مجلة القادسية

للعلوم الإدارية والاقتصادية

الرقم المعياري الدولي ١٨١٦-٩١٧١
رقم الإيداع لدى دار الكتب والوثائق ٦٩٦

مجلة علمية فصلية محكمة

تصدر عن كلية الإدارة والاقتصاد

المجلد ١٠ العدد ٢ السنة ٢٠٠٨

هيئة التحرير

الهيئة الاستشارية

قواعد النشر

١-يتقدم الباحث بطلب تحريري معنون إلى السيد رئيس هيئة التحريـر لغـرض نشر بحثه ،أو دراسته أو مقالته في المجلة.وإذا كان البحث مشترك تقدم الطلبات كل على انفراد مع الإشارة إلى أسماء الباحثين المشاركين فيه٠

٢-ألا تتجاوز صفحات البحث(١٥)صفحة أما في حالة زيادة البحـث عـن ١٥ صفحه فسيتحمل الباحث مبلغ ٥٠٠ دينار عن كل صفحة.ويكون ملخص البحـث بالغتين العربية والإنكليزية لا يتجاوز عن (١٥٠) كلمة .

٣- تقدم الأبحاث مطبوعة على ورق من قياس A4 وتكون المسافة مفردة بين الأسطر مع ترك هامش من كلا الجانبين لمسافة ٤ سم ومن الأعلى ٣ سم من الأسفل ٥ سم على أن يكـون الخـط (ARABIC TRANSPARENT) قياس (١٤) فونط باستخدام برنامج WORD2003 مع ملاحظة إرسال أربع نسخ من البحث ليتسنى إرسالها إلى التحكيم،فضلاً عن تحميله على قرص مـرن أو قرص ليزري cd٠

٤-يرفق بالبحث إقرار خطي بعدم تقديم البحث إلى أية جهة أخرى لغرض النشر أو المشاركة في المؤتمرات بتاريخ سابق لطلب نشرة في مجلتنا.

٥- وتتمتع الدورية بكامل حقوق الملكية الفكرية للبحوث المنشورة فيها.

قواعد النشر

٦-البحوث المرسلة تخضع للتحكيم ولا تعاد الموضوعات المعتذر عن نشرها.

٧-أن يلتزم الباحث بالموضوعية والمنهج العلمي في البحث والتحليل والإسناد ويهتم بسلامة لغة البحث.وان يتضمن سياق العمل التالي (المستخلص ،مشكلة البحث، وأهدافه وفرضياته والمنهجية المتبعة ثم المقدمة والمتن والمراجع وتكتب الهوامش أسفل الصفحة أو في المتن.

٨-يرفق مع البحث أو الدراسة أو المقالة نبذة مختصرة عن السيرة العلمية للباحث وعنوانه الحالي وصورة شخصية أن يرغب في ذلك.

٩-يرسل الباحث مع البحث مبلغاً قدره خمسة عشرة ألف دينار كرسوم تقويم غير قابل للرد ،وفي حالة قبول النشر يبلغ الباحث خلال خمسة عشر يوماً ليقوم بإرسال مبلغ قدره خمسة وعشرون ألف دينار كأجور ليتسنى لنا نشر البحث في مجلتنا .

١٠-يقدم الباحث تعهد خطي بإجراء التعديلات على البحث والقرص الليزري بعد إبلاغه عن ملاحظات السادة المقومين.

١١-تعتذر هيئة التحرير عن نشر أية مساهمة غير مستوفية لقواعد النشر المذكورة انفاً.

قيمة الاشتراك السنوي للإفراد والمؤسسات داخل وخارج العراق

***الأفراد داخل العراق (٢٨٠٠٠)دينار سنوياً بواقع أربعة أعداد للسنة الواحدة.**
***المؤسسات داخل العراق (١٠٠٠٠٠)دينار سنوياً**
***رسوم الاشتراك السنوي خارج العراق ١٠٠ دولار .**

طريقة الاشتراك:ـ

***من داخل العراق تسدد بموجب صك مصرفي باسم مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية بكامل القيمة أو بتحويل على حساب مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية مصرف الفرات ٥١٥/الديوانية.**
***من خارج العراق بموجب تحويل على حساب مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية ٥١٥/الديوانية/العراق.**

المراسلات:ـ

توجه المراسلات باسم رئيس هيئة التحرير وعلى العنوان الأتي:-
كلية الإدارة والاقتصاد ـجامعة القادسية-جمهورية العراق
ص.ب(٢٤٤)

الهواتف:

مكتب العميد ٦٥٢٦٨٣ المفتاح(٠٣٦٦)
العميد مباشر ٠٧٨٠٣٦٤٦٠٩٦ Mobile
رئيس هيئة التحرير ٠٧٩٠٣٧٧٠٤١٨ Mobile

المحتويات

المحور الإداري

***النظام القيمي الفاعل وأثره في التجدد الستراتيجي /دراسة تحليلية لآراء عينة من مديري المصارف الأهلية/ الأستاذ المساعد الدكتور/ إحسان دهش جلاب جامعة القادسية - كلية الإدارة والاقتصاد - قسم أدارة الأعمال.**

***دور الثقة التنظيمية في تحسين مستوى مخرجات العمل الموقفية والسلوكية دراسة تطبيقية في معمل نسيج الديوانية/ المدرس الدكتور/ حامد كاظم متعب جامعة القادسية – كلية الإدارة والاقتصاد/ قسم إدارة الإعمال - المدرس المساعد عامر علي العطوي جامعة القادسية – كلية الإدارة والاقتصاد/ قسم إدارة الإعمال.**

***استخدام نموذج سلوك الزبون لإعطاء الأولوية في إدارة الموارد لخادمات التجارة الإلكترونية المدرس المساعد هاشم فوزي دباس العبادي جامعة الكوفة /كلية الإدارة والاقتصاد - طالب الدكتوراه / الباحث حامد كريم شعلان الحدراوي / جامعة المستنصرية /كلية الإدارة والاقتصاد - الباحث كرار صالح الخفاجي.**

* ***Electronic Commerce : concept and constraints****/ Lecturer/ Aseel Ali Mezher/* Qadisiyah University / college of Administration and Economics / Department of Business Administration.

النظام القيمي الفاعل وأثره في التجدد الستراتيجي

دراسة تحليلية لآراء عينة من مديري المصارف الأهلية
الأستاذ المساعد الدكتور
إحسان دهش جلاب
جامعة القادسية - كلية الإدارة والاقتصاد - قسم أدارة الأعمال

المستخلص : تمثل الدراسة الحالية محاولة متواضعة باتجاه النظر إلى عمليـة التجـدد الـستراتيجي لمنظمات الأعمال في إطار النظام القيمي الفاعل لمتخذي القرار فيها. اعتمدت الدراسـة فـي بلـوغ أهدافها على أنموذجين هما أنمـوذج(Hultman & Gellerman,2002) لمعـايير فاعليـة النظـام القيمي،وأنموذج(Mahnke & Aadne,2006)لعملية التجدد الستراتيجي.وللتحقق من ذلـك اعتمـدت الدراسة على استبانة أعدت بمعرفة الباحث لقياس متغيرات الدراسة. وزعت الاستبانة علـى مـديري الفروع ومعاونيهم لعينة من المصارف الأهلية بنسبة استجابة(٨١%). وبعد إجـراء عمليـة التحليـل الإحصائي توصلت الدراسة إلى أن قيم النمو هي القيم السائدة في عينة الدراسة وإن النظـام القيمـي يتصف بالفاعلية وهو ذو اثر معنوي في عملية التجدد الستراتيجي.وأوصت الدراسة بضرورة إجـراء دراسات معمقة في هذا الجانب، والنظر إلى النظام القيمي كمدخل لدراسة عملية التجـدد الـستراتيجي بشكل خاص وستراتيجية المنظمة بشكل عام.

Effective value system and it's effect on strategic renewal
An analytical study to opinions of sample of private bank's managers

Assistant professor Dr.Ihssan Dahash Chalab
Al-Qadissiya University
College of Administration and Economic
Chairman of Business Administration Department

Abstract: This study is concerned with exploring strategic renewal from the point of effective value system of the decision makers in Iraqi private banks. In order to achieve study's goals, two academic models were chosen. The first is Hultman and Gellerman (2002) model for investigation the effectiveness of value system, and the second is Mahnke and Aadne (2006) model of strategic renewal .Questionnaire had been arranged, according to these models, and distributed to a sample of branch managers of some of Iraqi private banks with response rate (81%). Using many of statistical tools, i.e. means, standard deviation, Spearman correlation coefficient, and Mann-Whitney coefficients, the most important conclusions were representing by dominant the growth value in this banks and the value system was effective. The research ends with many recommendations toward viewing the value system as one of the best approach for studying the strategic renewal and corporate strategy, and this matter may be best subject to other researches in the future especially in local environment.

القيم والنظام القيمي

للقيم دلالات عديدة تختلف على وفق وجهة النظر المقصودة منها.فالفلاسفة الإغريق ينظرون إلـى القيم كموجه للتميز في التفكير والسلوك(Pearce II & Robinson Jr., 2005:68)،وينظـر علمـاء النفس إلى القيم على إنها تمثل تصوراً لما هو مهم في الحياة (معايير للأهمية) فـالقيم تمثـل الأشـياء المهمة أو الأشياء ذات القيمة worth للفرد(Lussier,2005:88)، وينظر الاقتصاديون إلى القيم مـن خلال الصفقات الجيدة والأموال ذات القيمة المرتفعـة(Hultman & Gellerman,2002:44).أمـا

باحثو السلوك التنظيمي فأنهم ينظرون إلى القيم من وجهة نظر السلوك، إذ أشار (Pennings,1970:397) للقيم على أنها الاتجاهات والآراء التي ينظر من خلالها الفرد لوظيفتهِ وبيئة العمل التي تؤدى في إطارها الوظيفة سواء كان ذلك ضمنياً أم صريحاً،إذ ان العديد من القيم المؤثرة في أداء منظمات الأعمال تمتاز بكونها ليست مدونة فهي قد تكون مضمنة في المعايير المشتركة أو في المعتقدات أو في الافتراضات أو في طرائق التصرف أو في طرائق التفكير(Jones , 1995:170).وعبر عنها(Glueck,1980:41)في إطار التوجهات فيما هو صحيح أو خاطئ أو فيما هو مرغوب به أو غير مرغوب به . وقصد بها(Trice & Beyr , 1984:655) التوجهات التي تشكل أساس السلوك وذلك في أشارة إلى النظر إليها على إنها احد المنتجات الثقافية(الأبعاد) الأربعة عشر. وعرفها(Becker & Connor,1985:56-59) بلغة المعتقدات العالمية المؤثرة في السلوك وفي جميع المواقف. وميز (Schwartz,1992:4) القيم في إطار خمس مجموعات من التوجهات فهي مفاهيم ومعتقدات ، أساس لوصف السلوك ، تجاوز مواقف معينة ، دليل اختيار الإحداث والسلوك وتقويمها ، ومعايير للأهمية . وتعاطى معها(Feather,1994:35) بلغة المعتقدات المحددة للسلوك وماهية الأهداف الواجب بلوغها . وعبرت عنها(Hatch,1997:214) بصيغة المبادئ الاجتماعية والأهداف و المعايير التي يجب أن تتضمنها الثقافة التنظيمية أذا ما أريد لها أن تكون ذات منفعة حقيقية للمنظمة،والقيم بهذه الصيغة تمثل معايير للسلوكيات الأخلاقية(Daft,2001:334-335) بل هي التي تضفي المعنى على هذه المعايير(Wit & Meyer,2004:878). وعدها(Schermerhorn et al.,1997:57) المعتقدات الموجهة للسلوك وأحكام الفرد في مواقف مختلفة. وناقشها(Kreitner & Kinicki,2001:452) في إطار المعتقدات الثابتة ذات الصلة الوثيقة بالسلوك.واتفق(Ivancevich & Matteson,2002:83) على النظر إليها في حدود رغبات وحاجات الأفراد الفاعلة والمدركة من قبلهم والتي تفعل فعلها المؤثر في توجيه السلوك، والقيم هنا تمثل أفكار المجتمع لما هو صحيح أو خاطئ . وحديثاً وصفها (Robbins,2003:62) بالقناعات الأساسية والأسلوب المحدد للتصرف منبهاً إلى اعتماد القيم على الجوانب الحكمية Judgmental في التمييز بين ماهو صحيح وما هو خاطئ ، والقيم وفقاً لهذا المفهوم تتضمن نوعين من الصفات هما : صفة المحتوى Content attribute وهي صفة تحدد أهمية أسلوب التصرف ، وصفة الكثافة أو القوة Intensity attribute التي تحدد درجة الأهمية (النظام القيمي) .والنظام القيمي يعبر في حقيقتهِ عن ترتيب القيم عند الفرد أو المنظمة حسب أهميتها النسبية(Rokeach,1973:5 ; Hultman & Gellerman , 2002:4 ; Robbins,2003:62)، وهو ما يعبر عن وجهة نظر الدراسة الحالية. واختلف عن ذلك (Kreitner & Kinicki,2001:70 بوصفهِ للنظام القيمي على انه انعكاس لأنماط الصراع والانسجام بين القيم وليس الأهمية النسبية التي يوليها الفرد بين القيم معتمداً في ذلك على دراسة ميدانية أجراها (Schwartz,1992) شملت ٢٠ بلداً. وحديثاً ذهب(Lussier,2005:88) إلى وصفه بلغة المعايير التي يتعايش معها الفرد.

أنواع القيم

في محاولة لتحديد مكونات النظام القيمي ،أورد عدد من الباحثين تصنيفات عديدة للقيم ، وفيما يلي ما تيسر الحصول عليهِ من هذه التصنيفات:

١-تصنيف(Rokeach,1973:6): أجرى هذا الباحث مسحاً ميدانياً صنف بموجبهِ القيم إلى مجموعتين يتضمن كل منها (١٨) قيمة. المجموعة الأولى:القيم النهائية :وتمثل الأهداف التي يرغب الفرد في تحقيقها وتتضمن(الحياة المترفة،الحياة المفعمة،الانجاز،السلام،الحرية،السعادة،الانسجام الداخلي،الحب، الأمن الوطني ،السرور،النجاة،الاعتراف الاجتماعي،احترام الذات،الصداقة والحكمة،والحنان العائلي). المجموعة الثانية: القيم الاداتية :وتمثل الوسائل المؤدية إلى انجاز القيم النهائية وتتضمن(الطموح،انفتاح

التفكير ، البراعة ،البهجة،النظافة،الشجاعة،الاعتذار من الآخرين،مساعدة الآخرين،الشرف، التـصور، الاستقلالية ، الذكاء، المنطقية ،الحنان،الامتثال للآخرين،الكياسة،المسؤولية،وضبط النفس).

٢-تصنيف(Glueck,1980:41):نظر هذا الكاتب إلى القيم والنظام القيمي للتنفيذيين على انه عامـل مؤثر مهم في صياغة الأهداف التنظيمية. كما ان القيم يمكن ان تكون نظرية (التوجه صوب الحقيقـة والمعرفة) ، اقتصادية (التوجه صوب ماهو مفيد) ، جمالية(التوجـه صـوب الـشكل والانـسجام) ، اجتماعية (التوجه صوب الآخرين)، سياسية (التوجه صوب القوة) ، دينية (التوجه صوب وحدة الجنس البشري) .

٣-تصنيف(Kreitner & Kinicki,2001:70-71): صنف هذان الباحثان النظام القيمي،الشكل(١)، في ضوء العلاقة بين كل من المكافأة التنظيمية وهيكل المبادرة(القوة) معتمداً في ذلـك علـى دراسـة (Kabanoff & Holt,1996) التي أجرياها في ٨٥ منظمة استرالية للفترة من ١٩٨٦-١٩٩٠.

المكافأة التنظيمية

متعادلة أو مركزية | غير متعادلة ومركزية

القوة

عادلة

الميتوقراطية		النخبة	
قيم محبذة	قيم غير محبذة	قيم محبذة	قيم غير محبذة
الأداء السلطة المكافآت العمل الجماعي المشاركة الولاء الافتخار		السلطة الجماعي الأداء المكافأة	العمل المشاركة الولاء الانتماء
الجامعي		**القيادة**	
قيم محبذة	قيم غير محبذة	قيم محبذة	قيم غير محبذة
العمل الجماعي المشاركة الولاء الانتماء	السلطة الأداء المكافأة	السلطة المشاركة الأداء المكافأة العمل الجماعي الولاء الانتماء	

متساوية

Source: Kreitner , R. & Kinick , A.(2001),Organizational behavior ,Fifth Edition ,McGraw-Hill ,Irwin

٣-تصنيف(Hultman & Gellerman,2002:51-60):صنف هذان الكاتبان معتمدين علـى خبـرة عملية لهما امتدت أكثر من ٢٥ سنة القيم إلى قيم نهائية وقيم اداتية. وإسهامهما الرئيس يتمثل بتصنيف القـيم الاداتيـة إلـى ثلاثـة مجموعـات هـي:المجموعـة الأولـى: القـيم الدفاعيـة :وتتـضمن(الحذر،النظافة،الاسـتقلالية، المنطقيـة ، الماديـة ، التملك،الأمان،السرعة،الفوز،الدفاع،النفعية،المناورة،الكياسة،ضبط النفس،الأخلاقيات الموقفية،المنافـسة ، الرقابة،التفاخر،الشرف،المكانة،الاعتراف،المنفعة الذاتية،الأسبقية،المكانة،الملكية الخاصة،الاستحسان، الدبلوماسـية، الإخلاص،اللطف،الشعبية،والحـساسية).المجموعـة الثانيـة:قـيم الاسـتقرار (التكيـف مـع المجتمـع) : وتتـضمن (الطمأنينـة، الاعتماديـة ،الموثوقيـة،الكفاءة

،الصحة،الأنتاجية،المهنية،الواقعية،الرتابة،الانـ ـضباط الذاتي،الثبات،الالتـ ـساق ، التفـ ـاني ،الإخلاص،الاجتهاد،الحذر،الأخلاق،الشرف،التواضع،الكمال،إطاعة القوانين ،الفضيلة ،احترام الـذات ، الصدق ،السلطة،الموازنة بـين العمـل والبيت،الانسجام،الأمر،الـسلام،المثالية ،التمـسك بـالأعراف ،المسؤولية ، اللوم ،العناية ،الرفقة،الشفقة، الجـرأة ، التعـاون ، التنـسيق،الأيمان،الزمالة، التـسامح ،الصداقة ،المساعدة، العدالة ،اللطف،الرحمة،الصبر،الاحترام،القدرة على التحمل،والثقة). المجموعـة الثالثة: قيم النمو :وتتضمن (التكيف ، المغامرة ،التنافس،الابتكار،حب الاستطلاع ،البهجـة ،الفاعليـة ،الحماسة ،التميز ،المرونة ، الحرية ،النمو ،المزاج ، التصور،التحسين ،المبـادرة، الابـداع، الـذكاء ،الحـ ـدس ،المعرفـ ـة ،الـ ـتعلم ، الجـ ـدارة ،الفرصة،التفاؤل،الاصـ ـالة،المثابرة، الجودة،المسؤولية،الاستجابة،النتائج،حب المخاطرة،المبادرة للفعل ، التلقائية،التركيز الستراتيجي،الالتزام بالمواعيـ ـد،التنوع ،الموثوقيـ ـة، الالتـ ـزام، الانـ ـسجام ،الـ ـشجاعة ،المـ ـصداقية ، الايمـ ـان ،الاصالة،التدين،الحقيقة،الاسهام،رضا الزبون،تطوير الآخرين،التمكين،مناصرة البيئـة،النمو المـالي ، السخاء ،العطاء،السمعة،حقوق الإنسان،التأثير،منح الحقوق،المشاركة،تحديد الاختلاف،المراقبـة،المنافع المادية، النمو التنظيمي،التملك،حب الخير ، الربحية ، التقدم ،الأحـساس بالآخرين،الخدمة،المـسؤولية الاجتماعية ، التدبير،التداؤبية،التطوع،النشاط، التماسك ،التعاون،التنوع ، المساواة ،الـشمولية،الاعتماد المتبادل، الحب ، التفاعل الشبكي،الانفتاح،المشاركة،العمل الجماعي،والرفقة).

٤-تصنيف(Mizutani & Tomioka,2003:1-5):تصنف القيم من وجهة نظر هذين الباحثين علـى وفق أربعة أنواع من الثقافات التنظيمية وكالاتي:

-الثقافة الشبكية:وتتضمن القيم الآتيـة(الاستقلال،التخـصص،الأبتكار،تحمل المخـاطرة،التخلي عـن المعتقدات التقليدية).

-ثقافة الفريق:وتتضمن القيم الآتية(الشعور بالانتماء،العائلية،الهرميـة القبلية،الـصلابة والانـسجام ، والتماسك).

-الثقافة الهرمية:وتتضمن القيم الآتيـة(الأمـر والرقابـة،الامتثال للقواعد،الهرميـة المفرطة،الـسلطة والاحترام ، والمعيارية).

-ثقافة السوق:وتتضمن القيم الآتية(بلوغ الهدف ،التوسع ، قانون السوق ، المجازفة ، والتميز).

فاعلية النظام القيمي

تشير فاعلية النظـام القيمـي إلـى القـدرة علـى بلـوغ النتـائج المرغوبـة مـن وراء القـيم الشخصية(Hultman & Gellerman,2002:16)وفي معنى أخر يشير النظام القيمي الفاعـل إلـى قدرة هذا النظام على تلبية حاجات الفرد (Rokeach,1973:20).ولغرض التعرف على فاعلية النظام القيمـي اقتـرح (Hultman & Gellerman ,2002:15) أداة تعـرف بـ ـ Value (VAL) Assessment Inventoryتقوم على المعايير الآتية :

١-الموازنة:درجة الأهمية المتساوية التي تحضى بها القيم عند الفرد.

٢-إمكانية التطبيق ضمن ظروف العمل الراهنة.

٣-التناغم:درجة توافق قيم الفرد مع قيم الفريق ومع قيم المنظمة.

٤-الموثوقية:الدرجة التي تستخدم فيها القيم بطريقة صحيحة وبإخلاص.

التجدد الستراتيجي

يعد مفهوم التجدد الستراتيجي ،لاسيما فـي الفتـرة الأخيـرة مـن المفـاهيم الجوهريـة المثيـرة للاهتمام.فالأدب الستراتيجي الحديث ينظر للتجدد الـستراتيجي فـي إطـار منظـورين(Ravasi & Lojacona,2005:52-54)، الأول:يرى إن التجدد الستراتيجي يتضمن عدد مـن النـشاطات التـي تشرع بها المنظمة كي تعدل أو تغير من نمط مواردها ومسارها الستراتيجي وهو مـايعرف بالتجـدد الستراتيجي كعملية تحول شاملCorporate transformation مـن حيـث أثرهـا فـي كـل مـن الستراتيجية،الهيكل التنظيمي،نظم الرقابة،والثقافة التنظيمية. وبذلك يكون دافع المديرين من وراء عملية

التجدد الستراتيجي هو الوصول إلى التوليفة الأكثر ملاءمة بين الموارد والقابليات في محاولـة مـنهم للتسريع في السلوك الاستباقي لمنظماتهم تجاه البيئة المضطربة.أما المنظور الثاني للتجدد الـستراتيجي فأنه يصب بأتجاه النظر إليهِ كعملية إبداع مستمر(Folkeringa et al. , 2004:1-23)، أي أن التجدد الستراتيجي في واقعهِ هو دالة للإبداع التكنولوجي وإبداع المنتج أكثر من كونهِ جهد تغيير شامل،فضلاً عن كونهِ نشاط هادف إلى إيجاد الموائمات مع التكنولوجيا المتاحة على أساس ثابت. ونظر(Crossan & Berdrow,2003:1087) إلى عملية التجدد الستراتيجي في حدود عملية التعلم التنظيمي وتحديـداً في إطار أنموذج(Crossan et al.,1999). فالتجدد الستراتيجي عملية تجري على وفق أربعة مراحل (الحدس،التفسير،التكامل،والمؤسساتية) وذلك على ثلاث مـستويات هـي الفرد،المجموعة،والمنظمـة. ونظر إليها(Wheelen & Hunger,2004:291) على أنها عملية ولادة إعمال جديدة فـي منظمـة قائمة،أي أن التجدد الستراتيجي هو أبداع داخلي أو مشاركة المنظمة أو تحولها عبـر إجـراء عمليـة التجديـد فـي الأفكـار التـي تقـوم عليهـا مثـل هـذه المنظمـات. وعبـر عنهـا(Pearce & Robinson,2005:345) بدلالة احد ثلاثة ادوار أدارية حرجة لمنظمات الألفية الثالثة بوصفها عملية تشكيل لغرض المنظمة وتمكينها من إحداث التغيير. وأوجزها (Williams,2005:1) في حلقة نقاشية له على أنها فرصة مؤاتية لأحداث تغيير ايجابي وتسريع عملية التحول وذلك بوجود ستراتيجية محددة في أي من مراحل دورة حياة المنظمة. ونظر (Agarwal,2006:1) إلى التجدد الستراتيجي على أنها مجموعة نشاطات تؤدى من قبل المنظمة بقصد إعادة إنعاش ستراتيجياتها الحاليـة أو مغادرتهـا دون رجعة. وفي استعراض لبعض وجهات النظر لهذا المفهوم سادت أثناء عقد التـسعينيات مـن القـرن الماضي ،أوضح(Mahnke & Aadne,2006:1-8)إن عملية التجدد الستراتيجي قد تكـون عمليـة استباقية أو عملية علاجية،وانتهى هذان الباحثان إلى إن هذه العملية إنما هي عملية مستمرة تتكون من الآتي:

١-التخيل الستراتيجي: تشير عملية التخيل الستراتيجي إلى قدرة المنظمة على تصور الأسواق المحتملة التي لم يدخلها المنافسون بعد(تحديد الفرص التي تلوح في الأفق). كما تتضمن هذه العملية القدرة على توليد الأفكار والرؤى المستقبلية الجديدة لاسيما ذات الصلة بالفضاءات التنافسية Competitive spaces التي تقع خارج نطاق الاهتمام الحالي للمنظمة. وتجدر الإشارة إلى أهمية أن تكون هذه الأفكار مصحوبة باعتقاد قوي وشعور ايجابي بإمكانية النجاح في العمل.

٢-إيجاد نقاط للفهم المشترك بين الأدارة العليا والوسطى: تستند أرضية الفهم المشترك إلى عملية استكشاف الماضي والحاضر والمستقبل،إذ يتم الركون إلى التخيل الستراتيجي كنقطة بداية في غربلة الأفكار المستقبلية وخصائصها والستراتيجيات المطلوبة للتعامل إزاءها(الفعل الستراتيجي). ويمكن زيادة قاعدة الفهم المشترك من خلال زيادة المشاركة بين أفراد المنظمة من حيث الافتراضات،الولاء للستراتيجية الحالية ،التوقعات ، التجارب،والخيال. وإذا ما تحققت هذه الحالة فأن الجميع في المنظمة يكون قد اشترك في صياغة مستقبل المنظمة وبالتالي يكون الجميع مسؤولاً أيضاً عما تواجهه المنظمة مستقبلاً.

٣-الفعل الستراتيجي المتسق: في ضوء نقاط الفهم المشترك التي تم تحديدها في الخطوة السابقة يتم تحديد الخطط المناسبة وسقوفها الزمنية والمسؤوليات التي تتطلبها عملية التنفيذ. وتجدر الإشارة إلى أن هذه الخطط تتمحور حول التطور المعرفي ، المشاريع الستراتيجية، الاستثمارات ، وخطط الوحدات التنظيمية والمنتجات المحددة . والتنسيق بين الأفعال الستراتيجية بهذا الوصف إنما هو مهمة مستمرة يمكن أداءها بالاستفادة من اللغة المشتركة فضلاً عن نظم القياس الكمية والنوعية التي تتطلبها الأفعال الستراتيجية.

مشكلة الدراسة

تواجه منظمات اليوم تحديات عديدة بعضها تقليدي والبعض الأخر منها أفرزته طبيعـة المتغيـرات البيئية الراهنة. وفي سعي مثل هذه المنظمات لمواجهة هذه التحديات يحاول متخذوا القرار فيها إضفاء صفة التجدد على منظماتهم. وعملية التجدد هذه تستند في حقيقتها إلى مقدرة هؤلاء الأفراد للولوج في

عملية الخيال الستراتيجي المستندة في اغلب جوانبها إلى العديد من نقاط الفهم المشترك بـين مختلـف المستويات داخل المنظمة وعلى النحو الذي يسم في ترجمة هذا الخيال إلى أفعال ستراتيجية واقعيـة. ولكي يتمكن المعنيون في منظمات الأعمال من تجسيد عملية التجدد الستراتيجي في الواقـع العملـي يستدعي الأمر الركون إلى مكامن القوة فيها. ولعل من بين ابرز مكامن قوة المنظمات المعاصرة هـو النظام القيمي الذي يمتلكه أفراد هذه المنظمات لاسيما إذا كان يتصف بالفاعلية.

وتاسيساً على ماورد أعلاه يمكن تجسيد معالم مشكلة الدراسة بالتساؤلات الآتية :

١-هل ينظر متخذو القرار في منظماتنا المحلية إلى عملية التجدد الستراتيجي كعملية استباقية(المبادرة في إحداث الفعل) أم عملية رد فعل للأحداث البيئية المعقدة التي تواجه منظماتهم؟

٢-هل يفكر متخذو القرار في منظماتنا المحلية في الاستفادة من قيم الأفراد العاملين في إرساء دعـائم عملية تجدد ستراتيجي ناجحة لمنظماتهم؟

٣-إلى أي مدى يمكن أن تنهض منظماتنا المحلية بمسؤوليات عملية التجدد الـستراتيجي مـن خـلال اهتمامها بالعمليات الفرعية التي تتكون منها هذه العملية؟

٤-أذا كانت العلاقة المنطقية بين النظام القيمي وعملية التجدد الستراتيجي متوافرة من الناحية النظرية فهل يمكن أثباتها عملياً في منظماتنا المحلية؟

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى بلوغ الأهداف الآتية:

١-تحديد نوع النظام القيمي السائد في المنظمات المدروسة.

٢-بيان فيما إذا كان النظام القيمي في المنظمات المدروسة يتصف بالفاعلية أو لا؟

٣-تشخيص ما إذا كانت مقومات عملية التجدد الستراتيجي متوافرة في المنظمات المدروسة أو لا؟

٤-محاولة أثبات وجود علاقة بين النظام القيمي،لاسيما إذا كان فاعلاً،وعملية التجدد الستراتيجي فـي الواقع العملي بعد أن ثبت وجودها في الأدبيات الأدارية.

أهمية الدراسة

تتأتى أهمية الدراسة الحالية من إسهامها في تحقيق الأتي:

١-الإثراء النظري لمفهوم التجدد الستراتيجي ومفهوم النظام القيمي الفاعل لاسيما وأنهما من المفـاهيم التي تحتاج إلى الدراسة والتحليل المعمقين حسبما أشارت إليهِ العديد من المصادر التي تيسر للباحـث الاطلاع عليها.

٢-محاولة اختبار صلاحية أنموذجين أكاديميين معاصرين لم تتح الفرصة لأختبارهما محليـاً احـدهما يختص بفاعلية النظام القيمي(Hultman & Gellerman,2002) والأخـر يتعلـق بعمليـة التجـدد الستراتيجي (Mahnke & Aadne,2006) .

٣-تمثل الدراسة الحالية محاولة متواضعة باتجاه النظر إلى قيم الأفراد على إنها ركن أساس ومهم من أركان سلوك المنظمات وتحديد اتجاهها الستراتيجي وصولاً نحو تحديد طبيعة العلاقة بين المتغيـرين. وبذلك فان الدراسة الحالية تطرح مدخلاً جديداً في النظر إلى عمليـة التجـدد الـستراتيجي(التجـدد الستراتيجي يمثل دالة للنظام القيمي الفاعل الذي يمتلكه أفراد المنظمة لاسيما متخذوا القرار فيها) .

فرضيات الدراسة

للدراسة الحالية فرضيتان رئيستان يتفرع من كل منها عدد مـن الفرضـيات الفرعيـة، وهاتـان الفرضيتان تيستندان إلى ما خلصت إليهِ عدد من الدراسات والمصادر بشأن العلاقة بين قـيم مـديري القمة وبين ستراتيجية المنظمة وقراراتها،وبالتالي أثر هذه القيم في الـسلوك الـستراتيجي لمنظمـات الأعمال بشكل خاص وجميع مراحل عملية الأدارة الـستراتيجية بـشكل عـام (Guth & Tagiuri, 1965 : 123-132 ; Hodge & Anthony , 1991 : 262 ; Andrews , 1987 : chapter 4 ; Vancil , 1986 : 4-5 ; David , 1995:159-160 ; Glueck,1980:41-42; Macmillan & Tampoe , 2000 : 13; Hultman & Gellerman,2002:5).

١- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين نوع النظام القيمي وبين التجدد الـستراتيجي لمنظمـات الأعمال.

١-١-ترتبط قيم النمو بعلاقة ذات دلالة معنوية مع كل من التخيل الستراتيجي، نقاط الفهم المـشترك، والفعل الستراتيجي المتسق.

١-٢-ترتبط قيم الاستقرار بعلاقة ذات دلالة معنوية مع كل من التخيـل الـستراتيجي، نقـاط الفهـم المشترك، والفعل الستراتيجي المتسق.

١-٣-ترتبط قيم الدفاع بعلاقة ذات دلالة معنوية مع كل من التخيل الستراتيجي، نقاط الفهم المشتركة، والفعل الستراتيجي المتسق.

٢- يؤثر النظام القيمي الفاعل في عملية التجدد الستراتيجي لمنظمات الأعمال.

٢-١-تؤثر قيم النمو في كل من التخيل الستراتيجي، نقاط الفهم المشترك، والفعل الستراتيجي المتسق.

٢-٢-تؤثر قيم الاستقرار في كل من التخيل الستراتيجي، نقاط الفهم المشترك، والفعـل الـستراتيجي المتسق.

٢-٣-تؤثر قيم الدفاع في كل من التخيل الستراتيجي، نقاط الفهـم المـشترك، والفعـل الـستراتيجي المتسق.

أداة الدراسة ومتغيراتها

اعتمدت الدراسة بشكل رئيس على استبانة ذات مقياس خماسي الاستجابة(اتفق بشدة ٥ - لااتفق بشدة ١) أعدت بمعرفة الباحث تتكون من ثلاثة أقسام (انظر الملحق) : اختص القسم الأول منها (الفقرات١-١٨) ببيان نوع النظام القيمي السائد في المنظمة المبحوثـة وذلـك وفقـاً لتـصنيف (Hultman & Gellerman , 2002:51-60) إذ اختيرت ستة قيم فرعية لأي من القيم الثلاث الرئيسة يعتقد الباحث إنها الأكثر تمثيلاً[1] ، وتناول القسم الثاني(الفقرات ١٩-٥٨) فاعلية النظام القيمي بالاعتماد على استبانة جاهزة أعدها (Hultman & Gellerman, 2002:121-122) ، واهتم القسم الثالث (الفقرات ٥٩-٧٣) بعملية التجدد الستراتيجي وقد تم الاعتمـاد علـى تـصنيف (Mahnke & Aadne,2006:4-8).والجدير بالذكر إن اختيار التصانيف أعلاه جاء لكونها جميعاً من التصانيف الحديثة التي لم تختبـر في بيئتنا المحليـة علـى الأقـل . أمـا الـسبب الـرئيس فـي اختيـار تـصنيف (Hultman & Gellerman,2002) فهو لأنه ينسجم مع فكرة الدراسة، فإذا افترضنا إن التجدد الستراتيجي يمثل قيمة نهائية للمنظمة فأن قيم النمو والدفاع والاستقرار تمثل قيماً اداتية لبلوغ تلك القيمة.ونفس الشيء يقـال بصدد أنموذج (Mahnke & Aadne,2006) كونهِ يتعاطى مع عملية التجدد الـستراتيجي كعمليـة مستمرة (صياغة وتنفيذ) فضلاً عن اهتمام هذا التصنيف بالعمليات الفرعية المكونـة لعمليـة التجـدد الستراتيجي (مقومات النجاح) وليس مخرجاتها حسب ما ذهبت إليه اغلب التصنيفات المشار إليها فـي الجانب النظري للدراسة.

ولغرض اعتماد الاستبانة بشكلها النهائي لجأ الباحث إلى إجراء اختبارات الصدق الظاهري وصـدق المحتوى وذلك بعرض الاستبانة على عدد من الأساتذة في قسم أدارة الأعمال - جامعة القادسية، وقـد استفاد الباحث من ملاحظاتهم في إجراء عمليات التعديل والحذف لبعض الفقرات. أما اختبار الثبـات بشقيهِ ،الاستقرار والاتساق، فقد لجأ الباحث إلـى طريقـة الاختبـار وإعـادة الاختبـار Test and Retestعلى عينة عشوائية وقياس النتيجة بمعامل الارتباط Spearman الذي بلغ ٧١%. أما اتـساق الاستبانة فقد تم قياسه بمعامل Cron back-Alpha الذي بلغ ٦٩% .

---

[1] { الأبتكار،التعلم،العمل الجماعي،المسؤولية الاجتماعية،الانفتاح،والجودة – **كقيم للنمو**} {والحذر،المهنية،الثبات،طاعة القانون،الموازنة بـين العمل والبيت،والرتابة - **فيما يخص قيم الأستقرار**} { والدبلوماسية،النفعية،الأخلاقيات الموقفية،الأمان،الرتابة،والدفاع - **كقيم للدفاع**}.

مجتمع الدراسة وعينتها

يتكون مجتمع الدراسة من جميع المصارف الأهلية في جمهورية العراق ،كمجتمع مستهدف،والمصارف الأهلية في محافظات بابل والديوانية والنجف،كمجتمع ممكن الوصول إليه.أما عينة الدراسة فقد تكونت من مدراء الفروع ومعاونيهم في المصارف الآتية في المحافظات أعلاه : دار السلام ، بغداد ، الإسلامي العراقي ، الاقتصاد ، الوركاء ، والخليج التجاري . وبلغ عدد الاستبانات الموزعة (٥٩) استعيد منها (٤٨) استبانه صالحة للتحليل، وقد جرت عملية التوزيع والاستعادة أثناء شهر أيلول من عام ٢٠٠٧.

عرض نتائج الدراسة وتحليلها

لآجل تحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها تقتضي الضرورة إتباع الخطوات الآتية:

أولاً:نوع النظام القيمي: لتحديد نوع النظام القيمي السائد في المصارف عينة الدراسة تم صياغة الجدول(١).

الجدول(١) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الأفراد عينة الدراسة N=48

المصرف / القيمة	دار السلام		بغداد التجاري		الإسلامي العراقي		الاقتصاد		الوركاء		الخليج التجاري		إجمالي المصارف	
	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
النمو	٤،٢	١,٢٧	٣,٧	١,١	٣,٩	٠,٦	٣,٦	١,٢	٢,٩	١,١	٣,٤	٠,٥	٣,٦	١,١٧
الاستقرار	٣,٢	٠,٧	٣,٥	٠,٩	٣,٤	٠,٧	٢,٨	٠,٥	٣,٧	٠,٦	٤,٢	٠,٩	٣,٤٧	٠,٩٧
الدفاع	٢,٩	٠,٤	٣,٢	٠,٥	٤,١	٠,٣	٣,١	٠,٣	٣,٠	٠,٤	٢,٩	٠,٦	٣,٢	٠,٧٣

يلاحظ من الجدول أعلاه إن ٥٠% من المصارف عينة الدراسة قد سادت فيها قيم النمو(دار السلام، بغداد التجاري، والاقتصاد)، وسادت قيم الاستقرار في ٣٣,٣% منها(الوركاء،والخليج التجاري)،في حين سادت قيم الدفاع في ١٦,٧% من العينة المدروسة. وللاستزادة في إجراء التحليل وبهدف معرفة نوع النظام القيمي السائد في المصارف عينة الدراسة يلاحظ تشابه مصرفي دار السلام وبغداد في سيادة قيم النمو ثم قيم الاستقرار ثم قيم الدفاع . واختلفت مع ذلك المصارف الأخرى إذ تصدرت قيم الدفاع أسبقيات قيم المصرف الإسلامي ثم قيم النمو ثم قيم الاستقرار، وتصدرت قيم النمو ثم قيم الدفاع ثم قيم الاستقرار في مصرف الاقتصاد في حين اهتم مصرف الوركاء بقيم الاستقرار ثم قيم الدفاع ثم قيم النمو، وأخيراً سادت قيم الاستقرار ثم قيم النمو ثم قيم الدفاع في مصرف الخليج. وتجدر الإشارة إلى أن جميع هذه الاستجابات جاءت بانحرافات معيارية تراوحت بين(١,٢٧-٠,٣) موضحةً بذلك تجانس الاستجابات الواردة إلى حد ما.

ثانياً:فاعلية النظام القيمي:لغرض تحقيق الهدف الثاني من أهداف الدراسة الخاص بالتعرف على فيما إذا كان النظام القيمي في المنظمات المدروسة يتصف بالفاعلية أم لا، استعين بأنموذج(Hultman & Gullerman ,2002)الذي يقوم على أربعة معايير هي الموازنة، التطبيق، التناغم، والموثوقية . والجدول(٢) يوضح ذلك.

الجدول(٢)معايير فاعلية النظام القيمي في المصارف عينة الدراسة N=48

المصرف / المعايير	دار السلام		بغداد التجاري		الإسلامي العراقي		الاقتصاد		الوركاء		الخليج التجاري	
	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الموازنة	٢,٨	٠,٥	٢,٩	١,١	٤,١	١,٢	٣,١	٠,٣	٣,٥	١,٢	٢,٩	٠,٧
التطبيق	٣,٥	٠,٧	٤,٢	٠,٨	٣,٨	٠,٧	٤,٢	٠,٤	٤,٢	٠,٦	٣,٣	١,٤
التناغم	٣,٨	١,٨	٢,٤	٠,٢	٣,٨	٠,٤	٤,٦	٠,٣	٤,١	٠,٥	٤,٤	٠,٨
الموثوقية	٣,٧	٠,٥	٣,٩	٠,٤	٣,٤	٠,٢	٢,٨	١,٣	٣,٩	٠,٤	٣,٥	٠,٣
المتوسط	٣,٤٥	٠,٤٥	٣,٣٥	٠,٨٤	٣,٧٨	٠,٢٨	٣,٦٧	٠,٨٦	٣,٩٣	٠,٣٠	٣,٥٢	٠,٦٣

يلاحظ من الجدول أعلاه أن النظام القيمي في جميع المصارف عينة الدراسة يتصف بالفاعلية[٢] وذلك بمتوسطات حسابية تراوحت بين(٣,٩٣)لمصرف الوركاء و(٣,٣٥)لمصرف بغداد.ولدى التمعن في معايير الأنموذج يلاحظ وجود ضعف في أيلاء مصارف دار السلام،بغداد،والخليج التجاري أهمية متساوية لقيمها(النمو،الاستقرار،والدفاع).كما يلاحظ أن القيم التي تؤمن بها المصارف عينة الدراسة جميعها ممكنة التطبيق ضمن إمكانات العمل الحالية، في الوقت الذي يعاني فيه مصرف بغداد من صعوبات في التوافق بين قيم الفرد وقيم الفريق وقيم المصرف شأنه في ذلك شأن مصرف الاقتصاد الذي يشكو من عدم استخدام القيم بطريقة صحيحة وبإخلاص. وكملاحظة عامة يؤشر التجانس النسبي في الاستجابات الواردة في هذا الجانب إذ تراوحت الانحرافات المعيارية لها بين(٠,٨٦-٠,٢٨).

ثالثاً:واقع عملية التجدد الستراتيجي:ينطوي الهدف الثالث من أهداف الدراسة على التأكد من توافر مقومات نجاح عملية التجدد الستراتيجي في المصارف عينة الدراسة. وبغية التثبت من ذلك استعين بالجدول(٣).

الجدول(٣) مقومات نجاح عملية التجدد الستراتيجي في المصارف عينة الدراسة N=48

المصرف / التجدد الستراتيجي	دار السلام		بغداد التجاري		الإسلامي العراقي		الاقتصاد		الوركاء		الخليج التجاري	
	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التخيل الستراتيجي	٤,٢٣	٠,٦٦	٤,٥	٠,٨٦	٢,٧٧	٠,١٣	٣,٩١	٠,٧٧	٣,٦٦	٠,٦٢	٤,٧٢	١,١
التفاهم المشترك	٢,٨٥	٠,٧١	٣,٤٤	٠,٣٣	٣,٩٢	٠,٥٤	٢,٦٢	٠,٤١	٣,١٤	٠,٧٤	٤,١١	٠,٢٣
الفعل الستراتيجي المتسق	٣,٩	٠,٢٣	٣,٢١	٠,٧٢	٢,٧٤	٠,٨٣	٢,٧٤	٠,٦٤	٤,٣٢	٠,٤٦	٣,٣١	٠,٥٣
المتوسط	٣	٠,٦٧	٣,٧٣	٠,٥٦	٣,٣٣	٠,٥٥	٣,٠٩	٠,٥٨	٣,٧٠	٠,٤٨	٤,٠٤	٠,٥٧

[2] انطلاقاً من وجهة نظر(Hultman & Gullerman ,2002) القائلة بان عدم تجاوز نصف مساحة المقياس يؤشر وجود قيم غير فاعلة.

يلاحظ من الجدول أعلاه إن مقومات نجاح عملية التجدد الستراتيجي متوافرة في المـصارف عينـة الدراسة غير إن الدرجة التي تتوافر فيها أي من هذه المقومات جاءت متفاوتة من مصرف إلى أخر.إذ اهتمت مصارف دار السلام،بغداد،الاقتصاد،والخليج التجاري بعملية التخيل الستراتيجي وتحديد الفرص المستقبلية التي تلوح في الأفق فضلاً عن الاستفادة من الأفكار المطروحة والرؤى المستقبلية الجديـدة. واهتم المصرف الإسلامي بإرساء دعائم التفاهم المشترك بين مختلـف المـستويات التنظيميـة فـي المصرف مختلفاً في ذلك عن مصرف الوركاء الذي ركز بدورهِ على تحديد الخطط المستقبلية وسقوفها الزمنية والمسؤوليات الكفيلة بتنفيذها. وقد جاءت جميع الاستجابات الواردة بانحرافات منخفضة نـسبياً إذ تراوحت بين(٠,١٣-١,١).

رابعاً:علاقة النظام القيمي بعملية التجدد الستراتيجي: ابرز مضمون الفرضية الرئيسة الأولى للدراسـة وفرضياتها الفرعية توقع وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع النظام القيمي وبين عملية التجـدد الستراتيجي. وبعد معالجة البيانات إحصائياً باستخدام معامل ارتباط Spearman واسـتخدام اختبـار Zلقياس معنوية العلاقات،وكما موضح في الجدول(٤)، تم التوصل إلى الآتي:-

الجدول(٤)علاقات الارتباط بين النظام القيمي والتجدد الستراتيجي N=48

القيم / التجدد الستراتيجي	التخيل الستراتيجي	التفاهم المشترك	الفعل الستراتيجي المتسق
قيم النمو	٠,٩٥٢*	٠,٦٥١*	-٠,٥٥٢*
قيم الاستقرار	٠,٨٧٤*	٠,٢١٤	٠,٨٤١**
قيم الدفاع	-٠,٥٢٢*	٠,١٣٢	٠,٧٢٢

*معنوي عند مستوى معنوية ٠,٠١ باتجاهين (-٢,٥٨>=|Z|=<٢,٥٨).

** معنوي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ باتجاهين (-١,٩٦>=|Z|=<١,٩٦).

١-ارتباط قيم النمو بعلاقات معنوية مع جميع مقومات نجاح عملية التجدد الستراتيجي.وجـاءت هـذه العلاقات موجبة قوية جداً فيما يتصل بالتخيـل الـستراتيجي،وموجبة قويـة فيمـا يتعلـق بالتفـاهم المشترك،وسالبة متوسطة القوة فيما يتعلق بالفعل الستراتيجي المتسق،وجميع هذه المعـاملات كانـت معنوية عند مستوى معنوية١% . وعلية يمكن القول بقبول الفرضية الفرعية الأولـى المنبثقـة مـن الفرضية الرئيسة الأولى بنسبة ١٠٠%.

٢-ارتباط قيم الاستقرار بعلاقات معنوية موجبة قوية جداً مع كل من التخيـل الـستراتيجي والفعـل الستراتيجي المتسق،غير أن العلاقة جاءت موجبة منخفضة القوة فيما يتعلق بالتفـاهم المـشترك بـين المستويات التنظيمية للمصارف عينة الدراسة. وعليه تقبل الفرضية الفرعيـة الثانيـة المنبثقـة عـن الفرضية الرئيسة الأولى بنسبة ٦٦,٧%.

٣-ارتباط قيم الدفاع بعلاقات تراوحت بين قوية موجبة فيما يتصل بالفعل الستراتيجي المتـسق،وسالبة متوسطة القوة بخصوص التخيل الستراتيجي،وموجبة منخفضة جداً فيما يتعلق بالتفاهم المشترك.وبذلك تُقبل الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسة الأولى بنسبة قبول ٣٣,٣%.

خامساً:اتجاهات التأثير بين متغيرات الدراسة

تهدف هذه الفقرة إلى التأكد من تأثير النظام القيمي في المصارف عينة الدراسة، بعد أن ثبتت فاعليـة نظامها القيمي،في مقومات نجاح عملية التجدد الستراتيجي. وقد تم الاعتماد فـي ذلـك علـى تحليـل Mann-Whitney كما موضح في الجدول(٥).

الجدول(٥)نتائج تحليلMann-Whitney لتأثير النظام القيمي الفاعل في التجدد الستراتيجي N=48

القيم / التجدد الستراتيجي	التخيل الستراتيجي	التفاهم المشترك	الفعل الستراتيجي المتسق
قيم النمو	٢٨**	٣٢**	26**
قيم الاستقرار	٣٤**	37**	٢٠
قيم الدفاع	٣٩**	25	٢٩**

**معنوي عند مستوى معنوية 0%.

يلاحظ من الجدول أعلاه الأتي:

١-تؤثر قيم النمو في جميع مقومات نجاح عملية التجدد الـستراتيجي.وتراوحـت معـاملات التـأثير بين(٣٩)كحد أعلى فيما يتعلق بتأثير قيم النمو في قيام المصارف عينة الدراسة بالفعـل الـستراتيجي المتسق و(٢٨)كحد أدنى فيما يتعلـق بتـأثير قـيم النمـو فـي امـتلاك هـذه المـصارف للخيـال الستراتيجي.ويلاحظ أن جميع هذه المعاملات كانت معنوية عند مستوى معنوية 0%. وعليـه يمكـن القول بقبول الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسة الثانية.

٢- تؤثر قيم الاستقرار في جميع مقومات نجاح عملية التجدد الستراتيجي.وتراوحت معاملات التـأثير بين (٣٧)كحد أعلى فيما يتعلق بتأثير هذه القيم في أيجاد أسس التفاهم المـشترك بـين العديـد مـن المستويات التنظيمية و(٢٥)كحد أدنى للتأثير في القيام بالفعل الستراتيجي المتسق.وتجدر الإشارة إلـى هذا التأثير كان ذو دلالة إحصائية في التخيل الستراتيجي والتفاهم المشترك الأمر الذي يقود إلى القول بالقبول الجزئي للفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسة الثانية.

٣- تؤثر قيم الدفاع في جميع مقومات نجاح عملية التجدد الستراتيجي.وتراوحـت معـاملات التـأثير بين(٢٩)كحد أعلى فيما يتعلق بتأثير هذه القيم في القيام بالفعل الستراتيجي المتسق من قبل المـصارف عينة الدراسة و(٢٠)كحد أدنى فيما يتعلق بتأثير قيم الدفاع في خلق أرضية التفاهم المشترك بين أقسام المصارف ووحداتها التنظيمية.وهذه المعاملات جاءت معنوية عند مستوى معنوية 0% باستثناء قيمـة التأثير في الفعل الستراتيجي المتسق.

الاستنتاجات: بناء على ماجاء في نتائج الدراسة يوصي الباحث بالاتي:

١-سيادة قيم النمو في المصارف عينة الدراسة تليها في ذلك قيم الاستقرار ثم قـيم الـدفاع.وتعـزي الدراسة ذلك إلى إدراك الإدارات العليا لهذه المصارف للمنافسة الخارجية المحتملة أو المنافسة المحلية الأخذة بالتزايد هذا من جانب،أما من الجانب الأخر فيتمثل بادراك هذه الإدارات للتحسن النسبي علـى المستويين الأمني والاقتصادي في بعض المحافظات الأمر الذي أدى إلى انتهاج ستراتيجية النمو بزيادة عدد الفروع في هذه المحافظات أو استحداث خدمات مالية ومصرفية جديدة لم تألفها هـذه المنـاطق مسبقاً.

٢-اتصف النظام القيمي السائد في المصارف عينة الدراسة بالفاعلية الأمر الذي يبعث على الأمل فـي إمكانية الاستفادة من هذا النظام في تحقيق عدد من المكاسب يأتي في طليعتها تلبية حاجـات مـوظفي المصرف(الزبائن الداخليين)وما لذلك من انعكاسات في تلبية حاجات الزبائن الخارجيين للمصرف.

٣-إيمان إدارات المصارف عينة الدراسة بان قيمها السائدة ممكنة التطبيق في ضل ظـروف العمـل الحالية فضلاً عن أنها تحمل في ثناياها جانب معين من التوافق بين قيم الفـرد وقـيم الفريـق وقـيم المصرف وذلك لكون هذه القيم تستخدم بطريقة صحيحة ومناسبة.

٤-أيلاء المصارف عينة الدراسة اهتماماً كبيراً لعملية التخيل الستراتيجي وهو مـا تعتقـده الدراسـة الحالية امراً طبيعياً ناجماً عن سيادة قيم النمو فيها،غير أن جانب القصور جاء هذه المرة في التركيـز المحدود على تحقيق سبل التفاهم المشترك بين فروع المصرف ومستوياته التنظيمية فضلاً عن الأفعال الستراتيجية المتسقة مع عملية التخيل الستراتيجي.

٥-بعد أن ثبت نظرياً إن القيم تفعل فعلها المؤثر في توجيه سلوك الأفراد والفـرق والمنظمات،أثبتـت الدراسة الحالية ميدانياً صحة هذا الادعاء لاسيما إذا كانت هذه القيم مكرسة بصيغة نظام قيمي يتصف بالفاعلية.

التوصيات: إشارة إلى ماجاء في نتائج الدراسة واستنتاجاتها توصي الدراسة بالاتي:

١-مباركة قيم النمو السائدة في المصارف عينة الدراسة والعمل على تعزيزها والسعي إلى تبنيها مـن قبل المنظمات المحلية الأخرى،ومحاولة الاستفادة من قيم الأفراد التي تتخذ مـن النمـو أساسـاً لهـا وتسخيرها لخدمة واقع هذه المنظمات في مواجهة الظروف البيئية الأخذة بالتعقيد.ولعل السبيل إلى ذلك يتمثل في إعادة هيكلة نظم التحفيز المادية والمعنوية وتوجيهها نحو خدمة هذا الجانب.والجدير بالإشارة إلى أن ما تم الذهاب إليه في أعلاه لايعني بأية صيغة عدم الاكتراث لقيم الاستقرار أو قيم الدفاع بـل على العكس إذ أن هذه القيم تعد مناسبة جداً للكثير من الظروف التي قد تواجه المنظمات،وكمثال لذلك ماجاء في التوصية رقم(٥).

٢-على الرغم من اتصاف النظام القيمي السائد في المصارف عينة الدراسة بالفاعليـة ،إلا أن الواقـع يشير إلى ضرورة السعي نحو تعزيز بعض معايير الفاعلية المعتمدة فـي الدراسـة لاسـيما معيـار الموازنة.ومن هذا المنطلق توصي الدراسة بإجراء دراسة أخرى أكثر تخصصاً لتشخيص التعـارض المتوقع بين الأنواع المختلفة من القيم التي يتضمنها النظام القيمي للأفراد داخل المنظمات والسعي نحو معالجة ذلك على وفق أسس علمية سليمة.

٣-ضرورة إعداد الخطط المناسبة من جانب المصارف المحلية لبلوغ تصوراتها المـستقبلية، ولعـل السبيل لبلوغ ذلك يتمثل في استحداث وحدات تنظيمية متخصصة في هذا المجال تأخذ علـى عاتقهـا مسؤولية رصد التغييرات البيئية الخارجية والداخلية قبل المباشرة بصياغة الأهداف التنظيمية وتحديـد آمادها الزمنية فضلاً عن بيان سبل بلوغها بما ينسجم مع نقاط القوة والضعف الخاصة بكل مصرف.

٤-أهمية توجيه الإدارات العليا في المصارف المحلية إلى إيجاد أسس للتفاهم المشترك بين الفروع أو بين المستويات التنظيمية المختلفة لآي من هذه الفروع.ويمكن القول بان بلوغ هذا المطلب يتوقف فـي جانب كبير منه على أمرين:الأول يتمثل بزيادة عملية المشاركة في صنع القرارات الرئيسة للمصارف لاسيما مايتعلق منها بالسياسة الاقراضية أو السياسة الاستثمارية ، أما الأمر الثاني فينطوي على العمل على إيجاد نمط معين من الثقافة التنظيمية يتصف بالقوة ويشعر الجميع نحوه بالولاء والانتماء وتوحيد الصفوف.

٥-ضرورة إجراء دراسات أخرى معمقة في البيئة المحلية تتخذ من نوع النظام القيمي الذي تتوافر فيهِ معايير الفاعلية (نمو،استقرار،ودفاع)أساساً لصياغة ستراتيجية المنظمة(المصرف)، فمتى ما سادت قيم النمو بين صناع القرار في المنظمة ازدادت احتمالات انتهاج المنظمة لستراتيجية النمـو ،ومتـى مـا سادت قيم الاستقرار بين صناع القرار في المنظمة ازدادت احتمالات انتهـاج المنظمـة لـستراتيجية الاستقرار، ونفس الشيء يقال بصدد قيم الدفاع وستراتيجية الدفاع ، وهذا ما يحاول الباحـث تكـريس جهوده المستقبلية نحوه ، ومنه تعالى السداد والتوفيق.

References

1-Andrews,K.R.(1987),The concept of corporate strategy ,third Edition , Homewood , iL :Rihard D.Irwin.

2-Agarwal , R. (2006) ,Organization science special issue on strategic renewal , http://mc.manuseriptcentral,com\orgsci.

3-Becker,B.W. & Connor, P.E.(1985),Changing American value-debunking the myth , Business,Jan-Match (56-59).

4-Crossan, M. M. (2003) , Organizational learning & strategic renewal , Strategic Management Journal , Vol 24(1087-1105).

5-Daft,R.L.(2001),Organization theory and design,7th.Ed South-western college Publishing.
6-David,F.R.,(1995),Concepts of strategic management,Prentice Hall,Englewood Cliff,New Jersey.
7-Feather,N.T.(1994),Values and national identification:Australian evidence, Australian Journal of Psychology,Vol 46,No 1,(35-40).
8-Folkeringa,M.,Meijaar. d,J& Stel,A.(2004),Strategic renewal and its effect on small firm performance,Business & Policy Research,www.econ.mpg.del.
9-Glueck,W.F.(1980),Business policy and strategic management ,Third Edition, McGraw-Hill Co. Inc.
10-Guth,W.D. & Tagiuri,R.(1965),Personal values and corporate strategy ,Harvard Business Review43,no.5(Septemoer-Octoper)pp.123-132.
11-Hatch , Mary Jo (1997) , Organization theory : Modern - symbolic & Postmodern perspectives ,Oxford University Press.
12-Hodge,B.J. and Anthony,W.P.(1991),Organization theory-strategic approach, Allyn and Bacon, Inc.
13-Hultman , K. and Gellerman ,B. (2002) , Balancing individual and organizational : values Walking the tightrope to success,Jossey-Bass\pfeiffer:A wiley Co.
14-Ivancevich,J.M. & Matteson, M.T.(2002), Organizational behavior and management ,Sixth Edition, McGraw-Hill.
15-Jones,(1995),Organizational Theory,2nd.Ed,Addison-Wesley publishing company
16-Kreitner ,R.& Kinick ,A.(2001),Organizational behavior ,Fifth Edition ,McGraw-Hill ,Irwin.
17-Macmillan,H. and Tampoe,M.(2000),Strategic Management-process, content and implementation ,Oxford University Press.
18-Mahnke , V. & Aadne, J.H.(2006),Speed and potential breakdown in the process of strategic renewal,www.ep.lib.cbs.dk\down\aad\isbn\8778690153.pdf.
19-Mizutani , E & Tomioka , T. (2003) ,Japan : renewing HR management via organizational values management, B&C International .www.benecompintl.Com\pdf\ mizutani.pdf.
20-Peace ,J.A. & Robinson,R.B.(2005),Strategic management: Formulation – implementation and control,9th Edition,McGraw-Hill Co.
21-Pennings,J.M.(1970),Work value system of white-collar workers ,Administrative Science Quarterly,Vol 15 No.4.
22-Ravasi,D. & Lojacono ,G.(2005),Managing design and designers for strategic renewal ,Long Rang Planning,Vol 38 (51-77).
23-Robbins,S.P.(2003), Organizational behavior,1oth Edition,Prentice-Hall,USA.
24-Rokeach,M.(1973),The nature of human values,N.Y.,The Free Press.
25-Schermerhorn,J.R.,Hunt,J.G. , and Osboren, R.N.(1997),Organizational behavior , N.Y. ,John Wiley and Sons ,Inc.

26-Schwartz,S.H.(1992),Universals in the content and structure of values:Theoretical advances and empirical test in 20 countries.In M.P.Zanna(ed),Advances in experimental social psychology,Vol.25,New Yourk:Academic Press.
27-Trice,H.M. & Beyer,J.M.(1984),Studing organizational cultures through rites and ceremonials,Academy of Management Review 9,no.4,October.
28-Vancil,R.F.(1986),Strategy formulation in complex organizations ,Sloan Management Review 17.no.2.
29-Wheelen, T.L. & Hunger, J.D.(2004),Strategic Management and Business Policy: Concepts , 9th Edition, Pearson Education, Inc. ,Upper Saddle River.
30-Williams,Ian(2005),Strategy Renewal,seminar,www.futurate.com\.
31-Wit,B. & Meyer,R.(2004),Strategy process-content & context :An international perspective,Second Edition ,Thompson.

بسم الله الرحمن الرحيم

استبانه

أخي المستجيب الكريم ... الاستبانة التي بين يدي جنابكم الكريم هي أداة لبحث علمي لاعلاقة له بأيـة جهة لا من قريب ولا من بعيد. يرجى الإجابة على جميع الفقرات بوضع إشارة على الرقم الذي يتفق مع وجهة نظرك بعد أي من العبارات الواردة أدناه لأن ذلك من شأنهِ ان يحقق أهداف البحث المندرجة تحت هدف رئيس يتمثل بالتعرف على اثر النظام القيمي لمتخذي القرار في منظمـات الأعمـال فـي التجدد الستراتيجي لاسيما إذا كان هذا النظام يتصف بالفاعلية. مع تقديري واحترامي لـ وقتكم الثمـين وتعاونكم المثمر إن شاء الله.

الباحث

	الفقرة	لاتفق بشدة ٣	٢	اتفق بشدة ١ ٤ ٥
١	نسعى إلى تقديم حلول مبتكرة للمشكلات التي تواجهنا أثناء العمل.			
٢	التعلم المستمر صفة ملازمة لزملائي في العمل.			
٣	استطيع القول أننا نعمل كجماعة وليس كأفراد.			
٤	لدينا التزاماتنا الأخلاقية تجاه أبناء المدينة بغض النظر عن الجوانب المادية.			
٥	يتقبل بعضنا وجهات نظر بعض وانتقادات الآخرين.			
٦	نسعى بجد لتكريس الجودة في جميع مرافق عملنا.			
٧	يتطلب عملي الحالي الكثير من الحذر الذي يجب أن أتحلى به.			
٨	التحلي بالمهنية هو الطابع المميز لعملي الحالي.			
٩	أسعى جاهداً للمحافظة على وظيفتي الحالية.			
١٠	امتثل للقوانين قدر المستطاع.			
١١	التزاماتي في العمل لاتؤثر سلباً على التزاماتي تجاه أسرتي.			
١٢	عملنا يمتاز بالرتابة ولدينا الرغبة في الإبقاء على ذلك.			

١٣	الدبلوماسية ضرورة من ضرورات عملي الحالي.	
14	أسعى إلى تعظيم منفعتي الشخصية دون الاكتراث للوسيلة المستخدمة في ذلك(R).	
١٥	أتعامل بشكل أخلاقي عندما اشعر إن الضرورة تتطلب ذلك(R).	
١٦	اشعر بأهمية البقاء أمناً في منصبي الوظيفي الحالي.	
١٧	أكرس الكثير من الوقت في عملي للتأكد أن المهام تؤدى بشكلها المناسب.	
١٨	أدافع عن وجهة نظري حتى إن اتضح عدم صوابها(R).	
١٩	اطرح أرائي دون بينة أو دليل(R).	
٢٠	أوفق بين الحلول عندما أجد ذلك مناسباً(R).	
٢١	اهتم بمصالحي الخاصة دون الاهتمام بمصالح الآخرين(R).	
٢٢	أتقبل وجهات النظر حتى إن كانت متعارضة.	
٢٣	أوازن بين انجاز المهام وعلاقاتي مع الآخرين.	
٢٤	استمع باهتمام لوجهات نظر الآخرين.	
٢٥	اظهر للآخرين إني اتصف بالمرونة.	
٢٦	أوازن بين الحاجات ذات الأمد القصير والحاجات ذات الأمد الطويل.	
٢٧	لا اكترث لوجهات نظر الآخرين(R).	
٢٨	اخصص القليل من الاهتمام لبعض الأسبقيات المهمة والضرورية(R).	
٢٩	اخصص القليل من الاهتمام بالتعليم(R).	
٣٠	تميل شكوكي نحو الآخرين لصالحهم.	
٣١	أعامل الآخرين باحترام.	
٣٢	أعاني من الصعوبات في التكيف مع التغييرات الحادثة في محيط العمل(R).	
٣٣	امتلك رغبة قوية في النمو.	
٣٤	أفكر ملياً في الأهمية النسبية للقرارات.	
٣٥	أقاوم التغيير(R).	
٣٦	أركز على التطور الشخصي.	
٣٧	أتجنب المخاطرة(R).	
٣٨	لا أميل إلى إسناد الآراء بالبيانات(R).	
٣٩	أميل إلى التوافق عندما أجد نفسي معرضاً للضغوط(R).	
٤٠	اختار السلوكيات التي لاتتوافق مع القيم المعلنة(R).	
٤١	لا أعير اهتماماً للقيم التي يختلف بشأنها الآخرون(R).	
٤٢	أركز على الشمولية.	
٤٣	اختار الطرائق التي تتوافق مع الأهداف.	
٤٤	اتخذ القرارات التي يتقبلها الجميع.	
٤٥	أنا من مناصري القناعات الراسخة.	
٤٦	افرض قيمي على الآخرين(R).	
٤٧	أتصرف بأمانة واستقامة عندما أواجه المعارضة من قبل الآخرين(R).	
٤٨	أكافح لتحقيق الانسجام بين القيم والأهداف.	
٤٩	أتجنب استخدام وسائل التأثير غير المقبولة من الآخرين.	
٥٠	ابحث عن الحقيقة في الوقت الذي احترم فيه وجهات نظر الآخرين.	
٥١	أدافع عن نفسي عندما ينتقدني الآخرين(R).	

