قسرية، وأعمال تجسس رسمية لفرض أنماط السلوك السياسية الأخلاقي على الحكومات والشعوب.

أسباب العنف بصفة عامة:

إذا كان العنف يتواجد قانوناً حتى لو كان يمكن مقاومته أو تمت مقاومته فعلاً فإنه في الحالات التي يكون فيها وسيلة لتحقيق نتيجة غير مشروعة، فالعنف لا ينشأ من عدم. وتتعدد أسباب العنف وتتنوع مصادره ومثيراته، وتتعدد بالتالي أشكاله وصوره وتباين وتتفاوت في المدى والنطاق والآثار التي تنجم عن كل منها ويمكن حصر أسباب العنف في جوانب محددة كما يلي:

أسباب سياسية: عدم تداول السلطة، تجاهل الصالح العام، عدم فعالية الإضراب السياسي.

أسباب اقتصادية: انتشار البطالة خاصة بين الشباب وبين المتعلمين انخفاض مستوى المعيشة شيوع ظاهرة الحقد الاجتماعي بسبب تفاوت الدخل (مجدزين، ٢٠١١، ص ٢١٠).

ففي مراحل متعاقبة من الزيادة السكانية التي لم يقابلها زيادة في الإنتاج ظهرت العشوائيات والتغيرات بفعل الانفتاح الاقتصادي الذي أخذ شكلاً استهلاكياً وليس إنتاجياً، وقد نتج عن ذلك كله تأثيرات سلبية بازدياد المشكلات الاقتصادية في مختلف مناطق العالم (يوسف، ٢٠٠٨، ص ٩١).

أسباب إعلامية:مشاهد العنف قد تنشط الأفكار المرتبطة به، تقليد ما تعرضه وسائل الإعلام المختلفة من سلوك العنف، التعرض لمشاهد الجنس يساهم في ارتكاب جرائم الاغتصاب.

أسباب نفسية:العنف هو وسيلة لإثبات الرجولة لدى الشباب، التوتر الذي ينتج عن وجود بعض الحاجات غير المشبعة، الضغوط النفسية الناتجة عن المشكلات الأسرية.

أسباب قانونية وأمنية: عدم احترام القانون، غياب الأمن من المناطق العشوائية، عدم العدالة في توزيع الثروة العامة.

أسباب ذاتية: ترجع إلي شخصية القائم بالعنف كأن يكون لديه خلل في الشخصية بمعاناته من اضطرابات نفسية أو تعاطي المسكرات والمخدرات، أو يكون لديه مرض عقلي (مجد زين، ٢٠١١، ص ١٢١).

الأسباب الاجتماعية:يركز علم النفس النمو على جانبيين مهمين في حياة الإنسان هما الجانب النفسي والجانب الإجتماعي، ففي الجانب النفسي يتم التركيز علي شخصية الفرد، فيما يتم التركيز علي الجانب الاجتماعي علي عملية التنشئة الاجتماعية، إضافة إلي العوامل والأبعاد الأخرى المهمة(جمعة،٢٠١٥، ص٩٠).

الأسباب المجتمعية: كالعنف المنتشر والأحداث العربية والعلمية التي تنتقل عبر الفضائيات والانترنت فالتغيرات التي تحدث في المجتمع الكبير تنتقل وبشكل غير مباشر إلى المجتمعات الصغيرة (مجد زين، ٢٠١١، ص ١٢١).

ويري الباحث أن أسباب العنف كثيرة منها ما هو ظاهر للعيان، ومنها ما هو مضمور داخل النفوس، كالحقد، والحسد وحب أذى الناس،وهناك أيضا أسباب فكرية، وعقائدية وأيضاً عدم القدرة على تفسير الواقع، بين دفتي الحق والباطل أو الحلالية والحرمة، والتركيبية النفسية وتأثيرات البيئة، وغياب النقد الذاتي لدى الأفراد، وأيضاً عدم الثقة بالنفس، وأيضاً عدم المقدرة علي حل المشاكل، وضعف المقدرات الاتصالية، وضعف الوازع الديني، كل هذا يعتبر سبب لنشوء ظاهرة العنف في المجتمعات.

نتائج العنف:

للعنف نتائج وخيمة أهمها:

التفكك الأسري.

إصابات جسدية وعاهات.

اضطرابات نفسية، مثل عدم الشعور بالأمان والقلق والتوتر.

آثار اقتصادية، تتمثل في تكاليف العناية الصحية والنفسية بالمعنف (أبو غزالة، ٢٠٠٨، ص٢).

الإجراءات المنهجية:

أولاً: منهج الدراسة: استخدم المنهج الوصفي باعتماد الأسلوب المسحي؛ لأن طبيعة هذه الدراسة تقتضي الحصول على أكبر قدر من المعلومات المتعلقة بظاهرة العنف الطلابي لمعرفة الأسباب وتحليلها ووضع الحلول المناسبة لها.

مجتمع وعينة الورقة:

يتكون مجتمع الدراسة من إدارات العلاقات العامة بمؤسسات التعليم العالي
عينة الدراسة: تتكون عينة الدراسة من جميع العاملين والموظفين في إدارة العلاقات العامة في جامعة أم درمان الإسلامية.

أدوات جمع المعلومات:

الأدوات الثانوية: تعتمد هذه الدراسة على بعض الأدوات البحثية المتمثلة في جمع المعلومات والبيانات وهي المراجع العلمية، والدراسات المختصة، من كتب ومراجع ومعاجم ودوريات ومجلات ورسائل علمية ومقابلات.
الأدوات الأولية: اعتمد الباحث على:

أ/ الاستبانة: وهي استخدمت كأداة رئيسة لجمع المعلومات والبيانات عن عينة البحث
عرض وتحليل البيانات ومناقشتها
المحور الأول: الأهداف:

جدول رقم (١)

اختبارات العينة الواحدة لمجتمع الأهداف

النتيجة	القيمة الاحتمالية	درجة الحرية	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتوسط المحكي
الأهداف تتسم بالإيجابية	٠.٠٠٠٠	١٤	٣١.٣٧٧	٤.٢١٨٧١	١٨.٧٢٠٠	١٥

من الجدول رقم (١) يلاحظ أن الوسط الحسابي للمحور الأول (١٨.٧٢٠٠) وهو أكبر من الوسط المحكي (١٥) وبلغت قيمة الانحراف المعياري له (٤.٢١٨٧١) وبلغت قيمة (ت) (٨٢.١٧٦) تحت درجة حرية (١٤) ومستوى معنوية (٠.٠٥) وقيمة احتمالية (٠.٠٠٠٠) مما يدل على أن أهداف العلاقات العامة بالجامعات تتسم بالإيجابية.

المحور الثاني: الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي:

جدول رقم (٢)

اختبار ت العينة الواحدة لمجتمع الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور

الداخلي والخارجي

النتيجة	القيمة الاحتمالية	درجة الحرية	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتوسط المحكي
الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي فعالة.	٠.٠٠٠	١٤	٤١.١٦٨	٣.٤٢٨٣٣	١٩.٩٦٠٠	١٥

من الجدول (٢) يلاحظ أن الوسط الحسابي للمحور الثاني (١٩.٩٦٠٠) وهو أكبر من الوسط المحكي (١٥) وبلغت قيمة الانحراف المعياري له (٣.٤٢٨٣٣) وبلغت قيمة (ت) (٤١.١٦٨) تحت درجة حرية (١٤) ومستوى معنوية (٠.٠٥) وقيمة احتمالية (٠.٠٠٠٠) مما يدل على أن الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي فعالة.

المحور الثالث: الأنشطة التي تؤديها العلاقات العامة في الجامعة:

جدول رقم (٣)

اختبارات العينة الواحدة لمجتمع الأنشطة التي تؤديها العلاقات العامة في الجامعة

النتيجة	القيمة الاحتمالية	درجة الحرية	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتوسط المحكي
الأنشطة التي تؤديها العلاقات العامة في الجامعة فعالة في معالجة ظاهرة العنف الطلابي	.٠٠٠٠	١٤	١٩.٥٥٧	٣.٥٧٢٢٣	٩.٨٨٠٠	٩

من الجدول (٣) يلاحظ أن الوسط الحسابي للمحور الثالث (٩.٨٨٠٠) وهو أكبر من الوسط المحكي (٩) وبلغت قيمة الانحراف المعياري له (٣.٥٧٢٢٣) وبلغت قيمة (ت) (١٩.٥٥٧) تحت درجة حرية (١٤) ومستوى معنوية (٠.٠٠٥) وقيمة احتمالية (٠.٠٠٠٠) مما يدل على أن الأنشطة التي تؤديها العلاقات العامة في الجامعة فعالة في معالجة ظاهرة العنف الطلابي.

المحور الرابع: مسببات العنف الطلابي:

جدول رقم (٤)

اختبار ت العينة الواحدة لمجتمع مسببات العنف الطلابي

النتيجة	القيمة الاحتمالية	درجة الحرية	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتوسط المحكي
هنالك العديد من مسببات العنف الطلابي بالجامعات السودانية	.٠٠٠٠	١٤	٣١.٢٢٠	٤.٣٥٣٢٣	١٩.٢٢٠٠	١٥

من الجدول (٤) يلاحظ أن الوسط الحسابي للمحور الرابع (١٩.٢٢٠٠) وهو أكبر من الوسط المحكي (١٥) وبلغت قيمة الانحراف المعياري له (٤.٣٥٣٢٣) وبلغت قيمة (ت) (٣١.٢٢٠) تحت درجة حرية (١٤) ومستوى معنوية (٠.٠٠٥) وقيمة احتمالية (٠.٠٠٠٠) مما يدل على أن هنالك العديد من مسببات العنف الطلابي بالجامعات السودانية.

المحور الخامس: معالجة ظاهرة العنف الطلابي:

جدول رقم (٥)

اختبار ت العينة الواحدة لمجتمع معالجة ظاهرة العنف الطلابي

النتيجة	القيمة الاحتمالية	درجة الحرية	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتوسط المحكي
ظاهرة العنف الطلابي بالجامعات السودانية لا تعالج بالصورة السليمة.	.٠٠٠٠	١٤	٢٥.٤٧٥	٥.٤٥٧١١	١٧.٦٦٠٠	١٨

من الجدول (٥) يلاحظ أن الوسط الحسابي للمحور الخامس (١٧.٦٦٠٠) وهو أصغر من الوسط المحكي (١٨) وبلغت قيمة الانحراف المعياري له (٥.٤٥٧١١) وبلغت قيمة (ت) (٢٥.٤٧٥) تحت درجة حرية (١٤) ومستوى معنوية (٠.٠٥) وقيمة احتمالية (٠.٠٠٠٠) مما يدل على أن ظاهرة العنف الطلابي بالجامعات السودانية لا تعالج بالصورة السليمة.

المحور السادس: تقويم فاعلية العلاقات العامة في التعامل مع ظاهرة العنف:

جدول رقم (٦)

اختبار ت العينة الواحدة لمجتمع تقويم فاعلية العلاقات العامة في التعامل مع ظاهرة العنف

النتيجة	القيمة الاحتمالية	درجة الحرية	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتوسط المحكي
العلاقات العامة بالجامعات السودانية غير فعالة في التعامل مع ظاهرة العنف الطلابي.	٠.٠٠٠	١٤	٢٩.٨٩٤	٣.٢٥٩٤٦	١١.٧٨٠٠	١٢

من الجدول (٦) يلاحظ أن الوسط الحسابي للمحور السادس (١١.٧٨٠٠) وهو أصغر من الوسط المحكي (١٢) وبلغت قيمة الانحراف المعياري له (٣.٢٥٩٤٦) وبلغت قيمة (ت) (٢٩.٨٩٤) تحت درجة حرية (١٤) ومستوى معنوية (٠.٠٥) وقيمة احتمالية (٠.٠٠٠٠) مما يدل على أن العلاقات العامة بالجامعات السودانية غير فعالة في التعامل مع ظاهرة العنف الطلابي.

أهم نتائج الورقة:

- ١- بينت الدراسة أن الأهداف التي تسعى إدارة الإدارة العلاقات العامة إلى تحقيقها أهداف ايجابية
- ٢- أثبتت الدراسة أن من أهم مسببات العنف الطلابي التنظيمات السياسية وأنشطتها.
- ٣- بينت نتائج الدراسة أن إدارة العلاقات العامة تعمل على توعية الطلاب بأهمية ممارسة الديمقراطية و أدب الحوار بينهم.

٤- أكدت الدراسة أن من أهم أسباب العنف الطلابي الطلاب أنفسهم وانخراطهم غير الواعي في العمل السياسي داخل الجامعات وفق رؤى احزابهم السياسية وساعد في ذلك صغر سن الطلاب وضعف تكوينهم الفكري.

ومن أهم توصيات الدراسة:

- ١- منع الأنشطة السياسية داخل الجامعة.
 - ٢- رفع الوعي وسط الطلاب من خلال الاتصال المباشر وغير المباشر.
 - ٣- على إدارة العلاقات العامة أن تعمل جنباً إلى جنب مع عمادة شؤون الطلاب علي غرس قيم الزمالة والأخوة والحب والتسامح والصدقة بين الطلاب، وأشعارهم بالمسئولية وتشجيعهم علي إقامة الأنشطة الاجتماعية والرياضية والمسابقات الثقافية بينهم.
 - ٤- تفعيل دور إدارة العلاقات العامة في الجامعات السودانية وإعطائها صلاحيات أكبر حتى تشارك الإدارة العليا في صنع القرارات وتساعد الإدارات الأخرى في حل المشاكل والصعوبات ولأزمات التي تواجههم.
 - ٥- لا بد أن تكون إدارة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي هي المسئول الأول عن حل ظاهرة العنف الطلابي لأنها الأجدر والأقدر من غيرها (عمادة شؤون الطلاب) على إيجاد وابتكار الحلول، والطرق السلمية الصحيحة الفعالة لتعامل مع هذه الظاهرة.
 - ٦- على إدارة العلاقات العامة أن تتصح الإدارة العليا بضرورة مراجعة بعض القوانين والبنود في أنظمة وقوانين عقاب الطلاب في الجامعة.
- المصادر والمراجع:

- ١- إبراهيم، حسنين توفيق، ١٩٩٩ م، ظاهرة العنف السياسي في النظم العربية، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت.
- ٢- أبو الفضل جمال، ابن منظور، ١٩٩٢، لسان العرب، ط٢، بيروت دار إحياء التراث الشعبي، ومؤسسة التاريخ العربي، لبنان، بيروت.
- ٣- بحري، منيونس: قطيشاب، نازك، عبدالحليم، ٢٠١٥م، العنف الأسري، ط ٢، عمان : دار صفاء للنشر والتوزيع.

- ٤- البدر، حمود بن عبدالعزيز، ١٩٩١م، أسس العلاقات العامة وتطبيقاتها، ط١ الرياض: معه الإدارة العامة.
- ٥- حسين، محمد سمير، ١٩٩٥، العلاقات العامة، ط ٢، القاهرة: عالم الكتب.
- ٦- الخادمي، حسنة، نور الدين بن مختار، عمر عبید، ١٤٣٦هـ، كتاب الأمة ظاهرة التطرف والعنف، ج ٢، قطر إدارة البحوث والدراسات الإسلامية.
- ٧- شلبي، كرم، ١٩٨٩م، معجم المصطلحات الإعلامية، ط ١، دار الشروق للنشر.
- ٨- ضيف الله، عالية أحمد صالح، ٢٠٠٩م، العنف ضد المرأة بين الفقه والمواثيق الدولية دراسة مقارنة، ط١، دار المأمون للنشر والتوزيع.
- ٩- عجوة، علي، ٢٠٠٤ مال أسس العلمية للعلاقات العامة، ط ٤، القاهرة: عالم الكتب.
- ١٠- عليوة، السيد، ٢٠٠١م، تنمية مهارات العلاقات العامة في ظروف المنافسة، ط١، القاهرة: اشترك للنشر والتوزيع.
- ١١- محمد زين، منصور عثمان، ٢٠١١م، الإعلام الأمني وجرائم ضد المرأة والطفل، مطبعة جامعة أفريقيا العالمية.
- ١٢- محمود، حجازي محمود، ٢٠٠٧م، العنف الجنسي ضد المرأة في أوقات النزاعات المسلحة، دار النهضة العربية للنشر.
- ١٣- يوسف، محمود، إدارة تخطيط العلاقات العامة، ط١، الدار العربية للنشر والتوزيع.
- ١٤- الصوفي، خالد، ٢٠٠٤، العلاقات العامة أساليب وممارسات، القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.
- ١٥- العالم، صفوت، ٢٠٠٢م، فنون العلاقات العامة، ط١، القاهرة: دار الهاني للطباعة والنشر.
- ١٦- خير الدين، حسن محمد، ٢٠٠٣، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، ط١ القاهرة: مكتبة عين شمس.
- ١٧- أبو أصبع، خليل صالح، ١٩٩٨م، العلاقات العامة للاتصال الإنساني، ط١، عمان: دار الشروق للنشر الأَطروحات الجامعية:
- ٢٥- موسي، محمد الخير موسي، ٢٠١١م دور العلاقات العامة في الحد من ظاهرة العنف الطلابي، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام.

- ٢٦- موسي، حمزة سالم، ٢٠١٥م، دور العلاقات العامة والإعلام في تحقيق أهداف مؤسسات التعليم العالي، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة أم درمان الإسلامية.
- ٢٧- صالح بابكر الحاج، دور العلاقات العامة في تطوير المصارف الإسلامية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة أم درمان الإسلامية كلية الإعلام ٢٠٠٧م)
- ٢٨- عبد الرحمن محمد ابن عوف، العلاقات العامة ودورها في تكوين الوعي المصرفي، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام ٢٠٠٧م).

فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تعزيز أداء المؤسسات المصرفية

(بالتطبيق علي بنك السودان المركزي في الفترة من يناير ٢٠٢٠ إلي يناير ٢٠٢١)

د.الرشيد داؤد ادم سليمان*

د.المعز حموده علي حموده**

المستخلص:

هدفت الدراسة إلي معرفة مدي فاعلية الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة في تعزيز أداء بنك السودان المركزي وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وتتكون عينة البحث من كل موظفي إدارة العلاقات العامة في بنك السودان المركزي وبعضاً من رؤساء الأقسام ومدراء الإدارات بالبنك، وتم اختيار عينة الدراسة باستخدام العينة الطبقية وكان عدد أفرادها خمسة وعشرون فرداً واستخدم الباحث الاستبيان كأداة رئيسية في جمع البيانات والمعلومات وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS ومن أهم النتائج:

١- أكدت نتائج الدراسة أن الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة داخل وخارج بنك السودان لها دور واضح وفعال في تعزيز أداء البنك.

٢- أثبتت نتائج الدراسة أن الانترنت هو أكثر الوسائل الاتصالية التي تحرص إدارة العلاقات العامة على استخدامها.

٣- وأوضحت نتائج الدراسة أن إدارة العلاقات العامة لا تقوم بتنظيم لقاءات دورية بين العاملين والمسؤولين في إطار تبادل المعلومات بصورة مباشرة في البنك.

ومن أهم التوصيات:

١- فصل إدارة العلاقات العامة من إدارة الخدمات وجعلها إدارة مستقلة قائمة بذاتها تتبع للإدارة العليا للبنك.

٢- إعطاء صلاحيات أكبر لإدارة العلاقات العامة حتى تساهم مع الإدارة العليا في صنع القرار وحل المشاكل والصعوبات والأزمات التي تواجه البنك.

٣- توفير سلطات وصلاحيات لموظفين العلاقات العامة للدخول للمؤسسات الدولية والمؤسسات الخاصة ولا بد أن تنظم إدارة العلاقات العامة لقاءات دورية بين العاملين والمسؤولين لتبادل الخبرات والمعلومات بصورة مباشرة بينهم.

* أستاذ مساعد - جامعة القرآن الكريم - السودان
** أستاذ مساعد جامعة بحري - السودان

ABSTRACT

The research aimed to know the effectiveness of public relations communication activities in emphasizing the performance of the banking institutions.

the researcher has used a descriptive methodology The research community consists from all public relations department workers and head of departments in the Bank The study sample was selected by used the stratified sample method and it is number was (٢٥) individuals, The researcher has used a questionnaire as a main tool to know the researchers point of view the data was analyzed through the SPSS program and the most important result are:

- ١- The Result of the study said that public relations communication activities inside and outside the bank have effective role in development the central bank of Sudan.
- ٢- The result of the study confirmed that the internet is the most communication means that public relation used.
- ٣- the study demonstrated that the administration of public relations not regulated meetings between workers and officials in the framework of exchange of information and experience directly in the bank.

The most important recommendations: -

- ١- Separate public relations department from management services and make it follow senior management of the bank.
- ٢- Give greater powers to public relations management to participate senior management in making decision and find solutions for problems, difficulties and crises facing the bank.
- ٣- administration of public relations must regulate meetings between workers and officials in the framework of exchange of information and experience directly in the bank.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة - أنشطة العلاقات العامة - نشأة وتطور المصارف في السودان -

بنك السودان المركزي

مقدمة الدراسة:

العلاقات العامة هي الذراع القوي المساعد في تنفيذ خطط وسياسات المنشأة ولذا فإن العلاقات العامة تكتسب أهمية خاصة في القطاع المصرفي الذي يعمل على تسريع عجلة التنمية الاجتماعية والاقتصادية، نظراً للدور الحيوي الذي يمكن أن تقوم به العلاقات العامة في المصرف على مستوى دعم كيانه وتعزيز فرص بقاءه واستمراره، فقد بدأت الإدارة العليا في المصارف تعي وتدرك أهمية القيام بهذا النشاط خاصة مع ما تتصف به الخدمة المصرفية من نمطية عاليه، حيث برزت نتيجة لذلك اعتبارات أخرى تحكم اختيار الفرد للمصرف الذي يتعامل معه وظهرت اعتبارات كنوعية الخدمة التي يقدمها، وطريقة التعامل مع الجمهور (عجوة، ١٩٩٩، ص ١١).

مشكلة الدراسة:

يعتبر نشاط العلاقات العامة من الأنشطة التي تواجه بعض المشكلات المرتبطة بمفهومها ووظائفها وأساليب ممارستها والنظرة القاصرة إلى فاعليتها إذن فما سبب هذه المشكلات التي تحد من نشاطها أهي عدم اهتمام الإدارة العليا بها أم إهمال جانب البحوث العلمية أم بسبب عدم توفر وسائل الاتصال الحديثة ولمعرفة كل ذلك كان لا بد من الوقوف على هذه المشكلات وغيرها وفقاً لرؤى علمية منهجية واضحة وكان هذا منطلق لدراسة مسحية وصفية تحليلية عن فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات المصرفية بالتطبيق على بنك السودان المركزي.

أهمية الدراسة:

وتكمن أهمية هذه الدراسة في التعرف على مدى فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تطوير أداء المصارف ونقاط القوة لتعزيزها ونقاط الضعف لتقليلها ورفع نتائج كل ذلك للإدارة العليا، وتأتي أيضاً أهمية هذه الدراسة من أنها جهداً متواضع من الباحث يساهم به في دعم الجهود البحثية للمزيد التوسع في مجال العلاقات العامة. وبالرغم من تشابه معظم المصارف في تقديم الخدمات المصرفية (الأسهم - القروض - دعم وتمويل - بعض المشروعات.. الخ).

إلا إن أساليب تقديم هذه الخدمات تختلف من مصرف إلى آخر وهذا يجعل دور العلاقات العامة أكثر أهمية في ملاحظة هذه التطورات والاحتفاظ بثقة العملاء والتطلع لكسب عملاء جدد.

