



مجلة جامعة البحر المتوسط الدولية العدد الرابع - ديسمبر 2017

مجلة علمية محكمة

E.mail:journalmiu@gmail.com

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿يَوْمَ تَأْتِي كُلُّ نَفْسٍ تُجَادِلُ عَنْ نَفْسِهَا وَتُوَفَّىٰ كُلُّ نَفْسٍ مَّا عَمِلَتْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ (111) وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا قَرْيَةً كَانَتْ آمِنَةً مُّطْمَئِنَّةً يَأْتِيهَا رِزْقُهَا رَغَدًا مِنْ كُلِّ مَكَانٍ فَكَفَرَتْ بِأَنْعُمِ اللَّهِ فَأَذَاقَهَا اللَّهُ لُبَاسَ الْجُوعِ وَالْخَوْفِ بِمَا كَانُوا يَصْنَعُونَ (112)﴾

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ الْعِزَّةُ الْعَظِيمَةُ

سورة النحل آيتي 111 - 112

مجلة جامعة البحر المتوسط الدولية
مجلة علمية محكمة تعنى بالدراسات الإنسانية و التطبيقية
و تصدر باللغتين العربية و الانجليزية

حائزة على ترقيم المركز الدولي الموحد للدوريات (ISSN (2519-6286)
و شهادة معامل التأثير العربي رقم (2018 – 224)

رئيس التحرير

د. عبد الكريم عبد الله بالقاسم

هيئة التحرير

أ. أحمد مفتاح الصيد

أ. أمينة محمد بشير المغربي

د. بثينة فضيل بوخطوة

د. فهمي إبراهيم الحداد

د. ماشاء الله عثمان الزوي

أ. أسماء رجب الكوافي

❖ إعداد فني :- هنيذا عمر الطشاني

❖ مدقق لغوي :- د. أحمد مصباح اسحيم

الهيئة الاستشارية

- الدكتور إبراهيم رستم (علوم هندسية)
- الدكتور إدريس عبد السلام اشتيوي (محاسبة)
- الدكتور بوبكر فرج شريعة (محاسبة)
- الدكتور رمضان المجراب (لغة انجليزية)
- الدكتور سالم محمد الأوجلي (قانون جنائي)
- الدكتور صبري جبران الكرغلي (تسويق)
- الدكتور عبدالرحيم البدري (علم نفس و تربية)
- الأستاذ عبدالله علي الرحبيي (آثار و تاريخ قديم)
- الدكتور عبد المطلوب الطبولي (لغة عربية)
- الدكتور عبدالناصر عزالدين بوخشم (اقتصاد)
- الدكتور عبد الناصر يوسف الزوكي (علوم طبية)
- الدكتور عمر إبراهيم العفاس (علوم سياسية)
- الدكتور فؤاد حمدي بن طاهر (آثار و تاريخ قديم)
- الدكتور فيصل سالم الكيخيا (تسويق)
- الدكتور محمد إبراهيم حماد (محاسبة)
- الدكتور موسي مسعود أرحومة (قانون)
- الدكتور ناصر فرج بن حسونه (إدارة)
- الدكتور نجيب المحجوب أَلحصادي (فلسفة علم و منطق)
- الدكتور يوسف حامد الشين (فلسفة)

- و المجلة لها حرية التقييم عند مستشار آخر إذا كان البحث لا يقع مجاله تحت التخصصات المذكورة.

شروط النشر في مجلة جامعة البحر المتوسط الدولية

1. ألا يقل البحث عن عشر ورقات، و ألا يزيد عن عشرين ورقة فليساكاب A4، على أن يكون الخط (نوع العربي التقليدي. Simplified و حجمه 14).
2. أن يرسل البحث إلكترونياً، و يشترط أن يكون مكتوباً على برنامج (Microsoft Word) و أن يكون الخط بالعربية (Simplified) مقاسه 14، على أن يكون تباعد الأسطر بقياس سطر واحد و بالنسبة لهوامش الصفحة من الأعلى و الأسفل و من اليمين (2.5 سم (و من اليسار 2) سم . (و يخطر الباحث باستلام بحثه في حينه)، أما إذا كان البحث باللغة الإنجليزية فيكتب بخط نوع (Time New Roman).
3. تقبل البحوث باللغة العربية في العموم و الإنجليزية تاليفا أو ترجمة، و أن يقدم الباحث لها ملخصاً بالعربية على أن لا يقل عن مئة و خمسين كلمة .
4. ألا يكون البحث قد سبق نشره في إحدى المجالات الوطنية أو غيرها أو مستلا من رسالة ماجستير أو أطروحة دكتوراه، أو يكون الباحث قد تناوله بعنوان آخر في وسيلة نشر أخرى.
5. يراعى في البحث الشكلية الفنية و المنهجية، و توثيق المصادر و المراجع، و تدوين التواريخ، و مقابلة الأسماء بالحرف اللاتيني. و التنصيص على النصوص و غيرها.
6. يراعى في أسلوب كتابة الهوامش و عرض المراجع كتابة اسم المؤلف، عنوان الكتاب، اسم المترجم أو المحقق، الطبعة، مكان النشر، الناشر، تاريخ النشر، رقم الجزء و الصفحة في الهوامش و قائمة المراجع العربية و الإنجليزية ينبغي أن يكون عنوان الكتاب أو المجلة بالخط المحبر.
7. تلتزم المجلة بإشعار الباحث بقبول بحثه إن كان مقبولاً للنشر أو قابلاً للتعديل بعد التقييم.
8. لا تقدم المجلة شهادة أو إفادة (مقبول للنشر) ما لم يكن قد قرر نشره فعلياً أو نشر.
9. البحوث المقدمة للمجلة لا تعاد لأصحابها سواء نشرت أو لم تنشر.
10. أن يتضمن البحث اسم الباحث، و تخصصه، و مجال عمله و الهاتف، و البريد الإلكتروني إن وجد، و إن تعدد الباحثون فيكتفي بأحدهم.
11. يحق للباحث نسخة من العدد المنشور فيها بحثه إن كانت المجلة ورقية، و إذا كانت إلكترونية يحق له سحب ذلك من موقع الجامعة المنشورة عليه بعد إشعاره بصدور العدد، فإن لم يتمكن فيمكن حينئذ إرسال نسخة علي بريده الإلكتروني أو الفايبر إن كان له ذلك.
12. بعد إشعار الباحث بقبول بحثه وإرجاعه له للتصحيح أو الإضافة أو التعديل، أن يقوم الباحث بتزويد المجلة بنسخة من البحث في صورته النهائية علي قرص مدمج CD يدوياً أو إرساله علي بريد المجلة أو علي بريد المندوبين.
13. تنبيه على الباحث الذين يستعملون بعض الاقتباسات من (النت) بطريقة القص ، أن يعيدوا طباعتها في بحوثهم لعدم تكيفها فنيا في إخراج المجلة .

14. قيمة نشر البحوث:-

1. إذا كان الباحث من خارج ليبيا يدفع (100) دولار أمريكي أو ما يعادله.
2. إذا كان الباحث من داخل ليبيا يدفع (200) دينار ليبي، يُدفع منها (50) دينار مقدما قبل التقييم، ثم يتم المبلغ إلى (200) دينار ليبي حين يقرر البحث بدرجة مقبول للنشر بدون تعديل أو مع التعديل.
3. علماً بأن حسابنا القابل للتحويل هو (CA - العملة USD).
(ليبيا بنغازي. مصرف التجارة و التنمية، فرع الوكالات، رقم 0111-766216-002).

بريد المجلة: journal@miu.edu.ly

أسرة هيئة التحرير

محتويات العدد

الصفحة	الموضوع	كلمة العدد
1 " دراسة حالة مصرف الوحدة الرئيسي بمدينة بنغازي "	الصيرفة الإسلامية و التسويق الإسلامي
33 د. صبري جبران الكرغلي و أ. ابتسام يحي الجريبي	واقع تنافسية الاقتصاد الليبي على ضوء مؤشر النمو للتنافسية العالمية " دراسة تحليلية تقييمية"
57 أ. علي حمد الخفيفي	سلطة الدولة في الاستيلاء على المال الأجنبي
76 د. حمو صائنة مريم	الالتزام الديني و علاقته بالمسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم
96 د. أشرف محمد أحمد علي	ما وراء الأخلاق و الأخلاق المعيارية
111 د. مصبونة أمحمد الفاخري	Factors influencing customers' decision to adopt online banking services in Libya
 د. خالد خليفة الصابر حسين	

كلمة العدد

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
 ٢٠١٧ م ١٢ رجب ١٤٣٩ هـ

امتحان القبول لحملة الشهادة الثانوية الأدبية و العلمية و التخصصية، في الكليات التطبيقية و الإنسانية لهذا العام أسقط القناع عن الوجه الحقيقي للتعليم عندنا في المراحل التي قبل الجامعية، مما أظهر بشاعته و ترديه و تهاوي مستوياته و تداعي أركانه، و دق ناقوس الخطر الذي يوجب صرخة قوية صادحة و حادة في آذان مسؤولي التعليم و القائمين عليه في القمة و القاعدة، لمعالجة الموضوع بشكل مكثف و عميق و فوري، و بحث أسباب ترديه بكل دقة و صدق أمام الذات، في مجالاته العلمية و المهنية و الإدارية، لأنه أظهر و بشكل مكشوف للعيان أن كل التقادير العالية لحاملها محض افتراء و زيف و خداع و تضليل، فعندما يصل أصحاب هذه التقادير من العجز عن كتابة جملة عربية صحيحة، و إنجليزية مهشمة، و عن بعض الأسئلة و الإجابة عن بعض المعلومات العلمية، فهذا يعني أننا أمام كارثة حقيقية بما في الكلمة من معنى، ثم نلجأ للتعليق على قميص عثمان عجز فتهم الجامعات العامة و الخاصة بالقصور و كأنها تملك عصا موسى، فهل يصلح العطار ما أفسد الدهر؟ المعالجة تبدأ من القاعدة من رياض الأطفال و المراحل الأساسية و ما فوقها، بمراقبة المدارس الخاصة و العامة، و معلميهما، و إدارتها و متابعة المناهج و الكتب العلمية الصحيحة و وضع السياسات العامة للتعليم، و وضع معايير للجودة فيها التي هي معدومة بالأساس، و وضع الطريقة النزيهة في أداء الامتحانات و تغاير لجانها، و كبح جماح مدراء المدارس عن تسابقهم في تضخيم النتائج و التقديرات، و وضع المدرس الكفو للتخصص الدقيق، و إكرام و تكريم المعلم القاعدة الأساسية في الإصلاح. الحديث يطول لكنها كلمة في جوف كلمة.

رئيس التحرير

الصيرفة الإسلامية و التسويق الإسلامي**” دراسة حالة مصرف الوحدة الرئيسي بمدينة بنغازي ”****د. صبري جبران الكرفلي - أ. ابتسام يحيى الجريسي****جامعة بنغازي - كلية الاقتصاد****الملخص**

تهدف الدراسة إلى استقصاء وجهات نظر العاملين بإدارة المنتجات المصرفية الإسلامية بمصرف الوحدة، نحو التحول إلى برامج الصيرفة الإسلامية وتسويق منتجاتها، حيث تم تصميم استمارة استبانة وزعت على مُجتمع الدراسة.

من بين أبرز نتائج الدراسة أن هناك اتفاقا تاما بين المشاركين في أن مصرف الوحدة يُواجه تحدياتٍ جمةً في التحول تشمل:-
ضعف ثقافة العاملين و الزبائن، و قصور اللوائح، و تزايد تحديات البيئة المحيطة، و ضعف أداء الجهات العليا المسؤولة عن شؤون الصيرفة، و تدني مستوى التكنولوجيا، ثم قصور أداء الوحدات الإدارية المسؤولة عن شؤون المنتجات الإسلامية، كما بينت الدراسة تدني درجة رضا الزبائن عن هذه المنتجات.

و توصي الدراسة بضرورة وضع إستراتيجية على مستوى وزارة المالية و مصرف ليبيا المركزي، تُركّز على نشر ثقافة الصيرفة الإسلامية، و الاستفادة من تجارب الدول الرائدة كما يُنصح بإعادة النظر في التشريعات المصرفية، مع توضيح أبعاد الصيرفة الإسلامية بشكلٍ صحيح.

أخيراً، تُختتم الورقة بعرض التحديات و القيود، كما تُقدم بعض المضامين و الأبحاث المستقبلية.

الكلمات المفتاحية : الصيرفة الإسلامية، التسويق الإسلامي، مصرف الوحدة ليبيا.

Abstract

This study aims to investigate Islamic Banking staff's views towards Wada Bank transformation process to Islamic banking programmes, and the marketing of its products. A questionnaire instrument was designed and circulated to respective staff.

The key findings are that there is a consensus among participants that the bank faces numerous challenges includeing: cultural obstacles, insufficient regulations, increasing environmental challenges, weaknesses of higher authorities responsible for banking affairs, weakness of technology, and poor administrative performances. The study also showed a low level of customer satisfaction on Islamic banking products.

The study urges the need to invent and develop a governmental Islamic banking strategy to focus on spreading Islamic banking culture, and benefit from the leading Islamic countries experiences. It also advises reconsidering the current banking legislations, and explaining their implications properly.

Finally, the paper concludes with research constraints, and suggests implications for future research.

Key words: Islamic Banking, Islamic Marketing, Wahda Bank, Libya.

1.1 مقدمة

يُعد موضوع استقصاء وجهات نظر العاملين نحو عملية التحول للصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها للزبائن، من بين أهم الموضوعات الحديثة التي تحتاج إلى المزيد من البحث و التقصي، خصوصاً من جانب تخصصات العلوم المصرفية و التسويقية و المالية و الاقتصادية.

و تُعد الصيرفة الإسلامية و التسويق الإسلامي جزءاً لا يتجزأ من النظام الاقتصادي العالمي، الذي يُمكن النظر إليهما كونهما منهجاً رانياً كاملاً للحياة البشرية، و في حدود الطاقة البشرية و الواقع المادي للإنسان، حيث لُوَظ في السنوات الحديثة

ولادة جيل جديد من خدمات الزبائن بالمصارف تقوم على الالتزام بأحكام الشريعة الإسلامية، و ظهور ما يُسمى بالنظام المصرفي الإسلامي و التسويق الإسلامي، و انعقاد العديد من المؤتمرات العالمية في هذا المجال الحديث.