٥٢	احترم وعودي التي ابرمها على نفسي تجاه الآخرين.	
٥٣	لدي جداول عمل(برامج)سرية(R).	
٥٤	ليس من الحكمة البوح بالمعلومات التي امتلكها دون مقابل(R).	
٥٥	أركز على التعلم بدلاً عن اللوم.	
٥٦	أجد من الضرورة تحريف الكلام الذي يرد على لسان الآخرين(R).	
٥٧	اعترف بمسؤوليتي عن الأخطاء التي اقترفها.	
٥٨	لايفترض التعامل بنفس الشاكلة مع الجميع(R).	
٥٩	امتلك تصوراً واضحاً عن طبيعة المناطق الجغرافية التي سنعمل بها مستقبلاً.	
٦٠	لدي القدرة على تقديم أفكار جديدة تغير من الواقع إذا ما كان ذلك ضرورياً.	
٦١	تمتلك أدارة المصرف خطط بديلة إذا ما غير المنافسين خططهم.	
٦٢	لدينا استعداد لدخول ميادين منافسة جديدة.	
٦٣	يمتلك الجميع احساساً قوياً بإمكانية النجاح في عملنا.	
٦٤	وقوع النزاعات أمر بعيد الوقوع بين موظفينا.	
٦٥	تسعى الأدارة إلى التركيز على الافتراضات المشتركة في التقريب بين وجهات النظر.	
٦٦	مشاركتنا في رسم مستقبل المصرف سبب مهم في تجانس وجهات النظر بيننا.	
٦٧	تجمعنا توقعات مشتركة لما سنكون عليه مستقبلاً.	
٦٨		
٦٩	يمتلك المصرف خططاً محددة تتناغم مع تصوراتها المستقبلية.	
٧٠	يعرف منتسبي المصرف مسؤولياتهم بقدر تعلق الأمر ببلوغ التصورات المستقبلية.	
٧١	نسعى إلى تطوير ملاكاتنا معرفياً بما يلبي تصوراتنا المستقبلية.	
٧٢	للمصرف خطط استثمارية تتوافق مع مراحل تحقق تصوراتنا المستقبلية.	
٧٣	نقدم بين الحين والأخر خدمات جديدة تتفق مع محتوى تصوراتنا المستقبلية.	

دور الثقة التنظيمية في تحسين مستوى مخرجات العمل الموقفية والسلوكية

دراسة تطبيقية في معمل نسيج الديوانية

المدرس الدكتور حامد كاظم متعب
المدرس المساعد عامر علي العطوي
جامعة القادسية – كلية الإدارة والاقتصاد
قسم إدارة الإعمال

Abstract:

This research provide theoretical and empirical framework testing the relationship between organizational trust and level of work outcome. The authors tested the effect relationship between sources of organizational trust (management trust , supervisor trust and co-worker trust) , level of attitudinal work outcome (job satisfaction and organizational commitment) and behavioral work outcome (job performance , citizenship behavior and innovative behavior) . With data collected from sample of (97) worker in AL- Dewanya textile manufactory. This research using some statistical tools for testing research hypotheses as multi regression analysis, Pearson correlation coefficient and dominance analysis. Most results proofed validity of research's hypotheses.

المستخلص:

يقدم البحث الحالي إطاراً نظرياً وتطبيقياً يختبر العلاقة بين الثقة التنظيمية ومـستوى مخرجـات العمل الموقفية والسلوكية ، وفق صيغة تبين انعكاس توفر الثقة بين أعضاء المنظمة في رفع مـستوى مخرجات عملهم . وقد اختبر الباحثان علاقة الأثر بين مصادر الثقة التنظيمية (الثقة بـالإدارة والثقـة بالرئيس المباشر والثقة بزملاء العمل) ومستوى مخرجات العمل الموقفية (الرضا الوظيفي والالتـزام التنظيمي) والسلوكية (الاداء الوظيفي وسلوك المواطنة وسلوك الإبداع) . ومع بيانات جمعـت مـن عينة من (97) عامل في معمل نسيج الديوانية اختبر الباحثان فرضـيات البحـث باسـتخدام تحليـل الانحدار المتعدد ومعامل الارتباط البسيط وتحليل الـسيطرة (Dominance Analysis) . وأثبتـت معظم النتائج التطبيقية للبحث صحة الفرضيات التي اقترحت ، والتي على أساسها صاغ الباحثان جملة من التوصيات التي تضمنت مجموعة من الممارسات والإجراءات التي يمكن ان تتبعها المنظمة عينـة البحث في بناء وتعزيز الثقة بين ربوع مستوياتها التنظيمية .

مقدمة:

نال مفهوم الثقة الاهتمام في العديد من الحقول العلمية كعلم النفس التنظيمي والإدارة العامة والاتـصال التنظيمي والتعليم وغيرها وخاصة في أدبيات السلوك التنظيمي (Dirks & Skarlicki, 2004) . وقد استفاد علماء الإدارة في دراسة الثقة وقد انعكست نتائج العمل من خلال البحوث التي نشرت في العديد من المجلات العلمية المختصة (Yang ,2005) ، وقد أشارت هذه الدراسات بأن للثقة دور أساسي في علاقات العمل الفاعلة والمنتجة (Lima& Caetano,2006) ، واهميتها تنعكس ايـضا فـي إرشـاد مواقف وسلوك العاملين داخل المنظمة (Dirks & Ferrin,2002)، وقد طرحت العديد من البحـوث التي أكدت على هذا الجانب .

وقد جاء البحث الحالي ليرفد أدبيات الإدارة بخصوص مفهوم الثقة التنظيمية من خلال إسـهامه فـي تقليص الفجوة المعرفية لهذا الموضوع من خلال تطرقه إلى الجوانب التي اغفلتها الدراسات الـسابقة

كموضوع دراسة الثقة من جانب مصدرها او من خلال الإشارة إلى الأهمية النسبية التي تمتلكها مصادر الثقة في تحديد مخرجات العمل الموقفية والسلوكية.
ومن اجل تحقيق أهداف البحث الحالي فأن الباحثين قسما البحث الى ثلاث محاور أساسية ، الأول يشير إلى المنهجية العلمية للبحث إما الثاني فيقدم توضيح عن الخلفية الأدبية لمتغيرات الدراسة ، اما المحور الأخير فيسلط الضوء على وصف إجابات عينة البحث وعلى اختيار الفرضيات .

منهجية البحث

مشكلة البحث

تنبع مشكلة البحث الحالي من الجوانب الآتية :-
١- أشارت الأدبيات بأن الثقة التنظيمية (OT) مصدر أساسي للميزة التنافسية ، وجانب مهم في نجاح وبقاء المنظمات في الآجال الطويلة ، وهذا يعتبر محفز وضرورة حتمية على إجراء بحوث تطبيقية توضح محددات ونتائج الثقة التنظيمية (Lima & Caetano ,2006) .
٢- على الرغم من كثرة البحوث التطبيقية التي تناولت موضوع الثقة التنظيمية ، إلا ان بعض الباحثين مثل (Decker) (2002) يشير بأن الثقة التنظيمية مجال دراسي قيد البحث (Yang,2005:1) .
٣- هنالك تأكيد على قلة الجهود البحثية اتجاه دراسة موضوع الثقة التنظيمية من مدخل مرجعية الثقة (Trust Foci or Trust Referent) (Dirks & Ferrin,2002) ، ووجود غياب واضح ضمن أدبيات السلوك التنظيمي حول الدور الذي تلعبه مرجعية الثقة في التأثير على مخرجات العمل الفردية والمنظمية (Shah,1998) .
٤- على الرغم من وجود العديد من الدراسات الأجنبية التي توضح تأثير إبعاد الثقة التنظيمية على مخرجات العمل ، إلا ان هنالك قلة ان لم نقل انعدام للدراسات التي توضح الأهمية النسبية لكل بعد من إبعاد الثقة التنظيمية على متغيرات مخرجات العمل (Dirks & Sharlicki ,2004:27) الموقفية والسلوكية .
وعلى أساس ما تقدم جاء البحث الحالي ليختبر العلاقة بين الثقة التنظيمية ومخرجات العمل في عينة من العاملين في معمل نسيج الديوانية ، وجاءت معالجة الجوانب الفرعية لمشكلة البحث من خلال تحقيق أهداف البحث الحالي لاحقة الذكر .

أهداف البحث

١- تقييم مستوى الثقة التنظيمية على أساس مرجعيتها (الثقة بزملاء العمل ، الثقة بالرئيس المباشر و الثقة بالإدارة العليا) للعاملين عينة البحث .
٢- تقييم مستوى مخرجات العمل الموقفية (الرضا الوظيفي ، والالتزام التنظيمي) والسلوكية (الاداء الوظيفي ، سلوك المواطنة التنظيمية و سلوك الإبداع) للعاملين عينة البحث.
٣- تحديد تأثير متغير الثقة التنظيمية على مستوى مخرجات العمل الموقفية والسلوكية للعاملين عينة البحث .
٤- تحديد الأهمية النسبية لكل بعد من إبعاد الثقة التنظيمية (الثقة بزملاء العمل ، الثقة بالرئيس المباشر و الثقة بالإدارة العليا) على متغيرات مخرجات العمل الموقفية والسلوكية للعاملين عينة البحث من خلال استخدام تحليل السيطرة (Dominance Analysis) .

أسلوب البحث

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي والذي يتضمن استخدام الأسلوب الميداني في جمع البيانات بواسطة استمارة الاستبيان وتحليلها إحصائيا لاختبار صحة فرضيات البحث ، بالإضافة الى المسح المكتبي وذلك للاستفادة من المراجع والمصادر المتوفرة لبناء الخلفية النظرية والإثباتات المنطقية لفرضيات البحث .

أهمية البحث

تتمثل أهمية البحث من خلال النقاط الآتية :-

١- يقدم البحث توضيح لأهم مكونات الثقة التنظيميـة باسـتخدام المـصطلحات العلميـة (النظريـة والتطبيقية) ، والذي سيساهم بشكل متواضع في استمرار الجهود البحثية بخصوص هـذا الموضـوع ورفد المكتبة المحلية والعربية التي تفتقر لمثل هكذا مواضيع .

٢- من خلال النتائج المتوقع الوصول إليها ، يأمل الباحثان بتقديم الحلول التي تـساعد فـي تحـسين القابليات المعرفية لدى القيادات مجتمع البحث في بناء الثقة في منظمتهم والتي ستنعكس نتائجها ايجابياً على مستوى مخرجات العمل .

متغيرات ومقاييس البحث

يضم البحث متغيرين رئيسين هما :-

١- المتغير المستقل (الثقة التنظيمية) (OT) ويتكون من ثلاثة إبعاد رئيسة هي :-

أ- الثقة بزملاء العمل ، وسنرمز لها (CT) .

ب- الثقة بالرئيس المباشر (ST) .

ج- الثقة بالإدارة العليا (MT) .

تم قياس هذا المتغير بالاعتماد على مقياس (Scott,1981) ، والذي يتكون من (13) فقرة ، منهـا (5) فقرات تتعلق بالمتغير الفرعي (الثقة بالرئيس المباشر) والمتبقي (8) فقرات تتـوزع بالتـساوي على كل من المتغير الفرعي (الثقة بزملاء العمل) و(الثقة بالرئيس المباشر) ، وهذا المقياس مصمم على مقياس (Likert) الخماسي (لا اتفق جداً- اتفق جداً) .

٢- المتغير المعتمد (مخرجات العمل) (WO) ، ويتكون من جانبين رئيسيين هما :-

أ- مخرجات العمل الموقفية ، وسنرمز لها (AWO) ، ويتكون من متغيرين هما :-

- الرضا الوظيفي ، ونرمز له (JS)
- الالتزام التنظيمي ، ونرمز له (OC)

قيس متغير الرضا الوظيفي بالاعتماد على مقياس (AL-Amri,1996) ، والذي يضم (4) فقـرات ، إما بالنسبة لمتغير الالتزام التنظيمي فقد استعين بمقيـاس (Porter etal.,1974) والـذي يـضم (9) فقرات ، وكلا المقياسين (الرضا الوظيفي والالتزام التنظيمـي) ، اعتمـد علـى مقيـاس (Likert) الخماسي (لا اتفق جداً- اتفق جداً) .

ب- مخرجات العمل السلوكية ، وسنرمز لها (BWO) ويتكون من ثلاثة متغيرات هي :-

- الاداء الوظيفي ، ونرمز له (JP)
- سلوك المواطنة التنظيمية ، ونرمز له (OCB) ويضم متغيران هما سلوك المواطنة الفـردي (OCB-I) ، وسلوك المواطنة للمنظمة (OCB-O) .
- سلوك الإبداع ونرمز له (IB) .

قيس متغير الاداء الوظيفي بالاعتماد على مقياس (Pearce & Porter,1986) ، والذي يـشمل (5) فقرات وفق مقياس (Likert) الخماسي (منخفض جداً-مرتفع جداً) ، إما متغير سلوك المواطنـة فـتم قياسه بالاستعانة بمقياس (Becker & Randall ,1994) والذي استخدمه الباحث الثاني في دراسـة سابقة (العطوي ،2007) ، وفق مقياس (Likert) الخماسي (مطلقاً-دائماً) ، وبالنسبة لمقياس الـسلوك الإبداعي فقد استعان الباحثان بمقياس (Morrison & Phelps,1999) والمصمم ايضا علـى وفـق مقياس (Likert) الخماسي (لا اتفق جداً-اتفق جداً) ، وجميع هذه المقاييس موجـودة فـي ملحقـات البحث .

وقد استخدم الباحثان معامل كرونباخ الفا للتأكد من ثبات مقاييس البحث ، وقد تراوحت قيمة المعامل بين (0.77-0.91) وهذه القيمة مقبولة إحصائيا في البحوث الإدارية والسلوكية لان قيمتها اكبر (0.75) (Allyn etal,2006:45) .

فرضيات البحث

تتمثل فرضيات البحث بفرضيتين أساسيتين يتفرع منها عدد من الفرضيات الفرعية :-

الفرضية الأولى : تؤثر إبعاد الثقة التنظيمية ايجابياً في مستوى مخرجات العمل الموقفية ويتفرع منها فرضيتان فرعيتان :-

١- تؤثر إبعاد الثقة التنظيمية ايجابياً في مستوى الرضا الوظيفي

٢- تؤثر إبعاد الثقة التنظيمية ايجابياً في مستوى الالتزام التنظيمي

الفرضية الثانية : تؤثر إبعاد الثقة التنظيمية ايجابياً في مستوى مخرجات العمل السلوكية ويتفرع منها أربع فرضيات فرعية :-

١- تؤثر إبعاد الثقة التنظيمية ايجابياً في مستوى الاداء الوظيفي

٢- تؤثر إبعاد الثقة التنظيمية ايجابياً في مستوى سلوك المواطنة المتجهة للأفراد

٣- تؤثر إبعاد الثقة التنظيمية ايجابياً في مستوى سلوك المواطنة المتجهة للمنظمة

٤- تؤثر إبعاد الثقة التنظيمية ايجابياً في مستوى السلوك الإبداعي

الوسائل الإحصائية

سيستعين البحث بعدد من الوسائل الإحصائية الوصفية والتحليلية والتي تتمثل بالوسط الحسابي ، والانحراف المعياري ، ومعامل الارتباط البسيط (Person) ، وتحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis) وتحليل السيطرة (Dominance Analysis) .

عينة البحث

تمثلت عينة البحث الحالي بمجموعة من العاملين في معمل نسيج الديوانية ضمت (98) فرد (من إداريين وفنيين) ، وبعد توزيع استمارة الاستبيان عليهم ظهر بأن واحدة من الاستمارات غير صالحة للتحليل الإحصائي وبذلك تكون نسبة الاستمارة المستخدمة في الدراسة اكثر من (98 %) .

الجانب النظري للبحث

الثقة التنظيمية Organizational Trust

١- المفهوم

الثقة ليست مصطلحاً بسيطاً للفهم ، فهي تتطلب العديد من العوامل التي يجب ان تؤخذ بالاعتبار عند دراستها (Dammen,2001:9) . اذ لا يوجد اتفاق بين الباحثين حول تعريف شامل وموحد للثقة ، وقلة هذا الاتفاق تعود الى التركيب المعقد لهذا المفهوم والذي لا يمهد لإعطاء الصورة المتكاملة ، فالباحثون يميلون الى النظر الى الثقة ضمن سياق مجالاتهم الأكاديمية الخاصة ويقدمون على هذا الأساس التعاريف المختلفة والتي تساهم احياناً في زيادة التشويش حول ماهية هذا المفهوم والية عمله (Adams,2004:3) .

ويمكن ان ندرج بعض تعاريف الثقة التي اعتمدها بعض الباحثين كأساس في تعريف الثقة التنظيمية (OT) ، وكما يلي :-

- " الحالة النفسية التي تشمل نية القبول والانكشاف القائم على التوقعات الايجابية لنوايا وسلوك الآخرين " (Rousseau etal.,1998 :395) .
- " توقع طرف ما حول قدرة ، وسلوك وحسن نية الطرف الأخر " (Blomqvist & Stahle,1999:57)

- " التوقعات الايجابية الموثوقة بخصوص تصرف الآخرين " (Lewicki etal. ,1998:439) إما الثقة التنظيمية فتعرف بأنها :-
- " الإيمان العام والثقة بنوعية وقابلية أشخاص معينين (مثل زملاء العمل والرئيس المباشر) او مجموعات معينة (مثل الإدارة العليا) ضمن المنظمة ، والرغبة في الاعتماد عليهم على أساس تصرفهم كما متوقع منهم فضلاً عن عدم الاهتمام بمراقبة ومتابعة سلوكهم بهذا الخـصوص " (Chen etal.,2003) .
- " محافظة أعضاء المنظمة على الإيمان والثقة المتبادلة بين بعضهم البعض من ناحيـة النيـة والسلوك " (Lee etal.,2003) .

٢- الأهمية

العديد من نظريات المنظمة المعاصرة تعد تطوير الثقة المتبادلـة والتفاعـل قـوة مكملـة فـي المنظمات ، ويشير (Shea) (1984) بأن الثقة مكون مهم في الحياة التنظيمية فهي أشبه بزيت التشحيم الذي يقلل من الاحتكاك وأشبه بالرابط الذي يلصق الأجزاء المتباينة سوية ، فهي محفز لانجاز العمـل (Dammen,2001:6) .

وقد كتب المنظرون التنظيمون حول أهمية الثقـة التنظيميـة عبـر العديـد مـن العقـود امثـال (McGregor,1967 ; Likert,1967 ; Argyris,1973) ، والذين اتفقوا مع العديد من الممارسـين والاستشاريين في الإدارة حول دعم فكرة أهمية الثقة التنظيمية (Ibid :6-7) .

وأفاد الكثير من الباحثين امثال (Mishra) (1996) بأن الثقة التنظيمية عامل مركزي يعزز من نجاح وبقاء المنظمات وخاصة في بيئة الإعمال لأنها اصبحت غير مؤكدة وتنافسية ، ولهذا فأن الثقة عامـل مهم لأنها تساعد على التكيف مع الأشكال والعمليات الجديدة للعمل . ويـشير (Crawford) (1998) بأن كل المنظمات الرائدة تتشابه بشيء أساسي ، هو قيامها على أساس الثقة ، والثقة التنظيميـة هـي ايضا مصدر للميزة التنافسية لأن تأصيل الثقة يزيد من التعاون بين أعضاء المنظمة والتـي بالحقيقـة تخفض من كلف التبادل وكذلك من السلوك الانتهازي (Lima & Caetano ,2006) .

ويذكر بعض الباحثين بأن الثقة تمثل أسبقية ضرورية للتعاون بين العاملين وبين المنظمات وتقـود للسلوك البناء في العلاقات الطويلة الأجل وهي عامل حيوي في العمل الإبداعي داخل المنظمات (كمـا هو في حال فرق انجاز المشاريع) وبين المنظمات (كما هـو فـي حـال التحالفـات الإسـتراتيجية) (Blomqvist & Stahle,1999:57) .

والثقة التنظيمية ايضا احد العناصر الأساسية في حل المشاكل الإدارية ، وقد أكد (Wicks) وزملاءه على أهمية نظر المنظمات الى الثقة على أنها مصدر اقتصادي مهم ، وشجع ايضا المنظمـات علـى تبني إستراتيجية للاستثمار به بالاعتماد على معايير فاعلة تنعكس نتائجها على نجاح هـذا الاسـتثمار (Adams,2004:7) .

٣- القياس

اختلف الباحثون حول قياس متغير الثقة التنظيمية ، اذ تشير المراجعة التـي أجراهـا الباحثـان للأدبيات ذات الصلة الى انطواء معظم هذه المقاييس تحت مدخلين ، يقوم كل منها على أساس منظور معين .

المدخل الأول : يسمى بمدخل أساس الثقة (Trust Base) ، و يقوم على أساس توقعات الافراد اتجاه الآخرين ، وتعتمد هذه التوقعات على اعتبارات نفعيـة (كلفـة – ربـح) ، واعتبـارات علاقاتيـة ، والخصائص الشخصية والانجذاب الشعوري بين الشخص الواثق (Trustor) والموثوق به (Trustee) (Yang,2005:4).

ويذكر ضمن هذا المدخل عدة إبعاد للثقة منها :-

١- ابعاد (Mayer etal.,1995)

- ❖ البعد الإدراكي (Cognitive)
- ❖ البعد العاطفي (Affective)

(من المقاييس التي اعتمدت على هذه الإبعاد مقياس (McAllister,1995))

٢- ابعاد (Shockley-Zalabak etal.,2000)

- ❖ القدرة (Competence)
- ❖ الاتصال المفتوح (Open Communication)
- ❖ الاهتمام بالعاملين (Concern for Employees)
- ❖ المعولية (Reliability)
- ❖ الاشتراك بالأهداف والقيم والمعتقدات (Sharing of Goals , Values and Norms)

(من المقاييس التي اعتمدت هذه الإبعاد مقياس(Shockley-Zalabak etal.,2000))

المدخل الثاني : يسمى بمدخل بؤرة الثقة (Trust Foci) او (مرجعية او مصدر الثقة) ، ويقوم على أساس مصدر الثقة في المنظمة ، والتي قد تكون ضمن المستوى الأفقي للمنظمة (علاقة الثقة بين العامل وزملائه الآخرين (الأنداد)) ، او ضمن المستوى العمودي (علاقة الثقة بين العامل والرئيس المباشر او الإدارة العليا) (Yang,2005:5;Adams,2004) .

وإبعاد هذا المدخل هي (Scott,1981) :-

- ❖ الثقة بزملاء العمل (Coworker-Trust)
- ❖ الثقة بالرئيس المباشر (Immediate Supervisor-Trust)
- ❖ الثقة بالإدارة العليا (Upper Management-Trust)

اذ تعني الثقة بزملاء العمل التوقعات الايجابية الموثوقة للعامل بخصوص نواياه وسلوك زملائه الآخرين (Adams,2004) ، إما الثقة بالقيادة والإدارة العليا فهي توقعات ايجابية موثوقة من قبل العامل بخصوص تصرف وسلوك الرئيس المباشر او الإدارة العليا ، والنية والرغبة للثقة بكلماتهم وأفعالهم (Ellis & Zalabak,2001) . وتكون هذه الثقة على أساس القواعد والسياسات ومخرجات القيادة مثل العدالة وجودة العلاقة والمكافأت وفرص التطوير المهني والاحترام وغيرها من المواضيع الأخرى .

(ومن المقاييس التي تعتمد على هذه الإبعاد مقياس (Scott,1981))

وفي هذا البحث سيعتمد الباحثان على مدخل مرجعية الثقة وباستخدام مقياس (Scott,1981) الذي يعد من المقاييس المهمة والمستخدمة بكثرة بالبحوث التطبيقية المتعلقة بموضوع الثقة التنظيمية وهو مقياس مختبر اكثر من مرة وذو ثبات ومصداقية عالية (Adams,2004:17).

مخرجات العمل Work Outcomes

العديد من أدبيات السلوك التنظيمي (OB) تتناول هذا المفهوم ، والتي تتباين في إدراج الإبعاد التي يتضمنها وذلك حسب طبيعة وهدف الدراسة التي تتناوله ، ويمكن ان نلخص بعض هذه الدراسات من خلال الجدول رقم (1) والذي يوضح بعض مؤشرات مخرجات العمل (WO) والإبعاد التي يمثلها بالإضافة الى المصدر ، وكالاتي :-

جدول (1)

مؤشرات وإبعاد متغير مخرجات العمل التي وردت في بعض الدراسات

المؤشرات	مخرجات العمل	المصدر
متطلبات العمل والإجهاد	الغياب ، دوران العمل ، الاداء الوظيفي ، الرضا الوظيفي والالتزام التنظيمي	(Duxbury etal.,1999)
السياسات التنظيمية المدركة	الاداء الوظيفي ، الغياب ، نية ترك العمل ، دوران العمل ، سلوك المواطنة التنظيمية،	(Vigoda,2000)

ومواقف العمل	سلوك الإهمال .	
الذكاء الشعوري	١- مخرجات العمل الموقفية :- الرضا الوظيفي ، الالتزام التنظيمي ، الالتـزام للعمل ، الالتزام للمهنة ، الانضمام الـوظيفي ، صراع العائلة-العمل . ٢- مخرجات العمل السلوكية :- سلوك المواطنة التنظيمية ٣- مخرجات العمل الأدائية :- الاداء الوظيفي ، نسبة الانسحاب من العمل .	(Carmeli,2003)
الدعم المنظمي المدرك	١- مخرجات العمل الموقفية :- الالتزام التنظيمي ٢- مخرجات العمل السلوكية :- الاداء الوظيفي ، سلوك المواطنة التنظيميـة ، نية ترك العمل .	(Liu,2004)
التفويض	الرضا الـوظيفي ، الالتـزام التنظيمـي ، أداء المهمة ، سلوك الإبداع	(Chen & Aryee, ,2005)
مناخ وتوجه العدالة التنظيمية	الرضا الوظيفي ، الالتزام التنظيمـي ، سـلوك المواطنة التنظيمية	(Liao & Rupp ,2005)
خصائص تصميم العمل	١- مخرجات العمل الموقفية :- الرضا عن الوظيفية ، الرضـا عـن القائـد ، الرضا عن الزملاء ، الرضا التركيب ، الرضا عن النمو ، الرضا عـن الترقيـة ، الالتـزام التنظيمي ، الانضمام الوظيفي ، تحفيز العمـل الداخلي. ٢- مخرجات العمل السلوكية :- الاداء الوظيفي ، الغياب ، نية ترك العمل . ٣- مخرجات إدراك الدور :- غموض الدور ، صراع الدور . ٤- مخرجات حالة الفرد النفسية :- القلق ، الإجهاد ، العبء .	(Humphrey etal.,2007)
خصائص العمل والحالات النفسية	تحفيز العمل الداخلي ، الرضا الوظيفي ، فاعلية العمل .	(Juhdi etal.,2007)
علاقة المرؤوس بالرئيس (LME)	صراع الدور ، الرضـا الـوظيفي ، التغذيـة الراجعة من المنظمة والرئيس المباشر.	(Harris etal.,2007)
ملائمة الشخص مع المنظمة	١- مخرجات العمل الموقفية :- الالتزام التنظيمي ٢- مخرجات العمل السلوكية :- سلوك المواطنة التنظيمية ، نية ترك العمـل ، الاداء الوظيفي .	(Williamson,2007)

المصدر : من أعداد الباحثان وبالاعتماد على المصادر الواردة فيه

ويلاحظ من الجدول أعلاه ان بعض الباحثين مثـل (Carmeli,2003 ; Liu,2004 ; Humphrey etal.,2007 ; Williamson,2007) ، يتفقون على تقسيم مخرجات العمل الـى محـورين ، الأول مخرجات العمل الموقفية ، والثاني مخرجات العمل السلوكية وعلى الرغم من ان (Carmeli,2003 ; Humphrey etal.,2007) يضيفان محاور أخرى لكن البحث الحالي سيقتصر على المحـور الأول والثاني وذلك حسب مقتضيات وأهداف البحث فـضلاً عـن الإجمـاع عليهـا ، والأتـي توضـيح لكل منهما :-

١- مخرجات العمل الموقفية Attitudinal Work Outcomes

تتمثل مخرجات العمل الموقفية بالمشاعر والمعتقدات التي تحدد الى حد كبير كيفية إدراك العاملين لبيئتهم ، وتوجه كذلك أنفسهم نحو أفعال مقصودة تنعكس نتائجها على سلوكهم ، وتشير المواقف الـى الوضع النفسي الذي يؤثر على كيفية نظر الأشخاص الى الأشياء الأخرى من حولهم (Newstrom & Davis ,1993:194) ، فالمواقف عموماً تعني الاعتقادات او المشاعر القوية اتجاه الناس او الأشـياء او المواقف (Lussier , 2005:76) .

وتتمثل مخرجات العمل الموقفيـة بالرضـا الـوظيفي والانـضمام الـوظيفي والالتـزام التنظيمـي (Humphrey etal.,2007 ; Newstrom & Davis,1993) . وسنقتصر في هـذا البحـث علـى متغيري الرضا الوظيفي والالتزام التنظيمي ، والأتي توضيح لكل منهما :-

أ- الرضا الوظيفي Job Satisfaction

الرضا الوظيفي تعبير عن أحاسيس ومشاعر الأفراد العاملين اتجاه المظاهر المختلفة لوضع العمل (Hellrigel & Slocum,2001: 329) ، فهو عبارة عن مجموعـة مـن المواقـف اتجـاه العمـل (Lussier,2005:81) . وقد أشارت مجموعة كبيرة من الدراسات بأن الرضا الوظيفي يتأثر بالعديد من المتغيرات الفردية والمنظمية مثل الثقة التنظيمية ، اذ أشار (Shockley-Zalabak etal.,2000) في دراستهم بأن مستوى الرضا الوظيفي يرتبط مع مستوى الثقة بالإدارة وبالرئيس المباشر .

ب- الالتزام التنظيمي Organizational Commitment

مفهوم الالتزام التنظيمي يتجسد في ثلاثة عناصر تناولتها جميع التعاريف التي ذكـرت بـصدده والتي تناولتها بشكل او بأخر ، وهي (الطجم ، 1996 : 106) : -

١- الاعتقاد القوي بقيم المنظمة واهدافها ومدى تقبلها .
٢- الاستعداد والميل لبذل جهد وافر للمنظمة .
٣- الرغبة الجامحة للبقاء عضواً في المنظمة .

بعض الدراسات مثل (Liou,1995) أشارت بأن الافراد الذين يثقون بمنظماتهم يكون لديهم مـستوى عالي من الالتزام والولاء اتجاههـا ، اذ يـشير (Leana & Van Buren,1999) بـأن العلاقـات الاجتماعية التي تتصف بالثقة تعتبر أساس لبناء الالتزام التنظيمي بين أعضاء المنظمة .

٢- مخرجات العمل السلوكية Behavioral Work Outcomes

سلوك العمل يعني بشكل عام كل ما يعمله او يقوله العاملون داخل المنظمة ، وهـو علـى ثلاثـة مستويات : السلوك الفردي ، والسلوك الجماعي والسلوك المنظمي (Lussier,2005:7) ، ومخرجات العمل السلوكية تضم العديد من السلوكيات كما هي مذكورة في الجدول اعـلاه مثـل الاداء الـوظيفي وسلوك المواطنة التنظيمية وسلوك الإبداع ونية ترك العمل والتغيب . وفي هذه الدراسة سنقتصر على الاداء الوظيفي ، وسلوك المواطنة التنظيمية وسلوك الإبداع ، والأتي توضيح لكل منها :-

أ- الأداء الوظيفي Job Performance

الاداء الوظيفي يعني تفاعل لسلوك الموظف ، وان ذلك السلوك يتحدد بتفاعل جهده وقدرته ، ويعني ايضا تنفيذ الموظف لأعماله ومسؤولياته التي تكلفه بها المنظمة او الجهة التي تـرتبط وظيفتـه بهـا (السكران ، 2004 : 44) .

وقد أشارت بعض الإثباتات التطبيقية بأن الثقة العمودية (الثقة بالرئيس المباشر والإدارة العليا) تلعـب دور مهم في تحسين الاداء الوظيفي ، فالثقة بالقيادة والإدارة العليا تجعل العاملين اكثر استعداد للسعي نحو تحقيق أهداف المنظمة ، وكذلك الحال بالنسبة للثقة بين الأنداد فأنها ايضا تحفز العـاملين علـى توجيه جهودهم اتجاه الأهداف المشتركة (Yang,2005:48) .

ب- سلوك المواطنة التنظيمية Organizational Citizenship Behavior

يقصد بسلوك المواطنة التنظيمية ذلك السلوك التطوع الاختياري الـذي لا ينـدرج تحـت نظـام الحوافز الرسمي في المنظمة والهادف الى تعزيز أداء المنظمة وزيادة فاعليتهـا وكفاءتهـا (Organ 1999:40,) ، ويضم سلوك المواطنة التنظيمية بعدين ، هما (البعد الفردي) والذي يعنـي مـساعدة الموظفين الآخرين الذين يواجهون مشاكل معينة في عملهم وبشكل اختياري (غير مطلوب) مثـل (مساعدة زملاء العمل إثناء غيابهم او تقديم مقترحات لتحسين العمل) ، اما البعد الثاني فهو (البعـد المنظمي) والذي يعني سلوك المساعدة الموجه نحو المنظمة والذي لا يعد جزء من متطلبات العمـل الرسمية (Bolon,1997:224;Muchinsky,2000:283) .

وقد أكدت العديد من الدراسات السابقة بأن توافر الثقة التنظيمية يزيد من انتهـاج العـاملين لـسلوك المواطنة التنظيمية سواء نحو زملائهم الآخرين او اتجاه المنظمـة بـشكل عـام (Dirks & Ferrin 2002 ; Yang,2005) .

ج- سلوك الإبداع Innovation Behavior

يشير (Morrison & Phelps) (1999) بأن سلوك الإبداع يعني كل الأفكار والمقترحات البنـاءة التي يقدمها العاملون لتحسين انسياب العمل (العطوي و العابدي ، 2007 :) ، والذي يبـدأ بـإدراك المشاكل وتقديم الأفكار والحلول الجديدة او المتبنية (Scott & Bruce,1994:581) .

وتعد الثقة احد العوامل التي تشجع على الحرية والإبداع والابتكار لان الـشك يـسحق المواقـف والرغبة لدى العاملين في تقديم أفضل ما لديهم (Horsager,2007:56) ، فعندما ترتفع الثقـة داخـل المنظمة فأن الانفتاح ، والمبادرة ، والمشاركة والإبداع تزداد (Ibid : 15) .

الجانب العملي للبحث

أولا : الإحصائيات الوصفية (Descriptive Statistics)

يلاحظ في الجدول (2) (الموجود في ملحق البحث) الأوساط الحسابية ، والانحرافـات المعياريـة ومصفوفة الارتباط الداخلي لمتغيرات البحث ، وكالاتي :-

١- الثقة التنظيمية : حصلت إبعاد الثقة التنظيمية على أوساط حسابية بلغ على الترتيب (MT= 2.7, ST= 3.9, CT= 3.8) ، اذ يلاحظ بأن بعد الثقة بزملاء العمل (CT) حصل على اعلـى الأوسـاط الحسابية ، في حين حصل بعد الثقة بالإدارة (MT) على أدنى الأوساط الحسابية .

إما الانحرافات العامة لهذه الإبعاد فهي (MT= 0.81; ST= 0.69; CT= 0.78) ، وتشير جميع هذه الانحرافات المعيارية الى تجانس إجابات عينة البحث حول فقرات مقاييس هذه الإبعاد.

وقد بلغ الوسط الحسابي العام لمتغير الثقة التنظيمية (3.4) وبانحراف معياري عام بلغ (0.76) .

وهذا يعني (وجود تقبل منخفض نوعاً ما من قبل العاملين عينة البحث اتجاه متغير الثقـة بـالإدارة ، ووجود كذلك تقبل ايجابي اتجاه متغير الثقة بالرئيس المباشر وبزملاء العمل)

٢- مخرجات العمل :-

أ- مخرجات العمل الموقفية : حصلت مخرجات العمل الموقفية على أوسـاط حـسابية بلغـت علـى الترتيب (OC= 0.38 ; JS= 0.31) ، اذ يتبين بان متغير الالتزام التنظيمي (OC) حاصل على وسط حسابي اعلى من متغير الرضا الوظيفي (JS) ، وكان الانحراف المعياري لمتغير الالتزام التنظيمـي (0.68) وهو مساوي للانحراف المعياري لمتغير الرضا الوظيفي .

وهذا يعني (وجود تقبل منخفض نوعاً ما من قبل العاملين عينة البحث اتجاه متغير الرضا الوظيفي ، ووجود كذلك تقبل ايجابي اتجاه متغير الالتزام التنظيمي)

ب- مخرجات العمل السلوكية : حصلت مخرجات العمل السلوكية على أوساط حسابية بلغت على الترتيب (JP= 3.9; OCB-I=3.7 ; OCB-O= 2.9 ; IB= 2.7) ، اذ يتبين بان متغير الاداء الوظيفي (JP) حصل على اعلى الأوساط الحسابية ، في حين حصل متغير السلوك الإبداعي (IB) على أدنى الأوساط الحسابية .

أما الانحرافات العامة لهذه المتغيرات فهي (JP= 0.71; OCB-I=0.79 ; OCB-O= 0.85 ; IB= 0.76) ، وتشير جميع هذه الانحرافات المعيارية الى تجانس إجابات عينة البحث حول فقرات مقاييس هذه الإبعاد.

وهذا يعني (وجود تقبل منخفض نوعاً ما من قبل العاملين عينة البحث اتجاه متغير سلوك الإبداع وسلوك المواطنة-للمنظمة ، ووجود كذلك تقبل ايجابي اتجاه متغير الاداء الوظيفي وسلوك المواطنة-للفرد)٠

إما بالنسبة لمصفوفة معاملات ارتباط (Person) بين متغيرات الدراسة فقد استخدمت لغرضين ، الأول يتعلق بالتحقق من قوة نموذج الدراسة من خلال الاستدلال على وجود ارتباط خطي بين المتغيرات تمهيداً لاستخدام تحليل الانحدار ، اذ اظهرت النتائج ان اعلى معاملات الارتباط لم تتجاوز (0.60) وهذا يعني بعدم وجود مشكلة (Multi collinarity) (Fryxell & Wang ,1994) .

إما الغرض الثاني فيخص تقديم دعم أولي (Initial Support) لفرضيات البحث ، فقد أشارت معظم معاملات الارتباط الى وجود علاقة ايجابية ومعنوية بين متغيرات البحث .

ثانياً : اختبار الفرضيات (Hypotheses Testing)

١- الفرضية الأولى (تؤثر إبعاد الثقة التنظيمية ايجابياً في مستوى مخرجات العمل الموقفية) :-

يظهر الجدول (3) تحليل الانحدار المتعدد (MRA) الخاص باختبار الفرضية الرئيسة الأولى ، والذي يتضمن معامل بيتا (B) ، وقيمة (T) و (F) المحسوبة ومعامل التفسير(R^2) حول علاقات التأثير بين إبعاد الثقة التنظيمية وكل من مخرجات العمل الموقفية (الرضا الوظيفي و الالتزام التنظيمي) .

اذ يظهر الجدول ومن خلال معاملات (B) وقيمة (F,T) المحسوبة وجود علاقة تأثير معنوية بين إبعاد الثقة التنظيمية (الثقة بالإدارة والثقة بالرئيس المباشر والثقة بزملاء العمل) ، وكل من متغيرات مخرجات العمل الموقفية (الرضا الوظيفي والالتزام التنظيمي) .

وهذا يعني (بأن توفر الثقة التنظيمية يساعد في تحسين مستوى الرضا الوظيفي بين العاملين ويحسن كذلك من مستوى الالتزام العاملين اتجاه المنظمة)

وهذه النتيجة تدعم نتائج العديد من الدراسات السابقة مثل دراسة (Shockley-Zalabak etal.,2000) ودراسة (Liou,1995) .

جدول (3)

تحليل الانحدار المتعدد لإبعاد الثقة التنظيمية في مخرجات العمل الموقفية

OC	JS	Dep. / Indep.
B= 0.25 T= 3.5 Sig.=0.001	B= 0.27 T= 3.7 Sig. = 0.00	MT
B= 0.58 T= 4.8 Sig.=0.00	B= 0.58 T= 4.9 Sig.=0.00	ST

B= 0.21 T= 2.00 Sig.=0.044	B= 0.20 T= 1.9 Sig.=0.052	CT
F= 15.4 Sig. = 0.00 R^2= 31.1	F= 16.6 Sig. = 0.00 R^2= 32.9	قيمة F R^2

١- الفرضية الثانية (تؤثر إبعاد الثقة التنظيمية ايجابياً في مستوى مخرجات العمل السلوكية) :-
يظهر الجدول (4) تحليل الانحدار المتعدد (MRA) الخاص باختبار الفرضية الرئيسة الثانية ، والذي يتضمن معامل بيتا (B) ، وقيمة (T) و (F) المحسوبة ومعامل التفسير(R^2) حول علاقات التأثير بين إبعاد الثقة التنظيمية وكل من مخرجات العمل السلوكية (الاداء الوظيفي ، سلوك المواطنة التنظيمية (الفردي والمنظمي) ، وسلوك الإبداع) .
اذ يظهر الجدول ومن خلال معاملات (B) وقيمة (F,T) المحسوبة وجود علاقة تأثير معنوية بين إبعاد الثقة التنظيمية (الثقة بالإدارة والثقة بالرئيس المباشر والثقة بزملاء العمل) ، وكل من متغيرات مخرجات العمل السلوكية (الاداء الوظيفي ، سلوك المواطنة التنظيمية (الفردي والمنظمي) ، وسلوك الإبداع) ، باستثناء علاقة التأثير بين بعد الثقة بزملاء العمل وسلوك المواطنة المتجهة للمنظمة ، وعلاقة التأثير بين بعد الثقة بالرئيس المباشر وسلوك المواطنة المتجهة للمنظمة والتي كانت فيها قيمة معاملات (B) غير معنوية وفقاً لقيمة (T) المحسوبة.
وهذا يعني : (بأن توفر الثقة التنظيمية يساعد على تحسين مستوى الاداء الوظيفي للعاملين ويحفزهم على انتهاج سلوك المواطنة وسلوك الإبداع)
وهذه النتيجة تدعم نتائج العديد من الدراسات السابقة مثل دراسة (Yang,2005:48) ، ودراسة (Dirks & Ferrin ,2002) .

جدول (4)
تحليل الانحدار المتعدد لإبعاد الثقة التنظيمية في مخرجات العمل السلوكية

IB	OCB-O	OCB-I	JP	Dep. / Indep.
B= 0.17 T= 2.1 Sig.=0.036	B= 0.32 T= 3.3 Sig. = 0.001	B= 0.21 T= 2.4 Sig.=0.018	B= 0.34 T= 4.7 Sig.=0.00	MT
B= 0.69 T= 4.9 Sig.=0.00	B= 0.47 T= 2.9 Sig.=0.005	B= 0.16 T= 0.64 Sig.=0.09	B= 0.54 T= 4.4 Sig.=0.00	ST
B= 0.30 T= 2.5 Sig.=0.013	B= 0.10 T= 0.96 Sig.=0.44	B= 0.40 T= 2.00 Sig.=0.04	B= 0.21 T= 2.00 Sig.=0.04	CT
F= 11.6 Sig. = 0.00 R^2=25.0	F= 8.9 Sig. = 0.00 R^2= 19.9	F= 10.4 Sig. = 0.00 R^2= 22.8	F= 16.6 Sig. = 0.00 R^2= 33.3	قيمة F R^2

ثالثاً : تحديد الأهمية النسبية لمؤشرات البحث

يتضمن استخدام تحليل الانحدار المتعدد في اغلب الأحيان تحديد الأهمية النسبية للمؤشرات الداخلة ضمن نموذج التحليل ، وقد قدمت العديد من البحوث من قبل (Kruskal,1987 ; Kruskal,1989 ; Budescu,1993) والتي ناقشت الإمكانية المحدودة لتحليل الانحدار المتعدد في تحديد الأهمية المرتبطة بالمؤشرات ضمن متغيرات النموذج (Bouckenooghe & Devos , 2007:15-16) ، وهذا المشكلة تزداد تعقيداً عندما تكون هذه المؤشرات مرتبطة مع بعضها البعض (وهذا ما يكون في اغلب الأحيان) (Azen & Bouckenooghe & Devos ,2007:15-16 ; Budescu,2006:157-158).

وقد عنونت هذه المشكلة بواسطة العديد من الطرق التي تتضمن مقاييس لتحديد الأهمية النسبية ، منها تعتمد على معامل الانحدار بيتا ، وأخرى تعتمد على معامل الارتباط وبعضها يستخدم كلاهما وأخرى تعتمد على المعلومات النظرية فقط (Azen & Budescu,2006:158) ، إلا ان أفضل الطرق المتوفرة لتحديد الأهمية النسبية للمؤشرات الداخلة في نموذج تحليل الانحدار المتعدد هو أسلوب تحليل السيطرة (Dominance Analysis) (Johnson & LeBreton,2004) والذي سيستخدم في هذه الدراسة لتحقيق الهدف الرابع من اهداف البحث.

وتحليل السيطرة (DA) هو طريقة تستخدم لمقارنة الأهمية المرتبطة بالمؤشرات في تحليل الانحدار المتعدد ، وهو يحدد سيطرة احد المؤشرات على المؤشرات الأخرى عن طريق مقارنة المساهمات الإضافية لمعامل التحديد (R^2) عبر كل مجموعة فرعية داخل نموذج الانحدار المتعدد (Azen & Budescu,2006:158) .

وفي هذه البحث لدينا ثلاثة مؤشرات هي (الثقة بالإدارة ، والثقة بالرئيس المباشر والثقة بزملاء العمل) ، والتي سنحدد الأهمية النسبية لها وفقاً لكل متغير معتمد ضمن متغيرات البحث والتي تتمثل بمخرجات العمل الموقفية والسلوكية ، وكالاتي :-

١- الرضا الوظيفي :

يظهر الجدول (5) المساهمة الإضافية لمعامل التحديد R^2 لمؤشرات البحث ، اذ يمثل (X1) الثقة بالإدارة ، و (X2) الثقة بالرئيس المباشر و (X3) تمثل الثقة بزملاء العمل ، ويتطرق التحليل لمساهمة R^2 لكل مؤشر على انفراد وكذلك مع كل مؤشر أخر ، والتي تحال بالأخير بطريقة كمية لتحديد المؤشر الأكثر نسبة في السيطرة على المتغير المعتمد (الرضا الوظيفي) .

اذ يظهر الجدول بان مؤشر الثقة بالرئيس المباشر حقق اعلى أهمية بالنسبة للمؤشرات الأخرى في تحديد متغير الرضا الوظيفي يليه مؤشر الثقة بالإدارة والثقة بزملاء العمل .

جدول (5)

الأهمية النسبية لمؤشرات البحث الخاصة بمتغير الرضا الوظيفي

Variable (s)	R^2 Contribution			
	R^2	X1	X2	X3
0		0.147	0.225	0.048
X1	0.147		0.176	0.033
X2	0.225	0.098		0.027
X3	0.048	0.132	0.204	
X1,X2	0.323			0.027
X1,X3	0.18		0.17	
X2,X3	0.252	0.098		

		0.147	0.225	0.048
		0.115	0.19	0.179
		0.098	0.17	0.027
		0.133	0.195	0.084
		% 32.3	% 47.3	% 20.4

٢- الالتزام التنظيمي :

يظهر جدول (6) بان مؤشر الثقة بالإدارة حقق اعلى أهمية بالنسبة للمؤشرات الأخرى فـي تحديـد متغير الالتزام التنظيمي يليه مؤشر الثقة بالرئيس المباشر والثقة بزملاء العمل .

جدول (6)

الأهمية النسبية لمؤشرات البحث الخاصة بمتغير الالتزام التنظيمي

Variable (s)	R^2 Contribution			
	R^2	X1	X2	X3
0		0.203	0.174	0.031
X1	0.203		0.123	0.017
X2	0.174	0.152		0.029
X3	0.031	0.189	0.172	
X1,X2	0.326			0.028
X1,X3	0.22		0.134	
X2,X3	0.203	0.151		
		0.203	0.174	0.031
		0.171	0.148	0.023
		0.151	0.134	0.028
		0.175	0.152	0.027
		% 49.4	% 42.9	% 7.7

٣- الاداء الوظيفي :

يظهر جدول (7) بان مؤشر الثقة بالرئيس المباشر حقق اعلى أهمية بالنسبة للمؤشرات الأخرى فـي تحديد متغير الاداء الوظيفي يليه مؤشر الثقة بالإدارة والثقة بزملاء العمل .

جدول (7)

الأهمية النسبية لمؤشرات البحث الخاصة بمتغير الاداء الوظيفي

Variable (s)	**R^2 Contribution**			
	R^2	**X1**	**X2**	**X3**
0		**0.138**	**0.21**	**0.041**
X1	**0.138**		**0.165**	**0.028**
X2	**0.21**	**0.093**		**0.031**
X3	**0.041**	**0.125**	**0.20**	
X1,X2	**0.303**			**0.03**
X1,X3	**0.166**		**0.167**	

X2,X3	**0.241**	**0.092**		
		0.138	**0.21**	**0.041**
		0.109	**0.183**	**0.029**
		0.092	**0.167**	**0.03**
		0.113	**0.187**	**0.033**
		% 33.9	**% 56.2**	**% 9.9**

٥- سلوك المواطنة التنظيمية – للفرد

يظهر جدول (8) بان مؤشر الثقة بزملاء العمل حقق اعلى أهمية بالنسبة للمؤشرات الأخـرى فـي تحديد متغير سلوك المواطنة التنظيمية-للفرد يليه مؤشر الثقة بالرئيس المباشر و الثقة بالإدارة .

جدول (8)

الأهمية النسبية لمؤشرات البحث الخاصة بمتغير سلوك المواطنة-للفرد

Variable (s)	R^2 Contribution			
	R^2	X1	X2	X3
0		0.071	0.127	0.202
X1	0.071		0.102	0.18
X2	0.127	0.046		0.078
X3	0.202	0.049	0.003	
X1,X2	0.173			0.079
X1,X3	0.251		0.001	
X2,X3	0.205	0.047		
		0.071	0.127	0.202
		0.048	0.053	0.129
		0.047	0.001	0.079
		0.055	0.060	0.137
		% 21.8	% 23.8	% 54.4

٥- سلوك المواطنة التنظيمية- للمنظمة

يبين جدول (9) بان مؤشر الثقة بالإدارة حصل اعلى أهمية بالنسبة للمؤشرات الأخرى في تحديـد متغير سلوك المواطنة التنظيمية-للمنظمة يليه مؤشر الثقة بـالرئيس المباشـر و الثقـة بـزملاء العمل .

جدول (9)

الأهمية النسبية لمؤشرات البحث الخاصة بمتغير سلوك المواطنة-للمنظمة

Variable (s)	**R^2 Contribution**			
	R^2	**X1**	**X2**	**X3**
0		**0.126**	**0.125**	**0.041**
X1	**0.126**		**0.093**	**0.028**
X2	**0.125**	**0.094**		**0.007**
X3	**0.041**	**0.113**	**0.091**	
X1,X2	**0.219**			**0.005**

X1,X3	**0.154**		**0.07**	
X2,X3	**0.132**	**0.092**		
		0.126	**0.125**	**0.041**
		0.104	**0.092**	**0.018**
		0.092	**0.07**	**0.005**
		0.107	**0.096**	**0.021**
		% 47.8	**% 42.8**	**% 9.4**

٧- سلوك الإبداع

يبين جدول (10) بان مؤشر الثقة بالرئيس المباشر حصل اعلى أهمية بالنسبة للمؤشرات الأخرى فـي تحديد متغير سلوك الإبداع يليه مؤشر الثقة بالإدارة و الثقة بزملاء العمل .

جدول (10)

الأهمية النسبية لمؤشرات البحث الخاصة بمتغير سلوك الإبداع

Variable (s)	R^2 Contribution			
	R^2	X1	X2	X3
0		0.065	0.187	0.022
X1	0.065		0.158	0.015
X2	0.187	0.036		0.051
X3	0.022	0.058	0.216	
X1,X2	0.223			0.05
X1,X3	0.08		0.193	
X2,X3	0.238	0.035		
		0.065	0.187	0.022
		0.047	0.187	0.033
		0.035	0.193	0.05
		0.049	0.189	0.035
		% 17.9	% 69.2	% 12.9

(جاءت نتائج الجداول (5,6,7,8,9,10) مقاربة للإثباتات التطبيقية للبحوث السابقة ، والتـي كانـت تدور الفكرة الأساسية لها بأن الثقة بالإدارة تؤثر بشكل اكبر على مخرجات العمل التي تكـون علـى مستوى المنظمة (مثل الالتزام التنظيمي وسلوك المواطنة التنظيمية-للمنظمة) ، فـي حـين ان الثقـة بالرئيس المباشر وحتى في بعض الأحيان بزملاء العمل تؤثر بشكل اكبر على مخرجات العمل التـي تكون على مستوى الوظيفة (مثل الرضا الوظيفي ، والأداء الوظيفي ، وسلوك المواطنة-للفرد وسلوك الإبداع) (Yang,2005 ; Dirks, & Ferrin,2002 ; Dirks & Sharlicki,2004)) .

الاستنتاجات والتوصيات

أولا : الاستنتاجات

١- تباين وجهات نظر الافراد عينة البحث اتجاه مصادر الثقة في واقع العمل ، اذ يوجد توجه ايجابي من لدن أفراد العينة اتجاه ثقتهم بزملاء العمل وبرئيسهم المباشر ووجود توجـه سـلبي اتجـاه الثقـة

بإدارتهم العليا ، وهذا يعني وجود ايمان لدى أفراد العينة بخصوص قابلية وحسن نية زملائهم ورئيسهم المباشر في العمل ، وينخفض بالمقابل هذا الإيمان اتجاه الإدارة العليا.
٢- ويتباين كذلك وجهات نظر أفراد العينة اتجاه مستوى مخرجاتهم الموقفية والسلوكية في العمل ، اذ تظهر نتائج الوصف الإحصائي الى انخفاض مستوى الرضا الوظيفي ومستوى سلوك الإبداع ومستوى سلوك التطوع لخدمة المنظمة ، وكذلك وجود ارتفاع نسبي بمستوى الالتزام التنظيمي والأداء الوظيفي وسلوك التطوع لمساعدة زملاء العمل الآخرين .
٣- أشارت نتائج التحليل الإحصائي الى وجود علاقة ارتباط واثر بين مصادر الثقة وبين مستوى مخرجات العمل الموقفية والسلوكية ، والتي تدل على ان ثقة العاملين بالآخرين (أفراد كزملاء العمل والرئيس المباشر او جماعات كالإدارة العليا) تساعد على :-
أ- تحسين مستوى رضا العاملين اتجاه العمل .
ب- تعزيز التزام العاملين اتجاه المنظمة التي يعملون فيها .
ج- تحفيز العاملين على انتهاج سلوك المواطنة المتجه لخدمة المنظمة وخدمة زملائهم الآخرين .
د- تحسين كمية ونوعية العمل الذي ينجزه العاملون .
هـ- تشجيع العاملين على تقديم وممارسة الأفكار البناء والمبدعة في العمل .
وهذا التلازم والتأثير بين مصادر الثقة ومخرجات العمل الموقفية والسلوكية تتباين أهميته بتباين مصدر الثقة ، والتي تشير جميعها الى ان الثقة بالإدارة هي أهم مؤشرات تحديد مستوى مخرجات العمل التي تكون على مستوى المنظمة ، في حين ان الثقة بالرئيس المباشر وبزملاء العمل هي المؤشر الأهم في تحديد مخرجات العمل على مستوى الوظيفة والفرد .

ثانياً : التوصيات

تعزز نتائج البحث الحالي ما أشارت إليه الأدبيات السابقة حول أهمية الثقة للتنفيذيين والمدراء الممارسين من خلال تأثيرها على أداء وسلوك ومواقف الافراد العاملين ، لذا فأن البحث الحالي يقدم مجموعة من التوصيات التي تتفق مع سياق البحث الرئيسي في دراسة الثقة التنظيمية من مدخل مرجعية (مصدر) الثقة ، وكالأتي :-
أ- الثقة بالإدارة
١- من الضروري ان تبادر الإدارة العليا موضوع عينة البحث الى تحسين إدراك العاملين اتجاه جدارتها بالثقة من خلال :-

- ممارسات إدارة الموارد البشرية مثل التطبيقات التي تتضمن أنظمة المكافأت المنصفة ، وأنظمة تقويم الاداء المتطورة وبرامج التدريب والتطوير الفاعلة ، وكما يمكن ان تتضمن ممارسات إدارة الموارد البشرية مشاركة العاملين بالأرباح الموزعة وكذلك استخدام اللامركزية في اتخاذ القرارات ونشر المعلومات عن الاداء المالي والتسويقي داخل المنظمة .
- الإجراءات والفرص التي تحسن من جودة العلاقة بين الإدارة والعاملين كالاهتمام بالإجراءات الرمزية (إجراء الاجتماعات الغير رسمية وتناول وجبات الطعام بشكل جماعي) .
- الاهتمام بتحقيق العدالة التنظيمية بين العاملين وإحساسهم بالدعم المنظمي .

٢- ان تضع المنظمة عينة البحث بالاعتبار بأن تحسين مستوى مخرجات العاملين على مستوى المنظمة مثل (الالتزام التنظيمي وسلوك المواطنة المتجه للمنظمة) يحتم عليها أعطاء الأولوية لتحسين إدراكهم الثقة بالإدارة .
ب- الثقة بالرئيس المباشر
١- ان يحسن المدراء في المنظمة عينة البحث من مدى إدراك العاملين لجدارة ثقتهم من خلال :-

- الاهتمام بمدى التفاعل مع الافراد العاملين والتي تتمثل خلال حياة العمل اليومي .
- الاهتمام ببعض المزايا الشخصية مثل الصدق والأمانة والثبات على الموقف وتمكين الآخرين والانفتاح والاتصال الفاعل .

٢- ان تضع المنظمة عينة البحث بالاعتبار بأن تحسين مستوى مخرجات العـاملين علـى مـستوى الوظيفة مثل (الرضا والأداء الوظيفي) يحتم عليها أعطاء الأولوية لتحسين إدراكهـم الثقـة بـالرئيس المباشر .

ج- الثقة بزملاء العمل

ان تهتم المنظمة ايضا بتجنيس الثقة بين زملاء العمل (الأنداد) من خلال تشجيع الصداقات والرفقـة التي تقدم الفرصة لخلق الألفة بينهم ، وكذلك الاهتمام باجتماعات العاملين الغير رسمي والتـي تقـدم الفرصة ايضا لاختلاط العاملين الذين لم يتفاعل مع بعضهم بعضاً .

المصادر :-

١- الدخيل الله ،دخيل بن عبد الله (١٩٩٥) ، مقدمة الالتزام لمنظمات أكاديمية . مجلة جامعة الملـك سعود ، جامعة الملك سعود ، المجلد٧. العدد ١، ص ٣٣-٧٧ .

٢- السكران ، ناصر محمد ، (٢٠٠٤) " المناخ التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي : دراسة مـسحية على ضباط قطاع قوات الأمن الخاصة بمدينة الرياض " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية .

٣- الطجم ، عبد الله عبد الغني (١٩٩٦) ، قياس مدى قدرة العوامل التنظيمية والديموغرافية في التنبؤ بمستوى الالتزام التنظيمي بالأجهزة الإدارية السعودية . المجلة العربية للعلـوم الإداريـة ، جامعـة الكويت ، المجلد ٤ ، العدد ١، ص ١٠٣-١٢٤ .

٤- العطوي ، عامر علي و العابدي ، علي رزاق (٢٠٠٧) ، " تحليل اثر العلاقة التفاعلية بين التوجه الثقافي والدعم القيادي في سلوك عمل الكادر التدريسي : دراسة تطبيقية في جامعة الكوفة ، بحث مقدم في المؤتمر العالمي الأول للعراق حول واقع التعليم العالي ، المجلد ٢ ص : ١٥٩-١٧٨ .

٥- العطوي ، عامر علي (٢٠٠٧) ، " اثر العالة التنظيمية في الاداء السياقي : دراسة تحليليـة لآراء اعضاء الكادر التدريسي في كلية الإدارة والاقتصاد-جامعة القادسية " ، مجلة القادسية للعلوم الإداريـة والاقتصادية ، المجلد ٩ ، العدد ٣ ، ص : ١٤٦-١٧٠ .

1- Adams , S., (2004). The relationships among adult attachment , general self-disclosure , and perceived organizational trust , Unpublished dissertation of doctor of human development , Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University .

2- Al-Amri , A. & Lee , M. (1996) , The Relationship Between Job satisfaction and Life Satisfaction Among Saudi Airline Employees in The Jeddah Area of The Kingdom of Saudi Arabia. Journal of The Social Sciences, 24(2), 289-319.

3- Allyn ,M. Yun , S. Radosevich , D. (2006) "Is It the Company's or Mine ? Perceived Organizational Justice Practices the Ownership of Job Knowledge " Seoul Journal of Business , Volume 12, Number 1 , p. 38-52

4-Azen , R. & Budescu , D. ,(2006) . Comparing predictors in multivariate regression models : an extension of dominance analysis , Journal of educational and behavioral statistics , Vol. 31. No. 2, pp.157-180.

5- Becker, T. E. and Randall, D. M. (1994). Validation of a Measure of Organizational Citizenship Behavior Against an Objective Behavioral Criterion. Educational and Psychological Measurement. 54(1), 160-167.

6- Blomqvist , K. & Stahle , P. (1999). Building Organizational Trust , Telecom Business Research Center ,Lappeenranta University of Technology and Sonera Research, Finland .

7-Bolon, D. S. (1997). Organizational citizenship behavior among hospital employees: A multidimensional analysis involving job satisfaction and organizational commitment. Journal of Hospital & Health Services Administration, 42(2): 221-241.

8-Bouckenooghe , D. & Devos , G. (2007) , " Psychology change climate as a catalyst of readiness for change : a dominance analysis " , Working paper , 483 , faculties economic , university Gent .

9- Carmeli , A. , (2003) . The relationship between emotional intelligence and work attitudes , behavior and outcomes : an examination between senior managers , Journal of Managerial Psychology , Vol.18 , No.8 , 788-813 .

10- Chen, S. C. and G. S. Dhillon (2003). "Interpreting Dimensions of Consumer Trust in E-Commerce." Information Technology and Management 4(2-3): 303-318.

11- Chen , Z. & Aryee , S. (2005), Delegation and employee work outcomes : An examination of the culture context of mediating processes in China , School of management , marketing & international business , Canberra , Australia .

12- Dammen , K. , (2001). " The effects of organizational structure on employee trust and job satisfaction " , Unpublished thesis of master of training and development , University of Wisconsin-Stout .

13-Dirks, K. T., & Ferrin, D. L. 2002. Trust in leadership: Meta-analytic findings and implications for research and practice. Journal of Applied Psychology, 87: 611-628.

14-Dirks, K. T., & Skarlicki, D. P. 2004. Trust in leaders: Existing research and emerging issues. In R. M. Kramer & K. S. Cook (Eds.), Trust and distrust in organizations: Dilemmas and approaches: 21-40. New York: Russell Sage Foundation.

15- Duxbury, L. & Higgins , C. & Johnson , K. . (1999). An examination of implications and costs of work-life conflict in Canada . , Submitted to: Health Canada .

16- Ellis, K. and P. S. Zalabak (2001). "Trust in Top Management and Immediate Supervisor: The Relationship to Satisfaction, Perceived Organizational Effectiveness, and Information Receiving." Communication Quarterly 49(4): 382-398.

17- Harris , K , Harris , R & Eplion , D. (2007), Personality , leader-member exchanges , and work outcomes , Institute of behavioral and applied management ,Indiana university Southeast , p.92-107.

18- Horsager , D. , (2007). Trust in leadership : the key characteristics of a trustworthy leader or organization , Leadership issue analysis submitted to the faculty of the graduate school , Bethel University .

19- Humphrey , S. , Nahrgang , J. & Morgeson , F. (2007) . Integrating motivational , social , and contextual work design features : A meta-analytic summary and theoretical extension of the work design literature , Journal of applied psychology , Vol. 92, No.5 , 1332-1356.

20-Johnson, J. W., & LeBreton, J. M. 2004. History and use of relative importance indices in organizational research. Organizational Research Methods, 4: 238-257.

21- Juhdi , N. , Abu Samah , A. & Saad , H. , (2007). Characteristics and Work Outcomes: A Case of Unitar Instructors , International Review of Business Research Papers Vol.3 No.2 June 2007, Pp. 184 - 203 184

22- Lee, H. and B. Choi (2003). "Knowledge Management Enablers, Processes, and Organizational Performance: An Integrative View and Empirical Examination." Journal of Management Information Systems 20(1): 179-228.

23-Leana, C. R., & Van Buren, H. J. 1999. Organizational social capital and employment practices. *Academy of Management Review*, 24: 538-555.
17- Lima, S. & Caetano, A. , (2006). How to develop trust in organizations? To trust why? , ISCTE Business School, Lisbon , Portugal .

24- Lewicki, R., McAllister, D., & Bies, R. (1998). Trust and distrust: New relationships and realities. *Academy of Management Review, 23*(3), 438-458.

25- Liao , H. & Rupp , D. (2005). The impact of justice climate and justice orientation on work outcomes : A cross-level multifoci framework , Journal of applied psychology , Vol.90 , No.2, 242-256 .

26- Liou, T. K. (1995) "Understanding employee commitment in the public organization: A study of the juvenile detention center", International Journal of Public
Administration, Vol 18, pp. 1269-1295.

27-Liu , W. , (2004). " Perceived organizational support : linking human resources management practices with important work outcomes , Unpublished dissertation of doctor management and organization , Faculty of the Graduate School of the University of Maryland, College Park .

28- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. 1995. An integrative model of organizational trust. Academy of Management Review, 20: 709-734.

29- McAllister, D. J. 1995. Affect- and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. Academy of Management Journal, 38: 24-59.