أهداف الدراسة:

١. التعرف على فاعلية ودور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تعزيز أداء المؤسسات المصرفية.
٢. معرفة ما إذا كانت إدارة العلاقات العامة تقوم بتغطية الأنشطة الاتصالية لبنك السودان المركزي أم لا.
٣. التعرف على نوع الوسائط الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في البنك.
٤. لفت انتباه المسؤولين في القطاع المصرفي إلى أهمية الدور الذي يمكن أن تقوم به الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المساهمة في تطوير أداء البنك.
٥. معرفة ما إذا كانت إدارة العلاقات العامة تنظم لقاءات دورية بين العاملين والمسؤولين في إطار تبادل المعلومات بصورة مباشرة في البنك.

أسئلة الدراسة:

- ١/ ما أهمية دور العلاقات العامة في بنك السودان المركزي؟
- ٢/ ما الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة في البنك؟
- ٣/ ما الوسائل والأنماط الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة لتحقيق الأهداف المنشودة مع جماهيرها المتعددة؟
- ٤/ هل تنظم إدارة العلاقات العامة لقاءات دورية بين العاملين والمسؤولين في إطار تبادل المعلومات بصورة مباشرة في البنك؟

منهج الدراسة: استخدم الباحث المنهج الوصفي والأسلوب المسحي.

أدوات جمع المعلومات:

الاستبانة: ولقد تم استخدامها لجمع المعلومات من مجتمع البحث الأصلي المتمثل في العاملين في إدارة العلاقات العامة بالبنك

مصطلحات ومفاهيم الورقة: قام الباحث بتعريف بعض المصطلحات الواردة في البحث وهي:

الفاعلية: لغة هي مقدرة الشيء على التأثير.

اصطلاحاً: يقصد بها التأثير القوي على نفس المتلقي (عبد الحميد، ١٩٩٠، ص ١٠٤).

الأنشطة الاتصالية: وهي مجموعة من البرامج المختلفة والمتنوعة بأشكال عديدة تقوم بها إدارة العلاقات العامة وتقوم بتوصيلها لجمهورها (عجوة، ٢٠٠٤، ص ٢٤).

العلاقات العامة: اصطلاحاً: تطلق على جمهور المنظمة والعمليات التي تقوم بها هيئة أو مؤسسة لتنظيم العلاقات بينها وبين جمهور العاملين معها بهدف تحقيق علاقات ايجابية مع هذه الجماهير، وتقوم بهذا إدارات متخصصة تعنى عناية فائقة لاستخدام وسائل الاتصال والإعلام المتنوعة لتحقيق مهمتها. (شليبي، ١٩٨٩، ص ٢٤٠)

التعزيز

تعزيز: مصدر عزز، يعزز، تعزيزاً، نقول عزز فلانا فلان أي قواه وشده ودعمه وجعله عزيزاً، أمده، أيده المؤسسات المصرفية: مؤسسة مالية تتعاطى الإقراض والاقتراض فتستمر الودائع والأموال ويقال أيضا بنك. (www.wikipdia.com)

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

الباحث: صالح بابكر الحاج (دور العلاقات العامة في تطوير المصارف الإسلامية) رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة أم درمان الإسلامية كلية الإعلام ٢٠٠٧م.

* أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة بشكل أساسي إلى توصيل نتائج تساهم في تطوير المصارف الإسلامية من خلال تفعيل دور العلاقات العامة في المصرف ويرتبط هذا الهدف بأهداف فرعية أهمها تحسين الصورة الذهنية للمصرف عند عملائه، تطوير المصرف من خلال زيادة المكاسب المادية للمصرف وقدرته على التنافس.

المنهج المستخدم في الدراسة: استخدم الباحث منهج المسح الإجتماعي وهو طريقة الاتصال بمفردات المجتمع مباشر أو غير مباشر عن طريق صحيفة الإستبانة كما استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لوصف واقع الحال لمجتمع الدراسة.

نتائج الدراسة:

١. إن التزام موظف المصرف بالبشاشة وحسن استقبال العملاء والقيام بزيارتهم، وعدم تجاهلهم وتسهيل ومجانية عملية الاتصال بالمصرف وتقديم المكافآت والحوافز يؤدي إلى جذب العميل.
٢. أثبتت الدراسة أن إرضاء العميل واستخدام أدوات ووسائل الترويج لنشر الوعي المصرفي وابتكار مشاريع وخدمات جديدة تستقطب العملاء إلى زيادة المكاسب المادية للمصرف وسرعة وجود الخدمة المصرفية كما إن بشاشة وحسن الاستقبال وإرشاد العميل يؤدي إلى إرضائه.

الدراسة الثانية:

الباحث: عبدالرحمن محمد بن عوف (العلاقات العامة ودورها في تكوين الوعي المصرفي) رسالة

ماجستير غير منشورة جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، ٢٠٠٧م.

أهداف الدراسة:

١. الوقوف على مفهوم العلاقات العامة وأهميتها.
٢. التعرف على أهداف العلاقات العامة ووظائفها.
٣. التأكد على أهمية الممارسة العلمية الصحيحة للعلاقات العامة.
٤. تهدف الدراسة كذلك للتعرف على دور العلاقات العامة في نشر الوعي بسياسات المصرفية التي يصدها البنك المركزي وخلق وسائل العلاقات في التوعية المصرفية.

المنهج المستخدم في الدراسة: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في وصف الظواهر

وتحليل البيانات والحقائق.

نتائج الدراسة:

١. يجب ضم الإعلام والاتصال إلى قسم العلاقات العامة وترقيع القسم إلى إدارة يتولى إدارتها شخص بدرجة مدير إدارة انتداب إعلاميين مقتدرين بالاقتصاد والعمل المصرفي.
٢. مراعاة التخصص عند استيعاب العاملين بالعلاقات العامة لأنه يساعد على الفهم الصحيح لدور العلاقات العامة وإسهاماتها، مع زيادة عدد العاملين بالعلاقات العامة من تخصصات الإعلام المختلفة بوظائف العلاقات العامة (البحوث - التخطيط - الاتصال - التقييم).

علاقة الدراسات السابقة بموضوع الورقة:

تناولت الدراسة الأولى دورة العلاقات العامة في تطوير المصارف السودانية الإسلامية وعلاقتها بالدراسة الحالية أن كلا الدراستان تهدفان إلى معرفة الدور الذي تقوم به برامج وخطط العلاقات العامة في تطوير أداء المصارف وركزت الدراسة العالية في معرفة الأنشطة الاتصالية في تطوير أداء المصارف (بنك السودان المركزي) واتفقاً أيضاً في استخدامهما للمنهج الوصفي التحليلي وأضافت الدراسة الحالية الأسلوب المسحي.

أما الدراسة الثانية والحالية اهتمتا بمعرفة دور العلاقات العامة وأنشطتها في تطوير أداء المؤسسات المصرفية وأغفلت الدراسة السابقة عن التركيز على الخطط والبرامج والبحوث باعتبارها من أهم عوامل التطوير وركزت الدراسة الحالية على معرفة فاعلية الأنشطة الاتصالية في تطوير أداء المؤسسات المصرفية.

الإطار النظري:

العلاقات العامة

إذا كان اصطلاح العلاقات العامة قد أصبح معروفاً على نطاق واسع خلال العشرينيات من القرن السابق إلا أن مفهوم العلاقات العامة ظل يحيط به الغموض في الولايات المتحدة الأمريكية حتى مجيء الخمسينيات، كما انه لا يزال يعاني بعض التفسيرات الخاطئة في أجزاء أخرى من العالم حتى الآن، ورغم أن تعبير الشؤون العامة قد بدأ ينتشر الآن كجزء من وظيفة العلاقات العامة إلا أنه استعمل في بعض الأوقات كمرادف لها إلى أن جاء عام ١٩٥٢م حينما حث الرئيس الأمريكي دوايت ايزنهاود رجال العمال على المشاركة في الأنشطة السياسية، بعد أن تطورت الصناعة بشكل هائل وأصبح لها تأثير كبير على المجتمع الأمريكي وبعد ذلك بعامين أنشئ مجمع الشؤون العامة (Public Affairs Council) كمنظمة رسمية مهمتها تدريب مديري الأعمال على برامج الشؤون العامة وقد نشطت هذه الحركة وانضم إليها عدد كبير من الشركات الأمريكية ويقدر عدد الشركات التي تهتم ببرامج الشؤون العامة في الولايات المتحدة الأمريكية الآن بأكثر من خمسمائة شركة وحتى الآن لا يوجد تحديد دقيق لمفهوم الشؤون العامة ولكن كان من الواضح انه ينص على المسؤوليات الاجتماعية لأي منظمة إزاء الجمهور العام والمشكلات العامة في المجتمع وهو يدخل في إطار العلاقات العامة ويندرج تحت إشراف إدارتها وقد خصص لها في بعض الشركات قسم كامل

متخصص تحت إشراف إدارة العلاقات العامة يصل عدد العاملين فيه إلى أكثر من خمسين في الشركات الكبرى بينما لا يتجاوز العشرة في معظم الشركات الأخرى (عجوة ، ٢٠٠٤ ، ص ٢٠).

وقبل أن نعرض وجهات النظر المختلفة في تحديد مفهوم العلاقات العامة، نحاول تحليل هذا المصطلح المكون من كلمتين هما علاقات وعامة.

١. العلاقات: وتعني "حصيلة الصلات والاتصالات التي تتوفر بين المنظمة وال جماهير المتعاملة معها.
٢. عام: ونعني به عموم وكافة الجماهير المختلفة التي يتصل عملها أو ترتبط مصالحها ونشاطاتها، وبذلك فإن العلاقات العامة اصطلاحاً هي مجموعة الاتصالات التي تحدث بين المنظمة ومختلف الجماهير المتعلقة بها (عبد الحارث، ٢٠٠٠، ص ٣٠).

وفيما يلي نورد أهم التعاريف الخاصة بالعلاقات العامة عرفها المعهد البريطاني للعلاقات العامة بأنها "الجهود المقصودة والمخططة والمستمرة لإقامة واستمرار الفهم المتبادل بين أي منظمة وجماهيرها. وقد توصلت جمعية العلاقات العامة الدولية إلى التعريف التالي "العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ على التأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام باستمرار هذا التعاطف والتفاهم لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياساتها وأنشطتها وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط (إمام ، ١٩٥٨ ، ص ٦).

وعرف روبينسون العلاقات العامة:

بأنها: علم اجتماعي سلوكي وتطبيقي بعد إجراء دراسة على أكثر من ١٠٠ شركة بأنها تلك الوظيفة التي تتضمن قياس وتقويم اتجاهات الجماهير النوعية المختلفة والتي لها علاقة بالمؤسسة ومساعدة الإدارة في تحديد الأهداف الرامية إلى زيادة التفاهم والوفاق بين المؤسسة وجماهيرها وتحديد سياسات المؤسسة وقدراتها وتحقيق التوازن والتكيف بين أهداف ومصالح واحتياجات الجماهير النوعية التي لها صلة بالمؤسسة وتخطيط وتنفيذ البرامج الاتصالية والاجتماعية التي تستهدف كسب تفاهم الجماهير النوعية (العالم، ٢٠٠٢، ص ١١).

ولقد مرت العلاقات العامة الحديثة بتطورات عديدة حتى وصلت إلى ما هي عليه الآن خاصة بعد الحرب العالمية الثانية حيث أتاحت فرصة جديدة لاستعمال العلاقات العامة نتيجة ظهور مخترعات جديدة وتطور وسائل الإعلام والانفتاح الاقتصادي من أهم هذه التطورات.

١/ زيادة عدد المنشآت التي تستخدم العلاقات العامة.

٢/ زيادة عدد الكتب والمجلات التي تبحث فيها.

٣/ ظهور الهيئات المهنية لترفع من مستوى العلاقات العامة وتنظيم دراستها والأبحاث الخاصة بها.

٤/ زيادة عدد الكليات التي تقوم بتدريس العلاقات العامة والمواد المتعلقة بها.

ولقد شهدت سنة ١٩٤٨م مولد هئتين كبيرتين لتنظيم العلاقات العامة ودراستها وتسطير دستور أخلاقي يسير عليه جميع المشتغلين بهما هما: العلاقات العامة البريطاني وجمعية العلاقات العامة الأمريكية. (خير الدين، ص ٤٢)

وقد ساعدت الاختراعات الحديثة والتكنولوجيا المتطورة في وسائل الاتصال مثل الراديو والتلفزيون بل الأقمار الصناعية (والتي وصلت إلى حوالي ثلاثة آلاف قناة إرسال واستقبال تغطي العالم كله) على اتساع مجال العلاقات العامة، وتطبيقاتها في مختلف أنشطة العمل بل وسرعة انتقال الآراء والأفكار من بلد لآخر حتى أصبحت العلاقات العامة منذ الثمانينات من أكثر العلوم حركة وحيوية وأكثر إدراكاً وفهماً من قبل الجماهير عما كانت عليه في الأربعينات والخمسينات (المصري، ٢٠٠٠، ص ٥).

إن مهنة العلاقات العامة تتطور كاستجابة وتوقع للاتجاهات السائدة العالمية والقومية والمحلية مما يفرض على القادة والعاملين في العلاقات العامة - خاصة في العالم العربي والدول النامية.

مسايرة التقدم في التكنولوجيا الحديثة والتطورات التكنولوجية في مجال الاتصال وتقنية المعلومات العامة في العصر الراهن.

وإن لم يحدث ذلك كما يؤكد الخبراء فسيكون البديل أشكال مهجورة من العلاقات العامة عفى عليها الزمن في ممارسة وإساءة في خدمة المؤسسة وجماهيرها.

الاتصال في العلاقات العامة:

تتعدد وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة التي تقوم إدارة العلاقات العامة في المنظمة بالإشراف على إعدادها وتنفيذها ومن تلك الوسائل:

أولاً: النشرات الخاصة التي تصدرها المنظمة:

تعتبر هذه النشرات من وسائل الاتصال بالكلمة المقروءة وهي وسائل اتصال خاصة حيث تستهدف جماهير معينة، كما أن موضوعاتها تتطلب تغطية مكثفة فقد تصدر المنظمة صحيفة أو مجلة خاصة بها تتضمن عدداً من المواضيع والمعلومات التي تهم جمهور المنظمة بهدف خلق تأثير معين في اتجاهات ومواقف وأراء ذلك الجمهور إزاء سياسات المنظمة وإنجازاتها وخططها (صالح، ٢٠٠٤، ص ٢٢٤).

ثانياً: الاتصال الهاتفي:

وهو نوع من الاتصال الشخصي المباشر في مجال العلاقات العامة وتبرز أهميته في إن الكلمة المسموعة والمباشرة من الشخص يكون لها تأثيراً قوياً علي الشخص الآخر الذي يتم التخاطب معه، من الكلمة المكتوبة الصادرة عن نفس الشخص، كما أن تكلفة استخدام هذه الوسيلة بسيطة ويعتبر الهاتف وسيلة سريعة للاتصال بين المسؤولين بالمنظمة وجماهيرها الخاصة عاملين وعملاء وموردين ومستثمرين وغيرهم، ومن المهم الإشارة إلي ضرورة مراعاة الحديث الهاتفي التي تكلف نجاح المكالمة في التأثير في نفسية المتكلم معه (جرادات، ٢٠٠٩م ص ١٣٤).

ثالثاً: الاجتماعات الدورية:

وهي وسيلة من وسائل الاتصال الشخصي والمباشر كالاتتماعات بين رئيس الجامعة وأعضاء الهيئة التدريسية أو المدير العام مع مدير مدرء الأقسام في دائرته، لغرض يحدث موضوعات معينة أو اجتماعات بين رجال الإدارة والعاملين أو بين ممثلي المنظمة وممثلي المستهلكين أو الموردين أو المستثمرين أو غيرهم، وتتيح هذه الوسيلة للاتصال الفرصة لتعرف علي مطالب واحتياجات الجمهور الخاص وإمداده بكافة المعلومات والحقائق التي تقتصه و إتاحة الفرصة له كي يعبر عن رأيه ووجهات نظره بشأن سياسات وبرامج وإنجازات المنظمة بما يتيح الفرصة لتعديلها بما يتفق مع اتجاهات الرأي العام للجمهور وكذلك توفير مناخ للاستجابة الشخصية الفورية (الصوفي ، ص١٩).

رابعاً: الكتيبات:

يعتبر الكتيب من أكثر أساليب الاتصال الجماعي تأثيراً وهو يتضمن عادة كافة المعلومات التي يهتم عمال كل المنظمة التعرف عليها لتبديد مخاوفهم، فهو بمثابة مرجع لا غني عنه يجنب العمال الاعتماد علي معلومات أو مصادر غير موثوق بها.

ولهذا يضم غالباً الموضوعات الآتية:

- ملخص عن سياسة المنظمة.
- الاحتياطات الصحية وأساليب الأمن الصناعي.
- المساعدات والرعاية الاجتماعية التي توجهها المنظمة للعاملين.
- مستوى المكافآت ونظم الترقى (صالح، ب، ت، ص، ٢٢٤).

خامساً: الأحاديث والخطب العامة:

وهذه الوسيلة جيدة للاتصال بالرأي العام إذا بحثت خطط لها تخطيطاً سليماً و من حيث الضرورة لا يجوز عقد المؤتمر إذا لم يكن الاستغناء عنه بوسيلة أخرى ومن حيث الوقت فوقع المشكلة في المؤسسة يهتم بها الجمهور أما وقوع مشكلة عامة تستطيع المؤسسة أن تساهم في حلها، ومن حيث الشكل فالتحدث عن المشكلة في مكان وجودها أو وقوعها بالكلمة والصورة يؤثر في الرأي العام أكثر من التحدث عنها في المكاتب و من حيث طريقة تناولها فالأسلوب الحوارى الذي يعتمد علي الجمل القصيرة يجذب الإنسان أكثر من الأسلوب المتراسل غير الحوارى الذي يدفع بالقارئ إلي الملل.

سادساً: الأحاديث أو الخطب العامة:

إن الكلمة المنطوقة أو الشفوية مازالت أكثر أشكال الاتصال قوة وفعالية، لهذا فالحديث أو الخطبة العامة من الأدوات الرئيسية لممارس العلاقات العامة و الأحاديث والخطب العامة وسيلة اتصال مباشر مسموعة كأن يقوم أحد مسؤولي المنظمة بالتحدث أو الخطابة أمام العاملين في المنظمة أو مستهلكين أو المساهمين، وفي الحديث يوضح المتحدث سياسة المنظمة وأهدافها وبرامجها و انجازاتها ويحاول أن يلقي تأييداً ومؤازرة الجمهور الذي يخاطبه، وقد يكون الهدف من الحديث أو الخطبة محاولة نفي إشاعة أو إزالة فكرة سيئة عن موقف المنظمة أو انجازاتها (عبد الحارث ، ٢٠٠٠، ص ٣٠).

سابعاً: الدعوات العامة والزيارات الإعلامية:

إن الدعوة العامة أو المفتوحة يمكن أن تخدم في أغراض كثيرة باعتبارها أدوات مهمة للعلاقات العامة بالمجتمع حيث يتم من خلالها إعلام العملاء والموردين والمستهلكين ورجال الصحافة كيف تعمل المنظمة علي الطبيعة وهو أمر يكفل اندماجهم مع المنظمة ومعايشتهم لواقعها وارتباطهم بها وشعورهم بالانتماء إليها (بن عوف ٢٠٠٧م، ص ١٣).

ثالثاً: المراسلات:

وهي وسيلة تستخدم للاتصال بالعام لينو حتى المستهلكين والموزعين والوكلاء وهي رسالة يستطيع محررها التحكم في محتواها والتخطيط لذلك المحتوي دون انفعال، ولكن قد لا تتفع هذه الوسيلة إن كان المخاطب أمياً وقد لا يدرك المخاطب مفهومها، وقد يفسرها تفسيراً مغايراً لمعانيها مادام بعيداً عن مرسلها (الحاج، ٢٠٠٧م، ص ٣١).

تاسعاً: المعارض:

وتعد من القنوات الاتصال الجمعي المهمة التي تستخدم بشكل مؤثر من قبل أجهزة العلاقات العامة والمعرض طريقة أو وسيلة لعرض فكرة أو التعبير عنها ويتم ذلك بترتيب الأجسام وخاصة الحي منها ترتيباً مقصوداً علي وفق خطة موضوعه.

والمعرض يشكل صورة مجسمة عن نشاط المنظمة، بترتيب وتعليم الجمهور بدور المنظمة الاجتماعي والخدمات التي تؤديها في هذا المجال تستخدم إلي جانب المنتجات المعروضة النماذج والملصقات، والمجسمات الصغيرة الفولدرات وغيرها. (سلطان، بت، ص ١٩٩).

عاشراً: الإذاعة الداخلية والتلفازية المغلقة:

وهاتان من وسائل الاتصال الداخلي، تستخدم لأغراض عديدة منها إذاعة برامج الموظفين، حيث يتم إعلام الموظفين ببرامج جديدة للخدمات أو المميزات الإضافية التي أدخلتها المنظمة (الحاج، ٢٠٠٧م، ص ٣٤).

إحدى عشر: البريد الإلكتروني:

يعتبر البريد الإلكتروني من أهم تطورات خدمات الإنترنت إذا تمكن المستخدم من الاتصال بصورة متبادلة مع أي شخص في أي مكان مهما بعدت المسافة، حيث أصبحت المؤسسات تستخدم مواقع البريد الإلكتروني لتواصل مع عملائها لذلك لقد أصبح البريد الإلكتروني من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال.

استطلاعات الرأي بالبريد الإلكتروني:

ويعتمد عليها في جمع البيانات من الشرائح السكانية المستهدفة ويعتبر بديلاً للاستطلاعات الورقية.

نشأة وتطور المصارف في السودان

بدأ النظام المصرفي في السودان البداية الطبيعية التي سلكتها معظم الدول النامية التي حصلت على استقلالها من الدول المستعمرة فكانت بداية نشأتها بفتح أول مصرف في السودان عام ١٩٠٣م بافتتاح فرع للبنك العثماني عام ١٩٤٩م وبنك مصر عام ١٩٥٣م.

ولقد تميزت هذه الفترة أيضاً بظهور بنك الكريدي ليونيه عام ١٩٥٩م وأيضاً تميزت هذه الفترة بسيطرة فروع البنك الأجنبية على العمل المصرفي في السودان ولم يكن لها إسهام واضح في عمليات التنمية الاقتصادية التي انتظمت البلاد بعد الاستقلال، ولقد ظل دور البنوك التجارية قبل إنشاء بنك السودان عام ١٩٦٠م مقصوراً على توفير الخدمات والتمويل المصرفي للشركات الأجنبية التي كانت تسيطر على النشاط الاقتصادي في البلاد وقد أدى ذلك إلى سيطرة البنوك التجارية على الأرصة الأجنبية والتركيز في عملها على القروض قصيرة الأجل ذات العائد السريع والمجزي إذ كانت تلك القروض التي تمثل نسب عالية من عملها المصرفي.

كما أن معظم القروض التي استغلت لتمويل التجارة الخارجية يتم توفيرها للشركات الأجنبية والتي كانت رئاستها بالخارج (عباس، ٢٠٠٣، ص ١٠١)

إن هيكل الجهاز المصرفي في السودان شأن الأجهزة المصرفية في الدول النامية، هو هيكل بسيط يتكون من ثلاثة أنواع أساسية بالإضافة إلى الودائع بمكاتب البريد وغيرها، والتي تعتبر بنوكاً بالمعنى المفهوم وهي على النحو التالي:

١/ البنك المركزي، والذي يقع على قمة الجهاز المصرفي ويسيطر عليه.