فعلى الصعيد العربي و الإسلامي و العالمي حققت الصيرفة الإسلامية نجاحات باهرة، و ذلك من خلال اتساع نطاقها الجغرافي، حيث أصبحت خدمات الزبائن المصرفية الإسلامية تنتشر في أكثر من 60 دولة في العالم منها: - ماليزيا، إندونيسيا، باكستان، المملكة المتحدة، السعودية، الإمارات، قطر، الأردن، مصر، تركيا.... وغيرها.

أما في ليبيا، خصوصاً بعد صدور القانون رقم (1) لسنة 2013 م بشأن منع المعاملات الربوية، فقد بدأت جميع المؤسسات المالية و المصرفية بأخذ خطواتها نحو التحول للصيرفة الإسلامية، كما قامت بوضع برامجها و خططها التسويقية، و ذلك لتسويق مُنتجاتها إلى الزبون في السوق الليبية عن طريق أنظمة التمويل و التسويق الإسلامي مثل نظام المراجعة في تسويق السيارات و مُعدات البناء و غيرها من المنتجات الأخرى.

و حيث إن المفهوم التسويقي الحديث يتبنى حاجات العملاء و رغباتهم في القطاعات السوقية المختلفة، بات لزاماً على العاملين بالمصارف التفكير بالمنطق التسويقي، و تجزئة السوق بناءً على حاجات و رغبات الزبائن و محاولة إشباعها بالكيفية التي تحقق اشباعاً مُتبادلة و عوائد مُرضية.

و نظراً لكون المصارف الإسلامية بدول العالم تعمل في بيئة تنافسية مع المصارف التقليدية و المؤسسات المالية الأخرى، فإنه يتوجب عليها تسويق نفسها بطريقة مُتميزة عن هذه المصارف، و ذلك لخدمة الشرائح السوقية ذات الحاجات و الرغبات التي لا يليها إلا المزيج التسويقي المصرفي الإسلامي.

1.2 مشكلة الدراسة

لا يخفى على أحد الدور الذي تلعبه المصارف في دعم و ازدهار الاقتصاد الدولي، كونها حلقة وصل بين المذخرين للأموال الباحثين عن الاستثمار الأمثل و بين المستثمرين لها الذين يبحثون عن تمويل لمشروعاتهم، و ذلك عن طريق الخدمات التي تُقدمها تلك

المصارف لزبائنها من قبولها للودائع و حفظها، ثم البحث عن الاستثمار الملائم لهذه الأموال، آخذةً على عاتقها مسؤولية النهوض بالمجتمع و الوصول به إلى المستويات المرموقة من الحياة الكريمة.

إن هذه الطموحات الكبيرة هي تحديداً ما تسعى إليه فلسفة خدمات المصارف الإسلامية، و هي المساهمة في بناء الاقتصاد الحقيقي مُتمثلة في خدماتها المتنوعة للزبائن، التي تُغطى تقريباً جميع نواحي الاستثمار مثل :- المراجعة، المشاركة، المضاربة، الإيجار، المزارعة، و غيرها.

و تظهر أهمية هذه الخدمات في الدول الإسلامية على وجه الخصوص، و ذلك نظراً لحاجتها لدعم اقتصادها في نواحي الحياة المختلفة، و بما يتوافق مع توجهات الدين الإسلامي في التزامه بالأصول الفقهية للمعاملات الاقتصادية، و تحريمه للربا و كُل ما يتعارض مع أخلاقيات الفطرة السليمة.

و في ليبيا بدأت تجربة المصارف بالتحول لأنظمة الصيرفة الإسلامية مع بداية العام 2013م، و ذلك بتحريم التعامل بالمعاملات الربوية، من خلال صدور القانون رقم (1) لسنة 2013م، الذي نصَّ على منع التعامل بالمعاملات الربوية اعتباراً من تاريخ 2013/01/01م.

و نظراً لأهمية تسويق المنتجات المصرفية الإسلامية للزبون و المجتمع و الاقتصاد الوطني، و رغم بدء المصارف الليبية في برامج التحول للصيرفة الإسلامية، إلا أن مثل هذه المنتجات الإسلامية ما تزال دون المستوى المطلوب من حيث طريقة التصميم و التسويق لإرضاء الزبائن، حيث تبين من خلال بعض المقابلات الشخصية التي أجريت مع كبار المسؤولين في مصرف الوحدة الرئيسي بمدينة بنغازي¹، أن المصارف الليبية في العموم ما زالت تحبوا في مرحلة المهد، و لم تتمكن بعد من التحول إلى نظام الصيرفة الإسلامية و التسويق الإسلامي بمفاهيمها الصحيحة، و هذا أشار إلى وجود مُعوقات كثيرة و مُتنوعة المصادر واجبة الاستقصاء، الأمر الذي ترتب عليه عدم قدرة هذه المصارف على تحقيق رؤيتها و رسالتها في استثمار و تسويق مُنتجات إسلامية يرغبها الزبون الليبي لذاتها، الأمر الذي كان دافعاً أساسياً لإجراء هذه الدراسة الاستكشافية في سوق الخدمات المصرفية الإسلامية في ليبيا.

¹تم إجراء خمس مقابلات شخصية مع مدير إدارة المنتجات الإسلامية و رؤساء أقسام وعاملين بإدارة الصيرفة الإسلامية لأجل استقصاء و تجميع أكبر قدر ممكن من المعلومات قبل القيام بالدراسة الميدانية.

1.3 أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على وجهات نظر العاملين بإدارة المنتجات الإسلامية بمصرف الوحدة الرئيسي بمدينة بنغازي نحو عملية التحول للصيرفة الإسلامية.
2. تحديد أهم المعوقات التي تُعيق سرعة تحول مصرف الوحدة الرئيسي نحو برامج الصيرفة الإسلامية.
3. التعرف على آراء العاملين بإدارة المنتجات الإسلامية بمصرف الوحدة الرئيسي بمدينة بنغازي نحو قدرة المصرف على تسويق مُنتجات إسلامية تُشبع حاجات و رغبات الزبائن و المستهلكين بالمدينة.
4. تحديد ما إذا هناك اختلافات جوهرية بين إجابات المشاركين في الدراسة يُمكن أن تُعزى للمتغيرات الديموغرافية أو الوظيفية.
5. تقديم بعض التوصيات و المضامين النظرية و التطبيقية التي تُسهم في تسريع وتيرة التحول للصيرفة الإسلامية، و تسويق خدماتها بكيفية تُرضي الزبائن في السوق الليبي و تحقق عوائد مُجزية للمصرف.

1.4 فرضيات الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة الحالية تم الرجوع إلى الأدبيات المنشورة المتخصصة، كما تم الاستئناس ببعض الأفكار و المقترحات

الناجمة عن المقابلات الشخصية، لأجل وضع مجموعة الفرضيات الصفرية و البديلة على النحو التالي:-

الفرضية الصفرية الأولى: لم يتمكن مصرف الوحدة الرئيسي بمدينة بنغازي من التحول بالكامل إلى الصيرفة الإسلامية.

الفرضية البديلة الأولى: أن مصرف الوحدة الرئيسي بمدينة بنغازي تحوّل بالكامل إلى الصيرفة الإسلامية.

الفرضية الصفرية الثانية: لا توجد مُعوقات تُعيق مصرف الوحدة نحو التحول للصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها.

الفرضية البديلة الثانية: تُوجد مُعوقات تُعيق مصرف الوحدة نحو التحول للصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها.

الفرضية الصفرية الثالثة: أن إدارة المنتجات الإسلامية بمصرف الوحدة الرئيسي لا تقوم بتسويق مُنتجات إسلامية تُحقق درجةً من الرضا للزبائن.

الفرضية البديلة الثالثة: أن إدارة المنتجات الإسلامية بمصرف الوحدة الرئيسي تقوم بتسويق مُنتجات إسلامية تُحقق درجةً من الرضا للزبائن.

الفرضية الصفرية الرابعة: أن إدارة المنتجات الإسلامية بمصرف الوحدة الرئيسي لا تقوم بتسويق مُنتجات إسلامية تتمتع بدرجةً من الإقبال من قِبل الزبائن.

الفرضية البديلة الرابعة: أن إدارة المنتجات الإسلامية بمصرف الوحدة الرئيسي تقوم بتسويق مُنتجات إسلامية تتمتع بدرجةً من الإقبال من قِبل الزبائن.

الفرضية الصفرية الخامسة: لا توجد اختلافات جوهرية ذات دلالة إحصائية بين إجابات المشاركين في الدراسة يُمكن أن تُعزى إلى المتغيرات الديموغرافية أو الوظيفية.

الفرضية البديلة الخامسة: هناك اختلافات جوهرية ذات دلالة إحصائية بين إجابات المشاركين في الدراسة يُمكن أن تُعزى إلى المتغيرات الديموغرافية أو الوظيفية.

1.5 الدراسات السابقة

تُعد الصيرفة و التسويق الإسلامي من بين أبرز الموضوعات التي ازداد الاهتمام بها في السنوات الأخيرة، في مجالات التمويل و التسويق و علوم الإدارة و الاقتصاد الإسلامي بشكلٍ عام، حيث يُقصد بالصيرفة الإسلامية "النظام أو النشاط المصرفي المتوافق مع الشريعة الإسلامية". إذ أن الفائدة التي تدفعها المصارف التجارية عن الودائع أو التي تأخذها عن القروض تدخل في حُكم الربا و هو يُعد من الكبائر في الإسلام، و قد تم إنشاء أول بنك إسلامي في دبي أوائل سبعينات القرن الماضي، ثم أنشئت العديد من المصارف الإسلامية بعد ذلك حتى تجاوزت 100 مصرف في جميع أنحاء العالم، من أشهرها بنك فيصل الإسلامي، و بنك دبي الإسلامي.

أما بالنسبة لموضوع التسويق الإسلامي فيعد موضوعاً حديث النشأة و هناك العديد من التعريفات و المحاولات التي تمت في هذا الشأن، خصوصاً بعد ضعف قدرة التعريفات التقليدية للتسويق في مُقابلة أو مُوافقة تصورات أو مُتطلبات المستهلك المسلم المبنية على التقوى و الإيمان (Adnan:2013).

فمثلاً عرّفه (جافاري،Jafari:2012) بأنه:- هو علم دراسة ظاهرة التسويق من مُنطلق مبادئ و مُمارسات المجتمعات الإسلامية، و بهذه النظرة فإن التسويق الإسلامي يُمكن فهمه بأنه تسويق يقوم على الدين (Alserhan:2011) حيث تتأثر جميع الأنشطة التسويقية (المزيج التسويقي) بالشرعة الإسلامية، كما يُمكن أن يعني تلك الممارسات التسويقية التي تقوم بها الشركات الإسلامية إلى المستهلكين المسلمين.

كما أن هناك من نظر إليه على أنه إعادة تعريف التسويق التقليدي (Traditional Marketing Concept) ليعني تكييف المفاهيم التسويقية المعاصرة في العالم لتسير في ظل القرآن الكريم و السُنّة النبوية المطهّرة و الآداب الإسلامية المُتعارف عليها. لذلك تم تعريف التسويق الإسلامي من هذه النظرة :- "أنه عملية أو إستراتيجية (الحكمة) في مُقابلة حاجات الزبائن من خلال تسويق مُنتجات الحلال (Marketing of Halal Products) من سلع و خدمات، مع وجود رضا و توافق مُتبادل من كلا الطرفين (البائع و المشتري)، و ذلك لتحقيق الرفاه المادي و المعنوي في الحياة الدنيا و الآخرة، فهذا التعريف الشامل يعكس جُملة من الكلمات و العناصر الأساسية منها:- الإستراتيجية أو الحكمة، الحاجة، الحلال أو الطيبات، التوافق المُتبادل، الرفاه أو الفلاح" (Mahabub and Shariful: 2011, 4).

إن المزيج التسويقي التقليدي و المعاصر- خصوصاً في مجال تسويق الخدمات - أو ما يُسمى (7Ps)، لا يتوافق تماماً مع مُتطلبات التسويق الإسلامي، و تتحقق بعض مظاهر ذلك التوافق في المفاهيم التسويقية المجتمعية و البيئية.

هذا القصور في التوافق جعل بعض المهتمين بشؤون التسويق الإسلامي (Bin Abdullah, et al.: 2013) تقترح تعديل أو تحويل المزيج التسويقي ليحوي أبعاداً أخرى بما فيها حاجات و رغبات الزبون المسلم، و هذا يعني ضرورة الالتفات إلى عناصر أخرى هامة في المزيج التسويقي هي:- التوافق مع السلوك و القواعد العامة المقبولة، الخصوصية، الالتزام، الدقة، ثم الزبون. و هذه تُسمى في

مجال التسويق الإسلامي بمفهوم (5Cs) التي هي عبارة عن اختصار للكلمات الخمس الهامة في مجال التسويق الإسلامي
(Conformity, Character, Commitment, Conscience and Customer Centricism).

و هناك بعض مظاهر الغموض التي ربما قد تنشأ من استخدام مُصطلح التسويق الإسلامي (Islamic Marketing).
فمثلاً هناك من يرى أن استخدام هذا المصطلح قد يُحدث نوعاً من التفرقة أو العُزلة في الفهم التسويقي بدلاً من توحيده و التفاعل
معه لأسبابٍ عدة منها: - أنه يُفهم منه أنه مُستوحى من الفكر الإسلامي فقط، و يستخدم بالتالي موارد و أدوات و مهارات مُعينة
تستهوي شريحة مُعينة دون غيرها، و من ثم فإنه يُخاطب أو يستهدف شريحة المسلمين و لا يتفاعل مع غير المسلمين من المستهلكين،
يُضاف إلى ذلك أن هذا التعريف للتسويق الإسلامي يفترض وجود شريحة إسلامية موجودة أساساً بالسوق، و بالإمكان الوصول إليها
و استهدافها و التنبؤ بسلوكها من قِبل المسوّقين.