30- Morrison, E.W. & Phelps, C.C. 1999. Taking charge at work: Extra-role efforts to initiate workplace change. *Academy of Management Journal*, 42: 403-419.

31- Muchinsky, P. M. (2000) . Psychology applied to work. (6th ed.) Wadsworth, USA.

32- Newstrom , J. & Davise , K. (1993) , Organizational Behavior ; Human Behavior at Work : team work Ninth Edition ,Von Hoffman press , North America .

33- Organ, D. (1990). Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome. Lexington, MA: Lexington Books.

34- Pearce, J. and Porter, L. (1986), ªEmployee responses to formal performance appraisal feedbackº, Journal of Applied Psychology, Vol. 71 No. 2, pp. 211-18.

35- Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T., and Boulian, P. V. (1974). Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians. Journal of Applied Psychology, 59, 603-609.

36- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S. & Camerer, C. (1998) “Not so different
after all: A cross-discipline view of trust”, Academy of Management Review, Vol
23 No 3, pp. 393-404.

37- Shockley-Zalabak, P., Ellis, K., & Cesaria, R. (2000). Highlights from measuring trust: A diagnostic survey and international indicator. Communication World(August-September), 7-9.

38- Scott , S. & Bruce , R. (1994) , Determinants of innovative behavior : a path model of individual innovation in the workplace , Academic of managerial journal , Vol. 37 , No. 3 , pp. 580-607 .

39 - Scott, D. (1981). The development of four new organizational measures of trust. In D.Ray (Ed.), The relationship between theory, research, and practice: An assessment of fundamental problems and their possible resolution (pp. 107-109): Southern Management Association.

40-Shah, P. P. 1998. Who are employees’ social referents? Using a network perspective to determine referent others. Academy of Management Journal, 41: 249-268 .

41- Vigoda , E. (2000). Organizational politics , job attitudes , and work outcomes : Exploration and implications for the public sector , Journal of vocational behavior 57, 326-347

42- Williamson , M. (2007). Person–Environment Fit as a Mediator of the Relationship Between Organizational Justice and Work Outcomes , paper presented at the 1st Global e-conference on Fit

43- Yang , J. (2005). " The role of trust in organizations : do foci and bases matter ? , Unpublished dissertation of doctor of business administration , Faculty of the Louisiana State University .

ملحق (١)

الرضا الوظيفي

ت	العبارة	لا اتفق جداً	لا اتفق	لا ادري	اتفق	اتفق جداً
١	عموماً ، أنا راضي عن عملي					
٢	أنا راض عن طبيعة العمل الذي أؤديه بـشكل عام .					

٣	ينتابني احياناً شعور بالرغبة في ترك العمـل (R) .					
٤	أنا غير راض عن عملي (R) .					

الولاء التنظيمي

ت	العبارة	لا اتفق جداً	لا اتفق	لا ادري	اتفق	اتفق جداً
١	أنا مستعد ان ابذل قصارى جهدي اكثر مما هو متوقع مني كي أساعد على نجاح هذه المؤسسة.					
٢	اتحدث باعتزاز لأصدقائي عن ...بأنه مؤسـسة عظيمة للعمل فيها .					
٣	قد اقبل أي مهمة توكل لي حتـى اسـتطيع ان استمر في عملي لهذه المنظمة .					
٤	أجد ان كثيراً من القيم التي أؤمن بها تتطابق مع قيم المنظمة التي اعمل فيها .					
٥	اشعر بالفخر عندما اخبر الآخرين بأني اعمـل في هذه المنظمة .					
٦	المنظمة تلهمني الكثير لتحسين أدائي في العمل .					
٧	أنا سعيد جداً لأنني اخترت هذه المنظمـة دون سواها من المؤسسات الأخرى التي كنت انـوي العمل فيها .					
٨	أنا حقيقة اهتم بمستقبل هذه المنظمة .					
٩	أنا أعتقد أن هذه المنظمة هي الأحسن من كـل بقية المؤسسات للعمل فيها .					

الأداء الوظيفي

ت	العبارة	منخفض جداً	منخفض	محايد	مرتفع	مرتفع جداً
١	حرصك على تحقيق أهداف عملك .					
٢	مستوى نوعية أداء عملك .					
٣	التنسيق مع الآخرين في أداء عملك .					
٤	انجاز عملك المحدد في الوقت المحدد .					
٥	حجم العمل اليومي الذي تنجزه .					

سلوك المواطنة التنظيمية

ت	العبارة	لا اتفق جداً	لا اتفق	لا ادري	اتفق	اتفق جداً
١	أتطوع للمهام غير المطلوبة مني					
٢	أقدم أفكار مبتكرة لتحسين العمل					
٣	اقضي وقت كثير بالمحادثات غيـر المجديـة					

	إثناء العمل (R)					
٤	لا اخذ إجازات عمل إلا بالضرورة .					
٥	اخبر مسئولي بشكل مبكر عندما أكـون غيـر قادر على ان أتي إلى العمل.					
٦	أحاول مساعدة زملائي ممن لديهم مشاكل في العمل					
٧	أساعد الآخرين ممن يتحملون أعبـاء عمـل كبيرة					
٨	أوجه زملاء العمل الجدد وبشكل اختياري .					
٩	أشجع زملائي في العمل نحو انجاز مهامهم .					

الثقـ ـة

ت	العبارة	لا اتفق جداً	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق جداً
١	اشعر بالحرية في مناقشة مشكلات العمـل مـع رئيـسي المباشـر ولا يوجـد خـوف مـن ان يستخدمها ضدي لاحقاً .					
٢	لدي ثقة تامة بأن رئيسي المباشر سوف يتعامـل معي بأنصاف .					
٣	اذ ارتكبت أي خطأ فأن رئيسي المباشر يكـون مستعد للمسامحة والنسيان .					
٤	رئيسي المباشر شـخص ودود ومقبـول بـين العاملين.					
٥	يمكن ان اعتمد علـى رئيـسي المباشـر فـي الحصول على المساعدة اذ واجهتني صـعوبات في العمل .					
٦	توجد ثقة متبادلة بين زملائي في العمل .					
٧	يمكن ان اتـشارك مـع زملائـي بالمعلومـات الخاصة لأني اعرف بـأنهم سـيتعاملون معهـا بسرية تامة .					
٨	لدي ثقة تامة بأن زملائي في العمل سـيتعاملون معي بأنصاف .					
٩	يمكن ان اعتمد على زملائي في الحصول علـى المساعدة اذ واجهتني صعوبات في انجاز العمل.					
١٠	تعير الإدارة العليا الكثير من الاهتمام لحسن حال العاملين في هذه المنظمة .					
١١	الإدارة العليا في منظمتي جهة موثوق بها.					
١٢	يراودني الكثير من الـشك بخـصوص مبـرر القرارات التي تتخذها الإدارة العليا (R) .					
١٣	نادراً ما تتابع الإدارة العليا القضايا التي تتعهـد القيام بعملها (R).					

سلوك الإبداع

ت	العبارة يعمل زملائي على	لا اتفق جداً	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق جداً
١	توليد الأفكار المبدعة					
٢	الترويج والدفاع عن أفكار الآخرين					
٣	ان يكونوا ابتكاريين					
٤	تبني إجراءات جديدة لأعمالهم					
٥	إجراء تغيير في طرق العمل من اجل تفعيلها					
٦	الإصرار على طرق العمل الجديدة التي تكـون اكثر فاعلية للكلية					
٧	محاولة تغيير قواعد وسياسـات الكليـة غيـر البناءة					
٨	تقديم اقتراحات بناءة لتحسين كيفية العمل داخل الكلية					
٩	محاولة إزالـة الإجـراءات العاطلـة وغيـر الضرورية					
١٠	تصحيح الإجراءات والممارسات المعابة					
١١	اقتراح وتطبيق الحلول التي تقلل من المـشاكل التنظيمية في الكلية					
١٢	تقديم هياكل وتقنيات او مداخل جديدة لتحـسين كفاءة العمل					

ملحق (2)

الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومصفوفة الارتباط لمتغيرات البحث

IB	OCB-O	OCB-I	JP	OC	JS	Overall OT	CT	ST	MT	S.d.	Mean	Variable
0.25**	0.35**	0.26**	0.45**	0.37**	0.38**	0.54**	0.105	0.155	**1.00**	0.81	2.7	MT
0.43**	0.35**	0.35**	0.41**	0.45**	0.47**	0.59**	0.60**	**1.00**	0.155	0.69	3.8	ST
0.150	0.20*	0.45**	0.17*	0.20**	0.22*	0.41**	**1.00**	0.60**	0.105	0.78	3.9	CT
0.44**	0.48**	0.39**	0.58**	0.54**	0.55**	**1.00**	0.41**	0.59**	0.54**	0.76	3.4	OverallOT
0.70**	0.76**	0.72**	0.87**	0.93**	**1.00**	0.55**	0.22*	0.47**	0.38**	0.68	3.1	JS
0.75**	0.73**	0.70**	0.92**	**1.00**	0.93**	0.54**	0.20*	0.45**	0.37**	0.68	3.8	OC
0.72**	0.70**	0.60**	**1.00**	0.92**	0.87**	0.58**	0.17*	0.41**	0.45**	0.71	3.9	JP
0.43**	0.63**	**1.00**	0.60**	0.70**	0.72**	0.39**	0.45**	0.35**	0.26**	0.79	3.7	OCB-I
0.49**	**1.00**	0.63**	0.73**	0.70**	0.76**	0.48**	0.20*	0.35**	0.35**	0.85	2.9	OCB-O
1.00	0.49**	0.43**	0.72**	0.75**	0.70**	0.44**	0.15	0.43**	0.25**	0.76	2.7	IB

Note: (** p ›0.01 ; * p ›0.05)

OC ، الرضا الوظيفي = JS ، الثقة التنظيمية الإجمالية = OverallOT ، الثقة بزملاء العمل = CT ، الثقة بالرئيس المباشر = ST ، الثقة بالإدارة = MT)
= الالتزام التنظيمي ، JP = الاداء الوظيفي ، OCB-I = سلوك المواطنة – الفرد ، OCB-O = سلوك المواطنة للمنظمة ، IB = سلوك الإبداع)

استخدام نموذج سلوك الزبون لإعطاء الأولوية في إدارة الموارد لخادمات التجارة الإلكترونية

Using the model of giving the customer behaviour management of resources for domestic electronic commerce Priority in the

المدرس المساعد
هاشم فوزي دباس العبادي
كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الكوفة

طالب الدكتوراه / الباحث
حامد كريم شعلان الحدراوي
كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة المستنصرية

الباحث
كرار صالح الخفاجي

الملخص

تدار جودة خدمة مواقع التجارة الإلكترونية عادة بتخصيص المصادر مثل المعالجات، الأقراص، والحزم الشبكية، تتبع مقياس الأداء التقليدي مثل وقت الاستجابة، الطاقة الإنتاجيـة، والإمكانيـة. وإن مقياس الأهمية القصوى لإدارة مخزن الإنترنت هو الأرباح. ولـذلك، ان مخطط ـات إدارة المـصدر لخادمات التجارة الإلكترونية ينبغي أن تسخر نحو مقياس تحسين العمل مقابل مقياس الأداء التقليدي.

يقدم هذا البحث مخططاً لانتقال الحالة والذي يسمى مخطط نموذج سلوك الزبون لوصـف دوره. ثم يقدم الأولوية لإدارة الموارد بالاعتماد على خادمات التجارة الإلكترونية. تتغير الأولويات بفاعليـة كوظيفة حالةِ الزبون ووظيفة كمية المال الذي يتراكم لدى الزبون في بطاقته الشرائية. ولذلك فقد طور نموذج المحاكاة المفصل لتقييم مكاسب السياسات المكيفة بالنسبة للسياسات التي تتجاهـل الاعتبـارات الاقتصادية.

ظهرت نتائج المحاكاة أن خطة الأولوية المكيفة تقترح أن مقاييس الأعمال التجاريـة، يمكـن أن تزيد خلال فترات الذروة، مثل الدخل في الثانية بما يصل إلى ٤٣٪ على حالة عدم الأولوية.

أن سياسات إدارة الموارد المعروضة في هذا البحث يجب أن تدمج في منتجات التجارة الالكترونية المستقبلية. بما يسمح ذلك لخادمات التجارة الالكترونية للتعامل مع أفضل الموارد الموجودة على نحـو يقلل من خسائر الإيرادات الذي يسببه سوء جودة الخدمة.

طور نموذج المحاكاة المفصل لتقييم مكاسب السياسات التي تتجاهل الاعتبارات النقدية، حيـث أن المحاكاة تحركها الطفرة – لأي عمل مولد للمواقع على ألشبكه العالمية. وان الطفرة تـستخدم لتوليـد طلبات الزبائن التي تبدأ الجلسة. وان الطلبات المولدة من قبل الزبائن تولد ضمن جلسة من المخطـط البياني لنموذج سلوك الزبون يصور كيف يمكن للمستخدمين الإبحار عبر الإنترنت. وتمثيل CBMG يقدم في هذا البحث كوسيلة لتوصيف العمل لمواقع التجارة الالكترونية. فعلى سبيل المثال، لنوعين من مواصفات الزبائن، زبون دائمي وزبون عرضي مع الأخذ بنظر الاعتبـار أن كـل زبـون يمتلـك (CBMG) خاص به. من (CBMG)، يمكن لأحدهما الحصول على متوسط عـدد المـرات لحالـة الزيارة في الدخول إلى موقع التجارة الالكترونية على الإنترنت ومتوسط طول الجلسة ونسبة الزيـارة للشراء.

ويناقش البحث مقاييس جديدة لمواقع التجارة الالكترونية. كما ويصف أعمال التجارة الالكترونيـة طبقاً لمخطط نموذج لسلوك الزبون(CBMG) بالإضافة إلى تطرقه لسياسات إدارة المـوارد الجديـدة لخادمات التجارة الالكترونية. وقد تم تناول المحاكاة ومحاكاة البيئة المستخدمة لتحليل السياسات الجديدة المقترحة. وأخيراً تم التطرق إلى النتائج العددية التي تم الحصول عليها. ومن ثم قارن الباحثان النتائج مع الآخرين. وتقدم البحث بعدة استنتاجات وتوصيات مقترحة.

Abstract

The quality of service e-commerce sites typically managed by allocating resources such as processors, disks, and network packages, which following traditional performance measurement such as the response time, energy productivity, and potential possibility. The measurement of the utmost importance for the management of the Internet store is the profits. Therefore, the management schemes source for domestic electronic commerce should be harnessed to improve the measurement of work for the traditional performance measurement.

This research provides a blueprint for the transition of the situation which called the planned model to describe his behavior of the customer cycle. It then provides the priority for the management of resources by relying on domestic electronic commerce. Changing priorities effectively function and one case of the customer who accumulates the quantity of money in the customer's purchasing card. We therefore have developed a detailed simulation model to assess the benefits of policies tailored for policies that ignore economic considerations.

Simulation results appeared that the plan of adapted priority measures suggests that business could increase during peak periods, such as income in the second by up to 43% for non-priority.

The resource management policies presented in this research should be incorporated into the products of future electronic commerce business. This allows for domestic e-commerce to deal with the best resources available to reduce the revenue losses caused by poor quality of service.
The detailed simulation model had been developed to assess the benefits of policies that ignore monetary considerations. Since the simulation-driven by boom - the birth of any work sites on the World Wide Web. The boom is used to generate applications that customers begin meeting. The requests generated by customers generated within the meeting of the chart for the model customer behavior illustrates how users can navigate through the Internet. And the representation of CBMG in this research provides a means to characterize the work of the e-commerce sites. For example, the two types of specifications customers, the familiar customer and the incidental customer, taking into account that each customer has own (CBMG). From (CBMG), one can obtain the average number of times of the state visit to enter the e-commerce site on the Internet and the average length of the meeting and visit the proportion of the purchase.
The research discusses the new standards of electronic commerce sites. It also describes the work of electronic commerce in accordance with the scheme of a model for the behavior of customer (CBMG) in addition to referring to the new resources management policies for domestic electronic commerce. We have been dealt with simulations and simulated environment which used for the analysis of the proposed new policies. Finally the research addressed to the obtained numerical results. Thus researchers compare results with others. The research proposed findings and several recommendations.

منهجية البحث:

أولاً- مشكلة البحث:

انه من الواضح لدى الكثيرين أن الازدحام وسوء الأداء لموقع الإنترنت يمكن أن يكـون مـن المعوقات الرئيسة لنجاح التجارة الالكترونية ضمن مواقع الإنترنت. وأن الكثير من مواقـع التجـارة الالكترونية وخاصة في الأعمال التجارية والمالية التي تواجه مشاكل مالية خطيـرة وخـسائر لـدى الزبائن ولا يسمح لهم حينها بممارسة التجارة. وأن بعض الزبائن المنزعجين يسعون لخدمة التجـارة الالكترونية إذا شعروا أنهم يتمكنون من اتخاذ طريق تغيرات قصيرة فقط تحرك أعمالهم فـي أمـاكن أخرى.

جاء هذا البحث ليقدم مخطط انتقال للحالة يسمى مخطط نموذج سلوك الزبون (CBMG) لوصف دور الزبون. ثم يقدم الأولوية لإدارة الموارد بالاعتماد على خادمات التجارة الإلكترونية.

ثانياً- أهمية البحث:

تنبع أهمية هذا البحث من كون أن مدراء تقنيات مواقع المخازن على الإنترنت يقومـون بـإدارة تخصيص موارد مثل المعالجات، الأقراص، والشبكات، من خلال تتبع مقاييس الأداء التقليديـة مثـل زمن الاستجابة، وتوافر الطاقة الإنتاجية. غير أن المقاييس التي تعـد بالغـة الأهميـة لإدارة مواقـع المخازن هي الإيرادات والأرباح. وهكذا فان خطط إدارة الموارد لخدمة التجارة الالكترونية ينبغي أن تهدف إلى تحسين الإيرادات بدلاً من التركيز على مقاييس الأداء التقليدية.

ثالثاً- أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحقيق عدة أهداف أهمها:

١- كيفية تغيير سلوك الزبائن من خلال اسـتخدام سياسـات إدارة المـوارد لمواقـع التجـارة الالكترونية التي تجعلهم يبحرون عبر الانترنت من التصفح والبحـث واختيـار الأصـناف، وإضافتها إلى عربات الدفع والتسوق.

٢- تهدف سياسات إدارة الموارد لمواقع التجارة الالكترونية إلى تحسين مقاييس الأعمال، بدلاً من مجرد السعي إلى زيادة الطاقة الإنتاجية أو خفض زمن الاستجابة.

٣- تصميم مخطط وطرحه في هذا البحث وهو مخطط اعتماد الأولوية لسياسات إدارة المـوارد لخادمات التجارة الالكترونية، حيث تتغير الأولوية ديناميكياً كدالـة لحالـة الزبـون، ودالـة لمواصفات المستخدمين، ودالة على مبلغ المال الذي يتراكم في عربة التـسوق للزبـون فـي صفحة الإنترنت.

٤- تقديم الأداء الجيد للزبائن الذين يدخلون شبكة التخزين على الإنترنت حتى قبل أن يضيفوا أي مواد على عربات التسوق وذلك من خلال تصميم سياسات إدارة المـوارد لمواقـع التجـارة الإلكترونية.

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية ومقاييسها

أولاً- مفهوم التجارة الإلكترونية:

أن التسويق الإلكتروني هو أسلوب جديد يستخدم في شبكة الإنترنت ويقدم ثلاثة أنواع مختلفـة من الصفقات. أولها تقديم خدمات الإنترنت نفسها، وشرح طريقة الوصول لهذه الشبكة بالنسبة لرجـال الأعمال والمستهلكين، والثانية التسليم الإلكتروني للخدمات بما يعني تسليم صفقات المنتجات الخدميـة للمستهلك في شكل معلومات رقمية، والثالثة استخدام الإنترنت كقناة لتوزيع الخدمات حيث يتم شـراء السلع عبر الشركة.

وبينما نعيش الآن في الاقتصاد الشبكي يظهر شيء مثير، إذ أن الزبائن قادرون على التحـدث مع بعضهم البعض والعمل كقوة مبيعات موسعة، ويمكن أن تعمل هذه الاتصالات الجانبية، أو الصفقة بين الزبائن وغير الزبائن كفرصة للشركات لكي ترتفع بالمستوى المطلوب.[١]

باتت التجارة الإلكترونية الوسيلة المفضلة للتجارة استيراداً وتصديراً، وبدأت الشركات العالمية سباقاً محموماً لحجز موقع متميز على شبكة الإنترنت لتدشين تعاملها بأسلوب التـسويق الإلكترونـي، الذي يوفر الجهد والمال ويمتلك القدرة على التغلغل واختراق كافة الأسـواق دون الحاجـة لأسـاليب التسويق المعمول بها حالياً. (٢)

يتيح التسويق الإلكتروني مجالات متعددة للمنتجين ورجـال الأعمـال والمـستهلكين، فتـسمح للمنتجين فرص عرض كل منتجاتهم وتتيح للزبائن فرصة سهلة وميسورة وسريعة للحصول على سلع والخدمات المعروضة في مختلف الأسواق العالمية. ويمكن أعداد صفحات على شبكة الإنترنت تعرض فيها المؤسسات والشركات والدول منتجاتها وخدماتها والفرص الاسـتثمارية المتاحـة والمـشروعات المطلوبة المشاركة في تمويلها دون الحاجة لتحمل تكاليف سفر وإقامة وفود تجارياً ورسـمياً لعـرض تلك المشروعات في الخارج.

استخدم أغلب الباحثين مصطلح التجارة الإلكترونية (E-commercial) ومـصطلح التـسويق الإلكتروني دون محاولة التمييز بينهما إذا كان هناك اختلاف من حيث المفهوم، وفي الوقت الذي نبقي على هذا التساؤل قائماً يجب أن نذكر ما يلي :-

أن التجارة تعرف في قاموس أوكسفورد الحديث على أنها ((نشاط الشراء والبيع علـى نطـاق واسع)). (٣)

فالتجارة هي عمليات بيع وشراء وما يتبعها من نشاطات مختلفة، وخاصة على نطـاق واسـع. والتسويق كما هو معروف، هو أيضاً عمليات بيع وشراء وكل ما يتبعها من نشاطات مختلفة، ولكن قد تكون على نطاق واسع.

حيث إن التجارة:خاصة على نطاق واسع.

بينما التسويق: قد يكون على نطاق واسع.

ومن ناحية أخرى قد يكون هناك اختلاف من ناحية التوجـه الفلـسفي فالتجـارة: كمـصطلح وكمفهوم كما كان موجوداً منذ عصر التوجه الإنتاجي مروراً بعصر التوجه البيعي وإلـى الآن هكـذا موجوداً.

أما التسويق: كمصطلح ومفهوم وممارسة فقد ظهر يوم التوجه نحو السوق، وبدأ الاهتمام الأول بالتعرف على حاجات ورغبات الزبون والعمل على إشباعها بشكل مرض.

هذا وقد يكون لحالة التطور التكنولـوجي الجديـدة فـي مجـالات الاتـصالات الإلكترونيـة والمواصلات وعالمية السوق أثر في فرض الزبون كفاعل وبتفاعل مركزي في عمليات الشراء والبيع، مما أدى إلى تلاشي الفوارق بين مفهومي التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني فأصبح المفهومان معبرين عن نفس المفهوم.

وفي هذا السياق تعرف التجارة الإلكترونية ((بأنها الاشتراك في معلومات الأعمال والمحافظـة على علاقات الأعمال وإدارة خصائص الأعمال عن طريق شبكات الاتصال الإلكترونية)). (٤)

تستخدم التجارة الإلكترونية تكنولوجيات متعددة تتراوح بين تبادل البيانات الإلكترونيـة (EDI) إلى البريد الإلكتروني، وعرفت كذلك بأنها ((السوق الكوني الإلكتروني الذي يتـيح لجميـع العـاملين والمستفيدين في الحلقات الإنتاجية القدرة على التعامل الآني والفوري من خلال سوق مفتـوح يـشكل أرضية للإدارة المتكاملة للعلاقات البشرية العملية والمعلوماتية)). (٥)

كما عرفت أيضاً بأنها ((هي نظام يتيح عبر الإنترنت حركات بيع وشـراء الـسلع والخـدمات والمعلومات، كما يتيح أيضاً الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلـب على تلك السلع والخدمات والمعلومات)). (٦)

تتيح التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء. ويمكـن تـشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون، شركات، محـلات) والوسـطاء (السماسرة) والمشترون وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية، كما يدفع ثمنهـا بالنقود الإلكترونية.

كما يمكن أن نعرفها (بأنها مفهوم جديد يوضح عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات حاسوبية ومن ضمنها الإنترنت).

تشير التجارة الإلكترونية إلى كل الأنشطة التجارية التي تتضمن بيع وشراء وتبادل المنتجـات والخدمات والمعلومات من خلال استخدام الإنترنت والوسائل الإلكترونية الأخرى. وبالتالي لا تتطلـب التجارة الإلكترونية اجتماع أطراف التعامل التجاري كما لا تشترط وجودهم واتصالهم بصورة مباشرة.

وبخصوص مفهوم التسويق الإلكتروني: ((فهو تحسين مقاييس الخدمة على الإنترنت وحمايـة حقوق الزبون)). [٧]

ويعرف التسويق عبر شبكة الإنترنت بأنه (نظام في شبكة الإنترنت من أفضل الأنظمة التجارية التي تثبت وجود الشركات الصغيرة أو مواقع الإنترنت والتـي تفتقـر للعـدد الكبيـر مـن الـزوار والمستخدمين). [٨]

أو أن التسويق الإلكتروني ((هو شبكة عالمية للحواسب أصبح نموذجاً لاسـتخدام المعلومـات والاتصالات التكنولوجية التي تفوق أي نوع من أنواع وسائل الاتصالات)). [٩]

أو هو عبارة ((عن إجراء ومتابعة الأعمال والأنشطة التسويقية بوسائل إلكترونية مـن خـلال الاعتماد على شبكة مفتوحة تدعى بالإنترنت عن طريق الحاسبات والشبكات)). [١٠]

لقد ازدادت الأهمية الإستراتيجية للتسويق الإلكتروني بعد الاستخدامات التجارية للإنترنت، وقد فتح التسويق الإلكتروني أفاقاً جديدة في عالم التسويق. ويتيح التسوق عبر شبكة الإنترنـت للمنظمـة فرصة استهداف المشترين والمتسوقين بصورة فردية.

ومن الجدير بالذكر أن هناك بعض المعوقات للتسويق الإلكتروني في بعض الأسواق وخاصـة عند وجود احتمال أن يكون الزبائن المستهدفين حذرين من التعامل التكنولوجي (استخدام التكنولوجيا).

كما لابد من الإشارة إلى أن قدرة مستخدمي الإنترنت على المـشاركة الكاملـة فـي عمليـة الاتصالات تضع قواعد جديدة للتسويق. مما يعني أن الإنترنت (هو وسـيلة تفاعليـة ولـيس وسـيلة جماهيرية مثل التلفاز والمجلات والراديو وإعلانات الطرق الخارجية).

وفي عالم اليوم تمارس شركات كثيرة أعمال التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت فقط بينما اختارت شركات أخرى التجارة الإلكترونية باعتبارها وسيلة مضافة ومكملة للأنشطة التقليدية الأساسية التي تقوم بتنفيذها.

ومهما يكن من أمر فإن حقل التجارة الإلكترونية يتجاوز حدود بيع وشراء وتبـادل المنتجـات والخدمات إلى تمكين المنظمات المستفيدة من تسويق وترويج منتجاتها، خدماتها، معلوماتها وأفكارهـا وتقنياتها عبر إستراتيجيات تسويقية فاعلة وذلك بهدف إشباع حاجات ورغبات الزبائن وتحقيق توقعاتهم وآمالهم.

وتمثل التجارة الإلكترونية واحـداً مـن الموضـوعات التـي تعـرف بالاقتـصاد الرقمـي Digital Economy حيث يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتين هما (التجـارة الإلكترونيـة وتقنيـة المعلومات Information Technology فتقنية المعلومات أو صناعة المعلومات في عصر الحوسبة والاتصال هي التي كونت الوجود الواقعي والحقيقي للتجارة الإلكترونية باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية للتنفيذ وإدارة النشاط التجاري.

ولابد من القول أن التجارة الإلكترونية (E-Commerce) هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجاريـة المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة، ويمتد المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة هي: الأول: خـدمات ربط أو دخول الإنترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني ومثالهـا الواضـح الخدمات المقدمة من مزودي خدمات الإنترنت Internet Services Providers. والثاني: التسليم أو التزويد التقني للخدمات. والثالث استخدام الإنترنت كواسطة أو وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية (تسليم مادي عادي) وضمن هذا المفهـوم يظهـر الخلـط بـين الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية واستغلال التقنية في أنشطة التجارة التقليدية.

وأخيراً يمكن القول بأن المفهوم الحالي للتجارة الإلكترونية مازال غامضاً بعض الشيء على الرغم من أنه مضت سنوات عديدة لاستخدام تقنيات هذه التجارة وبالرغم من الانتشار الواسع الذي تشهده الأعمال التجارية عبر الإنترنت وبروز مفاهيم جديدة مثل التسويق الإلكتروني (E-Shopping) والأعمال الإلكترونية (E-business) والأعمال المصرفية عبر الإنترنت (Banking Internet) وغيرها من المفاهيم. حيث تدخل هذه المسميات جميعها تحت مظلة التجارة الإلكترونية.

وفي الواقع التطبيقي، فإن التجارة الإلكترونية تتخذ أنماطاً عديدة، كعرض البضائع والخدمات عبر الإنترنت وإجراء البيع بالوصف عبر مواقع الشبكة العالمية مع إجراء عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية أو بغيرها من وسائل الدفع، وإنشاء متاجر افتراضية أو محال بيع على الإنترنت، والقيام بأنشطة التوريد والتوزيع والوكالة التجارية عبر الإنترنت وممارسة الخدمات المالية وخدمات الطيران والنقل والشحن وغيرها عبر الإنترنت.(١١)

أما من حيث صور التجارة الإلكترونية فيندرج في نطاقها العديد من الصور أبرزها وأهمها الصور الموضحة في الشكل رقم (١)، حيث تشمل العلاقات التجارية بين جهات الأعمال والمستهلك، وبين مؤسسات الأعمال فيما بينها أي (من الأعمال إلى الأعمال) وهما الصورتان الأكثر شيوعاً وأهمية في نطاق التجارة الإلكترونية في وقتنا الحاضر، وبين قطاعات حكومية وبين الزبون وبين قطاعات حكومية وبين مؤسسات الأعمال، طبعاً في إطار علاقات ذات محتوى تجاري ومالي.

من الأعمال إلى المستهلك Business-to-Consumer وتشمل التسوق على الخط Shopping on-Line	من الأعمال إلى الأعمال Business-to- Business تحقيق تكاملية عمليات التوريد للمنتجات وأداء الخدمات
من الحكومة إلى المستهلك Government-to-Consumer الخدمات والبرامج الحكومية على الخط	من الحكومة إلى الأعمال Government-to- Business المشتريات الحكومية الإلكترونية

Ainscough,Thomas L. and Michel G. Luckelt (1996), "the Internet for the rest us: Marketing on the world wide web", Journal of consumer marketing, sep.,P:12.

ثانياً – التطور ألتأريخي للتجارة الإلكترونية :

بدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية في أوائل السبعينيات من القرن الماضي من خلال أشكال وأكثرها شهرة التحويل الإلكتروني للأموال (Electronic Fund Transfers) ولكن مدى هذا التطبيق حدد بشركات ضخمة وبضعة أعمال صغيرة. وبعدها أتى التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI) والذي وسع تطبيق التجارة الإلكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى وتسبب في ازدياد الشركات المساهمة في هذه التقنية من مؤسسات مالية إلى مصانع وبائعي التجزئة ومؤسسات خدماتية أخرى.(١٢)

وقد أصبحت التجارة الإلكترونية هي الطريق لإنجاز الأعمال وكما موضح في الشكل رقم (٢) الذي يوضح بعض الأفكار مثل الوسط الجديد لغرض إنجاز الأعمال الذي يتم بوساطة تجزئة العمـل وكذلك هناك أفكار جديدة تضمنت السرية باستخدام الكتابة بوساطة الشفرة ولا سيما فـي المعـاملات الضريبية والحالات القانونية في استخدام التوثيق الإلكتروني، وحماية المستهلك.[13]

وهناك تطبيقات أخرى ظهرت أيضاً مثل بيع السهم، تذاكر السفر على الإنترنت وعلى شـبكات خاصة. مثل هذه الأنظمة كانت تسمي بتطبيقات الاتصالات السلكية واللاسلكية وقيمهـا الإسـتراتيجية كانت معلومة وظاهرة للعيان. ومع جعل الإنترنت مادة مالية وربحية فـي التـسعينيات مـن القـرن الماضي وانتشارها ونموها إلى الملايين من البشر فإن مصطلح (التجارة الإلكترونية) خرج للنور ومن ثم تم تطوير تطبيقات التجارة الإلكترونية بصورة كبيرة.[١٤]

وأن أحد الأسباب التي أدت إلى النمو الكبير في عدد تطبيقات التجارة الإلكترونية هـو بـسبب تطوير الشبكات والبروتوكولات والبرمجيات وسبب آخر لهذه الزيادة هو نتيجة لازدياد حدة المنافـسة ما بين الشركات ومن عام ١٩٩٥ إلى عام ١٩٩٩ شاهدنا الكثير من التطبيقات المبدعة والتي تتمثل في الإعلانات على النت (Net) والمزادات وحتى تجارب الواقع الافتراضي. لدرجة أنه كل شركة كبيـرة أو متوسطة الحجم أنشئت لها موقع على شبكة الإنترنت.[١٥]

والكثير منها لديها مواقع مليئة بالمعلومات. مثلاً في عام ١٩٩٩ أنشئت شركة جينيرال موتورز General Motors أكثر مـن ١٨٠٠ صـفحة مـن المعلومـات علـى موقعهـا (/ ur / Com. WWW.gm // : http [/ur/) وتحتوي على ٩٨٠٠ وصلة إلى منتجات الشركة وخدماتها ووكلائها.

الخدمات على الخط on-line والاستناد على المعلومات * المحتوى الإداري. * التعامل الضريبي. * أنظمة الكمبيالات. * التزويد التسويقي. * أنظمة البرمجة.	الـ edi التقليدي * صيغ العمليات. * التمويل عن طريق (على الخط). * العملية. * عملية النقل (التمويل)	الخدمات المالية الإلكترونية * عملية بطاقة الائتمان. * الصيرفة المنزلية. * أنظمة الدفع. * أنظمة إدارة السيولة. * التمويل الإلكتروني للسندات.
	التحول والسرية	
توسيع المؤسسات التجارية * أتمتة إدارة المبيعات. * خدمات الزبون. * التدعيم التكنولوجي. * ترابط مجاميع العمل. * الصيغ العملياتية. * إدخال الطلب. * أنظمة الـ on-line الخاصة. * إدارة المعرفة. * الأنظمة. * تسليم المعلومات.	(الثقافة والتسلية) * تنمية المواهب والقدرات. * الألعاب المسلية. * المضاربات. * محتوى الطلبات. * أنظمة البرمجة.	الخزن الإلكتروني * التسوق بواسطة الكتالوكات. * الترويج للبضائع. * مستودعات البيع. * التوزيع. * الكتالوكات على الخط. * الأكشاك.

الشكل رقم (٢)

التجارة الإلكترونية التي تدعم وظائف الأعمال (الطريق السريع للمعلومات)
Source: Michael Baker, (Marketing Strategy and Management),2000.P:54

ثالثاً- معايير ومقاييس التجارة الإلكترونية

إن هذا النوع من الخدمة يتم التزود به بواسطة أنظمة المعلومات على الإنترنت، مثـل خادمـات الويب، والتي كانت تحدد بصورة تقليدية بمقاييس مثل زمن الاستجابة، المخرجات، الكفاءة، والتـوفر. ويمكن حساب زمن الاستجابة من جانب الخادم، في هذه الحالة لا يتضمن أي زبون وزمـن الـشبكة الخارجية، أو يمكن أن يقاس من منظور المستخدم، في هذه الحالة يتـضمن المكونـات مثـل وقـت التصفح، زمن الوصول للشبكة من جانب الزبون، وقت مزود خدمة الإنترنت (في كل الحالات)، وقت الإنترنت، زمن وصول شبكة في جانب الخادم، وزمن استجابة الخادم.

وتقاس الطاقة الإنتاجية عادة بـ(الطلبات /الثانية أو الصفقات /الثانية) وتحدد نسبة أن يكمل النظام عمل ما. بينما تكون الطاقة الإنتاجية مهمة من وجهة نظر مدير الموقع، وهو لا يرتبط بعلاقـة مـع المستخدمين المهتمين بشأن زمن الاستجابة. عندما يكون زمن الاستجابة عالي جداً، يتذمر المستخدمون لأنهم لا يملكون خيار سوى استخدام النظام.

يمتلك الزبون في التجارة الإلكترونية عادة خياراً ترك الموقع والانتقال إلى مخزن انترنيت أخـر. هذا يؤدي إلى خسارة لمخزن الإنترنت ونقص في الطاقة الإنتاجية.

خلقت التجارة الالكترونية الحاجة لابتكار مقياس وذلك يعكس في نفس الوقـت حاجـات مخـزن الإنترنت ومستخدميه. واحد الأمثلة لهذا المقياس هو طاقة الدخل الإنتاجية، ويشار إليه بـ(+X)، يقاس بـ(الدولار/الثانية) ينتج من الصفقات المكتملة. وأن إحدى أهداف مخزن الإنترنت هو تعظـيم طاقـة الدخل الإنتاجية.

وضمنياً فان هذا المقياس يستخدم لقياس درجة رضا الزبون بزمن الاستجابة، إذا كان الزبائن غير راضين فإنهم لن يتجهوا إلى التسويق عبر مخزن الإنترنت الأمر الذي سيؤدي إلى تناقص في طاقـة الدخل الإنتاجية.

وان الزبون المحبط والغير راضي هو الزبون الذي يغادر الموقع بسرعة. لذا، فان مقيـاس آخـر سيؤدي إلى احتمال فقدان في (الدخل/الثانية). هذا المقياس يشار إليه بـ(-X)، يمثل النسبة في المبلـغ بالدولار الذي جمع في عربات التسوق للزبائن وفقدت نتيجة لمغادرة الزبائن مخزن الإنترنت بـسبب عدم كفاية وبطيء زمن الاستجابة. وقد ناقشت سياسات إدارة المصدر في هذا البحث محاولة لزيـادة الطاقة الإنتاجية لدخل مخزن الإنترنت بدون الحاجة لزيادة إمكانية الخادم.

رابعاً- مفهوم أعمال التجارة الالكترونية

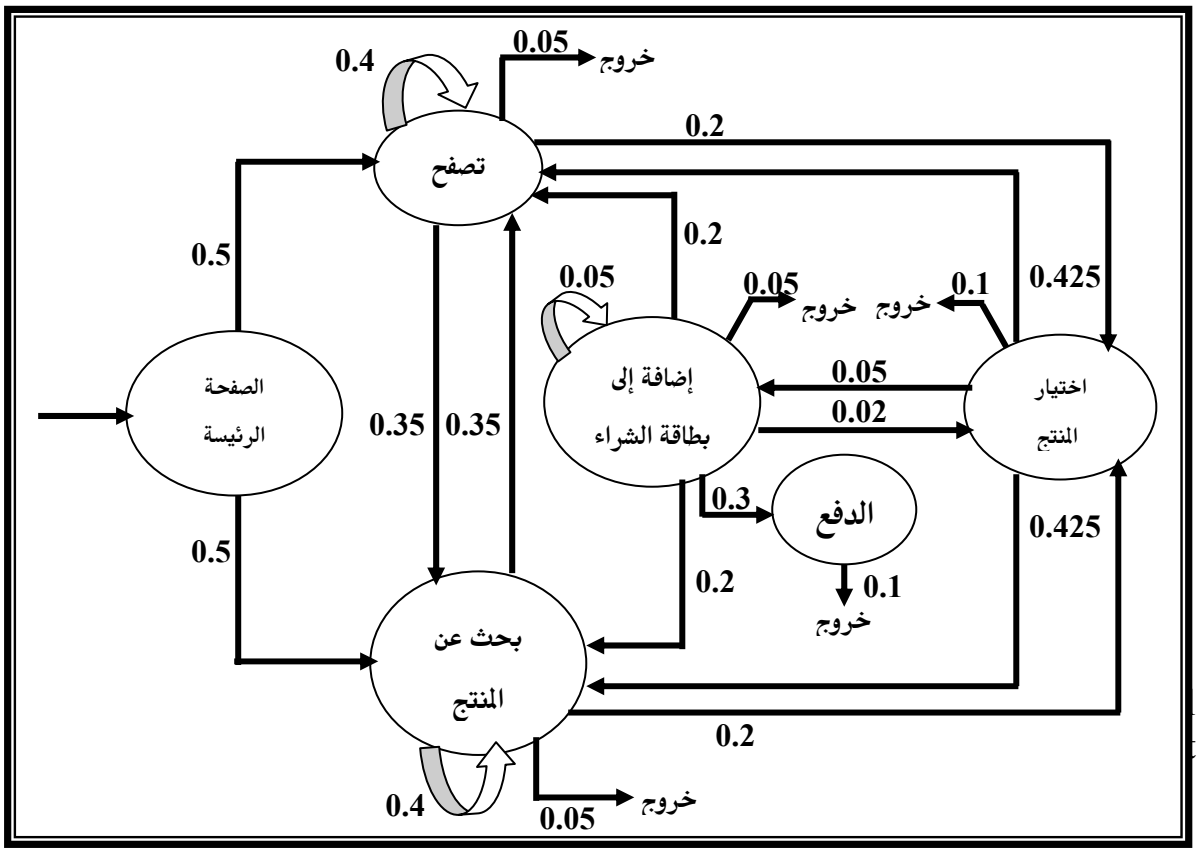
تتكون أعمال التجارة الالكترونية من مجموعة من الجلسات. والجلسة هي سلسلة طلبات الأنـواع المختلفة مثل التصفح، البحث، الاختيار، الإضافة إلى عربة التسوق، والدفع. وان سلاسـل الطلبـات المسموح بها يمكن أن توصف برسم انتقال للحالة يطلـق عليـه الرسـم البيـاني لنمـوذج سـلوك الزبون(CBMG). هذا الرسم البياني له عقدة واحدة لكل حالة محتملـة (مثـل الـصفحة الرئيـسية، التصفح، البحث، الاختيار، الإضافة، والدفع) والانتقال بين هذه الحالات.

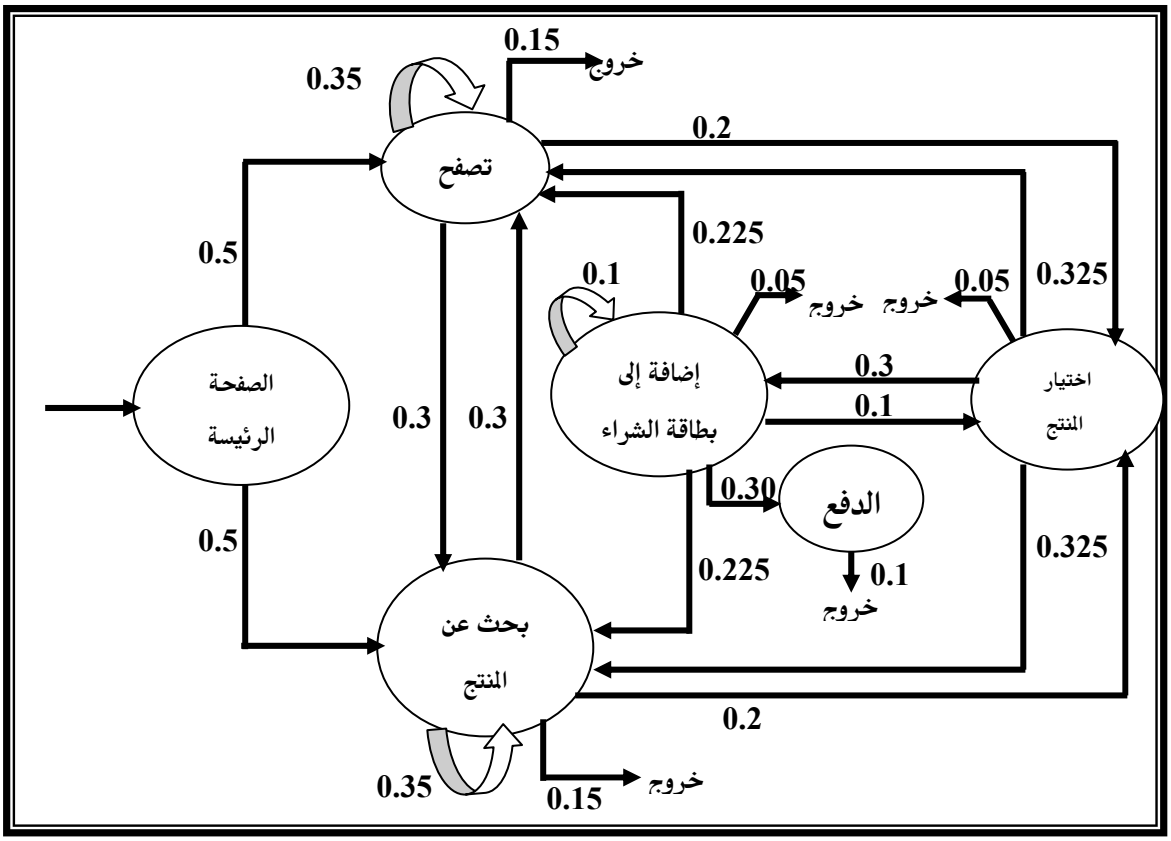
وإن الاحتمال الذي يخصص لكل حالة انتقال باختلاف المستخدمين يمكـن أن يميـز مِـن قبـل (CBMG) مختلف من ناحية احتمالات الانتقال. وهكذا، فان تمثيل إعمال التجارة الإلكترونية يـستلزم تحديد مجموعات(CBMG) الذي يميز أفضل سلوك للزبون.

أصبحت مواقع التجارة الإلكترونية أكثر تطوراً، الأمر الذي مكنها من معالجة السجلات التي تميز المستخدم وكتابة تقرير عن الإبحار خلال الموقع ونمط الشراء الذي اتبعه. هذه المعلومات يمكـن أن تحدد كـ(CBMG). وهكذا، بينما يبدأ الزبون بالإبحار خلال الموقع، فان مخزن الإنترنـت يحـاول مطابقة مواصفات الزبون مع أحد التقارير الموجودة ويخصص أولويات مستندة على سجل المستخدم.

لقد جعلت القيمة التسويقية والاقتصادية لتجربة الملاحة والإبحار في الإنترنت حسب الطلب محتملة بالكمية الواسعة للمعلومات التي جمعت بخادمات الإنترنت[١٦]. وان بعض مخازن الإنترنت يتم طلبها لان المستخدمين يقومون بالاتصال قبل أن يبدأ الإبحار خلال الموقع. في هذه الحالة يكون من السهل مطابقة الزبون مع سجلات الزبائن الموجودة في الموقع.

في هذا البحث، يمكن أن نميز بين نوعين للمستخدمين: المشترين العرضيين والدائمين. إن الصنف الأول متكون من الزبائن الذين يستخدمون مخزن الإنترنت لاكتشاف المنتجات، مثل الكتب الجديدة أو أفضل الأجور والمخططات للسفر، لكنه في النهاية لا يقوم بعملية الشراء من مخزن الإنترنت في أغلب الأحيان. إن الصنف الثاني متكون من الزبائن الذين لديهم احتمال شراء أعلى إذا وجدوا المنتج الذي يثير اهتمامهم وبسعر مناسب. إن الشكلين (٣) / (٤) يوضحان(CBMG) للمشترين العرضيين والدائميين، على التوالي. السمة الأخرى لنموذج العمل مزيج من أنواع الزبائن يشار إليها بـ(fo وfh)، المشترين العرضيين والدائمين الذين يزورون مخزن الإنترنت. في هذا البحث، نفترض نسبة مئوية أعلى بكثير من المشترين العرضيين من إجمالي النسبة المئوية العامة للزبائن التي تنتهي بعملية شراء، وبمعنى آخر، عدد زائري حالة "الدفع" حوالي 5%. هذا العدد يميل إلى أن يكون عاماً للعديد من مخازن الويب.[١٧]





الشكل (٤) نموذج سلوك الزبون الدائمي

Source: Benjamin, R., and Wigland, R. "Electronic Markets and Virtual Value Chains on the Information Superhighway." Sloan Management Review, (1999).P;124.

إن العمل العالمي لموقع تجارة إلكترونية يمكن أن يميز بمجموعات المستخدمين الذين يمتلكـون سلوك متماثل. إن سلوك كل مجموعة يميز من قبل (CBMG) باحتمالات الانتقال الصحيحة وبسلوك وصول زبائن تلك المجموعة. إن عملية الوصول تميز بنسبة الوصول المتوسطة للطلب الـذي يبـدأ الجلسة وبأوقات التفكير ضمن الجلسة.إن وقـت التفكيـر يمكـن أن يـرتبط بكـل أنـواع الانتقـال لـ(CBMG). على سبيل المثال، وقت التفكير المرافق للانتقال بين الحالات (التصفح) و(الاختيـار) يشير إلى المدة التي يستغرقها الزبون لتقديم الاختيار بعد استلام الإجابة من طلب التـصفح. أوقـات التفكير لا يشار إليها في الأشكال السابقة وإنما يمكن تحديد القيم المعينة المستخدمة في المحاكـاة فـي الجدول (١). إن الانتقالات التي تشير إلى الخروج من مخزن الإنترنت، من الحالات ما عـدا حالـة (الدفع)، تشير إلى المخارج التلقائية. حيث وصفت سياسات إدارة المصدر في هذا البحـث كمحاولـة لتخفيض عدد الزبائن الذين يتركون مخزن الإنترنت بسبب الأداء السيئ لمخزن الإنترنت.

يزود (CBMG) نموذج معلومات مفيد بخصوص العدد المتوسط للزيارات إلى كل حالة لكـل زيارة إلى الصفحة الرئيسية.

$$\vec{V} = (V_b, V_s, V_a, V_t, V_p)$$

الذي يمثل العدد المتوسط للزيارات إلى الحالات التصفح (browse)،والبحث (search)، والإضافة (add)، والاختيار (select)، والدفع (pay)، على التوالي، إلى كل حالة لكل زيارة إلى الصفحة الرئيسية

نفترض أن [5 x 5 matrix P = [pi,j

يشير لاحتمالية الانتقال بين b, s, a, t, p

وهذا ترتيب الصفوف والأعمدة في الصفحة عندئذ يمكننا أن نكتب المعادلات الخطية:

$V - V_{hp} = V \times P,$

$Vhp = (P_h,b,P_{h,s},0, 0,0)$

مؤشر لاحتمال الانتقال من حالة الصفحة الرئيسية إلى حالة أخرى في CBMG

لـ(CBMG) في الشكلين. ٣ و ٤ من هذا النظام تصبح المعادلات الخطية آلاتية:

$$P_{b,b} V_b + P_{s,b} V_s + P_{a,b} V_a + P_{t,b} V_t, = V_b - P_{h,b} \quad .....(1)$$

$$P_{b,s} V_b + p_{s,s} V_s + P_{a,s} V_a + p_{t,s} V_t = V_s - p_{h,s} \quad .....(2)$$

$$P_{a,a} V_a + P_{t,a} V_t = V_a \quad .....(3)$$

$$P_{b,t} V_b + p_{s,t} V_s + p_{a,t} V_a = V_t \quad .....(4)$$

$$p_{a,p} V_a = V_p \quad .....(5)$$

علماً ان لكل CBMG لدينا نظام مختلف للمعادلات الخطية لأن احتمالات الانتقال تكون مختلفة. عند الضرورة، سوف نستخدم النصوص الفائقة o وh التفريق بين الحالتين.

حل نظام المعادلات الخطية:

$V- V_{hp} = V \times P$ for the graphs of Figs. 3 and 4 is

$V^{\circ} = (V_b = 6.76, V_s = 6.76, V_a = 0.14, V_p = 0.04, V_t = 2.73)$

and $V^h = (V_b = 2.71, V_s = 2.71, V_a = 0.37, V_p = 0.11, V_t = 1.12)$, respectively.

من موجه واحد (V) يمكن الحصول على بعض النماذج المفيدة. الأول يسمى متوسط مدة الدورة ويشار إليه بالرمز (S)، وهو متوسط عدد الصفحات التي زارها الزبون لكل زيارة للموقع. وهكذا.

$S = 1 + V_b + V_s + V_a + V_p + V_t$

فإن متوسط طول الدورة للمشتري العرضي والدائميCBMG من الشكل. ٣ و ٤ هو:

$S^o = 17.45$ and $S^h = 8.03$ respectively على التوالي.

وبمقياس آخر للفائدة في نسبة الزيارة للشراء يشار إليه بـ(BV). وهذا مساوي لنسبة متوسط عدد الزبائن الذين يشترون من موقع التخزين على الإنترنت ومجموع عدد الزيارات إلى موقع المخزن. لكل نوع من الزبائن نسبة الزيارة للشراء تعطى بواسطة (BV)

Then, $BV = f_o \times V_p^{o} + f_h \times V_p^{h}$

نستعملها لمحاكاة

$f_o = 0.9$. Thus, $BV = 0.9 \times 0.04 + 0.1 \times 0.11 = 0.047$.

ويمكن أن نجد القيمة العليا لقيد الدخل للناتج النهائي X^+ كالآتي:

$$X^+ \leq \lambda s \ (f_o \times V_a^{\circ} \times P^{\circ} + f_h \times V_a^{h} \times P^{h}) \ ..... \ (6)$$

تشير λs إلى متوسط نسبة وصول الطلبات للجلسة.

P° و P^h هي متوسط سعر سلعة أضيفت إلى عربة التسوق للزبائن المناسبة والثقيلة، على التوالي.

في الجهة اليمنى من (Eq)(١٨) هو أحدث قيد لكل X^+ وذلك بسبب أن ليس كل الزبائن الذين يضيفون الوحدات إلى عربات التسوق يشترونها في نهاية المطاف. بعض الزبائن يغادرون موقع التخزين

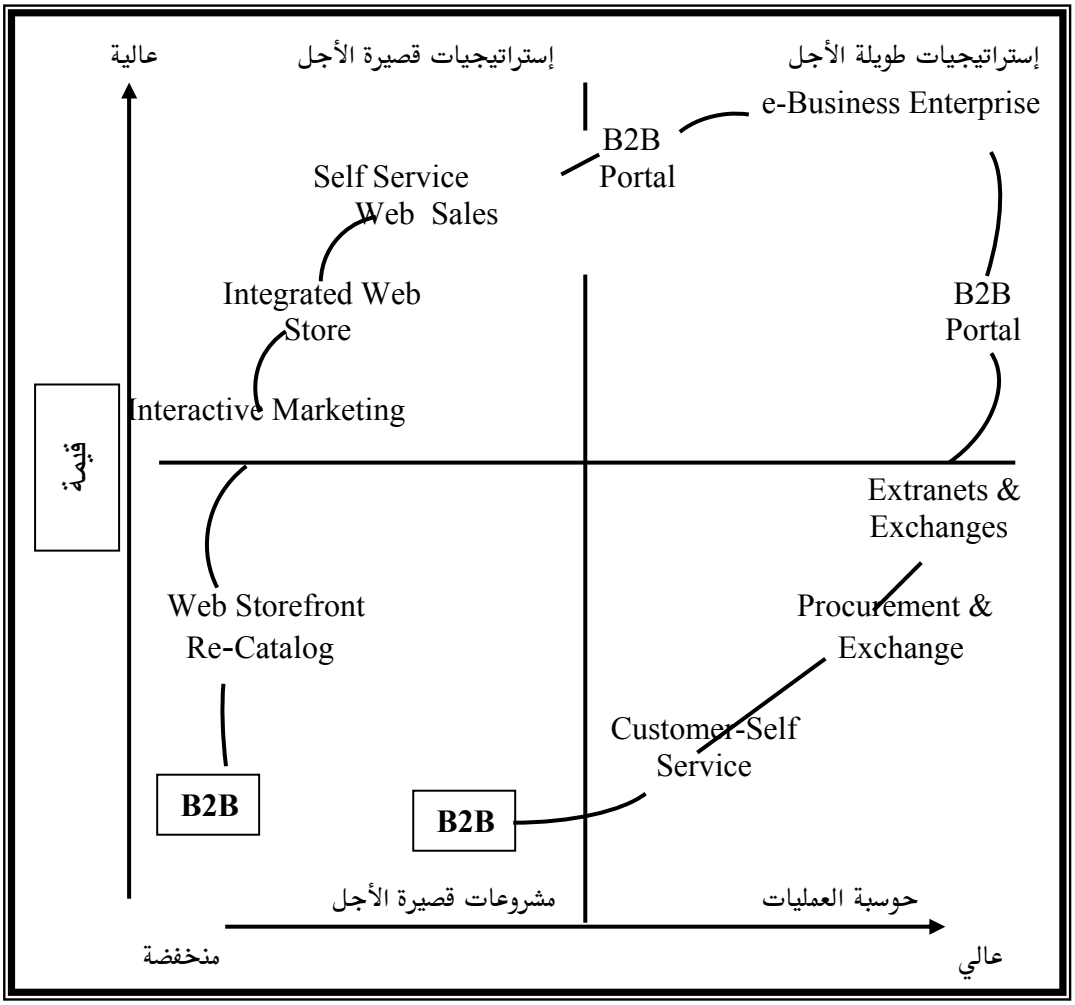
تلقائياً، من خلال التحولات في الخروج لـ CBMG. الآخرون سـيقومون بإحبـاط الجلـسة بـسبب الارتفاع العالي لزمن الاستجابة.

خامساً – اتجاهات التجارة الإلكترونية e-Commerce Trends

هنالك بعض الاتجاهات التي تحدث في تطبيقات التجارة الإلكترونية وكما يوضحها الـشكل (٥) حيث نجد كيف أن التجارة الإلكترونية بين الأعمال والزبائن تتطـور مـن متـاجر بـسيطة Web Storefronts إلى نماذج تقوم على قدرات التسويق التفاعلي Interactive Marketing للوصول إلى المتاجر المتكاملة على الشبكة Integrated Web Store.

كما تتجه تطبيقات التجارة الإلكترونية نحو نماذج الخدمة الذاتية Self-Service Web Sales وصولاً إلى بوابات الإنترنت الكبيرة B2C Portal ومشروعات الأعمال الإلكترونيـة e-Business Enterprise.[١٩]

بينما نجد أن تطبيقات التجارة الإلكترونية بين منظمات الأعمال (B2B) تتحرك بـسرعة مـن نموذج الخدمة الذاتية إلى الشراء المحوسب Procurement Automation. بين شـركاء الأعمـال واستخدام الشبكات الداخلية والخارجية التي تستند على تقنيات الإنترنت، كمدخل لبناء بوابات التجـارة الإلكترونية بين منظمات الأعمال B2B وصولاً إلى مشروعات الأعمال الإلكترونية التي تعبـر عـن إستراتيجيات أعمال طويلة الأجل وتمثل أعلى قيمة مضافة للأعمال الإلكترونية.



الشكل (٥) اتجاهات التجارة الإلكترونية

Source: O'Brien James A., Introduction to Information Systems, Irwin, U.S.A., 1997,P: 269.

المبحث الثاني : سياسات إدارة الموارد الجديدة

أن احد أهداف خدمة التجارة الالكترونية هو تعظيم الإيرادات التي يتم الحصول عليها من الموقع الالكتروني. وتحقيقا لهذه الغاية، لا بد للمرء أن يفهم سلوك خادمات الشبكة وكيفية تأثيرها في سلوك المستخدمين، خاصة أثناء فترات الذروة التي تعرض موارد الموقع إلى إجهاد كبير من الزبائن. لذلك فان سياسات إدارة الموارد ينبغي أن توضع بالشكل الذي يدعم أهداف الأعمال التجارية.

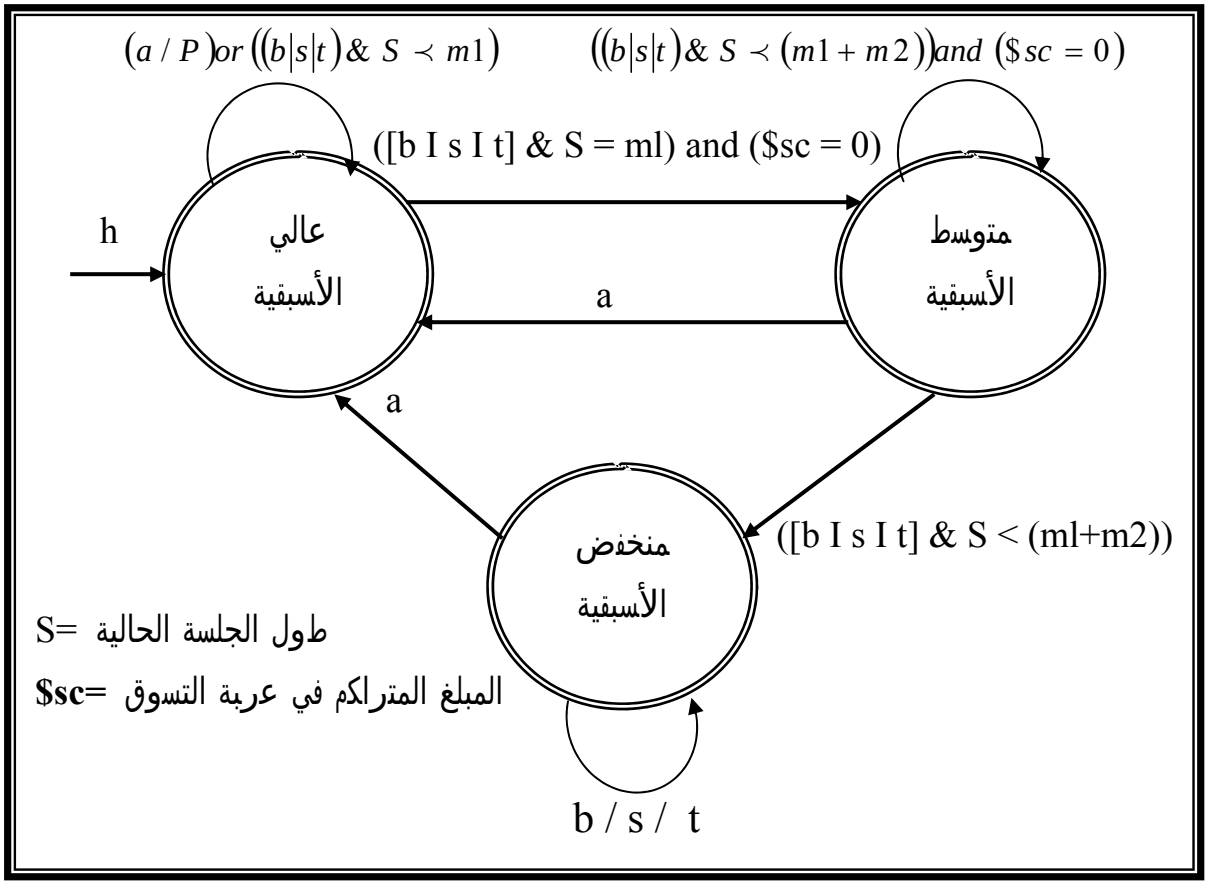
أولاً- حدود السياسات الحالية:

إن حدود السياسات الحالية هو السيناريو المعهود في مواقع التجارة الالكترونية. في بعض الأحيان يصبح المرور على الموقع مرتفعاً جداً (مثلاً ثلاثة أو أربعة إضعاف متوسط الحركة) مما يؤدي إلى عدم قدرة الخادم على تلبية متطلبات الزبائن الذين يحاولون الدخول إلى الموقع. وفي العادة تتدهور نوعية الخدمة بالنسبة إلى جميع الزبائن الذين يحاولون زيارة الموقع خلال أوقات الذروة. وان الانتظار لوقت طويل ورفض الاتصال مع الشبكة العالمية مؤشران على سوء نوعية الخدمة في مواقع التجارة الالكترونية. وان سياسات إدارة الموارد الحالية لا تميز بين الزبائن ولا توفر نوعية خدمة مختلفة. فمثلاً، يفضل مخزن الإنترنت الزبائن الذين ينوون حقاً شراء شيء ما. ولكن في النظم الحالية فان الموارد تتساوى بين الزبائن الذين يقدمون على الشراء أو الذين يتصفحون الموقع دون شراء.

إن الهدف الرئيسي لنظم التشغيل وخادمات الإنترنت لا يوفر الدعم الكافي لإدارة الموارد لمواقع التجارة الالكترونية. فهي تخصص الموارد للعمليات متعددة الاعتبارات الإنتاجية فقط، وتتجاهل الأهمية النسبية للعمليات وتحقيق الأهداف التجارية. وتقوم نظم التشغيل عادة بإدارة تخصيص وقت وحدة المعالجة المركزية والذاكرة ووحدات الإدخال والإخراج مع عدم مراعاة الاعتبارات الخاصة بحجم العمل، مثل إنتاج الطلبات ومقدار الأموال المرتبطة بتلك الطلبات.

ثانياً- التجارة الإلكترونية الموجهة نحو سياسات الموارد

إن التجارة الالكترونية الموجهة نحو سياسات إدارة الموارد ينبغي أن تكون مكيفة ومطورة وفقا لاستخدامات الزبائن ومواصفاتهم. وينبغي تخصيص الموارد على أساس اقتصادي. إن سياسات تخصيص الموارد التي بحثت في هذا البحث نحو وحدة المعالجه المركزية CPU والأقراص disks في خادمات مختلفة لشبكة التخزين. والمعيار الأمثال للسياسات هو زيادة قيمة مقياس الدخل(الإيراد)/ ثانية من اجل تحقيق هذا الهدف، تم استخدام تحليل السياسات الأولويات اعتماداً على التقارير الخاصة بالمستخدمين في الجلسة الحالية بطول (S)عن حجم الأموال المتراكمة للعميل المتسوق في عربة التسوق (($sc))، وعلى الحالات التي زارها في CBMG. تكون هنالك ثلاث حالات ذات أولوية: العالية والمتوسطة والمنخفضة. وانتقال الزبائن بين هذه الفئات ذات الأولوية كما هو مبين في الرسم البياني لانتقال الأولوية الشكل (٦). الانتقال بين الصفوف الأولوية يدعى بالشروط التي تعتمد على الحالة التي تمت زيارتها (h, b, s, a, t, p)، لطول الجلسة S وان:



الشكل رقم (٦)
مخطط أولوية مواقع التجارة الإلكترونية

Source: Ainscough, Thomas L and Michel G. Luckett. "The Internet for the Rest of Us: Marketing on the World Wide Web." Journal of Consumer Marketing 13 (September 1996).P;23

إن الأموال المتراكمة في عربة التسوق $sc. كما هو مبين في الشكل، دخول جميع مستخدمي الانترنت إلى مخزن الإنترنت من الصفحة الرئيسية يبدأون بأولوية عالية للبقاء، وإذا أضافوا وحدة واحدة على الأقل إلى عربة التسويق على طول وقت الجلسة سيكون أقل من الوصول إلى حد الإشباع.