٢/ شبكة البنوك التجارية.

٣/ والنوعان الأولان معاً بالإضافة إلى الوظائف الأخرى مسؤولة عن خلفة وتصنيع إجمالي الإمداد بالنفود والقوة الشرائية.

أما المجموعة الثالثة من البنوك في مخصصة للقيام بدور التنمية والتطوير في المناطق والقطاعات المخصصة (السيد، ٢٠٠٥، ص ٣١٣).

تم إنشاء البنوك المتخصصة في أواخر الخمسينات وأوائل فترة التسعينات حيث تم إنشاء البنك الزراعي السوداني عام ١٩٥٩م وتلاه البنك الصناعي والبنك العقاري في مطلع الستينات، ولقد كان القرض الأساسي

من تأسيس هذه المصارف إعطاء عناية أكبر وتوفير التمويل اللازم للقطاعات التي أهملتها البنوك التجارية الأجنبية وعلى رأسها القطاع الزراعي الذي يمثل رأس رمح الاقتصاد السوداني، كما تم في مطلع الستينات إنشاء أول بنك سوداني بمساهمة من القطاع الخاص السوداني كتجربة رائدة في ولوج العمل المصرف من قبل الرأسمالية الوطنية ولقد أسهم البنك بدوره الفعال خلال عقد الستينات في دفع تطور العمل التجاري الوطني وفتح آفاق جديدة أمام رجال الأعمال الوطنيين من المصدرين والمستوردين الذين كانوا يعانون من التنافس الحاد من قبل الشركات الأجنبية العاملة في القطاع التجاري عام ١٩٧٠م الذي انتهج نهجاً اشتراكياً تم بمقتضاه تأمين ودمج بعض فر وع البنوك الأجنبية ١٩٧٠م مما أدى إلى ابتعاد عدد كبير من المتعاملين مع البنوك وعلى الأخص الشركات الأجنبية التي كانت عاملة آنذاك وتوقفت أعمالها بالسودان لم تدم طويلاً إلا أنها تركت آثار سلبية على مجمل مسار الاقتصاد السوداني وأثارت الخوف والتردد في التعامل مع المصارف الأمر الذي أدى إلى سلبية وعدم فعالية الجهاز المصرفي في ذلك الوقت، ثم صدر قانون تنظيم البنوك والادخار عام ١٩٧٣م وشهد منتصف السبعينات الانفتاح الاقتصادي كرد فعل إيجابي لسياسة تأمين البنوك التي أضرت بموقف الاقتصاد السوداني. (الخصري، ١٤١٠، ص ٧)

نشأة وتطور بنك السودان:

ترجع نشأة البنوك في السودان إلى بداية الحكم الثنائي وذلك بعد توقيع الاتفاقية بين بريطانيا ومصر والتي تلتها بعض النظم الحديثة في السودان في المجالات المختلفة كبرامج التعليم والصحة والتجارة والزراعة والتي ساعدت في خلق بيئة تلاءم التطور الاقتصادي والاجتماعي حيث ظهرت مدن جديدة وبدأت زراعة محاصيل نقدية وتجارة في نطاق ضيق.

وشعر الحكام آنذاك بالحاجة لوجود مصارف لمقابلة هذا التطور وذلك لخدمة مصالحهم ولحفظ ودائع الإداريين والفنيين من البريطانيين والمصريين وغيرهم من الأجانب حيث افتتح فرع البنك الأهلي المركزي مثل حفظه لودائع الحكومة (بنك الحكومة) حيث ازدهرت التجارة بالبلاد أكثر وتبع ذلك عدة فروع لبنوك أجنبية (موسي، ١٩٩٤، ص ٥٠).

وعندما نال السودان استقلاله برزت الحاجة لوجوده ولتحقيق ذلك، في أواخر ديسمبر ١٩٥٦م تم تشكيل لجنة من ثلاثة خبراء من بنك الاحتياطي الفيدرالي الأمريكي لعمل دراسة مستفيضة في هذا الشأن والنظر في إمكانية إنشاء بنك مركزي بالسودان.

بعد أن فرغت اللجنة من الدراسة ورفعت توصياتها تبع ذلك إصدار قانون بنك السودان لسنة ١٩٥٩م وفتح أبوابه للعمل في فبراير ١٩٦٠م كهيئة قائمة بذاتها لها شخصيتها الاعتبارية وصفة تعاقدية وخاتم عام يجوز لها التقاضي باسمها بصفتها مدعية أو مدعى عليها حيث حددت المادة (٥) أغراض البنك في الآتي:

تكون الأغراض الرئيسية للبنك تنظيم إصدار أوراق النقد والنقود المعدنية والمساعدة في تنمية نظام مصرفي ونظام للنقد والائتمان في السودان والعمل على استقرار بغرض تحقيق التنمية الإقتصادية في البلاد على نحو منظم ومتوازن وتدعيم الاستقرار الخارجي للعملة وأن يكون مصرفاً للحكومة ومستشاراً لها في الشؤون المالية.

ولذلك يكون هذا القانون قد مكن البنك من القيام بدوره المنوط به حسب الوظائف الآتية:

إصدار العملة والورقية والمعدنية وحفظ إحصائيات الأجهزة الحكومية ووحدتها في إدارة الدين الخارجي والداخلي وإدارة السياسات النقدية والبحوث والتخطيط الخاص بالجهاز المصرفي وتنميته وتطويره وأن يكون بنك البنوك وذلك بالقيام بحفظ احتياطات البنوك وهو بمثابة المقرض الأخير لها كما يقوم بإدارة عمليات المقايضة مع البنوك وإدارة الائتمان حيث يحدد البنك المركزي السقف التمويلية الكلية والغطائية. (موسي، ١٩٩٤، ص ٥٠)

الإجراءات المنهجية:

أولاً: منهج الدراسة: استخدم الباحث المنهج الوصفي باستخدام الأسلوب المسحي.

مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من جميع الموظفين والعاملين في بنك السودان المركزي.

عينة الدراسة:

وقد استخدم الباحث العينة الطبقية حيث قسم فيها المجتمع إلى طبقات وذلك بعد الدراسة الواعية للمجتمع وتعتبر هذه العينة أكثر دقة من العشوائية إن عينة هذه الدراسة تضم جميع العاملين بالعلاقات العامة وبعض مدراء ورؤساء الأقسام الإدارات الأخرى داخل البنك، وذلك لتعرف على مدى فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة والى أي مدى ساهمت هذه الأنشطة في تعزيز وتطوير هذه المؤسسة.

أدوات جمع البيانات:

الأدوات الثانوية: اعتمدت هذه الدراسة على بعض الأدوات البحثية المتمثلة في جمع المعلومات والبيانات وهي المراجع العلمية، والدراسات المختصة، من كتب ومراجع ومعاجم ودوريات ومجلات ورسائل علمية ومقابلات.

الأدوات الأولية: اعتمد الباحث على:

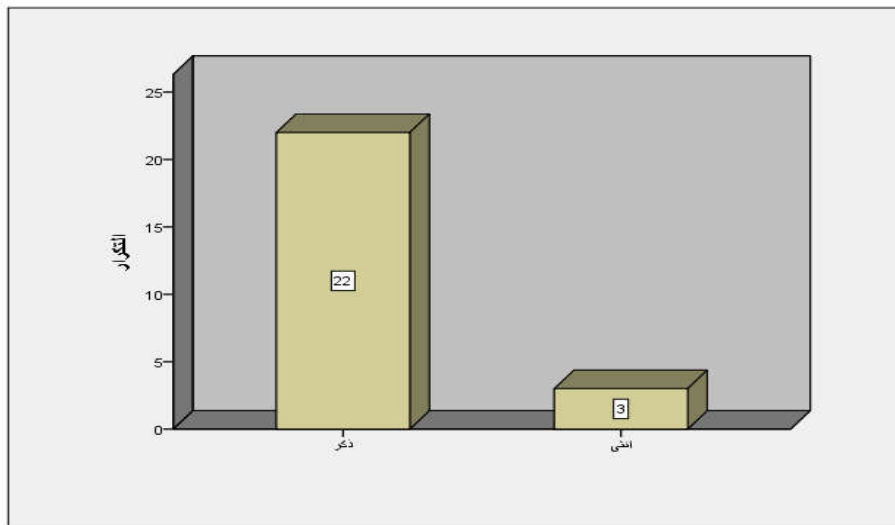
أ/ الاستبانة: وهي استخدمت كأداة رئيسة لجمع المعلومات والبيانات عن عينة البحث، تم تصميم استمارة الاستبيان وفقا لأهداف وتساؤلات الدراسة، وبعد تحكيمها تم توزيع عدد ٢٨ صحيفة على العينة المبحوثة تم جمعها واستبعد الباحث عدد ٣ صحيفة تالفة ليصبح العدد الكلي (٢٥) صحيفة تم رصدها وتحليلها عبر برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

أولاً: البيانات الأساسية

عرض وتحليل البيانات ومناقشتها

جدول رقم (١) يوضح نوع المبحوثين

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	٢٢	%٨٨.٠
أنثى	٣	%١٢.٠
المجموع	٢٥	%١٠٠.٠

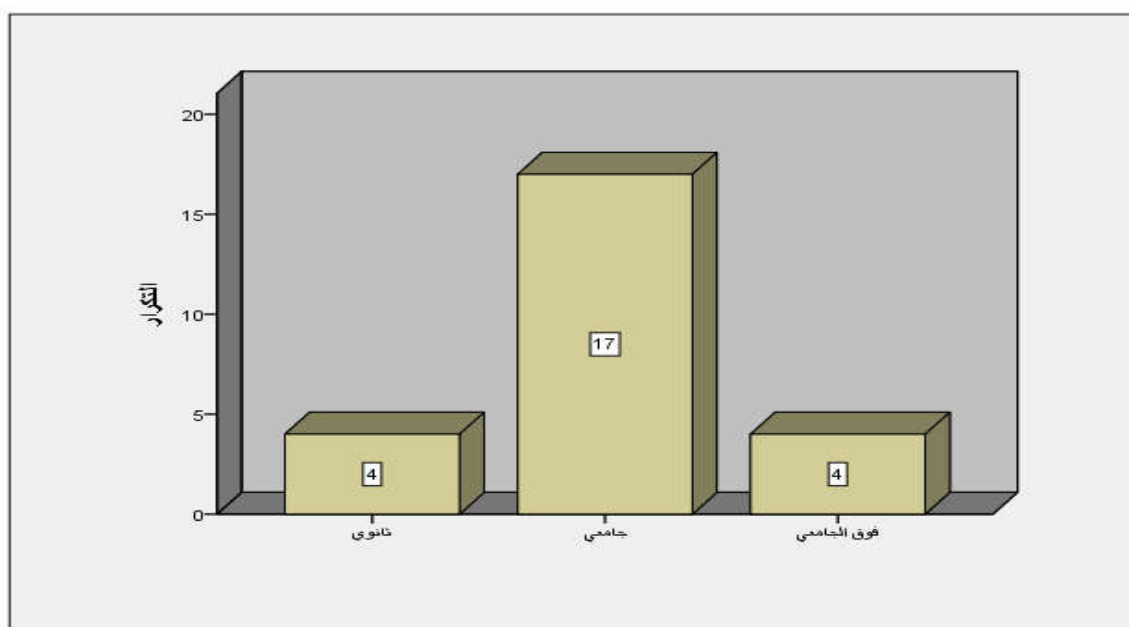


يتضح من الجدول رقم (١) والرسم البياني أعلاه أن معظم أفراد العينة المبحوثة الذين يمارسون العمل في إدارة العلاقات العامة ببنك السودان ذكور حيث بلغت نسبتهم (٨٨%) من أفراد العينة وان ١٢% منهم إناث وهذا دليل واضح على تفوق الذكور بالاهتمام بالعلاقات العامة وقد ساهم هذا على تطور أداء إدارة العلاقات العامة.

جدول رقم (٢)

يوضح المؤهل العلمي

النسبة المئوية %	التكرار	المؤهل العلمي
١٦.٠%	٤	ثانوي
٦٨.٠%	١٧	جامعي
١٦.٠%	٤	فوق الجامعي
١٠٠.٠%	٢٥	المجموع



يتضح من الجدول رقم (٢) والرسم البياني أعلاه أن أغلب أفراد العينة المبحوثة مستواهم التعليمي جامعي حيث بلغت نسبتهم (٦٨%) وهذا يدل على أن التعليم العالي في السودان شهد توسعاً ملحوظاً وانتشرت الجامعات في كل ولايات السودان مما انعكس بدوره على زيادة عدد الجامعيين بالمؤسسات و (١٦%) من

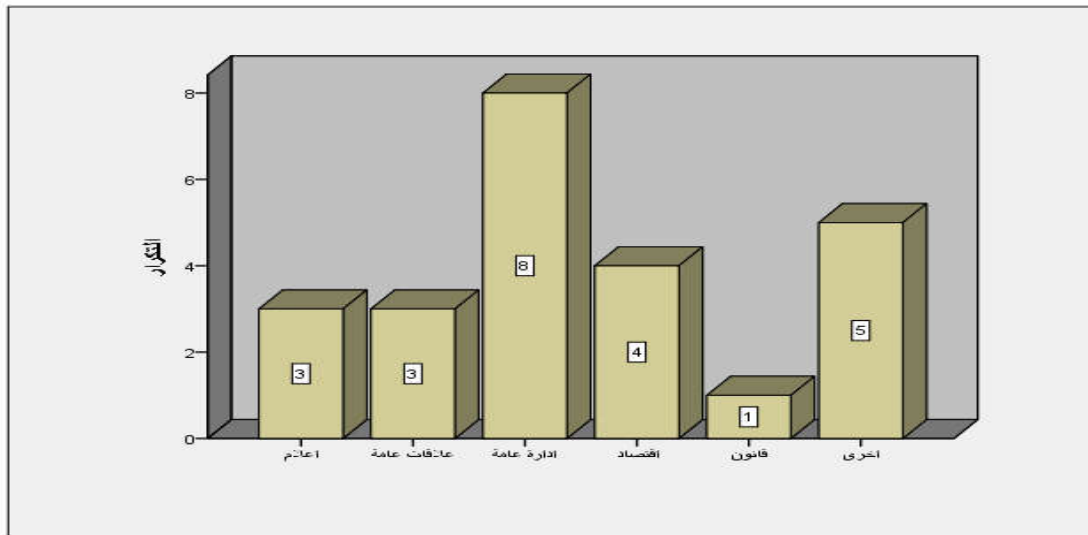
أفراد العينة المبحوثة مستواهم التعليم فوق الجامعي وهي نسبة ضعيفة ومع ذلك لا تتناسب مع مكانة بنك السودان فهو يحتل مكانة مرموقة بين البنوك والمؤسسات المصرفية في السودان بينما بلغت نسبة حملة شهادة السودانية (١٦%) وهي نسبة تدل على أن حملة الشهادة السودانية ما زالوا يمثلون وجوداً معتبراً في المؤسسات المصرفية وهذا يؤثر بصورة غير مباشرة على سير العمل من حيث التأهيل العلمي والكفاءة والمقدرة وقلة الخبرة العلمية.

ثانياً: البيانات الموضوعية

جدول رقم (٣)

يوضح التخصص العلمي

النسبة المئوية%	التكرار	التخصص العلمي الدقيق
١٢.٠%	٣	إعلام
١٦.٠%	٤	علاقات عامة
٣٢.٠%	٨	إدارة عامة
١٦.٠%	٤	اقتصاد
٤.٠%	١	قانون
٢٠.٠%	٥	أخرى
١٠٠.٠%	٢٥	المجموع

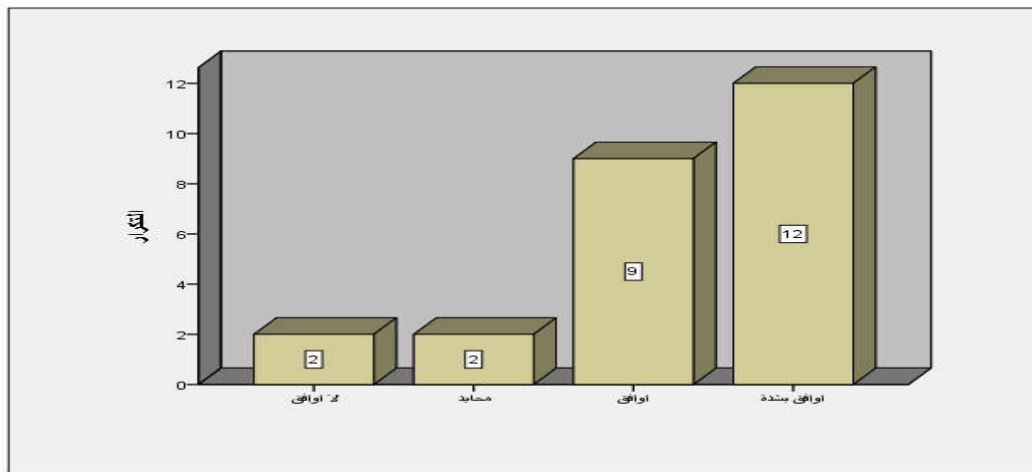


يتضح من الجدول رقم (٣) والرسم البياني أعلاه أن (٣٢%) من أفراد العينة المبحوثة من حملة شهادات في تخصص إدارة عامة و(٢٠%) من حملة شهادات في تخصصات أخرى مثل بنوك ومصارف وترجمة عامة ومهندس وهندسة الكترونية أما العلاقات العامة بلغت نسبتها (١٦%) فقط والإعلام (١٢%) وهذا مؤشر سلبي يدعو إلى ضرورة الالتفات إلى تعيين القائمين بالإعلام والعلاقات العامة من حملة الشهادات المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام وبلغت نسبة حملة شهادات الاقتصاد (١٦%) بينما نسبة حملة شهادات القانون (٤%) من أفراد العينة المبحوثة.

جدول رقم (٤)

يوضح دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تطوير أداء بنك السودان المركزي

النسبة المئوية %	التكرار	يوجد دور للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تطوير أداء بنك السودان المركزي
٨.٠%	٢	لا أوافق
٨.٠%	٢	محايد
٣٦.٠%	٩	أوافق
٤٨.٠%	١٢	أوافق بشدة
١٠٠.٠%	٢٥	المجموع

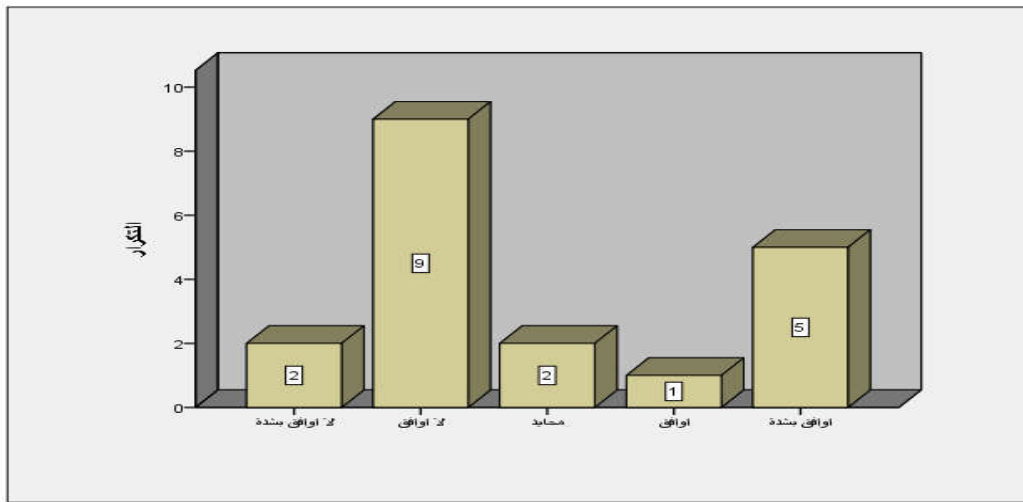


شكل رقم (٤)

يتضح من الجدول رقم (٤) والرسم البياني أعلاه أنه يحتوي على آراء أفراد العينة حول العبارة يوجد دور للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تطوير أداء بنك السودان حيث معظم أفراد العينة المبحوثة بنسبة (٤٨%) يوافقون بشدة بأن هنالك دور للأنشطة الاتصالية في تطوير أداء بنك السودان و(٣٦%) يوافقون أيضاً على ذلك وهذا يعني أن البرامج والأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة داخل وخارج البنك لها دور واضح فعال في ترقية وتطوير أداء بنك السودان بينما بعضاً من أفراد العينة وبنسبة مئوية (٨%) لا يوافقون.

جدول رقم (٥) يوضح التغطيات الإعلامية لأنشطة البنك

النسبة المئوية %	التكرار	التغطيات الإعلامية
٣٢.٠%	٨	أوافق بشدة
٣٦.٠%	٩	أوافق
٨.٠%	٢	محايد
٤.٠%	١	لا أوافق
٢٠.٠%	٥	لا أوافق بشدة
١٠٠.٠%	٢٥	المجموع



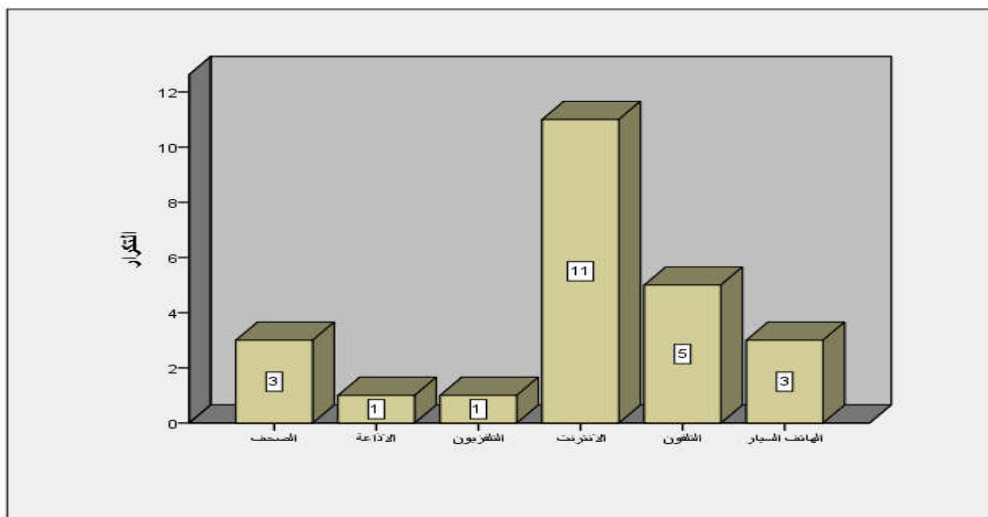
شكل رقم (٥)

يتضح من الجدول رقم (٥) والرسم البياني أعلاه أن بعض أفراد العينة المبحوثة وبنسبة مئوية بلغت (٣٦%) يوافقون على أن إدارة العلاقات العامة ببنك السودان تقوم بالتغطية الإعلامية لأنشطة البنك و(٣٢%) أيضاً يوافقون على ذلك وبشدة بينما بعض أفراد العينة المبحوثة بنسبة بلغت (٢٠%) لا يوافقون على أن إدارة العلاقات العامة تقوم بالتغطية الإعلامية لأنشطة البنك ونسبة (٨%) محايدون وهذا يوضح أن إدارة العلاقات العامة في بنك السودان تقوم بتغطية إعلامية لأنشطة البنك.