إن مثل هذه الافتراضات التي تترافق مع هذا الطرح التسويقي تجعله مصدر خطر في فهم التجارة و التسويق الإسلامي و
الممارسات التسويقية في العالم، ما لم يتم تقديمها في سياق يستوعب الديانات و الثقافات الأخرى، مع المحافظة على الثوابت الشرعية
الإسلامية التي جاء بها الدين الإسلامي (Ozlem Sandikci: 2011).

السياق ذاته، وجدت دراسة (أبو دلبوح, Abu Dalbooh: 2014) في الأردن عن أثر التوجه نحو السوق على أداء البنوك
الإسلامية الأردنية، أن المصارف العامة و الخاصة التي تحولت للصيرفة الإسلامية في الأردن تُواجه تحديات تنافسية كبيرة، هذه
التحديات تقتضي منها إحداث تغييرات جوهرية خصوصاً في الفلسفات التسويقية السائدة بين شريحة العاملين بالمصارف، لكي تتوافق
مع حاجات و رغبات الزبائن المتنامية، مع مُراعاة القُدرات التنافسية للمصارف الأخرى، و النظر في إمكانية توحيدها في كيانات
مصرفية كبيرة قادرة على الدفاع عن نفسها في السوق المصرفي.

أما دراسة (العبود:2010م) عن قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية بالجمهورية السورية، فقد بيّنت
أن هناك ضعفاً في مُستوى اهتمام إدارة بنك سورية الإسلامي بالممارسات التي تتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية، الأمر الذي ترتب

عليه إعطاء تقييم سلمي من قبل المستهلكين و الزبائن لجودة المنتجات الإسلامية المقدّمة لهم بأبعادها المختلفة المتعارف عليها في مجال تسويق الخدمات المصرفية و هي:- الملموسية، الوثوقية، الاستجابة، الضمان، و التعاطف.

أما دراسة عبدالحسن (2003:Abdul Hassan, et al.) - عن رضا الزبائن عن الخدمات المصرفية الإسلامية - فقد توصلت إلى نتائج هامة تتعلق بأبعاد التسويق المصرفي الإسلامي، حيث بيّنت دراسته أن القيم الأخلاقية الإسلامية تجمع بين المبادئ الهامة للزبون المسلم، مثل:- تعظيم القيمة، المساواة، العدالة، و رفاهية المجتمع. كما أن التقيد بالأخلاقيات الإسلامية يُسهم بشكل واضح في تقييم معايير السلوك و الحياة لكلا من مُقدّم الخدمة المصرفية الإسلامية و مُتلقيها و هو الزبون، يُضاف إلى ذلك أن الحاجة إلى التوجه التسويقي (Market Orientation) القائم على فهم الزبون يزداد بشكل مُضطرد هذه الأيام، خصوصاً مع تزايد تعقد البيئة التسويقية في السوق المصرفي الإسلامي، و اشتداد حدة المنافسة بين المصارف في السوق، الأمر الذي يتطلب من تلك المصارف تصحيح الفهم الذهني للزبائن، بحيث تظهر في صورة مصارف إسلامية حقيقية.

و في دراسة أخرى في الأردن أكّد (العطيات:2007م) فعالية عملية التحول للصيرفة و التسويق الإسلامي، من خلال نتيجة هامة مفادها أن نجاح تجربة التحول للصيرفة الإسلامية بالأردن اقترن بوجود أسواق مالية إسلامية و كوادر بشرية مُتمكّنة، مع فهم صحيح للأحكام الشرعية.

أما دراسة (الخالدي: 2006م) في دولة الكويت عن مدى نجاح المصارف الإسلامية في تقديم خدمات مصرفية إسلامية للزبائن ترتقي إلى مُستوى توقعاتهم، حيث بيّنت الدراسة أن هناك رضا عاماً عن مُستوى جودة الخدمات المصرفية الإسلامية المقدّمة، إلا أن هناك فجوة ما تزال قائمة بين الخدمة المصرفية الإسلامية المستلمة، و الخدمة المصرفية الإسلامية المتوقّعة، كما كان هناك تباين واضح في مُستويات تقييم درجة جودة الخدمة بين العملاء، و ذلك لأسباب تتعلق بتأثير العوامل الديموغرافية.

و في دراسة (لطفى: 2006م) في المملكة العربية السعودية عن تقييم مدى تحول المصارف التقليدية إلى الصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجات إسلامية، بيّنت الدراسة نجاح تجربة التحول من جهة، كما أكدت على حقيقة هامة و هي أن نجاح هذه التجربة مُرتبط ارتباطاً وثيقاً بشيوع ثقافة الفكر الإسلامي في المملكة العربية السعودية بين العاملين بالمصارف و الزبائن المستهلكين لخدمات

المصارف، كما بينت الدراسة أيضاً أن مُراعاة رغبات و احتياجات الزبائن في السوق و التوسع في تلبيةها حسب الطلب، كانت من بين أهم العوامل المساعدة على نجاح تجربة الصيرفة الإسلامية بهذه الدول الإسلامية.

و في السودان أوضحت دراسة (الحزيم: 2004م) عن مدى تحول المصرف المركزي السوداني للعمل وفقاً لنظام الصيرفة الإسلامية، أن هناك اشتراطات أساسية لنجاح تجربة التحول تتمثل في إصلاح البيئة السياسية و القانونية و الاقتصادية، ثم الاستفادة من تجارب الدول الناجحة في مجال الصيرفة، و تلك التي لم توفق فيها باعتبارها ركائز و منطلقات يُستفاد من نتائجها في جميع الأحوال.

و في الشارقة أوضحت دراسة (حسان: 2002م) أن نجاح خطة تحول المصرف التقليدي إلى مصرف إسلامي يقتضي بالضرورة وجود عدة عوامل أساسية منها: - وضع خطة تحول واضحة، و تقديم كافة الحلول الشرعية للمشاكل التي تطرأ قبل و أثناء و بعد عملية التحول، و تأسيس هيئة فتوى مُتخصصة تُشرف على عملية التحول، و تسوية حقوق المساهمين الناتجة عن الفوائد الربوية المُتراكمة من سنوات سابقة، و تسوية القروض و الودائع السابقة، و تدريب العاملين بالمصرف، ثم تعديل و تكييف القيود و النظم المحاسبية و المالية بما يتلاءم مع مُقتضيات الشريعة الإسلامية.

و في دراسة (البعلي: 2000م) بالمملكة العربية السعودية عن تحول المصارف التقليدية إلى نظام الصيرفة الإسلامية، بيّنت الدراسة أن نجاح التحول للصيرفة الإسلامية يقتضي بالضرورة إعادة النظر في الهياكل التنظيمية المصرفية القديمة، و ذلك لتشمل النظم الإدارية و المالية و القانونية، وتكييفها مع مُتطلبات الشريعة الإسلامية.

أما دراسة (يُسرى: 1999م) بدول الخليج عن المصارف التقليدية و تحولها لنظام الصيرفة الإسلامية، أوضحت الدراسة أن مُعوقات التحول الكامل للصيرفة الإسلامية مُرتبط بعوامل عدة منها: - هيمنة سياسيات و لوائح المصارف التقليدية على النشاط المصرفي في مُعظم البلدان العربية، و غياب ثقافة الفكر الإسلامي، و قلة التشريعات و القوانين المُستمدة من الشرائع الأخرى، هذا بالإضافة إلى غياب الرؤية الإسلامية في العمل المصرفي و حلول فلسفة المصارف الغربية محل الفلسفة المصرفية الإسلامية.

و أخيراً بيّنت دراسة (أبوغدة: 1999م) عن تحول البنوك للعمل وفق نظام الصيرفة الإسلامية، أن التحول التدريجي هو أساس النجاح في الصيرفة الإسلامية، كما أن مراعاة تطبيق أحكام الشريعة الإسلامية يُعد هو الآخر عنصراً فاعلاً في إنجاح عملية التحول، كونه يُحقق التوافق بين الفكر و السلوك في آنٍ واحد، الأمر الذي يُعد بمثابة لون من ألوان العبادة لدى الزبائن في بلاد المسلمين.

و كتنقيح ختامي عام للدراسات المذكورة، و رغم اختلاف أماكن الدراسات السابقة بدول العالم، يبدو جلياً وجود شبه إجماع بين الدراسات السابقة على أن هناك مجموعة من العوامل الهامة لنجاح عمليات التحول للصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها، يأتي في مُقدّمها مراعاة قواعد الشريعة الإسلامية، إعادة النظر في الممارسات الإدارية و المالية و المحاسبية السابقة، تسوية التراكمات المالية و المخالفات الشرعية في المعاملات القديمة، تأهيل العاملين بالنظام المصرفي التقليدي لفهم أبعاد الشريعة الإسلامية و ضرورة تطبيقها في العمل المصرفي، ثم نشر ثقافة الصيرفة الإسلامية بين الزبائن و المستهلكين للمنتجات المصرفية الإسلامية.

1.6 منهجية الدراسة

لغرض إنجاز هذه الدراسة و تحقيق أهدافها، فإن المنهجية العلمية التي تم اعتمادها ركّزت على مُراجعة و استقراء الأدبيات السابقة و المنشورة في مجال صيرفة و تسويق المنتجات الإسلامية لأجل إيجاد مقياس يُمكن تطبيقه، كما تم إجراء عدد من المقابلات الشخصية الاستطلاعية مع المسؤولين عن إدارة و تسويق المنتجات الإسلامية بمصرف الوحدة الرئيسي بمدينة بنغازي، بالإضافة إلى ذلك تم الرجوع إلى عدد من تقارير الجهات الرسمية في الدولة الليبية مثل تقرير ديوان المحاسبة للعام 2015م، للاستفادة من المؤشرات و الإحصائية عن النظام المصرفي في ليبيا.

1.6.1 متغيرات الدراسة

شملت الدراسة الحالية مجموعة من المتغيرات الديموغرافية منها: - النوع، المؤهل العلمي، التخصص، الخبرة، المركز الوظيفي، كما شملت مُتغيرات رئيسية أخرى و هي: - مُتغير رضا الزبائن عن المنتجات المصرفية الإسلامية، مُتغير مُعوقات التحول لنظام الصيرفة

الإسلامية، و هذا المتغير اشتمل على مُعوقات فرعية (مُعوقات سببها الجهات العليا في الدولة، مُعوقات سببها إدارة المصرف، مُعوقات سببها إدارة تسويق المنتجات الإسلامية، مُعوقات سببها هيئة الرقابة الشرعية بالمصرف، مُعوقات سببها العاملين بالمصرف، مُعوقات سببها زبائن المصرف، مُعوقات سببها البيئة الخارجية للمصرف، و أخيراً مُعوقات ترجع لضعف مُستويات التكنولوجيا بالمصرف)، هذه المتغيرات تم دراستها لارتباطها الوثيق بموضوع البحث.

1.6.2 مجتمع الدراسة

ركزت الدراسة على العاملين بإدارة المنتجات الإسلامية بمصرف الوحدة الرئيسي بمدينة بنغازي كونها الإدارة الرئيسية، مع التركيز بشكلٍ خاص على الوحدات التنظيمية ذات الاختصاص التي تتبنى تقديم و تسويق المنتجات الإسلامية، حيث تم استهداف المعنيين بالإدارة من خلال توزيع 50 استمارة على أقسام شؤون الصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها، تم استرجاع 30 استمارة منها، ثبتت صلاحية 26 استمارة فقط للتحليل الإحصائي، و بمعدل استجابة بلغ (52%)، و هذه النسبة - رغم انخفاضها - إلا أنها تُعطي مؤشراً أو نتائج أولية يُمكن من خلالها الوصول إلى بعض النتائج العامة أو المشتركة بين المصارف الليبية فيما يتعلق بموضوع الصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها.

1.6.3 أدوات القياس

لغرض تحقيق أهداف هذه الدراسة و الوصول إلى مرحلة تحقيق أهدافها و اختبار فرضياتها، و بعد مسح الإطار النظري و المقاييس السابقة بالأدبيات المنشورة في مجال الصيرفة الإسلامية و التسويق الإسلامي، تم إجراء دراسة استطلاعية على عينة من المسؤولين و العاملين بإدارة المنتجات الإسلامية بمصرف الوحدة، حيث تم إجراء عدد (5) مُقابلات شخصية مع المسؤولين عن شؤون الصيرفة الإسلامية، و ذلك لغايات مُراجعة و تنقيح استمارة الاستبانة المستخدمة كأداة رئيسية في تجميع البيانات في هذه الدراسة.

استمارة الاستبانة المستخدمة تم إعدادها بناءً على الأدبيات المنشورة في مجال إدارة الصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها، حيث صُممت الاستمارة بطريقة تتناسب مع طبيعة و خصوصية الدراسة، و تم استخدام مقياس ليكرت (Likert Scale) الحُماسي. عقب ذلك تم تحكيم الاستمارة من خلال المُقابلات الشخصية مع بعض الأكاديميين بجامعة بنغازي، و كذلك الممارسين

لمهام تسويق المنتجات الإسلامية مثل مدير إدارة المنتجات الإسلامية، مدير إدارة المحاسبة، مدير إدارة الفروع، و هذه الخطوة تم اتخاذها لضمان زيادة درجة الصلاحية (Validity) و الاعتمادية (Reliability) في مقياس و بيانات الدراسة و نتائجها (Churchill: 1979).

و كما هو معروف فإن الصلاحية تعني الدرجة التي تستطيع فيه أداة القياس أن تقيس ما يُفترض قياسه، أما الاعتمادية فتشير إلى جودة التناسق الداخلي لعناصر استمارة الاستبانة وثباتها وقدرتها على تمثيل المفهوم المراد قياسه وإمكانية إعادة تطبيقها، و قد أفرز تحليل الاعتمادية صلاحية (60) عبارة من أصل (71) عبارة احتوتها استمارة الاستبانة، و قد تراوحت قيمة كرونباخ ألفا بين $(\alpha = 0.77 - 0.97)$ ، وهذه النسب تُعد مناسبة جداً لطبيعة الدراسة و تجاوزت الحدود الدنيا المسموح بها في صلاحية مقياس الدراسة (cut-off point $\alpha = 0.70$).