أن الأساس المنطقي هو لإعطاء الأولوية العالية للمستخدمين الذين لا يزالون في المراحل الأولى لاستكشاف المتجر بحيث لا يخرجون قبل أن تتاح لهم فرصة لمعرفة ما هي الخدمات التي يقدمها مخزن الإنترنت. بعد أن يتجاوز طول الجلسة حد ألـ(m١) وان الزبون لم يضف شيئاً إلى عربة التسوق ستنخفض حالة الأولوية الخاصة به إلى المتوسط. فهو يبقى على ذلك المستوى من الأولوية إذا لم يضف سلعة ما إلى بطاقة التسوق وطول الجلسة لم يصل إلى الحد الثاني m1 + m2. وعندما يحدث هذا، فأن أولوية الزبون ستنخفض إلى الحالة المنخفضة.

وتتغير الأولوية من حالتي المتوسط أو المنخفض إذا أضيفت سلعة معينة إلى عربة التسوق. علما انه بجعل m2 كبيرة بشكل كافي فان مخطط الأولوية يمكن أن ينخفض إلى مخطط الأولوية للطبقتين. وبجعل m١ كبيرة بشكل كافي فان إطار عمل الأولوية في الشكل رقم (6) ينخفض إلى مخطط أولوية وحيد الطبقة. وهكذا، بواسطة تغيير قيم m١ و m2 مرة واحدة يمكن توليد عدداً كبيراً من السياسات.

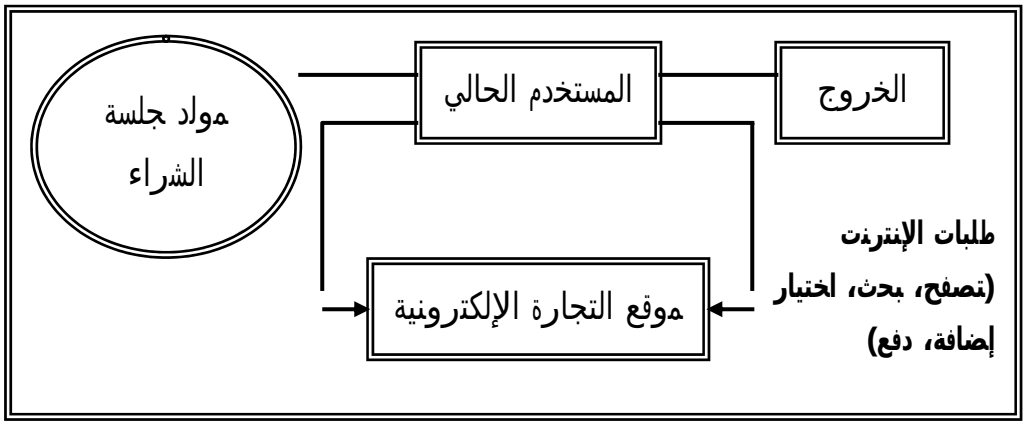
ويمكن تعريف الطبقات الفرعية ضمن كل فئة أولوية حسب التقارير عن المستخدمين. على سبيل المثال، إذا كان تقرير المشتري الدائمي والعرضي معرف فان أولوية عالية ستعطي لجميع الزبائن ذوي التقرير المشتري الدائمي على الزبائن ذوي التقرير المشتري العرضي.

ولكل طبقة أولية فرعية نستخدم الأنظمة الآتية في المعالجات والأقراص:

- وحدة المعالجة المركزية CPU: مشاركة المعالجة(PS) للطبقات المتوسطة والمنخفضة وتعطى $sc للأولية العالية الدرجة. بعبارة أخرى، إذا كان if $scl > $sc2 فان الزبون ١ سيكون له أسبقية أولوية في وحدة المعالجه المركزية من الزبون ٢.
- الأقراص disks: FIFO للطبقات المتوسطة والمنخفضة تعطى بمقدار$sc للأولية العالية الدرجة.

ثالثاً – إطار عمل لمقارنة السياسات

بسبب أن النظام الحالي لا ينجز كل الأفكار والمبادئ المفترضة في هذا البحث فأننا نحتاج لبناء بيئة اختبار تجريبية لمحاكاة الأنظمة المكيفة وسلوك الزبون والأعمال التي تتطابق مع هذه الأنظمة، فنقوم ببناء محاكاة موقع تجارة إلكترونية يكون هجين ما بين محاكي الأثر ومحاكي الحدث المتقطع وكما موضح في الشكل رقم (7). ونستخدم أدوات مولد أعمال الإنترنت الواقعية لتوليد تيار من الطلبات لبدء جلسات الزبون واستخدام (CBMG) والمحاكي لتوليد طلبات فردية مستقلة لعمل الجلسة.



الشكل رقم (7) نظرة عامة لمحاكي موقع التجارة الإلكترونية
المصدر: إعداد الباحثين

أن العمل لموقع التجارة الإلكترونية يعتمد بصورة رئيسة على التفاعل بين الزبائن وموقع المخزن (المتجر) على سبيل المثال بعد اتخاذ القرار على أية سلعة للشراء بعد البحث الناجح في قواعد بيانات المخزن فإن الزبون سيغادر المخزن بدلاً من أكمال عملية الشراء. ولأجل معرفة هذه المعالجة وإمكانية تقييم التغيرات في سلوك المستخدم المتسببة بواسطة المخطط المكيف المقترح للموقع الإلكتروني فأننا سوف نستخدم نموذج محاكاة لتسلسل هرمي لتوليد الأعمال.

رابعاً – مولد الأعمال للتسلسل الهرمي:

نموذج المحاكاة للتسلسل الهرمي يتم بناؤه كالآتي:

يعمل النموذج طلبات الخدمة التي تبدأ جلسة الزبون، حيث تبدأ الجلسة مرة واحدة وأن عنوان الإنترنت (http) لطلب الجلسة المولدة تبعاً لنموذج (CBMG) للأعمال. ولكل طلب (http) المحاكي يولد طلبات محددة لتسهيلات الموقع مثل خادمات الإنترنت (http) وخادمات قواعد البيانات وخادمات الشبكات المحلية. وأن كل عملية تسهيل محاكي عملية التنفيذ للطلبات بالاعتماد على الخدمة من مصادرها ومواردها الرئيسة مثل وحدة المعالجة المركزية CPU والأقراص Disks وحزمة الشبكات (network).

وفي حالة المستوى العالي نستخدم الصيغة الموجه لتوليد الطلبات لبدء الجلسة في موقع التجارة الإلكترونية. [٢٠] وتستخدم صيغة (الموجه) لتوليد الأعمال والتوزيعات الواقعية. وعندما يبدأ وقت الجلسة فأننا لا نعلم بتسلسل طلبات (http) التي تصنع الجلسة وذلك بسبب أن النظام يتكيف وسلوك الزبون يعتمد على أداء النظام. وهكذا للطلب اللاحق الذي يولد بواسطة المستخدم وهو دالة النموذج (CBMG) واستجابة النظام.

عندما يبدأ جلسة جديدة فإن الزبون يحدد مواصفاته (ملف) (كمشتري دائمي أو عرضي) متمثلاً بنموذج (CBMG) وخلال الجلسة يذهب الزبون خلال الحالات المختلفة لـ(CBMG) وكل من هذه الحالات تولد طلب (http) منفرد لصفحة موقع المخزن على الإنترنت وهذا يعالجه ويرسله للاستجابة. بعد ذلك يؤسس على الحالة الآنية واحتمالية الانتقال وأوقات التعكير تجمع مع كل عملية انتقال في نموذج (CBMG) ومع زمن الاستجابة للطلب الأخير طبقاً.

للحالة الجديدة التي تم حسابها والطلب الجديد الذي تم توليده للموقع. ومن أجل وصف كيفية توليد وقت الطلبات نفترض أن الزبون في الوقت (t1) في الحالة المعطاة ويتم القرار لتوليد الانتقال إلى حالة أخرى. ونفترض أن وقت التفكير (Z) يتم رسمه من توزيع أسي. بعد ذلك فإن الوقت للطلب الجديد سيكون:

$$RTT \times 2 + Z + T1$$

حيث أن RTT= يمثل وقت الولوج للشبكة.

أن معالجة مولد الطلب تعاد خلال مغادرة الموقع وهنالك طريقتان لمغادرة موقع الإنترنت. في المرة الأولى يقرر الزبون مغادرة الموقع بصورة عفوية. بدون سبب محدد. هذه الحالة تمثل بواسطة (صف الخروج) لكل حالة من حالات (CBMG) الاحتمالية تشير إلى الانتقال للخروج في كل حالة. أما السبب الأخر لمغادرة الموقع هو افتقار الموقع لخدمات جيدة ومفضلة.

بطء النظام للإجابة على الطلبات يؤدي إلى إزعاج الزبائن مما يؤدي إلى مغادرتهم للموقع. أن هذا الشخص يصنف بمؤشر يسمى (عامل نفاذ الصبر لدى الزبون) ويعرف بدالة من متغيرين وهما انتهاء الوقت وعدد المحاولات. ويعرف انتهاء الوقت كالآتي:

$$Timeout - C2\ (state) + C1 \times session\ length \quad \ldots\ldots(7)$$

حيث أن C2 (state) هو ثابت يعتمد على حالة (CBMG).

C1= يثبت كـ (0.1).

C2= تستخدم في المحاكاة كـ: C2 (b) =9 , C2(s)=9, C2(t)= 8, C2(a)=8, C2(p) =30

محاولات الإعادة تعني أن المستخدم يضغط على زر إيقاف المعالجة (stop) ثم يحاول إعادة المحاولة (LOAD) للمتصفح على الإنترنت كمحاولة للوصول للاستجابة. المشترون العرضيون يحالون الإعادة لمرة واحدة أما الزبائن الدائمون يحالون ثلاثة مرات على الأغلب الشراء.

خامساً- نموذج المحاكاة Simulation Model :

من أجل تأثير سياسات إدارة الموارد فأننا نصف هنا محاكاة لمخزن كتب إلكترونية. يحاول الزبائن البحث عن الكتب بواسطة الكلمات المفتاحية أو بواسطة المؤلف. وهناك نوعين من الكتب التقنية وغير التقنية. ويوضح الجدول رقم (١) مجموعة كتب تقنية مختارة من قبل الزبون من مخزن الكتب على الإنترنت. وأن معدل الأسعار وحدود الأسعار لكل نوع من أنواع الكتب ولنسبة البحث بواسطة أسم المؤلف وللكلمات المفتاحية ومعدل الحجم للصفات المستخدمة من قبل البحث بواسطة أسم المؤلف والكلمات المفتاحية للكتب التقنية وغير التقنية. وأن توزيع الأسعار بشكل قطعي.

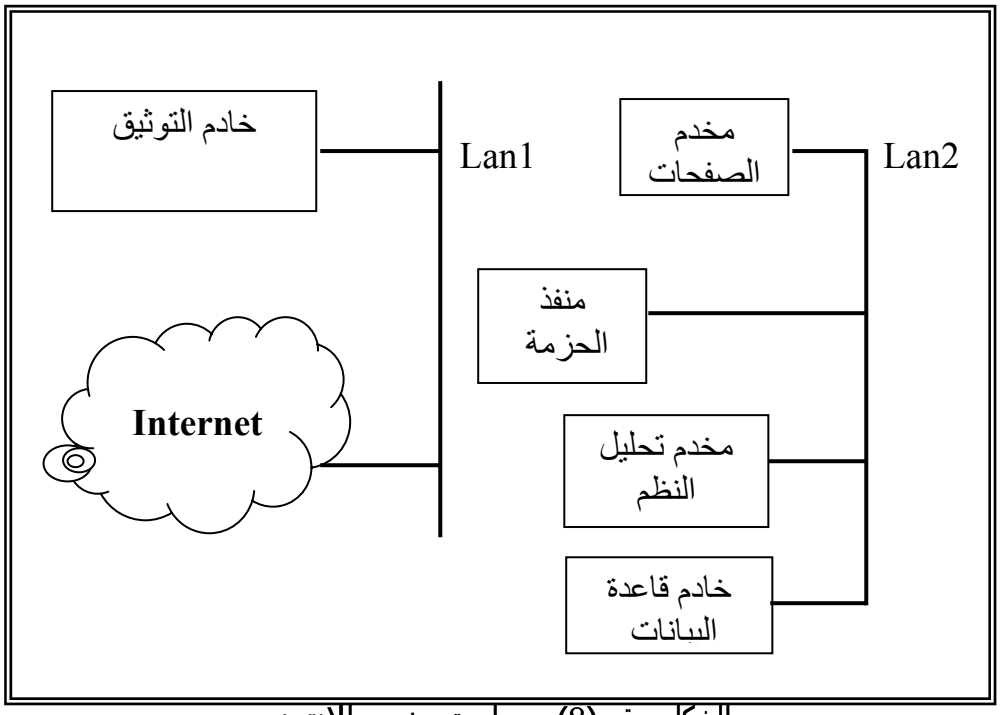
القيم في الجدول (١) يتم الحصول عليها بواسطة تحليل النتائج لعدة عمليات بحث متنوعة لموقع بيع الكتب. وهناك عدة قيم متنوعة للاعدادات تستخدم لدراسة المحاكاة مناسب لبناء المساحة فأننا نقدم النتيجة لقيم محدودة.

أن معمارية موقع التجارة الإلكترونية لمخزن الكتب على الإنترنت مشار لها في الشكل رقم (٨) مشكلة من خادم موثوق واحد وثلاثة خادمات (HTTP) و٣ خادمات (CGI) وثلاثة خادمـات (DB) قواعد بيانات وجهاز شبكة انترنت. LANs : l00-mbps كل خادم قاعدة بيانات (DB) يمتلك ثلاثـة أقراص من 9msec كمعدل وقت. و4.7msec ملي ثانية كمعدل لزمن الوصول و 30MB/sec بنسبة لانتقال الإشارة.

الجدول (١) معايير عملية التحميل

أوقات التفكير		
جميع عمليات النقل 15sec	القبول	
	الاختيار للإضافة	45 sec
	الإضافة للدفع	25 sec
	البحث للاختيار	30 sec
الكتب التقنية المختارة حالياً : ٢٠%		
معيار أسعار الكتاب (التوزيع)		
معدل الأسعار:		
الكتب التقنية	$45.00	
الكتب غير التقنية	$18.00	
مدى السعر		
الكتب التقنية	($5.00, $100.00)	
الكتب غير التقنية	($5.00, $60.00)	
البحث بواسطة أسم المؤلف : ٦٠% البحث بواسطة الكلمات المفتاحية: ٤٠%		
معدل حجم الصفحات في الطلبية المطلوب البحث عنها		
	الكتب التقنية	الكتب غير التقنية
بواسطة الكلمات المفتاحية	٢٠	٢٥
بواسطة اسم المؤلف	١١	١٦
معدل حجم الصفحات في الطلبية المطلوب تصفحها : ٢٠		

Source: L. Cherkasova and P. Phaal, Session Based Admission Control: A Mechanism for Improving the Performance of an Overloaded Web Server, HPL-98-119, HP Labs Technical Reports, 1998.P;38.



الشكل رقم (8) معمارية مخزن الإنترنت
المصدر: إعداد الباحثين

يحتوي الجدول رقم (٢) على متغيرات إضافية مستخدمة في المحاكي وهذه المتغيرات تستخدم مع (LAN) إشارة جهاز الاتصال بالإنترنت وميزة أداء القرص الذي استخدم للحصول على الطلب للخدمة لكل نوع من أنواع الطلبات لكل حالة من الحالات. ويعتمد طلب الخدمة (Dcpu) بالثانية على (CPU) وحدة المعالجة المركزية لكل خادم محتسب باستخدام المعادلة الآتية:

$$Dcpu\ (BD, BT) = 0.00258 \times (BD + BT) + 0.0027$$

* BD هي عدد الكيلوبات من الإشارة المستخدمة في القرص (KB).
* BT هي عدد الكيلوبات التي تم نقلها.

تعرف كل حالة في نموذج (CBMG) كسلسلة من العمليات التي أنجزت لمخزن الموقع (على سبيل المثال السلسلة من مكونات موقع الإنترنت التي تم طلبها خلال الحالة الواحدة. وبصورة أساسية فإن هذه السلسلة مجتمع سعرية مع ما تم تحميله كل مكونات المخزن وهو الذي يحدد زمن الاستجابة الذي يتعرض له الزبون.
والجدول (٣) يوضح مكونات الموقع المستخدمة لمعالجة الطلبات المجتمعة لكل حالة من حالات النموذج (CBMG).

الجدول (٢) مقاييس حجم الطلبية والانتظار

أسم المقياس	وصف المقياس	القيمة
ShttpReq	حجم الطلبية للمسار من ضمنها البروتوكول المستخدم	0.358 KB
RTT	معدل وقت الإبحار أو التجول في النت	0.125 sec
SCgiDBReq	معدل حجم الطلبية خادم قاعدة البيانات (db) والبرمجة CGI	0.258 KB

SCGIFile	معدل حجم الملفات بضمنها نصوص قواعـد البيانـات والبرمجة	2 KB
BAddreq	معدل القراءة والكتابة بالكيلوبايت ضمن نطاق قاعـدة البيانات بالطلبية المضافة	2 KB
SStaticpage	معدل حجم الصفحات	2 KB
BSelecreq	معدل القراءة والكتابة بالكيلوبايت ضمن نطاق قاعـدة البيانات للطلبية المختارة	3 KB
BPayReq	معدل القراءة والكتابة بالكيلوبايت ضمن نطاق قاعـدة البيانات للطلبية المدفوع ثمنها	2 KB

Source: L. Cherkasova and P. Phaal, Session Based Admission Control: A Mechanism for Improving the Performance of an Overloaded Web Server, HPL-98-119, HP Labs Technical Reports, 1998,P;40.

الجدول (٣) مكونات هيكلية تنفيذ الطلبية

موقع CBMG	مكونات المواقع
H	HTTP
B	HTTP, CGI, DB
S	HTTP, CGI, DB
T	HTTP, CGI, DB
A	HTTP, CGI, DB
P	HTTP, CGI, DB, CGI, AS

Source: R. Pandey, J. Barnes, R. Olsson, Supporting Quality of Service in HTTP Servers, in Proc. Seventeenth Annual SIGACT-SIGOPS Symposium on Principles of Distributed Computing, 1998, P:34.

أن نمـوذج المحاكـاة تـم تطـويره فـي c باسـتخدام بيئـة المحاكـاة للأحـداث المتقطعـة (discrete event simulation environment SMPL)[٢١] لكل قيمة قياسها فإن نسبة الثقة تتفاوت ما بين (٥ -٩٥)% لقيم المتوسط.

نستنتج من ذلك، بأن الدخول الحقيقي لموقع الإنترنت (الذي يحتوي http للطلبـات) سـيكون بدون فائدة للغرض من اختيار هذه التقنية الجديدة والسبب هو أن سلوك المستخدم يكون طبقـاً لتوليـد الطلبات وهي وظيفة النموذج (CBMG) وأداء النظام. وأن الدخول إلى النظـام لا ينجـز المخطـط المقترح لإدارة المصادر في هذه الحالة لن يكون هنالك سلسلة من النتائج الناتجة من تفاعل الزبائن مع الموقع الإلكتروني لإنجاز هذه السياسات.

سادساً- أداء سياسات إدارة الموارد الجديدة

يتم إنتاج عدة تحليلات باستخدام المحاكي(Simulator) وبسبب حدود الفضاء المتاحة فأننا نقدم هنا عددا قليلاً من هذه التحليلات المصفوفة المستخدمة في الأشكال التالية: إيراد/ثانيـة (X^t) للزبـون المشتري العرضي والدائمي نسبة للزبون الغاضب A تعرف كنسبة للزبائن الذين يغـادرون الموقـع الإلكتروني بسبب الأداء الضعيف للموقع فإن الخسارة الكامنة من الدخل/الثانية (-X) في حالة الأولوية (الأسبقية) وفي حالة مخطط الأولوية نقترح هنا ومعدل زمن الاستجابة لحالة للأولوية وعدم الأولوية.

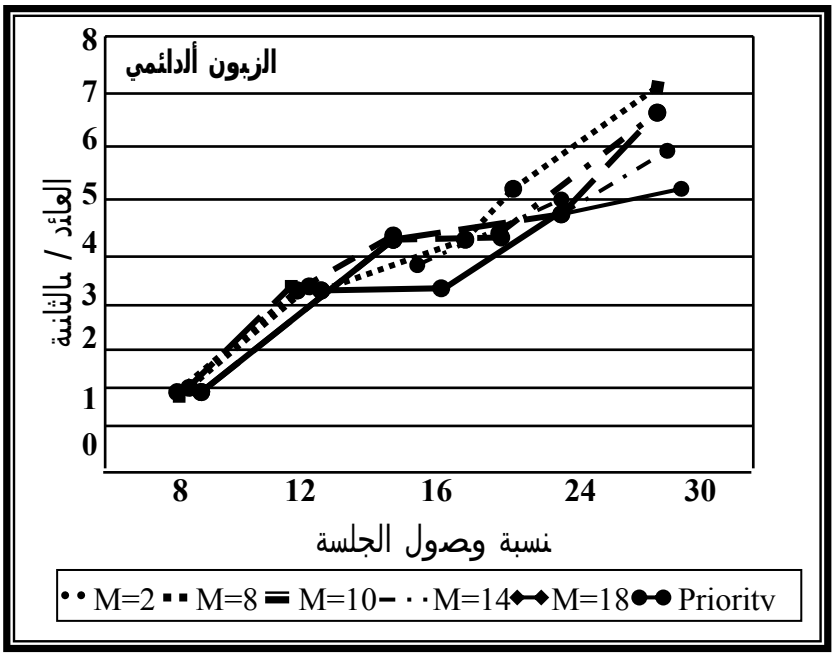
أن كل الأشكال في هذا البحث توضح حالة التنوع في المصفوفة كدالة لنسبة الوصول للجلـسة (λs) وأن قيمة M2 تستخدم خلال تسجيل حالة المحاكاة هنا هي ٤ وقيمة M1 تتغير كما هو موضح في الشكلين رقم (٩)، (١٠) اللتان توضحان التغيير في العائد (الدخل/الثانية) الـوارد X^+ للدالـة λs

للقيم المتغيرة لـ M_1 للمشتري الدائمي والمشتري العرضي على التوالي. وفي كلا الشكلين فإن حالـة عدم الأولوية تكون واضحة أيضاً. ومن الملاحظ في الشكل رقم (٩) للمشتري الدائمي فـإن العائـد/ الثانية يزداد بازدياد حالات التحميل للنظام. وفي كل الحالات الظاهرة فإن العائد / الثانية هو الأفـضل لمخطط الأولوية من عدم الأولوية خاصة للقيم المحملة العالية مثال على ذلـك فـإن لكـل ٣٠= λs جلسة/الثانية فإن قيمة X^+ لـ M_1

= ٢ هي ٢٩% أعلى من قيمة حالة عدم الأولوية.

لكل λs = ٣٠ جلسة /ثانية $\Longleftarrow$ $X^+ = 29\%$ IF $M_1 = 2$

ونشاهد أيضاً من الشكل بأن X^+ يكون حساس جداً لـ M_1 في حالـة تغيـر عمليـة التحميـل الحاصلة في الموقع.



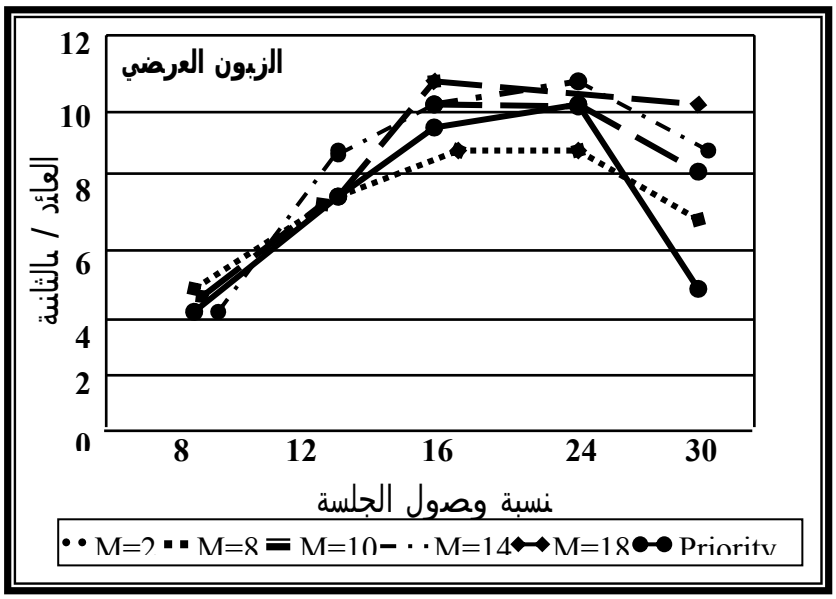
الشكل رقم (٩) العائد المتحقق بالثانية من خلال وصول الجلسة لنسبة معينة للزبون الدائمي المصدر: إعداد الباحثان

أما بالنسبة للمشترين من نوع العرضي (Occasioned Buyers) في الشكل رقم (١٠) فأن قيمة X^+ تزداد بزيادة λs لقيمة أكيدة من λs وبعدها تتناقص. والسبب هو في التحميلات الثقيلة لعمل الزبائن العرضين وأن زمن الاستجابة لهم أكبر من المشترين من النوع الدائمي وهم الأقرب دوماً لمغادرة الموقع الإلكتروني في أي لحظة.

وفي حالة المشتري الدائمي فإن قيمة X^+ تكون تقريباً أفضل في حالة الأولوية من حالة عدم الأولوية. وتكون القيمة العظمى لـ X^+ للمشتري العرضي تشاهد بأنها 10.59$/ ثانية وأنها تحدث في حالة λs = ٢٤ للجلسة/ثانية لـ M_1 =١٤ لحالات التحميل الثقيلة. مثال على ذلك

λs = 30 Sessions/sec $\Longrightarrow$ Maximum value of X^+ = 43%

أعلى من حالة عدم الأولوية لكل M_1 =١٠.

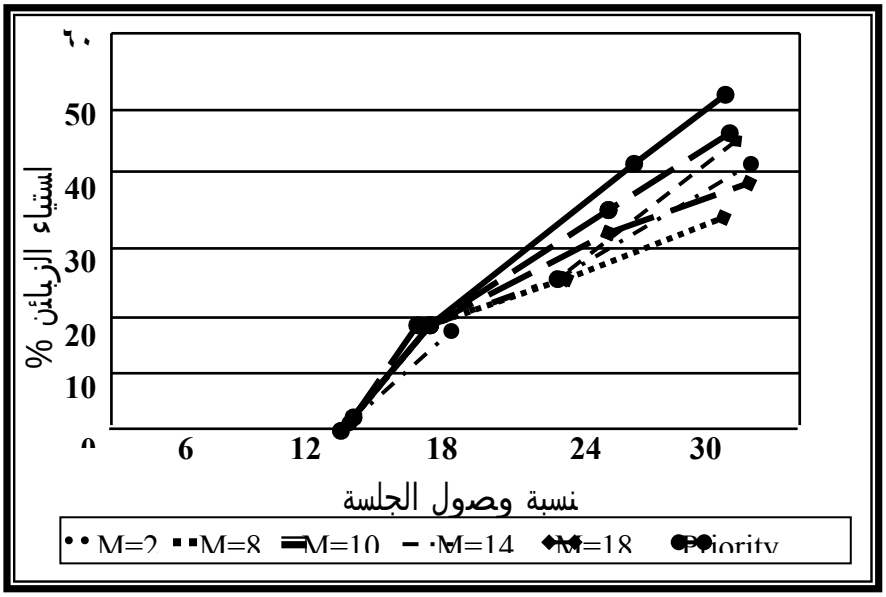


الشكل رقم (١٠)
العائد المتحقق بالثانية من خلال وصول الجلسة لنسبة معينة للزبون العرضي
المصدر: إعداد الباحثين

ويود أن يشير الباحثان إلى أن لكل قيمة صغيرة لـ M_1 (M_1=2) للمشتري العرضي سيؤدي بالضرر أكثر في حالة عدم الأولوية وهذا بسبب أن الزبون العرضي سيتحرك بسرعة داخل الأولوية المتوسطة أو المنخفضة وهذا سيؤدي إلى انتهاء الوقت بسبب زمن الاستجابة المرتفع. ومن أجل المساعدة في وضع قيمة العائد/الثانية تسجل من وجهة نظر مناسبة وكما هو موضح سابقاً في الشكلين (٩)،(١٠) والتي تؤدي إلى عائد سنوي يقدر بـ $338000000 مليون مجموع لكل ١٦ ساعة في اليوم وهذا العائد هو ٣٦٥ يوم بالسنة لحالة الأولوية لكل M_1 = ١٠.

ان السلوك في الشكل (٩) يمكن أن يكون أكثر فهماً بالتحليل في الشكل رقم (١١) الذي يوضح التنوع في A% لعملية التحميل. ويمكن مشاهدة قيم شدة وقوة التحميل لتصل إلى ١٢ جلسة/بالثانية يكون ظاهرياً بعدم وجود زبائن مستائين ومنزعجين من الخدمة وعلى أية حال فإن ازدياد شدة التحميل بصورة كبيرة سيؤدي إلى استياء الزبائن.

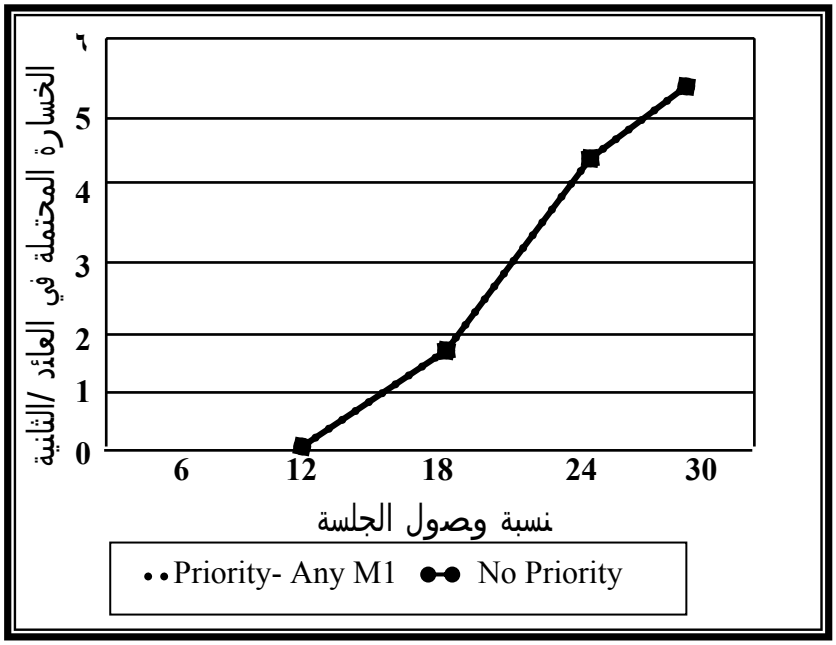
وفي حالة عدم الأولوية فإنها توضح النسبة العالية من الزبائن المستائين وأن قيمة جداً M_1 = ١٠ هي واحدة من أقل القيم لـ A% لحالة التحميل المرتفعة جداً. لكل جلسة/بالثانية λs = ٣٠. وأن ٥٣% من الزبائن يغادرون الموقع الإلكتروني بسبب الأداء المتردي والمنخفض في حالة عدم الأولوية بينما في حالة الأولوية لـ M_1 = ١٠ فإن ٣٧% يغادرون الموقع الإلكتروني لنفس السبب.



الشكل رقم (١١) نسبة الزبائن المستاءين خلال وصول الجلسة لنسبة معينة
المصدر: إعداد الباحثين

يوضح الشكل رقم (١٢) الخسارة الكامنة العائد/الدخل X- لكل الزبائن وهي عدد دولار/ثانيـة التي يقوم بها الزبائن بإضافتها إلى بطاقات الشراء ثم عدم تحولها إلى مبيعات بسبب مغادرة الزبـائن للموقع الإلكتروني من دون أكمال عملية التسوق بسبب الأداء الضعيف والمتردي للموقع الإلكترونـي. ويشير الشكل لحالة المخطط الأولوية وأن كل قيم M1 المستخدمة فأنه لا توجد خسارة في الدخل. أما في حالة عدم الأولوية وازدياد حالة التحميل فإن الخـسارة فـي العائـدات سـتزداد لـ ـ λs = ٣٠ جلسة/ثانية وأن الخسارة للدخل/الثانية هي تقريباً ٥٠% للناتج النهائي بالثانية للموقع الإلكتروني سواء للمشتري الدائمي أو العرضي.

ولتحليل الشكلين (٩) و(١٢) فإن الزبائن المستائين تم خسارتهم في حالة مخطط الأولوية الذين لا يملكون أي سلع في بطاقات التسوق الخاصة بهم لذلك لا يضاف إلى قيمة X- .

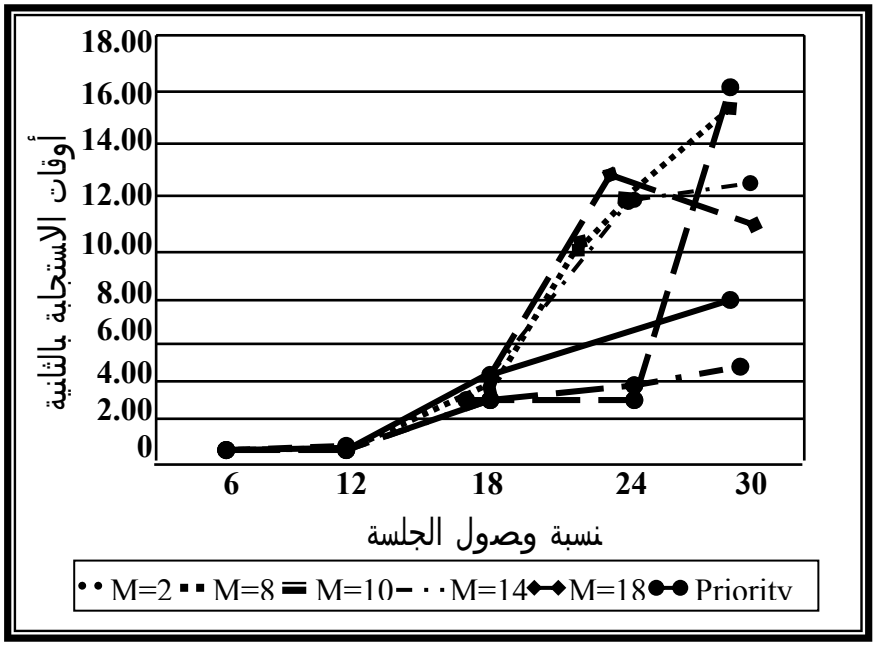


الشكل رقم (١٢) الخسارة المحتملة في العائد المتحقق في الثانية خلال وصول الجلسة لنسبة معينة

المصدر: إعداد الباحثين

وأخيراً فإن الشكل رقم (١٣) يوضح معدل زمن الاستجابة لكل أنواع الزبائن للدالة λs للحالتين حالة الأولوية وعدم الأولوية لقيم مختلفة لـ M_1 .

ومن الجدير بالاهتمام بالملاحظة أن زيادة λs فإن معدل زمن الاستجابة المجموع لكل الزبائن سيكون أعلى في حالة الأولوية وقيمM_1 ستكون (8,10,14,18) وأن تحسين المقياس أحياناً يحدث بحساب مقياس الأداء التقليدي. وأن فقط لحالة قيمة M_1 = ٢ سيكون زمن الاستجابة واطئ (منخفض). وأن الدخل المجموع من الموقع الإلكتروني سيكون أعظم ما يمكن لـ λs = ٣٠ ولـ M_1= ١٠وأن قيمة λs وM_1 فإن معدل زمن الاستجابة سيكون ظاهرياً هو الأسوأ لكل الحالات. وهذا يفسر الحقيقة التي تجعل مقياس الأداء المتعارف عليه يصبح مثالياً لتحيدي أهداف الأعمال.



الشكل رقم (١٣) أوقات الاستجابة في الثانية خلال نسبة وصول الجلسة لنسبة معينة
المصدر: إعداد الباحثين

سابعاً- العمل المتصل Relaxed Work:

قام العديد من الباحثين أمثال (Almeida و Barford و Cherkasova) بتطوير ميكانيكية وتقنية قليلة من أجل دعم جودة الخدمة لخادمات الإنترنت (1,2,3) جميعها تهدف لإنجاز زمن الاستجابة جيد. وهي لم تتبن أو تكيف سلوك الزبون ولم تأخذ بنظر الاعتبار مقياس الأداء للأعمال المقترح في هذا البحث. ففي حالة (J. Almeida, M. Dabu, A. Manikutty and P. Cao,)[٢٢] أقترح الباحثون تصور لجودة الخدمة بتجميع الأولويات المعتمدة على الطلبات والتي تطلب بها المستندات للطلبات وليس من أي جهة تأتي الطلبات. أن مقياس النوعية للخدمة المستخدمة لمعالجة الطلبات عبر الإنترنت وعبر (http).

أن التقنية الأولوية هي تقنية ساكنة ومستقرة وأن الدراسة تقتصر على مخطط الأولوية لتوقيت وحدة المعالجة المركزية (cup) فقط.

كما طور كل من (R. Pandey, J. Barnes, R. Olsson,)(٢٣) في نموذجهما للخدمة لإنجاز خوارزمية لتوقيت الـ(CPU) وحدة المعالجة المركزية والذاكرة وموارد الشبكات للإنترنت وفي هذا النموذج فإن الموقع الإلكتروني يحدد الكيفية التي يتم بها تنفيذ الخدمة للطلبات للصفحات المختلفة. لذلك

فإن التصور للنوعية الخدمة ينفذ أعدادات الأولوية بين طلبات الصفحات وتجميع القيود لاستخدام الموارد.

أن الميكانيكية المقترحة واضحة للاستخدام في صفحات التجارة الإلكترونية التي تعرض الأعمال المختلفة تماماً مع انسياب الطلبات خلال صفحات الإنترنت.

يتعامل البحث مع تصور جديد لأعمال التجارة الإلكترونية وسياسات السيطرة على الموارد المقترحة والتي تعتمد على تمثيل سلوك الزبون والتي توجه باتجاه أهدف الأعمال.

أن ميكانيكية السيطرة المقترحة من قبل (L. Cherkasova and P. Phaa)[٢٤] لتحسين تفضيلات للجهد العالي الذي يتعرض له خادمات الإنترنت وتقترح لحل المشكلة وتحليلها في مفهوم الجلسة المكونة من عدد من طلبات (http) المنفردة وأن الهدف الرئيس للميكانيكية السيطرة المقدمة والمعتمدة على الجلسة هي لتقديم الحمل والجهد العالي لخادمات الإنترنت. ويعتمد مخطط السيطرة على الاستفادة من خادم وحدة المعالجة المركزية (CPU).

ويركز التحليل فقط على الناتج الحاصل من ميكانيكية السيطرة المقدمة والتي تهدف إلى ضمان التكامل لكل جلسة مقبولة. حيث قدم الموقع[٢٥](http://www.useit.com/alertbox/990207.html) وصفاً إجمالياً لناتج الحزمة (Webqos) الذي ينجز مخطط السيطرة المعتمد على الجلسة المقترح من قبل (L. Cherkasova and P. Phaa).

يقدم الناتج قائمة لطلبات (http) لحالات أولوية لثلاث حالات من صفوف الأولوية. والسيطرة على مواقع مصادر الخادم.

تصنيف الطلبات لمستويات مختلفة من الأولوية والتي يمكن المادة تصنيفها لأولويات جديدة عندما تطلب عناوين إنترنت محددة (url).

يختلف العمل المقترح هنا في حالة (http://www.useit.com/alertbox/990207.html) و(L. Cherkasova and P. Phaa) في عدة حالات، وأن الاختلاف الأساسي هو ميكانيكية السيطرة على المصادر والتي تقاد بواسطة مقياس موجه الأعمال. مثل (الدخل/الثانية، خسارة الدخل/ الثانية...). والتي لا تحاول جعل المقياس المتعارف عليه هو الأمثل. مثل زمن الاستجابة أو الاستفادة من الخادم.

وتهدف سياسة إدارة الموارد المقترحة لجعل مقياس موجه الأعمال مثلاً للاستخدام والذي يحدث في بعض الأحيان في حساب المقياس التقليدي مثل الشكل (١٣).

في الحقيقية فإن المقياس المقترح في هذه البحث هو مجموع لخصائص متعددة (QOS) مثل حدود الوقت والإمكانية والآمن. ويسمح المقياس للتخطيط لمواقع التجارة الإلكترونية لمستوى عالي من المشاهدة. واختلاف آخر هو في الطريقة التي تمثل بها أعمال التجارة الإلكترونية كمجموع للطلبات النموذجية مثل (التصفح والبحث والاختيار والإضافة والدفع).

وأن الرسم البياني لنموذج سلوك الزبون يستخدم الاعتماد المتوفر وسط الخادمات المتعددة لمواقع التجارة الإلكترونية يتعامل مع أعمال التجارة الإلكترونية كتشكيل للجلسة التي تتكون من عدد طلبات (http) مختلفة ومنفردة وغير معتمدة أحداها على الأخرى.

وهناك باحثان آخران حللوا نموذج الأداء لمواقع الإنترنت كما هو الحال مع (D. Krishnamurthy and J. Rolia)[٢٦] حيث اقترحا تمثيل الأعمال لخادمات التجارة الإلكترونية عندما يتبع الزبائن سلسلة مألوفة من العناوين (urls) والتي تنتقل باتجاه اكتمال عمليات الانتقال.

وأكد آخرون أمثال (Menascd, D. A., and V. A. F. Almeida)[27] بإن نتائج نموذج التحليل لخادمات الإنترنت تكون واضحة. وأخيراً فإن مشروع الاختبار لأنظمة العمليات يتم بنائها بواسطة استخدام مفاهيم مالية واقتصادية في الماضي. وهذا ما أشار إليه كل (W. Stornetta,

Spawn,et.al) بالنموذج الذي يسمى (نموذج Spawn للإنتاج) والذي يشرح فيه قضايا النزاهة في توزيع المصادر والموارد وديناميكية الانتقال وأنظمة التوزيع الواسعة.[٢٨]

الاستنتاجات والتوصيات :

أولاً- الاستنتاجات :

١- في هذا البحث تم تقديم مبدأ جديد لإدارة تقيم مواقع التجارة الإلكترونية وتم تعريف مجموعة جديدة من مقاييس الأداء لتثمين وتقييم تنفيذ مواقع الإنترنت بهدف تحقيق أهداف الأعمال.

٢- أن الجودة التقليدية لنماذج الخدمة لـ(W.W.W) تجمع بنقطتين أداء الزبون التي تقاس عادة بزمن الاستجابة وأداء الخادم المتمثل بالدخول للموقع.

٣- من نموذج تمثيل (CBMG) فإنه يكون واضحاً استخدام معلومات الأعمال مثل معدل عدد الزيارات لكل صفحة من صفحات الموقع الإلكتروني مثل (تطابق الطلبات المحددة) لكل زيارة للصفحة الرئيسة للموقع الإلكتروني كذلك فإن معدل طول الجلسة ونسبة الزيارة يمكن الحصول عليها بطريقة تحليلية من نموذج (CBMG).

٤- أن نتائج المحاكاة توضح الجهد الكبير للمواقع الإلكترونية والتي تزيد إلى حد ٢٩% من الدخل والتي يتم الحصول عليها من مخطط الأولوية من السياسة المكيفة التي تم تبنيها.

٥- أتضح ومن خلال البحث بأن عدد الزبائن المستائين من الخدمة والذين يغادرون الموقع بسبب الأداء الضعيف له والذي يتناقص إلى ١٦% من استخدام سياسة الأولوية. وأن الخسارة في الدخل يمكن أن تنقص إلى ٥٠% باستخدام مخطط الأولوية.

٦- أجمالاً يمكن مشاهدة الربح المتأتي من مقياس العمل لموقع التجارة الإلكترونية عند تبني سياسات إدارة الموارد التي تم التوصل إليها سابقاً.

ثانياً- التوصيات:

١- يقترح المقياس مجموعة من كلا الرأيين، مثال على ذلك الدخل المتأتي من عملية الدخول للموقع والشراء بالدولار/الثانية، الذي يمثل بشكل مطلق الزبون وسلوك الموقع الإلكتروني إذا كان الزبون راضياً عن خدمة الموقع فإنه سيتسوق من المخزن الإلكتروني مما يؤدي إلى زيادة العائد(الدخل).

٢- من أجل عنونة نتيجة تمثيل أعمال التجارة الإلكترونية فإننا نقدم رسم بياني يوضح حالة الانتقال يسمى الرسماً البيانياً لنموذج سلوك الزبون (CBMG) والذي يوصف جلسة الزبون خلال الموقع.

٣- من أجل تعظيم العائد من الموقع الإلكتروني ودعمه لأهداف الأعمال فقد أقترح الباحثان سياسة مخطط مكيف تغير فيها الأولويات بطريقة ديناميكية كدالة لحالة الزبون ودالة لمبلغ المال الذي يتراكم لدى الزبون في بطاقته الشرائية.

٤- أن نموذج المحاكاة التفصيلي قد طور لإنجاز العائد الناتج من السياسات المكيفة واعتبار هذه السياسات التي تتغافل الاعتبارات الاقتصادية.

المصادر

1- Aberdeen Group (2001), "e- mail Marketing: Relevancy, Retention" Working paper, http: // www. aberdeen. Com/ ab company/ hottopics/ e mail marketing / default. html.

٢- أحمد، مروة كامل مصطفى، (الصعوبات التي تواجه التجارة الإلكترونية العربية من وجهة نظر أصحاب المتاجر الإلكترونية العربية)، مجلة جامعة الملك سعود، م١٤، العلوم الإدارية (٢)، (٢٠٠٢).

3- Mohanbir Sawhney (mohans@nwu.edu) is the Tribune Professor of Electronic Commerce and Technology at the Kellogg Graduate School of management, Northwedtern University, and heads the ecommerce and technology group.(1998).

٤- عرب، يونس، (قانون تقني المعلومات والتجارة الالكترونية)، مجموعة عرب للقانون، عمان، الأردن، ٢٠٠٤، البريـد الالكترونـي (awoffc@nd.com) الموقـع (www.arab law.org)

٥- ياسين، سعد غالب، وبشير عباس العلاق، (التجارة الإلكترونية)، ط١. (عمـان: دار المنـاهج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥).

6- Ainscough, Thomas, "Expanding to Internet Pricing and Communications When Firms Compete on Multiple Channels." Working Paper, University of Rochester, NY. (1997).

٧- الطائي، يوسف حجيم، والعبادي،هاشم فوزي دباس، (التسويق الإلكتروني)، (مؤسسة الـوراق للنشر والتوزيع،٢٠٠٨).

٨- السقا، محمد نذير، (التسويق عبر الإنترنت في سوريا: الواقع والأفاق)، الجامعـة الأردنيـة، ج١، عمان، الأردن، (٢٠٠٠).

٩- أبو فارة، يوسف أحمد، (التسويق الإلكتروني)، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيـع، الأردن)، (٢٠٠٤).

١٠- الزيادات، محمد عواد، وعاكف يوسف الزيادات، (التسويق الإلكتروني وأثره في ثقـة المشتري: دراسة ميدانية على عينة من الشركات الأردنية)، المجلة العراقية للعلوم الإداريـة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، المجلد الثالث، العدد الثاني عشر، ٢٠٠٥ – ٢٠٠٦.

11-Benjamin, R., and Wigland, R. "Electronic Markets and Virtual Value Chains on the Information Superhighway." Sloan Management Review, (1999).

١٢- مجلـة التـسويق الالكترونـي بـصمات، تـوم، التجـارة الالكترونيـة BgMat (www.bgmatalqtronc.Comt)،٢٠٠٤

١٣- عبود، طلال، (التسويق عبر شبكة الإنترنـت)، ط١، (عمـان: دار الرضـا للنـشر والتوزيع، ٢٠٠٠).

١٤- ياسين، سعد غالب، وبشير عباس العلاق، (الأعمال الإلكترونية)، (عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢).

15-Afuah, A., & Tucci, C. L. (2003). Internet Business Models and Strategies, New York: McGraw-Hill, 2th ed.

١٦- C. Shapiro and H. Varian, Information Rules: a strategic guide to the network economy, Harvard Business School Press, 1999.

17-Nielsen, J., http://www.useit.com/alertbox/990207.html

18-M. MacDougall, Simulating Computer Systems: Techniques and Tools, The MIT Press, 1987.

19-O'Brien James A., Introduction to Information Systems, Irwin, U.S.A., 1997,P: 269

20- P. Barford and M. Crovella, Generating Representative Web Workloads for Network and Server Performance Evaluation, in Proc. 1998 ACM SIGMETRICS International Conference on Measurement and Modeling of Computer Systems, Madison, July 1998.

21-Ainscough, Thomas L and Michel G. Luckett. "The Internet for the Rest of Us: Marketing on the World Wide Web." Journal of Consumer Marketing 13 (September 1996).

22-J. Almeida, M. Dabu, A. Manikutty and P. Cao, Providing Differentiated Levels of Service in Web Content Hosting, Proc. First Workshop on Internet Server Performance, ACM SIGMETRICS 98, June 1998.

23-R. Pandey, J. Barnes, R. Olsson, Supporting Quality of Service in HTTP Servers, in Proc. Seventeenth Annual SIGACT-SIGOPS Symposium on Principles of Distributed Computing, 1998.

24-L. Cherkasova and P. Phaal, Session Based Admission Control: A Mechanism for Improving the Performance of an Overloaded Web Server, HPL-98-119, HP Labs Technical Reports, 1998.

25-HP Enterprise Computing, http://www.useit.com/alertbox/990207.html

26-D. Krishnamurthy and J. Rolia, Predicting the Performance of an E-Commerce Server: Those Mean Percentiles, in Proc. First Workshop on Internet Server Performance, ACM SIGMETRICS 98, June 1998.

27-Menascd, D. A., and V. A. F. Almeida, Capacity Planning for Web Performance: metrics, models, and methods, Prentice Hall, Upper Saddle River, N J, 1998.

28- C. Waldspurger, T. Hogg, B. Huberman, J. Kephart and W. Stornetta, Spawn: A Distributed Computational Economy, IEEE Trans. on Software Engineering, Vol. 18, No. 2, 1992.

Electronic Commerce : concept and constraints

Lecturer
Aseel Ali Mezher
Qadisiyah University / college of Administration and Economics / Department of Business Administration

التجارة الالكترونية : الواقع والمعوقات

المدرس
أسيل علي مزهر
جامعة القادسية /كلية الإدارة والاقتصاد/قسم أدارة الأعمال

المستخلص

تعرف التجاره الألكترونيه بأ ا عملية البيع والشراء أو التبادل للمنتجات والخدمات والمعلومات عبر الشبكات الحاسوبيه بمـا فيها الأنترنت .ويشيع لدى الكثيرين أستخدام التجاره الألكترونيه رديفاً لأصطلاح الأعمال الألكترونيه غير إن هذا خطأ شائع لا يراعي الفرق بينهما فالتجاره الألكترونيه تعني القيام بكل مراحل التعامل سواء تعلق الأمر بالتصنيع أو التسويق أو توريـد المواد الأوليه....الخ مع دوائر الأعمال المماثله الكترونياً عبر ما وفره التقدم التكنولوجي من وسائل متطوره تتجسد في شـبكة الأنترنت ، أما الأعمال الألكترونيه فهي أوسع نطاقاً وأشمل من التجاره الألكترونيه كو ا تقوم على فكرة أمتة الأداء في العلاقه بين أطارين من العمل وتمتد لسائر الأنشطه الأداريه والأنتاجيه والماليه والخدماتيه ولا تتعلق فقط بعلاقة البائع أو المورد بالزبون بل تمتد الى علاقة المنشأه بوكلائها،كما تمتد الى أنماط أداء العمل وتقييمه والرقابه عليه .تأتي أهميه هذه الدراسه في الدور الكبير الذي تلعبه التجاره الألكترونيه في تلبية متطلبات الزبائن بسرعه فائقه وكلفه أقل لذا فقد كان هدفها تسليط الـضوء علـى مفهوم التجاره الألكترونيه والركائز الأساسيه لها فضلاً عن التركيز على واقع حال هذه التقنيه في بعـض البلـدان العربيـه والتحديات التي تقف أمام أنتشارها .خرجت هذه الدراسه بجمله من الأستنتاجات كان من بينها غياب الوعي الكامل لـدى بعض القطاعات في ا تمع حول مفهوم التجاره الألكترونيه ومتطلبا ا بالأضافه الى إن ضـعف الـبنى التحتيـه للخـدمات الألكترونيه وعدم توفير نظام لحمايه التجاره الألكترونيه والمتعاملين ا من القرصنه أدى الى بقاء هذا النوع من التجاره متأخراً في الدول العربيه، وقد أوصت بضرورة بناء أقتصاد الكتروني عربي موحد لمواجهة الأقتصاد الغربي فضلا عن دعم المؤسسات الصغيره التي تعمل في هذا ا ال .

Summary E- commerce as Defines a sales and purchase or exchange of products, services and information across computer networks, including the Internet, Also spread to many ancillary use of e- commerce to the term e-business, however, this common mistake is the difference between trade-sensitive electronic means do all stages of dealing Whether it is manufacturing or marketing or supply of raw materials .... etc. with similar business electronically through the abundance of technological advances and sophisticated means embodied in the Internet, the e-business are broader and more comprehensive e- commerce being based on the idea of automating performance in the relationship between the frameworks of action extends to other administrative activities and productivity, financial and service issues related not only the relationship of the seller or the supplier customer, but extends to the relationship established agents, and extends to patterns of work

performance, evaluation and control it. comes importance of this study in the large role played by e- commerce to meet the requirements of customers very quickly and cost Therefore, the less objective was to shed light on the concept of electronic commerce and the fundamental pillars as well as the focus on the reality of the event this technique in some Arab countries and the challenges that stand before deployment. Out of this study conclusions, including the absence of full awareness among some sectors of society around the concept of electronic commerce and requirements in addition to the weakness of the infrastructure of e- services and the lack of a system to protect e- commerce and dealers from piracy led to the survival of this type of trade late in the Arab States, has recommended the need to build an electronic unified Arab economy to face the Western economy as well as to support small enterprises working in this area.

Introduction One of the most important manifestations of globalization inescapable so-called electronic commerce, which abolished not only the role of the site in trade, but every trade systems based on the place, and there was two opinions on strategies for action in the first e-commerce criticized equal focus between businesses operating in the neighborhood and those that does not exist physically in the region, either second opinion has been far more insight and understanding of the dimensions of the developments since it was found that there was no longer a difference between dealer or enterprise resident and non-resident trade become electronic and everybody have become founded everywhere and dealer product is better and more physically the nearest to the customer trader adjacent to the work, which can not meet the needs of the same conditions as appropriate, since all that is needed is an electronic transaction.[1]

The importance of the study The importance of the study of the revolution in information technology is the current strength and future of all States, which has played a stronger Internet and modern communication means a large role and important in the conduct of trade and entry to global markets to achieve a higher return than traditional activities through the use of international channels and global distribution networks, which to reduce the cost and returns profits higher when using this new environment and the proper use manner.

The objective of the study This study aimed to clarify the concept of electronic commerce and the basic pillars, in addition to focusing on the reality of the event this technique in some Arab countries and the challenges to standing in front of proliferation and the requirements of infrastructure and the legal and organizational challenges in addition to excellence, continuity and competitiveness.

The concept of e-commerce Is e-commerce in all types of commercial transactions carried out electronically through the international information network (the Internet) and such transactions between both projects each other (between companies and suppliers of inputs for production,marketing or distribution installations ..... etc.) or between companies and their customers,or

between installations and devices Official.[2]As you know e-commerce as a process implementation and management of commercial activities related to goods and services through the data conversion by the Internet or similar technical regulations.[3]As can be defined as a modern approach to the wave of business goods and services and speed performance, including the use of network communication in the search and retrieval of information to support the decision-making process in organizations.[4]While another team believes that e-commerce refers to the sale and purchase subsidized by electronic means such as the electronic data interchange(EDI),e-mail,electronic bulletin boards,fax and electronic funds transfers(EFT),as well as all similar electronic means.[5]Additionally e-commerce know as emerged concept describes business process between trading partners using advanced information technology for the purpose of raising the efficiency and effectiveness of performance.[6]Through what progress can be defined electronic commerce as a process of blending between technology and trading performance for the delivery of service to theconsumer as quickly as taking into account cost reduction and achieve the highest level of efficiency.

Ahistorical overview E-commerce is thought marketing communications in the contemporary manifestations of a digital technology in the range business and aimed to create more value to the customer by increasing the degree appropriate temporal and spatial products submitted to it and work to continuously improve the quality.[7]E-commerce important and broad influence can not stop by The innovation and the formulation of this term by the company while IBM published and circulated used group Gartner.[8] E-commerce applications began in the early 1970s of the last century and the most famous is the application of electronic fund transfers but the extent of these application did not exceed business giant and some of the small companies.In the early 1980s appeared electronic data enterchange EDI goal of automating the exchange of documents between companies normative across private networks since the expansion of the application of e-commerce than just financial transactions to other transactions and caused an increase in the companies contributing to this technique from financial institutions to factories,retailers and other service enterprises,but also showed other applications Such buying and selling shares and tickets on the Internet and private networks has called such systems applications telecommunications and values of the strategy were clear and apparent.[9] As in the 1990s,the Internet has become a financial and profitability article appeared term e-commerce after the light has been development of e-commerce applications in a large one of the reasons that led to substantial growth in the number of e-commerce applications across the supported infrastructure since the work of these applications requires reliance on four axes are important people,public policy,technical standards and protocols and other companies.There is also another reason for the increase is the result of competition between companies is between 1995 to the year 1999 showed a lot of creative applications,which are ads and auctions on the net and other issues

that affect customer service of individuals and organizations,since this period of changing interest to B2B and B2C been working to avoid more failures.Now most small companies have become sites,while large companies have become portals.[10]

Internet e-commerce and non internetE-commerce can be classified in terms of communication techniques to two basic types: 1-e-commerce internet:-the sale and purchase of products and the exchange of information between vendors and buyers carried out through networks and the internet represents a common pattern of this type of e-commerce operations.2-e-commerce non Internet:-the sale and purchase of products and the exchange of information between vendors and buyers carried out through networks of computers,such as Wide Area Networks which cover locations spaced location and Value added Networks involving a group organizations to add new services to their networks against participation to be determined according to the volume of data exchanged non network.[6]

The difference between e-commerce purely and e-commerce partial There are several forms of e-commerce depends on the degree of technical product and the technical process and the technical intermediary or agential. Any commodity are either tangible or digital and any agential either be tangible or digital and Any process be either tangible or digital. From this point of view we have a form containing (8) cubics divided between the three parts.Trade is divided into three sections: traditional pure, e-commerce pure, e-commerce partial.The figure (1) below shows. Agential When tangible and tangible product and process tangible, the kind of trade will be e-commerce traditional But when the agential digital and digital product and process digital, the kind of trade will be purely e-commerce whereas if they become one of three factors digital, and the remainder will be a mix tangible between e-commerce and traditional commerce and call this mix of e-commerce partial name. example, if purchased book from Amazon site, the kind of e-commerce trade is partial because the company will send you to mail the book, but if purchased software from this site, the type of trade is purely e-commerce because the company will send you the software through the Internet or e-mail. could say that the area of e- commerce and

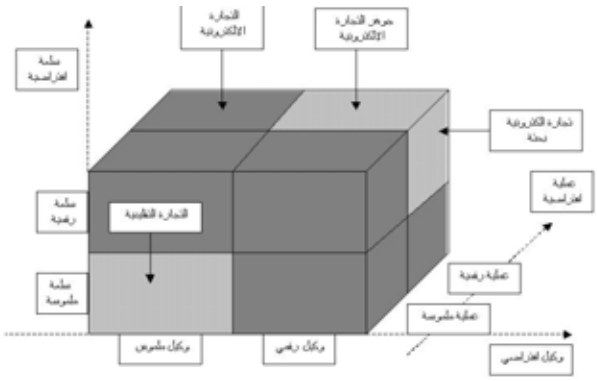


Figure (1)
Types of trade
Source: http://www.c4arab.com/showac.php

broad even a purchase of a pack of cola by the smart card, e-commerce partial within the district.[11]

The difference between e-commerce and e-business

To many commonly use the term electronic commerce ancillary to the term e-business,however,this common mistake of disregarding the difference between them,e-commerce means do all stages of dealings,whether manufacturing or marketing or supply of raw materials or commercial advertising or exchange information with similar business electronically through the abundance of technological advances and sophisticated means embodied in the Internet,which has developed techniques for the conduct of business within the institutions.On this basis,the concept of electronic commerce dose not stop at the end use of electronic means in the process of buying and selling and the subsequent shifts and financial adjustments but beyond to include phases and the beginning of a much broader exchange of information and conduct negotiations through what is known as the electronic exchange of information, this information may relate to the specifications commodity production and the required quality, size and raw materials and inputs used in,or make changes or modifications may include market research and information gathering and conditions ... etc.[12]The electronic business are broader and more comprehensive than electronic commerce,e-business based on the idea of automating performance in the relationship between the two frameworks of work extends to other administrative activities, productivity and financial services,and the only connection seller relationship customer or supplier,stretching relationship established agents,staff and clients,as patterns extend to job performance and evaluation and control,and within the concept of electronic business is factory electronic automated,electronic banking,and insurance company,electronic government services automated and evolving concepts at the present time about the concept is more comprehensive e-government.It can say that e-business

mean the use of information and communication technologies for the management and implementation of various work of the institution as well as allow organizations and individuals to organize and work management in ways good therefore include electronic commerce and all depends on the application of electronic technologies in order to:-enterprise resource planning,supply chain management,customer relationship management .[13]

Features of e-commerce1-Absence of a direct relationship between the two sides of the business process where convergence between them through a network of communications and although this model is not new trade witnessed intensive use of the means of communication telephone, fax, correspondence but what distinguishes this technique is that there is a high degree of interactivity, regardless of the presence of the parties to the same time interaction on Web is similar in that exchange of faxes or letters .2-Interaction with the possibility of more than one source at the same time as one of the parties to the transaction can send an electronic message to a number of recipients infinity at the same time and without the need for re-sent every once in this area may provide Internet infinite possibilities for interaction additively or parallel between the individual and a group is something unprecedented in any previous interactive tool .[14]3-Possibility of implementing all the components of the business process,including physical delivery of the goods of others on the network .4- Possibility influence the direct computer systems company through what is called EDI and documents which is in fact achieved enormous leap flow of data and information between the actors involved in the trade process without human intervention and the lowest cost and higher efficiency.5-Flourishing e-commerce depends on the existence of an advanced economy a production base broad and flexible communications network and information infrastructure complete,as reflected electronic commerce,in fact, a good economy relies on intensive production information and advanced technology .6-Importance of the human element that is capable and efficient in the use of information technology, development and continuous innovation in mechanisms and its various means.[15]

The infrastructure for electronic commerce

The infrastructure for electronic commerce:1-Devices include:-computers and servers, Selectman and wave information, cables and modern techniques of communication .2-Software include:-operating software, Internet software trafficking,in addition to the software packages of electronic commerce (which is a special software allows processes to complete the sale and purchase follows online). 3-Service providers connectivity open public networks (such as the Internet),which provides Internet service in the States .4-Enabled services:-the completion of services related to commercial transaction such as the Declaration and payment methods and delivery, services to verify eligibility. in addition to the electronic infrastructure to be providing financial environment appropriate methods of electronic payment and intensive use of modern means of payment for credit cards.[4]

Areas in which they are used e-commerce

E-commerce exist in some areas, including:1-Retailing:for example, trade books and magazines, where the search for the name of the book or content, know the price and in which manner of electronic payment process and to be recognized by the publisher .2-Banking and finance : banks provide electronic services, which the simplest query on the account and follow-up stock prices and the sale and purchase of shares .3-Distribution : for example, the distribution of electronic products, programs and services to computer images and the distribution pictures and films and tapes of musical .4-Engineering designs : could participate in the design of a new product without a presence in the same location of during the working group is the best-known example in this area by Ford Motor Company formation of a working group to design a new engine works in the membership of four different geographic locations .5-Business support : an example of this system of trade exchange between the companies introduce Alctulojat electronic products, and to carry out exchange a number of different phases and supporting various payment systems and the exchange of documents and provide after-sale services.[16]

E-commerce service is not trading goods Classified e- commerce globally, in the framework of endeavor World Trade Organization (WTO) to clarify the nature and legal framework, within the concept of service, it was decided that in the report issued by the Council of the World Trade Organization on trade in services on 17/3/1999, submitted to the General Council the World Trade Organization (WTO), where this report went to "provide services through technical falls within the general scope of the Convention on Trade in Services (GATS) Considering that the Convention applied to all services regardless of the method of submission, and because the factors affecting the supply of electronic services the same is affecting trade in services, hence the subject of technical ways to provide service to all the texts of the Convention on Trade in Services (GATS), both in the field requirements or commitments, including the commitment to transparency, internal organization, competition, payment and cash transfers, entry markets, national treatment, and additional commitments with this in mind that "there is a need to define the position of the process of delivery of the goods produced in ways that technical and there is a need to classify goods and to determine whether these activities are subject to the general convention for trade in goods-goods (GAAT) or Convention Trade in Services (GATS) .[17]

The classification of electronic commerce

E-commerce can be categorized according to the nature of dealers : 1-Company to company (B2B) a sale and purchase between companies and most e-commerce transactions focus in this area, such as information systems between organizations and markets electronic transactions between companies as well as the company **General Elrctric American** and user requirements in the sale of electrical appliances companies buyers using those requirements in their production.. .2-Company to consumer (B2C) a sale of products and services from companies to consumers, and their dealings through the sale of the retail consumer so-called e-tailing is the most common types of e- commerce is the

Wal-Mart Foundation on the Internet **WWW.Walmart . com** model for this type of trade.[2] 3-Consumer to consumer (C2C) Here, the consumer sells to the consumer directly Another example is when a consumer ads on its internet site for the sale or uses personal experiences is the **WWW.ebay.com** model for this type of trade .4-Consumer company's (C2B) These include the situation of individuals who sell products or services of the company is the **WWW.buyonline.com** model for this type of trade . 5- Government to Citizen (G2C) Services are provided by government to its citizens as buyers of the service, and the phenomenon known as e-government, which refers to the processes reciprocity of the services and information between governmental institutions and citizens or organizations in the public domain via the Internet and a site of the government **Alberta** model for this type of trade. 6-E-commerce non-profit : the companies used by non-profit institutions such as religious and social order to reduce the costs of running the institution or to improve management and customer service.7-E-commerce between institutions : include all internal activities of the institution, which often occur on the company's intranet and included the exchange of products and services, or information, these activities ranging from the sale of the company's products to the staff to the activities aimed at reducing the cost of running the institution and train personnel using networks .[18]