جدول رقم (٦)

يوضح نوعية الوسائط الاتصالية التي تحرص العلاقات العامة على استخدامها في نشاطها بالبنك

النسبة المئوية %	التكرار	ما نوعية الوسائط الاتصالية التي تحرص العلاقات العامة على استخدامها في نشاطها بالبنك
١٢.٠%	٣	الصحف
٤.٠%	١	الإذاعة
٤.٠%	١	التلفزيون
٤٤.٠%	١١	الانترنت
٢٠.٠%	٥	التلفون
١٢.٠%	٣	الهاتف السيار
٤.٠%	١	قيم مفقودة
١٠٠.٠%	٢٥	المجموع



يتضح من الجدول رقم (٣) والرسم البياني أعلاه والذي يحتوي على آراء أفراد العينة حول العبارة أعلاه (٤٤%) من المبحوثين يقولون أن الإنترنت هو أكثر الوسائل الاتصالية التي تحرص العلاقات العامة على استخدامها في نشاطها وبعده التلفون بنسبة بلغت (٢٠%) بينما تساوت الصحف والهاتف السيار بنسبة (١٢%) لكل وسيلة وأيضاً تساوت نسبة الإذاعة والتلفزيون بنسبة (٤%) كل ذلك يشير إلى الأهمية النسبية لوسائل الاتصال الجماهيرية التي تحرص إدارة العلاقات العامة على استخدامها في نشاطها بالبنك حيث أنها تركز على استخدام الانترنت أكثر ثم الهاتف السيار ثم الصحف ثم الإذاعة والتلفزيون وهذا يوضح أن البنك يواكب التطور التكنولوجي في مجال وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة.

جدول رقم (٧)

يوضح تنظيم إدارة العلاقات العامة لقاءات دورية بين العاملين والمسؤولين في إطار تبادل

المعلومات بصورة مباشرة في البنك

النسبة المئوية %	التكرار	هل تنظم إدارة العلاقات العامة لقاءات دورية بين العاملين والمسؤولين في إطار تبادل المعلومات بصورة مباشرة في البنك
٣٦.٠%	٩	نعم
١٦.٠%	٤	أحياناً
٤٨.٠%	١٢	لا
١٠٠.٠%	٢٥	المجموع

شكل رقم (٧)

يتضح من الجدول رقم (٧) والرسم البياني أعلاه والذي يوضح آراء أفراد العينة حول العبارات أعلاه أن معظم أفراد العينة المبحوثة وبنسبة مئوية بلغت (٤٨%) كانت إجاباتهم لا بينما بعضهم يقولون نعم بنسبة بلغت (٣٦%) من أفراد العينة وآخرون يشيرون إلى أحياناً بنسبة مئوية (١٦%) وهذا يدل على أن علاقات العامة لا تنظم لقاءات دورية بين العاملين والمسؤولين في إطار تبادل المعلومات بصورة مباشرة في البنك.

النتائج الدراسة:

١- أثبتت نتائج الدراسة أن الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة داخل وخارج بنك السودان لها دور واضح وفعال في تطوير أداء البنك.

- ٢- أكدت الدراسة أن إدارة العلاقات العامة في بنك السودان تقوم بالتغطية إعلامية لأنشطة البنك.
- ٣- أثبتت نتائج الدراسة أن علاقات العامة لا تنظم لقاءات دورية بين العاملين والمسؤولين في إطار تبادل المعلومات بصورة مباشرة في البنك.
- ٤- أكدت الدراسة أن الإنترنت هو أكثر الوسائل الاتصالية التي تحرص إدارة العلاقات العامة على استخدامها في نشاطها وبعده الهاتف السيار ثم الصحف ثم الإذاعة والتلفزيون.

أهم التوصيات:

- (١) فصل إدارة العلاقات العامة من إدارة الخدمات وجعلها إدارة مستقلة قائمة بذاتها تتبع للإدارة العليا للبنك.
- (٢) إعطاء صلاحيات أكبر لإدارة العلاقات العامة حتى تشارك الإدارة العليا في صنع القرار وحل المشاكل والصعوبات والأزمات التي تواجه البنك.
- (٣) يجب على إدارة العلاقات العامة أن تنظم لقاءات دورية بين العاملين والمسؤولين في إطار تبادل المعلومات بصورة مباشر بينهم.

المصادر والمراجع

- ١- علي عجوه، العلاقات العامة في المنشآت المالية، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٩م) ص ١١.
 - ٢- عجوة، علي، ٢٠٠١م العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق القاهرة: عالم الكتب.
 - ٣- شلبي، كرم، ١٩٨٩م، معجم المصطلحات الإعلامية، ط١، دار الشروق للنشر.
 - ٤- البخشوني، أحمد عبدالحارث، ٢٠٠١م، العلاقات العامة منظور الخدمة الاجتماعية، بطل إسكندرية.
 - ٥- عجوة، علي، ٢٠٠٤م الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط٤، القاهرة: عالم الكتب.
 - ٦- جمال، راسم عبدالحميد، محمد: محمد السيد، سعيد، ١٩٩٠م إنتاج المواد الإعلامية في العلاقات العامة، ط١، جدة مكتبة مصباح.
 - ٧- إمام، إبراهيم، ١٩٥٨، فن العلاقات العامة، ط١، القاهرة مكتبة الانجلوا.
 - ٨- العالم، صفوت، ٢٠٠٢م، فنون العلاقات العامة، ط١، القاهرة: دار الهاني للطباعة والنشر.
 - ٩- خير الدين، حسن محمد، ٢٠٠٣م، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، ط١ القاهرة: مكتبة عين شمس.
 - ٩ - المصري، حمد محمد، ٢٠٠٢م، العلاقات العامة الإسكندرية: مؤسسة شباب الجماعة.
 - ١٠- الصوفي، خالد، ٢٠٠٤م، العلاقات العامة أساليب وممارسات، القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.
 - ١١- عباس، نوال حسين، ٢٠٠٣م، المؤسسات المالية ط١، الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة.
 - ١٢- عثمان إبراهيم، ٢٠٠٥م، الاقتصاد السوداني، ط١، أم درمان، دار القرآن الكريم للطباعة.
 - ١٣- حسن أحمد الخضري، ١٤١٠هـ، البنوك الإسلامية ط١، القاهرة: دار الحرية للطباعة.
 - ١٤- موسى، ماجدة عبد الوهاب، ١٩٩٤م، تاريخ العمل المصرفي في السودان، ورقة داخلية غير منشورة الإدارة العامة للسياسات والبحوث والإحصاء، بنك السودان فبراير.
- الرسائل العلمية الجامعية:
- ١٥ - صالح بابكر الحاج، دور العلاقات العامة في تطوير المصارف الإسلامية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة أم درمان الإسلامية كلية الإعلام ٢٠٠٧م).
 - ١٦- ابن عوف، عبد الرحمن محمد، العلاقات العامة وردودها في تكوين الوعي المصرفي، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام ٢٠٠٧م).

دور نظام الرقابة الداخلية في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية

"دراسة ميدانية على عينة من المصارف السودانية"

The Role of the Internal Control System in Securing E-Commerce Operations A field Study on A Sample of Sudanese Banks

د.ياسر تاج السر محمد سند*

د.حنان حسين عيسى كرم**

المستخلص

تناولت الدراسة بيان دور نظام الرقابة الداخلية في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية، حيث تمثلت مشكلة الدراسة في كيفية تأمين مخاطر عمليات التجارة الإلكترونية التي تتم في المصارف السودانية من خلال الرقابة الداخلية على مدخلات البيانات وعلى عمليات تشغيلها ومخرجاتها، لتحقيق أهداف الدراسة تم اختبار الفرضيات التالية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على المدخلات وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية، توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على التشغيل وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية، توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على المخرجات وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية، توصلت الدراسة إلى نتائج أثبتت صحة الفرضيات؛ حيث ساعدت الرقابة الداخلية على مدخلات وعمليات تشغيل ومخرجات بيانات التجارة الإلكترونية في تأمين عملياتها في المصارف السودانية.

الكلمات المفتاحية: نظام الرقابة الداخلية، التجارة الإلكترونية

Abstract:

The study addressed the clarifying of the role of the internal control system in securing electronic commerce operations in Sudanese banks, where the problem of the study was how to secure the risks of e-commerce operations that take place in Sudanese banks through internal control over data inputs, operations and outputs, to achieve the study objectives the following hypotheses were tested; There is a statistically significant relationship between internal control of inputs and securing e-commerce operations, there is a statistically significant relationship between internal control over operating and securing e-commerce operations, there is a statistically significant relationship between internal control of outputs and securing e-commerce operations, the study concluded Validated results of the hypotheses; As the internal control over the inputs, operations and outputs of e-commerce data helped secure its operations in Sudanese banks.

Key words: Internal Control System, E-Commerce.

* أستاذ المحاسبة المشارك- جامعة النيلين- السودان.

** أستاذ المحاسبة المساعد- كلية دلتا العلوم والتكنولوجيا- السودان.

أولاً: الإطار المنهجي:

مقدمة:

إن ظهور شبكة الإنترنت أدى إلى التحول من الأساليب التقليدية في عقد الصفقات وإنجاز الأعمال والاتصال إلى استعمال الأسلوب الرقمي الذي يعتمد على استخدام الأجهزة الإلكترونية ومن ثم تحولت عمليات التجارة التقليدية إلى عمليات تبادل ومتاجرة إلكترونية اتصفت بالسرعة والاقتصاد في النفقات والتكاليف إلا أن هذه العمليات أصبحت محاطة بالعديد من المخاطر والكثير من القيود مما استدعى وجود دور لأنظمة الرقابة الداخلية في المنشآت التي تمارس هذا النوع من التجارة، ولهذا جاءت هذه الدراسة لبيان دور نظام الرقابة الداخلية في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية باعتبارها الجهة المعنية بالتحويلات المالية المترتبة على تلك العمليات.

١/ **مشكلة الدراسة:** أصبحت التجارة الإلكترونية ضرورة تليها التطورات الاقتصادية المحلية والعالمية كما أنها سهلت عمليات التبادل التجاري في الأسواق المختلفة؛ إلا أنها تكتنفها الكثير من المخاطر في عملياتها وخاصة في إطار وسائط دفع الأموال والمتمثلة في المصارف بأنواعها المختلفة، ومن ثم تكمن مشكلة الدراسة في معرفة دور نظام الرقابة الداخلية في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية، وقد تمت صياغتها في التساؤلات التالية:

أ / ماهو دور الرقابة الداخلية على المدخلات في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

ب/ ماهو دور الرقابة الداخلية على التشغيل في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

ج/ ماهو دور الرقابة الداخلية على المخرجات في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

٢/ **أهمية الدراسة:** تكمن الأهمية العلمية للدراسة في أنها تبين دور نظام الرقابة الداخلية وتأثيره على تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية في ظل ندرة الدراسات العلمية التي تربط بين هذين المتغيرين؛ كما تكمن الأهمية العملية للدراسة في أنها تضع أمام المتعاملين في التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية من خلال نظمهم المحاسبية الأسس والإجراءات الرقابية التي تعمل على تأمين معاملاتهم وتبادلاتهم الإلكترونية سواء كانوا بائعين أو مشتريين أو غيرهم.

٣/ **أهداف الدراسة:** هدفت الدراسة إلى معرفة ودراسة نظام الرقابة الداخلية وعمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية ومن ثم التعرف على الدور الذي يقوم به نظام الرقابة الداخلية في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية من خلال بيان مدى تأثير إجراءات وأساليب نظام الرقابة الداخلية في تأمين المدخلات والتشغيل والمخرجات المرتبطة بعمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

٤/ **فرضيات الدراسة:** لتحقيق أهداف الدراسة تم صياغة واختبار الفرضيات التالية:
أ/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على المدخلات وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

ب/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على التشغيل وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

ج/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على المخرجات وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

٥/ **حدود الدراسة:** تمثلت الحدود المكانية في عينة من المصارف السودانية بولاية الخرطوم، أما الحدود الزمانية فهي في العام ٢٠٢٠م، كما تمثلت الحدود الموضوعية في نظام الرقابة الداخلية ممثلاً في (إجراءات الرقابة على مدخلات البيانات، إجراءات الرقابة على تشغيل البيانات، إجراءات الرقابة على مخرجات البيانات)، عمليات التجارة الإلكترونية.

٦/ **مصادر البيانات:** استندت الدراسة في جمع البيانات على الاستبانة كمصدر أولي، وعلى الكتب العلمية والدوريات والمجلات المحكمة والرسائل الجامعية والإنترنت كمصادر ثانوية.

٧/ **منهجية الدراسة:** اعتمدت الدراسة على المناهج التالية: المنهج التاريخي، المنهج الاستنباطي، المنهج الاستقرائي، والمنهج الوصفي التحليلي.

ثانياً: الدراسات السابقة:

دراسة : أحمد، ٢٠١١ م: تمثلت مشكلة الدراسة في معرفة دور نظم المعلومات المحاسبية في الحد من مخاطر التجارة الإلكترونية؛ هدفت الدراسة إلى التعرف على المشاكل التي تواجه أنظمة المعلومات المحاسبية في ظل استخدام التجارة الإلكترونية، كما اختبرت الدراسة الفرضيات الآتية: استخدام نظم المعلومات يحد من المخاطر التوكيدية ويحد من مخاطر الموثوقة في معاملات التجارة الإلكترونية، استخدام نظم المعلومات يحد من مخاطر الإمكان في معاملات التجارة الإلكترونية، من أبرز نتائج الدراسة إن التجارة الإلكترونية كتقنية متطورة جدا أثرت علي جميع المجالات المعنية بشكل عام، التجارة

الإلكترونية تعمل في بيئة فريدة من نوعها بحيث أن جميع عملياتها تفتقر لآلية التوثيق في أغلب مراحلها.

دراسة : أحمد ٢٠١١م: تمثلت مشكلة الدراسة في عدم وجود برامج ومؤشرات تقويم أداء متخصصة تمكن من إعداد تقارير تعكس واقع الأداء في قطاع البلديات من حيث الكفاءة والفاعلية والاقتصادية، هدفت الدراسة إلى التعرف على نظام الرقابة الداخلية المتبع في قطاع البلديات (القطاع العام)، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: ضعف دور قسم الرقابة الداخلية في مجال إعداد التقارير، أوصت الدراسة بضرورة قيام قسم الرقابة الداخلية بإعداد تقارير عن الأداء المديرية عن الفترات الماضية ورفعها إلى الإدارة العليا.

دراسة : ٢٠١٢ Adel: تمثلت مشكلة الدراسة في معرفة تأثير التجارة الإلكترونية على تحسين نظام المعلومات المحاسبي المتكامل للبنوك خاصة في الأردن، وتم صياغة المشكلة في الأسئلة التالية: ما هو تأثير التجارة الإلكترونية على نظام AIS؟، ما هو تأثير التجارة الإلكترونية على موثوقية نظام AIS؟، ما هو تأثير التجارة الإلكترونية على نظام AIS من منظور تخفيض التكلفة؟، أبرز نتائج الدراسة: وجود أهمية وعلاقة ذات دلالة إحصائية بين التجارة الإلكترونية وموثوقية نظم المعلومات المحاسبية في البنوك الأردنية، للتجارة الإلكترونية تأثيراً مهماً من الناحية الإحصائية على القدرة على تخفيض التكلفة وتحسين الأداء التشغيلي للمصارف الأردنية من خلال نظم المعلومات المحاسبية .

دراسة : Gholam, other ٢٠١٤م: تمثلت مشكلة الدراسة في أن التجارة الإلكترونية أصبحت أولوية قصوى للمنظمات حيث يمكنها أن تؤثر بشكل كبير على موقف عملائها وحثهم على الاستفادة من الخدمات المقدمة، وتتبع أهمية الدراسة من أنه بالرغم من وجود العديد من الدراسات السابقة حول هذا العنوان إلا أنه لا يوجد حتى الآن ملخص عام عن العوائق التي تعيق دخول التجارة الإلكترونية في الشركات المنتجة للمعدات والسلع الرياضية، وقد أوصت الدراسة بضرورة عقد ندوات وورش عمل حول المهارة اللازمة للعمل بالتجارة الإلكترونية، التحقق من الشروط اللازمة لنجاح تنفيذ التجارة الإلكترونية، سن قوانين ثابتة وتطبيقها بالكامل للحد من المخاطر والعوائق التي تحول دون نمو التجارة الإلكترونية.

دراسة: عبد الوهاب ٢٠١٤م: تناولت الدراسة دور الرقابة الداخلية في رفع كفاءة الأداء المالي، تكمن أهمية الدراسة في ندرة الدراسات التي تناولت مفهوم الرقابة الداخلية في شركات الاتصالات نظراً لحدثة هذا القطاع نسبياً في اليمن، هدفت الدراسة إلى التعرف على عناصر هيكل الرقابة الداخلية، وتقويم نظم

الرقابة الداخلية في شركات الاتصالات اليمنية، توصلت الدراسة إلى نتائج منها: تمتع شركات الاتصالات اليمنية بهياكل رقابة داخلية جيدة.

دراسة: صفوان، ٢٠١٦م: تناولت الدراسة العلاقة بين ضعف نظام الرقابة الداخلية وظهور المعلومات المحاسبية المضللة في الشركات، ومن أهداف الدراسة اكتشاف حالات التضليل في المعلومات المحاسبية وربط ذلك مع نتائج تقييم نظام الرقابة الداخلية للشركة، تمثلت فرضية الدراسة في أنه توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين ضعف نظام الرقابة الداخلية وظهور المعلومات المحاسبية المضللة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن أغلب الحسابات يوجد لديها تأثير في ظهور المعلومات المحاسبية المضللة فضلاً عن وجود علاقة بين النظام المحاسبي وبين نظام الرقابة الداخلية.

دراسة: محمد المعتر ٢٠١٧م: هدفت الدراسة إلى بيان دور المعلومات المحاسبية في زيادة فعالية التجارة الإلكترونية وترشيد قرارات المستخدمين، هدفت الدراسة إلى: التعرف على المشاكل التي تواجه أنظمة المعلومات المحاسبية في ظل استخدام التجارة الإلكترونية، تقديم التوصيات المناسبة والكفيلة بتقوية النظام المحاسبية الذي يتم ربطه بالتجارة الإلكترونية لضمان ترشيد قرارات المستثمرين، من أبرز نتائج الدراسة : التجارة الإلكترونية كتقنية متطورة أثرت في فعالية نظم المعلومات المحاسبية.

دراسة : مصباح وآخرون، ٢٠١٨م: بحثت الدراسة في أثر تكنولوجيا المعلومات على فاعلية نظام الرقابة الداخلية، نبعت أهمية الدراسة من حاجة المؤسسات إلى التطبيق الفعال لتكنولوجيا المعلومات لكونها تساعد في تأدية أنشطتها بصورة سليمة من أجل تحقيق أهدافها المنشودة، وهدفت إلى التعرف على المفاهيم الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والرقابة الداخلية، خلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن تكنولوجيا المعلومات لها دور أساسي في تدعيم فاعلية نظام الرقابة الداخلية وتحسين إجراءاتها وأساليبها، ومن توصيات الدراسة العمل على ترسيخ العمل الجماعي لتفعيل نظام الرقابة الداخلية وهذا لا يتم إلا بمشاركة مختلف الأفراد والوظائف والأقسام في المؤسسة.

التعليق على الدراسات السابقة وبيان الفجوة البحثية:

يلاحظ الباحثان من العرض السابق للأدبيات ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة أن كلاً منها تناول أحد المتغيرين اللذين نحن بصدد دراستهما وبيان العلاقة فيما بينهما لكن لم يتم تناول المتغيرين - الرقابة الداخلية وعمليات التجارة الإلكترونية- مع بعضهما، فنجد مثلاً علاقات بين نظم المعلومات المحاسبية ومخاطر التجارة الإلكترونية، وعلاقات بين الرقابة الداخلية وتقويم الأداء، وبين التجارة الإلكترونية وتحسين جودة المعلومات المحاسبية وغير ذلك من العلاقات. أما دراستنا الحالية فجاءت لبحث دور

نظام الرقابة الداخلية في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية من خلال تحديد دور الرقابة الداخلية على مدخلات، وتشغيل، ومخرجات بيانات عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

ثالثاً: الإطار النظري للرقابة الداخلية:

١- مفهوم الرقابة الداخلية: عرفت لجنة إجراءات المراجعة التابعة لمجمع المحاسبين القانونيين الأمريكيين AICPA الرقابة الداخلية بأنها خطة التنظيم وكل الطرق والإجراءات والأساليب التي تضعها إدارة الشركة والتي تهدف إلى المحافظة على أصول الشركة وضمان دقة وصحة المعلومات المحاسبية وزيادة درجة الاعتماد عليها وتحقيق الكفاءة التشغيلية والتحقق من التزام العاملين بالسياسات الإدارية التي وضعتها الإدارة. (شحاتة، ٢٠١٨م، ص ١٧)

كما عرف المعيار رقم ٤٠٠ من معايير المراجعة الدولية الرقابة الداخلية بالآتي "إن تعبير نظام الرقابة الداخلية يعني كافة السياسات والإجراءات التي تتبناها إدارة المنشأة لمساعدتها قدر الإمكان في الوصول ومنع واكتشاف الغش والخطأ ودقة وكفاءة في العمل، والمتضمنة الالتزام بسياسات الإدارة وحماية الأصول ومنع واكتشاف الغش والخطأ ودقة واكتمال السجلات المحاسبية وتهيئة معلومات مالية موثوقة في الوقت المناسب (عبدالله وعياش، ٢٠١٤م، ص ١٦١).

يتفق الباحثان مع ما ذكر حول مفاهيم الرقابة الداخلية، كما يريا أن الرقابة الداخلية تشمل كافة النظام الداخلية المعنية بتأمين أصول المنشأة الملموسة وغير الملموسة بما في ذلك المعلومات والتي وتضمن سلامة العمل وحسن سير الإجراءات الموضوعية من قبل الإدارة العليا سواء في الجانب الإداري أو المالي والمحاسبي.

٢- أهمية الرقابة الداخلية: يرجع السبب في وضع نظام للرقابة الداخلية في المنظمات إلى مساعدتها على تحقيق أهدافها، ويحتوي النظام على مجموعة من السياسات والإجراءات التي يتم تصميمها لإمداد الإدارة بتأكيد مناسب على أن الأهداف الأساسية للمنظمة سوف يتم تحقيقها، ويشير تقرير لجنة إجراءات المراجعة التابعة للمعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين إلى أن تزايد الاهتمام بالرقابة الداخلية يرجع إلى العوامل الآتية: (عودة، د.ت، ص ١٨٠)

أ- تزايد نطاق المنظمات وحجمها، مما أدى إلى تعقد وتشعب هيكلها التنظيمية، ولكي يمكن مراقبة العمليات بفاعلية، ينبغي أن تعتمد الإدارة على العديد من التقارير والتحليلات التي تتوافر فيها درجة عالية من الثقة، تتحمل الإدارة المسؤولية الأولى للمحافظة على موجودات المنظمة، ومنع الأخطاء واكتشاف الاختلاسات، ومن ثم فإن الاحتفاظ بنظام كفؤ للرقابة الداخلية، أمر لا يمكن الاستغناء عنه وتعتمد عليه الإدارة في الوفاء بهذه المسؤولية.