1.7 الدراسة الميدانية

بعد عملية تجميع استمارات الاستبانة، تم تفرغ بياناتها في برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، عقب ذلك تم إجراء مسح للبيانات لمعالجتها و للتعرف على طبيعة توزيعها، التي تبين أنها تقترب كثيراً من التوزيع الطبيعي (Parametric Distribution)، حيث أثبت تحليل التوزيع الطبيعي (Test of Normality) زيادة قيمة إحصائي الاختبار عن $(Kolmogorov - Simirnov > 0.05)$. و فيما يلي أهم نتائج الدراسة:

1.7.1 البيانات الديموغرافية للمشاركين

يعرض هذا الجزء من التحليل النتائج الوصفية التي تم الحصول عليها من مجتمع الدراسة.

1. متغير المؤهل العلمي

كما هو معلوم، يُعدُّ متغير المؤهل العلمي من بين أهم المتغيرات التي تُؤثر في اتجاهات و ميولاً لأفراد و قدرتهم على فهم و تقييم الأحداث التي تمر بهم في حياتهم الوظيفية. و للتعرف على بيانات المؤهل العلمي للعاملين بمصرف الوحدة الرئيسي بمدينة بنغازي، تم تجميع البيانات وعرضها في الجدول رقم (1) أدناه.

جدول (1) بيانات متغير المؤهل العلمي

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
23.1	6	تعليم عالي
69.2	18	تعليم جامعي
7.7	2	تعليم متوسط
100.0	26	المجموع

يُلاحظ من الجدول رقم (1) الوارد أعلاه ارتفاع نسبة المؤهلات العلمية للمستهدفين بالدراسة، حيث بلغت نسبة التعليم العالي (23%)، في حين بلغت نسبة التعليم الجامعي (69%)، بينما بلغت نسبة التعليم المتوسط (8%)، و لتصل النسبة التراكمية للمؤهلات العلمية العليا (92%)، و هذه النسبة المرتفعة تُمثل الغالبية العظمى للمُشاركين في الدراسة، و هذا ربما يكون عاملاً مُشجعاً لزيادة الثقة في بيانات الدراسة المتحصّل عليها من المستقصى منهم، بما يجعلنا نتوقع مُمارسة جيدة للصيرفة و التسويق الإسلامي بهذا المصرف.

2. متغير الخبرة العملية

يُعدُّ متغير الخبرة هو الآخر من بين المتغيرات الهامة التي تُؤثر في اتجاهات و ميول الأفراد نحو القضايا و الأحداث المختلفة في الحياة الوظيفية، حيث تساهم سنوات الخبرة و التجربة العملية في طريقة إدراك الفرد و تقييمه للأحداث و المواقف التي يقابلها في حياته العملية، و فيما يلي عرض بيانات هذا المتغير.

جدول رقم (2) بيانات متغير الخبرة

النسبة %	التكرار	الخبرة
7.7	2	أقل من 5 سنوات
15.4	4	من 5 إلى أقل من 10
76.9	20	من 10 فأكثر
100.0	26	المجموع

يُلاحظ من الجدول رقم (2) أعلاه أن الخبرة العملية للمُشاركين في الدراسة تجاوزت (92%) في مجال الصيرفة و تسويق مُنتجاتها، و هذا المستوى المرتفع في الخبرات العملية قد يكون له مدلولاته الإحصائية، و ذلك للتعرف على درجة تأثير مُتغير الخبرة في وجود اختلافات بين إجابات المستقصى منهم يُمكن أن تُعزى لمُتغير الخبرة العملية.

3. متغير التخصص

يُعد مُتغير التخصص من المُتغيرات الهامة التي ربما يكون لها دوراً مُؤثراً في اتجاهات الأفراد و تقييمهم للمواقف و الأحداث التي تقابلهم في وظائفهم، حيث يلعب التخصص دوراً محورياً في فهم القضايا الوظيفية و تقييمها بطريقة صحيحة و اتخاذ القرارات المناسبة، و فيما يلي عرض بيانات هذا المُتغير.

جدول (3) بيانات متغير التخصص العلمي

النسبة	التكرار	التخصص
26.9	7	إدارة أعمال
30.7	8	محاسبة
19.2	5	اقتصاد
23.07	6	أخرى
100.0	26	المجموع

يُلاحظ من الجدول رقم (3) أعلاه أن ما يقرب من (77%) من المشاركين لديهم تخصصات علمية في مجال العلوم الإدارية و المالية و الاقتصادية، و هذه النسبة المرتفعة نسبياً قد يكون لها مدلولاتها الإحصائية في مرحلة التحليل الاستنتاجي، و ذلك للتعرف على درجة تأثير مُتغير التخصص على وجود اختلاف في الإجابات التي يتم الإدلاء بها.

4. متغير طبيعة الوظيفة

يُعد مُتغير نوع أو مُستوى الوظيفة التي يُمارسها الأفراد بالمؤسسات عموماً من المتغيرات الهامة التي تُؤثر في اتجاهاتهم و كيفية تقييمهم للأحداث و القضايا الوظيفية التي تواجههم في العمل، و فيما يلي عرض بيانات هذا المتغير.

جدول (4) بيانات متغير الوظيفة

النسبة	التكرار	الوظيفة
23.1	6	مدير
42.3	11	رئيس قسم
34.6	9	أخرى
100.0	26	المجموع

يُلاحظ من الجدول رقم (4) أعلاه أن (75%) من المشاركين هم في مركز اتخاذ القرار بمصرف الوحدة الرئيسي بمدينة بنغازي، و من ثم فإن إفاداتهم و وجهات نظرهم تُعد هامة جداً، و لها مدلولاتها الإحصائية في التحليل الاستنتاجي، خصوصاً عند محاولة التعرف على درجة تأثير مُتغير نوع أو مُستوى الوظيفة على محتوى الإجابات التي سيتم الإدلاء بها.

5. متغير النوع

يُعد مُتغير النوع من المتغيرات الهامة التي قد يكون لها دور في تشكيل مُدركات و اتجاهات الأفراد بشكل عام، حيث تُساهم التركيبة الطبيعية للفرد (ذكر / أنثى) في طريقة إدراكه و تقييمه للأحداث و المواقف التي يقابلها في حياته اليومية بالعمل، و هذا

التفاوت في التركيبة البشرية قد يكون له مدلولاته من الناحية العلمية عند إجراء الاختبارات الإحصائية في الدراسة الحالية، و فيما يلي عرض بيانات هذا المتغير.

جدول رقم (5) نوع المشاركين

النوع	التكرار	النسبة
ذكور	18	69%
إناث	8	31%
المجموع	26	100%

يُلاحظ من الجدول رقم (5) أعلاه أن معظم المشاركين بالدراسة (69%) هم من فئة الذكور، في حين (31%) من فئة الإناث، و هذه النسب المتباينة ربما يكون لها مدلولاتها الإحصائية عند اختبار فرضيات الدراسة لاحقاً.

1.7.2 بيانات الدراسة الأساسية

لقياس مُيول و اتجاهات العاملين نحو تجربة التحول إلى الصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها، تم تصميم استمارة استبانة مُفصّلة لهذا الغرض، حيث تم توجيه الأسئلة و تجميع الإجابات و تحليلها و عرض نتائجها كما هو مبين أدناه.

1. قياس درجة التحول للصيرفة الإسلامية

بعد صدور قانون رقم (1) لسنة 2013 م المنظم لشؤون الصيرفة و التسويق الإسلامي في ليبيا، باشرت جميع المصارف الليبية في عملية التحول إلى الصيرفة الإسلامية، حيث ظهر هذا القانون لأجل منع المعاملات الربوية، و إجبار المصارف على مُراجعة و تغيير أنشطتها و تكييفها للبدء في مرحلة التحول للعمل بما يتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية وفقاً للمعيار رقم (6) من المعايير الشرعية، الذي يُنظم عملية تحول المصرف التقليدي إلى المصرف الإسلامي.

و لمعرفة إلى أي درجة تمكن مصرف الوحدة الرئيسي بمدينة بنغازي، من التحول إلى تطبيق نظام الصيرفة الإسلامية، تم توجيه سؤالاً مباشراً إلى المستقصى منهم و المعنيين بإدارة المنتجات الإسلامية، فكانت الإجابات على النحو الوارد بالجدول رقم (6).

جدول رقم (6) التحول للصيرفة الإسلامية

P-value	T-test	درجة التحول						البيان
		الإجمالي		تحول جزئي		تحول كامل		
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
0.48	0.72	%100	26	%100	26	-	-	هل تحول مصرف الوحدة للصيرفة الإسلامية؟

يتضح من الجدول رقم (6) أن هناك إجماع بين المشاركين من الذكور و الإناث على عدم قدرة مصرف الوحدة على التحول بالكامل لنظام الصيرفة الإسلامية، كما أن هذا الإجماع يتأكد من خلال قيمة الاختبار الإحصائي ($t\text{-test} = 0.72$)، و قيمة الدلالة الإحصائية ($P\text{-value} > 0.05$)، و هذا يقودنا في الواقع إلى عدم رفض الفرضية الصفرية التي تنص على " أن مصرف الوحدة الرئيسي بمدينة بنغازي لم يتحول بالكامل إلى مصرف إسلامي بسبب المعوقات التي تُعيق عملية التحول للصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها". هذه النتيجة في ذات الوقت تعكس وجود مُعوقات تُعيق عملية التحول الكامل لمصرف الوحدة للعمل وفق أحكام الشريعة الإسلامية، وسيتم استقصاءها في الجزء اللاحق.

2. مُعوقات عملية التحول للصيرفة الإسلامية بمصرف الوحدة

يُعد التحول لبرامج الصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها من أهم سمات المصارف و المؤسسات المالية الحديثة في العالم، حيث قامت العديد من الدول في العالم المتقدم و الإسلامي و النامي على السواء بإدخال برامج التمويل الإسلامي و التسويق الإسلامي على برامجها التعليمية و مُمارساتها العملية على حدّ سواء.

و رغم صدور قرار التحول للصيرفة الإسلامية في ليبيا عام (2013م)، إلا أن عملية التحول لهذا النظام الإسلامي في تمويل و تسويق المنتجات المصرفية مازال يُعاني من العديد من المعوقات التي كانت و ما تزال حجر عثرة في طريق تسريع وتيرة عملية التحول،

حيث بيّنت الدراسة الميدانية وجود العديد من المعوقات الداخلية و الخارجية، التي تُعيق سرعة التحول للصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها بشكلٍ جيد. و الجدول رقم (7) أدناه يُبين أهم المعوقات بالخصوص.

جدول رقم (7) مُعوقات التحول للصيرفة الإسلامية

P-value	T-test	معامل الارتباط بيرسون	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المُعوقات
0.000	9.27	*0.46	0.830	4.02	26	البيئة الخارجية للمصرف
		*0.72	0.622	4.01	26	العاملين بالصيرفة الإسلامية
		*0.59	0.576	3.95	26	الزبائن
		*0.84	0.765	3.91	26	التكنولوجيا
		*0.78	0.683	3.85	26	إدارة المُنتجات الإسلامية
		*0.79	0.667	3.80	26	الإدارة العليا للمصرف
		*0.84	0.649	3.69	26	وزارة المالية والمصرف المركزي
		*0.43	0.610	3.57	26	هيئة الرقابة الشرعية
		*0.77	0.630	3.48	26	اللوائح والقوانين
		-	-	0.480	3.85	26
-	0.56	-	-	-	-	تأثير متغير النوع
0.06	-	-	-	-	-	تأثير متغير المؤهل العلمي
0.08	-	-	-	-	-	تأثير متغير التخصص الأكاديمي
0.56	-	-	-	-	-	تأثير متغير الخبرة
0.97	-	-	-	-	-	تأثير متغير المركز الوظيفي

الجدول رقم (7) أعلاه يبين جُملة من المعوقات المترابطة التي تقف حجرة عثرة أمام تسريع وتيرة التحول إلى نظام الصيرفة

الإسلامية بمصرف الوحدة، حيث ترتبط هذه المعوقات بعلاقات وثيقة مع بعضها بعضاً إذ تراوحت معاملات الارتباط بين (0.43 -

0.84) لتعكس وجود ارتباط مُوجب بين هذه المعوقات جميعاً.

كما بلغ المتوسط العام لهذه المعوقات (3.85) على مقياس ليكرت الخماسي، وهذا المتوسط يتجاوز المتوسط الفرضي (3)، الأمر الذي يُشير إلى وجود دور واضح للمُعوقات في إعاقَة مصرف الوحدة في التحول بالكامل لنظام الصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجات إسلامية لإرضاء الزبائن.

هذه النتيجة تدعمها قيمة اختبار (t-test = 9.27)، و قيمة الدلالة الإحصائية (P-value < 0.05)، و هذا يجعلنا لا نقبل الفرضية الصفرية الثانية التي تنص على "عدم وجود مُعوقات تُعيق إدارة مصرف الوحدة نحو التحول للصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها"، و هذه النتيجة في الواقع تعكس وجود مُعوقات حقيقية تقف حجر عثرة أمام التحول الكامل لمصرف الوحدة للعمل وفق أحكام الشريعة الإسلامية.

و للتوضيح أكثر فإن هذه المعوقات يُمكن ترتيبها على النحو التالي: مُعوقات تتعلق بالبيئة الخارجية لمصرف الوحدة (4.02)، مُعوقات تتعلق بضعف مهارات العاملين بالصيرفة الإسلامية (4.01)، مُعوقات تتعلق بضعف ثقافة الزبائن و فهمهم لأبعاد الصيرفة الإسلامية (3.95)، مُعوقات تتعلق بغياب التكنولوجيا في مجال الصيرفة الإسلامية (3.91)، مُعوقات تتعلق بضعف إدارة المنتجات المصرفية الإسلامية بالمصرف (3.85)، مُعوقات تتعلق بقصور دور الإدارة العليا للمصرف (3.80)، مُعوقات تتعلق بقصور دور وزارة المالية ومصرف ليبيا المركزي (3.69)، مُعوقات تتعلق بقصور دور هيئة الرقابة الشرعية بالمصرف (3.57)، وأخيراً هناك مُعوقات تتعلق بقصور اللوائح و القوانين المنظمة للعمل المصرفي الإسلامي (3.48).