The benefits of e-commerce and the challenges they face :Benefits : There are many benefits of electronic commerce can be achieved by limiting them to three axes:**1-For companies and institutions** : to expand the market scope of international and global With few costs, the company could find any more consumers and better equipped and more suitable partners and aquick and easy,Reducing the costs of establishing, processing and distribution, archival and retrieval of paper-based information, the ability to create very specialized tests, electronic commerce will permit a reduction of inventory through the use of the retirement system in supply chain management in the retirement system, the process begins to obtain commercial demand by the consumer and provide this demand through just in time(JIT), the retirement permit the manufacture of the product or service in accordance with the requirements of the buyer and the company gives preference to commercial rivals, reducing the period between the payment of funds and access to products and services, electronic commerce caused re-engineering business processes, reducing the costs of telecommunications Internet for much cheaper the value-added networks, other benefits include improving the image of the company and improve customer service and find new business partners and facilitate operations and reduce the time period for sending products and services, raising production and the disposal of securities and reduce transportation costs in addition to increasing flexibility in dealing.[19] **2-For consumers** :-give consumers the option of shopping or to terminate transactions (24) hours per day and any day of the year, any where from the surface, offer a lot of options to the consumer because of accessibility to the products and companies were not available near the

consumer, in many cases, e-commerce is one of the cheapest places to shop because the seller can be shopping in the many sites on the Internet and compared each company with goods other easily,[18] it is finally able to obtain the best offer while it is difficult, if necessary visit each site geographical various only for goods compared each company with another, in some cases, especially with products such as digital electronic book, the e-commerce enable the buyer to send the goods quickly and easily to the vendor, customers can obtain the necessary information in a matter of seconds or minutes through e-commerce on conversely it may take days or weeks to obtain the response that you request information from the site significantly, allowing e-commerce to participate in the auctions default, it would allow customers to exchange experiences and opinions on products by electronic communities on the Internet, working to encourage competition, which means lower prices .[20]**3-Community** : e- commerce allows for the people who live in third world countries that own products and goods not available in their home countries and can also be obtained university degrees by the Internet, to facilitate distribution of public services such as health, education and social services at low cost and highly efficient.[21] **Challenges** :***1-Technical challenges*** : a lack of reliability and safety, standards and protocols, not there is enough space volumes of telecommunications, software development tools are still constantly changing and speed, difficult process arrived Internet and electronic commerce software with some applications and data bases currently used, might require suppliers to particular Web servers and other infrastructure in addition to remote networks, some e-commerce software is notcommensur- ate with some components programmatically or with solid operating systems.[22]***2-Non-technical challenges*** : cost and justification : the cost of the development of electronic commerce by the company itself might be too high and errors resulting from lack of experience may cause disruption of electronic commerce, there are several opportunities for the granting of IT companies to carry out these the tasks, but it is not easy to know what the company is appropriate and justify this system, the manager must deal with the benefits of non-sensory which is difficult calculation, security and privacy : these things are very important in the world of the consumer, especially in the field of safety and security many people are reluctant to participate in trade electronic reasons of fear of disclosure of their privacy, mistrust and resistance user some customers do not trust anonymous vendors who do not have confidence in being paperless transactions and electronic exchange.[23]***3-Other factors*** : lack of touch products some customers want to touch the products before purchase, e-commerce is still in the phase first, which is characterized by rapid change, many people would like to see something fixed before the investing, there is a sufficient number of sellers and buyers in many applications to make this a profitable, e- commerce might cause a collapse in public relations with each other, Internet access is still too expensive for many people and speed of communication are still slow in many countries around the world, many of the legal matters remain to be resolved in e-

commerce, especially matters concerning piracy.[24]

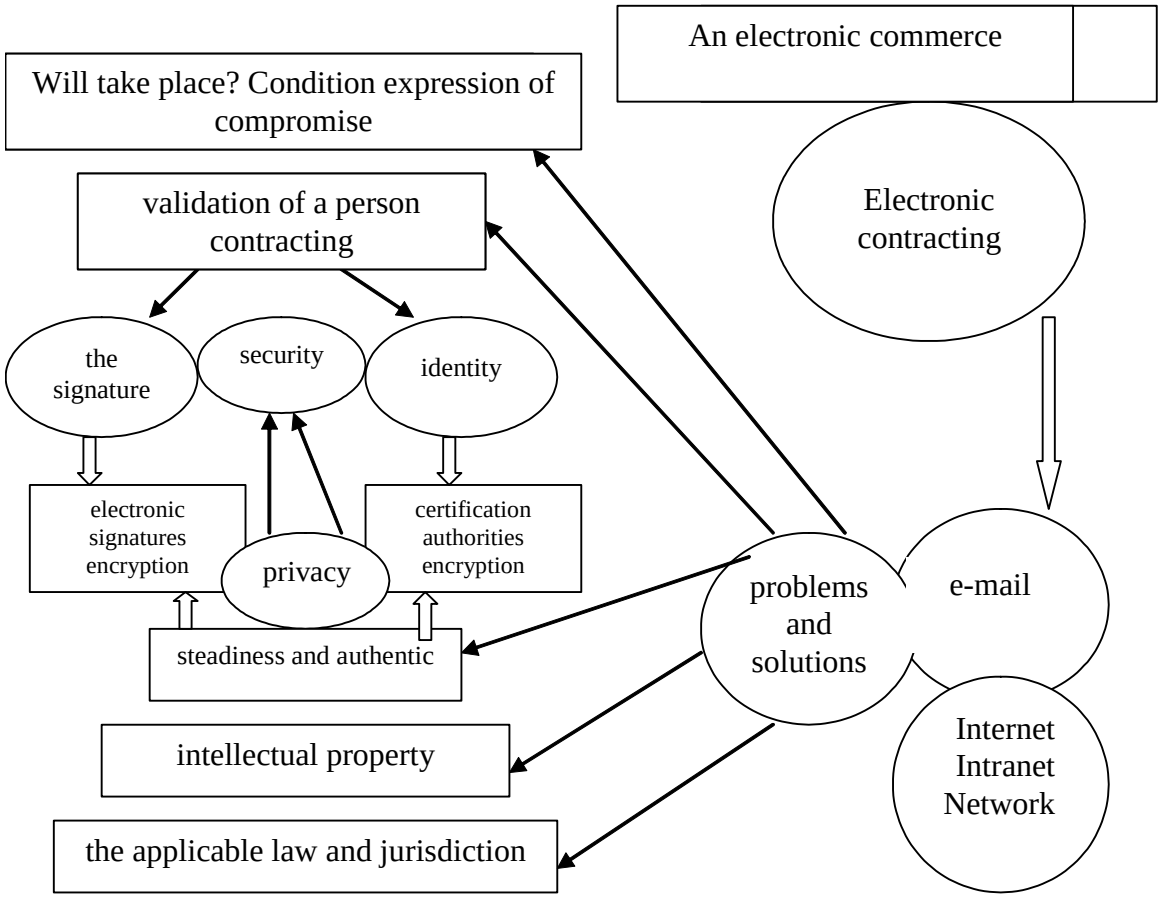
The reality of e- commerce Arabs E- commerce is an area of huge growth where daily collection and disbursement of large sums of money due to the proliferation of Internet shops and shopping which grows daily on the Internet,and the Arab homeland opportunities and possibilities in the area of e-commerce,saying in the field of technology and human resources and qualified technical and funding resources,structure and scientific base allow him to invest in the field of e- commerce,Internet sites have seen widespread exceeded expectations after saturation in the market of the establishment of corporate services online investors taking companies to set up Internet sites or finance sites have been successful,and there is an indication that demand Arab hardware record significant growth in the years so is the last of these countries from importing countries more of these devices.[3]The support of Arab trade could exceed traditional methods known to rely on e- commerce to enhance the volume of this trade and promote closer economic partnership between dealers and Arab investors in various fields through the formation of a database on the Arab available in the Arab world of possibilities for trade and economic substitute for asylum or search for sources costly. In spite of the qualitative leap that knew and still knows informational orientation at the global level,still digital and information revolution in the beginning,and despite the potential of e- commerce in multiple various areas it is difficult to ascertain or predict the opportunities given by this revolution to the developing countries in general and the Arab world in particular,as well as reducing the size of the gap that separates the developing industrial nations in this area. To meet the requirements of e-commerce without absorbing the full terms of the offer because the issue is not confined to financial portfolio is littered available in normal trade excelled by Arabs and even those involved many errors that claimed economic experts are looking for solutions to meet the deficit worsening in the balance of trade with most Arab states,so the rush to e-commerce application without classify defensive shield,which strengthens promises Arabs and stops on solid ground allow them to ease traffic as the technical requirements of failure will be judged in advance.For the reality of e- commerce in ***Tunisia*** it can be said as they kidnapped the ball rolling the first Arab state to enact special laws and explicit to organize the work of e- commerce has been formed National Commission on e- commerce in 1997 a law was carefully terminology on trade exchange, including:electronic compliance certificate,a server validation of electronic, a signature system, as a means of electronic payment.a law was also identifies ways of dealing electronic document and electronic signature.In ***Jordan***,it was announced that a coalition of major companies regional and global specialized pilot project for electronic procurement in the interest of the Jordanian government comes in the framework of this project benefit from the services of the electronic government and the coalition to develop an integrated electronic procurement solution that would pave the neighborhood and experimental work

for the completion of the procurement process within the Ministry of Public Works and Housing. The primary components of the pilot project adoption providers,rehabilitation and events Alctulojat electronic,and the analysis and redesign of the current procurement processes, in addition to training users,either basic interest is in reducing the need for manual processes,reduce administrative burdens and the proportion of errors and turnaround time and securing a greater capacity to fulfill the obligations stipulated in the contracts.[25]In ***Egypt*** the early work in the system of e- commerce in 1993 as it implemented the idea in 1994 the official launching of the headquarters of the main points of international trade,which provided a lot of information and data for commercial deals made between ***Egypt*** and ***other nations*** in 1998 was the establishment of ten sites to provide some business dealings over the Internet,and currently being substantial preparations for the expansion of a system of e- commerce and transactions,tax adjustments and customs through the Internet.as ***Saudi Arabia*** is making great efforts to upgrade by the market and technical work has been the formation of a permanent technical committee for e-commerce to follow developments in this field and coordination to create the appropriate environment to deal with the requirements and identify their needs,which is the infrastructure of switches public,payment systems,communications infrastructure,regulations and legislation to meet the requirements of the needs of electronic transactions between business sectors (B2B) and business sectors and individuals (B2C) as well as the development of telecommunications infrastructure to be ready to support e- commerce techniques and the provision of data transmission services within the required time and kept adequate size to accommodate the continued growth of the movement of the exchange of data and Internet services.Similarly, in ***Lebanon*** has started moving towards e-commerce and to lay the foundation stone to 2000 Journeying good steps at the present time.As in ***Iraq*** has begun operations currently circulation of electronic data in the free market as a first step to enter the world of e- commerce,and vary rest of the Arab countries like ***Syria,Yemen*** and ***Sudan*** in the face in the midst of this field.[26]

The reasons for delay in the application of e- commerce in the Arab world The Arab states had been unable to absorb the idea of the importance of information only recently and adoption only to the oil economy or tourist largely not give them the information and data of any importance and that evidence of the absence of any data or precise statistics in all areas of Arab States, the most important factors delay:1-The high cost of operating in the Arab States,2-Reducing future expansions and the lack of transparency required in all projects and investments that lead to the failure of the project in the end,[27]3-Lack of experience and lack of adequate legislative stability of States,4-Absence of a mechanism and laws and clear to invest in Arab countries which makes the capital dared not to invest,5-Absence of any facilities for the transfer of air or sea,6-Restrictions on investors and limiting the free transfer of profits investor

and demand rotates within the country,7-Bureaucracy and red tape, which require the investor deal with dozens of actors dozens of permissions and extraction,8-One of the most important obstacles to the spread of e- commerce as desired security aspect is the use of the Internet for buying and selling operations may result in security implications such as stealing credit card numbers,which represent the most used means of purchasing by the Internet or steal financial information or sensitive commercial during the transfer between different companies and institutions[28],9-Legal challenges of e-commerce,which could be clarified figure(2), 10-Poor communications infrastructure lead to the reduction of the use and expansion of e- commerce,11-Lack of awareness and culture of dealing with the Internet and enhance the level of literacy foundations and techniques and their applications and benefits and risks,12-Lack of human experience eligible efficient and appropriate expertise to support e-business. [29]

Figure No(2)[30]
Explanatory framework for legal challenges of e-commerce



source:http://www.opendirectorysite.info/e-commerce/04.htm

Conclusions and recommendations

Conclusions 1-complete lack of awareness among some sectors in the community around the concept of e- commerce and requirements.2-poor infrastructure for electronic services and failure to provide protection system of e- commerce and dealers from piracy led to the survival of this type of trade in primitive in the Arab states .3-high cost of Internet use, which makes limited use of a certain class in society 4- not providing the legislative and regulatory framework for e- commerce as it is providing this framework necessary to support the electronic environment of Arab countries, particularly with regard to the protection of intellectual property rights, innovation and the adoption of electronic signature ... etc. .5-Lack of skilled human expertise and experience to work in the area of e-commerce is .6-side security one of the most important obstacles to the spread of e-commerce as hopeful as the use of the Internet in selling and buying might security implications, such as stealing credit card numbers, which represent the most widely used means of buying through the Internet .7 - that the Arab states are not obliged to follow the tracks of other developing nations studied the experiences of other useful in shaping policies

independent stems from the reality of Arab societies and adopt energies and potential available with a view to progress steady steps towards building self-sufficient technological techniques in this area and other similar areas.

Recommendations 1-building electronic economy united Arab to face the Western economy and attract Arab funds abroad proceeds and funds from Western companies interested in the major information industry .2-promoting institutions and Arab companies to enter the world of electronic and information .3-building infrastructure of the modern means of communication networks and the provision of Internet and research centers, training and the adoption of scientific information and data in the life of society must Arab states building a database to exchange information in order to take appropriate decisions .4-use of the Internet in all areas and make it accessible to everyone by lowering the cost of use .5- support small enterprises working in this area and the establishment of electronic gates for the electronic markets, banks and stock exchange and consultation electronically .6-facilitating legal procedures necessary for the exercise of e-commerce .7-developed science curricula for all phases to cope with the information age and the introduction of the Internet in education and the establishment of virtual universities and the need to involve studies centers The research in the information industry .8-greater partnership between the public and private sectors in e- commerce through the development of a clear strategy that includes targeted programs are supervised by specialists with all respect to this area.

Refrences

1- http://www.Tartoos.com
2-Rayport,J.and Jaworski,B.,Introduction to e-commerce,McGraw-Hill/ Irwin,2001.
3-Thanaa Abazeed,The current Situation of Electronic Commerce (EC) and Its Local and Arabic Challenges,Tishreen University for Studies and Scient- ific Research-Economic and Legal Science Series Vol.(27)No(4)2005 .
4- http://www.en.wikipedia.org/wiki/e-commerce
5-Kalakota,R.and Whintson,A.,e-commerce:A Manager s Guide Reading,Massachusetts,Addison-Wesley,1997.
6-Turban,E.,Lee,J.,Warkentin,M.and Chung,H.,e-commerce:A Managerial perspective,Prentice-Hall,2002.
7-Kotler,p.and Armstrong,G.,Principles of Marketing,Prentice Hall,Int., 2001.
8-Coupley,Eloise,Marketing and the Internet.Upper Saddle river,NJ:Prentice Hall.2001.
9- http://www.tagorg.com /data
10-Ghosh,A.K.and T.M.Swaminatha,Software Security and Privacy Risks in Mobile e-commerce,Communications of the ACM,44(2),pp.51-57,2001.
11- http://www.c4arab.com/showac.php
12-Kotler,Philip,"Marketing management",prentice hall of India private limited.11th.ed,2004.
13- http://www.directrelief. org/

14-Englander,I.,The Architecture of computer hardware and systems software:An information technology approach,John Wiley&Son,Inc., 1996.
15- http://www.smartvi.com /sem.htm
16- http://www.hdrmut.net /vb/archive/index.php
17- http://www.atsdp.com /forum/f76/caeicne-cacassenaeaeie
18-Addlesee.M.,et al.,Implementing a sentient computing system,Computer, 34(8),pp.50-56.1998.
19- http://www.itep.ae /arabic/Home.aspx
20-Ron Kohavi, Mining e-commerce data:the good,the bad,and the ugly(invited industrial track talk).In foster provost and romakrishnan srikant,editors,proceedings of the seventh ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and data mining,2001.
21- http://www.entrelevel.co.uk/e-commerce
22-Suhail Ansari,Ron Kohavi,Liew Mason,and Zijian Zheng,Integrating e-commerce and data mining,blue martini software technical report,2001.
23-Saharon Rosset,Uzi Murad,Einat Neumann,Yizhak Idan,and Gadi Pinkas,Disocovery of fraud Rules for telecommunications:Challenges and Solutions,Proceedings of the fifth ACM SIGKDD International conference on knowledge discovery and data mining,1999.
24-B.Mobasher,H.Dai,T.Luo,M.Nakgawa,Y.Sun,and J.Wiltshire,Discovery of Aggregate usage profiles for web personalization,proceedings of KDD 2000 workshop on web mining for e-commerce challenges and opportun-ities(WEBKDD2000),p1-11,2000.
25- http://www.arablaw. org/e-commerce1.htm.
26- http://www.minshawi. com/outsite farah.htm.
27- http://www.arabcin. net/arabiaall/studies/aamal.htm.
28- http://www.ajeal. net/magazine/index.
29- http://www.fannat.com/new/magazine.aspx
30- http://www.opendirectorysite.info/ e-commerce /04.htm

المحور الاقتصادي

*** مفهوم التجارة الالكترونية ومزاياها وتأثيرها على المجتمع العربي**

المدرس سامره نعمة كامل الثامر/ كلية الزراعة /جامعة بابل

مفهوم التجارة الالكترونية ومزاياها وتأثيرها على المجتمع العربي

أعداد
سامره نعمة كامل الثامر
مدرس / كلية الزراعة جامعة بابل

الملخص

تقوم التجارة بدور مهم في تشكيل السمات الاساسية لمظاهر الحياة في المجتمعات الانسانية المختلفة ، وقد أدى تطور التجارة على مدى العصور الى تمتع الانسان برفاهية العيش وسهولة حصوله على السلع والخدمات .

وقد ساعدت التطورات السريعة التي يشهدها العالم في ظل التقنيات الحديثة وعصر العولمة الاقتصادية الى تطور التجارة بشكل كبير أدى الى ظهور التجارة الالكترونية وهي مفهوم جديد يشرح عملية البيع او الشراء او تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكة الانترنت .

فالتجارة الالكترونية هي مزيج من التكنولوجيا والخدمات للاسراع بأداء التبادل التجاري وأيجاد ألية لتبادل المعلومات داخل الشركة الواحدة اوبين الشركة والشركات الاخرى او بين الشركة والعملاء .

وقد بدأت التجارة الالكترونية مع بداية أنتشار الانترنت في تسعينيات القرن الماضي ، وتطورت بصورة كبيرة بحيث نجد الان تقريبا كل الشركات الكبيرة والمتوسطة أنشأت لها موقعا على شبكة الانترنت .

وفي هذا البحث حاولنا بيان أهم المميزات التي تمتاز بها التجارة الالكترونية وتم التأكيد على أبرز المزايا التي تهم مجتمعنا العربي والتي من خلالها تستطيع التجارة العربية من الوصول الى أسواق جديدة قد لاتستطيع التجارة التقليدية من الوصول اليها او بلوغها ، وكذلك أنشاء مشاريع برؤوس أموال صغيرة تناسب فرص الاستثمار في البيئة العربية.

لذا على الدول العربية الاستفادة من هذا النوع من التجارة وأنشاء تجارة ألكترونية ناجحة من خلال بناء وتطوير الكوادر البشرية في حقل العرفة التقنية وأدارة المشاريع المعلوماتية ،والاهتمام بتوفير المعلومات والبيانات بمختلف أنواعها ،وبناء قاعدة قانونية ملائمة لواقع المجتمع العربي .

ABSTRACT:-

The tread played an important role in shaping the basic features of life in different human societies, the development of commerce over the age to enjoy rights and the welfare of live easier access to good and services.

It helped the rapid developments taking place in the world in light of modern technology, in the era of economic globalization to develop trade largely led to the emergence of electronic commerce is a new concept explains the process of buying or selling or exchange of products, services and information through the Internet.

Electronic commerce is a mix of technology and services to accelerate the performance of commercial exchange and a mechanism for the exchange of in formation within a single company or between the company and other companies, or between the company and customers.

The electronic commerce has started with the beginning of the Internet in nineties, and evolved considerably beet now find almost every large and medium sized companies established sites on the Internet.

In this research we have tried to explain the most important privileges advantage of electronic commerce was the most stress the advantages of interest our Arab trade access to new markets can not have traditional access a attainable, as well as the opportunities in Arab environment.

This for the Arab countries to creation of a successful electronic commerce through the building and the development of human cadres in the field of technical knowledge and project management information and interest in providing in formation and data of various kinds and building a legal and legislative appropriate to the reality of the Arab community.

أولا :- أهمية البحث

يستمد البحث أهميته من أهمية التجارة الالكترونية ، أذ يتجه العالم أجمع الى التجـارة الالكترونيـة البينية على أختلاف أنماطها وأحجامها ، كما ان تطور المعلومات والتكنولوجيا يعد تعبيرا عـن عقـل المجتمع ، فتطبيق الوسائل التكنولوجية في أنشطة الحياة العامة وتطوير نظم المعلومات في الـشركات والهيئات ماهو الا أنعكاس لسياسة وتفكير المجتمع .

ثانيا :- فرضية البحث

بنيت الدراسة على فرضية مفادها أنه يمكن الاستفادة من التطـور التكنولـوجي والمتمثـل بـشبكة الانترنت في مجال الدراسة ، لان التجارة عن طريق هذه الشبكة يوفر السرعة فـي الاتـصال بـين البائعين والمستهلكين وتساعد الشركات في سرعة توزيع منتجاتها وبأقل التكاليف .

ثالثا :- هدف البحث

يهدف البحث الى التعرف على التجارة الالكترونية ، ومزاياها وشكلها المعاصر المستند على تقنيـة المعلومات والاتصالات .

رابعا :- أسلوب البحث

يستند البحث الى منهج التحليل الوصفي ، أذ تم جمع المعلومات المتعلقة به عن طريق الرجوع الـى المراجع العلمية والدوريات والمواقع الالكترونية .

خامسا :- محتويات البحث

قسم البحث الى المحاور الاتية :

المقدمة

المحور الاول : ماهية التجارة الالكترونية .

المحور الثاني : أساسيات التجارة الالكترونية .

المحور الثالث : فوائد وقيود التجارة الالكترونية .

المحور الرابع : تأثير التجارة الالكترونية على المجتمع العربي .

المقدمة:-

تقوم التجارة بدور مهم في تشكيل السمات الأساسية لمظاهر الحيـاة فـي المجتمعـات الإنـسانية المختلفة ، فلولاها لما كانت الحياة ممكنه إلا على الكفاف ولظل الإنسان على الفطـرة الأولـى مثـل القرون الغابرة يزرع ما يأكل ، وينسج ما يلبس ، ويبني ما يسكن ، ولكن تطور التجارة أوجد رفاهية وسهولة في العيش وأن ما نلمسه ونتداو له من متع مادية ومعنوية في المجتمعات الانسانية أنمـا هـو حصيلة تطور التجارة التي نشطت في العقود الاخيره نشاطا كبيرا لتزودنا بالعديد من السلع والخدمات بسهولة ويسر.

والآن ومـع التطـورات السـريعة التي يشهدها العالم في ظل التقنيات الحديثة وعصر العولمـة الاقتصادية ، فبعد الحرب العالمية الثانية دخلت أمريكـا ومعهـا العـالم إلـى عـصر المعلومـات Information age وأحدث اختراع الحاسب الآلي (وتدخله في كل أوجه الحياة بـسرعة وبـصورة غير معقولة) نقلة نوعية في تاريخ البشرية كلها ، وقد تزامن هذا مع ثوره بنفس المستوى من السرعة والتطور في مجال الفضائيات والاتصالات ساعد بشكل فعال في تطور التجارة .

والتجارة الالكترونية واحدة من التعبيرات الجديدة التي دخلت حياتنا بقوة حيـث ظهـر مـصطلح التجارة الالكترونية عام ١٩٩٥ في الولايات المتحدة الأمريكية ، وأصبح يتداول في الاستخدام العـادي لتعبر عن العديد من الأنشطة الانسانيه المرتبطه بثورة تكنولوجيا المعلومـات والاتـصالات ، حيـث أخذت بالانتشار وذلك لمقدرتها على تدنيه تكاليف العمليات التجارية ، وتعزيز الثقة في الأسواق مـن خلال تزويد البائع والمشتري تلقائيا بالأسعار والنوعية وشروط التسليم ، حيث تعتبر الان من أفـضل الأدوات الفاعلة في أدارة الإعمال التجارية العالمية .

المحور الأول :- ماهية التجارة الالكترونية

أولا :- مفهوم التجارة الكترونية :

نظرا للتطور السريع الذي طرأ على مفهوم التجارة الالكترونية ، فقد ظهرت العديد من التعريفات حيث أن كل تعريف ينظر إليها من منظور معين ، وبالرغم من هذه التعريفات التي سنذكرها فيما بعد إلا إننا ننظر إلى تعبير التجارة الالكترونية من خلال تقسيمه إلى مقطعين :

المقطع الأول (التجارة) وهو مقطع معروف لدينا وصار يعبر عن نشاط اقتصادي يتم مـن خلالـه تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والإفراد وتحكمه عدة قواعد ونظم متفق عليها .

المقطع الثاني (الالكترونية) هو نوع من التوصيف لمجال أداء النشاط المحـدد فـي المقطـع الأول ويقصد به هنا أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الالكترونية والتي تـدخل الانترنـت كواحدة من أهمها .

وهناك العديد من التعاريف للتجارة الالكترونية ، ولا يوجد تعريف موحد بهذا الشأن ، إذ تعرفها منظمة التجارة العالمية بأنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بصورة الكترونية [١] .

بينما تعرفـها منظمة التعـاون الاقتصادي والتنمية بأنها : صفقات تجارية تنجز من خلال الشبكات المفتوحة [٢] .

كما يعرفها بعضهم على أنها نوع من عمليات البيع والشراء مابين المستهلكين والمنتجـين أو بـين الشركات بعضهم مع بعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أو أنها أداء العملية التجاريـة بين الشركاء التجاريين باستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة بغرض رفع كفاءة وفاعلية الأداء [٣] .

وكذلك تعرف على أنها نشاط تجاري يشمل توزيع وتسويق وبيع أو تسليم السلع والخدمات باسـتخدام الوسائل الالكترونية [٤].

بينما يرى البعض الأخر أنها " تنفيذ بعض أو كل العمليات التجارية لتسويق السلع والخـدمات عبـر شبكة الانترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى أي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتـصالات ،

وهي وسيلة سهلة وسريعة لإبرام الصفقات التجارية الالكترونية سواء كانت التجارة في السلع والخدمات أو في برامج الكمبيوتر [٥] .

أو هي مزيج من التكنولوجيا والخدمات للإسراع بأداء التبادل التجاري وإيجاد آلية لتبادل المعلومات داخل الشركة الواحدة وبين الشركة والشركات الأخرى والشركة والعملاء (بيع وشراء) . أو هي عمليات تبادل باستخدام التبادل الالكتروني Electronic Data Interchange (EDI) ، والبريد الالكتروني E-Mail ، النشرات الالكترونية ، الفاكس ، التحويلات الالكترونية للأموال والوسائل الالكترونية الأخرى [٦] .

من خلال التعريفات السابقة نلاحظ إن التجارة الالكترونية تتضمن العناصر والخصائص الآتية [٧] :-

١- أداء للعمليات التجارية بين الشركات بعضها مع بعض ، وبين الشركات وعملائها ، وبين الشركات والحكومات من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات في أداء تلك العمليات .
٢- تهدف إلى رفع الكفاءة في الأداء وتحقيق الفاعلية في التعامل .
٣- أنها تتيح استجابة سريعة لطلبات السوق من خلال التفاعل مع العملاء .
٤- تعمل على تبسيط الإجراءات ووضوحها في العمل .

مما سبق يمكننا إن نصل إلى تكوين تعريف شامل يجمع بين التعريفات السابقة وذلك على النحو الأتي :

التجارة الالكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات بيع وشراء البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى ، ويشمل ذلك [٨] :

١- الإعلانات عن السلع والبضائع الخدمات .
٢- المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات .
٣- علاقات العملاء التي تدعم عمليات الشراء والبيع وخدمات ما بعد البيع .
٤- التفاعل والتفاوض بن البائع والمشتري .
٥- عقد الصفقات وإبرام العقود .
٦- سداد الالتزامات المالية وسدادها .
٧- عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات .

ثانيا :- التطور التاريخي للتجارة الالكترونية :

تعود بدايات تطبيقات التجارة الالكترونية إلى أوائل السبعينيات من القرن الماضي وأكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الالكترونية للأموال ، ولكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية الكبيرة ، بعدها ظهر التبادل الالكتروني للبيانات والذي وسع تطبيق التجارة الالكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى ، وتسبب هذا في ازدياد الشرائح المساهمة في هذه التقنية مثل المؤسسات المالية ومصـانع وبائعي التجزئة ، ثم ظهرت تطبيقات الاتصالات السلكية واللاسلكية مثل بيع وشراء الأسهم [٩] .

مع بداية انتشار الانترنت في التسعينيات من القرن الماضي ، بدأ استخدام مصطلح التجارة الالكترونية ، ومن ثم تطوير تطبيقات التجارة الالكترونية بصورة كبيرة ، ومن عام ١٩٩٥ شاهدنا الكثير من التطبيقات المبدعة والمتمثلة في الإعلانات والمزادات وحتى تجارب الواقع الافتراضي لدرجة ان كل شركة كبيرة أو متوسطة الحجم أنشأت لها موقعاً على شبكة الانترنت [١٠] .

ثالثا :-سمات التجارة الالكترونية :

تتسم التجارة الالكترونية بعدة سمات جعلتها تنتشر بصورة كبيرة منها [١١] :-

١- عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العملية التجارية حيث يتم التلاقي من خلال شبكة الاتصالات ، وبالرغم من إن هذا ليس جديدا حيث شهدت التجارة الاستخدام المكثف لوسائل الاتصال كالتلفون

، فاكس ، والمراسلات ، إلا إن ما يميز هذا الأسلوب هو وجود درجة عالية من التفاعلية بغـض النظر عن وجود طرفي التفاعل في الوقت نفسه على الشبكة .

٢- أمكانية التفاعل مع أكثر من مصدر في الوقت نفسه ، حيث يستطيع أحد أطراف المعاملة إرسـال رسالة الكترونية إلى عدد لانهائي من المستقبلين في نفس الوقت ودون الحاجة لإعادة إرسالها في كل مرة ، وفي هذا المجال قد توفر شبكة الانترنت إمكانيات بلا حدود للتفاعل الجماعي بين فـرد ومجموعة أفراد وهو شئ غير مسبوق في أي أداة تفاعلية سابقة .

٣- أمكانية تنفيذ كل مكونات العملية التجارية بما فيها تسليم السلع الغير مادية على الشبكة .

٤- أمكانية التأثير على أنظمة الحاسبات بالشركة الواحدة من خلال ما يـسمى بالتبـادل الالكترونـي للبيانات والوثائق وهو ما يعد طفرة هائلة تحقق انسياب المعلومات والبيانات بين الجهات المشتركة في العملية التجارية دون تدخل بشري وبأقل تكلفة وأعلى أداء .

المحور الثاني :- أساسيات التجارة الالكترونية

أولا :- هيكل وأنماط التجارة الالكترونية :

تعتبر التجارة الالكترونية جزءاً مما يعرف بالاقتصاد الرقمي Digital Economy ،حيـث أن الاقتصاد الرقمي يقسم على جزأين هما : التجارة الالكترونيـة وتقنيـة المعلومـات Information Technology .

وتقنية المعلومات أو صناعة المعلومات في عصر الحاسبات والاتصال هي التـي خلقـت الوجـود الواقعي والحقيقي للتجارة الالكترونية باعتبارها تعتمد على الحاسبات والاتصال ومختلـف الوسـائل التقنية للتنفيذ وإدارة النشاط التجاري .

أما التجارة الالكترونية فهي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخـدمات بواسـطة تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة .

وتعتمد التجارة الالكترونية بشكل عام على ثلاثة أنواع من الأنشطة هي [١٢] :-

النوع الأول : خدمات ربط أو دخول الانترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خـدمات ذات محتـوى تقني ومثال على ذلك الخدمات المقدمـة مـن مـزودي خـدمات الانترنـت Internet Services Providers (ISP) .

النوع الثاني : التسليم أو التزويد التقني للخدمات .

النوع الثالث : استعمال الانترنت كواسطة أو وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع المسلمة بطريقة غير تقنية (تسليم مادي عادي) . وضمن هذا المفهوم يظهر الخلط بين الإعمال الالكترونية واستغلال التقنية في أنشطة التجارة التقليدية وهو ما سنعمل على إيضاحه لاحقا .

وفي الواقع التطبيقي فأن التجارة الالكترونية تتخذ أنماط عديدة مثل عرض البضائع والخدمات عبر الانترنت وأجراء البيع بالوصف عبر مواقع الشبكة العالمية مع أجراء عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية أو بغيرها من وسائل الدفع وكذالك أنشاء متاجر افتراضية أو بيع عبـر الانترنـت ، والقيـام بأنشطة التزويد والتوزيع والوكالة التجارية عبر الانترنت ، وممارسة الخـدمات الماليـة وخـدمات الطيران والنقل والشحن وغيرها عن طريق الشبكة العالمية [١٣] .

ثانيا :- الفرق بين التجارة الالكترونية والإعمال الالكترونية :

ظهر مصطلح التجارة الالكترونية E-Commerce مع عدة مصطلحات مرادفه مثـل الإعمـال الالكـترونية E-Business وغيـرها من المفاهيم الجديدة التـي أفرزتهـا تكنولوجيـا المعلومـات والاتصالات ، مما أدى إلى الخلط بينها والاعتقاد بأنه لا يوجد فرق بين التجارة الالكترونية والإعمال الالكترونية ، غير أن ذلك شائع فالإعمال الالكترونية أوسع نطاقا وأشمل من التجـارة الالكترونيـة ، حيث أن الإعمال الالكترونية تمتد لتشمل الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدماتيـة ، فهـي لا تقتصر فقط على علاقة البائع أو المورد والزبون ، إنما تمتد إلى أنماط أداء العمل والرقابـة عليـه ،

ويشمل مفهوم الإعمال الالكترونية أيضا المصنع الالكتروني والبنـك الالكترونـي وشـركة التـامين الالكترونية ، في حين إن التجارة الالكترونية نشاط تجاري بحت وبشكل أدق تشمل تعاقـدات البيـع والشراء وطلب الخدمة وتلقيها باليات تقنية وضمن بيئة تقنية [١٤] .

ثالثا :- مزايا التجارة الالكترونية :

هناك الكثير من الدراسات التي تناولت مميزات التجارة الالكترونية وأهمية اللجوء إليها واعتمادهـا نمطا رئيسيا للنشاط التجاري في عصر المعلوماتية الفائق السرعة ، لذلك سـوف نبـين أبـرز هـذه المميزات خاصة التي تهمنا أكثر من غيرها في بيئتنا العربية [١٥] :-

١ - أيجاد وسائل تجارية توافق عصر المعلومات :

في هذا العصر عصر المعلوماتية والانترنت ظهرت حاجة ملحة إلى توافق الأنماط التجاريـة مـع سمات هذا العصر وسلوكياته ، لذلك فأن التجارة الالكترونية تمكنت من خلق أنمـاط مـستحدثة مـن وسائل أدارة النشاط التجاري ، كالبيع عبر الوسائل الالكترونية والتجارة الالكترونية بـين قطاعـات الإعمال ، وقد أمكن أحداث تغـيير شامل في طريقة أداء الخدمة وعرض المنتج وتحقيـق العـرض الشامل لخيارات السوق .

٢ - الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق أعلى الأنشطة التقليدية :

أن الصفة العالمية للتجارة الالكترونية ألغت كل الحدود والقيود أمام الدخول إلى الأسواق التجارية ، وبفضلها تحول العالم إلى سوق كبير مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافـي للبـائع والمشتري ، وإذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية (الجات او جاتس) تـسعى إلـى تحريـر التجـارة والبضائع والخدمات ، فأن التجارة الالكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف دون الحاجة الـى جـولات توافق ومفاوضات ، ومن هنا قيل إن التجارة الالكترونية تستدعي جهدا دوليا جماعيا لتنظيمها لأنها لا تعترف بالحدود أو القيود [١٦] .

٣ - تلبية خيارات المستهلك بيسر وسهولة :

تمكن التجارة الالكترونية الشركات من تفهم احتياجات عملائها وإتاحة خيارات التـسوق أمـامهم بشكل واسع ، وهذا بحد ذاته يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن لا تتيحه وسائل التجارة التقليدية .

٤ - تطور الأداء التجاري والخدمي :

التجارة الالكترونية بما تتطلبه من بنى تحتية وتقنية واستراتيجيات أدارة ماليـة وتـسويقية وإدارة علاقات واتصال بالآخرين تتيح الفرص لتطوير أداء المؤسسات في مختلف الميادين ، فهي تقدم خدمة كبرى للمؤسسات في ميدان تقيم واقعها وكفاءة موظفيها وسلامة وفعالية بنيتها التحتية والتقنية وبرامج التأهيل الإداري .

هذه كانت أبرز مزايا التجارة الالكترونية والتي تضعنا أمام فرصة استغلال هذا النمط من الإعمال لبلوغ أسواق قد لا تتيح التجارة التقليدية بلوغها ولإنشاء مشاريع برؤوس أموال صغيرة قـد تناسـب فرص الاستثمار في البيئة العربية .

رابعا :- أقسام التجارة الالكترونية :

تقسم التجارة الالكترونية من خلال طبيعة التعاملات إلى عدة أقسام وهي [١٧] :

١- الشركة للشركة Business - to - Business :

وهو البيع والشراء مابين الشركات وأغلب معاملات التجارة الالكترونية تدخل ضمن هذا المجال ، وهي أنظمة المعلومات وتعاملات الأسواق الالكترونية مابين الشركات ، ومن أمثلتها قيام شـركة مـا باستخدام الشبكة العالمية للحصول على طلباتها من الموردين واستلام الفواتير وتسويتها .

٢- الشركة للمستهلك Business - to - Consumer :

وهو بيع المنتجات والخدمات من الشركات إلى المستهلك وتعاملاتها تكون مشابهه لتجارة التجزئة ، وقد شهدت هذه الفئة نموا واتساعا متسارعين منذ ولادة الوب (www) .

٣ - المستهلك للمستهلك Consumer - to - Consumer :

في هذه الحالة فأن المستهلك يقوم بالبيع لمستهلك أخر بصورة مباشرة بواسطة الشبكة العالميـة ، حيث يقوم مستهلك ما بوضع إعلانات في موقعه على الانترنت من أجل بيع الإغراض أو الخبـرات الشخصية ، مثال على ذلك المزادات التي توضع على الانترنت [١٨] .

٤ - المستهلك للشركة Consumer - to - Business :

يتضمن هذا الصنف الإفراد الذين يبيعون منتجات أو خدمات إلى الشركات والمؤسسات .

٥ - الشركات للمنظمات Business - to - Administration :

وهي تغطي كافة التعاملات بين الشركة والمنظمات الحكومية ، في الوقت الراهن تمر هـذه الفئـة بمرحلة ابتدائية إلا أنه يتوقع توسعها وانتشارها بسرعة مع بدء أستخدم الحكومات لعملياتها الخاصـة لتعزيز الوعي بأهمية التجارة الالكترونية وضمان ازدهارها .

٦ - المستهلك للمنظمات Consumer - to - Administration :

هذه الفئة لم تنشأ لحد ألان ، إلا أنه في ظل تنامي استخدامات فئتي التجارة الالكترونية بين منشات الإعمال فأن الحكومات قد توسع نطاق التفاعل الالكتروني ليشمل مجالات أخرى مثـل : مـدفوعات الخدمة الاجتماعية والضرائب التي تحتسب ذاتيا .

٧ - التجارة الالكترونية غير المربحة Non Business :

وهذا الصنف يشمل المؤسسات الدينية والاجتماعية وهـذه المؤسـسات تعمـل لغـرض الخدمـة الاجتماعية والإنسانية ولا تعتمد الربحية في تعاملاتها .

٨ - التجارة الالكترونية ضمن المؤسسات :

هذا الصنف يشمل جميع النشاطات الداخلية للمؤسسة والتي غالبا ماتتم في الشبكة الداخلية للـشركة والتي تشمل تبادل المنتجات أو الخدمات أو المعلومات ، وهذه النشاطات تمتد من بيع المنتجات إلـى الموظفين في الشركة إلى النشاطات التي تهدف من الحد من كلفة إدارة الـشركة وتـدريب العـاملين باستخدام الشبكات .

ومن أشهر التصنيفات السابقة التصنيف الأول والثاني وهو المفهوم الدارج للتجارة الالكترونية لدى مستخدمي شبكة الانترنت ، والفرق بينهما كما يشير تعبيريهما يتمثل في طرفي العلاقة التعاقدية وفـي الهدف من التبادل الالكتروني ، فهي في بيئة الإعمال (الصنف الأول) علاقة بـين إطـاريين مـن إطارات العمل التي تعتمدها الشبكة كوسيلة لأدارة نشاطها ووسيلة أنجاز لعلاقتها المرتبطـة بالعمـل وهدفها أنجاز الإعمال وتحقيق متطلبات النشاط الذي تقوم به الشركة .

أما في بيئة العلاقة مع الزبائن (الصنف الثاني) فهي علاقة بين موقع يمارس التجارة الالكترونية وبين الزبون (مشتر أو طالب خدمة) وهدفها تلبية طلبات ورغبات الزبون ومحتواها محصور بمـا يقدمه الموقع من منتجات معروضة للبيع أو الشراء أو خدمات معروضة من قبل جهة ما للزبائن .

خامسا :- الاتجاهات الدولية والإقليمية والوطنية لتسيير التجارة الالكترونية :

أن التعرف على موقف النظم القانونية الأجنبية والجهود التـشريعية والمنظمـات ذات العلاقـة بالتجارة الالكترونية من شأنه إن يساهم في تحديد المسائل القانونية الواجب التصدي لها ونحن نتعامل مع التجارة الالكترونية ، كما إن بحث الحلول المتخذة ومناقشتها يحدد الحلول الأنجع والأكثر ملاءمـة لواقعنا وظروفنا في ظل تخطيط المؤسسات التشريعية العربية إلى اتخاذ تدابير تشريعية لتنظيم التجارة الالكترونية [١٩] .

وبالرغم من إن موضوع التجارة الالكترونية لم يزل حديثا وغير واضح بالقـدر الكـافي إلا إن أنشطة واسعة تحققت على المستويات الدولية والإقليمية والوطنية للتعامل مع هذا الموضـوع ، فعلـى الصعيد الدولي صنفت التجارة الالكترونية في أطار مسعى منظمة التجارة العالميـة (WTO) إلـى إيضاح طبيعتها وإطارها القانوني ضمن مفهوم الخدمات ، وقد تقرر ذلك في التقرير الـصادر عـن مجلس منظمة التجارة الدولية الخاص بالتجارة في الخدمات بتاريخ ١٩٩٩/٣/١٧ والمقدم إلى المجلس العـام لمنظمـة التجـارة الدوليـة حيـث ذهـب هـذا التقريـر إلـى إن تزويـد الخدمات بالطرق التقنية يقع ضمن نطاق الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات (جـانس - GATS)

باعتبار الاتفاقية تطبق على كافة الخدمات بغض النظر عن طريقة تقديمها ، ولان العوامـل المـؤثرة على تزويد الالكتروني هي نفسها التي تؤثر على تجارة الخدمات .

ومن هنا تخضع عمليات تزويد الخدمة بالطرق التقنية إلى كافة نصوص اتفاقية التجارة العامة فـي الخدمات (الجاتس) سواء في ميدان المتطلبات أو الالتزامات بما فيها (الالتزام بالشفافية ، التنظـيم الداخلي ، المنافسة ، الدفع والتحويلات النقدية ، دخول الأسواق ، المعاملـة الوطنيـة ، والالتزامـات الإضافية) ، هذا مع مراعاة إن هناك حاجة لتحديد الموقف من عملية تسليم البضائع المنتجة بطـرق تقنية ،وهناك أيضا حاجة لتصنيف البضائع وذلك لتحديد ما أذا كانت هذه الانشطه تخـضع للاتفاقيـة العامة للتجارة في البضائع – السلع (الجات GAAT) أم اتفاقية التجـارة فـي الخـدمات (جـاتس GATS) [٢٠] .

أما على الصعيد الإقليمي فقد برز دور الاتحاد الأوربي (EU) ومنظمة أسيا/الباسـفيك للتعـاون الاقتصادي (APEC) والافتا الأمريكية (AFTA).

أما على الصعيد العربي فأن جهودا تشريعية مميزه قد تحققت في العديد من الدول العربية الهـدف منها (تسهيل التعامل مع التجارة الالكترونية وبما يتلاءم مع البيئـة العربيـة) الا ان معظـم هـذه التشريعات تفتقد الى الاستقرار التشريعي لعدم وجود ألية واضحة للتعاطي مـع التجـار الالكترونيـة لكونها من المستجدات في الوطن العربي .

المحور الثالث :- فوائد ومحددات التجارة الالكترونية

اولا:- فوائد التجارة الالكترونية :

توفر التجارة الالكترونيـة العديـد مـن الفوائـد للـشركات والمـستهلكين والمجتمـع ، ومـن هذه الفوائد[٢١] :-

١ - فوائد التجارة الالكترونية للشركات :

تعتبر الشركات الشريحة الأكثر استفادة من وجود التجارة الالكترونية وفيما يلي نحـاول أيجـاز بعض من هذه الفوائد :-

- التجارة الالكترونية توسع نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي ، فمع القليل من التكاليف فأن بوسع أي شركة أيجاد مستهلكين أكثر ومزودين أفضل وشركاء أكثر ملاءمة وبصورة سريعة وسهلة .
- التجارة تخفض تكاليف أنشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية .
- القدرة على أنشاء تجارات متخصصة جدا .
- التجارة الالكترونية تسمح بخفض المخزون عن طريق استعمال عملية السحب ، وتبدأ العملية في هذا النظام بالحصول على طلب تجاري من قبل المستهلك وتقوم الشركة أو المنتج بتزويد المستهلك بطلبه من خلال التصنيع الوقتي المناسب just-in-time ، كما ان عمليـة الـسحب هذه قد تسمح بتصنيع المنتج أو الخدمة ، وفقا لمتطلبات المشتري ، وهـذا يعطـي أفـضلية تجارية للشركة على منافسيها .
- التجارة الالكترونية تخفض من الفترة الزمنية مابين دفع الأموال والحصول علـى المنتجـات والخدمات .
- التجارة الالكترونية تخفض تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية ، فالانترنت أرخص بكثيـر من شبكات القيمة المضافة Value Add Network [٢٢] .

٢ - فوائد التجارة الالكترونية للمستهلك :

المستهلكين الشـريحة الثانية التـي استفادت من التجارة الالكترونية ، وفيما ياتي أهم هذه الفوائد [٢٣] :

- توفير الوقت : فالتجارة الالكترونية تعطي الخيار للمستهلك بأن يتسوق أو ينهي معاملاته في ٢٤ ساعة وفي أي يوم من أيام السنة ومن أي مكان ، كما أن باستطاعة المستهلك الحصول على المعلومات اللازمة خلال ثوان أو دقائق عن طريق التجارة الالكترونية .
- حرية الاختيار : تقدم التجارة الالكترونية الكثير من الخيارات للمستهلك بسبب قابلية الوصول الى المنتجات والشركات لم تكن لم تكن متوفرة بالقرب منه .
- خفض الأسعار : غالبا ما تكون التجارة الالكترونية من أرخص الاماكن للتسوق لان المشتري يستطيع ان يتسوق في الكثير من المواقع على الانترنت ، وكذلك فان المشتري يتمكن من مقارنة بضائع كل شركة مع الشركات الأخرى بسهولة وكل هذه الأمور تمكن المشتري من يحصل على أفضل العروض ، وهكذا فأن التجارة الالكترونية تشجع المنافسة مما يؤدي خفض الأسعار وهذا يصب في مصلحة المشتري .
- توفير الجهد : في بعض الحالات وخصوصا مع المنتجات الرقمية مثل الكتب والإصدارات الالكترونية فأن التجارة الالكترونية تمكن البائع من إرسال البضاعة بسرعة إلى المشتري .
- تبادل الخبرات : فالتجارة الالكترونية تسمح للزبائن بتبادل الخبرات والأداء بخصوص المنتجات والخدمات عبر المجتمعات الالكترونية على الانترنت (كمنتديات مثلا) .

٣ - فوائد التجارة الالكترونية للمجتمع :-

أما الفوائد التي يجنيها المجتمع من التجارة الالكترونية فهي كالأتي [٢٤] :-

- التجارة الالكترونية تسمح للفرد بأن يعمل في منزله ، وكذلك تقلل الوقت المتاح للتسوق مما يعني ازدحام أقل في الشوارع وبالتالي خفض نسبة التلوث في الهواء .
- التجارة الالكترونية تسمح لبعض البضائع إن تباع بأسعار زهيدة ، وبذلك يستطيع الإفراد الذين دخلهم المادي ليس بالكبير من شراء مثل هذه البضائع مما يعني أنها تستطيع رفع مستوى المعيشة للمجتمع ككل .
- تسمح التجارة الالكترونية للأشخاص الذين يعيشون في دول العالم الثالث إن يحصلوا على منتجات اوخدمات غير متوفره في بلدانهم الاصلية ، مثل تسهيل الحصول على شهادات جامعية او خبرات معينة عبر شبكة الانترنت .
- التجارة الالكترونية تيسر نشر الخدمات العامة مثل الصحة والتعليم والخدمات الاجتماعية بسعر منخفض وبكفاءة أعلى .

ثانيا :-محددات التجارة الالكترونية :

تواجه التجارة الالكترونية عدة محددات في مجالاتها المتنوعة مما يؤدي في بعض الأحيان إلى عرقلتها وفي يلي بعض من هذه المحددات :-

أ- المحددات التقنية للتجارة الالكترونية :

هناك محددات تقنية تواجهها التجارة الالكترونية ندرج فيما يأتي بعضا منها :

١ هناك نقص في الاعتمادية والأمان والمعايير والبروتوكولات .

٢ أدوات تطوير البرمجيات مازالت تتغير باستمرار وبسرعة .

٣ صعوبة وصل الانترنت وبرمجيات التجارة الالكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد البيانات المستخدمة حاليا .

٤ قد يحتاج المزودون إلى مزودات خاصة للويب ولبنى تحتية أخرى بالإضافة إلى مزودات الشبكات .

٥ بعض برمجيات التجارة الالكترونية لا تتناسب برمجيا وتقنيا مع بعض أنظمة التشغيل .

ب- المحددات غير التقنية :

أما بنسبة للمحددات غير التقنية للتجارة الالكترونية فنوجزها بالاتي [٢٥] :

١- الكلفة : كلفة تطوير التجارة الالكترونية بواسطة الشركة نفسها قد يكون عاليا ، لذلك تلجأ الشركة الى منح الفرصة للشركات التقنية للقيام بهذه المهمة ، ولكن ليس من السهل معرفة ما أذا كانـت هي الشركة المناسبة ، ولتسويغ هذا النظام فأن على مدير الشركة إن يحتسب فوائد غير محسوسة وهي صعبة في الحساب .
٢- الأمن والخصوصية : وهذه من أهم الأمور بنسبة للشركة والمستهلك على السواء خصوصا فـي ميدان الأمن والأمان والتي يظن الكثير من الناس بأنها منيعة ١٠٠% ، إلا أن الكثير من النـاس أيضا يحجم عن المشاركة في التجارة الالكترونية بداعي الخوف من الكشف عن خصوصياتهم .
٣- انعدام الثقة : بعض الزبائن لا يثق بالباعة المجهولين الذين لا يرونهم ولا يثقون بالمعاملات التـي تجري عبر الانترنت والمتصلة بالنقد الالكتروني .

بالإضافة إلى المحددات السابقة هناك محددات أخرى أقل أهمية نحاول إن نوجزها بالاتي :

١- في التجارة الالكترونية لا يوجد تماس مباشر مع المنتجات ، وهذا يحددها في بعض الأحيان لان بعض الزبائن يودون لمس المنتجات قبل شرائها .
٢- هناك الكثير من الأمور القانونية لم يتم حسمها بعد في التجارة الالكترونية بخاصة الأمور التـي تتعلق بالقرصنة .
٣- التجارة الالكترونية مازالت في طورها الأول والذي يتميز بالتغيير السريع .
٤- لا يوجد عدد كافي من الباعة والمشترين في الكثير من التطبيقات لجعل هذا الأمر مربحا .
٥- التجارة الالكترونية قد تسبب بعض الخلافات بين الإطراف المشركة بالتجارة .
٦- الدخول إلى الانترنت مازال باهض الثمن للكثير من الناس وسرعة الاتصال مازالت بطيئة فـي الكثير من دول العالم .

ثالثا :- تنامي التجارة الالكترونية :

ثمة حقيقة منطقية هي أنه لا وجود لتجارة الكترونية دون وسائل الكترونية ، فالتجارة الالكترونية أنما هي كومبيوتر وشبكة انترنت وموقع ومحتوى لقد غير الانترنت وجه عالم التجارة والأعمـال ، فقد ساهمت شبكة الانترنت في تحقيق الوجـود الفعلـي للتجـارة الالكترونيـة ، ووفقـا للدراسـات والإحصائيات فان هناك نموا كبيرا قد تحقق في سوق خدمات الانترنت والاتجاه نحو نمـو التجـارة الالكترونية .

ففي الفترة مابين ١٩٩٨- ١٩٩٩أزداد مستخدمو الشبكة العالمية بنـسبة ٥٥% ، وازدادت مواقـع الخدمة بنسبة ١٢٨% وازدادت نسبة عناوين المواقع المسجلة بنسبة ١٣٧% [٢٦].

ووفقا لدراسة أجرتها مؤسسة المعطيات العـالمية (IDC) فأن زيـادة عـدد مزودي خدمـات الانتـرنت (ISP) في الولايات المتحدة الأمريكية بلغت ٤١% مـابين ١٩٩٨- ١٩٩٩وأن معـدل الزيادة السنوي بلغ ٢٨% للسنوات حتى ٢٠٠٥ في حين تشير الدراسـات إلـى إن خـدمات تزويـد الانترنت سوف تضيف للدخل القومي الأمريكي ما يقارب ٤,٥ بليون دولار سنويا خـلال الـسنوات الثلاث القادمة .

ومن خلال سوق التقنية وتقارير المؤسسات البحثية التي تعنى بالأنشطة المالية على الانترنت تبـين حصول زيادة كبيرة في اللجوء إلى التجارة الالكترونية ، أذ قدر تقرير التجارة الأمريكية لعام ١٩٩٨ أن أعمال التجارة الالكترونية بين قطاعات الأعمال (وليس قطاعات التسويق للمستهلك) وقد تـزداد إلى ٣٠٠ بليون دولار عام ٢٠٠٢ ، ولكن ما تحقق في الواقع كان أكثر بكثير ، فالتقديرات الجديـدة للتجارة الالكترونية لعام ١٩٩٩ تشـير إلى إن مقدار العائد مـن التجـارة الالكترونيـة سـيبلغ ١,٢ تريليون عام ٢٠٠٣ ، أما أعمال التجارة الالكترونية الخاصة بالبيع للمستهلك فقد كانت التقديرات عام ١٩٩٨ تشير إلى أنها ستبلغ مابين ٧ - ١٥ بليون دولار للفترة نفسها في حين جاءت التقديرات تشير إلى تحقيق معدلات نمو أعلى من ذلك ، وإذا تجاوزنا التقديرات إلى أرقام حقيقية لوجدنا أن التقريـر الأمريكي للتجارة الالكترونية لعام ٢٠٠٣ الصادر من وزارة التجارة الأمريكية يشير إلـى أن حجـم

أنشطة مؤسسات البيع في حقل التجارة الالكترونية بلغ ٨,٤ بليون دولار في نهاية الربع الثالث لعـام ٢٠٠٣ [٢٧] .

المحور الرابع :- التجارة الالكترونية والأسواق العربية :

أولا :- الفرق بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية :-

ان التجارة التقليدية بشكل عام هي عبارة عن الفعاليات المتعلقة بشراء او بيع البضائع والخـدمات ، وتتوزع هذه الفعاليات ضمن الفئات الاتية [٢٨] :

- التسويق
- المبيعات
- ألية الدفع
- ألية الطلبات
- خدمة الزبون

أما بنسة للتجارة الالكترونية فهي لاتختلف عن التجارة الالكترونية الا في تنفيذ تلك الفعاليات ، أذ ان للتجارة الالكترونية أسلوبا غير تقليدي في الوصول الى المستهلكين في كافة أنحاء العـالم ، أي انهـا تحقق عائدات ضخمة يقابلها أنخفاض كبير في التكاليف مقارنة بالتجارة التقليدية ، كما يمكن للشركات من خلال التجارة الالكترونية القيام بأدارة أفضل العمليات المتمثلة بالشراء ، والتوريد ، والبيع ، والنقل ، والتأمين ، والعمليات المحاسبية ، ومراقبة المخزون ، كذلك يمكن من خلال التجـارة الالكترونيـة توفير معلومات يومية عن المستهلكين وهي بلا شك تؤدي الى خفض تكلفة المعاملات التجارية لانهـا تلغي دور الوسيط بين البائع والمستهلك .

لهذه الاسباب تكون التجارة الالكترونية أفضل من التجارة التقليدية ، ولكي تنجح الدول العربية فـي بناء تجارة ألكترونية ناجحة يجب عليها أدراك أهمية توفير المعلومات والبيانات والاحـصائيات فـي جميع المجالات ، لان توفير مثل هذه المعلومات سوف يكون حجر الاساس لبناء أقتـصاد ألكترونـي عربي موحد لمواجهة الاقتصاد الغربي .

ثانيا :- المعوقات التي تواجه التجارة الالكترونية العربية :

توجد هناك عدة عوائق تقف في وجه التجارة الالكترونية العربية منها [٢٩] :-

- اللغه العربية حيث ان لغتنا لاتمثل أكثر من ٠,٥% من مساحة الاستخدام على شبكة الانترنت وهذا يعد عائقا رئيسا .
- قلة التشريعات والانظمة الواضحة .
- عم الثقة بسرية معلومات المستهلكين الالية من خلال تنقلها عبر شبكة الانترنت .
- عدم توفر البنية التحتية المتكاملة اللازمة .
- نقص الوعي الكافي بأهمية التجارة الالكترونية من قبل التجار والمستهلكين .
- عدم الثقة بدقة التبادلات الالكترونية وسجلاتها وصحتها .
- عدم الثقة بالقيمة القضائية للوثائق الرقمية .
- عدم توافر المواصفات القياسية لادوات التجارة الالكترونية ونظمها .
- عدم توافر الموظفين العارفين بالتجارة الالكترونية .

ثالثا :- الحلول المواتية للتجارة الالكترونية في الوطن العربي :

- الترابط الشبكي : ويقصد به الاعتماد الكلي على وجود البنية الاساسية للشبكات ، وهو يعد من الشروط الاساسية لتحقيق تجارة الكترونية .

- قيادة المسار الالكتروني : هو ألتزام الدولة وحماسها وأستجابتها لايجـاد حلـول للـسوق المتعلقة بالتجارة الالكترونية ، وخاصة دعمها لايجاد حلول للصناعات الراغبة بالتـسويق الالكتروني وأيجاد البيئة المواتية التي تشجع مبادرات القطاع الخـاص وتـضمن حمايـة المستهلكين .
- أمن المعلومات : ان توفير البنية التشريعة والقانونية ضرورة أساسية ، وكـذلك الالتـزام بالـشفافية في تطبيق القوانين والاجراءات وخاصة الملكيـة الفكريـة وأعتمـاد التوقيـع الالكتروني .
- رأس المال البشري : أي وجود الخبرات البشرية المؤهلة ذات الكفاءة والخبرة المناسـبة ، وخاصة ان العالم يواجه حاليا نقصا حادا في عدد الاشخاص القـادرين علـى أسـتيعاب توجهات الحكومة في أحداث التغيير التكنولوجي المطلوب ، كما ان وجود تجارة ألكترونية يرتبط بوجود مجتمع قادر على حسن أستخدام هذه التكنولوجيا وفهم أبعاد تطبيقاتها .
- بيئة التجارة الالكترونية : يقصد به توافر المعطيات التي تعزز القدرة على مزاولة أنشطة التجارة الالكترونية في ظل بيئة قانونية وتشريعية تضمن حقوق مستخديمها .

ثانيا :- التجارة الالكترونية والاسواق العربية :

بالرغم من وجود المعوقيات أنفة الذكر، إلا إن هناك المئات من المواقع العربيـة التـي تجـاوزت مشكلة اللغة باعتماد مشكلة نظام ثنائي اللغة وبرامج الترجمة وحلول خاصة بالبيئة العربية وتمكنت من الدخول إلى الأسواق التجارة الالكترونية .

وقد أعلنت العديد من البنوك العربية وفي مقدمتها البنوك الكبرى في الإمارات العربيـة المتحـدة البدء بتقديم خدماتها المصرفية عبر الانترنت ، كما شاع تأسيس متاجر افتراضية على الشبكة أبرزها متاجر الملابس والحلويات والمكتبات ، كما ظهرت مواقع خدمات شاملة ، إخبارية وإعلانية وتسويقية للعديد من السلع في مقدمتها المجلات والمنتجات التقنية من الأجهزة والبرمجيات ، وتعد مـشروعات الأسواق الالكترونية (منصات استضافة مواقع البيع الالكتروني) فـي دبـي والكويـت والـسعودية والأردن أكثر مشروعات التجارة الالكترونية طموحا ويتوقع إن تحقق خطط تطويرها نماءا جيدا فـي سوق التجارة الالكترونية العربية[٣٠] .

ومع كل ذلك إلا أن التجارة الالكترونية على المستوى العربي مازالت دون المـستوى المرجـو حيث إن مشتركي الانترنت في الدول العربية يقدر بنحو ٥٥٠ إلف مشترك أي ما يقـارب ٧% مـن أجمالي عدد السكان في الدول العربية والذي يبلغ حوالي ٢٧٥ مليون نسمة ، وقد توزع على النحـو الأتي ٢٩% منهم في دولة الإمارات و١٧% في السعودية و١٢% في لبنـان و١٠% فـي مـصر ، وتمثل نسبة مستخدمي الانترنت في الدول العربية نحو ٦% من عدد مستخدمي الانترنت فـي العـالم والذي يبلغ ٣٠٤ مليون شخص .

ويتوقع إن تتضاعف هذه الأعداد لمستخدمي الانترنت في الدول العربية للسنوات المقبلـة ، وتتـوزع استخدامات الانترنت في الدول العربية على النواحي الآتية :

٥٩% لإرسال البريد الالكتروني واستقباله ، ٢٢% لتصفح المعلومات ، ١٣% لإغراض العمل و٦% لإغراض التجارة الالكترونية [٣١] .

ويقدر حجم التجارة الالكترونية في الدول العربية بحوالي ٤٠ مليون دولار عـام ١٩٩٩ أي مـا يمثل ٠,١% من أجمالي التجارة الالكترونية العالمية وبمعدل ٣,٥ للشخص الواحد في الـسنة وبقيمـة ١٨٥ دولار للعملية ،ويتوقع إن تنمو إلى نحو مليار و٦٩ مليون دولار عام ٢٠٠٨ وتتوزع التجـارة الالكترونية في الدول العربية على النحو الأتي :

البرمجيات تشكل نسبة ٤٨% ، الكتب تشكل نـسبة ٢٨% ، أجهـزة الحاسـوب ٢٦% ،الأقـراص الموسيقية ١١% ، الهدايا ٧% ، الألبسة الجـاهزة وتـذاكر الـسفر ٥% ، والمنتجـات الكهربائيـة والالكترونية ٤% ، والمنتجات الغذائية ١% [٣٢]

أما بنسبة للعراق ونتيجة للظروف التي مر بها في السنوات الماضية فأن انتشار الانترنت في البلـد كان بشكل محدود إلا أنه كان هناك بدايات لاستخدام هذه التقنية فقد أعلنت شركة تجـاري الإماراتيـة ومجموعة شركات أخرى أطلاق سوق تجاري العراق كأول سوق الكترونية في عراق ما بعد الحرب وذلك لدعم مسيرة أعمار العراق وتوفير سلع ومواد وتحقيق الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة [٣٣] .

الاستنتاجات :-

نستنج من البحث ان التكنولوجيا لاتحقق أهدافها الا أذا أقبل الناس عليها وأندمجوا فـي مجالاتهـا ، وصارت قريبة منهم لاتفرق بين صغير وكبير ، ولايكون هذا الا أذا فتحت هذه التكنولوجيـا أبوابهـا للناس على أختلاف قدراتهم .

وتعد التجارة الالكترونية من أهم نتائج تكنولوجيا المعلومات في هـذا العـصر وأسـتخدامها فـي المعاملات التجارية أدى الى تغييرات أقتصادية وأجتماعية ونفسية .

فأمام واقع وإفرازات عصر التقنية ، ونماء استخدام وسائل التقنية ، وتزايد الاقتناع باعتمادها نمـط لتنفيذ الإعمال ومرتكزا ومحددا للتطور ، وفي ظل دخول غالبية الدول لمنظمة التجارة العالمية ، وفي ظل الجهود المتمثلة بتحرير التجارة في السلع والخدمات ودخول الشركات الأجنبية للأسواق العربيـة كجهات منافسة حقيقية ، وكذلك لما توفره الالكترونية من تسهيل عمليـات التنـافس أذا مـا تـوفرت الإمكانيات لتأديتها وتحقيق متطلبات نجاح مشاريعها ، فأن تجاهل التجارة الالكترونية يعد مغالاة فـي المحافظة على الأنماط التقليدية التي لن تصمد طويلا ، فالأنماط التجارية الحالية والتي غالبيتها تعتمـد الوسائل التقليدية ما تزال هي القائمة إلا إن بنية تنفيذها تحولت شيئا فشيئا نحـو اسـتخدام الوسـائل الالكترونية .