ب- من الناحية العملية يتعذر على المدقق الخارجي أن يقوم بتدقيق تفصيلي لمعظم المنظمات في حدود أتعاب اقتصادية معقولة، والاعتماد على التدقيق الاختباري، بدلاً من التدقيق الشامل، ومن ثم كان من الضروري منذ البداية عند معالجة العمليات وجود الضوابط السليمة التي يوفرها نظام الرقابة الداخلية.

إن للرقابة الداخلية أهمية كبرى بالنسبة للإدارة حيث تتمك الإدارة عادة ثلاثة اهتمامات تتمثل فيما

يلي: (أرينز ولوبك، ٢٠٠٧م، ص ٣٧٨-٣٧٩)

أ- التمكن من إعداد القوائم المالية وتوفير القدرة على الاعتماد على المعلومات الواردة فيها.

ب- تحقيق كفاءة وفعالية التشغيل.

ج- التمكن من الاستجابة للقوانين والقواعد التنظيمية.

وتعمل الرقابة الداخلية على ضمان التأكد من دقة المعلومات كما تؤكد على ضرورة التقييد

بالقواعد التنظيمية والالتزام بالقوانين، بما يمكن من تلبية تلك الاهتمامات.

٣- أهمية الرقابة الداخلية على أمن وسلامة المعلومات في ظل بيئة إلكترونية: إن استخدام الرقابة

الداخلية لأدوات تكنولوجيا المعلومات في تصميم وتشغيل نظام المعلومات المحاسبي وكذلك انتشار

التجارة الإلكترونية أدى ضرورة الاهتمام بالرقابة على أمن وسلامة المعلومات وذلك نظراً لعدم وجود

سجلات مادية، وقد ساهم انتشار التجارة الإلكترونية في التغلب على الحواجز الجغرافية التقليدية بين

دول العالم بصورة تجعل أي شركة قادرة على الوصول إلى الأسواق العالمية بسهولة أكثر وبتكلفة

تسويق محدودة، وإمكانية التعرف على رغبات واحتياجات العملاء بشكل أكثر دقة وسرعة، ويتوقف

تحقيق هذه المنافع على إيجاد حلول ملائمة لمشاكل التجارة الإلكترونية والتي من أهمها مشكلة الأمن

أو أمن نظم المعلومات. (شحاتة، ٢٠١٨م، ص ١٢٤)

يضيف الباحثان إلى ما سبق في أهمية الرقابة الداخلية كونها تساهم في تفعيل الحوكمة

برعايتها ومتابعتها لمدى التزام الإدارات والأقسام داخل المنشأة بالقوانين واللوائح والنظم الداخلية

والخارجية.

يتفق الباحثان مع ما سبق من نقاط في أهمية الرقابة الداخلية مع التأكيد على أنه تزداد الأهمية

كلما تعقدت النظم المحاسبية والإدارية وبعدت العمليات والمعاملات عن نظر الإدارة العليا حيث يصعب

التحكم في الأقسام والإدارات التنفيذية ومتابعتها بصورة مباشرة.

٤- أهداف الرقابة الداخلية: من أهداف الرقابة الداخلية: (ستينبارت و رومني، ٢٠٠٩م، ص ٢٧٧)

أ- توفير ضمانات كافية بأن التقرير المالي قد أعد وفق المبادئ المحاسبية المقبولة قبلاً
عاماً GAAP

ب- التزويد بمعلومات دقيقة وموثوقة.

ج- تعزيز وتحسين الكفاءة التشغيلية، بما فيها التأكد من أن مقبوضان ومصروفات الشركة قد
تمت بناءً على تفويضات الإدارة والمدراء .

د- تشجيع ودعم الالتزام بالسياسات الإدارية المفروضة .

هـ- التقيد بالقوانين واللوائح السارية.

يتضح من هذه الأهداف أن الرقابة الداخلية كنظام تعمل على تلبية الاحتياجات
الاستراتيجية من خلال المساهمة في تحقيق الأهداف الأساسية في المدى البعيد بالإضافة
إلى كونها تسهم في تحقيق الأهداف الجارية والتشغيلية للمنشآت.

بالإضافة إلى ما سبق يرى الباحثان أن الهدف الأساسي للرقابة الداخلية كنظام هو ضمان
سير العمل الإداري والمالي حسب ما هو مخطط له وبما يحقق الأهداف الجارية والاستراتيجية
للمنشأة.

٥- مقومات نظام الرقابة الداخلية: إن وجود نظام قوي للرقابة الداخلية يعبر عن الوضعية الحقيقية
للمؤسسة من جهة وتمكين المؤسسة من تحقيق أهدافها المرسومة في الخطة العامة لها من جهة
أخرى، فمقومات نظام الرقابة الداخلية كأعمدة داخل المبنى تعكس قوة وفعالية هذا المبنى والعكس
صحيح وتتمثل مقومات نظام الرقابة الداخلية في الآتي: (حسين، ٢٠١٨م، ص ٢٨١-٢٨٢)

أ- الخطة التنظيمية: بين الهيكل التنظيمي توزيع السلطات والمسؤوليات على الوظائف بالمستويات
الإدارية المختلفة كما تبين وسائل الاتصال الرسمي بينهم ومستويات الإشراف عليهم ومن خلال
الهيكل التنظيمي يتم تحديد المسؤوليات والواجبات الخاصة بكل وظيفة منها بحيث تتناسب مع
مقدرة الفرد الواحد، ويتوقف الهيكل التنظيمي من حيث التصميم على نوع المشروع وحجمه ولا بد
أن تراعي فيه البساطة والمرونة أي تطورات مستقبلية.

ب- نظام محاسبي سليم.

ج- اختيار الموظفين الأكفاء.

ويري باحث آخر (نور، ١٩٩٢م، ص ١٨) أن نظام الرقابة الداخلية يقوم على مجموعة من الدعائم أو
المقومات الأساسية وهي: التنظيم الكفاء، والإجراءات والسياسات التي تضعها المنشأة بقصد حماية

أصولها أو منع اختلاسها، وبقصد ضمان صحة المعلومات والتقارير المحاسبية وغيرها، وإجراءات زيادة الكفاءة التشغيلية وتحقيق الاستغلال الأمثل للموارد الاقتصادية المتاحة للشركة، وإجراءات تشجيع العاملين على الالتزام بالسياسات الإدارية التي وضعتها إدارة الشركة.

يتفق الباحثان مع هذه المقومات والدعائم التي تعتمد عليها أنظمة الرقابة الداخلية مع وجوب مراعاة مواكبة التطورات الحديثة؛ حيث يجب أن توضع الخطة التنظيمية وتوزع المهام والاختصاصات مع تصميم نظام محاسبي مبني على برمجيات متطورة تمكن من التواصل مع البيئة الخارجية تأثيراً عليها وتأثراً بها مع توفير الكوادر البشرية القادرة على استيعاب وتشغيل العمليات في ظل تلك البيئة.

٦- **مكونات نظام الرقابة الداخلية:** يتكون نظام الرقابة الداخلية من خمس عناصر أساسية وهي كما يلي: (الخطيب، ٢٠١٠م، ص ١٢-١٣)

أ- بيئة الرقابة: وهو أسلوب واتجاه الإدارة ووعيها والإجراءات المتخذة من جانبها فيما يتعلق بالرقابة الداخلية، وتقوم بيئة الرقابة الداخلية بالربط بين جميع مكونات النظام الرقابي، وبذلك فإن موقف الإدارة العليا هو الذي يحدد جوهر الرقابة الفعالة لأن لها صلة مباشرة بها.

ب- تقييم المخاطر: وتقييم هذه لكل من فعالية النظام المحاسبي ونظام الرقابة الداخلية اللذان يعملان معاً لضمان المعلومة الصحيحة للشركة، لان الشركة تتعرض إلى مجموعة من المخاطر عند قيامها بنشاطاتها اليومية سواء كانت داخلية أو خارجية، فلا بد من تحليلها ومحاولة تخفيف حدة تأثيرها بما يتوافق مع نظام الشركة، وقد تتعلق بمخاطر مالية (مخاطر الائتمان، مخاطر السيولة، مخاطر الشهرة وغيرها)

ج- أنشطة الرقابة: تتمثل أنشطة الرقابة في القواعد والإجراءات والسياسات لغرض تحقيق الأهداف الخاصة بالمؤسسة، ويوجد العديد من الإجراءات الرقابية أهمها:

- أنشطة الرقابة على التشغيل وهي تهتم بمراقبة ومتابعة تشغيل العمليات في المؤسسة.
- أنشطة الرقابة على إعداد التقارير المالية.
- أنشطة الرقابة على الالتزام وتهدف إلى التأكد من مدى الالتزام بالقوانين التي تطبق في المؤسسة.

د- المعلومات والاتصالات: يتكون هذا العنصر من نظام المعلومات المحاسبي بما في ذلك الطرق والإجراءات المحاسبية المتبعة في تسجيل ومعالجة وتلخيص المعلومات المحاسبية وتوصيلها إلى المستخدمين المعنيين.

هـ- المتابعة: وهو التقييم المستمر أو الدائم لمختلف مكونات الرقابة الداخلية، من أجل تحقيق كفاءة وفعالية هذا النظام، ويتم ذلك من قبل الإدارة بهدف تحديد أن الضوابط الموضوعية تؤدي الغرض الذي وضعت من أجله، وأنه يمكن تعديلها بحسب الضرورة وقد تشمل استخدام معلومات من مصادر خارجية مثل : شكاوي العملاء فالمتابعة تقوم بتقييم جودة أداء الرقابة الداخلية. يلاحظ الباحثان أن هذه المكونات والعناصر تكمل مقومات نظام الرقابة الداخلية، فتمثل المقومات الإطار العام لنظام الرقابة الداخلية بينما تلعب المكونات دور المحرك الفعلي لنظام الرقابة الداخلية والمحقق لأهدافه.

كما يرى الباحثان أن هذه المكونات والعناصر الخمسة ضرورية لضمان كفاءة وفعالية نظام الرقابة الداخلية بما يحقق حسن استخدام الموارد وجودة تحقيق الأهداف.

٧- أساليب الرقابة الداخلية في نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية: تعد إجراءات الرقابة أكثر أهمية في نظم المعلومات الإلكترونية عن تلك المتبعة في النظم اليدوية لعدة أسباب أهمها: (حسين، ٢٠١٨م، ص ٢٨٧)

أ- يتم معالجة قدر كبير من البيانات المحاسبية بواسطة الكمبيوتر يفوق تلك التي تعالج يدوياً مما ينتج عنه زيادة احتمال ارتكاب أخطاء.

ب- يتم تجميع ومعالجة وتخزين بيانات العمليات المحاسبية في صورة غير قابلة للقراءة ويصعب على الإنسان مراقبة هذه البيانات والتحقق من دقتها وموضوعيتها والتي كان يسهل إجراؤها تحت النظام اليدوي للمعلومات المحاسبية.

ج- يصعب تتبع مسار التدقيق مما يترتب عليه احتمال قيام الموظفين غير الأمناء باختلاس مبالغ طائلة من الوحدات الاقتصادية التي يعملون بها.

وتقسم أساليب الرقابة الداخلية على التطبيقات وهي أساليب مستخدمة في نظم المعلومات

المحاسبية الإلكترونية إلى ثلاثة مجموعات وهي: (حسين، ٢٠١٨م، ص ١٩)

أ. أساليب الرقابة على المدخلات: وتهدف إلى توفير درجة تأكد معقولة من صحة اعتماد البيانات التي يتسلمها قسم معالجة البيانات بواسطة موظف مختص، وتشمل أساليب الرقابة على المدخلات على تلك الأساليب التي تتعلق برفض وتصحيح وإعادة إدخال البيانات السابقة رفضها.

ب. أساليب الرقابة على معالجة البيانات: وتهدف إلى توفير درجة تأكد معقولة من تنفيذ عمليات معالجة البيانات إلكترونياً طبقاً للتطبيقات المحددة، بمعنى معالجة كافة العمليات كما صرح بها وعدم إغفال معالجة عمليات صرح بها وعدم معالجة أي عمليات لم يصرح بها.

ج. أساليب الرقابة على المخرجات: وتهدف إلى تأكيد دقة مخرجات عمليات معالجة البيانات (مثل قوائم الحسابات أو التقارير أو أشرطة الملفات الممغنطة أو الشيكات المصدرة) وتداول هذه المخرجات بواسطة الأشخاص المصرح لهم فقط بذلك.

الهدف الرئيسي لأساليب الرقابة على التطبيقات هو تأكيد صحة وشمولية عمليات معالجة البيانات المحاسبية وأن لا توزع تلك البيانات التي تم معالجتها إلا على الأشخاص المصرح لهم بتداولها، وتعد أساليب الرقابة على التطبيقات أساليب رقابية وقائية أكثر من كونها رقابة بالتغذية العكسية.

يرى الباحثان أن هذه الأساليب لا تكفي وحدها لإتمام عمليات الرقابة في المنشآت بل لا بد أن يضاف إليها أساليب تعنى بالرقابة العامة على كافة إدارات وأقسام المنشأة وذلك لأن النظم الإدارية في ظل تكنولوجيا المعلومات يتم ربطها مع بعضها البعض من خلال الشبكات المتنوعة لذلك تحتم وضع أساليب رقابية تعنى بالرقابة على كافة أجزاء النظام.

كما يستنتج الباحثان أنه لضمان نجاح تحقيق الرقابة الداخلية في البيئة الإلكترونية للعمليات لا بد من توافر البنية التحتية والتكنولوجية التي تكفي لممارسة الأنشطة الرقابية مع ضمان التأهيل الكافي للكادر البشري الذي يتولى عملية الرقابة الداخلية بجميع أقسامها.

رابعاً: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية:

١- مفهوم التجارة الإلكترونية: ليس هنالك تعريفاً دقيقاً ومحددًا للتجارة الإلكترونية، وذلك بسبب تعدد الجهات والمحافل التي أوردت هذه التعاريف، فقد اعتمدت أولى هذه المحاولات لتعريف التجارة الإلكترونية على المصطلحين (التجارة) و(الإلكترونية) وفي هذا الإطار يعتبر قياس التجارة الإلكترونية بهدف المقارنات أمراً في غاية الصعوبة، نظراً لتعدد المعاني والأبعاد التي يحتويها هذان المصطلحان مما يحول التركيز إلى معيار آخر قابل للقياس وهو الصفقات التجارية عبر الشبكات (جماني، ٢٠٠٨م).

ويرى باحث أنه حتى يتم تعريف التجارة الإلكترونية لابد من تعريف مصطلحي التجارة والإلكترونية؛ حيث عرفهما كما يلي: (بالساكر، ٢٠١٥م)

التجارة: تعبر عن نشاط تجاري من خلال تداول السلع والخدمات وفقاً لأسس وقواعد متفق عليها.

الإلكترونية: المقصود بها القيام بأداء النشاط الاقتصادي (التجاري) باستخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة مثل شبكة الإنترنت، كما تم تعريفها بأنها عملية الإعلان والتعريف بالبضاعة والخدمات وتنفيذ عمليات عقد الصفقات وإبرام العقود ثم الشراء والبيع لتلك البضاعة والخدمات وسداد القيمة الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة سواء إنترنت أو غيرها من الشبكات التي تربط بين المشتري والبائع.

ويرى باحث آخر أن التجارة الإلكترونية هي عبارة عن مجمل عمليات البيع والشراء والتسويق والخدمات المختلفة للسلع والمنتجات والخدمات المتنوعة عبر شبكة معلوماتية حاسوبية هائلة والتي تضمن تدفق وتبادل المعلومات باستخدام شبكة الإنترنت يقابلها تدفق في المنتجات والخدمات، وهي عملية جمع المعلومات ونشرها وتبادلها، باستخدام شبكة الإنترنت لتمكين المنظمات من القيام بكل نشاطاتها أو معظمها سواء الخارجية أو نشاطاتها الداخلية (السهيلي، ٢٠١٠م)، كما يعرفها باحث آخر (سالم وعود، ٢٠٠٥م، ص ٣)، بأنها ذلك النشاط الذي يصف عملية بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات باستخدام شبكة الإنترنت، كما عرفت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي بأنها: هي النقل الإلكتروني بين جهازين للكمبيوتر للبيانات التجارية باستخدام نظام متفق عليه لإعداد المعلومات، وفي فرنسا شكلت مجموعة عمل برئاسة وزير الاقتصاد الفرنسي حيث انتهت إلى تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية بأنها: مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات بعضها البعض وبين المشروعات والأفراد وبين المشروعات والإدارة. (حجازي، ٢٠٠٢م، ص ص ٢٤-٢٦)

ينفق الباحثان مع التعريفات السابقة لأنها تناولت التجارة الإلكترونية من جميع جوانبها وإن اختلفت زوايا النظر إليها ولكن الاختلاف في المفاهيم أمر طبيعي في العلوم الاجتماعية ومن ثم تختلف التعريفات باختلاف وجهات النظر من قبل الباحثين والكتاب حول التجارة الإلكترونية.

يخلص الباحثان إلى أن مفهوم التجارة الإلكترونية لا يخرج عن كونه ممارسة للأنشطة التجارية التقليدية بوسائط رقمية وإلكترونية تختصر المسافة والتكلفة والزمن.

٢- أهمية التجارة الإلكترونية: إن أهمية التجارة الإلكترونية تتركز في النقاط التالية (يوسف، ٢٠١٥م)

أ- تعتبر وسيلة فعالة للقيام بعقد الصفقات بين المتعاملين عن طريق الاتصال الإلكتروني المباشر بينهم وبذلك فهي تستغني عن المستندات الورقية وما تستلزمه من نفقات.

ب- توفر النفقات العامة والإدارية ومصاريف الاتصال وغيرها.

ج- تعد وسيلة متميزة وغير مسبوقه للوصول إلى أسواق العالم جميعاً في وقت واحد بأقل نفقات، حيث تساعد البائعين على تخطي حواجز المسافات والوصول إلى أسواق بعيدة ومتنوعة ومتعددة.

د- تساعد المشتريين أيضاً على تخطي حواجز الزمن والتعامل مع الموردين.

هـ- تؤدي إلى تبادل المنافع مابين المتعاملين من بائعين ومشتريين وتعمل على ترشيد القرارات التي يتخذها كل منهم بما تتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب بطريقة منسقة ودقيقة.

و- مساعدة الشركات إتباع أنظمة التصنيع الحديثة التي تتم بمساعدة الحاسب الإلكتروني من حيث تحديد تعاقب عمليات التشغيل وأسلوب التشغيل على أجزاء المنتج أو عمليات التحكم والرقابة، وتخطيط والاحتياجات من المواد وموارد التصنيع والوقت المحدد. (الشافعي، ٢٠٠٤م، ص ٢١-٢٢)

ز- تقوم بالربط بين أجهزة وفروع المؤسسات والهيئات المختلفة بأقل تكلفة، فقد أصبحت بالإمكان إقامة نظام فعال للاتصالات وإصدار القرارات ومراقبة التنفيذ بين الشركة الأم وفروعها المختلفة، أو بين أجهزة الحكومة المتعددة بما يحقق كفاءة اتخاذ القرارات والسرعة في إنجاز الأعمال ومراقبة التنفيذ.

ح- اعتمادها على الأساليب الحديثة التي تتميز بها مقارنة بالأساليب المستخدمة في التجارة التقليدية.

ط- تعتبر التجارة الإلكترونية وسيلة فعالة لتوسيع نطاق الأسواق المحلية حيث تتصل ببعضها البعض على مستوى العالم ومن ثم تساهم في تسويق السلع والخدمات على مستوى العالم. (عبد الحميد، ٢٠١٤م، ص ٢٠-٢١)

يتفق الباحثان مع ما ذكر من أهمية التجارة الإلكترونية مع ضرورة إحكام نظم الرقابة الداخلية لتأمين عملياتها وتوفير ضمانات بعدم استغلال الثغرات الأمنية الموجودة على الانترنت ووسائل الاتصال.

٣- **أهداف التجارة الإلكترونية:** تهدف التجارة الإلكترونية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل فيما يلي: (البدور، ٢٠١٣م)

أ- زيادة نطاق التسوق وتجاوز الحدود الجغرافية والإقليمية أمام السلع والخدمات والمعلومات.

ب- زيادة معدلات الوصول إلى العملاء وبناء علاقات قوية فيما بينهم.

ج- تخفيض وتقليل تكاليف الإنتاج والتسويق والتوزيع.

- د- البحث عن عملاء جدد والوصول إليهم وترغيبهم في الشراء .
- هـ- القيام بعمليات التسويق والبيع والشراء عبر الإنترنت .
- و- تحسين الخدمات المقدمة للعملاء وتحسين الصورة الذهنية للمنشأة .
- ز- إتاحة قاعدة للمعلومات عن الماضي والحاضر .
- ح- استمرار وجود المعلومات طوال ال ٢٤ ساعة وعلى مدار السنة متاحة أمام أي شخص يستخدم الإنترنت مع إدخال تعديلات عليها بسهولة وسرعة .
- ط- تفعيل دور المشاركة بين القطاع الخاص والحكومي ويتم ذلك من خلال مشاركة القطاع الخاص في إعداد القواعد والنظم والإجراءات اللازمة للتجارة والمشاركة من الحكومة في وضع مناخ تشريعي وقانوني يخدم مقتضيات التجارة الإلكترونية على أن يكون دور مخضر وفعال وعلى الحكومة أن تقلل من تدخلها في كافة الأنشطة التجارية، وكل ذلك عن طريق استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة حتى تنطلق المؤسسات صوب التنمية والاستثمار .(البشير، ٢٠١٥م)
- من العرض السابق لأهداف التجارة الإلكترونية يتضح أنها تسعى لتسهيل عمليات تبادل السلع والخدمات وتوفير المعلومات عنها وإتاحتها عبر المواقع والوسائط الإلكترونية.
- يرى الباحثان أنه لتحقيق التجارة الإلكترونية أهدافها السابقة يلزم الترويج لها والتعريف بها وتوفير مستلزمات ممارستها وتسهيل إجراءاتها وزيادة الوعي بأهميتها وكيفية ممارستها من أبسط المعاملات الإلكترونية وعمليات البيع والشراء العادية وحتى الصفقات الضخمة التي تتم بين المنشآت المختلفة سواء في القطاع العام أو القطاع الخاص .
- ٤- **خصائص التجارة الإلكترونية:** تتميز التجارة الإلكترونية بعدد من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية ومنها :
- أ- إختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية حيث تتميز التجارة الإلكترونية بعدم وجود أية وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملات إذ أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملات تتم إلكترونياً .
- ب- السرعة في إنجاز الصفقات التجارية حيث تساهم بشكل فعال في إتمام العمليات التجارية بين طرفين على وجه السرعة دون الحاجة لانتقال الطرفين والتقاءهما في مكان معين وذلك لتوفير الجهد والوقت والمال .

ج- عدم إمكانية تحديد هوية المتعاقدين حيث تتيح المنشأة التجارية إدارة معاملتها التجارية بكفاءة من أي مكان في العالم دون أن يؤثر ذلك على الأداء، حيث أنه لا يمكن معرفة كافة المعلومات الأساسية عن الطرفين كما هو الحال في التعاملات التقليدية. (عبدالملك، ٢٠١١م، ص ١٥-١٧)

د- تسليم المنتجات إلكترونياً حيث أتاحت تسليم بعض المنتجات إلكترونياً أي التسليم المعنوي للمنتجات، وكذلك بعض الخدمات كالاستشارات الطبية وهو ما يخلق تحدياً أمام السلطات المختصة، وهذا لأنه لا يوجد حتى الآن آليات متفق عليها لإخضاع المنتجات الرقمية للجمارك أو الضرائب.