و لاختبار مدى وجود فروقات بين إجابات المستقصى منهم تتعلق بمُعوقات التحول للصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها و يُمكن إرجاعها للمتغيرات الديموغرافية و الوظيفية، تم إجراء اختبارات (T-test)، و تحليل التباين الأحادي (One-way Anova)، حيث لم يظهر وجود أي فروقات بسبب مُتغيرات المؤهل العلمي و التخصص الأكاديمي و الخبرة العملية و المركز الوظيفي، و ذلك لارتفاع قيمة (T-test)، و (P-value > 0.05).

عليه، فإن الفرضية الصفرية التي تنص على "أنه لا توجد اختلافات جوهرية ذات دلالة إحصائية بين إجابات المشاركين في الدراسة يُمكن أن تُعزى إلى المُتغيرات الديموغرافية أو الوظيفية" لا يُمكن رفضها. و هذا في الواقع يُؤكد اتفاق المشاركين -

رغم اختلاف مهامهم العلمية و تخصصاتهم و مراكزهم الوظيفية - حول دور هذه المعوقات في إعاقة تسريع وتيرة التحول للصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها.

3. قياس درجة رضا الزبائن و إقبالهم عن المُنتجات المصرفية الإسلامية

تُعد إستراتيجيات إرضاء الزبون (Customer Satisfaction) و التوجه نحو السوق (Market Orientation) من أهم الإستراتيجيات التي تستخدمها المصارف المعاصرة في استقطاب الشرائح السوقية المختلفة و اكتساح الأسواق لتعظيم حصتها السوقية و تعزيز مكانتها التنافسية و زيادة مُستويات أرباحها.

و للتعرف على درجة رضا زبائن مصرف الوحدة الرئيسي عن المُنتجات المصرفية الإسلامية التي تعرضها إدارة المُنتجات الإسلامية بالمصرف، تم توجيه أسئلة صريحة إلى المشاركين في الدراسة - من داخل المصرف - عن وجهات نظرهم في قياس رضا الزبائن و مُستويات الإقبال على المُنتجات المصرفية الإسلامية التي يُقدمها المصرف، فكانت الإجابات على النحو الوارد بالجدول رقم (8).

جدول رقم (8) درجة الرضا و الإقبال على المُنتجات المصرفية الإسلامية

البيان	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	T-test	P-value	القرار
درجة رضا الزبائن عن المُنتجات	26	2.69	0.884	1.77	0.08	قبول الفرضية
درجة إقبال الزبائن على المُنتجات	26	3.65	0.863	3.27	0.003	رفض الفرضية
معامل الارتباط	-	-	*0.41	-	-	

من الجدول رقم (8) أعلاه يتبين أن هناك انخفاض في درجة رضا الزبائن عن المُنتجات المصرفية الإسلامية التي يُقدمها مصرف الوحدة لزيائته (السيارات، الأثاث، المواد الكهربائية و المنزلية)، حيث بلغ المتوسط العام (2.69) على مقياس ليكرت الخماسي.

هذه النتيجة تجعلنا لا نرفض الفرضية التي تنص على "أن إدارة المُنتجات الإسلامية بمصرف الوحدة الرئيسي بمدينة بنغازي لا تقوم بتسويق مُنتجات إسلامية تُحقق الرضا لزبائن المصرف"، و ذلك لأن اختبار (T-Test) غير دال إحصائياً في هذه الحالة ($P\text{-value} > 0.05$).

و رغم النتيجة السابقة التي تم التوصل إليها من خلال تحليل البيانات المجمعة، إلا أنه يُلاحظ وجود ارتفاع نسبي في درجة الإقبال على هذه المُنتجات الإسلامية للمصرف، حيث بلغ مُتوسط إقبال الزبائن على اقتناء هذه المُنتجات المصرفية (3.65)، و هذه القيمة تجعلنا لا نقبل الفرضية الصفرية القائلة "أن إدارة المُنتجات الإسلامية بمصرف الوحدة الرئيسي بمدينة بنغازي لا تقوم بتسويق مُنتجات إسلامية تتمتع بدرجةٍ من الإقبال من قبل زبائن المصرف"، و ذلك لأن اختبار (T-Test) دال إحصائياً في هذه الحالة ($P\text{-value} < 0.05$).

إن النظرة المتفحصة للنتائج شبه المتضاربة أعلاه - فيما يتعلق بانخفاض درجة الرضا عن المُنتجات الإسلامية المصرفية و الارتفاع النسبي في درجة الإقبال عليها - يُظهر أن هذا الارتفاع لا يعكس في الواقع رغبة حقيقية من الزبائن في اقتناء المُنتجات لذاتها، بقدر ما يعكس وجود حالة من الضغط أو الإلزام بالاجوء إليها لأسباب كثيرة تخرج عن الفلسفة التسويقية و مفاهيم سلوك المستهلك المتعارف عليها، التي غايتها إرضاء الزبون كما هو مُوضح بالجدول رقم (9) أدناه.

جدول رقم (9) أسباب إقبال الزبائن على المُنتجات المصرفية الإسلامية

الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الأسباب
0.762	4.50	26	إعادة بيع المُنتجات الإسلامية للحصول على السيولة
0.134	3.62	26	عدم توفر مُنتجات بديلة ذات أفضلية أكبر
0.845	3.42	26	محدودية دخول الزبائن تجربهم على تقبل المُنتجات الحالية
0.871	2.96	26	الرغبة اقتناء المُنتجات الإسلامية لخصائصها الذاتية
0.664	2.85	26	تميز مُنتجات مصرف الوحدة

من الجدول رقم (9) أعلاه يتبين بجلاء أن الارتفاع النسبي في درجة إقبال الزبائن على المُنتجات المصرفية الإسلامية، إنما هو مُنبعث من دوافع غير سلبية مُتعلقة بخصائص مُنتجات المصرف، حيث جاءت السيولة في المرتبة الأولى كأسباب تفضيلية لاقتناء

مُنتجات مصرف الوحدة بمتوسط بلغ (4.50)، ثم غياب المنتجات البديلة (3.62)، ثم محدودية دخول الزبائن (3.42)، أما أهم المسببات الحقيقية لاقتناء مُنتجات المصرف - وهي الخصائص السلعية للمُنتجات و تميزها في السوق المصرفي الإسلامي - فلم تحض بدرجةٍ عاليةٍ من التفضيل، حيث بلغت مُتوسطاتها قيمةً مُتدنية (2.96) و (2.85) على التوالي.

أيضاً عندما نتفحص نتائج تحليل الارتباط بين مُتغير الرضا عن المنتجات المصرفية الإسلامية، و مُتغير الإقبال عليها، نجد أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية مُتوسطة القوة قدرها (0.41) بين درجة رضا الزبائن عن المنتجات المصرفية الإسلامية الحالية، و بين درجة إقبالهم على شراء هذه المنتجات، و هذه النتيجة تكاد تكون طبيعية و منطقية إذ تزداد درجة الإقبال على مثل هذه المنتجات المصرفية الإسلامية بمصرف الوحدة كلما زادت درجة الرضا عنها.

1.8 خلاصة البحث

إن الدراسة الحالية تعكس جهداً علمياً استغرق موارد مادية و بشرية و زمنية لإنجازه و إخراجها إلى حيز الوجود بهذا المستوى. هذه الجهود لن تكون لها قيمة علمية ما لم يتم عرض خلاصتها للاستفادة منها بشكلٍ صحيح، و فيما يلي أهم خلاصة البحث.

1.8.1 ملخص نتائج الدراسة

بعد تحليل بيانات الدراسة المجمّعة تم الحصول على جُملة من النتائج الهامة أبرزها ما يلي:-

1. ارتفاع نسبة المؤهلات العلمية و الخبرة العملية للعاملين المستهدفين بقسم المنتجات الإسلامية بمصرف الوحدة الرئيسي، مع توافق التخصصات العلمية للغالبية العظمى منهم مع طبيعة المهام الوظيفية في مجال الصيرفة و التسويق الإسلامي.
2. هناك إجماع تام بين المشاركين من الذكور و الإناث على عدم قدرة مصرف الوحدة الرئيسي على التحول بالكامل لنظام الصيرفة الإسلامية، و هذا التعثر راجع إلى وجود عدة مُعوقات مُختلفة المنشأ تعترض سبيل تسريع وتيرة التحول للعمل المصرفي الإسلامي بالكامل.
3. بيّنت الدراسة وجود عدد تسع مُعوقات حقيقية تقف حجر عثرة أمام تسريع وتيرة التحول إلى نظام الصيرفة الإسلامية بشكلٍ صحيح بمصرف الوحدة بمدينة بنغازي تشمل:- عوامل البيئة الخارجية لمصرف الوحدة، ضعف مهارات العاملين بالصيرفة

الإسلامية، ضعف ثقافة الزبائن و عدم فهمهم لأبعاد الصيرفة الإسلامية بالشكل الصحيح، غياب تطبيقات التكنولوجيا في مجال الصيرفة الإسلامية بالمصرف، ضعف إدارة المنتجات المصرفية الإسلامية بالمصرف، قصور دور الإدارة العليا للمصرف في الاهتمام بشؤون الصيرفة الإسلامية، قصور دور وزارة المالية و مصرف ليبيا المركزي، قصور دور هيئة الرقابة الشرعية بالمصرف، و أخيراً ضعف اللوائح و القوانين المنظمة للعمل المصرفي الإسلامي.

4. لم تُظهر الدراسة وجود أي اختلافات بين إجابات المشاركين فيما يتعلق بطبيعة مُعوقات التحول للصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها، التي يُمكن أن تُعزى للمُغيرات المؤهل العلمي أو التخصص الأكاديمي أو الخبرة العملية أو المركز الوظيفي للأفراد الذين شملتهم الدراسة.

5. أظهرت نتائج الدراسة وجود ضعف في الإستراتيجيات التسويقية الإسلامية لمصرف الوحدة، حيث أشارت إلى وجود انخفاض في درجة رضا زبائن المصرف عن المنتجات المصرفية الإسلامية التي يُقدمها المصرف من خلال نظام المراجعة الإسلامية (السيارات، الأثاث، المواد الكهربائية و المنزلية).

6. أوضحت الدراسة وجود نوع من الإقبال على المنتجات المصرفية الإسلامية رغم انخفاض درجة الرضا عنها، هذا الإقبال على المنتجات المصرفية الإسلامية لا يعكس في الواقع رغبة الزبائن الحقيقية في اقتناء المنتجات لذاتها، بقدر ما يعكس لجوءهم إليها لأسباب كثيرة تُخرج عن الفلسفات التسويقية، و الدوافع السلعية المُتعارف عليها بعلم التسويق التي غايتها إرضاء الزبون، حيث جاءت الحاجة إلى السيوالة في المرتبة الأولى كأسباب تفضيلية لاقتناء مُنتجات المصرف بغاية إعادة البيع لاحقاً، ثم غياب المنتجات أو الخيارات البديلة ثم محدودية دُخول الزبائن، أما أهم المسببات الحقيقية للإقبال على المنتجات الإسلامية لمصرف الوحدة و اقتناءها - و هي الخصائص الذاتية للمُنتجات و تميزها في السوق المصرفي الإسلامي - فلم تحض بدرجة عالية من التفضيل.

7. أوضحت نتائج الدراسة وجود درجة مُتوسطة القوة من الارتباط الموجب بين درجة رضا زبائن مصرف الوحدة عن المنتجات المصرفية الإسلامية، و درجة إقبالهم عليها وحرصهم على اقتنائها، هذا يعني أنه كلما زادت درجة رضا الزبائن على هذه المنتجات كلما زادت درجة الإقبال عليها، و رغم أن هذه النتيجة تُعد منطقية في العموم إلا أنه تم مُخالفتها في الواقع الحالي، حيث كان

هناك زيادة في الإقبال على المنتجات رغم انخفاض مستويات الرضا كما رآها الأفراد العاملين بإدارة المنتجات المصرفية الإسلامية بمصرف الوحدة.

1.8.2 مناقشة نتائج الدراسة

إن أبرز نتائج الدراسة التي تم التوصل إليها أعلاه لا يمكن إدراك أبعادها العلمية وقيمتها العملية إلا من خلال مقارنتها بالمرجعيات العلمية السابقة من الدراسات و الأبحاث في مجال الصيرفة و التسويق الإسلامي، فمثلاً توصلت الدراسة الحالية إلى وجود ضعف واضح في الاهتمام برضا الزبون و تقديم منتجات مصرفية تتوافق بشكل تام مع متطلبات الشريعة الإسلامية، و بما يلي حاجات و رغبات الزبون، هذه النتيجة تتوافق مع نتائج سابقة تم التوصل إليها في دراسات أخرى ببعض دول العالم، مثل دراسة (العبود: 2010م) في سوريا، و دراسة (الخالدي: 2006م) في الكويت، و دراسة (عبدالحسن و آخرون: 2003م).

إلا أن هذه النتيجة تختلف من جانبٍ إلى آخر مع دراسة (لظفي: 2006م) بالمملكة العربية السعودية، التي توصلت إلى أن نجاح تجربة التحول للصيرفة الإسلامية بالمملكة العربية السعودية كان مُرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بتحقيق درجاتٍ عاليةٍ من الرضا لدى الزبائن عن المنتجات المصرفية الإسلامية المعروضة، و هذا مُقترن بوجود إستراتيجيات تمويل و صيرفة و تسويق إسلامي فعال.

كما تتوافق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (العطيات: 2007م) في دولة الأردن، التي بينت أن ضعف نجاح تجربة التحول للصيرفة الإسلامية الصحيحة، كان مُرتبطاً بغياب دور الأسواق المالية الإسلامية، و نقص الكوادر البشرية القادرة على تفهم أبعاد الشريعة الإسلامية و تطبيقاتها.