فإذا كانت المصارف لا تزال غالبيتها تعتمد الوسائل العادية في تنفيذ طلبات الزبائن إلا أنها تعتمد على منظومة من تقنيات العمل المصرفي التي تحل فيها التكنولوجيا يوما بعد يوم في كافـة نـواحي النشاط المصرفي ، مما يجعل تجاهل التجارة الالكترونية امتناعا عن التعامل مع الواقع الذي تعيـشه فعلا هذه المؤسسات ، ونفس هذا القول يرد على كافة القطاعات أليس نشاط الشحن البحري مثلا ينفـذ عبر سلسلة من الوسائط والوسائل التقنية ، وهل بقي في ميدان النقل والسياحة موضع لـم يـتم فيـه تطويره وتحوله إلى الأنماط التقنية .

التوصيات :-

إن العالم يتجه إلى أحلال التقنية في كل ميدان من ميادين النشاط الإنـساني ، وبـشكل رئيـسي الخدمات الحيوية والخدمات التي تقدمها الدولة ، وهذا سيضع التجارة الالكترونية موضوعة على رأس الموضوعات في أجندة التطور والتنمية .

لهذا كله يعد تجاهل التجارة الالكترونية أمراً غير متناسب مع رغبتنا في التعامل مـع الإفـرازات الايجابية لعصر تقنية المعلومات وأيضا امتلاك الوسائل الخاصة لمواجهة الآثار الـسلبية وإفـرازات عصر العولمة ، لذلك يجب على الدول العربية ان تحاول بناء تجارة الكترونية ناجحـة قـادرة علـى التميز والاستمرارية والقدرة التنافسية في الاسواق العالمية وذلك من خلال توفير البنى التحتية وهـو يتمثل ببناء وتطوير الكوادر البشرية في حقل المعرفة التقنية وأدارة المـشاريع المعلوماتيـة وأهتمـام بتوفير المعلومات والبيانات والاحصائيات بمختلف أنواعها ، وكذلك بناء قاعدة قانونية متلائمـة مـع واقع المجتمع العربي ،

لهذا يجب على الدول العربية مواكبة التطور الحاصل في العالم وعدم التخلف عن ركـب الحـضارة وخصوصا أذا كانت تريد لها موضع قدم في التجارة العالمية .

المصادر :-

١- مهـ ـ ـ ـا الطعيمـ ـ ـ ـي ، التجـ ـ ـ ـارة الالكترونيـ ـ ـ ـة والـ ـ ـ ـسوق الـ ـ ـ ـسعودي http://www.server1alriyadh.com.sa

٢- عبد الرحمن إسماعيل ، دول الخليج تتجـه إلـى أقـرار قـانون موحـد للتجـارة الالكترونيـة http://www.albayan.com

٣- عبد القادر الدويك ، تعزيز التجارة الالكترونية وتنوع الخدمات المصرفية للعملاء ، مجلة أتحـاد المصارف العربية ، لبنان ، عدد٢٣ ، ٢٠٠٠ ، ص٨٦ .

٤- نهلة قصراوي ، بيئة وفرص التجارة الالكترونية في دولة الإمارات (الطبعة الأولي) ، الإمارات : كتاب البيان ٢٠٠١ ، ص١٣.

٥- التجارة الالكترونية هل تقول وداعا للأسواق التقليدية ، الأسواق ، العـدد (٨٧) مـايو ٢٠٠٢ ، ص١٣.

٦- علي عباس ، أدارة الإعمال الدولية ، الأردن، دار المناهج للنشر ،٢٠٠٣، عدد٢٣٣، ص٧١.

٧- عبد الإله الديوهجي ، التجارة الالكترونية والخدمات المصرفية والمالية عبر الانترنـت ، أتحـاد المصارف العربية ، لبنان ،٢٠٠٠ ، ص١٨-١٩ .

٨- عبد القادر أدويك ، مصدر سبق ذكره ، ص٨٦ .

٩- بسام نور البسكتي ، تصنيف مجال التجارة الالكترونية وعلومها ، http://www.c4arab.com

١٠- نفس المصدر السابق .

١١- إبراهيم معـروف ، التجـارة الالكترونيـة والبنـوك ، مجلـة النبـأ ، العـدد ٦٦ ، ٢٠٠٢ ،١٤٢٣هجرية

١٢- مجلة انترنت العالم العالم العربي ،العدد ٥، ١٩٩٩ .

١٣- نفس المصدر السابق .

١٤- د. سعد غالب التكريتي ود. بشير عباس العلاق ، الإعمال الالكترونية ، الطبعة الأولى ، عمان : دار المناهج ، ٢٠٠٢ .

١٥- مجلة انترنت العالم العربي ، العدد ١٠ ، ١٩٩٩ .

١٦- نفس المصدر السابق .

١٧- د. سعد غالب التكريتي ، مصدر سبق ذكره ،

١٨- عبد الله شعبان ، دور البنوك في التجارة الالكترونية ، مجلة اتحاد المـصارف ، عـدد٢٨ ، ٢٠٠٤ ، ص٤٩ .

١٩- ترجمة وتحقيق مركز التعريب للترجمة ، حلول التجارة الالكترونية ، الطبعة الاولى ، الـدار العربية للعلوم ، ٢٠٠٠ ، ص١٣-١٤ .

٢٠- جريدة اليوم ، الملحق الاقتصادي ، القاهرة ، ٢٥ فبراير ، ٢٠٠٣ ،ص١ .

٢١- نهلة قصراوي ، مصدر سبق ذكره ، ص١٤ .

٢٢- بسام نور البسكتي ، فوائد التجارة الالكترونية ، www.arab.com/showac.ph/

٢٣- جريدة اليوم ، مصدر سبق ذكره ، ص١ .

٢٤- بسام نور البسكتي ، فوائد التجارة الالكترونية ، مصدر سبق ذكره .

٢٥- ريكاردو سترانو ، هل سيحدث الانترنت تطورا في التمويل التجاري ، مجلة الدراسات المالية والمصرفية ، الأردن ، العدد ٤ ، ٢٠٠١ ، ص١١ .

٢٦- علي نخلة ، تغير عام لوضع الانترنت على الصعيدين الدولي والعربي ، مجلة أتحاد الصارف العربية ، عدد ٢٢٩ ، ٢٠٠٠ ، ص١٢٢.

٢٧- ريكاردو سترانو ، مصدر سبق ذكره ، ص١٢ .

٢٨- محمود القاضي ، الفجوة الرقمية كبيره بينا وبين العالم وعلينا تضييقها ، مجلة أتحاد المصارف العربية ، عدد ٢٥٦ ، ٢٠٠٢ ص٨١.
٢٩- نفس المصدر السابق ، ص٨٢ .
٣٠- على نخلة ، مصدر سبق ذكره ، ص١٢٣ .
٣١- د. فؤاد شاكر ، دور المصارف في تشجيع الاستثمار في تقنية المعلومات والتجارة الالكترونية ، مجلة المصارف العربية ، عدد ٢٥٥ ، ٢٠٠٢ ، ص٤٨-٥٠ .
٣٢- محمود القاضي . مصدر سبق ذكره ، ص٨٢ .
٣٣- العراق ٠٠أنفتاح ٠٠تطوير ، مجلة أتحاد المصارف العربية ، عدد ٢٨٣، ٢٠٠٤ ، ص٣١.

المحور المحاسبي

*** أثر تقنية المعلومات على نظام المعلومات المحاسبية(بحث تحليلي لآراء عينة من أساتذة قسم المحاسبة وموظفي قسم الحسابات في جامعة الكوفة)**

المدرس المساعد: حاتم كريم كاظم /جامعة الكوفة/كلية الإدارة والاقتصاد/قسم المحاسبة - المدرس المساعد: سندس ماجد رضا /جامعة الكوفة/كلية الإدارة والاقتصاد/قسم المحاسبة·

أثر تقنية المعلومات على نظام المعلومات المحاسبية

(بحث تحليلي لآراء عينة من أساتذة قسم المحاسبة وموظفي قسم الحسابات في جامعة الكوفة)

المدرس المساعد: حاتم كريم كاظم
جامعة الكوفة
كلية الإدارة والاقتصاد
قسم المحاسبة

المدرس المساعد: سندس ماجد رضا
جامعة الكوفة
كلية الإدارة والاقتصاد
قسم المحاسبة

المستخلص

ان التطور المتسارع الذي يشهده العالم اليوم في مجال تقنية المعلومات والأتـصالات والـذي أنعكس على جميع مجالات الحياة بما فيها الوحدات الاقتصادية الانتاجية او الخدمية كان لزامـاً علـى هذه الوحدات ان تواكب هذا التطور، ولكي تتمكن من تعزيز دورها فلابـد مـن الاهتمـام بالجانـب المعلوماتي حيث تساهم تقنية المعلومات بدور كبير في توفير التسهيلات الفنية الـضرورية لمعالجـة البيانات التي تتعلق بأنشطة الوحدات الاقتصادية الأمر الذي يساهم في تحسين مستوى اداء المنـتج او الخدمة وتحقيق مستوى اداء متميز ينعكس في تعزيز قدرات الوحـدات الاقتـصادية. وجـاءت هـذه الدراسـة مركـزة علـى مـشكلة متمثلـة بعـدم وجـود دليـل علمـي على التأثيرات التي أحدثتها فعلاً تبني الوحدة الاقتصادية لتقنية المعلومات علـى انظمـة المعلومـات المحاسبية ، كما هدف البحث الى وصف وتشخيص متغيرات البحث المستقلة والمعتمدة المتمثلة بأبعاد تقنية المعلومات وأنظمة المعلومات المحاسبية وتحليل العلاقة الارتباطية بينها، كما اعتمد البحث علـى فرضيتين اساسيتين هما وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين ادوات تقنية المعلومات وأنظمة المعلومات المحاسبية ، ووجود تأثير ذات دلالة معنوية لتقنيـة المعلومـات علـى تطـوير انظمـة المعلومـات المحاسبية .

وقد توصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات تمثل أبرز الاسـتنتاجات وجـود علاقة ارتباط بين مكونات تقنية المعلومات وأنظمة المعلومات المحاسبية ، اذ أظهرت نتائج البحث ان متغير الحاسوب جاء بالمرتبة الاولى من حيث قوة الارتباط مع انظمة المعلومات المحاسبية من خلال معامل الارتباط (٠,٨٧٥) ، ثم يأتي متغير المهارات البشرية بمعامل ارتبـاط (٠,٧٨٩) ثـم شـبكة الاتصال بمعامل ارتباط (٠,٧٢٣) .

اما اهم التوصيات هو ضرورة توفير التقنيات والمواد الاساسية من قبل ادارة الوحـدات الاقتـصادية والاهتمام بالبرامج التدريبية وأستخدام التقنية الحديثة والسرعة في ايصال المعلومات اليه على عكـس البرامج التدريبية التقليدية التي تمثل اضاعةً في الوقت والجهد والمال ، وضرورة توسيع الاعتماد على برامجيات الحاسوب وشبكات الاتصال وتقنياته الحديثة لما له مـن دور كبيـر فـي تحـسين العمـل المحاسبي وتشكيل قاعدة بيانات محاسبية يستفاد منها في تـوفير البيانـات المتعلقـة بعمـل الوحـدة الاقتصادية .

ABSTRACT

The accelerating development the world witnesses in the information technology and Commuication domain today and which affect on all life domains including the economic productive units or service was on this The units accompany this development so seize of turn consolidation and for an eternity of the concern in the data-driven side, information technology contributes in necessary artistic facilities providing for data processing in a big turn. Which pertain in the

economic units activities contribute the producer or the service performance level amelioration and a distinguishing performance level investigation affects in the units abilities consolidation,this search is focus on problem is representive doesnot existing seinice guide on effect the occuring to adopted economic units for information tecnology on accounting information systems.

As the search targeted to a description and the represented search variables independent and relied diagnosis in information technology dimensions and accounting information systems and the relation analysis showed, as the search relied on two suppositions fundamental. A relation existence with a a moral between information technology and accounting information systems , and a influence existence with a a moral for information technology on accounting information systems developing.

May the search arrives a imitation to a group from the conclusions and the recommendations between information technology components and accounting information systems the conclusions showed a liaison relation existence, harm expressed the search results the computer variable. Came in the first grade with regard to the liaison force with information systems through the liaison factories (0.875) , then a variable comes. The human skills in liaison factories (0.789) Then the Commuication network in liaison factories (0.723) .

As for important the recommendations the techniques providing necessity and the basic materials by the economic units management and the concern in the instructional programs and the modern technique and the quickness were applied in the information conduction to to the opposite of the instructional programs. The traditionalism in the time and the effort and the money which represents, and the adoption expansion necessity on softwares and the Commuication networks and modern techniques for what to of a big turn in the aqccounting working improvement and a formation accounting database benefit from it in data providing related in the economic unit work.

المقدمة

يشكل النمو الكبير في استخدام تقنية المعلومات وسيلة لتنفيذ العمليات المالية والتجارية عموماً، وكما يشكل تحدياً جديداً للمحاسبة عن عملياتها ضمن الانظمة المحاسبية الالكترونية للوحدات الاقتصادية، اذ شهدت الآونة الاخيرة تحولاً سريعاً من الشكل التقليدي للعمليات المالية والتجارية الى الشكل الالكتروني وتلعب تقنية المعلومات دوراً كبيراً في استكمال تنفيذ العمليات المالية والتجارية بشكلها المعاصر وقد اتجهت العديد من الوحدات الاقتصادية الى انشاء مواقع لها على شبكات الانترنت لعدة اهداف أهمها مباشرة العمليات التجارية والتحاسب عنها الكترونياً .

مما لا شك فيه ان المباشرة بهذا النشاط المستحدث سوف يلقي آثاراً متعددة على نظام المعلومات المحاسبية للوحدة الاقتصادية، ويمكن ان تشمل تطويراً لعمليات التشغيل المتكررة بالنظام وأغلب مدخلاته ومخرجاته، ويمكن ان تمتد تلك الآثار لتشمل مجالات الانتاجية والربحية والعامل البشري والاجراءات الرقابية ضد مخاطر الاعمال التي تنفذ عبر الشبكات الالكترونية وغير ذلك مما هو غير معلوماً في الفكر المحاسبي حالياً .

وهكذا يتضح في ظل وجود تقنيات معلوماتية متطورة وشيوعها وأزدياد مستخدميها، وفي ظل التطور الهائل في تقنيات الحوسبة والاتصال قد حققت تبادلاً سريعاً وشاملاً للمعلومات ضمن سياسة وخطط

الانسياب المرن للبيانات والمعلومات وتوفيرها مباشرةً، لذلك سعى هذا البحث الى بيان العلاقة والأثر بين مكونات تقنية المعلومات (الحاسوب،شبكات الاتصال،المهارات البـشرية) علـى تطـوير انظمـة المعلومات المحاسبية عن طريق تحليل آراء عينة من الافراد مجتمع البحث .

منهجية البحث:-

اولاً- مشكلة البحث:-

تتمثل مشكلة البحث بما يلي:-

- عدم وجود اطار نظري كافٍ عن التأثيرات التي يمكن ان يحدثها تبني الوحدة الاقتـصادية لتقنيـة المعلومات على انظمة المعلومات المحاسبية سواء بالتطوير او غير ذلك .
- عدم وجود دليل عملي على التأثيرات التي أحدثتها فعلاً تبني الوحدة الاقتصادية لتقنية المعلومـات على انظمة المعلومات المحاسبية سواء بالتطوير او غير ذلك .
- عدم امتلاك الافراد في الوحدة الاقتصادية التصور الواضح عن تقنية المعلومـات وأثرهـا علـى انظمة المعلومات المحاسبية ومدى مساهمة تبني هذه التقنية في تحقيق اهداف الوحدة الاقتصادية .

ثانياً- اهمية البحث:-

نتيجةً للتطورات الكبيرة التي حدثت في العديد من الوحدات الاقتصادية من حيث كبر حجمها وأتـساع نشاطاتها الاقتصادية وما يترتب على ذلك من توليد كم هائل من البيانات المختلفـة أدى الـى نـشوء الحاجة الى تبني تقنية المعلومات بهدف التمكن من تشغيل تلك البيانـات وإنتـاج المعلومـات منهـا وبالاستفادة من القدرات الهائلة والمتعددة التي تمتاز بها ادوات تقنية المعلومات التي لها اهمية في عمل نظام المعلومات المحاسبية .

ثالثاً- هدف البحث:-

يسعى هذا البحث الى تحقيق الاهداف التالية:-

١. التعرف على الاطار النظري لأهم التأثيرات التي يمكن ان يحدثها تبني تقنيـة المعلومـات علـى انظمة المعلومات المحاسبية للوحدات الاقتصادية .
٢. وصف وتشخيص متغيرات البحث المستقلة والمعتمدة المتمثلة بأبعاد تقنيـة المعلومـات وأنظمـة المعلومات المحاسبية .
٣. تحليل العلاقة الارتباطية والأثر بين متغيرات البحث .
٤. اقتراح ما يلزم بهذا الشأن محاسبياً لتطوير انظمة المعلومات المحاسبية لأستيعاب التوسع المنتظـر بشأن اتجاه الوحدات الاقتصادية محلياً وعالمياً لتبني ادوات تقنية المعلومات.

رابعاً- فرضية البحث:-

يعتمد هذا البحث على فرضيتين اساسيتين هما:-

١. توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين ادوات تقنية المعلومات وأنظمة المعلومات المحاسبية.
٢. يوجد تأثير ذات دلالة معنوية لتقنية المعلومات على تطوير انظمة المعلومات المحاسبية.

خامساً- عينة البحث:-

شملت عينة البحث على (٣٤) فرداً موزعة بين اساتذة قسم المحاسبة ومديري الحسابات وموظفي قسم الحسابات في جامعة الكوفة .

سادساً- حدود البحث:-

١. الحدود المكانية : جامعة الكوفة .
٢. الحدود الزمانية:مدة التطبيق للأستبانة والمقابلات الشخصية من آب/٢٠٠٧ الى ايلول/٢٠٠٧ .

سابعاً- الوسائل الاحصائية:-

١)التوزيعات التكرارية والنسب ٢)الأوساط الحسابية الموزونة٣)الانحرافـات المعياريـة٤)معـاملات الاختلاف

٥)الأوزان المئوية ٦)معامل الارتباط البسيط ٧)معامل الانحدار البسيط ٨)معامل التحديد .

المبحث الأول
المفاهيم الأساسية لتقنية المعلومات

في هذا المبحث سوف نتطرق الى مفهوم تقنية المعلومات وأهميتها وأستخداماتها وأدواتها ، وكما يلي:-

اولاً- مفهوم تقنية المعلومات:- (Information Technology)

تُعد المعلومات القاعدة الاساسية لأي تطور حضاري في أي مجتمع، فبدون المعلومات لا تستطيع المجتمعات والمنظمات ان تتطور او تحافظ على تطورها، اذ تعتمد عملية التطور على حصر المعلومات بالشكل الذي يسهل استخدامها والاستفادة منها. وأن تقنية المعلومات جعلت معظم المنظمات تتحول تدريجياً من العمل الورقي الروتيني الى العمل الفكري المنظم الذي يعتمد لغة الحقائق والأرقام والافكار من اجل استثمار وقت وجهد العاملين فيها، فمن خلال الاستخدام المتنامي للحاسبات والبرامجيات ووسائل الاتصالات المتطورة تقوم الوحدات الاقتصادية وبشكل مستمر بأجراء مسح سريع وفوري للمعلومات المطلوبة بقصد اتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب .

ان ما يشهده العالم من تقدم تقني متسارع والتطورات المتلاحقة في مجال اجهزة الحاسوب والبرامجيات وأجهزة الاتصالات ووسائلها المختلفة وأيضاً الكم الهائل من المعلومات الذي ينمو وينتقل بسهولة ويسر ما بين دول العالم الامر الذي جعل تقنية المعلومات وسيلة مهمة في منظمات الاعمال الحديثة على اختلاف انواعها وأحجامها، وهذا يتطلب مواكبة هذا التقدم التقني الهائل اذا كان هدفها البقاء في بيئة المنافسة فلقد دخل العالم عصراً متطوراً ليس له حدود تؤدي فيه تقنية المعلومات دور الاعمدة الحاصلة لهذا التقدم الذي اصبح علامة مميزة لهذا العصر .

وقد عرف (Slack) وآخرون تقنية المعلومات بأنها: (الوسائل التي تستخدم لجمع وخزن وتحليل ومعالجة وتوزيع المعلومات وأيضاً استخدام شبكات الاتصال). (١)

اما (Griffin) فقد عرف تقنية المعلومات بأنها: (موارد المنظمة المستخدمة في ادارة العمليات الضرورية والقيام بمهامها الاساسية، والتي تتضمن اجهزة الحاسوب وأنظمة الاتصال وتشغيل البرامجيات وغيرها، وهي تمكن المدراء والعاملين الآخرين من استخدام المعلومات وبشكل جيد). (٢)

ويلاحظ ان تعريف(Slack) وآخرون أكد على دور ووظائف نظام المعلومات في تحويل البيانات الى المعلومات الكترونياً بأستخدام الحاسوب وشبكات الاتصال، بينما تعريف (Griffin) أكد على مكونات تقنية المعلومات وأجزائها من الحواسيب وشبكات الاتصال ودورها في جعل المعلومات مفيدة ونافعة .

اما (Alter)فقد عرف تقنية المعلومات على انها:(مجموعة من الاجهزة المادية(Hard Ware) والبرامجيات (Soft Ware) والكادر البشري او صانع المعرفة (Brian Ware)). (٣)

اما (Seen) فيرى ان تقنية المعلومات هي: (مصطلح يشير الى القدرات المختلفة المستخدمة في تجميع وعرض البيانات والمعلومات من اجل تكوين المعرفة لدى الافراد، وتتكون من ثلاث عناصر رئيسية هي: الحاسوب(الكومبيوتر) وشبكات الاتصال والمهارات البشرية). (٤)

ويلاحظ ان كلا التعريفين السابقين يؤكدان على ان المهارات البشرية او المعرفية جزء ضروري من اجزاء تقنية المعلومات وأدواتها.

في حين يرى الباحثان ان تقنية المعلومات هي: (مجموعة من الادوات والاساليب التي تستخدمها نظم المعلومات لتنفيذ انشطتها الكترونياً على اختلاف انواعها وتطبيقاتها).

من التعاريف السابقة يمكن ملاحظة ان تقنية المعلومات تتسم بالقدرة على تجميع كميات هائلة من المعلومات وتحليلها وتنظيمها وتخزينها وأسترجاعها عند الحاجة وبسرعة فائقة ، وتساعد على تحقيق الاستفادة القصوى من المعلومات الضرورية التي تساعد المدراء في عملية اتخاذ القرار في الوقت المناسب وبالدقة المطلوبة، وكما انها تحتاج الى الكوادر والمهارات البشرية الكفوءة والقادرة على استخدام المعدات والاجهزة الالكترونية وبدقة وكفاءة .

ثانياً- اهمية تقنية المعلومات وأستخداماتها:-

ان تقنية المعلومات (IT) وما رافقها من تقدم علمي وتقني وتغيير نوعي في حقول المعرفة اصبحت فضاء رحباً من خلال انبثاق ثورة الاتصالات وشبكات الانترنت الامر الذي جعل منها ومن ادواتها القاعدة التقنية للأنطلاق في مجال الاعمال. وبهذا الصدد يشير(Alter) الى ان تطبيقات الحاسوب وتقنية الاتصالات قد أحدثت ثورة في الطريقة التي يعمل بها اغلب محترفو الاعمال وهي تؤدي دوراً اساسياً في الطريقة التي يتنافس بها الاعمال، اذ اعتمد الاشخاص في السابق على المصنع او المكتب الرئيسي لعملهم، اما الآن فكثير من الاعمال تنجز حيثما ومتى ما يكون ذلك مناسباً وفي أي مكان .

اذ ان تطبيقات الحاسوب وبرامجياته وما أحدثته من ثورة في ترتيب الاعمال للمؤسسات والمساهمة في تطوير سلسلة القيمة بمساعدة الزبائن والسعي لتقديم الخدمات بحسب حاجاتهم ، فبفضل تقنية المعلومات (IT) اصبحت الروابط بين المجهزين وزبائنهم اكثر فاعلية بكثير في العقد الاخير مع الاستخدام واسع الانتشار لتبادل البيانات الكترونياً وإدارة سلسلة التجهيز وصولاً الى التكيف مع ما يستجد من ظروف طارئة فضلاً عن ان تقنية المعلومات قد احدثت تغييراً ملحوظاً في استخدام اساليب جديدة في التسويق مختلفة تماماً عما كان ممكناً عندما كانت تطبيقات تقنية المعلومات اقل تطوراً ، وما التجارة الالكترونية (Electronic Commerce) الا خير دليل على ذلك التطور الذي شهدته تطبيقات تقنية المعلومات . (٣)

وبهذا الصدد اصبحت تقنية المعلومات المحفز الرئيسي لنشاطات الاعمال في عالم اليوم وذلك بسبب القدرات والإمكانيات لهذه التقنية والمتمثلة فيما يلي :- (٥)

١. المعالجة السريعة للمعاملات والبيانات الاخرى .
٢. الدقة الكبيرة في الاحتسابات وعمل المقارنات للبيانات .
٣. معالجة كل معاملة بكلفة اقل .
٤. تحضير التقارير والمخرجات الاخرى في الوقت المناسب .
٥. خزن البيانات بإيجاز مع امكانية الوصول اليها وبشكل كبير .
٦. المدى الواسع من الخيارات لدخول البيانات وتوفير المخرجات .
٧. الانتاجية العالية للمدراء والموظفين الذين يتعلمون الحاسوب واداء مسؤولياتهم في اتخاذ القرارات وبشكل فعال .

ثالثاً- ادوات (مكونات) تقنية المعلومات:-

شهدت الوحدات الاقتصادية تطوراً هائلاً وسريعاً في الفترة الاخيرة، وذلك بسبب تطور تقنية المعلومات وحاجة المستفيدين من الافراد والمنظمات الى وسائل حديثة يمكن استخدامها في الحصول على ما تحتاج اليه من معلومات ، ومن بين اهم هذه الادوات هي ما يلي:-

١) جهاز الحاسوب:- (Computer)

يعد الحاسوب من سمات العصر وقد اصبح جزءاً من حياتنا نستخدمه في الادارة والمحاسبة والتعليم والتجارة والاتصال والترفيه في كل مجال من مجالات حياتنا ويكاد لا يخلو من الكومبيوتر بيت ولا مؤسسة أياً كانت والحاسوب هو جهاز ألكتروني مصنوع من مكونات منفصلة يمكن توجيهها بأستخدام اوامر خاصة لمعالجة او ادارة البيانات بطريقة ما . (٦)

ويمكن القول ان الحاسوب ما هو الا وسيلة متطورة يتحكم بها نظام الكتروني دقيق وحساس يقوم بأعمال كثيرة تعوض عن الجهد البشري ولكنها تبقى اداة يوجهها الانسان للقيام بإنجاز ما يطلبه او ما يريده . (٧)

وأن الحاسوب يتألف من الأجزاء المادية (Hard Ware) والتي تتكون من مجموع الاجهزة الاساسية التي يتكون منها الحاسوب(٨) ، والتي تحتوي على وحدات الإدخال (Input Unit) التي تستقبل البيانات من خارج الحاسوب وتحويلها الى صورة الكترونية يمكن للحاسوب ان يفهمها والتي تشكل على لوحة المفاتيح (Key Board) وجهاز الفأرة (Mouse) والماسح الضوئي (Scanner)(٩). وكذلك تشمل على وحدة المعالجة المركزية(Central Processing Unit) تمثل هذه الوحدة الجزء

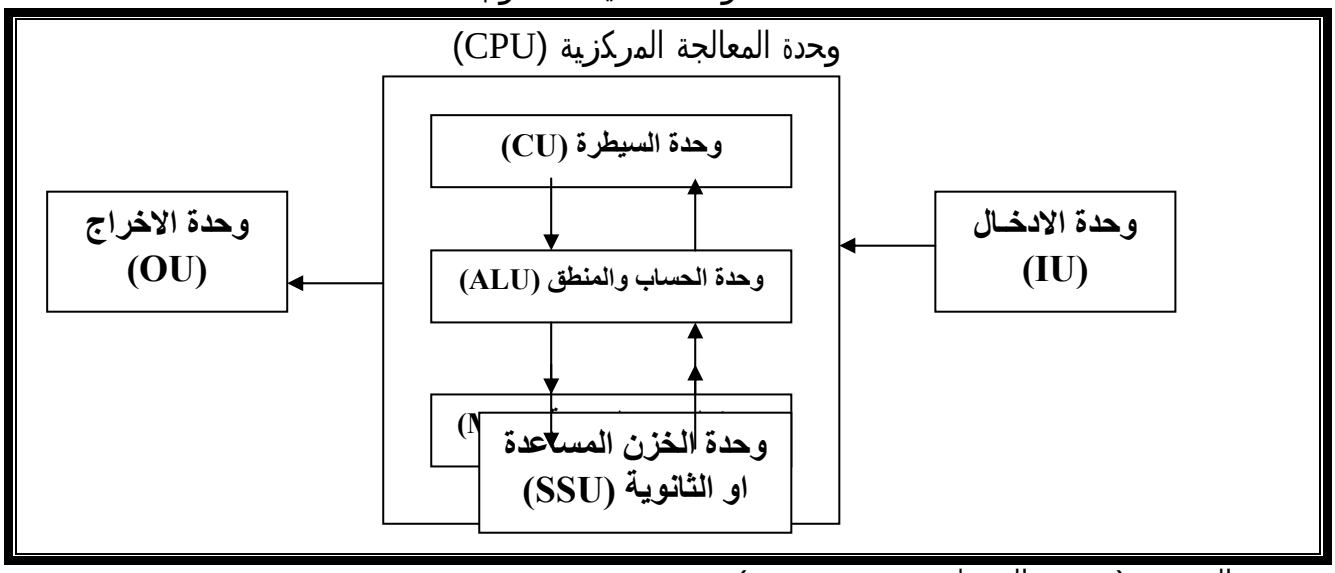
الداخلي من نظام الحاسوب ومراكز الانشطة كلها وتُعد بمثابة العصب الرئيسي للنظم الالكترونية ، اذ يتم من خلالها تنفيذ جميع عمليات معالجة البيانات والتحكم في تشغيل الاجهزة المتصلة بالنظام وتتألف من وحدة التخزين الرئيسية ووحدة الحساب والمنطق ووحدة السيطرة والتحكم.

وحدة التخزين المساعدة او الثانوية(Secondary Storage Unit) وهي الوحدة المسؤولة عن مساعدة الذاكرة الرئيسية في عملية حفظ البيانات ومن أمثلتها القرص المغناطيسي والقرص الضوئي وغيرها(١٠)، ووحدة الإخراج(Output Unit) وهي مجموعة الوحدات التي يمكن من خلالها الإطلاع على النتائج المستخرجة نتيجةً للعمليات التي أجريت على البيانات، وتتعدد وحدات الإخراج حسب رغبة مستخدميها، الا ان الوسائل الشائعة هي: وسيلة العرض المرئي او الشاشة (Display) والطابعة(Printer) الملحقة بالحاسبة وغيرها . (١١)

لاحظ الشكل التالي الذي يوضح المكونات المادية للحاسوب :-

الشكل رقم (١)

المكونات المادية للحاسوب



المصدر:(يحيى والحبيطي، ٢٠٠٣ :١٧٣)

اما الجزء الرئيسي الثاني للحاسوب فهي البرامجيات (Soft Ware) وهي مجموعة البرامج التي تتعامل معها الحاسبة الالكترونية، اذ يمثل البرنامج مجموعة من الاوامر والايعازات المتسلسلة والمقدمة الى الحاسبة بلغة وصيغة محددة وبمهمة معينة، ومن امثلة هذه البرامجيات المترجمات والمفسرات وتنفيذ العمليات بواسطة المجمعات ولغة الآلة وغيرها . (١٠)

٢) شبكات الاتصال :- (Communication Networks)

ان الاستثمار في مجال تقنية المعلومات وتطبيقاتها في مجالات الاعمال المختلفة يتطلب توجيه الموارد نحو شبكة الاتصال التي تربط نظم معالجة بيانات العمليات بنظم ادارة قواعد البيانات وبنقاط الخدمة المباشرة للمستفيد النهائي، وتتضمن هذه الشبكات ما يلي :-

أ) شبكة الانترنت :- (Internet Network)

وهي شبكة عالمية واسعة تجمع العديد من الشبكات الصغيرة والمنتشرة عبر انحاء العالم من خلال استخدام اجهزة الحاسوب، وفي السنوات الخمس والعشرين الماضية تنامى استخدام الانترنت في المنظمات الحكومية والتعليمية مما كان دافعاً انتشاره في المنظمات التجارية. (١٢)

وقد ساعد انتشار وتطور شبكة الانترنت على نمو وأزدهار التجارة الالكترونية، وقد سهلت شبكة الانترنت ربط المنظمات مع الزبائن بشكل فردي او جماعي، وقد اصبح الانترنت سوقاً ألكترونياً مترابطاً يجمع البائع والمشتري من خلال تسهيل عملية التبادل التجاري .

ب) شبكة الانترانت :- (Intranet Network)

شبكة الانترانت هي شبكة الشركة الخاصة (Private Corporate Network) التي تستخدم تقنيات الانترنت والتي تصمم لتلبية متطلبات وأحتياجات العاملين من المعلومات الداخلية او من اجل تبادل البيانات والمعلومات عن عمليات وأنشطة الوحدة الاقتصادية . (١٣)

جـ) شبكة الاكسترانت :- (Extranet Network)

شبكة الاكسترانت هي عكس شبكة الانترانت التي تقوم بتجهيز العاملين في داخل المنظمة بأحتياجاتهم من المعلومات، بينما شبكة الاكسترانت تصمم لتلبية احتياجات المستفيدين من خارج المنظمة (المجهزون والزبائن والمالكين) ، أي ان شبكة الاكسترانت هي شبكة المنظمة الخاصة التي تصمم لتلبية حاجات الزبائن من المعلومات ومتطلبات المنظمات الاخرى الموجودة في بيئة الاعمال . (١٤)

د) شبكة الاتصال الواسعة :- (Wide Area Network)

هي الشبكات التي تتكون بين الحاسبات بواسطة ادوات ووسائل معينة التي تربط بين المناطق الجغرافية المتباعدة وهي على نوعين شبكات عمل مركزية (Centralized Network) وشبكات عمل موزعة (Distributed Network) وتتصف هذه الشبكات بتقنية معلوماتية كبيرة وتقدم العديد من الخدمات مثل الدخول في الاسواق المالية والبنوك الالكترونية والبريد الالكتروني .

هـ) شبكة الاتصال المحلية :- (Local Area Network)

هي شبكة عمل موزعة بين اثنين او اكثر من الحاسبات المرتبطة ضمن منطقة جغرافية محددة تتمثل بمبنى واحد او عدة مباني او قسم ضمن مؤسسة وهي تساعد على تحقيق عمل جماعي اكثر كفاءةً وفاعليةً . (٥)

٣) المهارات والموارد البشرية :- (Skills & Human Resources)

يتفق اغلب الباحثين والمختصين في مجال تقنية المهارات على ان العنصر البشري ومهاراته له اهمية في ادارة وتشغيل نظم المعلومات، وهذه الاهمية تفوق على نحو كبير المستلزمات الاخرى كـالأجهزة والبرامجيات، فالعنصر البشري هو المشغل والمسيطر على كافة المستلزمات المطلوبة وأن الافراد أحد المكونات الاساسية لنظام المعلومات في ظل استخدام تقنية المعلومات، اذ يقع على عاتقهم ادارة النظام من حيث اعداده وتصميمه وتشغيله وأستخراج المعلومات المطلوب تقديمها الى الجهات التي يمكن ان تستفيد منها . (١١)

ويمكن القول ان السبب في اهمية العنصر البشري ومهاراته هو الحاجة الى الكوادر من ذوي الخبرة والمهارة، والتطورات التقنية في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية وغيرها والتي أثرت على حياة تلك الافراد والمنظمات والمجتمعات، وقد احدثت تغيرات مذهلة شملت انماط التفكير الإنساني، ويأتي في مقدمة هذه التطورات ثورة الاتصالات ودخول الحاسوب حياة المنظمات والناس وزيادة التواصل بين الافراد والمنظمات عبر وسائل الاتصال الحديثة.

المبحث الثاني
أنظمة المعلومات المحاسبية

في هذا المبحث سوف نتطرق الى مفهوم النظام المحاسبي وخصائصه وأهدافه وعناصره، كذلك نتطرق الى خصائص المعلومات المحاسبية(الاساسية والثانوية)وأهمية تقنية المعلومات بالنسبة للمحاسبين،وكما يلي:-

اولاً- مفهوم النظام المحاسبي:-

قبل تعريف النظام المحاسبي لا بد لنا من تعريف النظام بصورة عامة والذي يعرف بأنه:-

(مجموعة من الاجزاء او العناصر او المقومات التي تعمل مع بعضها البعض بصورة متناسقة ومترابطة لتحقيق هدف او مجموعة اهداف محددة) . (١١)

اما النظام المحاسبي فيعرف بأنه: (مجموعة متناسقة ومتكاملة من الوسائل والاجراءات والاساليب مصممة لغرض معالجة الاحداث والوقائع الاقتصادية التي تؤثر او يفترض انها ستؤثر على عمليات المنشأة او مركزها المالي، بطريقة ملائمة لطبيعة عمل المنشأة وبشكل اقتصادي يسهم في حماية

اصول المنشأة ووفقاً للقواعد والمعايير المحاسبية القانونية والعرفية، وتقديم المعلومات والتقارير المطلوبة الى الادارة والجهات الخارجية في التوقيتات المناسبة) .(١٥)
ومنهم من عرف النظام المحاسبي بأنه: (مجموعة من الارشادات والخطط والقواعد التي يتم على اساسها المعالجات المستندية والدفترية للعمليات التجارية ذات الاثر المالي). (١٦)
وكذلك عرف النظام المحاسبي بأنه: (مجموعة من الموارد البشرية والمادية والمعدات المصممة لتحويل البيانات المالية الى معلومات لتقديمها الى متخذ القرار عن طريق تشغيلها يدوياً او آلياً). (١٧)
من خلال ما تقدم يمكن القول ان النظام المحاسبي يمثل اطار متكامل يضم العديد من الوسائل والطرق والاجراءات المحاسبية المستخدمة في تسجيل وتبويب وتلخيص الاحداث المالية التي تؤثر على نتيجة النشاط والمركز المالي بصورة ملائمة لطبيعة عمل الوحدة الاقتصادية وفق القواعد والمعايير المحاسبية وإيصال المعلومات الى الجهات المستفيدة منها سواء أكانوا داخل الوحدة الاقتصادية او خارجها .

ثانياً- خصائص النظام المحاسبي:-

من ابرز خصائص النظام المحاسبي ما يلي :- (١٥)

١. انه مجموعة من النظم الفرعية التي يتخصص كل منها بتقديم نوع معين من انواع المعلومات، وأن هذه النظم تتغلغل في كافة فعاليات الوحدة الاقتصادية.
٢. التناسق والتكامل بين هذه النظم وما تتضمنه من اجراءات وأساليب، بحيث ان مخرجات نظام معين قد تعتبر مدخلات لنظام آخر بما يؤدي في النهاية بالوفاء بالهدف او الاهداف الكلية المبتغاة من النظام .
٣. ان النظام المحاسبي يختص بمعالجة الاحداث والوقائع الاقتصادية ، الداخلة والخارجة والتي تعتبر المدخلات الرئيسية له .
٤. انه يجب ان يتصف بخاصية الملائمة لطبيعة عمليات المنشأة وأهدافها، بحيث ان لكل منشأة نظاماً محاسبياً خاصاً بها يختلف بشكل او آخر عن النظام المحاسبي لمنشأة اخرى.
٥. انه يساهم في حماية موجودات الوحدة الاقتصادية وحقوقها بما يتضمنه من اجراءات للرقابة الداخلية .
٦. انه يقوم في حركته على مجموعة من القواعد والمعايير المحاسبية القانونية والمتعارف عليها ، وذلك لضمان حسن الاداء والنوعية والتماثل والانسجام .
٧. انه يختص بتقديم التقارير المختلفة التي تلبي حاجة مختلف الاطراف الداخلية والخارجية.

ثالثاً- اهداف النظام المحاسبي:-

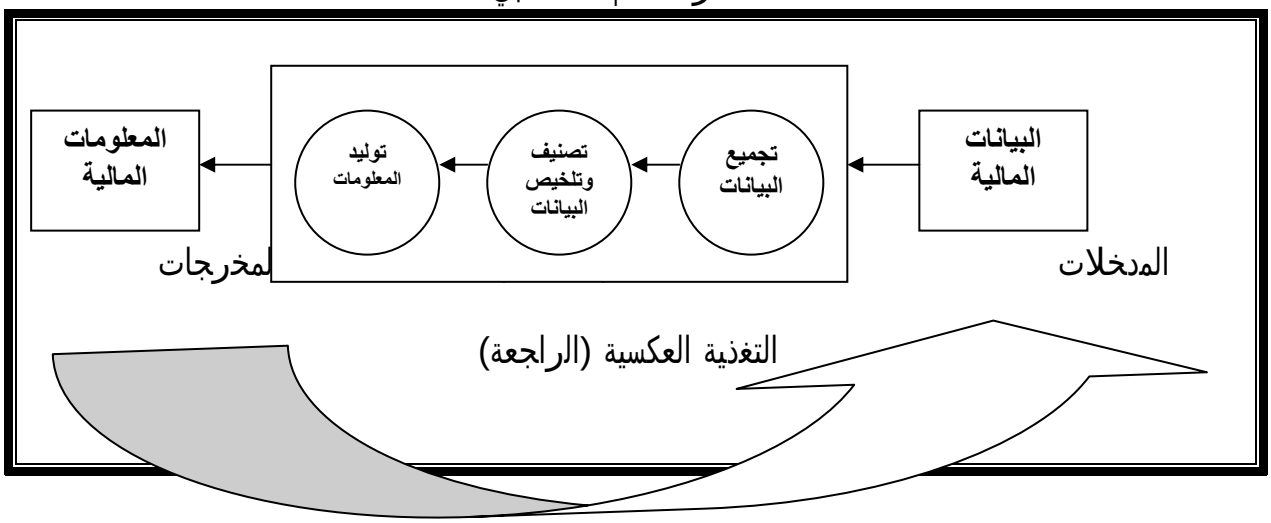
ان هدف النظام المحاسبي يرتبط بالأهداف الاساسية للوحدة الاقتصادية، فإذا كانت الوحدة الاقتصادية هادفة للربح فسيكون النظام المحاسبي موجهاً لقياس الارباح وإظهار المركز المالي، اما اذا كان هدف الوحدة الاقتصادية تقديم خدمة عامة وليس تحقيق ربح فهدف النظام المحاسبي في هذه الحالة هو توفير معلومات رقابية تفيد في تقويم كفاءة الخدمة والرقابة على الاداء، وأخيراً يهدف النظام المحاسبي بشكل عام الى تحقيق ما يلي: (١٨)

١. تشخيص وقياس المعلومات الكمية والمالية التي تتعلق بنشاط الوحدة الاقتصادية وتقديم التقارير عن نتائج هذا النشاط خلال فترة معينة .
٢. تتبع اصول وألتزامات الوحدة الاقتصادية بما يمكن من الحفاظ عليها وقياس المركز المالي لها في تاريخ معين ، وذلك عن طريق مسك دفاتر منتظمة والاحتفاظ بسجلات مستقلة لكل اصل من الأصول ولكل التزام من الالتزامات .
٣. مساعدة الادارة على ممارسة وظائفها من التخطيط والرقابة واتخاذ القرار .

ويضيف (الحسون والقيسي) الاهداف التالية:- (١٥)

٤. تسهيل فعاليات المنشأة المختلفة عن طريق توفير المعلومات اللازمة لإداء هـذه الفعاليـات مـن الشراء والبيع والانتاج والتخزين وغيرها .
٥. العمل على معالجة البيانات المالية بكفاءة وبدقة وبأدنى قدر من الكلفة .
٦. تقديم التقارير والمعلومات الهامة بالسرعة المطلوبة وفي الوقت المناسب.
٧. تقليل امكانية الغش والتلاعب الى ادنى حد ممكن .
ويمكن ملاحظة ان هذه الاهداف قد تتعارض مع بعضها البعض فمثلاً تحقيق اعلى درجة من الدقة قد يتعارض مع السرعة في تقديم التقارير او قد تكون هذه الدقة مكلفة .
رابعاً- عناصر النظام المحاسبي:-
يمكن النظر الى أي نظام على انه يتكون من العناصر التالية:- (١١)
١. المدخلات :- (Inputs)
وهي نقطة بداية عمل النظام ، وتتمثل بالأحتياجات الاساسية او الاولية اللازمة لعمل النظام والتي قـد تكون على شكل ارقام او اشكال او رسوم او بصيغة وصفية كالأوامر الادارية مـثلاً. وفـي النظـام المحاسبي تمثل المدخلات مجموعة البيانات التي يتم الحصول عليها من الادلة الموضـوعية المؤيـدة للأحداث المالية (المستندات) والبيانات التقديرية التي يتم اعدادها عن طريق عناصر النظام الاخـرى، والبيانات الكمية والاقتصادية والسلوكية واللوائح والتعليمات التي تحكم عمل النظام المحاسبي في كـل وحدة اقتصادية .
٢. العمليات التشغيلية او المعالجة :- (Processes)
وهي مجموعة العمليات التي تجرى بواسطة الاجهزة او القوى التي تقوم بتحويـل المـدخلات الـى مخرجات من خلال توجيه مسارات تفاعل هذه المدخلات وضبطها بأستخدام قـوى بـشرية ومادية وغيرها .
وفي النظام المحاسبي تتمثل العمليات التشغيلية في عمليات التجميع والتبويب والتلخيص التي تجـرى على المدخلات (البيانات) في الدفاتر والسجلات المحاسبية وفقاً للمبادى والمفاهيم والقواعد المحاسـبية والاساليب المختلفة لتحليل نقطة التعادل والرقابة على التكاليف وغيرها.
٣. المخرجات :- (Outputs)
وهي حاصل تفاعل العمليات التشغيلية التي تجرى على المدخلات وفقاً للأهداف المرسـومة للنظـام ، وفي النظام المحاسبي تشمل المخرجات مجموعة التقارير والقوائم المالية والمعلومات المختلفة الناتجـة عن تفاعلات العمليات التشغيلية للمدخلات في اطار المتغيرات البيئية والذاتية للجهات التي يمكـن ان تستخدمها وتستفاد منها .
٤. التغذية العكسية (الراجعة) :- (Feed Back)
وهي عملية الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لتقييم عناصر النظـام الـسابقة (المـدخلات والعمليات التشغيلية والمخرجات) والتأكد من مدى دقتها وإمكانيتها في تحقيق اهدافها . وفـي النظـام المحاسبي تتم التغذية العكسية من خلال عملية الرقابة على العناصر السابقة بهدف تقييمها وتوجيههـا التوجيه الصحيح وصولاً الى تحقيق الاهداف التي يرمي النظام المحاسـبي تحقيقهـا خدمـةً للوحـدة الاقتصادية ككل .
لاحظ الشكل التالي الذي يوضح عناصر النظام المحاسبي :-

الشكل رقم (٢)
عناصر النظام المحاسبي



المصدر:- (Wilkinson, et. al, ٢٠٠٠:p:5)، بتصرف

خامساً- خصائص المعلومات المحاسبية:-
قبل التطرق الى حقائق المعلومات المحاسبية لا بد ان نوضح الفرق بين البيانات والمعلومات، فالبيانات تتكون من حقائق اولية (خام) ذات دلالة تاريخية وتسجل في الدفاتر دون نية مباشرة لأستخدامها فـي اتخاذ القرارات، فهي اذن بيانات تم تشغيلها وعرضها بطريقة تساعد في اتخاذ او صناعة القرارات في وقت اتخاذ ذلك القرار . (١٩)
اما بالنسبة لخصائص المعلومات المحاسبية فهي :-
١) الخصائص الاساسية :-
وهي تتعلق بفائدة المعلومات المحاسبية في اتخاذ القرار وتشمل ما يلي:-
أ) الملائمة :- (Relevance)
وتعني ان يكون للمعلومات تأثير على قرار وأفعال مستخدميها، أي ان تساعده وتساهم في قيامه بكافة مهامه، اما اذا لم يكن للمعلومات أي اثر على القرار فأنها توصف بالمعلومات غير الملائمة . (٢٠)
وعليه يمكن تحقيق خاصية الملائمة من خلال الآتي :-
١) التوقيت المناسب (Timeliness) .
٢) القيمة التنبؤية (Predictive Value) .
٣) قيمة التغذية الراجعة او الرقابية (Feed Back Value) .
ب) الموثوقية او المعولية :- (Reliability)
وهي تتعلق بمدى امكانية خلق حالة الاطمئنان لدى مستخدم المعلومات (متخذ القرار) لكي تعتمد عليها في اتخاذ قراراته المختلفة . (١١)
ويمكن تحقيق هذه الخاصية من خلال الآتي :-
١) صدق التعبير (Representational Faithfulness) .
٢) قابلية التحقق (Verifiability) .
٣) الحيادية او عدم التحيز (Neutrality) .
٢) الخصائص الثانوية :-
وهي تتعلق بالآتي :-
أ) الثبات او التماثل :- (Consistency)

وهي الثبات على استخدام نفس الطرق والاساليب المعتمدة في قياس وتوصيل المعلومات المحاسبية من فترة الى اخرى، وإذا ما دعت الحاجة الى أي تغيير فيجب التنويه عن ذلك لكي يتم اخذ ذلك بنظر الاعتبار من قبل المستخدم .

ب) قابلية المقارنة :- (Comparability)

والتي تعني ضرورة ان تُعد المعلومات المتعاقبة بأسلوب يسهل على المستخدمين مقارنتها، مما يسهل بالتالي عليهم التعرف على اوجه التغير او الاختلاف من فترة الى اخرى، كما ان قابلية المقارنة تشير الى عرض البيانات المستخدمة للمفاضلة بين البدائل بأسلوب متشابه ومتناسق . (٢٠)

سادساً- اهمية تقنية المعلومات للمحاسبين:-

ان تقنية المعلومات تتضمن كافة الحاسبات الالكترونية بأنواعها المختلفة مثل (Mainframe Computer) و (Minicomputer) و (Microcomputer) وغيرها من الانواع الاخرى ، وكذلك تتضمن البرامجيات (Soft Ware) وقواعد البيانات (Data Base) وشبكات الاتصال (Communication Networks) والانترنت (Internet) والانترانت (Intranet) والتجارة الالكترونية (Electronic Commerce) وغيرها من التقنيات الاخرى ، اذ ان الحاسبات الالكترونية تمثل جزء هام من تقنية المعلومات (IT) وهي تعزز بشكل كبير امكانيات أنظمة المعلومات المحاسبية وأن الحاسبات تمثل وسيلة لإدارة المعلومات المحاسبية والتي تتأثر بأستخدام الحواسيب التي تعالج المعلومات بكفاءة وفاعلية وجعل المعلومات ذات قيمة، وأن مفهوم ادارة المعلومات المحاسبية يقترح ان يكون هناك تكامل وترابط بين الحاسبات والتقنيات الاخرى مع أنظمة المعلومات المحاسبية الحديثة، ولغرض استخدام وتقييم وتطوير النظم المحاسبية فلا بد على المحاسبين ان تتولد لديهم المعرفة بتقنية المعلومات (IT) التي تمكنهم من انجاز كافة واجباتهم بسرعة وبدقة وبثبات اكثر من الطرق اليدوية التقليدية، اضافةً الى ذلك فأنها تساعد المحاسبين في تحليل الكشوفات المالية وتطوير الموازنات . (٥)

ومن مزايا تقنية المعلومات انها تستطيع التفاعل مع المدراء والموظفين الآخرين من خلال تلبية احتياجاتهم من المعلومات وتوفير التقارير في التوقيتات المطلوبة او حين الطلب، وكما انها تسهل من عملية اعداد التقارير فضلاً عن اعدادها بشكل اكثر تفصيلاً، وكذلك الحفاظ على المعلومات المحاسبية بشكل محدث ومنقح، وتحليل هذه المعلومات مما يوفر الفرصة للسيطرة الجيدة . (١٥)

ان تقنية المعلومات تتضمن الادوات والاجهزة والمعدات المستخدمة في ادخال البيانات ومعالجتها وإيصالها من مكان الى آخر وتوليد المعلومات، ويجب ان يكون المحاسب مستعد لأمتلاك مهارات تعلم استخدام الحواسيب والانترنت وبقية ادوات تقنية المعلومات الاخرى ومدى تأثيرها على نظم المعلومات المحاسبية. وكذلك استخدام قواعد البيانات (Data Base) في خزن وأسترجاع وإدارة المعلومات وأستخدام نماذج وملفات محاسبية الكترونية ونماذج تقييم ادوات الرقابة الداخلية وأستخدام التطبيقات المحاسبية الجاهزة وغيرها .

من جهة اخرى ان شبكات الاتصال جزء مهم للمحاسبين من خلال جعل البيانات والمعلومات المحاسبية تنتقل او تتحول من مكان الى آخر على امتداد العالم وبسرعة فائقة ولكن بمستوى مخاطرة اعلى ، مما يتطلب مقاييس وأدوات الحماية والرقابة لمنع فقدان المعلومات والسجلات المحاسبية المهمة والتي تخزن في النظام المحاسبي الالكتروني مع ضمان دخول البيانات بدقة وبكفاءة . (٥)

ومن الجدير بالذكر انه ينبغي على المحاسبين ان يساهموا وبشكل فعال في استخدام وتقييم شبكات الاتصال ودمج البيانات المالية مع هذه الشبكات لتحويلها الى معلومات مالية مفيدة ونافعة ، وكذلك العمل على تقييم ادوات الحماية والرقابة لهذه الشبكات .

المبحث الثالث
تحليل آراء واستجابات الأفراد عينة البحث
حول متغيرات الدراسة واختبار الفرضيات

سيتم في هذا المبحث عرض وتحليل البيانات التي أظهرتها استمارات الاستبيان من خلال تحليل آراء وإستجابات الافراد عينة البحث من مجتمع الدراسة المتمثل بـ(بعض اساتذة قسم المحاسبة وموظفي قسم الحسابات في جامعة الكوفة) ، ويتضمن هذا المبحث وصف وتشخيص لأهم متغيرات البحث من اجل التعرف على اختلاف آراء الافراد عينة البحث وقياس العلاقات الارتباطية بين متغيرات البحث التي تضمنتها الفرضيات ، وقد قُسمت متغيرات البحث الى ثلاث متغيرات مستقلة (Independent Variables) هي:(الحاسوب وشبكات الاتصال والمهارات البشرية) ومتغير تابع او معتمد واحد (Dependent Variable) هو أنظمة المعلومات المحاسبية ، وقد استخدم الباحثان لهذا الغرض اسلوب (Likert) الخماسي الذي يتوزع من اعلى وزن له والذي اعطي خمسة درجات تمثل حقل الاجابة (اتفق تماماً) ، وأعطي اربعة درجات للأجابة (اتفق) وأعطي ثلاثة درجات للأجابة (محايد) وأعطي درجتان للأجابة (لا أتفق) وأعطي درجة واحدة للأجابة (لا أتفق تماماً) على الترتيب .

وبعد تحديد التكرارات الخاصة بكل متغير في الاستبانة ، تم حساب الأوساط الحسابية الموزونة ($\overline{X}_w$) والانحرافات المعيارية (Si) ومعاملات الاختلاف (C.V.) والأوزان النسبية (نسبة المساهمة لكل مؤشر ومتغير) ، وذلك بهدف التعرف على مدى الانسجام في استجابات الافراد عينة البحث . وقد تم اعتماد الوسط الفرضي البالغ (٣) كمعيار لقياس وتقييم الدرجة المستحصل عليها من خلال استجابات الافراد عينة البحث ، وهذا الوسط الفرضي يمثل معدل أوزان المقياس، أي ان :-

الوسط الفرضي = (١+٢+٣+٤+٥) / ٥ = ٣

وسوف يتم توضيح التحليل الإحصائي لأستجابات الافراد عينة البحث على مستوى كل متغير من متغيرات البحث ، وكما يلي :-

اولاً- مكونات تقنية المعلومات (IT) :-

وتشمل ثلاث متغيرات مستقلة وهي :

أ) المتغير المستقل الاول (الحاسوب):-

الجدول (١)

الأوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف والأوزان المئوية لأستجابات عينة البحث حول متغير الحاسوب (الكومبيوتر) N=٣٤

تسلسل الفقرات	الفقرات	المؤشرات الاحصائية			
		الوسط الحسابي الموزون $\overline{xw}$	الانحراف المعياري Si	معامل الاختلاف C.V.	الوزن المئوي %
١.	تعتمد الوحدة الاقتصادية (الجامعة)على الحاسوب في سبيل تطوير عمل النظام المحاسبي	٣,٧٩٤	١,٣٦٥	٣٥,٩٧٨ %	%٧٥,٨٨
٢.	قدرة الحاسوب على توفير البيانات و المعلومات المحاسبية في الوقت المناسب وبدقة	٤,٠٢٩	١,٠٨٧	٢٦,٩٧٩ %	%٨٠,٥٨
٣.	قدرة الحاسوب على خزن البيانات والمعلومات المحاسبية بشكل جيد وكفوء	٤,٣٢٤	٠,٨٩٨	٢٠,٧٦٨ %	%٨٦,٤٨
٤.	اعتماد الوحدة الاقتصادية(الجامعة) على الحاسوب في تنظيم عمل النظام المحاسبي يؤدي الى استبعاد الاعمال الروتينية والمتكررة التي يقوم بها المحاسبين	٤,٤٧١	٠,٧٣٧	١٦,٤٨٤ %	%٨٩,٤٢

.٥	ترتبط اقسام وفروع الوحدة الاقتصادية(الجامعة) بنظـام حاسوبي مركزي لتبادل البيانات والمعلومات المحاسـبية فيما بينها	٣,٢٩٤	١,٢٢٥	٣٧,١٨٩ %	%٦٥,٨٨
.٦	ساهم استخدام التطبيقات والبرامجيات الجاهزة في تسيير وتسهيل عمل النظام المحاسبي	٣,٦٧٦	١,١٥٦	٣١,٤٤٧ %	%٧٣,٥٢
	المعدل العام لمتغير الحاسوب (الكومبيوتر)	٣,٩٣١	١,٠٧٨	٢٨,١٤١ %	%٧٨,٦٢٧

المصدر : اعداد الباحثين اعتماداً على البرنامج الإحصائي (SPSS) .

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (١) والذي يتضمن ستة اسئلة ، بأن المعدل العام لشدة إجابة افراد العينة قد بلغت (٧٨,٦٢٧%) بوسط حسابي موزون مقداره (٣,٩٣١) وبـأنحراف معيـاري مقـداره (١,٠٧٨) ومعامل اختلاف مقداره (٢٨,١٤١%) ، اذ ان ابرز الفقرات التي ساهمت في أغنـاء هـذا المتغير هي الفقرة الرابعة:(اعتماد الوحدة الاقتصادية على الحاسوب في تنظيم عمل النظام المحاسبي يؤدي الى استبعاد الاعمال الروتينية والمتكررة التي يقوم بها المحاسـبين)، اذ كانـت شـدة الاجابـة (٨٩,٤٢%) بوسط حسابي موزون مقداره (٤,٤٧١) وبأنحراف معيـاري مقـداره (٠,٧٣٧) مقابـل معامل اختلاف (١٦,٤٨٤%) ، اما العنصر الذي يليه هي الفقرة الثالثة:(قدرة الحاسوب على خـزن البيانات والمعلومات المحاسبية بشكل جيد وكفوء)، اذ كانت شدة الاجابة (٨٦,٤٨%) وبوسط حـسابي موزون مقداره (٤,٣٢٤) وبأنحراف معياري مقداره (٠,٨٩٨) مقابل معامل اختلاف (٢٠,٧٦٨%) ، بينما كانت اقل نسبة في هذا المتغير هي للفقرة الخامسة:(ترتبط اقسام وفـروع الوحـدة الاقتـصادية بنظام حاسوبي مركزي لتبادل البيانات والمعلومات المحاسبية فيما بينهـا)، اذ كانـت شـدة الاجابـة (٦٥,٨٨%) بوسط حسابي موزون مقداره (٣,٢٩٤) وبأنحراف معيـاري مقـداره (١,٢٢٥) مقابـل معامل اختلاف (٣٧,١٨٩%) .

ب) المتغير المستقل الثاني (شبكات الاتصال):-

الجدول (٢)

الأوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف والأوزان المئوية

لاستجابات عينة البحث حول متغير شبكات الاتصال N=٣٤

تسلسل الفقرات	الفقرات	المؤشرات الاحصائية			
		الوسط الحسابي الموزون $\bar{xw}$	الانحراف المعياري Si	معامل الاختلاف C.V.	الوزن المئوي %
.١	تهتم الوحدة الاقتصادية(الجامعة) بتحـديث اجهـزة ومعدات وبرامجيات الاتصال المتوفرة لديها	٣,١١٨	١,٢٣١	%٣٩,٤٨	%٦٢,٣٥٣
.٢	استخدام شبكات الاتصال يساهم في تبادل البيانـات والمعلومات المحاسبية بين الاطراف المعنية	٣,٤٤١	١,١١٦	%٣٢,٤٣٢	%٦٨,٨٢
.٣	وجود موقع انترنـت وبريـد الكترونـي للوحـدة الاقتصادية(الجامعة) يؤدي الى سـرعة التواصـل بينها وبين الوحدات الاقتصادية الاخرى	٣,٥٨٨	١,١٦٦	%٣٢,٤٩٧	%٧١,٧٦
.٤	تستخدم الوحدة الاقتصادية(الجامعة) شبكة اتـصال بينها وبين الوحدات الاقتـصادية الاخـرى لنقـل البيانات والمعلومات المحاسبية فيما بينها	٢,٧٣٥	١,١٩٦	%٤٣,٧٢٩	%٥٤,٧
.٥	تستفيد الوحدة الاقتصادية (الجامعة) مـن خـدمات الانترنت والانترنت والاكـسترانت وغيرهـا مـن وسائل الاتصال الاخرى	٤,١٧٦	٠,٩٨٤	%٢٣,٥٦٣	%٨٣,٥٢

٦.	ساهم استخدام الوحدة الاقتصادية(الجامعة) لشبكات الاتصال في تحسين العلاقة مع الزبائن وأدامتها	٣,٧٦٥	١,٠٠٢	%٢٦,٦١٤	%٧٥,٣
المعدل العام لمتغير شبكات الاتصال		٣,٤٧١	١,١١٦	%٣٣,٠٥٣	%٦٩,٤٠٩

المصدر : اعداد الباحثين اعتماداً على البرنامج الإحصائي (SPSS) .

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٢) والذي يتضمن ستة اسئلة ، بأن المعدل العام لشدة إجابة افراد العينة قد بلغت (٦٩,٤٠٩%) بوسط حسابي موزون مقداره (٣,٤٧١) وبـأنحراف معيـاري مقـداره (١,١١٦) ومعامل اختلاف مقداره (٣٢,٤٩٧%)، اذ ان ابرز الفقرات التي ساهمت في أغنـاء هـذا المتغير هي الفقرة الخامسة:(تستفيد الوحدة الاقتصادية من خدمات الانترنت والانترنت والاكـسترانت وغيرها من وسائل الاتصال الاخرى)، اذ كانت شدة الاجابة (٨٣,٥٢%) بوسط حسابي موزون مقداره (٤,١٧٦) وبأنحراف معياري مقداره (٠,٩٨٤) مقابل معامل اختلاف (٢٣,٥٦٣%) ، امـا العنـصر الذي يليه هي الفقرة السادسة:(ساهم استخدام الوحدة الاقتصادية لشبكات الاتصال في تحسين العلاقـة مع الزبائن وأدامتها)، اذ كانت شدة الاجابة (٧٥,٣%) وبوسط حـسابي مـوزون مقـداره (٣,٧٦٥) وبأنحراف معياري مقداره (١,٠٠٢) مقابل معامل اختلاف (٢٦,٦١٤%)، بينما كانت اقل نسبة في هذا المتغير هي للفقرة الرابعة:(تستخدم الوحدة الاقتصادية شبكة اتصال بينها وبين الوحدات الاقتـصادية الاخرى لنقل البيانات والمعلومات المحاسبية فيما بينها)، اذ كانت شدة الاجابة (٥٤,٧%) بوسط حسابي موزون مقداره (٢,٧٣٥) وبأنحراف معياري مقداره (١,١٩٦) مقابل معامل اختلاف (٤٣,٧٢٩%) .

جـ) المتغير المستقل الثالث (المهارات البشرية):-

الجدول (٣)

الأوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف والأوزان المئوية

لاستجابات عينة البحث حول متغير المهارات البشرية N=٣٤

تسلسل الفقرات	الفقرات	المؤشرات الاحصائية			
		الوسط الحسابي الموزون $\bar{xw}$	الانحراف المعياري Si	معامل الاختلاف C.V.	الوزن المئوي %
١.	يمتلك الموظفين في قسم الحـسابات خبـرات كافية لإستخدام ادوات تقنية المعلومات	٣,١٤٧	١,٢٤	%٣٩,٤٠٣	%٦٢,٩٤
٢.	تستطيع الوحدة الاقتصادية (الجامعة)اكتـشاف افضل الموظفين في تطوير وتوسيع قـدراتهم في مجال تقنية المعلومات	٤,١١٨	٠,٨٦٧	%٢١,٠٥٤	%٨٢,٣٦
٣.	ان التطبيق والتـدريب هـو افـضل طريقـة لأكتساب المهارات العلمية والعملية مـن قبـل موظفي قسم الحسابات	٣,٧٦٥	١,٢١٤	%٣٢,٢٤٤	%٧٥,٣
٤.	وجود فروق مهارية وثقافية بين الموظفين في تعاملهم مع ادوات تقنية المعلومات	٤,١٧٦	٠,٩٨٤	%٢٣,٥٦٣	%٨٣,٥٢
٥.	لا يتطلب تطوير وتدريب ودعم الموظفين في استخدام الطرق الالكترونية ومواقع الانترنـت والبريد الالكتروني وغيرها كلفة عالية	٣,٣٨٢	١,٣٧٢	٤٠,٥٦٨	%٦٧,٦٤
٦.	قدرة الموظفين في قسم الحسابات على امتلاك المهارات المحاسبية والحاسوبية في آنٍ واحد	٤,٣٨٢	٠,٧٢٨	%١٦,٦١٣	%٨٧,٦٤
المعدل العام لمتغير المهارات البشرية		٣,٨٢٨	١,٠٦٨	%٢٨,٩٠٨	%٧٦,٥٦٧

المصدر : اعداد الباحثين اعتماداً على البرنامج الإحصائي (SPSS) .