هـ- وجود الوسيط الإلكتروني حيث يوجد وسيط بين طرفي التعاقد هو جهاز الكمبيوتر والمتصل بشبكة الاتصالات الدولية التي تقوم بنقل التعبير للإدارة الإلكترونية لكل من الطرفين المتعاقدين في ذات اللحظة.

و- غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة وذلك لأنه لا يوجد مجلس للتعاقد للاتفاق على تفاصيل العقد المراد إبرامه بين طرفي التعاقد، فقد يكون البائع في مكان والمشتري قد يبعد عنه آلاف الأميال وقد يختلف التوقيت الزمني أيضاً بين مكاني البائع والمشتري.

ز- التفاعل الجماعي بين عدة أطراف بمعنى أنه يستطيع أحد الأطراف المتعاملة إرسال رسالة إلكترونية إلى عدد لا نهائي من المستقبلين في نفس الوقت دون الحاجة لإعادة إرسالها في كل مرة. (صفاء، ٢٠١٥م)

ح- تقلل من الحاجة لزيارة العاقد لمكان السلع، حيث يمكن تنفيذ عملية البيع من داخل البيت.
ط- تعد التجارة الإلكترونية من العقود القائمة على عنصر الرضا إذ يتوقف هذا العقد على رضا المتعاقدين. (أبو مصطفى، ٢٠٠٥م)

يلاحظ الباحثان أن هذه الخصائص تعتمد بصورة أساسية على الخصائص التي تتمتع بها تكنولوجيا المعلومات في مقابل النظم العادية؛ بحيث تمثل هذه الخصائص للتجارة الإلكترونية نقطة الاختلاف الجوهرية بينها وبين التجارة التقليدية.

٥- تبادل البيانات إلكترونياً (EDI) ELECTRONIC DATA INTERCHANGE: قبل التعرف على الإجراءات الخاصة بالتجارة الإلكترونية يحسن التطرق أولاً إلى معرفة كيفية تبادل البيانات إلكترونياً (EDI) والتي تعتبر المحور الأساسي الذي تدور حوله التجارة الإلكترونية لإتمام العملية التجارية. يؤدي التبادل الإلكتروني للبيانات إلى تمكين الشركات من تبادل الوثائق الخاصة بالعمل عبر أجهزة الكمبيوتر والاستغناء تماماً عن الوثائق الورقية وتتم عمليات التبادل التجاري أو الوثائقي من خلال

شبكات عامة أو خاصة لتبادل البيانات، ولإستخدام هذه الوسيلة الإلكترونية تقوم الشركات بإنشاء شبكات للتجارة الإلكترونية تربطها بشركائها في الأعمال بمن فيهم البائعون والعملاء الرئيسيون والموزعون؛ والواقع أن تبادل البيانات الإلكترونية ينطوي على ما هو أكبر من مجرد إرسال طلب شراء أو أمر بيع عبر الإنترنت أو استخدام أجهزة الكمبيوتر المتصلة بشبكات الخدمة الخاصة في تسويق منتج ما أو خدمة ما عبر الشبكات المتصلة إذ أن تبادل البيانات الإلكترونية يعمل على ربط الأطراف التجارية للذين يقومون بأعمال ضخمة، وعادةً ما تلجأ الشركات العملاقة إلى استخدام هذا الأسلوب في تسيير أمر تعاملاتها الضخمة (الصيرفي، د.ت، ص ٤٥٧)

يتفق الباحثان مع ما سبق في أن أهم ما يميز التجارة الإلكترونية هو تبادل بياناتها عبر تكنولوجيا المعلومات والوسائط الإلكترونية سواء من خلال شبكات الاتصال المحلية أو العالمية.

٦- **الإجراءات العملية للتجارة الإلكترونية:** تبدأ عملية الشراء عندما يتصل الزبون بجهازه بشبكة الإنترنت ويدخل الموقع التجاري، وعندما يعرض برنامج لاستعراض أسماء وبيانات المنتجات في الموقع يقوم باختيار المنتجات ويحددها من خلال قوائم تفصيلية، وقد يتطلب الأمر قيام الزبون باستعراض أكثر من صفحة حتى يجد المطلوب وفور التوصل إلى الاختيارات النهائية التي يريد تحديدها يتم إدخال بيانات الشراء التي تحددها الصفحة مع معلومات عن أسلوب الشراء، هذا وقد لا يكون لدى الموزع في المخزون المتاح لديه الأصناف نفسها التي يريدتها المشتري وهنا تكون قدرة الاستجابة للطلب مرهونة بالاتصال السريع بمصادر الشراء المختلفة لتوفير طلب العميل من خلال الإنترنت.

ويتحقق تكامل التجارة الإلكترونية من خلال ربط موقع معلومات شبكة ويب بالنظم الداخلية للمؤسسة وتحقيق الارتباط الكامل بين الشركة وعملائها على مستوى نظم المعلومات الداخلية ويتطلب هذا توفير أعلى درجات التأمين واستخدام جدران النار Fire Walls، هذا ويلاحظ أن إعداد تدابير الشراء والتوريد الإلكتروني يؤدي إلى ربط مندوبي مبيعات الشركة بمنافذ البيع والتوزيع باعتبار ذلك جزء من إجراءات الشراء الإلكتروني وقد ظهر أخيراً مقياس البيع المفتوح على الإنترنت Open Buying on internet لتدعيم التطبيقات الإلكترونية الخاصة بالمبادلات التجارية بين الأعمال، وبعضها تدعم البنية التقنية ومواصفات التجارة الإلكترونية، كما قد يؤدي إعداد تدابير البيع والشراء إلكترونياً إلى دمج الشبكة الداخلية للشركة وعمليات البيع والشراء وعلاقتها بعملائها داخل عملية إلكترونية واحدة (الأمين، ٢٠١٠م)

٧- **مراحل التجارة الإلكترونية:** تمر التجارة الإلكترونية بثلاث مراحل أساسية هي: (مجد وحسني، ٢٠٠١م، ص ٢٩١)

أ- **العرض:** يقدم المنتج أو البائع في هذه المرحلة السلعة أو الخدمة التي يود بيعها مستخدماً أياً من الوسائل الإلكترونية المتنوعة للعرض، وذلك بعد أن يحدد الأوضاع السائدة في السوق وفق دراسات الجدوى، وقد تكون هذه الوسائل استخدام شاشات عرض كبيرة أو الكتالوج الرقمي، وتصحب عملية العرض على النحو السابق توظيف الوسائل الإلكترونية للإعلان عن السلعة والترويج لها بطريقة سهلة و واضحة يستطيع المستهلكون تفهمها بهدف إقناعهم بالسلعة أو الخدمة وحثهم على شرائها، وعادة تشمل مرحلة العرض تعريف المستهلكين بكيفية الحصول على المنتج وكيفية استلامه وسداد قيمته التي تكون عادة باستخدام وسائل إلكترونية.

ب- **القبول:** إذا أقتنع الطرف الآخر، قد يقرر قبول العرض أي يتلقى العرض من قبل العارض بالقبول من قبل المشتري، وينعقد العقد، ويقوم القابل في هذه المرحلة بطلب المزيد من المعلومات والبيانات عن السلعة أياً كان نوعها ووظيفتها ومواصفاتها ونحو ذلك باستخدام وسائل إلكترونية أيضاً يستطيع أن يعبر المشتري عن ذلك مستخدماً ذات الوسائل، وبعد التأكد من أنها مؤمنة بوسائل متطورة تحافظ على سلامة وصحة البيانات من جهة وعلى السرية والمصادقية من جهة ثانية، وهنا عادة يتم استخدام الوسائل المتعلقة بالتثبيت والتحقق من الطرف الآخر من جهة ثالثة، ومن أن المعلومات والبيانات التي يتضمنها العقد ستصله، دون اعتراض أو دون الإخلال بها أو دون القرصنة عليها من جهة رابعة.

ج- **التنفيذ:** تعني هذه المرحلة وضع الالتزامات المتقابلة في العقد موضع التنفيذ ويقوم العارض بتوفير السلعة وإعدادها وتجهيئتها لتسليمها بالشكل والطريقة المتفق عليها بينهما، وتقوم المرحلة على:

- تسليم السلعة: والتسليم تحكمه هنا الشروط المتفق عليها من جهة وما تمليه طبيعة السلعة من جهة أخرى مثل: هل هي سلعة مادية يلزم أن يتم تسليمها في شكل مادي وبشكل مباشر أم هي سلعة بيانية يمكن تحويلها إلى ملفات وأرقام، بحيث يستطيع المشتري إنزالها من على الوسائل الإلكترونية مثل: الكتب وتذاكر السفر، وقد يكون المنتج محل التعامل حزمة مثل: الاستشارات القانونية أو الطبية أو دروس تعليمية وخدمات حكومية، وأياً كان الأمر يصبح من الواضح أن استخدام الوسائل الإلكترونية على النحو السابق يقلص دور الوسطاء التقليديين إلى حد كبير، وربما قد يؤدي إلى خلق نوع جديد منها، يتفق مع الآليات الجديدة.

- يقابل التنازل عن السلعة يقوم المشتري بتنفيذ أمر الدفع (غنيم، ٢٠٠٩م، ص ٣٥٣)، وقد تحدث تسوية قيمة المعاملة بالدفع اليدوي عند التسليم نقداً أو شيك، كما قد يتم الدفع بالوسائل الإلكترونية باستخدام بطاقات الائتمان أو الخصم الفوري أو النقود الإلكترونية. بناءً على ما سبق يتضح للباحثين أن مراحل التجارة الإلكترونية هي تفصيل لإجراءاتها وخطوات إتمام عملياتها، حيث تبدأ الإجراءات والمراحل بالتواصل بين البائع والمشتري وتنتهي بتسليم المباع والثمن، كما يرى الباحثان أن إجراءات ومراحل التجارة الإلكترونية تطول وتقتصر وتتعدد وتتبدل بحسب طبيعة المنتجات ونوع المنشآت وقيمة الصفقات، فكلما كانت المنتجات بسيطة وذات قيمة منخفضة نسبياً كلما كانت الإجراءات مختصرة ويسيرة وغير معقدة والعكس إذا كان غير ذلك، غير أنها كشأن سائر المعاملات التجارية تبدأ بالإيجاب والقبول وتنتهي بتسليم السلعة والثمن وقد يعقبها خدمات ما بعد البيع.

٨- **مقومات التجارة الإلكترونية:** هنالك عدة مقومات أساسية تساهم جميعها في خلق بيئة مناسبة تساعد على تحقيق الفوائد المرجوة منها ومن تلك المقومات (قبيعة، ١٩٩٨م، ص ٧٧)

أ- توفر بنية تحتية تتمثل بالاتصالات ونشر شبكة الإنترنت على نطاق واسع بحيث يمكنها النفاذ لأوسع نطاق من المجتمع بأسعار تنافسية.

ب- نشر الوعي العلمي والثقافي والقضاء على الأمية المعلوماتية لدى أفراد المجتمع تساهم في إصدار التشريعات المناسبة والمعالجات القانونية لتوفير الحماية والثقة للمتعاملين في هذا الحقل. الأمر الذي يساعد على تقليل عمليات النصب والاحتيال ولذلك يساهم في ثقة المواطن في عمليات البيع والشراء.

ج- وجود بنية تحتية كافية للخدمات المالية لاسيما في مجال التعامل المالي المصرفي وتمكينه من دعم عمليات التجارة الإلكترونية والتوسع في نظم الدفع الإلكتروني لاسيما بطاقات الائتمان وتيسير إبرام معاملات مالية مأمونة على الشبكة.

يرى الباحثان أن هذه المقومات غير كافية لنجاح عمليات التجارة الإلكترونية حيث تلعب ثقة المتعاملين المقوم الأهم لنجاحها، ومن ثم لا بد من توفير المعايير والقوانين والتشريعات المنظمة والتي تعمل على حماية حقوق المتعاملين إلكترونياً بيعاً وشراءً ووساطةً لأن تلك القوانين والتشريعات تشكل الضامن في المعاملات.

ويؤكد الباحثان أيضاً على أهمية وجود هذه المقومات والتي بعدمها لا يمكن أن تكون هنالك تجارة إلكترونية، مع التأكيد على ضرورة وجود نظام مصرفي مرن يلبي احتياجات

المتعاملين ويساهم في عمليات التبادل التجاري الإلكتروني في ظل تأمين تلك العمليات من خلال أنظمة رقابة داخلية قادرة على مواكبة المستجدات الاقتصادية.

علاقة نظام الرقابة الداخلية بالتجارة الإلكترونية:

يلاحظ الباحثان في ضوء ما تم عرضه في الإطار النظري للتجارة الإلكترونية يتبين أن لها دوراً فعالاً في وسط عالم تسوده المنافسة الشديدة وتتنحصر فيه الأسواق المحلية وذلك لأننا في عالم يشهد تحولات سريعة في عصر التبادل التجاري الإلكتروني، فقد أحدثت ثورة حقيقية في مجال التجارة العالمية، ويأتي هذا نتيجة التطور الهائل في وسائل الاتصال وبصورة خاصة الإنترنت الذي قام بإعادة صياغة الاقتصاد العالمي وبذلك يعتبر الإنترنت الدعامة الأساسية في البنية التحتية للتجارة الإلكترونية؛ و حتى يتم تحقيق الأهداف المرجوة من التجارة الإلكترونية لا بد من تأمين عملياتها.

يرى الباحثان أن أنظمة الرقابة الداخلية يمكن أن توفر تأميناً كافياً لعمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية من خلال تأمين المدخلات وعمليات التشغيل والمخرجات، حيث يساعد نظام الرقابة الداخلية في تأمين مدخلات بيانات عمليات التجارة الإلكترونية من خلال التأكد من الموافقة الرسمية عليها قبل تشغيلها بالحاسب الآلي، وتجهيز مدخلات البيانات بشكل سليم وتسجيلها في ملفات بيانات الحاسب الآلي بشكل صحيح، كذلك التأكد من عدم فقد تلك المدخلات مع التأكد من إضافتها بشكل صحيح مع عدم تكرارها وعدم تغييرها، وأيضاً مراجعة تصحيح عمليات الإدخال الخاطئة في الوقت المناسب، ويتمثل كل ما سبق في إجراءات الرقابة على المدخلات والتي يزيد الالتزام بها من تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

كما يساعد أيضاً نظام الرقابة الداخلية في تأمين تشغيل بيانات عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية من خلال التأكد من التصديق على جميع العمليات التي يراد تشغيلها، تشغيل جميع العمليات بالحاسب الآلي بشكل سليم، عدم إضافة عمليات غير مصرح بها، عدم حذف بعض العمليات التي يراد تشغيلها، وكذلك عدم استنساخ العمليات بصورة غير رسمية، كما أن تحديد وتصحيح أخطاء التشغيل في التوقيت المناسب يساهم في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

بالإضافة إلى ما سبق فإن نظام الرقابة الداخلية يساهم في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية عن طريق تقديم صورة لما سيكون عليه شكل المخرجات بحيث يمكن من معرفة ما يتوقع أن توفره التجارة الإلكترونية من معاملات، والتأكد من صحة مخرجات ونتائج التشغيل

وتداولها بين الموظفين والمستفيدين المختصين فقط، وتوفيرها لهم في التوقيت المناسب مع التأكد من دقة وسلامة واكتمال كافة إجراءات توصيل تلك المخرجات للأطراف المعنية بالتجارة الإلكترونية.

خامساً: الدراسة الميدانية (تحليل البيانات واختبار الفرضيات):

يتناول الباحثان في هذا الجزء تحليل البيانات الشخصية وبيانات الاستبانة واختبار فرضيات الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية والأشكال البيانية، بالإضافة إلى ذلك يتم إجراء مقارنة بين أهم نتائج الدراسة الميدانية ونتائج الدراسات السابقة، وذلك على النحو التالي:

١. **مجتمع وعينة الدراسة:** تم إجراء الدراسة الميدانية على عينة من المصارف السودانية، حيث تم توزيع عدد (٥٠) استمارة استقصاء على العاملين في المجال المالي والمحاسبي في العينة المختارة من المصارف السودانية، وتم استردادها وتحليلها بهدف معرفة العلاقة بين نظام الرقابة الداخلية وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية بالمصارف السودانية.

٢. تحليل البيانات الشخصية:

الجدول رقم (١)

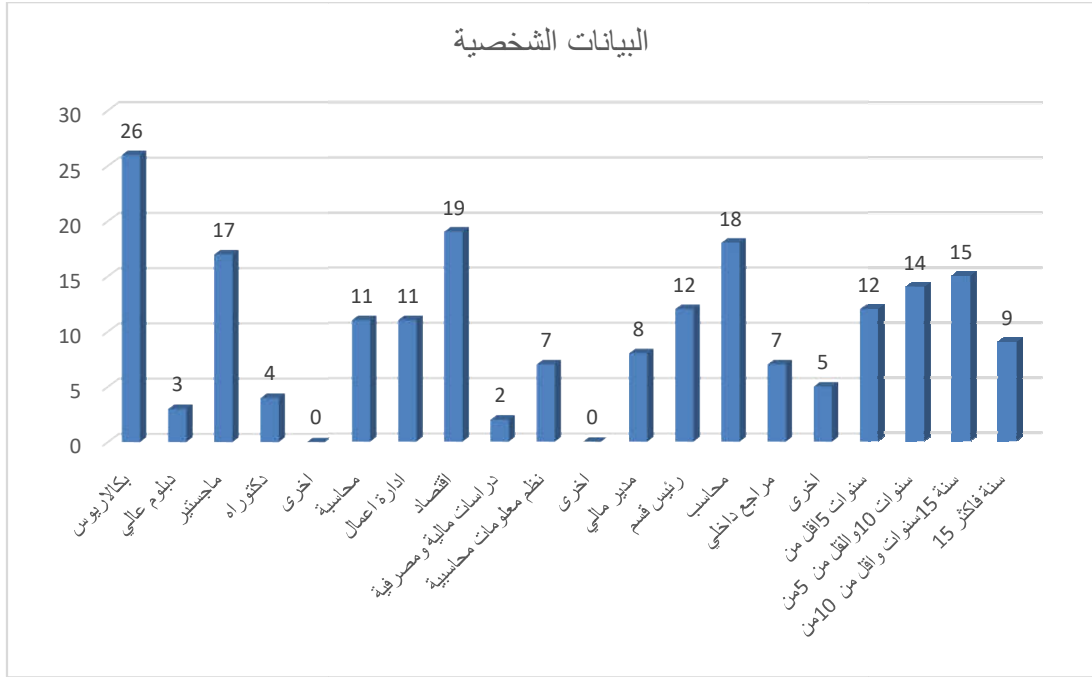
التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وفق البيانات الشخصية

النسبة	التكرار	البيان	
٥٢%	٢٦	بكالوريوس	المؤهل العلمي:
٦%	٣	دبلوم عالي	
٣٤%	١٧	ماجستير	
٨%	٤	دكتوراه	
٠%	٠	أخرى	
١٠٠%	٥٠	الإجمالي	
النسبة	العدد	البيان	
٢٢%	١١	محاسبة	التخصص العلمي
٢٢%	١١	إدارة أعمال	
٣٨%	١٩	اقتصاد	
٤%	٢	دراسات مالية ومصرفية	
١٤%	٧	نظم معلومات محاسبية	
٠%	٠	أخرى	
١٠٠%	٥٠	الإجمالي	
النسبة	العدد	البيان	
١٦%	٨	مدير مالي	المسمى الوظيفي
٢٤%	١٢	رئيس قسم	
٣٦%	١٨	محاسب	
١٤%	٧	مراجع داخلي	
١٠%	٥	أخرى	
١٠٠%	٥٠	الإجمالي	
النسبة	العدد	البيان	
٢٤%	١٢	أقل من ٥ سنوات	سنوات الخبرة
٢٨%	١٤	٥ وأقل من ١٠ سنوات	
٣٠%	١٥	من ١٠ سنوات وأقل من ١٥ سنة	
١٨%	٩	١٥ سنة فأكثر	
١٠٠%	٥٠	الإجمالي	

المصدر: إعداد الباحثين، بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م.

الشكل رقم (١)

التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وفق التخصص العلمي:



المصدر: إعداد الباحثين، من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م.

من الجدول رقم (١) والشكل رقم (١) يلاحظ الباحثان أن أفراد العينة حسب متغيرات البيانات الشخصية المختلفة (التخصص العلمي، المؤهل العلمي، المسميات الوظيفية، وسنوات الخبرة) كلها تصب إيجاباً على السمات التي تمكنهم من فهمهم لعبارات الاستبانة والإجابة عنها.

٢- تحليل بيانات الاستبانة:

الفرضية الأولى : "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على المدخلات وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية"

الجدول رقم (٢)

الإحصاء الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الفرضية الأولى

ت	العبارات	الانحراف المعياري	المتوسط	المنوال	الأهمية النسبية	درجة الموافقة	الترتيب
١	التأكد من الموافقة الرسمية على مدخلات البيانات قبل تشغيلها بالحاسب الآلي.	١.١٦	٣.٨٠	٤	٧٦%	عالية	٩
٢	تجهيز مدخلات البيانات بشكل سليم	١.٤١	٣.٩٠	٤	٧٨%	عالية	٥
٣	تسجيل مدخلات البيانات في ملفات بيانات الحاسب الآلي بشكل صحيح	١.٠٩	٣.٩٨	٤	٧٩.٦%	عالية	٤
٤	التأكد من عدم فقد مدخلات البيانات .	١.١٩	٤.٠٠	٥	٨٠%	عالية جدا	٣
٥	التأكد من إضافة مدخلات البيانات بشكل صحيح .	١.٢٣	٣.٨٧	٤	٧٧.٤%	عالية	٨
٦	عدم تكرار مدخلات البيانات.	١.٢٢	٣.٨٨	٤	٧٧.٦%	عالية	٧
٧	عدم تغيير مدخلات البيانات .	١.٤١	٤.٠١	٥	٨٠.٢%	عالية جدا	٢
٨	متابعة إجراءات مدخلات البيانات .	١.٠٠	٤.١٢	٥	٨٢.٤%	عالية جدا	١
٩	مراجعة تصحيح العمليات الخاطئة في الوقت المناسب .	١.٢٧	٣.٨٩	٤	٧٧.٨%	عالية	٦

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

يتضح من خلال الجدول (٢) نلاحظ أن الإحصاءات الوصفية لعبارات الفرضية الأولى التي تنص على: (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على المدخلات وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية) فإن الأوساط الحسابية له تقع في المدى ما بين (٣.٨٠ - ٤.١٢) والمنوال (٤ - ٥) والانحراف المعياري يقع في المدى ما بين (١.٠٠ - ١.٤١) لجميع العبارات وحسب المقياس الخماسي ليكرت فان إجابات المبحوثين هي المحايدة و الموافقة والموافقة بشدة.