من جانبٍ آخر تتوافق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة كلٍّ من (لظفي: 2006م) في المملكة العربية السعودية، و (أبو دلبوح: 2014)، اللتان أوضحتا أن نجاح تجربة التحول كان مُرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بشيوع الفهم الصحيح لأحكام الشريعة الإسلامية، خصوصاً لدى شريحتي العاملين و الزبائن في آنٍ واحد.

أيضاً تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (الحزيم: 2004م) في دولة السودان عن مدى تحول المصرف المركزي السوداني للعمل وفق نظام الصيرفة الإسلامية، حيث بينت تلك الدراسة أن هناك اشتراطات أساسية لنجاح تجربة التحول تتمثل في

إصلاح البيئة السياسية والقانونية والاقتصادية، مع ضرورة الاستفادة من كافة التجارب الناجحة وغير الناجحة في مجال الصيرفة الإسلامية، باعتبارها ركائز ومنطلقات و دروس يُستفاد من نتائجها في حالتي النجاح والفشل.

كما تتوافق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (حسان: 2002م) في إمارة الشارقة، حيث بيّنت تلك الدراسة أن نجاح خطة تحول المصرف التقليدي إلى مصرف إسلامي يقتضي بالضرورة وجود عدة عوامل أساسية تشمل:- وضع خطة تحول واضحة تقدم كافة الحلول الشرعية للمشاكل التي تطرأ قبل و أثناء و بعد عملية التحول، تأسيس هيئة فتوى متخصصة تُشرف على عملية التحول، تسوية حقوق المساهمين الناتجة عن الفوائد الربوية المتركمة من سنواتٍ سابقةٍ، تسوية القروض و الودائع القديمة، تدريب و تأهيل الأفراد بالمصرف، ثم تعديل أو تكييف النظريات و القيود و النظم المحاسبية و المالية التقليدية بما يتلاءم مع مقتضيات الشريعة الإسلامية.

كذلك تتمشى نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (البعلي: 2000م) في المملكة العربية السعودية عن تحول المصارف التقليدية إلى نظام الصيرفة الإسلامية، التي بينت أن نجاح التحول للصيرفة الإسلامية يقتضي بالضرورة إعادة النظر في الهيكلية المصرفية القديمة، و ذلك لتشمل النظم الإدارية و المالية و القانونية، ثم تكييفها مع متطلبات الشريعة الإسلامية.

كما يُلاحظ أيضاً أن نتائج الدراسة الحالية تتفق مع نتائج دراسة (يُسرى: 1999م) في دول الخليج عن المصارف التقليدية و تحولها لنظام الصيرفة الإسلامية، حيث أوضحت تلك الدراسة أن مُعوقات التحول الكامل للصيرفة الإسلامية الصحيحة مُرتبط بعوامل عديدة منها:- هيمنة سياسيات و لوائح المصارف التقليدية على النشاط المصرفي في مُعظم البلدان العربية، غياب ثقافة الفكر الإسلامي الصحيح، قلة التشريعات و القوانين المستمدّة من الشريعة الإسلامية، هذا بالإضافة إلى غياب الرؤية الإسلامية في العمل المصرفي إجمالاً، وحلول فلسفات المصارف الغربية محل الفلسفة المصرفية الإسلامية.

كما تتفق نتائج الدراسة الحالية أيضاً مع نتائج أو حصيلة دراسات أخرى نادى بضرورة تبني نظم إسلامية مصرفية صحيحة

لتسويق المنتجات المصرفية (Mahabub and Shariful, 2011, Ozlem Sandikci, 2011).

أخيراً تتوافق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (أبوغدة: 1999م) عن تحول البنوك للعمل وفق نظام الصيرفة الإسلامية، حيث بيّنت تلك الدراسة أن التحول التدريجي أو المرحلي هو أساس النجاح في الصيرفة الإسلامية، كما أن مُراعاة تطبيق أحكام الشريعة الإسلامية بشكلٍ صحيح يُعد هو الآخر عنصراً فاعلاً في نجاح عملية التحول، كونه يُحقق التوافق بين الفكر الإنساني والسلوك الفعلي في آنٍ واحد، الأمر الذي يُعد بمثابة لون من ألوان العبادة لدى الزبائن في بلاد المسلمين على وجهٍ خاص.

1.8.3 مضامين الدراسة

إن نتائج أو حصيلة الدراسة التي تم التوصل إليها أعلاه، تُوصلنا إلى أحد أهم مراحل البحث و هي مرحلة تقديم التوصيات و المضامين النظرية و العملية للمُستفيدين، و هي كما يلي:-

1. رغم ارتفاع المستويات العلمية و توافق التخصصات الأكاديمية مع المتطلبات الوظيفية للعمل في المصارف الإسلامية، إلا أن مصرف الوحدة لم يتمكن حتى اللحظة من توظيف الإمكانيات البشرية التي يمتلكها لتطوير البنية المصرفية الإسلامية، و تسويق مُنتجاتها بطريقة تُحقق رضا للزبون و رغبة للمصرف في آنٍ واحد.
2. إذا ما أرادت إدارة مصرف الوحدة الرئيسي تطبيق فلسفات الصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها بطريقةٍ إسلاميةٍ صحيحةٍ، فإنها مُتاجة إلى وضع إستراتيجيات للتسويق المصرفي الإسلامي الصحيح، يُمكن من خلالها مُعالجة التحديات و الإشكاليات التي تقف حجر عثرة في طريق التحول للعمل المصرف الإسلامي و تسويق مُنتجاته للزبائن في السوق الليبي و بطريقةٍ مُربحةٍ.
3. في سياق التصحيح و التعديل الإستراتيجي لنجاح برامج الصيرفة و التسويق الإسلامي، فإن إدارة المنتجات المصرفية الإسلامية تحتاج إلى اتخاذ جُملة من الخطوات و التدابير التصحيحية تشمل:-

أ) ضرورة قيام الإدارة العليا لمصرف الوحدة ببذل مزيد من الجهود للمُساهمة في حلحلة الإشكاليات و التحديات التي تواجهها إدارة المنتجات المصرفية الإسلامية، خصوصاً الداخلية منها، التي بالإمكان مُعالجتها و التخفيف من حدتها.

ب) ضرورة مُخاطبة الجهات العليا في الدولة الليبية مثل وزارة المالية و مصرف ليبيا المركزي لبذل مزيد من الجهود لتسهيل تحول مصرف الوحدة الرئيسي للعمل وفقاً لنظام الصيرفة الإسلامية، و ذلك من خلال إصدار التشريعات و اللوائح المالية الإسلامية، التي يُمكن من خلالها مُعالجة بعض الإشكاليات التي تُواجهها عملية التحول للصيرفة الإسلامية و تسويق مُنتجاتها.

ج) ضرورة قيام إدارة مصرف الوحدة بإعادة تنظيم (هيكلية و تطوير) هيئة الرقابة الشرعية بالمصرف، و تفعيل دورها بصورة صحيحة، بما يُساعدُها في تصحيح بعض المفاهيم و معالجة بعض الأخطاء الشائعة في فهم و تطبيق برامج الصيرفة الإسلامية في ليبيا.

د) اتخاذ كافة الخطوات والتدابير للعمل على تنمية و تطوير مهارات وثقافة العاملين بمجال الصيرفة الإسلامية بمصرف الوحدة، و ذلك من خلال البرامج التدريبية المتخصصة داخل أو خارج الدولة الليبية، مع الاستفادة من تجارب البرامج التدريبية بالدول الناجحة في هذا المجال.

هـ) قيام إدارة مصرف الوحدة بتنفيذ حملات تثقيفية أو تعليمية تستهدف توعية زبائن و عملاء و مُستهلكي خدمات المصرف، بما يُسهم في تنمية الوعي لديهم و يُحثهم على تبني أفكار الصيرفة الإسلامية و المساهمة في إنجاح برامجها المعروضة في السوق الليبي.

و) ضرورة قيام إدارة مصرف الوحدة بالنظر في إمكانية إدخال أحدث التكنولوجيا في مجال العمل المصرفي الإسلامي، مع ضرورة الاستفادة من تجارب الدول الرائدة في هذا المجال مثل الأردن و تركيا و ماليزيا و دول الخليج.

ز) حث إدارة مصرف الوحدة على ضرورة الاستعانة بخبراء أو مُتخصصين في مجال التسويق و التمويل و الصيرفة الإسلامية، للمُساهمة في نشر الثقافة التسويقية بالمصرف، ثم تقديم المنتجات المصرفية الإسلامية التي يرغبها الزبون لا تلك التي تفرضها السلطات العليا بالدولة أو المصرف.

ح) محاولة استقراء المعطيات البيئية الداخلية و الخارجية المحيطة بكيان المصرف مع ضرورة البحث عن خيارات إستراتيجية للتكيف معها بطريقة اقتصادية مُربحة للمصرف و مُرضية للزبون في آنٍ واحد، كما تُراعي مُتطلبات الشريعة الإسلامية.

4. ضرورة العمل على تقديم مزيج تسويقي مصرفي إسلامي يُراعي حاجات و رغبات الزبائن، الأمر الذي يقتضي بالضرورة التفكير و بطريقة جادة في خيارات سلعية أخرى أكثر جدوى للزبون من مُجرد التركيز على المنتج الوحيد المعروض حالياً و هو المراهجة الإسلامية (السيارات، الأثاث، المواد الكهربائية و المنزلية). فالتمويل و الصيرفة و التسويق الإسلامي تفتح آفاقاً كثيرة يُمكن تبنيها و تطبيقها و الاستفادة منها، خصوصاً أن نتائج الدراسة أوضحت و بشكلٍ جليٍّ أن الزبون المصرفي يشتري المنتجات الإسلامية المصرفية لأغراض إعادة بيعها والحصول على السيولة المالية خصوصاً في ظل تنامي تأثيرات الأزمة الاقتصادية و السياسية التي تعاني منها الدولة الليبية

خلال السنوات الثلاث الأخيرة، هذا الأمر قد يكون فعلاً مدعاة للتفكير الجاد في مُنتجات مصرفية إسلامية أخرى بديلة لتسويقها، و بحيث تتناسب مع حاجات و رغبات الزبائن و تُفيد إدارة المصرف في آنٍ واحد.

5. ضرورة إعادة النظر في خصائص المنتجات المصرفية الإسلامية الحالية و محاولة إعادة تصميمها أو تطويرها بكيفية أو بأخرى للوصول إلى مرحلة تقبل المنتجات المصرفية لذاتها - خصائصها السلعية - من خلال مزيج تسويقي مصري، لا مجرد إعادة بيعها لتسييلها و الحصول على سيولة مالية من ورائها.

6. ضرورة التركيز على الاستثمار في العنصر البشري بالمصرف و ذلك من خلال تثقيفه و تدريبه و تعليمه للأصول المصرفية الإسلامية، و تشجيعهم و دعمهم ليكونوا سنداً للمصرف في إنجاح إستراتيجياته المصرفية الإسلامية، بدلاً من أن يكونوا عائقاً في سبيل زيادة ربحية المصرف و إعاقه إنجاح مثل هذه البرامج و المنتجات الإسلامية.

7. إن النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية يُمكن نشرها و تعميمها على جميع الجهات ذات العلاقة ابتداء بوزارة المالية و مصرف ليبيا المركزي، و انتهاءً بأقسام و وحدات الصيرفة الإسلامية والعاملين بالمصارف، و ذلك للاستفادة من مضامينها من الناحية التطبيقية.

8. من الناحية النظرية و الفلسفية، تُفيد نتائج هذه الدراسة المؤسسات التعليمية الليبية مثل الجامعات و المعاهد العليا - بما فيها من مكاتب علمية و أعضاء هيئة تدريس و طلاب - من الاستفادة من الطرح النظري و العملي لهذه الورقة البحثية، بما يُثري مجال الصيرفة الإسلامية و التسويق الإسلامي.

9. على المستوى الدولي، إن نتائج هذه الدراسة تُعد بمثابة إشارة بسيطة تُسلط الضوء على أحد جوانب الممارسات المصرفية و التسويقية الإسلامية في دولة ليبيا، بما يُفيد المؤسسات الدولية المختلفة ذات العلاقة - المالية أو التعليمية أو التجارية - في الاستفادة من نتائجها و مضامينها لأي آفاق مُستقبلية مُتعملة.

1.8.4 قيود الدراسة و الأبحاث المُستقبلية

إن الدراسة الحالية تم إجرائها في ظل الكثير من التحديات في البيئة الليبية، التي يُمكن اعتبارها بمثابة حافز و دافع للعمل

على استكمال الدراسة و الخروج بمضامينها، و فيما يلي أهم هذه التحديات و القيود:

1. نظراً لخصوصية موضوع الدراسة الذي يشمل آليات التحول للصيرفة الإسلامية و التسويق الإسلامي، و بالإشارة إلى محدودية المعرفة التخصصية لدى الزبائن بهذه الموضوعات التخصصية، تم استبعاد الزبون من الدراسة، رغم أهمية آراء الزبائن خصوصاً فيما يتعلق بجودة الخدمات المصرفية الإسلامية المقدمة.

2. عدم القدرة على استهداف جميع المصارف الليبية العامة التي تُطبق نظام الصيرفة و التسويق الإسلامي، مما جعل من المتعذر الحصول على مُشاركات تُمثل جميع المصارف الليبية.

3. رغم إتباع طريقة المسح الشامل و التركيز على استخدام الأسلوب الشخصي والمقابلات الشخصية في توزيع استمارات الإستبانة لاستهداف المعنيين بشؤون الصيرفة و التسويق الإسلامي بإدارة مصرف الوحدة الرئيسي بمدينة بنغازي، إلا أنه تعذر الحصول لمشاركة جميع الأفراد العاملين بهذا القطاع، و ذلك لموانع تتعلق بطبيعة العمل و ضغوط الوظيفة و الأعباء اليومية الملقاة على كاهلهم بالعمل، هذا الأمر ترتب عليه صغر حجم العينة التي استجابت للدراسة الحالية، مما يُقلل من فرص تعميم النتائج التي توصلت إليها الدراسة.