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٣) والذي يتضمن ستة اسئلة ، بأن المعدل العام لشدة إجابة افراد العينة قد بلغت (٧٦,٥٦٧%) بوسط حسابي موزون مقداره (٣,٨٢٨) وبـأنحراف معيـاري مقـداره (١,٠٦٨) ومعامل اختلاف مقداره (٢٨,٩٠٨%)، اذ ان ابرز الفقرات التي ساهمت في أغنـاء هـذا المتغير هي الفقرة السادسة:(قدرة الموظفين في قسم الحسابات على امـتلاك المهـارات المحاسـبية والحاسوبية في آنٍ واحد)، اذ كانت شدة الاجابة (٨٧,٦٤%) بوسط حسابي موزون مقـداره (٤,٣٨٢) وبأنحراف معياري مقداره (٠,٧٢٨) مقابل معامل اختلاف (١٦,٦١٣%) ، اما العنصر الذي يليه هي الفقرة الرابعة:(وجود فروق مهارية وثقافية بين الموظفين في تعاملهم مع ادوات تقنية المعلومات)، اذ كانت شدة الاجابة (٨٣,٥٢%) وبوسط حسابي موزون مقداره (٤,١٧٦) وبأنحراف معياري مقـداره (٠,٩٨٤) مقابل معامل اختلاف (٢٣,٥٦٣%)، بينما كانت اقل نسبة في هـذا المتغيـر هـي للفقـرة الاولى:(يمتلك الموظفين في قسم الحسابات خبرات كافية لإستخدام ادوات تقنية المعلومات)، اذ كانـت شدة الاجابة (٦٢,٩٤%) بوسط حسابي موزون مقداره (٣,١٤٧) وبأنحراف معياري مقـداره (١,٢٤) مقابل معامل اختلاف (٣٩,٤٠٣%).

ويمكن ترتيب المتغيرات المستقلة الثلاثة حسب الاهمية النسبية ، اذ جاء متغير الحاسوب في المرتبـة الاولى وبوزن نسبي مقداره (٧٨,٦٢٧%) ومعامل اختلاف (٢٨,١٤١%) ، اما المتغير الذي جاء في المرتبة الثانية فهو متغير المهارات البشرية وبوزن نسبي مقـداره (٧٦,٥٦٧%) ومعامـل اخـتلاف (٢٨,٩٠٨%) ، بينما جاء متغير شبكات الاتصال بالمرتبة الثالثة وبوزن نسبي مقـداره (٦٩,٤٠٩%) ومعامل اختلاف (٣٣,٠٥٣%) .

ثانياً- انظمة المعلومات المحاسبية :-

ان انظمة المعلومات المحاسبية تمثل المتغير التابع (المعتمد) في هذا البحث :-

المتغير التابع او المعتمد (أنظمة المعلومات المحاسبية):-

الجدول (٤)

الأوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف والأوزان المئوية

لأستجابات عينة البحث حول متغير أنظمة المعلومات المحاسبية N=٣٤

تسلسل الفقرات	الفقرات	المؤشرات الاحصائية			
		الوسط الحسابي الموزون $\bar{xw}$	الانحراف المعياري Si	معامل الاختلاف C.V.	الوزن المئوي %
١.	ان اهداف النظام المحاسبي في ظل تقنية المعلومـات لا تختلف عن اهدافه بالطريقـة اليدويـة سـوى ان الاول يحققها بسرعة ودقة عاليتين مقارنةً بالثانية	٣,٧٩٤	١,٢٠٣	%٣١,٧٠٨	%٧٥,٨٨
٢.	استخدام تقنية المعلومات أثر على بعض مقومات النظام المحاسبي كالمجموعة الدفترية والمستندية وغيرها	٣,٩١٢	١,٠٩٥	%٢٧,٩٩١	%٧٨,٢٤
٣.	ضرورة ان تعمل اجزاء النظـام المحاسـبي بـصورة مترابطة ومتناسقة ومتبادلة بهـدف تـوفير المعلومـات المفيدة والنافعة	٤,٢٣٥	٠,٩٠٩	%٢١,٤٦٤	%٨٤,٧
٤.	يشكلون المستفيدون من نظم المعلومات المحاسبية عاملاً مهماً لتقرير فاعلية النظام في الوحدة الاقتصادية	٣,٦٧٦	١,٢٥٩	%٣٤,٢٤٩	%٧٣,٥٢
٥.	وجود علاقة لنظام المعلومـات المحاسـبية مـع نظـم المعلومات الاخرى في الوحدة الاقتصادية كنظام الانتاج والافراد وغيرها	٣,٨٥٣	١,٠٨٨	%٢٨,٢٣٨	%٧٧,٠٦
٦.	ساهمت تقنية المعلومات في مجالات تحليل وتصميم نظم المعلومات المحاسبية في تسهيل عمل المحاسب وإعطائه فرصة لأن يصبح مديراً وخبيراً في النظم المحاسبية	٤,١٤٧	٠,٨٧٩	%٢١,١٩٦	%٨٢,٩٤

المعدل العام لمتغير أنظمة المعلومات المحاسبية	٣,٩٣٦	١,٠٧٢	%٢٧,٤٧٤	%٧٨,٧٢٣

المصدر : اعداد الباحثان اعتماداً على البرنامج الإحصائي (SPSS) .

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٤) والذي يتضمن ستة اسئلة ، بأن المعدل العام لشدة إجابة افراد العينة قد بلغت (٧٨,٧٢٣%) بوسط حسابي موزون مقداره (٣,٩٣٦) وبـأنحراف معيـاري مقـداره (١,٠٧٢) ومعامل اختلاف مقداره (٢٧,٤٧٤%)، اذ ان ابرز الفقرات التي ساهمت في أغنـاء هـذا المتغير هي الفقرة الثالثة:(ضرورة ان تعمل اجزاء النظام المحاسبي بـصورة مترابطـة ومتناسـقة ومتبادلة بهدف توفير المعلومات المفيدة والنافعة)، اذ كانت شدة الاجابـة (٨٤,٧%) بوسـط حـسابي موزون مقداره (٤,٢٣٥) وبأنحراف معياري مقداره (٠,٩٠٩) مقابل معامل اخـتلاف (٢١,٤٦٤%)، اما العنصر الذي يليه هي الفقرة السادسة:(ساهمت تقنية المعلومات في مجالات تحليل وتصميم نظـم المعلومات المحاسبية في تسهيل عمل المحاسب وإعطائه فرصة لأن يصبح مديراً وخبيراً فـي الـنظم المحاسبية)، اذ كانت شدة الاجابة (٨٢,٩٤%) وبوسط حسابي موزون مقداره (٤,١٤٧) وبـأنحراف معياري مقداره (٠,٨٧٩) مقابل معامل اختلاف (٢١,١٩٦%)، بينما كانت اقل نسبة في هذا المتغيـر هي للفقرة الرابعة:(يشكلون المستفيدون من نظم المعلومات المحاسبية عاملاً مهماً لتقرير فاعلية النظام في الوحدة الاقتصادية)، اذ كانت شدة الاجابة (٧٣,٥٢%) بوسط حسابي مـوزون مقـداره (٣,٦٧٦) وبأنحراف معياري مقداره (١,٢٥٩) مقابل معامل اختلاف (٣٤,٢٤٩%).

ثالثاً- اختبار فرضيات البحث :-

بهدف التعرف على طبيعة العلاقة بين تقنية المعلومات وأنظمة المعلومات المحاسبية من جهة والتعرف على اثر تقنية المعلومات على تطوير الانظمة المحاسبية من جهة اخرى، يتم في هذا المبحث اختبـار فرضيات البحث الرئيسية والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها، ولأغراض ذلك تم قياس العلاقة والأثـر بين متغيرات البحث بأستخدام معامل الارتباط الخطي البسيط والانحدار الخطي البسيط من اجل اختبار صحة الفرضيات ، وأعتمد الباحث على التحليل الإحصائي بين متغيرات البحث وعلى النحو التالي :-

أ) اختبار الفرضية الرئيسية الاولى :-

١- فرضية العدم (H0):- عدم وجود ارتباط موجب ذات دلالة معنوية بين ادوات تقنية المعلومـات وأنظمة المعلومات المحاسبية .

٢- الفرصية البديلة (H1):- وجود علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين ادوات تقنية المعلومات وأنظمة المعلومات المحاسبية .

جدول رقم (٥)

علاقة الارتباط بين مكونات تقنية المعلومات وأنظمة المعلومات المحاسبية

متغيرات مستقلة / متغير معتمد	الحاسوب	شبكات الاتصال	المهارات البشرية
أنظمة المعلومات المحاسبية	٠,٨٧٥	٠,٧٢٣	٠,٧٨٩
مستوى المعنوية	تغيرات معاملات الارتباط عند مستوى معنوية (٥%)		
الدلالة الاحصائية	معنوية	معنوية	معنوية

المصدر : اعداد الباحثين اعتماداً على البرنامج الإحصائي (SPSS) .

وتأسيساً على نتائج الجدول رقم (٥) يتضح ما يلي :-

١. علاقة الحاسوب بأنظمة المعلومات المحاسبية :-

توجد علاقة موجبة وقوية بين الحاسوب وأنظمة المعلومات المحاسبية ، اذ بلغ معامل الارتباط بينهما (٠,٨٧٥) وهو ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية (٥%)، وتشير تلك العلاقة الى ان الاهتمام بالحاسوب من شأنه ان يزيد من كفاءة وفاعلية أنظمة المعلومات المحاسبية عن طريق توفير المعلومات المحاسبية بشكل سريع ودقيق وتسهيل عمل النظام المحاسبي وأستبعاد كافة الاعمال الروتينية الملقاة على عاتق المحاسبين وتخفيف العبء عنهم، وبالتالي النتيجة قبول هذه الفرضية الفرعية .

٢. علاقة شبكات الاتصال بأنظمة المعلومات المحاسبية:-

توجد علاقة موجبة ومقبولة بين شبكات الاتصال وأنظمة المعلومات المحاسبية ، اذ بلغ معامل الارتباط بينهما (٠,٧٢٣) وهو ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية (٥%)، وتشير تلك العلاقة الى ان الاهتمام بشبكات الاتصال الكفوءة والفعالة سيساهم في تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية من خلال زيادة كفاءة الوحدة الاقتصادية عن طريق السرعة والدقة والوقت الملائم في انجاز مهامها وبالتالي تحقيق اهدافها المخططة وتبادل البيانات والمعلومات المحاسبية بين الاطراف المعنية من خلال الاستفادة من خدمات الانترنت والبريد الالكتروني والفاكس وغيرها، وبالتالي النتيجة قبول هذه الفرضية الفرعية .

٣. علاقة المهارات البشرية بأنظمة المعلومات المحاسبية:-

توجد علاقة موجبة وجيدة بين المهارات البشرية وأنظمة المعلومات المحاسبية ، اذ بلغ معامل الارتباط بينهما (٠,٧٨٩) وهو ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية (٥%)، وتشير تلك العلاقة الى ان الاهتمام بالمهارات البشرية من شأنه ان يزيد من كفاءة وفاعلية انظمة المعلومات المحاسبية عن طريق اقامة الدورات التدريبية والتطبيقية للموظفين المختصين على استخدام وسائل وأدوات تقنية المعلومات وضرورة اكتسابهم المهارات المحاسبية والحاسوبية في الوقت نفسه وتشجيع الموظفين على استخدام الطرق الالكترونية الحديثة في تسيير عملهم المحاسبي وغيرها، وبالتالي النتيجة قبول هذه الفرضية الفرعية .

يتضح من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم (٥) وجود علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة احصائية بين تقنية المعلومات (الحاسوب ، شبكات الاتصال ، المهارات البشرية) معاً بدلالة متغيراتها المنفردة وبين انظمة المعلومات المحاسبية، وهذا يدل على رفض فرضية العدم (H0) وقبول الفرضية البديلة (H1) أي (وجود علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة احصائية بين تقنية المعلومات وأنظمة المعلومات المحاسبية) .

وعند ترتيب القوة الارتباطية بين المتغيرات يتضح بأن الحاسوب يقع في المرتبة الاولى بمعامل ارتباط (٠,٨٧٥) والمهارات البشرية في المرتبة الثانية بمعامل ارتباط (٠,٧٨٩) وشبكات الاتصال في المرتبة الثالثة بمعامل ارتباط (٠,٧٢٣) .

أ) اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:-

١- فرضية العدم (H0):- عدم وجود تأثير ذو دلالة معنوية لتقنية المعلومات على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية .

٢- الفرصية البديلة (H1):- وجود تأثير ذو دلالة معنوية لتقنية المعلومات على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية .

جدول رقم (٦)
نتائج تقدير نموذج الانحدار الخطي البسيط لقياس تأثير تقنية المعلومات
على تطوير انظمة المعلومات المحاسبية

متغيرات مستقلة / متغير معتمد	الحاسوب	شبكات الاتصال	المهارات البشرية
أنظمة المعلومات المحاسبية	مستوى معنوية 5%		
الثابت (constant) $\hat{\beta}_0$	٢٢٥,٣١٦	١١٢,٢٥٣	١٨٧,٢١٣
$\hat{\beta}$ (X)	١,٢٥٣	٠,٩٢٤	١,٠٢٥
معامل التحديد R^2	٠,٧٦٦	٠,٥٢٣	٠,٦٢٣

المصدر : اعداد الباحثين اعتماداً على البرنامج الإحصائي (SPSS) .
وتأسيساً على نتائج الجدول رقم (٦) يتضح ما يلي :-

١. من خلال تقدير نموذج الانحدار الخطي البسيط والبالغ ($\hat{\beta}$=١,٢٥٣) للمتغير المستقل الحاسوب عند مستوى معنوية (5%) الذي يدلل على تأثير الحاسوب على تطوير انظمة المعلومات المحاسبية وبالتالي قبول هذه الفرضية الفرعية ، ومن جهة اخرى يتضح ان قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (٠,٧٦٦) تعني بأن الحاسوب قادر على تفسير ما نسبته (٧٦,٦%) من التغيرات التي تطرأ على انظمة المعلومات المحاسبية، اما النسبة المتبقية والبالغة (٢٣,٤%) فتعزى الى مساهمة متغيرات اخرى لم تدخل في مجال هذا البحث، وهذا يعني وجود علاقة انحدار بين الحاسوب وأنظمة المعلومات المحاسبية .

٢. من خلال تقدير نموذج الانحدار الخطي البسيط والبالغ ($\hat{\beta}$=٠,٩٢٤) للمتغير المستقل شبكات الاتصال عند مستوى معنوية (5%) الذي يدلل على تأثير شبكات الاتصال على تطوير انظمة المعلومات المحاسبية وبالتالي قبول هذه الفرضية الفرعية ، ومن جهة اخرى يتضح ان قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (٠,٥٢٣) تعني بأن شبكات الاتصال قادرة على تفسير ما نسبته (٥٢,٣%) من التغيرات التي تطرأ على انظمة المعلومات المحاسبية، اما النسبة المتبقية والبالغة (٤٧,٧%) فتعزى الى مساهمة متغيرات اخرى لم تدخل في مجال هذا البحث، وهذا يعني وجود علاقة انحدار بين شبكات الاتصال وأنظمة المعلومات المحاسبية .

٣. من خلال تقدير نموذج الانحدار الخطي البسيط والبالغ ($\hat{\beta}$=١,٠٢٥) للمتغير المستقل المهارات البشرية عند مستوى معنوية (5%) الذي يدلل على تأثير المهارات البشرية على تطوير انظمة المعلومات المحاسبية وبالتالي قبول هذه الفرضية الفرعية ، ومن جهة اخرى يتضح ان قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (٠,٦٢٣) تعني بأن المهارات البشرية قادرة على تفسير ما نسبته (٦٢,٣%) من التغيرات التي تطرأ على انظمة المعلومات المحاسبية، اما النسبة المتبقية والبالغة (٣٧,٧%) فتعزى الى مساهمة متغيرات اخرى لم تدخل في مجال هذا البحث، وهذا يعني وجود علاقة انحدار بين المهارات البشرية وأنظمة المعلومات المحاسبية .

المبحث الرابع
الاستنتاجات والتوصيات

اولاً- الاستنتاجات:-

توصل هذا البحث الى مجموعة من الاستنتاجات أهمها ما يلي:-

١. أظهرت نتائج البحث من خلال التحليل الإحصائي أن متغير الحاسوب جاء بالمرتبة الأولى من حيث سلم ترتيبه على مستوى مكونات تقنية المعلومات من حيث أهميته وبوزن نسبي مقداره (٧٨,٦٢٧%) ومعامل اختلاف (٢٨,١٤١%) وظهر هذا واضحاً من خلال أفراد عينة البحث.
٢. تبين بأن هناك اتفاق بين أفراد عينة البحث بخصوص متغير المهارات البشرية حيث حصل على المرتبة الثانية في سلم ترتيبه على مستوى مكونات تقنية المعلومات من خلال الفقرات المتعلقة بالمهارات البشرية وبوزن نسبي مقداره (٧٦,٥٦٧%) ومعامل اختلاف (٢٨,٩٠٨%).
٣. بينت نتائج البحث من خلال التحليل الإحصائي أن متغير شبكة الاتصال حصل على المرتبة الثالثة وبوزن نسبي مقداره (٦٩,٤٠٩%) ومعامل اختلاف (٣٣,٠٥٣%) وظهر هذا واضحاً من خلال أفراد عينة البحث.
٤. كشفت نتائج البحث بوجود علاقة ارتباط بين مكونات تقنية المعلومات وأنظمة المعلومات المحاسبية، وهذا يعني اهتمام الوحدة المبحوثة بطبيعة متغيرات البحث، اذ أظهرت نتائج البحث أن متغير الحاسوب جاء بالمرتبة الأولى من حيث قوة علاقة الارتباط مع انظمة المعلومات المحاسبية من خلال معامل الارتباط (٠,٨٧٥)، ثم يأتي متغير المهارات البشرية بمعامل ارتباط (٠,٧٨٩) وأخيراً شبكة الاتصال بمعامل ارتباط (٠,٧٢٣).
٥. من خلال تقدير نموذج الانحدار الخطي البسيط والبالغ ($\hat{\beta}$=١,٢٥٣) لمتغير الحاسوب و($\hat{\beta}$=٠,٩٢٤) لمتغير شبكات الاتصال و($\hat{\beta}$=١,٠٢٥) لمتغير المهارات البشرية عند مستوى معنوية (5%) الذي يدلل على تأثير هذه المتغيرات على تطوير انظمة المعلومات المحاسبية وبالتالي قبول الفرضية الرئيسية الثانية، ومن جهة اخرى يتضح ان قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة(٠,٧٦٦، ٠,٥٢٣، ٠,٦٢٣) لمتغير الحاسوب وشبكات الاتصال والمهارات البشرية على التوالي تعني بأن المتغيرات المذكورة اعلاه قادرة على تفسير ما نسبته (٧٦,٦%،٥٢,٣%،٦٢,٣%) على التوالي من التغيرات التي تطرأ على انظمة المعلومات المحاسبية، اما النسبة المتبقية والبالغة (٢٣,٤%،٤٧,٧%،٣٧,٧%) على التوالي فتعزى الى مساهمة متغيرات اخرى لم تدخل في مجال هذا البحث، وهذا يعني وجود علاقة انحدار بين هذه المتغيرات وأنظمة المعلومات المحاسبية .

ثانياً- الاستنتاجات:-

١) ضرورة توسيع الاعتماد على برامجيات الحاسوب وشبكات الاتصال وتقنياته الحديثة لما له من دور كبير في تحسين العمل المحاسبي وتشكيل قاعدة بيانات محاسبية يستفاد منها في توفير كافة البيانات المتعلقة بعمل الوحدة الاقتصادية .
٢) اعتماد العناصر البشرية الكفوءة وذات الطابع الفني المتقدم والقادر على ادارة الاتصالات والتي لديها مهارات محاسبية وحاسوبية في آنٍ واحد بالشكل الذي يتلاءم ومتطلبات هذا العصر الذي يتسم بالتقدم التكنولوجي الهائل.
٣) ضرورة تبني خطط طويلة الأجل لإدخال تقنية المعلومات الحديثة في العمل المحاسبي كاستخدام شبكة الانترنيت والانترنت وغيرها لغرض إنجاز الاعمال المحاسبية في الوقت المناسب وبأقل التكاليف.

٤) توفير التقنيات والمواد الاساسية والضرورية من قبل ادارة الوحدات الاقتصادية والاهتمام بالبرامج التدريبية واستخدام التقنيات الحديثة التي أثبتت بالفعل قدراتها العالية على شـدة انتبـاه المتـدرب والسرعة في إيصال المعلومات اليه على عكس البرامج التدريبية التقليدية التي تمثـل فـي اكثـر الاحيان إضاعةً للوقت والجهد والمال.

المصـ ـ ـ ـادر:-

1 Slack N., Chambers S. & Harland, Christine & Harrison, Alam & Johnston , Robert, " Operation Management " , 2nd Ed. , Pitman- Publishing , Co. , London, 1998,p:282.

2. Griffin R.W, "Management", 6th Ed, Houghton Mifflin, Co., Boston, 1999, p:673.

3. Alter ,S ,''Information systems : A management perspective" 3rd Ed, Adision-wesley Education, a publisher, Inc., U.S.A., New York, 1999,p:92,p:6-11.

4.Seen, J.A., "Business: Principles Practices and operation", 2nd Ed ., prentice – Hall International, Inc., U.S.A., New Jersey, 1998, p:12.

5. Wilkinson, Joseph W., Cerullo, Michael J., Raval, Vasant, Wong, Bernard, "Accounting Information Systems- Essential Concepts & Applications" 4th Ed, John Wiley&Sons,U.S.A,2000, p:5, p:66-71.

٦. الزعبي، يحيى حسن، (أثر نظام المعلومات الستراتيجي في بناء وتطوير المزايا التنافسية وتحقيـق عوامل التفوق التنافسي-دراسة تطبيقية في المصارف الأردنية المدرجة في سـوق عمـان المـالي)، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الادارة والاقتصاد- جامعة بغداد، ١٩٩٩،ص١٥.

٧. المجمع العربي للمحاسبين القانونيين ، " تقنية المعلومات " ، مطابع الـشمس ، عمـان – الأردن، ٢٠٠١،ص١٧.

٨. موسكوف، ستيفن أ. ، سيمكن ،مارك ج. ، "نظم المعلومات المحاسبية لاتخاذ القرارات " ، ترجمة وتعريب كمال الدين سعيد واحمد حامد حجاج (١٩٨٩) ، دار المـريخ للنـشر ، المملكـة العربيـة السعودية،١٩٨٤،ص٩٢٧-٩٢٨.

٩. قاسم ،عبد الرزاق محمد ، "نظم المعلومات المحاسبية الحاسوبية" ، الطبعة الاولـى ، مكتبـة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان – الأردن، ١٩٩٨،ص٢٤.

١٠. ياسين، سعد غالب، "نظم المعلومات الادارية" ، دار اليـازوري للنـشر والتوزيـع، عمـان - الأردن، 1998،ص٨٥.

١١. يحيى، زياد هاشم ،الحبيطي، قاسم محسن، "نظام المعلومات المحاسبية"، الحدباء للطباعة والنشر، الموصل-العراق، ٢٠٠٣ ، ص١٦٧-١٧٣،ص١٦-١٨،ص٣٥-٣٦.

12. Knott, G., & Waites, " Information Technology ", 2nd Ed., Business Education Publishers Limited, Gates head , 1997,p:139.

١٣.التكريتي، سعد غالب ياسين، والعلاق، بشير عباس، "الأعمال الالكترونية"، جامعه الزيتونة، عمان-الاردن،٢٠٠٢، ص٦٢-٦٣.

14.Ebert, R., Griffin, J. , "Business Essentials" 3rd Ed, New Jersey, 2000,p:378.

١٥. الحسـون، عادل محمد، القيسي، خالد ياسين، "النظم المحـاسبية"، الجزء الاول،الطبعة الاولى، دار الكتب والوثائق – بغداد، ١٩٩١ ، ص٤١-٤٤، ص١٣٣.

١٦.عبدالله ، خالد امين ؛ أبو عاصي ، حمزة بشير ،"أساسيات المحاسبة وطرقها" ، الطبعة الثانيـة ، دار وائل للنشر ، عمان-الاردن، ص١١ .

17. George ,Bodner H., Williams, Hapwood , "Accounting Information Systems", 5th Ed ,Prentice–Hall, Ins, New jersey,1993, p:2 .

١٨. الجليلي ،مقداد احمد، صليب، شكري حنا ،"النظم المحاسبية – الاطـار العلمـي"، الموصـل – العراق، ١٩٨٤ ،ص١٧.
١٩.الحبيطي، قاسم محسن، "المحاسبة الاداريـة"، الـدار الجامعيـة للطباعـة والنـشر،الموصـل-العراق،٢٠٠٢،ص١٢-١٣.
٢٠.أبو نصار، محمد، "المحاسبة الادارية" ، الطبعة الثانية، وائل للنشر والتوزيـع، عمـان- الاردن، ٢٠٠٥،ص١٣-١٥.

الاستبانة

عزيزي المجيب الكريم ....
تحية طيبة .....

أضع بين يديك استمارة الاستبانة التي أعدت لإكمال متطلبات البحث الموسوم (أثر تقنية المعلومـات على نظام المعلومات المحاسبية) بحث تحليلي لآراء عينة من أساتذة قسم المحاسـبة ومـوظفي قـسم الحسابات في جامعة الكوفة .

لذا نرجو الإجابة على التساؤلات التي تضمنتها الاستبانة بوضع علامة ( ) في المربـع الـذي يمثل الإجابة المناسبة بهدف الوصول إلى نتائج أكثر دقة. علماً أن هذه المعلومات سـيتم اسـتخدامها لأغراض البحث العلمي فقط.

مع فائق الشكر والتقدير ...

الباحثان

ت	الفقرات	سلم القياس				
		٥	٤	٣	٢	١
		أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق تماماً
١	تعتمد الوحدة الاقتصادية (الجامعة)على الحاسوب في سبيل تطوير عمل النظام المحاسبي					
٢	قدرة الحاسوب على توفير البيانـات و المعلومـات المحاسبية في الوقت المناسب وبدقة					
٣	قدرة الحاسوب على خـزن البيانـات والمعلومـات المحاسبية بشكل جيد وكفوء					
٤	اعتماد الوحدة الاقتصادية (الجامعة)على الحاسـوب في تنظيم عمل النظام المحاسبي يؤدي الى اسـتبعاد الاعمال الروتينيـة والمتكـررة التـي يقـوم بهـا المحاسبين					

٥	ترتبط اقسام وفروع الوحدة الاقتـصادية(الجامعـة) بنظام حاسوبي مركزي لتبادل البيانات والمعلومـات المحاسبية فيما بينها					
٦	ساهم استخدام التطبيقات والبرامجيات الجاهزة فـي تسيير وتسهيل عمل النظام المحاسبي					
٧	تهتم الوحدة الاقتصادية(الجامعة)بتحـديث اجهـزة ومعدات وبرامجيات الاتصال المتوفرة لديها					
٨	استخدام شبكات الاتصال يساهم في تبادل البيانـات والمعلومات المحاسبية بين الاطراف المعنية					
٩	وجود موقع انترنـت وبريـد ألكترونـي للوحـدة الاقتصادية يؤدي الى سرعة التواصل بينهـا وبـين الوحدات الاقتصادية الاخرى					
١٠	تستخدم الوحدة الاقتصادية (الجامعة) شبكة اتـصال بينها وبين الوحـدات الاقتـصادية الاخـرى لنقـل البيانات والمعلومات المحاسبية فيما بينها					
١١	تستفيد الوحدة الاقتصادية(الجامعـة) مـن خـدمات الانترنت والانترنت والاكـسترانت وغيرهـا مـن وسائل الاتصال الاخرى					
١٢	ساهم استخدام الوحدة الاقتصادية(الجامعة) لـشبكات الاتصال في تحسين العلاقة مع الزبائن وأدامتها					
١٣	يمتلك الموظفين في قسم الحسابات خبـرات كافيـة لإستخدام ادوات تقنية المعلومات					
١٤	تستطيع الوحدة الاقتصادية(الجامعة) اكتشاف افضل الموظفين في تطوير وتوسيع قدراتهم في مجال تقنية المعلومات					
١٥	ان التطبيق والتدريب هو افضل طريقـة لأكتـساب المهارات العلمية والعملية من قبـل مـوظفي قـسم الحسابات					
١٦	وجود فروق مهارية وثقافية بـين المـوظفين فـي تعاملهم مع ادوات تقنية المعلومات					
١٧	لا يتطلب تطوير وتدريب ودعـم المـوظفين فـي استخدام الطرق الالكترونية ومواقع الانترنت والبريد الالكتروني وغيرها كلفة عالية					
١٨	قدرة الموظفين في قسم الحـسابات علـى امـتلاك المهارات المحاسبية والحاسوبية في آنٍ واحد					

١٩	ان اهداف النظام المحاسبي في ظل تقنية المعلومات لا تختلف عن اهدافه بالطريقة اليدوية سوى ان الاول يحققها بسرعة ودقة عاليتين مقارنةً بالثانية					
٢٠	استخدام تقنية المعلومات أثر على بعض مقومات النظام المحاسبي كالمجموعة الدفترية والمستندية وغيرها					
٢١	ضرورة ان تعمل اجزاء النظام المحاسبي بصورة مترابطة ومتناسقة ومتبادلة بهدف توفير المعلومات المفيدة والنافعة					
٢٢	يشكلون المستفيدون من نظم المعلومات المحاسبية عاملاً مهماً لتقرير فاعلية النظام في الوحدة الاقتصادية					
٢٣	وجود علاقة لنظام المعلومات المحاسبية مع نظم المعلومات الاخرى في الوحدة الاقتصادية كنظام الانتاج والافراد وغيرها					
٢٤	ساهمت تقنية المعلومات في مجالات تحليل وتصميم نظم المعلومات المحاسبية في تسهيل عمل المحاسب وإعطائه فرصة لأن يصبح مديراً وخبيراً في النظم المحاسبية					

محور الدراسات المالية والمصرفية

*** أثر تغيرات أسعار الفائدة في النشاط المصرفي/ دراسة تطبيقية في مصرف الرافدين للسنوات(١٩٩٧-٢٠٠٢) المدرس المساعد/ مهدي عطيه/ جامعة بابل /كلية الإدارة والاقتصاد**

أثر تغيرات أسعار الفائدة في النشاط المصرفي

دراسة تطبيقية في مصرف الرافدين للسنوات (1997-2002)

م.م مهدي عطيه
كلية الإدارة والاقتصاد
جامعة بابل

Abstrct

This study aims to determine the effect of the change in interest rate in bank acteivities . To anderstanding this relationship we shoud be making the important analysis.this search, implication study on Rafidain Bank .the bank have been chosen as a sample of this study a according to importance represented in the process of economic and social development.Rafidain bank continued his activity as a first and biggest institution worker in the Iraq banking community by support the national economy and presentation the bank services to costomers and all citizens. In order to a chive the study 's objective the main haypothesis have formulated ,that change in interest rate effects in bank acteivities,this hypothesis is dividing to two subhypothesis, the first:change in size of banking deposits effects in loans and advances size.This study gat some conclusions related to its theoretical and particle aspects and come out with a number of recommendationthat that can be used by bank .

الخلاصه: -

يسعى هذا البحث الى التعرف على اثرتغيرات أسعار الفائدة على النشاط المصرفي باعتباره احد العوامل الخارجية المؤثرة على ذلك النشاط وقد استند البحث الى فرضيه مفادها (تؤثر التغيرات في اسعار الفائده في حال ثبات العوامل الاخرى على النشاط المصرفي) واظهرت نتائج التحليل دلائل تدعم هذه الفرضية من خلال مجموعة من المؤشرات لتحديد سعر الفائدة على الودائع والقروض والتسهيلات الائتمانية . وتوصل البحث الى عدد من التوصيات التي تؤكد على تعزيز التواصل العلمي وربط النظرية بالواقع العملي بهدف ربط وتيرة النمو الاقتصادي والاجتماعي للبلد .

لقد اصبحت الإدارة المصرفية امام تحديات متزايده، فوجهات النظر المتعلقه بتوجهات الاداره وأساليبها قبل عقد مضى قد تغيرت تماما ، واصبح مدراء العقود السابقه امام بيئه مصرفيه غريبه وغير معروفه لديهم . واختلفت الاسواق التي كانت تحصل المصارف على النقود منها بصوره جذرية وظهرت اسواق جديده وقد اختلفت الكثير من العقود التنظيميه القديمه والاجراءات الحمائيه على الاساس الجغرافي وتقديم المنتجات المصرفيه بصورة كبيرة وواضحة،فالاعمال المصرفيه الجديده تعتمد على التسليم الالكتروني لمنتجاتها وخدماتها ويتم دعمها بنظم معلومات واتصالات فعاله عن بعد وان تزايد تعقيد العمل المصرفي يمثل بالنسبه للكثير من المدراء فرصه للبحث والابداع لكل من المفاهيم والاساليب في العمل المصرفي من اجل تطوير اساليب العمل وتقنيات تقديم الخدمات ليتناسب مع التعقيد في البيئة الاقتصادية والتغير في البيئة السياسية والقانونية وبمعدلات متسارعة في التطور التكنلوجي والمعلوماتي والتزايد في مستوى المنافسه مما يتطلب اداره مصرفيه كفوءه وقويه قادره على التعامل مع هذه التغيرات .

إن للمصارف دورا كبيرا في التنمية الاقتصادية من خلال دور الوساطة في عمليات نقل الاموال من وحدات الفائض الى وحدات العجز اذ ان نقل هذه الاموال قد تكون مباشره ولكن من المحتمل ان

تكون متطلبات عمليات النقل بين هذه الوحدات غير متطابقه من ناحية الكميه وتاريخ الاستحقاق،والخصائص القانونية والقابلية للتسويق والتجزئة والتسديد ومخاطرة المعاملة.

إن صعوبة تحقيق التوافق بين متطلبات كل طرف من اطراف هذه المعامله يمكن تجنبه من خلال الوساطه لتحويل الاموال من المدخرين الى المقترضين من خلال الاسواق الماليه المفتوحه والوساطه المالية ومن خلال ايجاد قروض او حقوق ملكية معيارية لهذه الوحدات وتوزيعها للمستثمرين في الاسواق المالية المفتوحة. ان سيولة وقابلية تسويق مثل هذه الاوراق الماليه يمكن تطويرها وتحسينها بصورة واضحة من خلال الاسواق الثانوية. ويأتي دور الوسطاء الماليين عندما تكون متطلبات وخصائص المدخرين والمقترضين خاصة حيث يقوم الوسطاء بايجاد اثنين من الاسواق الفرعية لتسهيل تدفق الاموال بينهم وقد يقوم الوسطاء بشراء الاوراق المالية الأولية من المقترضين مثل(القروض) وفي السوق الفرعي الثانوي يقوم ببيع مطلوباته مثل (الودائع) الى الوحدات المدخرة وبهذه الطريقة يمكن للوسيط المالي ان يكّون هيكل موجوداته ومطلوباته لأرضاء رغبات كلاً من المقترضين والمقرضين النهائيين في الاقتصاد ومن خلال مسك محافظ ذات تنويع جديد في الموجودات. فأن الوسطاء سيكونون قادرين على تخفيض مخاطر الوحدات المدخرة ومساعدة المقترضين على الحصول على الاموال بالكميات والصيغ التي يرغبون بها (Hambell,1999:18)ومن اجل ان يؤدي المصرف وظائفه الأساسية بكفاءة وفعالية فأن على أدارته ان تختار وتراقب وبشكل مستمر توليفة مصادر التمويل وكلفتها حيث ان التغيير في الكلفة يؤدي الى التغيير في السيوله المتاحة وان التغير في كلفة التمويل يتبعه تغير مناسب في الايرادات لأدامة هامش الربح المطلوب ومن خلال ماتقدم يمكن ان نلاحظ بشكل واضح مدى الأعتمادية والترابط بين وظيفة قبول الودائع وبين وظيفة تقديم القروض والأئتمان حيث التغير في أحدهما ينعكس بأثر على الآخر.

منهجية البحث Research Methodolog

في هذا المبحث سيتم التعرف بالمشكلة التي يهدف البحث الى دراستها وايجاد الحلول الناجحة لها من خلال عدد من الفرضيات والتعريف ايضا بمتغيرات البحث وبطرق التعبير عنها والاساليب الإحصائية التي سيتم استخدامها .

أولا: مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في التغيرات المستمرة في اسعار الفائدة باعتبارها من العوامل الخارجيةعن سيطرة المنشات المصرفية وانعكاساتهاعلى سياسات وانشطة هذه المنشات،مما يتطلب من ادارات هذه المصارف دراسة وتحليل هذه العوامل والتعمل معها بما ينسجم واهداف واستراتيجيات هذه المنشات.

ثانيا: فرضيات البحث :Hypothessis

تم وضع فرضية رئيسة للبحث هي : تؤثر التغيرات باسعار الفائدة في حالة ثبات العوامل الاخرى في النشاط المصرفي المتمثل بحجم القروض وحجم الودائع الممنوحه وتتفرع من الفرضية الرئيسة فرضيتان فرعيتان هي:

-الفرضية الفرعية الاولى: يؤثر التغير باسعار الفائدة في حجم الودائع بشكل ايجابي ومعنوي إحصائيا أي ان الزيادة في اسعار الفائده يؤدي الى زيادة حجم الودائع والعكس صحيح .

- الفرضية الفرعية الثانية: يؤثر التغير بحجم الودائع الناجم عن التغير في اسعار الفائده في حجم القروض الممنوحه، أي ان زيادة حجم الودائع يؤدي الى زيادة حجم القروض الممنوحه والعكس صحيح.

ثالثا: اهمية البحث

تواجه المنشآت المصرفية في الوقت الحاضر تحديات كبيرة تتعلق بالتغيرات في البيئه الاقتصاديه والتغيرات في البيئه التشريعيه والمعدلات المتسارعه في التطورات التكنولوجية وتزايد حدة المنافسه الامر الذي يتطلب ادارة مصرفية كفوءه قادره على مواجهة هذه التحديات من خلال دراسه وتحليل كافة العوامل المؤثره في المنشات المصرفية الدور سواء تلك التي تقع خارج سيطرتها بغية التعرف

على آثارها السلبيه من اجل تحاشيها أوالحد منها ومن بين العوامل التي تقع خارج سيطرة المـصرف هي اسعار الفائده التي يقوم البنك المركزي باصدارها والتحكم فيها والتي تؤثر في النشاط المـصرفي وخصوصا الودائع والقروض والتسهيلات الائتمانيه . وقد جاءهذا البحث لدراسة الاثر الذي يمكـن ان يتركه في اسعار الفائدة وانعكاس تاثيرها في حجم القروض الممنوحة

رابعا: اهداف البحثObjectives of the study

يهدف البحث الى تحقيق الاهداف الاتية :

١- تحديد مدى استجابة حجم الودائع المصرفيه للتغير الذي يحصل في اسعار الفائده الممنوحةعلى الودائع وهو ان التغير في اسعار الفائدة يفسر كل التغير الحاصل في حجم الودائع ام ان هناك عوامل اخرى.

٢- تحديد مدى استجابة القروض المصرفية الممنوحة للمتغيرات التي تحصل في حجـم الودائـع التي تفسرها المتغيرات الحاصلة في الفائدة.

٣-وضع نتائج البحث وتوصياته في متناول الادارة المصرفية لمصرف الرافدين وللباحثين فـي مجال القطاع المصرفي الذي يعد احد الدعامات الرئيسة في الاقتصاد .

خامسا: عينة البحث:

اقتصرت عينة البحث على مصرف الرافدين وهو اقدم مصرف تجاري حكومي وطنـي ممـول براسمال مدفوع بالكامل من الخزيتة العامة اسس بموجب القانون رقم 33 لـسنة1941 ويهـدف الـى تجميع الاموال واعادة لستثمارها وتحقيق الارباح والمساهمة في التطور والنمو الاقتصادي في القطـر في اطار الاهداف والسياسات النقدية والمالية ويعمل بموجب القانون رقـم 92 لـسنة 1981 وطبقـا للنظام الداخلي رقم 2 لسنة 1993 ويتميز هذا المصرف بالخبرة الطويلة في ممارسة العمل والانتشار الجغرافي الواسع من حيث عدد الفـروع المـصرفية ولـه سـمعة جيـدة فـي الاوسـاط العربيـة والدولية(الجبوري ،64:2004) اما مدة الدراسة فكانت للسنوات 1997- 2002 وذلك لتوفر البيانات الخاصة بها.

سادسا: وصف متغيرات البحث وطرق التعبير عنها :

من خلال فرضيات البحث يتضح ان هناك ثلاثة متغيرات هي الاول سعر الفائدة (المتغير المستقل) والذي يؤثر في المتغيرين الاخيرين والمتغير الثاني هو الودائع (المتغير الوسيط) والذي يتاثر بـالتغير في سعر الفائده اما الثالث فهو القروض والتسهيلات الممنوحة(المتغير المعتمد)حيث يتاثر بـالتغيرات الحاصله في حجم الودائع وسعر الفائدة ويمكن وصف المتغيرات المذكوره كما في ادناه :

أ- سعر الفائدة سيتم الاعتماد على سعر الفائده الاسمي المرجح على الودائع الذي تتضمنه جداول تحديد اسعار الفائدة الصادرة عن البنك المركزي العراقي اذ ان اسعار الفائدة مرت بمراحـل منها .

- المرحله الاولى :تم تحديد سعر الفائده لودائع الادخار(10%)وللودائع الاجله (12%) وتم العمل بموجب هذه الاسعار من عام 1995 ولغاية عام1998.
- المرحلة الثانية : تغير سعر الفائده واصبح(9.5%) لودائع الادخار وكـذلك للودائـع الثابته خلال عام1999
- المرحلة الثالثة :تغير عام2000 الى (9.5%) لودائع الادخار و(9.7%)للودائع الآجله.
- المرحله الرابعة: تغير سعر الفائده عام 2001و2002 الى (8%) لودائع الادخار و(8.7%) للودائع الثبتة.

سابعا:الاساليب الاحصائية :

لغرض اختبار فرضيات البحث وقياس مدى تاثير التغير باسعار الفائدة في حجم الودائـع المـصرفية ومن ثم قياس تاثير ذلك في حجم القروض الممنوحة سيتم اعتماد اسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي يعتمد على وجود متغيرين احداهما معتمد ويرمز له(Y) ويتم تقديره بدلالـة المتغيـر المـستقل

ويرمز له بالرمز (X) ويمكن التعبير عن هذه العلاقة بمعادلة الانحدار الخطي الاتيـة:(ابـو صـالح ،132:1997)

$$Y=a+bX$$

حيث ان Y- المتغير المعتمد او التابع

A- تشير الى الحد الثابت في المعادلة الذي يعبر عن قيمة (Y) في حالة كون قيمة(X) تساوي صفر

B- تعبرعن مدى خط الانحدار الذي يعين التغير في (Y) عنـ ـدما تتغيـ ـر (X) بمقداروحدة واحدة.

X- المتغير المستقل

ولغرض معالجة البيانات واختبار فرضيات البحث فقد تم وضع معادلتي انحدار تعبـر الاولـى عـن الانحدار الخطي البسيط لحجم الودائع كمتغير معتمد(Y1)بدلالة اسعار الفائدة (X1) اما المعادلة الثانية فتعبر عن معادلة الانحدار الخطي لحجم القروض والتسهيلات المصرفية كمتغير معتمد (Y2) بدلالـة حجم الودائع كمتغير مستقل (X2) ومن خلال استخدام هذا الاسلوب لاختبار الفرضيات سـيتم تحديـد معامل الارتباط (R) بين المتغير المعتمد والمتغير المستقل والذي تتراوح قيمته بين (+1) و(-1) كمـا سيتم تفسير معامل التحديد (R2)الذي يقيس المدى الذي يفسره في بيانات المتغير المعتمد وسيتم اختبار معنوية الاختبار وذلك باستخدام اختبار (F) وسيتم تحليل البيانات باستخدام البرنامج المحمـل علـى الحاسوب .

المبحث الاول :المراجعة النظرية للبحث :Theoretical Review

تقوم المصارف بدور مهم في اقتصاديات البلدان سواء النامية او المتقدمة من خلال امتلاكها الحـصة الاكبر في عمليات الوساطة المالية سواء وظيفتها التقلـ ـيدية او الجديدة فموجودات المصرف هـي موجودات ماليه تتضـ ـمن عقود للمدفوعـ ـات القروض والتسهيلات او مدفوعات مستقبليه يدين بها المقترضون للمصرف من الافراد والشركات والحكومه كما تقوم بقبول الودائع او اصـدار التزامـات تعاقديه بصيغ ودائع او قروض للحصول على الاموال لشراء موجوداتها الماليه ويحـصل المـصرف على راس المال من خلال بيع الاسهم او تراكم الارباح المحتجزه ويحتل راس المال مصدرا ثانويـا للاموال ولكنه ذات اهمية كبيره لدعم قدرة المصرف على تحمـل المخـاطره وبـذلك يتـضح دور المصارف في كونها تلبي رغبات المقترضين والمقرضين النهائيين في الاقتصاد وبذلك فانه يتنافس مع كل مؤسسه تسعى الى تحقيق هدف تلبية الرغبات الماليه المتنوعه لوحدات الفائض والعجـز النقـدي وبذلك تبدأ الوساطه بالحصول على الاموال من خلال اصدار الالتزامات التي تتحدد بـدفع الفائـده او تقديم خدمات لمجهزي الاموال ثم تجميع هذه الاموال وتحويلها الى قروض يمكـن بيعهـا مـصحوبه بالخدمات الاخرى الى مستخدمي الاموال (وحدات العجز)الذين يدفعون مقابل حصولهم على الاموال فوائد محدده للوسيط ، بالاضافه الى الخدمات المالية تقدم المصارف خدمات غير ماليه لكـلا نـوعي الزبائن (مجهزي الاموال ومستخدميها) من اجل تحسين صورة الوسيط لديهم ومن خلال القيام بهـذه العمليه البسيطه تتحمل المصارف مصاريف غير مباشرة كبيرة يجب تغطيتها من خلال الزبائن . ومن العوامل المهمة التي تؤثر على نشاط المصرف والذي يعد عامل خارج سيطرة الاداره أي انه يحدد من قبل البنك المركزي او أي جهه تقوم مقامه استنادا الى السياسه النقديه هو سعر الفائدة وفي هذا المبحث سنجرى مناقشة المتغيرات الرئيسة للبحث والتي هي سعر الفائدة وحجم الودائع وحجم القروض.

اولا: سعر الفائده Interest Rate

يحدد رأس المال في اطار النظرية المالية من خلال اسعار الفائدة فالجهات او الوحدات الاقتـصادية التي تواجه فرص استثمارية مربحة تستطيع ان تدفع سعر فائده اعلى مما يمكنها من جلب رأس مـال

وتتدخل الدوله في تحديد آلية سعر الفائدة لغرض مساعدة بعض فئات المجتمع والمنـشات الـصغيره وذلك بوضع شروط ومواصفات خاصه ولاسباب عديده وفيما يلي يتم مناقشة سعر الفائـده وانواعـه والعوامل المؤثره فيه

١-تعريف سعر الفائده Interest definition

الفائدة هي مبلغ معين من المال اما ان يدفع او يحصل. فالشخص الذي يتنازل عن نقوده الآن نتيجة اقراضها (الدائن) يستحصل على الفائدة بعد مدة معينة يتفق عليها.، في حين ان المقترض (المدين) يدفع فائدة عند انقضاء المدة نظير حصوله على المبلغ عند بداية (السويدي،30:2002) كما عرفـت على انها العائد على راس المال المستخدم وثمـن اسـتخدام الامـوال واجـرة المـال المقتـرض (المومني،127:1996).

_ وعرفت ايضاً على انها مبلغ معين يـدفع مقابـل اسـتخدام راس المـال لمـدة زمنيـة معينـة (ملحم،25:1999)

وسعر الفائدة هو : نسبة مئوية تحسب على اساس سنوي وهو حاصل قسمة مبلغ الفائدة علـى المبلـغ المودع او المقترض.

او انه النسبة المئوية لمقدار الفائدة منسوباً الى المبلغ الاصلي والذي لايدفع ثمناً للأقتراض فقط ، وانما يدفع كنوع من المكافئات للمدخرين (Weston,et.al,1996:40)

من خلال التعاريف اعلاه يرى الباحث:

ان سعر الفائدة هو المكاسب او المنافع المالية التي يحصل عليها المستثمر (المقرض) نتيجـة لتنازلـه عن المبلغ المعين لفترة زمنية متفق عليها وغالبا ما تكون تسبة من هذا المبلغ تدفع من قبل المقترض.

2-انواع الفائدة :

- الفائدة البسيطة:

بشكل عام تفسح القروض المجال امام من ليس لديه اموالاً للأستهلاك مقابل اعادة مبالغ القروض الـى اصحابها بعد مدة محدودة وان الطرف المدين يدفع اصل المبلغ مضافاً اليه الفائـدة المحـسوبة علـى اساس نسبة معينة.

- الفوائد المركبه:_ هو الاسلوب الذي يتم فيه حساب الفائده بشكل تراكمي يرتبط ايجابيا مـع الوقت وهي ماتعرف بالفائده المركبة.

٣- سعر الفائدة الاسمي والحقيقي:

لعل التمييز بين سعر الفائدة الحقيقي وسعر الفائدة الاسمي على قدر كبير من الاهميه لأن مايؤثر فـي قرارات المدنيين والدائنيين هو سعر الفائده الحقيقي من الاستثمار والاقتراض والتكلفه الحقيقي نظيـر الاقتراض بالنسبه للمدنيين فقد يمر الاقتصاد في فترات يكون سعر الفائده فيها مرتفعا في الاسواق في حين يعد منخفضا اذا اخذت نسبة التضخم في الاعتبار. ان ذلك ما يتناوله مفهوم القوه الشرائيه للنقـود الذي يوفر مقياسا للتغير الذي يطرأ على القيمه الحقيقيه لمبلغ ما وقدرته على شراء سلع وخدمات لأنه يأخذ بنظر الاعتبار التغيرات التي قد تطرأ على مستوى الأسعار في اتجاه مواز يمكن استخدامه مقياس مماثل يميز بين مايحصل عليه المودع من عائد على شكل فائده ويبين القدره أو القوه الحقيقيـه لـذلك العائد الذي سيحصل عليه في المستقبل وهذا المقياس هو سعر الفائده الحقيقي الذي عرفه (Fisher) في معادلة الاتية :-

$$Y = I - pe$$ (السويدي, 31:2002)

اذ ان Y: تعبر سعر الفائده الحقيقي

I: تعبر عن سعر الفائده الاسمي

pe: نسبة التضخم المتوقع

ان سعر الفائده الحقيقي يأخذ بعين الاعتبار السعر الحقيقي ونسبة التضخم ، ونسبة عدم التسديد وعلاوة مخاطرة الأجل وعدم الاستحقاق.

4-العوامل المؤثرة في سعر الفائدة Factors that Influence on Interest Rate

يمكن تقسيم العوامل المؤثره في سعر الفائدة الى نوعين من العوامل:-

الاولى منها غير مباشرة، حاولت ان ترسم ملامحها عدد من النظريات والثانية مباشـرة وهـي العوامل التي تنطلق من الظروف الاقتصادية المحددة لعمليات الادخار والأستثمار، وفي ما يـأتي تعريف مختصر للنوعين:-

أ-العوامل غير المباشره: وهي العوامل التي حاولت خلالها بعض النظريات أن تفسر تحركات أو سلوك سعر الفائده وهذه العوامل هي

(هنيدي، 258:200).

1-نظرية التوقفات (Expecta tions)

تؤكد هذه النظرية على العلاقة بين تاريخ الإستحقاق ومعدل الفائدة تحدد علـى ضـوء توقعـات العاملين في السوق فأذا كانت التوقعات تشير الى ارتفاع مضطرد في أسعار الفائده فإن العلاقه بين العائد وتاريخ الأستحقاق ستكون علاقه طردية.

2- نظرية تفضيل السيولة Liquidity Preference

تقضي هذه النظرية بأن المستثمرين عادة ما يفضلون الاوراق المالية التي يسهل تحويلها الى نقديه والتي تمثل اساسا" اوراقا"ماليه قصيرة الاجل ويحمل هذا التحليل افتراض وجود علاقه طرديه بين العائد وتاريخ الاستحقاق فاذا كان الهدف من الاستثمار تحقيق عائد مرتفع فمن المتوقع ان توجـه الموارد المتاحة الى استثمارات طويلة الاجل.

3- نظرية تجزئة السوق segmented market

.تؤكد هذه النظريه على عدم وجود علاقه بين الاوراق الماليه الطويله والاوراق الماليه القـصيرة الاجل فلكل سوق خاص به يتحدد فيها العائد وفقا لقانون العرض والطلب ولاتوجـد علاقـه بـين العائد وتاريخ الاستحقاق (Jessup,1980:171).

ب- العوامل المباشره: Direct Factors

وهذه العوامل هي:

1- السياسة النقدية Monetary Policy

يؤثر عرض النقد والودائع تحت الطلب بشكل واضح في مستوى النشاط الاقتصادي وفي نسبة التضخم كما ان السلطه النقدية تؤثر في حجم عرض النقد وفي سرعة تداوله اذ ان زيادة نسبة عـرض النقـد يؤدي الى انخفاض مستوى اسعار الفائدة أي جانب احتمالية ارتفاع معدل التضخم المتوقـع والعكـس صحيح.

2- السياسة المالية (Fiscal Policy)

ان زيادة حجم النفقات العامة للدولة على ماتحققه من ايرادات يؤدي الى زيادة حجم الـدين العـام لأن الفارق يمول اما بالدين العام المتداول او بالإقتراض المباشر من المصارف وعليه كلما زاد حجم الدين كلما زادت اسعار الفائدة.

3- مستوى النشاط الاقتصادي: (Economic Activity Level)

يتفاعل هيكل سعر الفائده مع مستوى النشاط الاقتصادي اذ ان ارتفاع مستوى النشاط الاقتصادي يؤدي الى زيادة الطلب على الأموال وبالتالي زيادة اسعار الفائدة وخاصة اذا مارافق ذلـك ارتفـاع حالـة التضخم والعكس صحيح في حالة الفتور.

ثانيا:- الودائع المصرفية (Banking Deposits)

تعد الودائع اهم مصادر التمويل الرئيسة في المنشآت المصرفية اذ تعتمد عليها في تلبية النسبة الأكبـر من الحاجة للأموال المطلوبة من قبل الوحدات الأقتصادية التي تعاني عجز في الأموال وتنشأ الودائـع نتيجة لوجود فائض نقدي يزيد عن حاجة الوحدات الأقتصادية ذات الفائض.

ويعد خلق الودائع أحد الوظائف الرئيسة للمصارف والتي من دونها لايتمكن المصرف من الأقـراض وعند اقراض الأموال من قبل المصرف قد تتحول هذه بدورها الى ودائع يطلق عليها (الودائع المشتقه

) (الحسيني والدوري 108:2000) وفي هذه الفقرات نتناول مفهوم الودائـع وأهميتهـا وأنواعهـا والعوامل المؤثرة في تنميتها:-

1- مفهوم الوديعة هي المبلغ المصرح به بأية عملة كانـت والمودعـة لـدى المنـشآت الماليـة والمصرفية والواجبة الدفع والتأدية عند الطلب أو بعد أنذار في تاريخ استحقاق معين. وهنـاك بعـض المبالغ التي يتم ايداعها في المصرف الاّ انها لاتدخل ضمن مفهوم الودائع منها(الحـسيني والـدوري 105: 2000)

ـ المبالغ المودعة بالعملة المحلية لقاء فتح الإعتمادات.
ـ المبالغ المودعة لقاء اصدار الكفالات.
ـ المبالغ المودعة بالعملات الأجنبية كغطاء للإعتمادات المفتوحة.
ـ مبالغ أحد فروع مصرف معين لدى فرع آخر من المصرف نفسه.

2- تصنيف الودائع (Banking Deposits Classification)

يمكن تصنيف الودائع المصرفيه حسب معـايير التـصنيف الـى الودائـع الآتيـة: (هنـدول 163:2005)

أ-حسب حركتها اما نشيطه (Idle Active) وهي الودائع التي تجري عليهـا عمليـات سـحب وايداع كثيرة ومن ثم يبقى رصيدها غير مستقر او ودائع خامله(Restricted) وهي المـستقرة نسبيا.

ب-حسب منشأها أما ودائع أولية (Primary Deposits) والتي تنشأ عن عمليات ايداع نقـود أو شبكات محسوبة على مصرف آخر فـي نفـس المـصرف أو ودائـع مـشتقة (Derived Deposits) وهي وهمية تخلقها المصارف عن طريق فتح القروض (خلق النقود).

ج-حسب مصدرها أما ودائع أجنبية تمثل المصارف المراسـلة (Corresponding Banks) وودائع غير المقيمين لدى المصرف أو ودائع محلية والمحلية يمكن تقسيمها الى ودائـع القطـاع الخاص وودائع القطاع الحكومي.

د-حسب الزمن وهو التصنيف الأكثر شيوعاً حيث تقسم الى :-

1-الودائع الجارية (Demand Depostes) أو تحت الطلب وهي تلك الودائـع التـي يحـق لمودعها السحب منها في أي وقت يشاء، ولاتقوم المصارف بدفع فوائد على هذا النوع من الودائع (الشمري،135:1995)

2- ودائع التوفير (Saving Depsils):-

وهي مدخرات الافراد وصغار التجار يحصل بموجبها المدخرين على دفاتر خاصة توضح عمليات الأيداع وتقوم المصارف بدفع فوائد على هذا النوع من الودائع لتشجيع الافراد على الأدخار وتتميز بالأستقرار النسبي مقارنة بالودائع الجارية (عبد الهادي 89:1995).

3_ ودائع الاجل من سمات هذا النوع من الودائع انه لايمكن السحب منها الا بعد اشعار المصرف بفترة تحدد عند اتمام عملية الايداع وتكون نسبة الفوائد على هذا النوع من الودائع متناسبة طردياً مع المده:(رمضان : 81:1997).

3-العوامل المؤثره في حجم الودائع:_

تتأثر الودائع المصرفيه بمجموعه من العوامل منها:

ا-حجم الدخل :أي ان زيادة دخل الافراد تعني زيادة قدرتها على الادخار وبالتالي زيادة حجـم الودائع لدى المصرف.

ب-حجم النقد في التداول: ان زيادة تدفق الأموال الى المصارف يزيد من ودائعها فـي جانـب الخصوم ويزيد من أرصدتها السائلة على شكل ودائع لدى البنك المركزي.

ج-الأستقرار السياسي والأقتصادي يؤدي الى زيادة تدفق الأموال الى المصارف وعـدم وجـود الأستقراريؤدي الى سحب الأموال من المصارف.

د-العادات والتقاليد وتتمثل في العادات الخاصة بأكتناز الأموال بعيداً عن المصارف كما ان سعر الفائدة الثابت يدخل في باب الربا الذي حرمه الإسلام الأمر الذي يدعو شريحة من الناس الى حجب أموالهم من المصارف (النجار: :23:1997).

هـ-المركز المالي للمصارف اذ تنعكس قوة المركز المالي للمصرف على زيادة ثقة الجمهور بأدائه ويزيد الأطمئنان لديهم كذلك زيادة الوعي المصرفي لدى الجمهور يدفعهم الى التعامل مع المصرف.

و-سعر الفائدة: يؤدي ارتفاع سعر الفائدة الى زيادة حجم الودائع المصرفية وانخفاضها يؤدي الى تحرك الأموال بأتجاه فرص استثمارية تعطيهم عائد أكبر من سعر الفائدة.

ثالثاً: القروض والتسهيلات الأئتمانية(Loans and credit fasity) :

يعد منح القروض والتسهيلات الأئتمانية من الانشطة الرئيسة للمصارف (معلا والطاهر:242:1999)، وقد اخذت هذه الوظيفه تتطور بمرور الزمن وظهور الحاجةالى الأموال للأغراض الأستثمارية المختلفة وفي هذه الفقرات يتم مناولة أنواع القروض والتسهيلات المصرفية والعوامل التي تؤثر في حجم هذا النشاط.

1-مفهوم الأئتمان: يقصد بالأئتمان التبادل المالي للبضائع والممتلكات (أو الحقوق فيها) مقابل دفع القيمة المساوية لها والمتفق عليها في المستقبل. ويؤكد التعريف على عامل الوقت وذلك لانه من اهم خواص الائتمان ولا تعتبر معاملة الائتمان تامة الا اذا تم تسديد اخر جزء من الائتمان المقترض (الشماع : 1975 :464)

وتهتم المصارف عند منحها للائتمان بعوامل الضمان والربحيه والسيولة لذلك تبرز اهمية السياسة الائتمانية والتي تعد احدى ادوات السياسة النقدية . وتحكم السياسة النقدية اعتبارات متعددة منها :

_ المحافظة على سلامة توظيف وحسن استخدام الاموال .

_ التقيد بالسياسة العامة للدولة وسياسة البنك المركزي .

_ تشجيع القطاع المصرفي وتنميته وتطويره . (الحسيني والدوري ،:124:2002)

2-تصنيف القروض والتسهيلات :

ويمكن تصنيفها الى الاصناف الاتية :

ا_ التسهيلات المباشرة (Direct credit)

وهي التسيلات التي يقوم المصرف بتقديمها الى الزبون بناء على طلبه ويتم ذلك عن طريق صندوق البنك او عن طريق الحساب الجاري المدين او قيدها لحساب الزبون عند خصم الاوراق التجارية وتأخير التسهيلات الاتمانية من الصور

الاتية :-

1-الجاري المدين overdrafts : وفي هذا النوع من التسهيلات يسمح المصرف للزبون السحب من حساب يفتح باسمه حتى حد معين بعد الا تفاق بينهما وفي هذا النوع يتم الاعتماد على الضمان الشخصي مثل سمعة الزبون ومركزه المالي .

2-خصم الأوراق التجارية Discounted Bills

وفيها يقوم المصرف بدفع قيمة الورقة التجارية (الكمبيالة) المقدمة من قبل الزبون نقداً ودون انتظار أجل سدادها وبعد خصم الفوائد والعمولات على أن يقوم المصرف بتحصيل قيمة الورقة حين استحقاقها.

3-القروض والسلف Loans and Advances

وتمنح القروض المصرفية للمنشآت الكبيرة والصغيرة وتزداد هذه القروض حجما للمنشآت الكبيره لتمويل مشاريع التوسع. والقرض هو عبارة عن مبلغ من المال يقدمه المصرف الى الزبون لقاء ضمانات شخصية وعينية بعد الاتفاق على مبلغ القرض وسعر الفائدة.

ب- التسهيلات غير المباشرة Indirect Credit

وفي هذا النوع من التسهيلات لايقوم المصرف بدفع مبالغ نقدية للزبون مباشـرة وأنمـا تقـدم اليـه تسهيلات بصور مختلفة وهي بمثابة التزام مؤجل على المصرف يستحق الايفاء به في حالة عدم قدرة الزبون على السداد لأي سبب كان ومن أمثلتها:

1-الاعتمادات المستندية: وهي عبارة عن تعهد خطي من قبل المصرف (فاتح الاعتماد) لصالح البائع (المصدر) بناءاً على أوامر وتعليمات المشتر (الزبون) يستعد المصرف بموجبه بدفع مبلغ معين أو قبول سحوبات زمنية بقيمة محددة خلال فترة زمنية محددة وضمن شروط الأتمان.

2-خطابات الضمان والكفالات Litters of Guarantee

وهو عبارة عن صك يتعهد به المصرف الذي يصدره بالدفع للمستفيد منه مبلغاً لايتجاوز حـداً معينـاً لحساب (بالنيابة عن) طرف ثالث لغرض معين وضمن أجل معين.

3_ العومل المؤثرة في حجم القروض والتسهيلات الأئتمانية:_

تتأثر القروض والتسهيلات المصرفية بمجموعة من العوامل:

ا_ النشاط الأقتصادي واستقراره: ففي حالة الأنتعاش الاقتصادي تزداد الحاجة الى الأموال ومـن ثـم زيادة الطلب على القروض والتسهيلات. والعكس صحيح في حالة الركود الإقتصادي.

ب-العائد المتوقع من القروض: اذا توقع المقترض ان العائد المتوقع من القرض اكثر من التكلفـة أي (الفائدة) فانهم يسعون للحصول على القروض واذا كانت التوقعات غير مشجعه فانهم سيعزفون عـن اللجوء للاقتراض .

ج- اسعار الفائدة : يؤثر سعر الفائده في حجم القروض بشكل مباشر فان انخفاض سعر الفائده سيؤدي الى زيادة الطلب على القروض بسبب انخفاض تكلفة التمويل والعكس من ذلك يحدث في حالة ارتفاع سعر الفائده .

د- حجم الودائع المصرفيه:زيادة حجم الودائع لدى المصرف يؤدي الى زيادة قدرته في منح القروض والتسهيلات الاخرى.

ه- ضمان القروض : ان وجود اجراءات لضمان القروض يخلق لدى المصرف الامـان والاطمئنـان الامر الذي يحفزه على زيادة حجم القروض

المبحث الثاني : تحليل ومناقشة متغيرات البحث واختبار الفرضيات

من خلال التحليل والمناقشة ،سيتم استعراض واقع متغيرات البحث والمتضمن سعر الفائـدة وحجـم الودائع والقروض والتسهيلات الائتمانية ضمن مدة الدراسة والتحليل (1997- 2002) بالاستفادة مـن التقارير السنوية والحسابات الختامية لمصرف الرافدين وجداول اسعار الفائدة الـصادرة عـن البنـك المركزي العراقي كما سيتم مناقشة النتائج الناتجة عن اختبار الفرضيات .