الجدول رقم (٣)

اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية الأولى

م	العبارة	مربع كاي	درجة الحرية	مستوى المعنوية	القيمة الجدولية	الدلالة
١	التأكد من الموافقة الرسمية على مدخلات البيانات قبل تشغيلها بالحاسب الآلي.	١٣٥.٧٧	١	٠.٠٠٠٠	٤.٥٥	القبول
٢	تجهيز مدخلات البيانات بشكل سليم	١٣٨.٢٥	٢	٠.٠٠٠٠	٤.١٨	القبول
٣	تسجيل مدخلات البيانات في ملفات بيانات الحاسب الآلي بشكل صحيح	١٨٨.٣٩	٢	٠.٠٠٠٠	٤.١٩	القبول
٤	التأكد من عدم فقد مدخلات البيانات .	١٣٩.٤١	٢	٠.٠٠٠٠	٤.٨٧	القبول
٥	التأكد من إضافة مدخلات البيانات بشكل صحيح .	١٨٣.٠٣	١	٠.٠٠٠٠	٤.٢٦	القبول
٦	عدم تكرار مدخلات البيانات.	١٧٣.٧٥	١	٠.٠٠٠٠	٤.٢٢	القبول
٧	عدم تغيير مدخلات البيانات .	١٨١.٩٦	١	٠.٠٠٠٠	٤.٦٧	القبول
٨	متابعة إجراءات مدخلات البيانات .	١٨٨.٩١	٢	٠.٠٠٠٠	٤.٢٥	القبول
٩	مراجعة تصحيح العمليات الخاطئة في الوقت المناسب .	١٨٣.١٤	١	٠.٠٠٠٠	٤.٠٩	القبول

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

يتضح من الجدول رقم (٣) لاختبار صحة الفرضية الأولى التي تنص على: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على المدخلات وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية" تم استخدام اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية وجاءت قيم مربع كاي المحسوبة (١٣٥.٧٧ - ١٣٨.٢٥ - ١٨٨.٣٩ - ١٣٩.٤١ - ١٨٣.٠٣ - ١٧٣.٧٥ - ١٨١.٩٦ - ١٨٨.٩١ - ١٨٣.١٤) والقيمة الجدولية تقع في المدى ما بين (٤.٠٩ - ٤.٨٧) وبدرجات حرية (٢-١) وبمستوى دلالة Sig لجميع العبارات (٠.٠٠٠) وعند مقارنة مستوى الدلالة sig بمستوى المعنوية المسموح به (٠.٠٠٥) نجد أن مستوى الدلالة sig تقل عن مستوى المعنوية مما يعني وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لعبارات الفرضية؛ وعلى ذلك يتأكد أن الرقابة الداخلية على المدخلات ساهمت في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

الفرضية الثانية: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على التشغيل وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية"

الجدول رقم (٤)

الإحصاء الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الفرضية الثانية

ت	العبارات	الانحراف المعياري	المتوسط	النوال	الأهمية النسبية	درجة الموافقة	الترتيب
١	التصديق على جميع العمليات التي يراد تشغيلها .	١.٠٦	٣.٩٢	٤	%٧٨.٤	عالية	٥
٢	تشغيل جميع العمليات بالحاسب الآلي بشكل سليم .	١.٢١	٣.٦٥	٤	%٧٣	عالية	٨
٣	عدم إضافة عمليات غير مصرح بها .	١.١٣	٣.٩٨	٤	%٧٩.٦	عالية	٣
٤	عدم حذف بعض العمليات التي يراد تشغيلها .	١.١٩	٣.٧٢	٤	%٧٤.٤	عالية	٧
٥	عدم استنساخ العمليات بصورة غير رسمية.	١.١٨	٣.٩٦	٤	%٧٩.٢	عالية	٤
٦	تصحيح أخطاء التشغيل في التوقيت المناسب .	١.٠٧	٤.٠٢	٥	%٨٠.٤	عالية جدا	٢
٧	تحديد أخطاء التشغيل في الوقت المناسب .	١.٢٣	٣.٨٧	٤	%٧٧.٤	عالية	٦
٨	عدم فقدان العمليات بصورة غير رسمية .	١.١٥	٤.٢٠	٥	%٨٤	عالية جدا	١

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

من خلال الجدول رقم (٤) يلاحظ الباحثان أن الإحصاءات الوصفية لعبارات الفرضية الثانية التي تنص على "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على التشغيل وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية" فإن الأوساط الحسابية له تقع في المدى ما بين (٤.٢٣ - ٤.٠٠) والنوال (٤ - ٥) والانحراف المعياري يقع في المدى ما بين (٠.٨٦ - ١.٢٢) لجميع العبارات وحسب المقياس الخماسي ليكرت فإن إجابات المبحوثين هي موافق وموافق بشدة.

الجدول رقم (٥)

اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية الثانية:

م	العبارة	مربع كاي	درجة الحرية	مستوى المعنوية	القيمة الجدولية	الدلالة
١	التصديق على جميع العمليات التي يراد تشغيلها .	١٨٠.٦٧	٢	٠.٠٠٠	٤.١٠	القبول
٢	تشغيل جميع العمليات بالحاسب الآلي بشكل سليم .	١٩٠.٧٨	١	٠.٠٠٠	٤.٦١	القبول
٣	عدم إضافة عمليات غير مصرح بها .	١٧٣.٨٧	١	٠.٠٠٠	٤.٥٠	القبول
٤	عدم حذف بعض العمليات التي يراد تشغيلها .	١٨٢.١٣	٢	٠.٠٠٠	٤.٦١	القبول
٥	عدم استنساخ العمليات بصورة غير رسمية.	١٦٩.٩٠	١	٠.٠٠٠	٤.٥٧	القبول
٦	تصحيح أخطاء التشغيل في التوقيت المناسب .	١٩٠.٣٠	٢	٠.٠٠٠	٤.٣٢	القبول
٧	تحديد أخطاء التشغيل في الوقت المناسب .	١٨٥.٧٢	٢	٠.٠٠٠	٤.٧٣	القبول
٨	عدم فقدان العمليات بصورة غير رسمية .	١٨٣.٢١	١	٠.٠٠٠	٥.٠٤	القبول

المصدر: إعداد الباحثين، من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

لاختبار صحة الفرضية التي تنص على: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على التشغيل وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية" تم استخدام اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية وجاءت قيم مربع كاي المحسوبة (١٨٠.٦٧ - ١٩٠.٧٨ - ١٧٣.٨٧ - ١٨٢.١٣ - ١٦٩.٩٠ - ١٩٠.٣٠ - ١٨٥.٧٢ - ١٨٣.٢١) وبدرجة حرية (١ - ٢) والقيمة الجدولية تقع في المدى ما بين (٤.١٠ - ٥.٠٤) وبمستوى دلالة Sig لجميع العبارات (٠.٠٠٠) وعند مقارنة مستوى الدلالة sig بمستوى المعنوية المسموح به (٠.٠٥) نجد أن مستوى الدلالة sig تقل عن مستوى المعنوية مما يعني وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري الفرضية، وبما يدل على أن الرقابة الداخلية على التشغيل ساهم في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

الفرضية الثالثة: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على المخرجات وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية".

الجدول رقم (٦)

الإحصاء الوصفي لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الفرضية الثالثة

ت	العبارات	الانحراف المعياري	المتوسط	المنوال	الأهمية النسبية	درجة الموافقة	الترتيب
١	التأكد من نتائج عمليات التشغيل الصحيحة .	١.١٣	٤.٠٢	٥	%٨٠.٤	عالية جدا	١
٢	تداول المخرجات على الموظفين المختصين فقط .	١.٠٩	٣.٨٨	٤	%٧٧.٦	عالية	٣
٣	عند توفير المخرجات للموظفين المختصين في التوقيت المناسب.	٠.٩٦	٤.٠٠	٥	%٨٠	عالية جدا	٢
٤	تقديم صورة لما سيكون عليه شكل المخرجات بحيث يمكن من معرفة ما يتوقع أن توفره التجارة الإلكترونية من معاملات.	١.٢٠	٣.٧٤	٤	%٧٤.٨	عالية	٥
٥	الوصول إلى البيانات المحفوظة على ملفات الحاسب الآلي.	١.٢٢	٣.٨٢	٤	%٧٦.٤	عالية	٤

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

يتضح من خلال الجدول رقم (٦) يلاحظ الباحثان أن الإحصاءات الوصفية لعبارات الفرضية التي تنص على "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على المخرجات وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية" فإن الأوساط الحسابي له تقع في المدى ما بين (٣.٧٤ - ٤.٠٢) والمنوال (٤ - ٥) والانحراف المعياري يقع في المدى ما بين (٠.٩٦ - ١.٢٢) لجميع العبارات وحسب المقياس الخماسي ليكرت فان إجابات المبحوثين هي موافق وموافق بشدة.

الجدول رقم (٧)

اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية الثالثة

م	العبارة	مربع كاي	درجة الحرية	مستوى المعنوية	القيمة الجدولية	الدلالة
١	التأكد من نتائج عمليات التشغيل الصحيحة .	١٨٢.٥٠	٢	٠.٠٠٠	٤.٥٢	القبول
٢	تداول المخرجات على الموظفين المختصين فقط .	١٧٥.٨٨	١	٠.٠٠٠	٤.٣٦	القبول
٣	عند توفير المخرجات للموظفين المختصين في التوقيت المناسب.	١٨٦.٢٦	١	٠.٠٠٠	٤.٩٩	القبول
٤	تقديم صورة لما سيكون عليه شكل المخرجات بحيث يمكن من معرفة ما يتوقع أن توفره التجارة الإلكترونية من معاملات.	١٨٧.٤٨	١	٠.٠٠٠	٤.١٧	القبول
٥	الوصول إلى البيانات المحفوظة على ملفات الحاسب الآلي.	١٧٠.٥١	١	٠.٠٠٠	٤.٢٩	القبول

المصدر: إعداد الباحثين، من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

يتضح من الجدول رقم (٧) لاختبار صحة الفرضية التي تنص على: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على المخرجات وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية" تم استخدام اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية وجاءت قيم مربع كاي المحسوبة (١٨٢.٥٠ - ١٧٥.٨٨ - ١٨٦.٢٦ - ١٨٧.٤٨ - ١٧٠.٥١) وبدرجة حرية (١ - ٢) والقيمة الجدولية تقع في المدى ما بين (٤.١٧ - ٤.٩٩) وبمستوى دلالة Sig لجميع العبارات (٠.٠٠٠) وعند مقارنة مستوى الدلالة sig بمستوى المعنوية المسموح به (٠.٠٥) نجد أن مستوى الدلالة sig تقل عن مستوى المعنوية مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لعبارات الفرضية، وذلك يؤكد أن الرقابة الداخلية على المخرجات ساهم في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

ملخص نتائج فرضيات الدراسة:

وفيما يلي ملخص لنتائج التحليل الإحصائي الوصفي لجميع فرضيات الدراسة.

الجدول رقم (٨)

ملخص نتائج التحليل الإحصائي الوصفي لفرضيات الدراسة

م	فرضيات الدراسة	الانحراف المعياري	المتوسط	الأهمية النسبية	درجة الموافقة	مربع كاي	مستوى المعنوية	النتيجة
١	الفرضية الأولى	٠.٨٢	٤.٤٤	%٨٨.٨	عالية جداً	١٣٩.٧٧	٠.٠٠٠	قبول
٢	الفرضية الثانية	٠.٨٩	٤.٥٤	%٩٠.٨	عالية جداً	١٤٦.٨٨	٠.٠٠٠	قبول
٣	الفرضية الثالثة	٠.٨٨	٤.٣٨	%٨٧.٦	عالية جداً	١٣٣.٨٧	٠.٠٠٠	قبول

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م.

يلاحظ من الجدول رقم (٨) الذي يوضح ملخص نتائج التحليل الوصفي لفرضيات الدراسة، الفرضية الأولى التي تنص على "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على المدخلات وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية" نجد أن أغلبية المبحوثين يوافقون على جميع عبارات الفرضية الأولى وذلك من خلال الوسط الحسابي لجميع العبارات حيث نجد انه اكبر من الوسط الفرضي (٣) حيث بلغ متوسط إجابات المبحوثين على جميع العبارات (٤.٤٤) ونسبة الأهمية بلغت (%٨٨.٨) وقيمة مربع كاي (١٣٩.٧٧) ومستوى المعنوية (٠.٠٠٠) وذلك يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية مما يؤكد أن فرضية الدراسة الأولى قد تحققت وأن الرقابة الداخلية على المدخلات ساهمت في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

الفرضية الثانية: التي تنص على "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على التشغيل وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية" نجد أن أغلبية المبحوثين يوافقون على جميع

عبارات الفرضية الثانية وذلك من خلال الوسط الحسابي لجميع العبارات حيث نجد انه اكبر من الوسط الفرضي (٣) حيث بلغ متوسط إجابات المبحوثين على جميع العبارات (٤.٨٩) ونسبة الأهمية بلغت (٩٠.٨%) وقيمة مربع كاي (١٤٦.٨٨) ومستوى المعنوية (٠.٠٠٠) وذلك يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية مما يؤكد أن فرضية الدراسة الثانية قد تحققت، وأن الرقابة الداخلية على التشغيل ساعد في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

الفرضية الثالثة: التي تنص على " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقابة الداخلية على المخرجات وتأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية" نجد أن أغلبية المبحوثين يوافقون على جميع عبارات الفرضية الثالثة وذلك من خلال الوسط الحسابي لجميع العبارات حيث نجد انه اكبر من الوسط الفرضي (٣) حيث بلغ متوسط إجابات المبحوثين على جميع العبارات (٤.٣٨) ونسبة الأهمية بلغت (٨٧.٦%) وقيمة مربع كاي (١٣٣.٨٧) ومستوى المعنوية (٠.٠٠٠) وذلك يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية ويؤكد أن فرضية الدراسة الثالثة قد تحققت، وأن الرقابة الداخلية على المخرجات ساهمت في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

سادساً: الخاتمة: واشتملت على النتائج والتوصيات

١- النتائج:

- من خلال الإطار النظري وتحليل بيانات لدراسة الميدانية توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:
- أ. ساهمت الرقابة الداخلية على مدخلات البيانات في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية بالمصارف السودانية.
 - ب. التأكد من الموافقة الرسمية على مدخلات البيانات وتجهيزها بشكل سليم مكن من تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.
 - ج. الرقابة الداخلية على تشغيل البيانات ساعدت في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.
 - د. التصديق على جميع البيانات التي يراد تشغيلها والتأكد من عدم إضافة عمليات غير مصرح بها عمل على تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.
 - هـ. ساعدت الرقابة الداخلية على مخرجات البيانات في تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.
 - و. مكن توفير المخرجات للموظفين المختصين في الوقت المناسب من تأمين عمليات التجارة الإلكترونية في المصارف السودانية.

٢- التوصيات:

- بناء على ما تم التوصل إليه من نتائج توصي الدراسة بما يلي:
- أ. العمل على إحكام نظام الرقابة الداخلية لضمان سلامة التعاملات الإلكترونية في المصارف السودانية.
 - ب. أهمية تشغيل جميع العمليات بالحاسب الآلي في المصارف السودانية بشكل سليم وعدم إضافة عمليات غير مصرح بها لتأمين عمليات التجارة الإلكترونية.
 - ج. عدم حذف بعض العمليات التي يراد تشغيلها وعدم استنساخ العمليات بصورة غير رسمية.
 - د. ضرورة توفير المخرجات وعدم تداولها إلا للموظفين المختصين بالمصارف السودانية وفي التوقيت المناسب.
 - هـ. تعزيز ودعم نظام الرقابة الداخلية من قبل الإدارة العليا في المصارف السودانية.
 - و. العمل على تدريب وتأهيل الموظفين وتطوير قدراتهم بالمصارف السودانية بما يتوافق مع تطور النظم الإلكترونية المختلفة.

سابعاً: قائمة المصادر والمراجع:

١- المراجع باللغة العربية:

١. أحمد، أحمد أيمن، (٢٠١١م) دور نظم المعلومات المحاسبية في الحد من مخاطر التجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير في المحاسبة غير منشورة.
٢. عودة، أحمد نوفل، (٢٠١١م) كفاءة وفاعلية الرقابة الداخلية في تقييم أداء المؤسسات الحكومية، مجلة كلية التراث الجامعة، بغداد، العدد ٢٠.
٣. مسعود، عبد الوهاب أحمد عبد الله (٢٠١٤م)، دور الرقابة الداخلية في رفع كفاءة الأداء المالي، مجلة جامعة الناصر، اليمن، العدد الرابع.
٤. عبد الحليم، صفوان قصي، (٢٠١٦م)، تقويم نظام الرقابة الداخلية على وفق المعلومات المحاسبية المضللة، رسالة ماجستير منشورة، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، العدد ٩٣ المجلد ٢٢.
٥. إبراهيم، محمد المعتز المجتبي (٢٠١٧م)، دور المعلومات المحاسبية في زيادة فعالية أداء التجارة الإلكترونية لضمان ترشيد قرارات المستخدمين، رسالة دكتوراه في المحاسبة غير منشورة .
٦. غزال، مصباح، وسعيد، عمر، وحسين، صدام، (٢٠١٨م)، أثر تكنولوجيا المعلومات على فاعلية نظام الرقابة الداخلية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، محاسبة وتدقيق، جامعة الشهيد حمه لخضر، الجزائر
٧. شحاته، شحاته السيد، (٢٠١٨م)، أساسيات الرقابة والمراجعة الداخلية (الإسكندرية : دار التعليم الجامعي).
٨. عياش، عبد الوهاب أحمد عبد الله مسعود، (٢٠١٤م) دور الرقابة الداخلية في رفع كفاءة الأداء المالي، اليمن، مجلة جامعة الناصر، العدد الرابع يوليو -ديسمبر.
٩. عودة، أحمد نوفل، كفاءة وفاعلية الرقابة الداخلية في تقييم أداء المؤسسات الحكومية، مجلة كلية التراث الجامعة، العدد العشرون، بغداد.
١٠. أرينز، ألفين، ولوبك، جميس، (٢٠٠٧م)، المراجعة مدخل تكامل (الرياض : دار المريخ للنشر).
١١. سنتبارت، بول ج، ورومني مارشال، (٢٠٠٩م)، نظم المعلومات المحاسبية، تعريب د.قاسم إبراهيم الحسيني، (الرياض : دار المريخ للنشر)، الجزء الأول.
١٢. حسين، إيمان إبراهيم، المراجعة والرقابة في نظم المحاسبة، (٢٠١٨م)، (الإسكندرية : مؤسسة شباب الجامعة).

١٣. نور، أحمد محمد، (١٩٩٢)، مراجعة الحسابات من الناحيتين النظرية والعملية، (الإسكندرية : مؤسسة شباب الجامعة).
١٤. الخطيب، خالد راغب، (٢٠١٠م)، الرقابة المالية والداخلية في القطاع العام والخاص، (عمان : مكتبة المجمع العربي للنشر والتوزيع).
١٥. جماني، مسعود، (٢٠٠٨م)، أثر التجارة الإلكترونية على إنتاجية وتنافسية المؤسسة، رسالة ماجستير في المحاسبة .
١٦. بالساكر، صارة، (٢٠١٥م)، التجارة الإلكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية، رسالة ماجستير .
١٧. السهيلي، خالد بداح، (٢٠١١م)، مستوى التحديات الضريبية التي تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير .
١٨. سالم، فؤاد الشيخ، وعود، محمد سليمان، (٢٠٠٥م)، المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد ١، العدد ١ .
١٩. عبد الفتاح بيومي حجازي ، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الكتاب الأول نظام التجارة الإلكترونية وحمايتها مدنياً، (الإسكندرية : دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٢م).
٢٠. فاطمة عثمان يوسف، (٢٠١٥م)، أثر التجارة الإلكترونية على تطوير نظم المعلومات المحاسبية، رسالة ماجستير في المحاسبة.
٢١. الشافعي، جلال، (٢٠٠٤م)، التجارة الإلكترونية والضرائب (القاهرة : مؤسسة الأهرام).
٢٢. عبد الحميد، عبد المطلب، (٢٠١٤م)، اقتصاديات التجارة الإلكترونية، (الإسكندرية :الدار الجامعية).
٢٣. البدور، زيدان بدر، (٢٠١٣م)، واقع التجارة الإلكترونية في الدول العربية، رسالة ماجستير في العلوم التجارية.
٢٤. البشير، الهادي محمد الهادي، (٢٠١٢م)، دور التجارة الإلكترونية في سياسات التحرير الاقتصادي، رسالة ماجستير في الاقتصاد.
٢٥. عبد الملك، عماد مجدي، (٢٠١١م)، التجارة الإلكترونية عربياً - دولياً، (مصر : دار المطبوعات الجامعة،) .
٢٦. صفاء، فحماز، (٢٠١٥م)، التجارة الإلكترونية كأداة للتنافس في الأسواق العالمية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية
٢٧. أبو مصطفى، سليمان عبد الرازق، (٢٠٠٥م)، التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير في الفقه المقارن.

٢٨. الأمين، حسام سامي عبد الرازق، (٢٠١٠م)، ملائمة بيئة الرقابة الداخلية في ظل التجارة الإلكترونية بالتطبيق على مدققي الحسابات الأردنيين، رسالة دكتوراه الفلسفة في المحاسبة غير منشورة.
٢٩. محمد، المليجي، وحسني، أسامة، (٢٠٠١ م)، استخدام مستخرجات التقنية العلمية الحديثة و أثره على قواعد الإثبات المدني، (القاهرة : دار النهضة).
٣٠. غنيم، أحمد محمد، (٢٠٠٩م)، التسوق والتجارة الإلكترونية بين التقريب والتطبيق، (القاهرة : المكتبة العصرية).
٣١. قبيعة، محمد جمال، (١٩٩٨م)، موسوعة التطوير الإلكتروني للمؤسسات، (بيروت : دار الراتب الجامعية)، مكتبة المكاتب، المجلد الأول.

٢- المراجع باللغة الأجنبية:

١. Mohamed, Adel ,(٢٠١٢) The Effect of E-commerce on the Accounting Information System of Jordan Banks .
٢. Gholam Razavi,(٢٠١٤), Emad Houssieni, Mohamed Houssien Razav, Determination of Barriers To E – Commerce in Companies Reducing Sports Equipment and Goods : The Perspective of Sport Mangers Iran.

The Effect of Body image and Self-esteem on Selfie addiction among fresh female students at Ahfad University-Omdurman/Sudan.

Dr. Ibrahim Abdel Rahim Ibrahim Humaida*

Abstract

This study aimed to examine the effect of body image and self-esteem on selfie addiction among fresh female students at Ahfad University(Sudan), as well as to investigate the correlation between body image and self-esteem. To achieve those objectives, the researcher adopted the descriptive research method. The sample included (400) female students whose average age was (22.5) years, selected by using a simple random sample. The study was conducted by administering three scales. The results of the study indicated that (50%) of the sample suffered from the selfie addiction between moderate to severe levels. There was a significant correlation between selfie addiction, self-esteem and body image. Moreover, it was found that both body image and self-esteem had a predictive ability to increase likelihood of selfie addiction among females. The study recommended that professionals should consider preparing prevention programs for those who have traits of a selfie addiction behavior.

Keywords: Body image, Self-esteem, Selfie addiction, females, Sudan.

المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى فحص تأثير صورة الجسد وتقدير الذات على إدمان الصور الشخصية لدى الطالبات الجدد في جامعة الأحفاد (السودان)، وكذلك لمعرفة العلاقة بين صورة الجسد وتقدير الذات. ولتحقيق تلك الأهداف اعتمد الباحث المنهج الوصفي. وشملت العينة (400) طالبة متوسط أعمارهن (22.5) سنة، تم اختيارهن باستخدام عينة عشوائية بسيطة. أجريت الدراسة من خلال تطبيق ثلاثة مقاييس. أشارت نتائج الدراسة إلى أن (50%) من العينة يعانون من إدمان السيلفي بين المستويات المتوسطة والشديدة. كان هناك ارتباط كبير بين إدمان الصور الشخصية وتقدير الذات وصورة الجسد. علاوة على ذلك، وجد أن كلاً من صورة الجسد واحترام الذات لهما قدرة تنبؤية على زيادة احتمالية إدمان الصور الشخصية بين الإناث. أوصت الدراسة بضرورة أن يفكر الخبراء النفسيين في إعداد برامج وقائية لأولئك الذين لديهم سمات سلوك إدمان الصور الشخصية.