إن مثل هذه التحديات أو القيود البحثية في الواقع يُمكن النظر إليها من ناحية أنها تفتح آفاقاً علمية جديدة لتطوير مجال البحث العلمي في مجالات الصيرفة و التسويق الإسلامي، و بشكلٍ خاص فإن الدراسة الحالية تقترح دراسات مُستقبلية ذات علاقة منها ما يلي:-

أ) العمل على الاستفادة من المقياس العلمي (إستمارة الإستبانة) المصمم خصيصاً لهذه الدراسة - خصوصاً لطلاب الدراسات العليا من ماجستير أو دكتوراه في مجالات التمويل و الصيرفة و التسويق الإسلامي - و ذلك لإعادة استخدامه في مصارف أخرى داخل ليبيا و خارجها، و النظر في إمكانية تطويره و الاستفادة من قيمة هذه المبادرة العلمية.

ب) قد يكون من المفيد جداً في هذا المقام النظر في إمكانية إجراء مُقارنات منهجية و تخصيصية بين نتائج هذه الدراسة مع نتائج الأبحاث المستقبلية - التي ترغب في تبني مقياس الدراسة الحالية - و ذلك للنظر في مدى إمكانية وجود عوامل أخرى مُؤثرة لم تتمكن الدراسة من اكتشافها، و بما يُفيد أيضاً في التأكيد على نتائج هذه الدراسة أو تفنيدها، و تحديد دور العوامل البيئية و الزمنية المختلفة و تأثيراتها المحتملة على موضوع الدراسة.

- (ج) إجراء دراسة شاملة و مُعمَّقة عن وجهات نظر الزبائن نحو المزيج التسويقي المصرفي الإسلامي الذي تعرضه المصارف العامة و الخاصة في ليبيا، و بحيث يتم تبني هذه الدراسة من قبل إحدى المؤسسات البحثية أو الأكاديمية أو المصرفية في الدولة الليبية.
- (د) إجراء دراسة تستهدف بشكلٍ مباشرٍ زبائن المصارف الليبية عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية، و ذلك لتحديد درجة رضاهم عن المزيج التسويقي الإسلامي الذي تعرضه تلك المصارف.

المراجع العربية

- أمين، خالد سعيان حسين (2011)، العمليات المصرفية الإسلامية: الطرق المحاسبية الحديثة، الطبعة الثانية، (عمان: دار وائل للنشر و التوزيع).
- دوابه، أشرف (2013)، الخدمات المصرفية الإسلامية، الطبعة الأولى، (القاهرة: دار السلام للنشر و التوزيع و الترجمة).
- الشيخ، مصطفى هاشم، طارق إسماعيل، شاکر (2009)، مجلة الزرقاء للبحوث و الدراسات الإنسانية، (المجلد التاسع، العدد الأول)، مدى تطبيق المصارف الإسلامية لمفهوم التسويق الإسلامي من وجهة نظر العملاء، ص ص 101 – 124.
- عبود، خالد (2012)، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، (المجلد 28، العدد الثاني)، قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية، ص ص 551 – 572.
- عريقات، حربي عقل سعيد (2012)، إدارة المصارف الإسلامية: مدخل حديث، الطبعة الثانية، (عمان: دار وائل للنشر و التوزيع).
- العطيّات، زين (2007)، رسالة دكتوراه، تحول المصارف التقليدية للعمل وفق أحكام الشريعة الإسلامية: دراسة لبيان مدى إمكانية التطبيق في الأردن، (عمان: الجامعة الأردنية).
- العلجوني، محمد، (2010)، البنوك الإسلامية، الطبعة الثانية، (عمان: دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة).

- الوادي، محمود نزال عبدالله (2012)، تسويق الخدمات المصرفية الإسلامية، الطبعة الأولى، (عمان: دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة).

المراجع الإنجليزية

- Abul Hassan, Abdelkader Chachi and Salma Abdul Latiff (2003), "**Islamic Marketing Ethics and Its Impact on Customer Satisfaction in the Islamic Banking Industry**", Islamic Economics, (Vol. 21, No. 1), 27-26.
- Abu Dalbooh, Mohammed (2014), "**The Impact of Market Orientation on the Performance of Islamic Banks (Case Study: Jordanian Islamic Banks**", International Journal of Engineering Research and Applications, (Vol. 4, No. 1, Version 1, January), 31-42.
- Ahmad Azrin Adnan, (2013), "**Theoretical Framework for Islamic Marketing: Do We Need a New Paradigm?**", International Journal of Business and Social Science, (Vol. 4 No. 7, July), 157-165.
- Bin Abdullah, Johari, Firdaus Abdullah & Jamil Hj. Hamali (2014), Unpublished Research Paper, "**Advancing Critical Factors in Islamic Marketing**", (Sarawak, Malaysia, Faculty of Business Management, Universiti Teknologi MARA, UiTM, Kota Samarahan) 1 – 8.
- Mahabub Alom & Shariful Haque (2011), "**Marketing: An Islamic Perspective**", World Journal of Social Sciences, (Vol. 1. No. 3. July), 71-81.
- Ozlem Sandikci, (2011), "**Researching Islamic Marketing: Past and Future Perspectives**", Journal of Islamic Marketing, (Vol. 2, No. 3), 246 -258.
- Sadeq M., Abul Hasan & Ahned A. Khaliq (2004), "**Quality Management Islamic Perspective**", Islamic Foundation Bangladesh, 1- 32.

* * * * *

واقع تنافسية الاقتصاد الليبي على ضوء مؤشر النمو للتنافسية العالمية**” دراسة تحليلية تقييميه ”****أ.علي حمد الخفيفي****جامعة بنغازي - كلية الاقتصاد****ملخص الدراسة**

لقد أصبحت التنافسية وسيلة لتطوير قدرة الاقتصاديات المتقدمة و النامية للاندماج في الاقتصاد العالمي، و ليبيا كغيرها من الدول اتخذت العديد من الإجراءات و السياسات التي تهدف من خلالها إلى زيادة القدرة التنافسية للاقتصاد، و تهيئة البيئة الاستثمارية و إعطاء دورا متزايدا للقطاع الخاص، و رغم هذه الإجراءات و السياسات فإن تنافسية الاقتصاد الليبي لا تزال ضعيفة.

و على هذا الأساس تهدف هذه الدراسة إلى التعرف علي مفهوم التنافسية و طرق قياسها، و ذلك من خلال تحليل مكونات مؤشر النمو للتنافسية العالمية و أهمية كل ركيزة من ركائز التنافسية بالنسبة للاقتصاد، و كذلك التعرف علي تطور قيمة المؤشر منذ ظهور ليبيا فيه و تحديد نقاط القوة و الضعف للاقتصاد، و وضع السياسات و اتخاذ الإجراءات المتبعة في العديد من الدول التي تهدف إلى تحسين القدرة التنافسية.

المقدمة

ظهر اهتمام الاقتصاديين الواسع بمفهوم القدرة التنافسية للدولة منذ أوائل الثمانينيات من القرن الماضي، مع تزايد العجز في الميزان التجاري للولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة (1981-1987م)، و تزايد مديونيائها الخارجية، فضلا عن شدة المنافسة الأجنبية

في السوق الأمريكي، و من ثم رغبة الولايات المتحدة الأمريكية في الاحتفاظ بوضعها في السوق العالمي¹. و قد سجلت العقود الأخيرة تزايد الاهتمام بمفهوم القدرة التنافسية على مستوى أغلب دول العالم، على إثر ما شهده الاقتصاد العالمي من تصاعد اتجاهات تحرير الأسواق العالمية، و قيام التكتلات الاقتصادية و الاندماج في الاقتصاد العالمي، و التقدم الحاصل في تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و النقل، ما أدى إلى وجود بيئة عالمية شديدة المنافسة.

ففي ظل هذه التطورات اتخذت العديد من الدول سياسات من أجل الاستفادة من مزايا التنافسية، و التقليل ما أمكن من سلبياتها، و ذلك بإتباع سياسات و برامج إصلاحية تهدف إلى إعادة هيكلة اقتصادياتها، و تهيئة البيئة الاقتصادية المناسبة لتعزيز قدراتها التنافسية في عالم مفتوح أمام التجارة الخارجية و التدفقات الاستثمارية الأجنبية²، و ذلك لغرض تحقيق معدلات نمو مرغوب فيها و تخفيض تكاليف الإنتاج و رفع كفاءة أداء الوحدات الاقتصادية على أسس تنافسية.

و يتميز الاقتصاد الليبي بخصائص الدول النامية صغيرة الحجم، و اعتماده على مورد طبيعي ناضب تتقلب أسعاره في السوق الدولية و هو المصدر الرئيسي للصرف الأجنبي، كما أن ليبيا كغيرها من الدول تسعى لتعزيز قدرتها التنافسية من خلال تحقيق نمو اقتصادي قابل للاستمرار و الاستدامة، و توفير بيئة استثمارية ملائمة عن طريق تطوير المناخ الاستثماري و تحسينه لتحفيز القطاع الخاص، و ذلك بتبني السياسات الاقتصادية و التشريعات المناسبة و الملائمة لمواكبة مرحلة إعادة الهيكلة و برامجها.

(1-1) مشكلة الدراسة

إن دعم القدرة التنافسية يتطلب الاستقرار الاقتصادي الكلي، أي استقرار المتغيرات الكلية مثل: معدل الادخار و الموازنة العامة و سعر الصرف و المستوى العام للأسعار، و رفع كفاءة المؤسسات العامة، و تطوير و تحسين البنية التحتية، و رفع جودة التعليم الأساسي و الثانوي و الجامعي و تقديم أفضل خدمات صحية، و الحد من القيود علي الأسواق السلعية، و تنظيم و تطوير سوق العمل، و كذلك سهولة الحصول على الائتمان لتمويل المشروعات الاستثمارية، و توفير أحدث التكنولوجيا في مجال الاتصالات و تشجيع الشركات على الابتكار.

¹ نوير طارق، "دور الحكومة الدعم للتنافسية حالة مصر"، القاهرة، مجلس الوزراء المصري مطبوعات مركز المعلومات و دعم اتخاذ القرار، 2003 م، ص4.

² العصفور صالح، "سياسات التنافسية"، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2012م، ص 2.

و توضح التقارير الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي تراجع ليبيا في مؤشر النمو للتنافسية العالمية على المستوى العام للمؤشر، و كذلك على مستوى أغلب المؤشرات الفرعية للمؤشر، و من هذا المنطلق تكمن مشكلة الدراسة في:-

1. دراسة واقع تنافسية الاقتصاد الليبي و تقييمه.

2. تقويم هذا الواقع و التعرف على المعوقات التي تكتنفه.

(2-1) أهمية الدراسة

تسعى الدول لرفع مستوى تنافسياتها في العديد من مؤسساتها الاقتصادية لتحسين مستويات الإنتاج في مختلف القطاعات و الوصول بمنتجاتها للسوق العالمية، إضافة إلي الحفاظ علي معدلات النمو الاقتصادي المحقق، و ذلك من خلال دعم القدرة التنافسية عن طريق تبني سياسات و استراتيجيات واضحة، و تكمن أهمية الدراسة في التعرف على أداء الاقتصاد الليبي و السياسات التي تهدف إلى رفع القدرة التنافسية له، مما يمكّن القائمين على اتخاذ القرار من إجراء الإصلاحات المطلوبة على السياسات المتبعة لتمكين ليبيا من دعم تنافسياتها عالميا.

(2-1) أهداف الدراسة

- التعرف على نقاط القوة و الضعف لليبيا في مؤشر النمو للتنافسية العالمية لعام 2014-2015م.
- معرفة ترتيب ليبيا في المؤشر العام للتنافسية الدولية و المؤشرات الفرعية عالميا لعام 2014-2015م.
- وضع مقترحات حول كيفية تطوير و تحسين التنافسية من خلال اختيار السياسات المعمول بها في الدول التي نجحت في هذا المضمار.

(3-1) منهجية الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، للتعرف على واقع الاقتصاد الليبي في مؤشر النمو للتنافسية، و ذلك بالاعتماد على التقارير الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي " World Economic Forum " .

(1-4) محاور الدراسة

تم تقسيم هذه الدراسة إلى:-

المبحث الأول: مفهوم التنافسية و قياسها وفقاً للمنتدى الاقتصادي العالمي

المبحث الثاني: واقع تنافسية الاقتصاد الليبي للعام 2014/2015م.

المبحث الثالث: السياسات المقترحة لتحسين القدرة التنافسية للاقتصاد الليبي.

(1-1) المبحث الأول: مفهوم التنافسية وقياسها وفقاً للمنتدى الاقتصادي العالمي

على الرغم من تعدد المحاولات لتعريف القدرة التنافسية للدولة، إلا أنها لم تجمع على تعريف واحد، فهناك عدد من التعريفات التي تقدمها المؤسسات و الهيئات الدولية المختلفة*، التي شهدت بدورها تطوراً مع مرور الزمن، إلا أن تعريف المنتدى الاقتصادي العالمي يعد أكثر التعريفات شيوعاً، حيث يعرف القدرة التنافسية للدولة على:- "أنها مجموعة الأعراف و السياسات والعوامل التي تحدد مستوى إنتاجية دولة ما"³. و يحدد مستوى الإنتاجية بدوره مستوى الازدهار الذي يمكن تحقيقه من قبل الدولة، فالدول ذات الأنظمة الاقتصادية الأكثر تنافسية تكون قادرة على تحقيق مستويات أعلى من الدخل، و تحدد كذلك معدلات العائد المتحصل عليه عن طريق الاستثمارات في الاقتصاد، و لأن معدلات العائد تُعد مهمة لمعدلات النمو الاقتصادي، فإن النظام الاقتصادي الأكثر تنافسية هو ذلك النظام الذي سينمو في الأجل الطويل.

يصدر المنتدى الاقتصادي العالمي World Economic Forum تقريره عن التنافسية العالمية Competitiveness

Report و يركز على المؤشرات التي تمكن النظم الاقتصادية من تحقيق نمو اقتصادي، و تحديد السياسات التي تؤدي إلى زيادة تنافسية الدولة.