اولا: تحليل واقع متغيرات البحث

1-تطور سعر الفائدة على الودائع:

شهدت اسعار الفائدة على الودائع خلال مدة الدراسة (1997- 2002) تغيـرات واضـحة لـدى المصارف اذ بلغ معدل سعر الفائدة المرجح على الودائع خلال عام ١٩٩٧(٥,٢%)واسـتمر ذلـك خلال عام ١٩٩٨ . اما خلال عام ١٩٩٩فقد انخفض الى (٤,٧٥%) وبمعـدل نمـو سـالب بلـغ (٠,٠٩%) كما هو واضح في الجدول رقم(١) وفي عام ٢٠٠٠استمر معـدل النمـو بالانخفـاض وبنسبة (٠,٠٤%) اذ وصلت (٤,٥٧%) وخلال عام ٢٠٠١-٢٠٠٢اسمرت بالانخفـاض وبنـسبة (٠,١١%) اذ وصلت (٤,٠٧%) وتاتي هذه التغيرات باسعر الفائدة لتاكد سياسة البنـك المركـزي باتجاه تخفيض الاموال المدخرة وتشجيع الاتجاه نحو الاستثمار لدعم الاقتصاد الوطني٠

جدول رقم(١)
تطور سعر الفائدة لودائع التوفير والاجلة (١٩٩٧-٢٠٠٢)
للمصارف العراقية

السنة	متوسط سعر الفائدة على ودائع التوفير والاجلة %	معدل النمو %
١٩٩٧	٥,٢	_
١٩٩٨	٥,٢	٠
١٩٩٩	٤,٧٥	(٠,٠٩)
٢٠٠٠	٤,٥٧	(٠,٠٤)
٢٠٠١	٤,٠٧	(٠,١١)
٢٠٠٢	٤,٠٧	٠

ملاحظة:الأرقام بين الاقواس تدل على ان الاشارة سالبة
المصدر: من اعداد الباحث

2- تطور حجم الودائع :

تشكل الودائع الجزء الاكبر من التزامات المصرف اذ تصل الى نسبة كبيرة من مجموع المطلوبات قد تصل الى (٨٠%) . يتضح من نتائج التحليل الموضحة في الجدول رقم (٢) لنسبة النمو بالنسبة لاجمالي الموجودات وكذلك نسبة النمو للودائع خلال مدة الدراسة اذ كانت نسبة النمو للودائع تتراوح بين (٣٨,٦٨%) في عام ١٩٩٧و(١٧,٣٢%) في عام ٢٠٠٠اذ شهدت اعلى معدل نمو بلغ (٣٨,٦٨%) خلال عام ١٩٩٧تراجعت خلال عام ١٩٩٩اذ وصلت اقل معدل نمو خلال عام ٢٠٠٠في حين ارتفع المعدل في عام ٢٠٠١و٢٠٠٢اذبلغ معدل النمو(٣٠,١٨%) و(٣٧%)للعامين على التوالي .

كما يتضح من الجدول تركيب انواع الودائع كنسبة من الاجمالي وكانت الودائع الجارية تحتل اعلى النسب خلال مدة الدراسة تليها ودائع التوفير ثم الودائع الاجلة .

ويتضح من معدلات النمو ان حجم الودائع في ارتفاع خلال مدة الدراسة ولكن بمعدلات متفاوتة. مما يتطلب من ادارة المصرف وضع السياسات والستراتيجيات الكفوءة لتوجيه هذه الاموال الى الفرص الاستثمارية المربحة لتنشيط الاقتصاد.

جدول رقم(٢)
معدل نمو الودائع مقارنة بالموجودات للمدة (١٩٩٧-٢٠٠٢)
لمصرف الرافدين

السنوات	اجمالي الوجودات		اجمالي الودائع		انواع الودائع كنسبة من الاجمالي		
	مليون دينار	معدل النمو%	مليون دينار	معدل النمو%	الجارية %	توفير %	الاجلة%
١٩٩٧	٣٤٩٠٣١	٥٧,٨	٣٢٠٦١٦	٣٨,٦٨	٥٧	٣٣	٧
١٩٩٨	٥٠٣١٤٥	٤٤,٢	٤٥٣٦٧٨	٢٩,٣٣	٥٧	٣٣	٧
١٩٩٩	٦٧٦٩٣٩	٣٤,٥	٦٢١٠٠٩	٢٦,٩٥	٥٨	٣٠	٨
٢٠٠٠	٨١١٧٢٤	٢٠	٧٥١٠٨٤	١٧,٣٢	٥٨	٣١	٩
٢٠٠١	١١٥٤٣٧٧	٤٢,٢	١٠٧٩٤١٨	٣٠,١٨	٥٩	٣٠	٨
٢٠٠٢	١٥٤٦١٣٥	٣٤	١٤٧٨٧٦٢	٣٧	٦٤	٢٧	٧

المصدر: من اعداد الباحث

3- تطور القروض والتسهيلات الائتمانية:

تعد القروض والتسهيلات الائتمانية التي تشمل الكمبيالات المخصومةوالحسابات الجارية المدينة والقروض والسلف من الانشطة الاساسية له كونها المصدر الاساسي لايراداته وارباحه المتحققة ويتضح من نتائج التحليل الموضحة في الجدول رقم (٣) نسبة القروض والتسهيلات كنسبة من الموجودات لمصرف الرافدين خلال مدة الدراسة اذ بلغت النسبة خلال عام١٩٩٧(١٢,٢٢%)ارتفعت خلال عام ١٩٩٨الى (١٨,٢٦%) وبمعدل نمو بلغ (٤٩,٤%). انخفضت عام ١٩٩٩الى (١٢,٨٣%) وبمعدل نمو سالب بلغ (٢٩,٧%) وكانت اعلى نسبة عام ٢٠٠٢بلغت(٢٠%) وبمعدل نمو(٢٧,٤%).

اما تطور القروض والتسهيلات الائتمانية كنسبة من الودائع فيتضح من نتائج التحليل لهذه النسبة اذ بلغت (١٣,٣%) خلال عام ١٩٩٧ ارتفعت في عام ١٩٩٨ الى(٢٠,٢٥%) وبمعدل نمو بلغ (٥٢,٢٥%) تباينت هذه النسبة في السنوات التاليةالى ان وصلت الى اعلى نسبة بلغت (٢٠,٩%) خلال عام ٢٠٠٢ وبمعدل نمو بلغ (٢٤,٤%).

ويتضح من نتائج التحليل ان تطور معدلات القروض والتسهيلات الائتمانية لمصرف الرافدين خلال مدة الدراسة ولكن بمعدلات نمو متفاوتة وهذا يدل على اهتمام ادارة المصرف بهذه الانشطة لكونها مصادر لتحقيق الايرادات والمساهمة في تحقيق اهداف السياسة المصرفية.

جدول رقم (٣)

تطور الاوراق التجارية والقروض والتسهيلات الائتمانية كنسبة من الموجودات والودائع للمدة (١٩٩٧-٢٠٠٢) لمصرف الرافدين

السنة	الاوراق التجارية والقروض والتسهيلات (مليون)	كنسبة من الموجودات%	معدل النمو%	كنسبة من الودائع %	معدل النمو%
١٩٩٧	٤٢٦٤٥	١٢,٢٢	_	١٣,٣	_
١٩٩٨	٩١٨٧٦	١٨,٢٦	٤٩,٤	٢٠,٢٥	٥٢,٢٥
١٩٩٩	٨٦٨٢٤	١٢,٨٣	(٢٩,٧)	١٣,٩٨	(٣٠,٩٦)
٢٠٠٠	١٣١٤٩٥	١٦,٢	٢٦,٣	١٧,٥	٢٥,١٨
٢٠٠١	١٨١٤٣١	١٥,٧	(٣,١)	١٦,٨	(٤)
٢٠٠٢	٣٠٩٠٠٢	٢٠	٢٧,٤	٢٠,٩	٢٤,٤

ملاحظة:الارقام بين الاقواس تدل على النسب السالبة

المصدر: من اعداد الباحث

ثانيا:اختبار فرضيات البحث :Hypothessis

تم تحديدالفرضية الرئيسة للبحث لتبين العلاقة التاثيرية بين اسعار الفائدة على الودائع(المتغير المستقل) وبين النشاط المصرفي المتمثل في كل من الودائع والقروض والتسهيلات الائتمانية الممنوحة وقد تفرعت من تلك الفرضية فرضيتان اهتمت الاولى بنوع الاثر الذي يمكن ان يعكسه سعر الفائدة في حجم الودائع . اما الفرضية الثانية فقد اهتمت بتحديد اتجاه الاثر الذي يمكن ان يتركه حجم الودائع في حجم القروض والتشهيلات الائتمانية وفي ما يلي النتائج التي تحققت من اجراء اختبار الفرضيات .

أ- نتائج اختبار الفرضية الاولى : من اجل اختبار هذه الفرضية فقد تم التعبير عن الودائع بثلاث مكونات الاول اعتماد ودائع الزبائن (التوفير) والثاني اعتماد الودائع الاجلة . اما الثالث فقد تم اعتماد اجمالي الودائع للتعرف على درجة استجابة كل واحد منها للتغير الحاصل في سعر الفائدة وقد كانت النتائج المتحققة من خلال استخدام اسلوب الانحدار الخطي البسيط كما في الاتي :

١- معادلة الانحدار الخطي البسيط لودائع الزبائن بدلالة سعر الفائدة

Y= 1189121-205887X

يتضح من المعادلة اعلاه ان حجم ودائع التوفير ستكون بحدود ١١٨٩١٢١دينار عندما تكون قيمة (x) الذي يعبر عن سعر الفائدة مساوية للصفر .وان ميل المتغير المستقل (سـعر الفائـدة علـى المتغيـر المعتمد) حجم الودائع قدبلغ بحدود ٢٠٥٨٨٧دينار وهو ما يعبر عنه الحد الثاني في المعادلة اعلاه قـد اسفرت عن علاقة موجبة بين المتغير الا انها ضعيفةحيث كان معامل الارتباط ضعيفا بلغ (٦،٩%)

١- معادلة النحدار الخطي البسيط للودائع الاجلةبدلالة سعر الفائدة

Y= ٣١٤٤٧٤ - 54775X

يتضح من المعادلة اعلاه قيمة الودائع الاجلة بلغت (٣١٤)الف دينار عندما تكون قيمـة (x) مـساوية للصفر .اما ميل سعر الفائدة على الودائع الاجلة الذي اشار اليه الحدالثاني في المعادلة بلغ (٥٤)الـف دينار تقريبا وهذا يعني ان زيادة معدل الفائدة بمعدل (١%)سيؤدي الى زيادة حجم الودائـع بمقـدار (٥٤)الف دينار كما كان معامل الارتباط ضعيفا بلغ (٩,٧%) .

٢- معادلة الانحدار الخطي البسيط لاجمالي الودائع بدلالة سعر الفائدة :

Y=1503595-260661X

يتصح من المعادلة اعلاه بان حجم احمالي الودائع بلغ (١٥٠٣٥٩٥) عندما تكون قيمـة (X) الـذي يعبر عن سعر الفائدة صفر كما بلغ ميل المتغير المستقل المتمثل بسعر الفائدة علـى المتغيرالمعتمـد (اجمالي الودائع) (٢٦٠)الف دينارکما كان الارتباط ضعيفا بلغ(٩,٨%).

ويتضح من نتائج التحليل ان الفرضيةالاولى لم تتحقق اذلم يكن تاثير سعر الفائدة على الودائع كبيرا بدرجة كبيرة ويعود السبب في ذلك الى ان هنالك عوامل عديدة اخرى تؤثر في حجم الودائـع منهـا الظروف الاقتصادية والسياسية التي يمر بها البلد وحالات التصخم الاقتصادي او الركود ودرجة الثقة التي يتمتع بها المصرف . ب-اختبار الفرضية الفرعية الثانية:-

جاءت الفرضية الثانية لتبين اثر حجم الودائع في حجم القروض والتسهيلات الائتمانية المفتوحـة مـن قبل المصرف أي ان الزيادة في حجم الودائع يؤدي الى زيادة حجم القروض والتـسهيلات الائتمانيـة والتي عبرت عنها المبالغ السنوية الكمبيالات المخصومة والجاري المدين والقروض والسلف وكانـت معادلة الانحدار.

Y=53607-50662x

يتضح من المعادلة اعلاه ان حجم القروض والتسهيلات بلغ (٥٣) مليون دينار عندما تكون فيه ودائـع التوفير والاجلة مساوية للصفر أي ان الاقراض قد يتم عن استخدام حقوق الملكية ومـصادر التمويـل الاخرى وكانت هنالك علاقة قوية بين الودائع والقروض الممنوحة اذ بلغ معامل الارتباط (90.3%) ويتضح من نتائج الفرضية الثانية ان الزيادة في حجم الودائع تؤدي الى زيادة مقابلة في حجم القروض والتسهيلات الممنوحة والعكس صحيح .

المبحث الثالث : الاستنتاجات والتوصيات :- Conclusions and Suggestions

في هذا المبحث ومن خلال الدراسة والتحليل سيتم استعراض اهم ماخرج به البحث من اسـتنتاجات وبناءً على هذه الاستنتاجات يمكن عرض بعض التوصيات التي من المتوقع ان تفيد عينة البحث فـي زيادة كفاءتها وفاعليتها وتحقيق اهدافها الستراتيجية بهدف دفع وتيرة النمو الاقتـصادي مـن خـلال استيعاب العوامل المؤثرة في النشاط المصرفي والذي يعد احد الاركان الاساسية للنمو الاقتصادي .

اولا:الاستنتاجات:

من خلال التحليل الذي تم اجراءه على البيانات الخاصة بمتغيرات البحث (سعر الفائـدة والودائـع والقروض والتسهيلات)تم التوصل الى الاستنتاجات الاتية:-

١-ان سعر الفائدة المرجح على الودائع لدى المصارف العراقية وخلال المدة(١٩٩٧-٢٠٠٢)اتـسم بالتراجع خلال هذه الفترة اذ بلغ(٥،٢%)خلال عام ١٩٩٧استمر بعدها ومن عام ١٩٩٩بالتراجع الـى ان اصبح اقل قيمة له خلال عام ٢٠٠١و٢٠٠٢بلغت (٤،٠٧%).

٢-ان اجمالي الودائع في مصرف الرافدين وخلال مدة الدراسة كانت متزايدة اذ بلغـت خـلال عـام ١٩٩٧(٣٦٠)مليارديناراستمرت خلال السنوات التالية بالزيادة بنسبة نمو مختلفة وكانت اعلى قيمـة خلال ٢٠٠٢(١٤٧٨)مليار دينار.

٣- بالنسبة للقروض والتسهيلات الائتمانية كنسبة من مجموع الودائع فقد كانت نسبة متباينة خلال مدة الدراسة فقد كانت اقل نسبة خلال عام ١٩٩٧بلغت (١٣،٣%) في حين كانت اعلى نسبة لهـا خـلال عامي ١٩٩٨و٢٠٠٢بلغت(٢٠،٥%)تقريبا.

٤- وجد من نتائج اختبار الفرصيات ان اسعار الفائدة لم يكن لها تاثير على حجم الودائع(ودائع التوفير والودائع الاجلة)وهذا يشير الى ان هناك عوامل اخرى مؤثرة غير سعر الفائدة في حجم الودائع منهـا النشاط الاقتصادي(انتعاش او ركود)ومتانة المركز المالي وثقة الجمهور ووعيه بالخدمات المصرفية.

٥- اتضح من النتائج ان هناك علاقة طرديةبين حجم الودائع وبين القروض والتـسهيلات المـصرفية التي يمنحها المصرف بحيث يمكن التنبؤ بسلوك القـروض والتـسهيلات المـصرفيةبدلالة الودائـع المصرفية وهذا ما يفسره قيمة معامل التحديد(R2)في معدلة الانحـدار الخطـي اذ كـان معامـل التحديد(٩٢,٢).

ثانيا: التوصيات :suggestion

في ضوء الاستنتاجات التي تم ايرادها فقد تم التوصل الى التوصيات الآتية:

١- ضرورة سعي مصرف الرافدين الى ايجاد السياسات والستراتيجيات الجديدة والكفيلة لجذب الودائع وزيادة حجمها وبمختلف انواعها باعتباره يتمتع بسمعة عالية ومركز مالي قوي وتوظيف هذه المصادر في الإستثمارات الجديدة والمفيدة والمدروسة لدعم الاقتصاد الوطني وخاصه بعد أن وجـد أن سـعر الفائدة لا يشكل عامل مؤثر في تحفيز الوعي الادخاري وزيادة حجم الودائع لدى الجمهور.

٢- ضرورة اجراء الدراسات والبحوث لمعرفة تاثير مستوى النشاط الاقتصادي على حجـم الودائـع خلال المدة(١٩٩٧-٢٠٠٢)لمعرفة مدى تاثير هذا العامل من عدمه

٣-القيام بالدراسات والاختبارات بتحديد الزبائن الذين يستحقون منحهم التسهيلات المصرفية اسـتنادا لمعرفة التدفقات النقدية لنشاط الزبون وذلك لتجنب مشاكل عدم التـسديد وارتفـاع رصـيد الـديون المتاخرة.

٤- كما انه على المصارف في الوقت الحاضر الذي بدأ بعصر العولمة والنظـام الـدولي الجديـد ان توجه استثماراتها الى الخدمات الجديدة التي تستطيع تحقيق ارباح من خلالها وعـدم التركيـز علـى الوظائف التقليدية واستخدام التكنلوجيا الحديثة كالصراف الالي وبطاقة الائتمـان وشـهادات الايـداع ووضع برامج التدريب ونظام حوافز متطور لاستيعاب هذه التطورات الحديثة.

المصادر

أولا: المصادر العربية:-

ا- الكتب والمجلات والرسائل-

١ - الجبوري، مهدي عطية(الاداء المالي الاستراتيجي) رسالة ماجستير،جامعة القادسية /كلية الادارة والاقتصاد ،٢٠٠٤.

2-الحسيني،فلاح حسن عداي والدوري،مؤيد عبد الرحمن(ادارة البنـوك ،مـدخل كمـي اسـتراتيجي معاصر) عمان،دار وائل للنشر ،٢٠٠٠ .

٢- السويدي، سيف سعيد(النقود والبنوك) كلية الادارة والاقتصاد،جامعة قطر ،الطبعة الثالثة.٢٠٠٢ .

٣- الشماع،خليل محمد حسن،(الادارة المالية) بغداد ،مطبعة الخلود،١٩٩٢.

٤- الشمري،ناظم محمد نوري،(النقود والمصارف)، بغداد،دار الكتب للطباعة والنشر، ١٩٩٥.

٥- المومني، غازي ملاح (مبادئ الرياصيات المالية) عمان المركز العربي للخدمات الطلابية،الطبعة الاولى، ١٩٩٦.
٦- النجار، فائق جبر حسن (التحليل الائتماني مـدخل اتخـاذ القـرارات) عمـان، مطبعـة بنـك الاسكان،١٩٩٦.

٧- رمضان،زياد (ادارة الاعمال المصرفية) عمان،دارصنعاء للطباعة والنشر والتوزيع ،١٩٩٦.
٨- عبد الهادي ،نبيل احمد(ادارة اعمال النتوك التجارية) مصر، جامعة الازهر،١٩٩٥.
٩- معلا، ناجي والطاهر،احمد(العوامل المحددة لقرار منح التسهيلات المصرفية) مجلة دراسات،المجلد ٢٦،العدد٢،تموز،١٩٩٩.
١٠- ملحم ، محمد فضل (هيكل اسعار الفائدة المصرفية) مجلـة البنـوك فـي الاردن، المجلـد١٨، العدد٤،ايار، ١٩٩٩.
١١- هنيدي، منير صالح (ادارة البنوك مدخل اتخاذ القرارات) الاسكندرية،المكتب العربـي الحـديث ١٩٩٩،
١٢- هنيدي، منير صالح (الادارة المالية مـدخل تحليلـي معاصـر)الاسـكندرية،المكتـب العربـي الحديث،٢٠٠٥.
ب-التقارير:
١- مصرف الرافدين،التقرير السنوي والحسابات الختاميةللسنوات(١٩٩٧-٢٠٠٢)
٢- جداول اسعار العمولات المصرفية الصادرة عن البنك المركـزي العراقـي للـسنوات(١٩٩٩-٢٠٠٢)

ثانيا:المصارالاجنبية:-

1-Hempel George H.(Bank Management) ,2nd, John Wills and Sons lne U.S.A. 1994
2- Weston ,J. Fred and et, Al. Essentials of managerial Finance , U. S .A The Dryden press ,1996
3-Jessup, p,(Modem Bank Managemet) Minr , West pub. 1980

المحور الإحصائي

*** دراسة العوامل المؤثرة على أداء الطالب باستخدام تحليل الارتباط القويم/ المدرس/ طاهر ريسان دخيل /جامعة القادسية/ كلية الإدارة والاقتصاد/ قسم الإحصاء**

دراسة العوامل المؤثرة على أداء الطالب باستخدام تحليل الارتباط القويم

م. طاهر ريسان دخيل
قسم الإحصاء
كلية الإدارة والاقتصاد
جامعة القادسية

الخلاصـــة

يتميز عصرنا الحاضر بالكثير من المتغيرات والتأثيرات الاجتماعية والنفسية والتي تترك آثـارا جانبية بشكل مباشر أو غير مباشر على الطالب وبالتالي تؤثر على أدائه الدراسي وهناك العديـد مـن العوامل التي يمكن أن تؤثر على أداء الطالب في جميع المراحل منها الابتدائية والمتوسطة والاعداديـة وحتى على مستوى الأداء الجامعي ، من هذه العوامل العوامل النفسية والاجتماعية والعوامـل التـي ترتبط بالبيئة البيتية للطالب، ففي هذا البحث تم دراسة بعض هذه العوامل وإمكانية معرفة مدى تأثيرها على أداء الطالب الدراسي حيث تم دراسة تلك العوامل والمتغيرات ومدى تأثيرها من خلال الأسـلوب الإحصائي المعروف بتحليل الارتباط القويم Canonical Correlation Analysis والذي يعرف بأنه الارتباط الذي يحدد العلاقة بين مجموعتين من المتغيرات وذلك من خلال البحث عـن التركيبـة الخطية للمتغيرات الأصلية والتي تمتلك أعلى ارتباط ، وان هذا الارتباط يتم اختيـاره بحيـث يكـون متعامدا (أي غير مرتبط) مع الارتباطات الأخرى، وهنا تم استخدام الارتباط القويم لدراسـة العلاقـة التي تربط مجموعتين من المتغيرات وهما المجموعة X_{ij} والتي تمثل المتغيرات التي تمثـل الحالـة النفسية والاجتماعية والمتغيرات التي ترتبط ببيئة البيت للطالب، والمجموعة Y_{ij} والتي تمثل درجـات الطالب في مجموعة من المواد التي يدرسها.، وقد تم التوصل إلى استنتاجات مهمـة للـذين يهتمـون بمستوى أداء الطالب وإمكانية رفع مستواه وأدائه في المستقبل .

Abstract

Student performance may influence by several factors in all his study levels such as primary school, intermediate school and even in his collage; some of these factors are psychological factors, social factors, and the factors which correlate with student environament.

In this paper we study some of these factors to discover their influence by using canonical correlation analysis which is defined as a correlation that determine the relationship between two groups of variables by seeking the linear structure for original variables that has the maximum correlation, to analyze the data. Many conclusions are discovered to help who focuses student performance or to make it pest in future.

المقدمة

يتميز عصرنا الحاضر بالكثير من المتغيرات والتأثيرات الاجتماعية والنفسية والتـي تتـرك آثـارا جانبية بشكل مباشر أو غير مباشر على الطالب وبالتالي تؤثر على أدائـه الدراسـي ،فمـثلا هنـاك المتغيرات التي ترتبط بالحالة النفسية للطالب التي تؤثر على سلوكه ومـدى قدرتـه علـى اسـتيعاب الدروس التي يتلقاها في المدرسة وليس فقط على سلوكه الدراسي وإنما قد تؤثر وبشكل مباشر علـى طريقة تعامله مع المجتمع وأساتذته وزملائه في المدرسة. كذلك هناك المتغيرات التي تـرتبط بحالـة الطالب الاجتماعية وارتباطه ببيئة بيته وكيفية تعامل البيت مع الطالب وتوفير الجو المناسب والملائـم للدراسة وكذلك ثقافة الوالدين وتحصيلهما الدراسي إضافة إلى بعض المتغيرات الأخرى.وهذا البحـث هو محاولة لمعرفة بعض تلك المؤثرات والعوامل التي تؤثر في أداء الطالـب الدراسـي، حيـث تـم

الاستعانة بالمرشد الاجتماعي للطالب في المدرسة بغية معرفة بعـض المعلومـات لعينـة الدراسـة بالإضافة إلى ذلك فقد تم اخذ عينة الدراسة لكلا الجنسين لمعرفة تأثير العوامل المدروسة.

لقد تم دراسة تلك العوامل والمتغيرات ومدى تأثيرها من خلال الأسلوب الإحصائي المعروف بتحليل الارتباط القويم Canonical Correlation Analysis والذي يعرف بأنه الارتباط الـذي يحـدد العلاقة بين مجموعتين من المتغيرات وذلك من خلال البحث عن التركيبة الخطية للمتغيرات الأصـلية والتي تمتلك أعلى ارتباط ، وان هذا الارتباط يتم اختياره بحيث يكون متعامدا (أي غير مـرتبط) مـع الارتباطات الأخرى، وهنا تم استخدام الارتباط القويم لدراسة العلاقة التـي تـربط مجمـوعتين مـن المتغيرات وهما المجموعة X_{ij} والتي تمثل المتغيرات التـي تمثـل الحالـة النفـسية والاجتماعيـة والمتغيرات التي ترتبط ببيئة البيت للطالب، والمجموعة Y_{ij} والتي تمثل درجات الطالب في مجموعـة من المواد التي يدرسها.

هدف البحث

يهدف هذا البحث إلى دراسة العوامل التي يمكن أن تأثر على أداء الطالب في المرحلـة الابتدائيـة والمتوسطة حيث تم اخذ مجموعة من العوامل المرتبطة بنفسية الطالب والحالة الاجتماعية له وبعـض العوامل المرتبطة بالبيئة البيتية للطالب ومحاولة إيجاد الترابطات والعلاقات بينها وبين أداءه الدراسـي المتمثل بدرجاته التي حصل عليها ، حيث تم الاعتماد على درجات الصف السادس الابتـدائي لتمثـل الاداء في المرحلة الابتدائية والصف الثالث المتوسط لتمثل المرحلة المتوسطة.

الارتباط القويم Canonical Correlation [4][2][1]

إن الفكرة الأساسية في التحليل القويم هي تشكيل تركيبتين خطيتين واحـدة لمجموعـة (X) مـن المتغيرات والثانية لمجموعة (Y) من المتغيرات دون الحاجة إلى تحديد مجموعة المتغيرات المستقلة ومجموعة المتغيرات المعتمدة ، وذلك لقدرة التحليل القويم على قياس العلاقـة بـين المجمـوعتين أو إعطاء كل واحدة منها القدرة على التنبؤ بالمجموعة الأخرى ومن ثم اختزال هذه العلاقات إلـى اقـل عدد ممكن من المتغيرات حيث إن كل زوج من المتغيرات القويمة يمثلها معامل ارتباط بسيط ويمكـن اعطاء فكرة عن تحليل الارتباط القويم

فإذا كان لدينا (n) من المشاهدات و(p) تمثل المجموعة الأولى من المتغيرات، (q) تمثل المجموعـة الثانية من المتغيرات بحيث ان $n \geq p+q$ $P \geq q$

أي أن:

$$X = x_{ij} \quad i = 1,2,\ldots,n \quad j = 1,2,\ldots,p$$

$$Y = y_{ik} \quad i = 1,2,\ldots,n \quad k = 1,2,\ldots,q$$

إن التراكيب الخطية لها تين المجموعتين هي $u = \underline{c}'X$ و $v = \underline{d}'Y$

وان $\underline{c}'$ و $\underline{`d}$ متجه الأوزان الخاصة بكل تركيبـة خطيـة لكلتـا المجمـوعتين علـى التوالي،حيث إن عدد الأزواج من التراكيب الخطية الناتجة من التحليل القويم يكون مساوياً إلـى عـدد المتغيرات في المجموعة الأقل $R = \min(p,q)$ وان R يمثل الارتباط القويم.

إن التحليل يتضمن اختيار أول ارتباط قويم والذي يعطي أعظم ارتباط محتمل للزوج الأول من أزواج المتغيرات القويمة u و v ومن ثم اختيار ثاني ارتباط قويم الذي يعطي أعظم ارتباط محتمل للأزواج المتبقية ، شريطة أن لا يكون مرتبطاً مع الزوج الأول . وهكذا يتم الاستمرار مع بقيمة الارتبـاطات

القويمة وبهذه الطريقة تكون نسبة التباين المشترك بين أزواج المتغيرات القويمة تقل تدريجياً إلى آخر ارتباط قويم.

مستلزمات حساب الارتباط القويم

حساب الاوزان القويمة[4][2][1]

لحساب الاوزان القويمة تستخدم معادلة المتجه المميز التالية :

$$(M - \lambda I)d = 0 \quad \text{.....(1)}$$

حيث ان

$$M = S_{yy}^{-1} S_{yx} S_{xy}^{-1} S_{xy} \quad \text{.....(2)}$$

بحيث لو كان $P \le q$ فان المعادلة التي يستخرج منها الارتباط القويم هي :

$$S_{XX}^{-1} S_{Xy} S_{yy}^{-1} S_{yx} - \lambda I \quad \text{.....(3)}$$

اما اذا كانت $q \le P$ فأن المعادلة التي يستخرج منها الارتباط القويم هي :

$$S_{yy}^{-1} S_{yx} S_{xx}^{-1} S_{yy} - \lambda I \quad \text{.....(4)}$$

حيث ان:-

S_{xx} :- مصفوفة الـ Var-Cov للمستويات في المجموعة X

S_{yy}:- مصفوفة الـ Var-Cov للمستويات في المجموعة Y

S_{xy}:- مصفوفة الـ Var-Cov للمستويات في المجموعة XY

كذلك فانه بالامكان الحصول على الارتباط القويم بأستخدام مصفوفة الارتباطات كما يمكن الحـصول عليه من مصفوفة التباين-التباين المشترك.

اختبار معنوية الارتباط القويم[2][1]

ان الفرضية الخاصة بالاختبار هي

$$H_{\circ} : R_{XY} = 0$$

$$H_1 : R_{XY} \neq 0$$

ويتم استخدام احصاءة χ^2 التي تحسب على وفق المعادلة التالية :

$$\chi_{cal}^{\ 2} = [-n + 0.5(P + q + 3)] Logw \quad \text{.....(5)}$$

حيث ان w تسمى احصاءة Wilk

$$Wilks \leftarrow W = \prod_{Zzi}^{r} (1 - R^2 cz) \quad \text{.....(6)}$$

R^2cz: مربع معامل الارتباط القويم

فاذا كان الارتباط القويم الاول غير معنوي ، فأن بقية الارتباطات القويمة الاخرى تكـون غيـر معنوية ايضاً .

المعاملات التركيبية Structure Coefficients [2][1]

قد يتم الاعتماد في تحليل النتائج الارتباط القـويم علـى المعـاملات التركيبيـة Structure Coefficients والتي تنحصر قيمتها ضمن الفترة (+١،-١) التـي تعـرف بالارتباطـات بـين المتغيرات الاصلية والمتغيرات القويمة .

حيث ان مربع المعامل التركيبي القويم يمثل نسبة مساهمته في تفسير التباين الحاصل فـي المتغيـر القويم .

ان قيمة المعامل التركيبي القويم تنحصر بين (1-,1+) فاذا كـان أي مـن المـصفوفتين R_{xx}, R_{yy} مصفوفة وحدة عندها تكون المعاملات التركيبية القويمة مساوية للاوزان القويمة وبخلاف ذلك تختلف المعاملات التركيبية عن الاوزان القويمة .

معامل كفاية الجودة Adequacy Coefficient [2][1]

يعرف معامل كفاية الجودة على انه نسبة تفسير المتغير القويم في التباين الكلي الحاصـل فـي متغيرات المجموعة الواحدة وتتراوح قيمته ما بين الصفر والواحد.

جمع البيانات

لقد تم جمع البيانات من بعض المدارس الابتدائية والمتوسطة ولكلا الجنسين الـذكور والإنـاث ،وقد تمت الاستعانة بالمرشد الاجتماعي للطالب بغية معرفة التفاصيل الدقيقة للطالب بالإضـافة إلـى سؤال الطالب نفسه عن بعض الأسئلة وبوجود المرشد الاجتماعي وذلك لتكون البيانـات اكثـر دقـة وواقعية ،أما درجات الطلبة ضمن نطاق العينة فقد تم جمعها من السجلات الرئيسية للمدرسة حيث تـم الاعتماد على المواد التي تؤدى امتحاناتها في المراحل المنتهية ضمانا لعدم التحيز ومعرفة اداء الطالب بشكل افضل واستبعاد اي احتمال في التحيز مع او ضد الطالب وامكانية حصوله على درجات غيـر مستحقة،ويمكن وصف العوامل والمؤثرات التي تم أخذها بنظر الاعتبار في هذا البحث كما مبينة فـي الجدول التالي:-

جدول رقم (١)

ويمثل رمز ودلالة مجموعتي الدراسة للمدارس الابتدائية

متغيرات المجموعة الأولى		متغيرات المجموعة الثانية	
رمـ ـ ـ ـز المتغير	دلالته وتمثيله	رمـ ـ ـ ـز المتغير	دلالته وتمثيله
X1	هل للطالب نشاط صفي	Y1	التربية الإسلامية
X2	هل يساعد الطالب أقرانه في المدرسة	Y2	اللغة العربية
X3	هل يهتم الطالب بمظهره الخارجي	Y3	اللغة الإنكليزية
X4	هل يتمتع الطالب بشخصية قوية	Y4	الرياضيات
X5	هل محل سكن الطالب قريب	Y5	التاريخ
X6	هل هناك من يتابع الطالب في المدرسة	Y6	الجغرافية
X7	هل هناك تواصل بين ولي أمـر الطالـب والإدارة	Y7	التربية الوطنية

X8	التحصيل الدراسي للام	Y8	مبادئ العلوم
X9	التحصيل الدراسي للأب	Y9	التربية الزراعية
X10	هل لدى الطالب اهتمامات رياضية	Y10	التربية الفنية
X11	هل لدى الطالب اهتمامات فنية	Y11	التربية الرياضية
X12	هل الأم على قيد الحياة	Y12	النشيد والموسيقى
X13	هل الاب على قيد الحياة		
X14	هل لدى الطالب أصدقاء		

هذا بالنسبة للمدارس الابتدائية ، اما المدارس المتوسطة فالجدول التالي يبـين متغيـرات مجمـوعتي الدراسة :-

جدول رقم (٢)

ويمثل رمز ودلالة مجموعتي الدراسة للمدارس المتوسطة

متغيرات المجموعة الأولى		متغيرات المجموعة الثانية	
رمـ ـ ـ ـز المتغير	دلالته وتمثيله	رمـ ـ ـ ـز المتغير	دلالته وتمثيله
X1	هل للطالب نشاط صفي	Y1	التربية الإسلامية
X2	هل يساعد الطالب أقرانه في المدرسة	Y2	اللغة العربية
X3	هل يهتم الطالب بمظهره الخارجي	Y3	اللغة الإنكليزية
X4	هل يتمتع الطالب بشخصية قوية	Y4	الجغرافية
X5	هل محل سكن الطالب قريب	Y5	التاريخ
X6	هل هناك من يتابع الطالب في المدرسة	Y6	الرياضيات
X7	هل هناك تواصل بين ولي امـر الطالـب والإدارة	Y7	الفيزياء
X8	التحصيل الدراسي للأب	Y8	أحياء
X9	التحصيل الدراسي للام	Y9	كيمياء
X10	هل لدى الطالب اهتمامات فنية		
X11	هل الاب على قيد الحياة		
X12	هل الام على قيد الحياة		
X13	هل الطالب يعمل		
X14	هل يتمتع الطالب بشخصية مستقرة وهادئة		
X15	هل يتمتع الطالب بقدرات ذهنية متميزة		
X16	هل يتمتع الطالب بجو دراسي ملائم فـي البيت		
X17	هل لدى الطالب اهتمامات رياضية		
X18	هل للطالب أصدقاء		

تحليل النتائج المستحصلة

لقد تم استخدام البرنامج الاحصائي المعروف بـ Statistica لغرض الحـصول علـى النتـائج المتعلقة بالارتباط القويم بين مجموعتي الدراسة مع ملاحظة انه من خلال الواقع الدراسي واستـشارة مدرسوا المدارس نستنتج ان الدرجات المعطاة في المواد التالية (التربية الزراعية ، التربية الرياضية ، التربية الفنية ، النشيد والموسيقى)هي درجات اعتباطية ليست ناتجة من جهد الطالب لذلك فاننا في هذا

التحليل سنقوم بتحليل الارتباط القويم بعد استبعاد هذه المواد من التحليل والاعتماد على المـواد التـي يطالب بها الطالب في الامتحانات النهائية (البكلوريا) وقد تم الحصول على النتائج التالية:-

- **الدراسة الابتدائية**

المتوسط والانحراف المعياري للمجموعتين

تم الحصول على على قيم المتوسط والانحراف المعياري لمتغيرات مجموعتي الدراسة وكانت كما موضحة في الجدول الاتي:-

جدول رقم (٣)

ويمثل قيم المتوسط والانحراف المعياري لمتغيرات المجموعتين للمدارس الابتدائية

متغيرات المجموعة الاولى			متغيرات المجموعة الثانية		
رمـ ـ ـ ـز المتغير	المتوسط	الانحـ ـ ـراف المعياري	رمـ ـ ـ ـز المتغير	المتوسط	الانحـ ـ ـراف المعياري
X1	4.91	9.627502	Y1	74.91	12.66196
X2	4.95	9.613096	Y2	67.76	12.90769
X3	5.02	9.610579	Y3	65.03	13.82317
X4	4.94	9.613564	Y4	66.88	13.54475
X5	1.81	9.925678	Y5	70.16	14.90219
X6	4.93	9.611919	Y6	71.04	13.79571
X7	4.93	9.616122	Y7	72.53	13.12985
X8	2.59	9.877119	Y8	73.5	13.73817
X9	3.78	9.745841			
X10	4.66	9.644405			
X11	4.9	9.622679			
X12	1.97	9.90302			
X13	1.98	9.901515			
X14	2.25	9.883539			

اختبار معنوية العلاقة بين المجموعتين

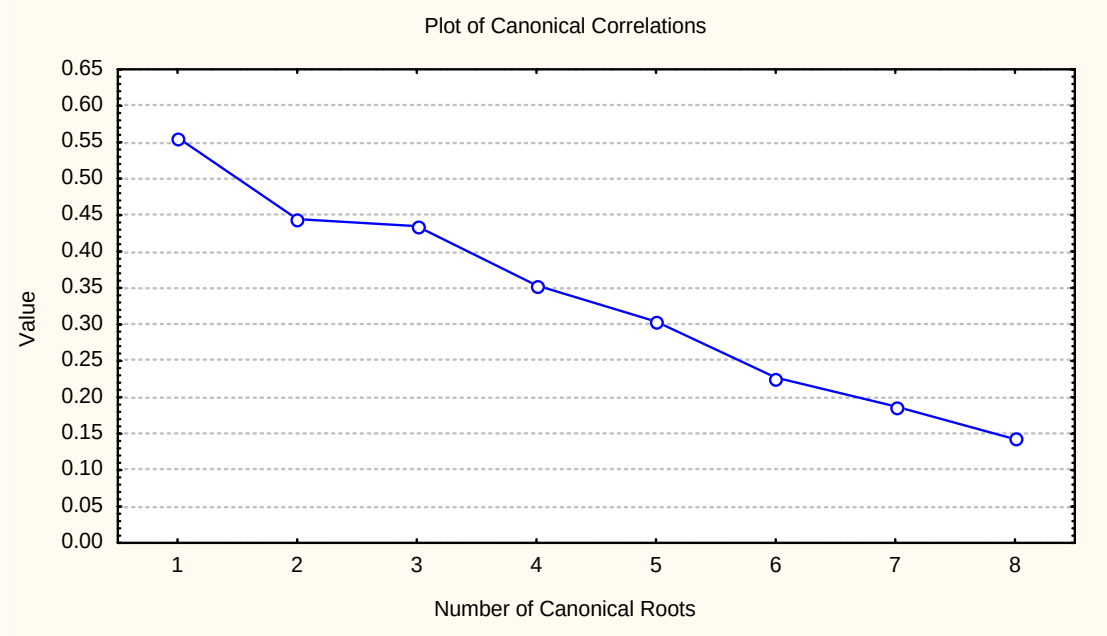
لقد تم اختبار معنوية الارتباطات القويمة والممثلة مع قيمها المميزة بالجدول الاتي:-

جدول رقم (٤)

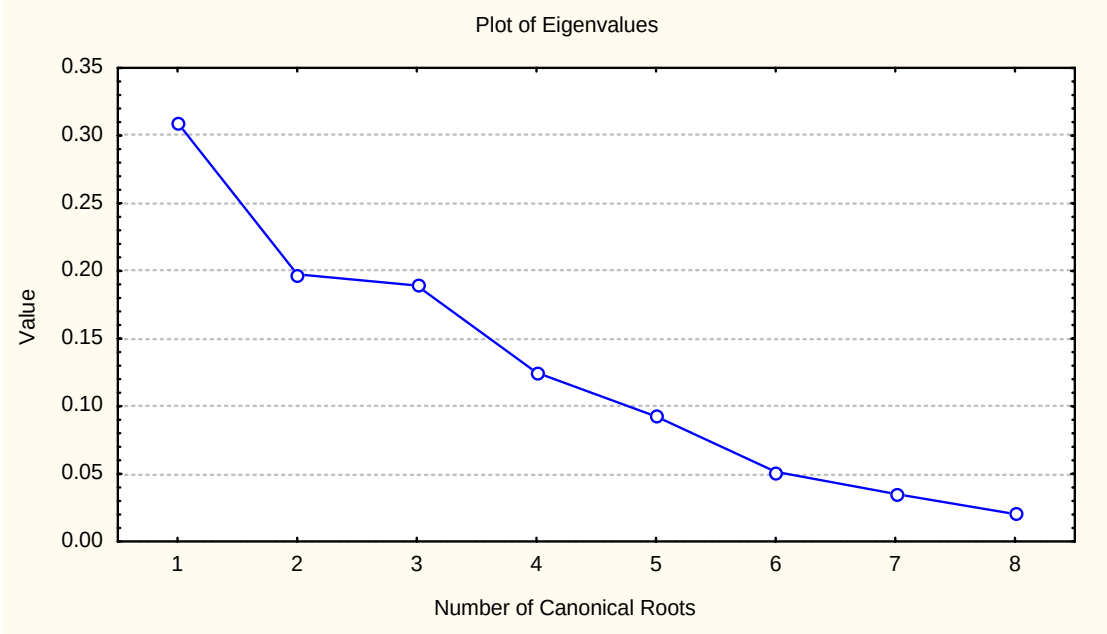
ويمثل القيم المميزة وقيم الارتباطات القويمة للمدارس الابتدائية

Canonical R	Eigenvalues
0.55642	0.309603
0.444444	0.19753
0.434977	0.189205
0.353426	0.12491
0.303979	0.092403
0.226872	0.051471
0.187424	0.035128
0.142413	0.020281

اما الشكل التالي فيمثل رسم قيم الارتباطات القويمة والقيم المميزة المستحصلة.



شكل رقم (١)
ويمثل القيم المميزة لتحليل الارتباط القويم للمدارس الابتدائية



شكل رقم (٢)
ويمثل قيم الارتباطات القويمة لتحليل الارتباط القويم للمدارس الابتدائية

حيث كان الارتباط القويم الاول هو اكبر ارتباط والوحيد ذو دلالة معنوية حيث كانت قيمته مـساوية الى (0.55642) اما قيمة χ^2 المحسوبة فكانت مساوية الى (99.72951) وهذه القيمة اكبر من القيمة الجدولية بدرجة حرية مساوية الى (112) ومنه يتم رفض فرضية العدم التي تنص علـى استقلالية المجموعتين X و Y عن بعضهما ، هذا يعني ان هناك علاقة ذات تاثير معنـوي بـين مجموعتي الدراسة ، ويمكن توضيح نتائج الاختبار في الجدول الاتي :-

جدول رقم (٥)

ويمثل قيم الارتباطات القويمة وقيم χ^2 ودرجات الحرية للمدارس الابتدائية

Canonical R	Canonical R-sqr.	Chi-sqr.	Df
0.55642	0.309603	99.72951	112
0.444444	0.19753	67.31173	91
0.434977	0.189205	48.05639	72
0.353426	0.12491	29.70416	55
0.303979	0.092403	18.02915	40
0.226872	0.051471	9.54557	27
0.187424	0.035128	4.92182	16
0.142413	0.020281	1.79287	7

وقد فسر المتغير القويم الاول لمجموعة X بنسبة (٥٢,٣٢٥٤%) من تباين المتغيـر القـويم المناظر له لمجموعة Y ، وهذا يعني ان أي متغير قويم اخر لمجموعة X يفسر اقل من هذه النسبة.

الأوزان القويمة للمجموعة الاولى

ان الاوزان القويمة للمجموعة الاولى (مجموعة X) موضحة في الجدول التالي وهي مرتبة حسب قوة تاثيرها في المجموعة الثانية (مجموعة Y) :-

جدول رقم (٦)

ويمثل قيم الاوزان القويمة لمتغيرات المجموعة الاولى للمدارس الابتدائية

رمز المتغير	المتغير	الوزن القويم
X1	هل للطالب نشاط صفي	13.69939
X5	هل محل سكن الطالب قريب	12.1691
X6	هل هناك من يتابع الطالب في المدرسة	11.7585
X2	هل يساعد الطالب أقرانه في المدرسة	7.024981
X4	هل يتمتع الطالب بشخصية قوية	5.48581
X8	التحصيل الدراسي للام	4.780976
X12	هل الام على قيد الحياة	4.771481
X7	هل هناك تواصل بين ولي امر الطالب والادارة	4.400805
X13	هل الاب على قيد الحياة	3.1531
X9	التحصيل الدراسي للاب	3.05372
X11	هل لدى الطالب اهتمامات فنية	2.783029
X10	هل لدى الطالب اهتمامات رياضية	2.45469
X3	هل يهتم الطالب بمظهره الخارجي	2.15549
X14	هل لدى الطالب اصدقاء	1.22197

فلو تم تقسيم تاثير هذه المتغيرات الى جزأين فنلاحظ ان الجزء الاول والذي يضم المتغيرات (X1 (هل للطالب نشاط صفي)، X5 (هل محل سكن الطالب قريب)، X6 (هل هناك من يتابع الطالب في

المدرسة)، X2 (هل يساعد الطالب أقرانه في المدرسة)، X4 (هل يتمتع الطالب بشخصية قوية) ، X8 (التحصيل الدراسي للام)، X12 (هل الام على قيد الحياة)، X7 (هل هناك تواصل بين ولي امر الطالب والادارة) هي الاكثر تاثيرا في المتغيرات للمجموعة الثانية والتـي تمثـل مـستوى اداء الطالب من خلال الدرجات الحاصل عليها، حيث ان المتغير الاول X1 والذي يكون تاثيره ايجابيا على مستوى اداء الطالب وهو الاقوى تأثيرا من بقية المتغيرات اي كلما كان نشاط الطالب الـصفي عاليـا كلما تحسن مستوى اداءه وياتي بعده المتغير X5 حيث ان تاثيره ايجابي، ويأتي المتغير X6 بالمرتبـة الثالثة في الاهمية وهو يمثل التواصل بين ولي امر الطالب والادارة في المدرسة ، فكلما كـان هنـاك تواصلا ومتابعة زاد اداء الطالب تحسنا،اما المتغير X2 فياتي بالمرتبة الرابعة اما المتغير X4 فياتي بالمرتبة الخامسة حيث ان شخصية الطالب تنعكس بشكل ايجـابي علـى اداءه وبالمرتبـة الـسادسة والسابعة ياتي المتغيران X8 وX12 واللذان يمثلان تاثير الام علـى اداء الطالـب والمتغيـر X7 بالمرتبة الثامنة من حيث الاهمية والذي يمثل ان هناك من يتابع الطالب فاذا كانـت هنـاك متابعـة للطالب كان ادائه افضل.اما المتغيرات الستة الباقية فقد كان تاثيرها اقل من تثيـر العوامـل الثمانيـة السابقة كما نلاحظ ان المتغيرات X11 و X10 و X3 و X14 والتي تمثل (هل لدى الطالب اهتمامات فنية ، هل لدى الطالب اهتمامات رياضية ، هل يهتم الطالب بمظهره الخارجي، هـل لـدى الطالب اصدقاء) على التوالي ، قد كانت تاثيراتها ضعيفة على مستوى اداء الطالب.

الاوزان القويمة للمجموعة الثانية

ان المجموعة الثانية والتي تمثل متغيرات مستوى اداء الطالب والممثلة بالدرجات التي حاز عليهـا الطالب في ثمانية مواد والمبينة في الجدول رقم (٧) والذي يوضح المـواد حـسب درجـة تاثرهـا بالمجموعة الاولى وذلك من خلال قيم الاوزان القويمة المناظرة لها:-

جدول رقم (٧)

ويمثل قيم الاوزان القويمة لمتغيرات المجموعة الثانية للمدارس الابتدائية

رمز المتغير	المتغير	الوزن القويم
Y4	الرياضيات	0.8184771
Y6	الجغرافية	0.8072899
Y7	التربية الوطنية	0.5653906
Y5	التاريخ	0.5608076
Y1	التربية الاسلامية	0.3535092
Y2	اللغة العربية	0.244349
Y8	مبادئ العلوم	0.158985
Y3	اللغة الانكليزية	0.0305101

ومن خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان المواد (الرياضيات ، الجغرافية ، التربية الوطنية ، التاريخ) هـي الاكثر تاثرا بمتغيرات المجموعة الاولى ، اما المواد (التربية الاسلامية ، اللغة العربية ، مبادئ العلوم ، اللغة الانكليزية) فقد كانت الاقل تاثرا .

- **المدارس المتوسطة**

المتوسط والانحراف المعياري للمجموعتين

تم الحصول على على قيم المتوسط والانحراف المعياري لمتغيرات مجموعتي الدراسة وكانت كما موضحة في الجدول الاتي:-

جدول رقم (٨)

ويمثل قيم المتوسط والانحراف المعياري لمتغيرات المجموعتين للمدارس المتوسطة

متغيرات المجموعة الاولى			متغيرات المجموعة الثانية		
رمـ ـ ـ ـز المتغير	المتوسط	الانحـ ـ ـراف المعياري	رمـ ـ ـ ـز المتغير	المتوسط	الانحـ ـ ـراف المعياري
X1	3.46000	.94730	Y1	73.77000	9.38175
X2	3.51000	.87033	Y2	67.54000	7.19627
X3	3.48000	.61101	Y3	64.13000	11.15515
X4	3.32000	.63373	Y4	77.78000	13.87941
X5	.43000	.49757	Y5	63.00000	12.29108
X6	2.71000	1.01797	Y6	66.72000	13.17564
X7	2.41000	1.05500	Y7	61.72000	14.57068
X8	2.67000	1.42882	Y8	64.47000	10.95487
X9	1.96000	1.27857	Y9	63.61000	13.30899
X10	4.21000	.43333			
X11	.96000	.19695			
X12	.97000	.17145			
X13	.10000	.30151			
X14	3.53000	.71711			
X15	3.37000	.77401			
X16	3.57000	.71428			
X17	3.47000	.85818			
X18	1.97000	.17145			

اختبار معنوية العلاقة بين المجموعتين

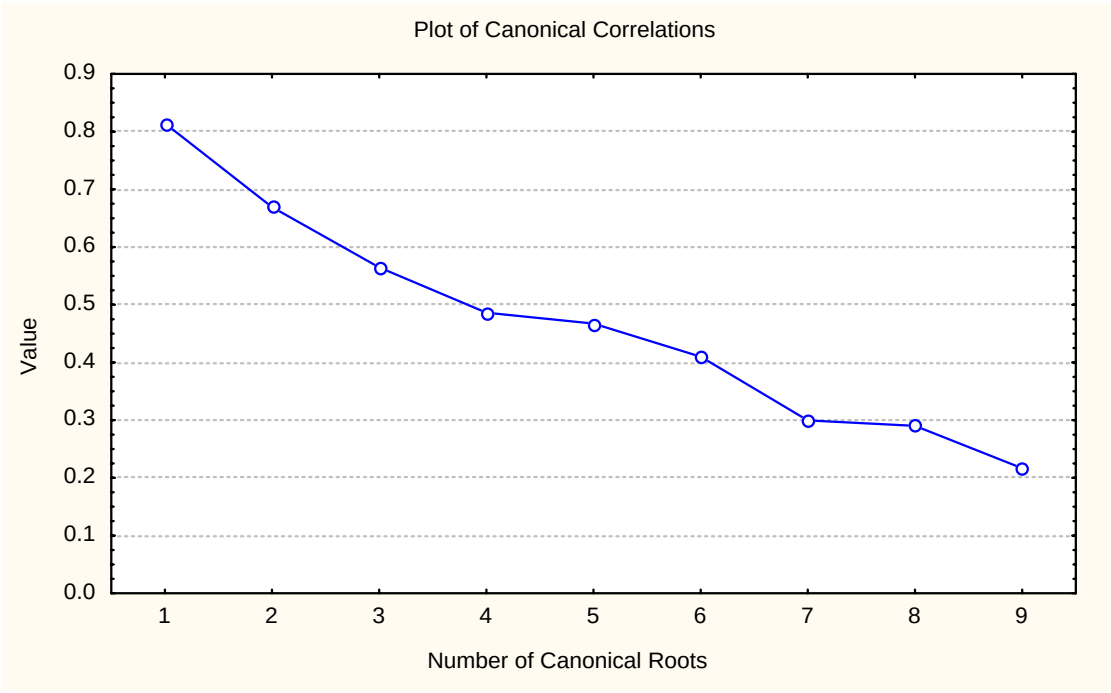
لقد تم اختبار معنوية الارتباطات القويمة والممثلة مع قيمها المميزة بالجدول الاتي:-

جدول رقم (٩)

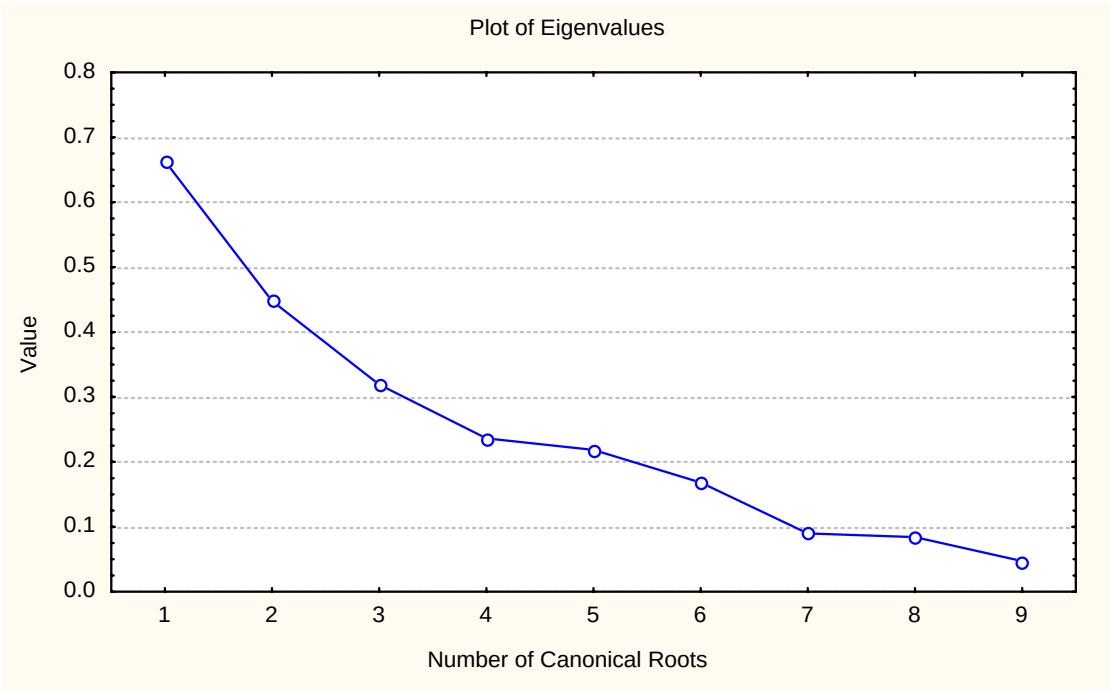
ويمثل القيم المميزة وقيم الارتباطات القويمة للمدارس المتوسطة

Canonical R	Eigenvalues
0.814492	0.663398
0.669366	0.448051
0.564887	0.319097
0.486139	0.236332
0.467483	0.218541
0.410133	0.168209
0.299618	0.089771
0.290263	0.084253
0.216801	0.047003

اما الشكل التالي فيمثل رسم قيم الارتباطات القويمة والقيم المميزة المستحصلة.



شكل رقم (٣)
ويمثل قيم الارتباطات القويمة لتحليل الارتباط القويم للمدارس المتوسطة



شكل رقم (٤)
ويمثل القيم المميزة لتحليل الارتباط القويم للمدارس المتوسطة

حيث كان الارتباط القويم الاول هو اكبر ارتباط والوحيد ذو دلالة معنوية حيث كانت قيمتـه مـساوية (0.814492) اما قيمة χ^2 المحسوبة فكانت مساوية الى (254.838) وهذه القيمة اكبر مـن القيمة الجدولية بدرجة حرية مساوية الى (١٦٢) ومنه يتم رفض فرضية العدم التـي تـنص علـى

استقلالية المجموعتين X و Y عن بعضهما ، هذا يعني ان هناك علاقة ذات تاثير معنـوي بـين مجموعتي الدراسة ، ويمكن توضيح نتائج الاختبار في الجدول الاتي :-

جدول رقم (١٠)

ويمثل قيم الارتباطات القويمة وقيم χ^2 ودرجات الحرية للمدارس المتوسطة

Canonical R	Canonical R-sqr.	Chi-sqr.	df
.814492	.663398	254.8380	162
.669366	.448051	162.2854	136
.564887	.319097	111.7699	112
.486139	.236332	79.1014	90
.467483	.218541	56.1836	70
.410133	.168209	35.2232	52
.299618	.089771	19.5685	36
.290263	.084253	11.5734	22
.216801	.047003	4.0922	10

وقد فسر المتغير القويم الاول لمجموعة X بنسبة (60.4725%) من تباين المتغير القويم المناظر له لمجموعة Y ، وهذا يعني ان أي متغير قويم اخر لمجموعة X يفسر اقل من هذه النسبة.

الاوزان القويمة للمجموعة الاولى

ان الاوزان القويمة للمجموعة الاولى (مجموعة X) موضحة في الجدول التالي وهي مرتبة حسب قوة تاثيرها في المجموعة الثانية (مجموعة Y) :-

جدول رقم (١١)

ويمثل قيم الاوزان القويمة لمتغيرات المجموعة الاولى للمدارس المتوسطة

رمـ ـ ـ ـز المتغير	المتغير	الوزن القويم
X6	هل هناك من يتابع الطالب في المدرسة	0.298991
X12	هل الام على قيد الحياة	0.295920
X1	هل للطالب نشاط صفي	0.248168
X13	هل الطالب يعمل	0.242991
X7	هل هناك تواصل بين ولي امـر الطالـب والادارة	0.210146
X16	هل يتمتع الطالب بجو دراسي ملائـم فـي البيت	0.191652
X15	هل يتمتع الطالب بقدرات ذهنية متميزة	0.178706
X3	هل يهتم الطالب بمظهره الخارجي	0.172666
X8	التحصيل الدراسي للاب	0.138479
X4	هل يتمتع الطالب بشخصية قوية	0.135857
X14	هل يتمتع الطالب بشخصية مستقرة وهادئة	0.134240
X17	هل لدى الطالب اهتمامات رياضية داخـل المدرسة	0.128499
X9	التحصيل الدراسي للام	0.126372

X10	هل لدى الطالب اهتمامات فنية	0.065199
X11	هل الاب على قيد الحياة	0.054937
X2	هل يساعد الطالب أقرانه في المدرسة	0.054707
X18	هل للطالب اصدقاء	0.052116
X5	هل محل سكن الطالب قريب	0.051939

كذلك يمكن تقسيم تاثير هذه المتغيرات على جزأين فنلاحظ ان الجزء الاول والذي يـضم المتغيـرات (X6(هل هناك من يتابع الطالب في المدرسة) X12 (هل الام على قيد الحياة)، X1 (هـل للطالـب نشاط صفي)،X13 (هل الطالب يعمل)،X7(هل هناك تواصل بين ولي امر الطالب والادارة)، X16 (هل يتمتع الطالب بجو دراسي ملائم في البيت)، X15 (هل يتمتع الطالب بقدرات ذهنية متميـزة)، X3 (هل يهتم الطالب بمظهره الخارجي)، X8 (التحصيل الدراسي للاب) هي الاكثر تـاثيرا فـي المتغيرات للمجموعة الثانية ، حيث ان المتغير الاول X6 والذي يكون تاثيره ايجابيا على مستوى اداء الطالب وهو الاقوى تأثيرا من بقية المتغيرات وياتي بعده المتغير X12 ويمثـل تـاثير الام علـى المستوى الدراسي اما المتغير X1 فياتي بالدرجة الثالثة من حيث الاهمية فكلما كان نـشاط الطالـب الصفي عاليا كلما تحسن مستوى اداءه، وياتي المتغير الثالث عشر X13 بالمرتبة الرابعة اما المتغيـر X7 فياتي بالمرتبة الخامسة في الاهمية وهو يمثل التواصل بين ولي امر الطالب والادارة في المدرسة ، فكلما كان هناك تواصلا ومتابعة زاد اداء الطالب تحسنا،اما المتغير X16 فياتي بالمرتبة الـسادسة حيث ان الطالب اذا توفر له جو دراسي مناسب يكون اداءه افضل اما المتغير X15 ويمثل القـدرات الذهنية المتميزة فلها الاثر بالمرتبة السابعة من حيث التاثير على اداء الطالب اما المتغيران X3 وX8 فحلا بالدرجة الثامنة والتاسعة من حيث التاثير على اداء الطالب.

اما المتغيرات التسعة الباقية فقد كان تاثيرها اقل من تـاثير العوامـل التـسعة الـسابقة ونلاحـظ ان المتغيرات (X10 (هل لدى الطالب اهتمامات فنية) ،X11 (هل الاب على قيد الحياة)، X2 (هـل يساعد الطالب أقرانه في المدرسة)، X18(هل للطالب اصدقاء) ،X5 (هل محل سكن الطالب قريب) قد كانت تاثيراتها ضعيفة على مستوى اداء الطالب.

الأوزان القويمة للمجموعة الثانية

ان المجموعة الثانية والتي تمثل متغيرات مستوى اداء الطالب والممثلة بالدرجات التي حاز عليهـا الطالب في تسع مواد والمبينة في الجدول رقم (١٢) والذي يوضح المـواد حـسب درجـة تأثرهـا بالمجموعة الأولى وذلك من خلال قيم الأوزان القويمة المناظرة لها:-

جدول رقم (١٢)

ويمثل قيم الاوزان القويمة لمتغيرات المجموعة الثانية للمدارس المتوسطة

رمز المتغير	المتغير	الوزن القويم
Y9	كيمياء	0.393006
Y8	احياء	0.370144
Y3	اللغة الانكليزية	0.237756
Y7	الفيزياء	0.235339
Y5	التاريخ	0.186729
Y4	الجغرافية	0.170129
Y2	اللغة العربية	0.165792
Y1	التربية الاسلامية	0.129575
Y6	الرياضيات	0.078655

ومن خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان المواد (الكيمياء ، الاحياء ، اللغة الانكليزية، الفيزياء) وهي المواد ذات الطابع العلمي هي الاكثر تاثرا بمتغيرات المجموعة الاولى ، اما المواد (التاريخ ، الجغرافيـة ، اللغة العربية ، التربية الاسلامية ، الرياضيات) فقد كانت اقل تاثرا .

الاستنتاجات

- **الدراسة الابتدائية**

١- نستنتج بان الارتباط القويم الاول هو الاكثر تأثيرا من بـين الارتباطـات القويمـة الاخـرى للمجموعتين X و y .

٢- ان المتغير X1 (هل للاطالب نشاط صفي) هو المتغير الاكثر تاثيرا في اداء الطالب ياتي بعده المتغيرات X5 (هل محل سكن الطالب قريب)، X6 (هل هناك من يتـابع الطالـب فـي المدرسة)، X2 (هل يساعد الطالب أقرانه في المدرسـة)، X4 (هـل يتمتـع الطالـب بشخصية قوية) ، X8 (التحصيل الدراسي للام)، X12 (هل الام على قيـد الحيـاة)، X7 (هل هناك تواصل بين ولي امر الطالب والادارة) والتي كانت تاثيراتها الاقوى من بين بقيـة المتغيرات.

٣- ان المتغيرات X11 و X10 و X3 و X14 والتي تمثل (هل لدى الطالب اهتمامات فنية ، هل لدى الطالب اهتمامات رياضية ، هل يهتم الطالب بمظهره الخـارجي، هـل لـدى الطالب اصدقاء) على التوالي ،كانت تاثيراتها ضعيفة على مستوى اداء الطالب.

٤- ان المواد (الرياضيات ، الجغرافية ، التربية الوطنية ، التاريخ) هي الاكثر تاثرا بمتغيـرات المجموعة الاولى ، اما المواد (التربية الاسلامية ، اللغة العربيـة ، مبـادئ العلـوم ، اللغـة الانكليزية) فقد كانت الاقل تاثرا.

- **الدراسة المتوسطة**

١- ان الارتباط القويم الاول هو اكبر ارتباط والوحيد ذو دلالة معنوية حيث كانت قيمته مـساوية (0.814492).

٢- المتغيرات (X6(هل هناك من يتابع الطالب في المدرسة) X12 (هل الام على قيـد الحيـاة)، X1 (هل للاطالب نشاط صفي)،X13 (هل الطالب يعمل)،X7(هل هناك تواصل بـين ولـي امر الطالب والادارة)، X16 (هل يتمتع الطالب بجو دراسي ملائم في البيت)، X15 (هـل يتمتع الطالب بقدرات ذهنية متميزة)، X3 (هل يهتم الطالـب بمظهـره الخـارجي)، X8 (التحصيل الدراسي للاب) هي الاكثر تاثيرا في المتغيرات للمجموعة الثانية.

٣- المتغيرات (X10 (هل لدى الطالب اهتمامات فنية) ،X11 (هل الاب على قيد الحياة)، X2 (هل يساعد الطالب أقرانه في المدرسة)، X18(هل للاطالب اصدقاء) ،X5 (هل محل سـكن الطالب قريب) قد كانت تاثيراتها ضعيفة على مستوى اداء الطالب.

٤- ان المواد (الكيمياء ، الاحياء ، اللغة الانكليزية، الفيزياء) وهي المواد ذات الطابع العلمي هـي الاكثر تاثرا بمتغيرات المجموعة الاولى ، اما المواد (التاريخ ، الجغرافية ، اللغـة العربيـة ، التربية الاسلامية ، الرياضيات) فقد كانت اقل تاثرا .

المصادر

١- الجبوري ، شلال وعبد ، صلاح حمـزة (٢٠٠٠) "تحليـل متعـدد المتغيـرات "، الجامعـة المستنصرية

2- Rancher, A (2002)" Methods of Multivariate Analysis" John Wiley & Sons, Inc.

3- Francis R. Bach & Michel, Jordan (2005)"A probabilistic Interpretation of Canonical Correlation Analysis" Technical report 688 university of California.

4- Anderson T. (1958) "An Introduction to multivariate statistical Analysis" Wiley & sons.

5- Flarian M. (2003) "Canonical Correlation Analysis with kernel" computational diagnostic group seminar.