الكلمات المفتاحية: صورة الجسد، تقدير الذات، إدمان الصور الشخصية، الإناث، السودان.

* Associate Professor- Psychology Dept. -Faculty of Arts- Omdurman Islamic University.

Introduction

In the Eastern nations, taking pictures for memories was not a big part of the culture, until selfies came into existence. Today, taking a picture of yourself (selfies) has become a phenomenon worldwide, especially among females at young ages. In the past few years, a great number of individuals, practiced taking selfies for themselves, which made the phenomenon of the selfies one of the interesting topics for researchers in the socio-psychological field. As a result, some research was conducted to examine this phenomenon and its relationship with individuals' personalities and their self-esteem (March & McBean, 2018).

Recently scholars have started to examine selfie-related behavior, with an emphasis on young women. However, few studies have focused on individual's selfie considering different variables such as a close friend, body image and self-esteem of young females. Concerning the rapid growth of investigation regarding self-photographing, which is considered as an aspect of social media and social networking sites, that has been a common phenomenon in everyday life. On the other hand, mobile phones and smart devices that have recently attracted millions of people all over the globe, emphasized by remarkable developments in the technology, have enhanced the individuals to communicate with each other, create personal profiles, in addition to post pictures and photos. Thus, social ties seem to be growing particularly among fresh university students across cultures (Haggard, K.M.2014).

1.2. Statement of the research problem:

To many researchers, taking selfies is rather controversial issue. The American Psychiatric Association (APA), confirmed that taking selfies is a mental disorder. Some psychologists view selfies as a form of obsessive compulsive disorder. However, there are some positive aspect of taking selfies as it is a kind of self-exploration and communication.

This current research seeks to answer the following questions:

- 1.What the level of selfie addiction among fresh female students in Ahfad university?
2. Is there any significant correlation between selfie addiction, self-esteem, and body image?
3. Can selfie addiction be predicted by self-esteem and body image?

1.3. Objectives:

General: To identify the prevalence of selfie addiction in fresh female students.

Specific: To highlight the nature of relationship between selfie addiction, self-esteem, and body image.

1.4. Hypotheses

- 1- Selfie addiction among fresh female students was significantly moderate.
- 2- There was a significant correlation between selfie addiction, self-esteem, and body image.
- 3- Body image and self-esteem could predict selfie addiction.

2. Literature Review

2.1. Selfies addiction and Self-esteem

A selfie is a picture that is taken by an individual to himself without the assistance of others, by using a fast self-portrait made with a smartphone or webcam that can be immediately posted and distributed into a social media (March & McBean, 2018), According to Oxford Dictionaries, “Selfie.” is the word of the year for 2013, and the word was invented to describe the act of taking self-portrait and sharing it on social networks. Taking and sharing selfies have become common with the advent of various smart devices and social media (Sung, Lee, Kim, & Choi, 2016), As the phenomenon of taking and sharing selfies has become widespread between individuals around the world, several researchers have studied selfies from different socio-psychological perspectives. These studies can be classified into two main categories: studies that investigate how personality traits are related to selfies, and studies that investigate how people socially perceive selfies (Shin, Kim, & Chong, 2017).

Erik Erikson’s model of ego development encompasses a series of eight psychosocial tasks that intensify to a crisis or turning point in an ordered sequence extending across the life cycle. The majority of freshmen students fall in Erikson’s fifth developmental stage which is the age between 12 and 18 years. This stage is described as the stage of (Identity vs. Role Confusion), During this stage of adolescence, children explore their independence and develop a sense of self. If this stage, went successfully, then an individual will develop an ability to stay true to oneself, have positive self-esteem and clear identity. However, a failure leads to confusion and a weak self-image. adolescence who don't have a strong sense of their own identity can easily get influenced by others around them, especially peers. This stage is critical because if they get wrongly influenced by peers they

can easily get into awful habits (Hattangadi,2019), In this research, looking from the lens of the human developmental theory was imperative as it provides a clear explanation of the characteristics of individuals at freshman students' developmental stage in specific as well as clarifying the logic behind their behaviors and looking in-depth into the surrounding components that influence them. Moreover, understanding human development stages theory is beneficial to support this study with a strong recommendation on how to deal with any conflict that might appear in these development stages professionally.

Personal identity and a sense of self are the main concerns for adolescence during their developmental stages, which is the stage of a transition from childhood to adulthood. If this stage went successfully, individuals will turn into their adulthood stage with a clear vision of their identities and a high sense of self, otherwise, individuals might experience an identity crisis that will negatively impact their self-esteem and self-identity (McLeod & Erikson, 2008), The issue of low self-esteem and identity concern can emerge on individuals via different external behaviors. Past studies had found that taking a lot of selfies can be one of the behaviors that indicate a divergence on an individual's self-esteem (March & McBean, 2018), In an exploratory study consisted of 15 in-depth interviews with women who were 19-30 years of age, the searchers found that the issue of self-esteem can explain the behavior of taking a lot of selfies, in which woman who is deeply engaged in taking a lot of selfies is for the purpose of enhancing their self-esteem (Pounders, Kowalczyk, & Stowers, 2016), Moreover, a recent study conducted by Biolcati and Passini (2018), found a positive correlation between the selfie posting behavior and the negative self-esteem of individuals, and people with high self-esteem do not get to be involved in selfie posting behavior.

The image of the body is found to be a concern for individuals at the adolescent age and it plays a significant role in their self-esteem. When they are satisfied with their body image, their confidence level upsurge, thus, a low self-esteem and depressive signs emerge in their behaviors (Paxton et al., 2006). A study that was conducted by Grossbard, Lee, Neighbors, and Larimer (2009) examined body image concerns and its impact on the issue of self-esteem in male and female college students and found that the contingent self-esteem issue is positively correlated with a more negative body image concerns, and it would be more evident among female college students compared to male college students. In a similar study, Sira and White (2010) indicated that body image is a combination

that depends upon inner biological and psychological components and is it an important aspect of the individual's self-esteem and mental health across their lifetime. Longitudinal studies had addressed the impact of a negative view of the body image on individuals with considering their ages and genders (Mellor et al., 2010). However, less research attention has been directed toward a translation of this internal, unconscious, self-esteem conflict into more obvious external behaviors. Thus, this study came to spot the light on the phenomena of the intensive selfies behaviors that young adults are involved in these days to seek a better understanding of the phenomenon of selfies, particularly in relation to the body image and self-esteem of young females.

2.2. Selfie addiction and Body Image

Taking a lot of selfies is one of the behaviors that researchers in the field had found to be an indication of the dissatisfaction toward individuals' body image and a sign of low self-esteem. Mills, Musto, Williams, and Tiggemann (2018) found in their experimental study that women who reported to have a lower perception of their physical appearance and attractiveness tend to take and post more selfie compared to others who are more satisfied with their body image. From another angle, previous researches have also found that compared to men, women tend to be engaged in more photo-enhancement behaviors for a positive self-presentations and it was concluded that taking and posting a selfie is a risk behavior that can negatively impact young women's body image and self-esteem (Toma & Hancock, 2010; Haferkamp, Eimler, Papadakis, & Kruck, 2012). In a similar study, a group of researchers has found that the concern about photo manipulation and selfie posting pictures might be risky associated with body dissatisfaction for both men and women at the same level (Lonergan, et al., 2019).

3. Method

3.1. Study Design

The researcher adopted the descriptive research methodology in which self-report measures can be used on accurately selected samples. It is a flexible method that can also be utilized to study a wide range of basic and applied researches.

3.2. Participants

The participants were (400) fresh female students at Ahfad university of women, which was established in 1966, and it is a private women's university in Omdurman- Sudan. They ranged in age from 19-24 years old ($M=22.5$, $SD=0.61$), and their GPAs ranged from (80% to 98.8%). These participants were selected

through simple random sampling. They all have a selfie camera in their mobile phones.

3.3. Instruments

1. Selfie Addiction Scale: The selfie addiction scale was prepared electronically by the researcher. After matching items with selfie addiction symptoms in International Classification of Diseases (ICD-11), and after reviewing previous studies, to ensure understanding or modification of the items. The exploratory experiment was conducted on a sample of 12 students. It consists of 16 items, all of the self-report type, which individuals respond to in the light of a 5-point Likert-Type scale (1=Never, 2=Rarely, 3=Sometimes, 4=Often, and 5= Always), and the higher scores indicate a high level of intensity and frequency for selfie behavior. The total score ranges from 16 - 80 scores. The validity of the scale was confirmed by the internal consistency through the correlation between each item and total score ranged between (40 and 69), which indicates the validity of the scale. The Cronbach's alpha coefficient for all 16-items was (0.87), and split-half coefficient was (0.82).

2. Body Image Scale: This scale was developed by Annabelle, (2011), consisting (27)items and is located in two dimensions: First: a person's perception of his body, which is positive or negative, and includes the following items: 1, 2, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 12, 13, 16, 17, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26. Second: Person's perception of his body through the views of others such as family, friends and colleagues, and includes the following items: 3, 8, 11, 14, 15, 18, 22, 27. All items was self-report type, which individuals respond to in the light of a 5-point Likert-Type scale (1=Never,2=Rarely,3=Sometimes,4=Often,and5= Always), and the higher scores indicate a high level of Positive body image and satisfaction with the shape of his body. The total score ranges between 27- 80 score. The validity of the scale was confirmed by the internal consistency through the correlation between each item and the total score ranged between (.29 and .73), indicating validity of the scale. The Cronbach's alpha coefficient for all 27-items was (0.88), and the split-half coefficient was 0.87.

3. Self – esteem Scale: This scale was developed by Youssef (2011), consisting (14) items. All items were self-report type, which individuals respond to in the light of 5-point Likert-Type scale (1=Never, 2=Rarely, 3=Sometimes, 4=Often, and 5= Always), and the higher scores indicate a high level of A high sense of self-worth or personal value. The total score ranges between 14-70 score. The validity

of the scale was confirmed by the internal consistency through the correlation between each item and the total score ranged between (.44 and .68), indicating validity of the scale. The Cronbach's alpha coefficient for all 14-items was (0.85) , and the split-half coefficient was (0.76).

3.4. Data Analysis

For analyzing the data gleaned from the study, the researchers employed (SPSS), using the following statistical methods: Pearson's Correlation Coefficient, and multiple regression.

4. Results

The level of selfie addiction among fresh female students at Ahfad University was interpreted in terms of three categories. These categories were as follows: Mild selfie addiction (16 - 37), Moderate selfie addiction (38-53), Severe selfie addiction (54 -80). In light of these criteria, the frequency and percentage of the distribution of participants in selfie addiction were identified, as shown in both Table 1 and Figure 1.

Table (1) Shows the level of selfie addiction among female students (N = 400)

Level of selfie addiction	Frequency (n)	Percentage (%)
Mild	200	50%
Moderate	130	33%
Severe	70	17%
Total	400	100%

The result indicated that the largest category of selfie addiction is mild (200 students; 50%), the students did not demonstrate selfie addiction on the scale.

Table (2): Pearson's Correlation between selfie addiction, self-esteem, and body image.

Variables	R	P. value
Selfie addiction	.78**	.05
Self-esteem	.77**	.05
Body image	.65**	.05

** Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlation analysis indicated that there was a significant correlation between selfie addiction, self-esteem, and body image.

Table (3) Multiple Regression Analysis of predictors.

Predictors	Model 1(SA)		Model 2(SE)		Model 3(BI)	
	b	t	b	t	b	t
S A	12*	2.57	.20*	4.17	.09	1.88
S E	14*	3.21	.31***	5.11	.08	1.77
B I	15**	4.31	.54**	6.21	.09*	1.99
R²	.03**		.08***		.14**	
F	3.86		11.65		17.44	

SA: selfie addiction; SE: self-esteem; BI: body image.

$P^* \leq .05$; $P^{**} \leq .01$; $P^{***} \leq .0001$

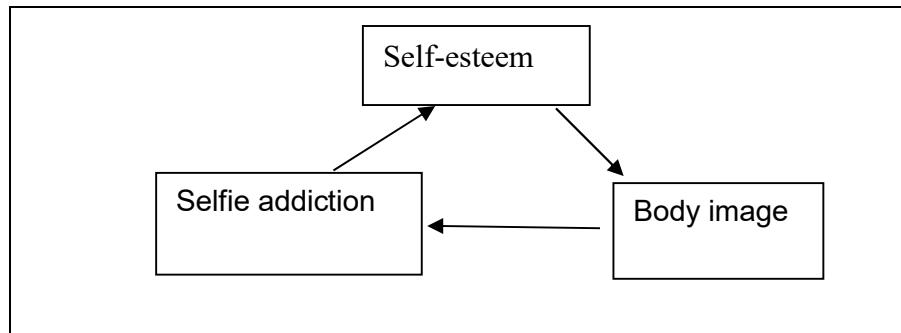


Figure 1. The mutual effects of both self-esteem and body image on selfie addiction.

5. Discussion

The results of the first hypothesis indicated that the participants are involved in this behavior in a level between moderate to severe, which supported the previous studies that presented the selfie addiction as a current phenomenon that needs to be considered from a psychological perspective (Wang, Yang, & Haigh, 2017). This is an indication for their psychosocial adjustment, i.e., despite their use of mobile, they did not suffer from selfie addiction. In the next largest category of moderate selfie addiction (130 students; 33%). This category might benefit from some prevention programs so that the risk factors do not increase their degree of selfie addiction. The last category of severe selfie addiction (70 students; 17%), includes those who need treatment programs, either individual or group psychotherapy to reduce the level of selfie addiction (Bothina, E.S.2019).

Concerning the result of the second hypothesis, it was found that there was a significant correlation between selfie addiction, self-esteem and body image. At the adolescence developmental stage, friendship is valuable and it is considered the main source of influence and major support in life (Hattangadi, 2019) & (Gorrese, 2013). Moreover, this finding supported by other researchers who found that body satisfaction is one of the main factors that influence individuals' self-esteem (Sira & White, 2010), Children's self-esteem is influenced by their body image and physical appearance and as they grow up into adolescence and adulthood, individuals' self-esteem is directly related to how they perceive their body satisfaction (Gurari, Hetts, & Strube, 2006).

One of the major findings of the study showed that the positive body image has a predictive ability to increase selfie addiction. This interesting finding was different than many previous studies that found a tendency from individuals with a lower perception of their physical appearance and body image to take more selfie compared to others who are more satisfied with their body image (Toma & Hancock, 2010; Haferkamp, Eimler, Papadakis, & Kruck, 2012), However, in this current study, the finding can be explained that individuals at these developmental stages who are satisfied by their physical appearance, tend to use tools such as selfie to share this notion of themselves with others. Thus, the reason that people with positive body image tend to take more selfies could be because they needed constant attention, social validation and they relied too much on the response of others to maintain their high self-esteem.

The third hypothesis's result found that Body image and self-esteem could predict selfie addiction. Self-esteem is defined as an individual's overall self-evaluation of one's worth (Rosenberg, 1965; Weiten, 2004). According to Amirazodi & Amirazodi (2011), the individuals' self-esteem expresses the evaluation and the respect they make to themselves. When individuals are internally satisfied, they do not need to be involved in any external behavior or fake tools for self- presentation. Many previous studies have supported this finding as they presented a relationship between taking a lot of selfies and having low self-esteem. In a similar study that was conducted by Blades (2014), the result showed that 60% of the females who are involved in the behaviors of taking a lot of selfies admitted having low self-esteem. In a similar result, Biolcati and Passini (2018), found a positive correlation between the selfie posting behavior and the negative self-esteem of individuals, and people with high self-esteem do not get to be involved in selfie posting behavior. Thus, individuals who have high self-esteem do not use tools such as selfies for self-representation because they are internally satisfied (Gillen, M.2020).

6. Conclusion:

This research was conducted to investigate the level of selfie addiction among fresh female students. The study revealed that 50% of participants were moderately addicted to selfies.

The result also found that there was a positive correlation between selfie addiction, body image and self-esteem. Further, it was found that both self-esteem and body image were predictors to increase selfie addiction among female students.

The trend of photography has created a space positive Unfortunately, it also found a negative expression which makes me assure that the creators and developers of the means and modern technological tools, including cameras of those who have studied the human psyche deeply, they are fully aware that everyone has narcissism. All individuals have some narcissism and this is part of the nature of the human psyche, and there is no doubt that reports confirmed that selfie is a psychological disorder.

7. Recommendations

- 1- It is important for mental health professionals to explore how the individual uses selfies as an important part of a mental health assessment.
- 2- Attempts need to be made at personal and societal levels to reduce selfie addiction among females.

3- Health professionals need to provide healthy ways for addicts to spend their time.

8. Suggestions for Further Researches:

1- An in depth study can be done using a more representative samples.

2-Large surveys and quantitative analysis with more relevant variables such as gender and age will give precise results.

3. A cross-cultural study should be carried out to investigate the prevalence of selfie addiction among the youth.

References:

1. Annabelle S. The Relationships Among Body Image, Self-esteem and Depression to a Sample of University Students. *Journal of Psychological and Educational Research*, 2011.Vol. 1, pp. 187-235.
2. Amirazodi F., & Amirazodi M. Personality traits and self-esteem. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2011.Vol. 29, pp. 713–716.
3. Biolcati R., & Passini, S. Narcissism and self-esteem: Different motivations for selfie posting behaviors. *Cogent Psychology*,2018, no. 5.pp. 12-29. DOI:10.1080/23311908.2018.1437012
4. Blades N. *Selfie addiction is surely a sign of low-self-esteem*. Retrieved from <http://www.dailystar.co.uk/news/latest-news/400572/Psychology-study-reveals-insecurity-of-selfie-addicts,2014>.
5. Bothina E.S. (2019). Effect of selfie addiction on self-esteem, body image, and academic achievement among faculty of nursing students. *Egyptian Nursing Journal*, 2019. Vol.16, pp. 80-91.
6. Clay D., & Ditmar H. Body Image and Self-esteem among adolescent girls: Testing the influence of sociocultural factors. *Journal of Research on Adolescence*, 2019, no. 15, pp.451-477.
7. Dühr A., Pallesen S., Torsheim, T., & Andreassen C. Do age and gender-related differences exist in selfie-related behaviors? *Computers in Human Behavior*,2016, no. 63, pp. 549–555. DOI: 10.1016/j.chb.2016.05.053.
8. Gillen M. (2020). Associations between positive body image and indicators of men and women mental and physical health. *Body Image*. Vol.13, pp.67-74.
9. Gorrese A., & Ruggieri R. Peer attachment and self-esteem: A meta-analytic review. *Personality and Individual Differences*, 2013.Vol. 55, no. 5, pp. 559-568. DOI: 10.1016/j.paid.2013.04.025.
10. Grossbard J. R. Lee C. M. Neighbors C., & Larimer M. E. Body image concerns and contingent self-esteem in male and female college students. *Sex roles*, 2009. Vol. 60, pp.198-207.
11. Gurari I. Hetts J. J., & Strube M. J. (Beauty in the " I" of the beholder: Effects of idealized media portrayals on implicit self-image. *Basic and applied social psychology*,2006, no. 28, pp.273-282.
12. Haferkamp N., Eimler S. C., Papadakis A. M., & Kruck J. V. Men are from Mars; women are from Venus? Examining gender differences in self-

- presentation on social networking sites. *Cyber psychology, Behavior, and Social Networking*, 2012, no. 15, pp. 91-98.
13. Haggard K.M. Selfie Culture and Social Network. Retrieved from <http://people.ucsc.edu/2014>.
 14. Hattangadi V. The eight stages of human development. *Financial Express*, 2019. DOI: 10.1007/s10583-017-9312-z
 15. Lonergan A. R., Bussey K., Mond J., Brown O., Griffiths S., Murray S. B., & Mitchison D. Me, my selfie, and I: The relationship between editing and posting selfies and body dissatisfaction in men and women. *Body Image*, 2019. Vol. 28, pp. 39-43. DOI: 10.1016/j.bodyim.2018.12.001
 16. March E., & McBean T. New evidence shows self-esteem moderates the relationship between narcissism and selfies. *Personality and Individual Differences*, 2018, no. 130, pp.107-111. DOI: 10.1016/j.paid.2018.03.053
 17. Mellor D., Fuller-Tyszkiewicz M., McCabe M. P., & Ricciardelli L. A. Body image and self-esteem across age and gender: A short-term longitudinal study. *Sex roles*, 2010, no. 63, pp. 672-681.
 18. Mills J., Musto S., Williams L., & Tiggemann M. Self-harm: Effects on mood and body image in young women. *Body Image*, 2018. Vol. 27, pp. 86–92. <http://dx.DOI:10.1016/j.bodyim.2018.08.007>
 19. Nguyen A. J. Exploring the selfie phenomenon: The idea of self-Presentation and its implications among young women. *Master thesis*. Smith College School for Social Work Northampton.2014, pp.50-60. <https://dspace.smith.edu/bitstream/handle/11020/24476/NguyenAFinal.pdf>.
 20. Paxton S. J., Neumark-Sztainer D., Hannan P. J., & Eisenberg M. E. Body dissatisfaction prospectively predicts depressive mood and low self-esteem in adolescent girls and boys. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology*, 2006. Vol. 35, pp. 539–549. DOI:10.1207/s15374424jccp3504_5.
 21. Poe J. The link between “likes” and self-worth: how women use selfies on Instagram for self-presentation and the effects of social comparison. 2015, *In 14th annual celebration for undergraduate research and creative performance*, paper 24.
 22. Pond J. Treading Water: Considering Adolescent Characters in Moratorium. *Children’s Literature in Education*, 2018, no. 49, pp. 87–100.

23. Pounders K., Kowalczyk C. M., & Stowers K. Insight into the motivation of selfie postings: impression management and self-esteem. *European Journal Marketing*, 2016.Vol. 50, pp.1-14.
24. Shin Y., Kim, M., Im, C., & Chong S. C. Selfie and self: The effect of selfies on self-esteem and social sensitivity. *Personality and Individual Differences*, 2017, no. 111, pp. 139-145. DOI: 10.1016/j.paid.2017.02.004
25. Sira N., & White C.P. Individual and familial correlates of body satisfaction in male and female college students. *Journal of American College Health*, 2010.Vol. 58, pp.507- 513.
26. Sung Y., Lee J., Kim, E., & Choi S. M. Why we post selfies: Understanding motivations for posting pictures of oneself. *Personality and Individual Differences*, 2016, no. 97, pp.260-265. DOI: 10.1016/j.paid.2016.03.032
27. Toma C. L., & Hancock J. T. Looks and lies: The role of physical attractiveness in online dating self-presentation and deception. *Communication Research*, 2010. Vol. 37, no. 3, pp. 335-351.
28. Wang R., Yang F., & Haigh M. M. Let me take a selfie: Exploring the psychological effects of posting and viewing selfies and groupies on social media. *Telematics and Informatics*, 2017. Vol.34, no. 4, pp.274-283. DOI: 10.1016/j.tele.2016.07.004
29. Weiten W. *Psychology themes and variations*. Belmont, CA: Wadsworth, Thomson Learning, 2004.