و يصدر المنتدى الاقتصادي العالمي مؤشر النمو للتنافسية العالمية (GCI) Growth Competitiveness Index و هو مؤشر واسع الشمول لقياس أو تقدير المنافسة العالمية آخذاً في الحسبان أسس الاقتصاد الجزئي و الكلي للتنافسية الدولية،

* للاطلاع على هذه التعريفات راجع: المعهد العربي للتخطيط، القدرة التنافسية و قياسها، العدد 24، الكويت، 2003م،

³ World Economic Forum, "The Global Competitiveness Index: Measuring the Productive Potential of Nations", Geneva, 2008, p3.

حيث يعتمد المؤشر في قياس القدرة التنافسية للدولة على عدد من المحددات والعوامل، التي تحلل اقتصاد الدولة من خلال أثنى عشر (12) ركيزة موزعة على ثلاثة محاور رئيسية هي⁴:-

1. المتطلبات الأساسية.
2. عوامل تعزيز الكفاءة.
3. عوامل تعزيز التطور و الابتكار.

(1-1-1) المتطلبات الأساسية Basic requirements

تعتمد المتطلبات الأساسية على جودة المؤسسات العامة و الخاصة و جودة البنية التحتية، و مدى استقرار الاقتصاد الكلي، و مستوى الرعاية الصحية و التعليم الأساسي، حيث يؤدي التحسن في أي من هذه المتطلبات إلى تعزيز أوضاع التنافسية للاقتصاد و دعم عناصر النمو الاقتصادي. و يمكن توضيح ذلك تفصيلاً على النحو التالي:

- الركيزة الأولى: المؤسسات Institutions

تشكل البيئة القانونية الإطار الذي يعمل ضمنه الأفراد و الشركات، و للإطار القانوني صلة قوية بالمنافسة و النمو، فهو يؤدي دوراً محورياً في الطرق التي توزع بها الدول المنافع و تتحمل بها تكاليف استراتيجيات و سياسات التنمية، و له صلة بقرارات الاستثمار و تنظيم الإنتاج، فأصحاب الأراضي و حصص الشركاء بل حتى أصحاب الملكية الفكرية، لن يرغبوا في الاستثمار في تطوير و صيانة أملاكهم إذا كانت حقوق المالكين غير محمية، أو إذا كانت الممتلكات لا يمكن بيعها أو شراؤها على ثقة من أن الدولة سوف تجيز التعامل التجاري، كما أن السوق نفسها ستفشل في إحداث نمو فعال.

إن أهمية النظم و القوانين غير محدد في الإطار القانوني فقط، فمواقف الدولة تجاه الأسواق و الحريات و كفاءة أعمالها و البيروقراطية المفرطة، و التزامات التقيد بالإجراءات، و التنظيم المفرط و الفساد و انعدام الشفافية و الثقة، أو عدم استقلال النظام

⁴ World Economic Forum" The Global Competitiveness Report 2013-2014"Geneva ,2014,p4 www.weforum.com

القضائي الذي يفرض تكاليف اقتصادية كبيرة على الأعمال و يبطئ عملية التطور الاقتصادي، كل هذه العوامل تؤثر على تنافسية الدولة⁵.

- الركيزة الثانية: البنية التحتية Infrastructure

يُعد وجود بنية تحتية جيدة أمراً ضرورياً لضمان عمل النظام الاقتصادي، نظراً لأنها عامل مهم يحدد موقع النشاط الاقتصادي و نوع النشاطات أو القطاعات التي يمكن أن تنشأ في النظام الاقتصادي، فالبنية التحتية ذات النوعية الجيدة تقلل تأثير الاختلاف بين المناطق فينجم عن ذلك دمج فعلي للسوق المحلية بحيث تربط بالأسواق في الدول و المناطق الأخرى.

كما تعتمد البنية التحتية الجيدة و الشاملة دافعاً جوهرياً للتنافسية و تؤثر بقوة في النمو الاقتصادي، فمثلاً وسائل النقل الفعالة للسلع و الأفراد و الخدمات مثل:- الطرق الجيدة، و السكك الحديدية، و النقل الجوي، يمكن رجال الأعمال من توصيل بضائعهم للسوق بطرق آمنة و في الوقت المناسب، و تسهل انتقال العمال في أرجاء الدولة، كما أن الأنظمة الاقتصادية تعتمد على توفر الطاقة الكهربائية التي لا تعاني من حالات الانقطاع و النقص لضمان أن الأعمال و المصانع يمكنها العمل دون انقطاع، و أخيراً فإن شبكة الاتصالات الواسعة و القوية تسمح بالتدفق السريع للمعلومات مما يزيد من كفاءة الأنظمة الاقتصادية، عن طريق المساعدة على ضمان أن القرارات التي اتخذتها القطاعات الاقتصادية قد أخذت في الحسبان كل المعلومات المتوفرة ذات العلاقة⁶.

- الركيزة الثالثة: استقرار الاقتصاد الكلي Macroeconomy stability

إن استقرار بيئة الاقتصاد الكلي يُعد عاملاً مهماً للتنافسية العامة للدولة، فالشركات لا يمكنها اتخاذ قرارات عندما تكون معدلات التضخم كبيرة و متقلبة و غير قابلة للتنبؤ، و في وجود تقلبات في أسعار الصرف و ارتفاع أسعار الفائدة، مما يؤدي إلى ارتفاع تكاليف الإقراض و بالتالي انخفاض العائد المتوقع، أو عند فرض ضرائب مرتفعة لتمويل الموازنة العامة للدولة، أو عند انخفاض

⁵ ibid, p. 4..

⁶ ibid, p. 5.

الإفناق العام على البنية التحتية، كل هذه العوامل تضعف تنافسية الدولة و تحد من دخول شركات جديدة، ما يعني أن الاقتصاد ينمو بمعدل أكبر إذا كان الاقتصاد الكلي مستقرًا⁷.

- الركيزة الرابعة: الصحة و التعليم الابتدائي Health and primary education

تزيد القوى العاملة التي تتمتع بالصحة من تنافسية الدولة و إنتاجيتها، فالعمال المرضى لا يمكنهم استخدام قدراتهم، و لذلك يكونون أقل إنتاجية لأنهم يتغيبون عادة عن العمل أو يؤدون العمل بمستويات متدنية من الكفاءة، فالصحة المتدهورة تؤدي إلى ارتفاع تكاليف الأعمال، ما يجعل الاستثمار في توفير الخدمات الصحية أمراً مهماً و حيويًا بالنسبة للنمو الاقتصادي و ازدياد القدرة التنافسية للدولة.

بالإضافة للصحة فإن الركيزة تأخذ في الحسبان جودة و كم التعليم الأساسي الذي يتلقاه السكان، الذي أصبح أمراً مهماً بشكل متزايد في الاقتصاد الحديث، من واقع ما يترتب من زيادة في إنتاجية العمال، فالعمال الذين لم يتمكنوا من استكمال التعليم الأساسي لا يمكنهم القيام إلا بالمهام اليدوية في عملية الإنتاج، و يجدوا من الصعب عليهم القيام بعمليات في مراحل الإنتاج المتقدمة، و لهذا فان استكمال العمال للتعليم الأساسي يزيد من تنافسية الدولة⁸.

(2-1-1) عوامل تعزيز الكفاءة Efficiency Enhancers

تعتمد التنافسية الدولية على مجموعة مؤشرات معززات الكفاءة، و هي مدى تطوير التعليم العالي و التدريب، و مدى فعالية و كفاءة سوقي السلع و العمل، و مدى عمق و نضج سوق المال، و مدى القدرة على الاستفادة من التقدم التقني الحالي، بالإضافة إلى مدى اتساع حجم السوق المحلي و الخارجي. و يمكن توضيح ذلك تفصيلاً على النحو التالي:

⁷ ibid, p, 6.

⁸ ibid, p, 6.

- الركيزة الخامسة: التعليم العالي و التدريب Higher education and training

إن التعليم و التدريب ذا الجودة العالية ضروري للنظم الاقتصادية التي تمر بمحلة التطور، و تفترض التنافسية وجود عمالة قد حظيت بتعليم جيد و قادرة على التكيف بسرعة مع بيئتها المتغيرة، و تقاس هذه الركيزة بالنظر إلي معدلات التسجيل في التعليم الثانوي و ما بعده، و كذلك نوعية التعليم و التدريب، و تهمل كثير من الدول أهمية التدريب المهني و التدريب المتواصل في الوظائف، و هو أمر لا يمكن التغاضي عنه لأنه يضمن الرقي المستمر بمهارات العمال وفقا للاحتياجات المتغيرة لنظم الإنتاج⁹.

- الركيزة السادسة: كفاءة سوق السلع Goods market efficiency

إن الدول التي تتميز بسوق تنافسية للسلع و الخدمات تكون في وضع يمكنها من خلاله إنتاج المزيج الأمثل من السلع و الخدمات، آخذة ظروف العرض و الطلب في الاعتبار، بحيث يمكن ضمان إمكانية المتاجرة بهذه السلع و الخدمات بفعالية قصوى في الاقتصاد، و تعد التنافسية المحلية و الخارجية مهمة لتحقيق كفاءة السوق، و بالتالي إنتاجية العمل و ذلك لضمان أن الشركات الأكثر كفاءة و المنتجة للسلع التي يطلبها السوق هي أكثرها قدرة على البقاء، و ذلك بتوفير أفضل بيئة ممكنة لتبادل السلع و ضرورة وجود الحد الأدنى من العوائق أمام نشاط الأعمال، و ذلك من خلال تدخل الدولة، فمثلاً التنافسية تعيقها الضرائب المبالغ فيها، و القوانين المقيدة و الميزة للملكية الأجنبية أو الاستثمار الخارجي المباشر و هي أمور تؤدي إلى انخفاض تنافسية الدولة¹⁰.

- الركيزة السابعة: كفاءة سوق العمل Labor market efficiency

تعد كفاءة و مرونة سوق العمل ضرورية و حاسمة، في ضمان تعيين العمال وفقاً لأفضل استخدام لهم في النظام الاقتصادي، و يجب أن تكون لأسواق العمل مرونة في تحويل العمال من نشاط اقتصادي إلى آخر بسرعة، و تسمح بتباين الأجور دون إحداث اضطراب اجتماعي كبير، كما أن أسواق العمل ينبغي أن تؤمن علاقة واضحة بين حوافز العمال و جهودهم و تحقيق أفضل استخدام للمواهب المتوفرة التي تشمل المساواة بين الرجال و النساء في مجال العمل¹¹.

⁹ ibid, p, 6.

¹⁰ ibid, p, 6.

¹¹ ibid, p, 7.

Financial market sophistication - الركيزة الثامنة: تطور الأسواق المالية

إن القطاع المالي ضروري لتخصيص الموارد المدخرة من قبل الأفراد لتمويل الشركات، كما أن الأسواق المالية تزيد من تنافسية الدولة من خلال توفير رأس المال الضروري للشركات، و إلى جانب الأسواق فإن المصارف تدعم تنافسية الدولة من خلال تقديم أفضل الخدمات المصرفية، و مشاركتها في تمويل الشركات من خلال تسهيل حصول الشركات على قروض بأسعار فائدة منخفضة، و أخيراً القطاع المالي الذي يدعم التنافسية يجب أن يتميز بالشفافية و الثقة¹².

Technological readiness - الركيزة التاسعة: الاستعداد التقني

تقيس هذه الركيزة السرعة التي يتبع بها النظام الاقتصادي تقنيات المعلومات و الاتصالات information technologies and communication لتعزيز إنتاجية مجالاته الصناعية، لأنها تطورت في الوقت الحالي إلى "تقنية أغراض عامة" general purpose technology و الوصول إليها و استخدامها يعد أمراً ضرورياً لتحديد المستوى العام للاستعداد التقني للاقتصاد. و سواء أكانت التقنية المستخدمة متطورة أم لا، فالأمر الأساسي هو أن الشركات العاملة في الدولة لها القدرة على الوصول بسهولة إلى المنتجات و المخططات المتطورة، أي لا يهم ما إذا كانت الدولة قد طورت الكهرباء أو الإنترنت، المهم أن تكون متوفرة للشركات، و هذا لا يعني أن عملية التطوير غير مهمة، فإن مستوى التقنية المتوفرة للشركات في الدولة لابد أن يميز قدرة الدولة على تطوير و توسيع حدود المعرفة¹³.

Market size - الركيزة العاشرة: حجم السوق

يؤثر حجم السوق على الإنتاجية لأن الأسواق الكبيرة تسمح باستغلال وفورات الحجم، و لذلك أصبحت الأسواق الدولية بديلاً للسوق المحلية و خصوصاً بالنسبة للدول الصغيرة، فكلما كانت الدولة أكثر انفتاحاً على العالم كلما زادت تنافسياتها، بسبب وجود سوق عالمية تسمح للشركات المحلية بتسويق منتجاتها فيها، و يشير الأدب الاقتصادي أن هناك علاقة ايجابية بين الانفتاح و

¹² World Economic Forum " The Global Competitiveness Report 2014-2015" Geneva ,2015,p7 www.weforum.com

¹³ ibid, p, 7.

النمو، و خصوصا بالنسبة إلى الدول الصغيرة ذات الأسواق الصغيرة، فيما تعد التجارة الدولية بديلاً عن الطلب المحلي في تحديد حجم السوق لشركات الدولة، و بالتالي زيادة تنافسية الدولة¹⁴.

(3-1-1) عوامل تعزيز التطور و الابتكار Innovation and sophistication factors

تعتمد القدرة التنافسية للاقتصاديات المتقدمة على الابتكار والتطور العلمي و التقني، بحيث تصبح الشركات بفضل التقدم العلمي و التقني و الاهتمام بمجال البحوث و التطوير قادرة على التوصل إلى ابتكارات فريدة يتم تحويلها إلى منتجات جديدة، من خلال عمليات إنتاجية معقدة تم تصميمها وفقاً لنتائج معتمدة لبحوث العمليات. و تعتمد هذه العوامل على الركائز التالية:

– الركيزة الحادية عشر: مدى تطور بيئة الأعمال Business sophistication

إن تطور بيئة الأعمال يؤدي إلى فعالية أكبر في إنتاج السلع و الخدمات، مما يؤدي بدوره إلى إنتاجية أعلى و ذلك بزيادة تنافسية الدولة، فتطور بيئة الأعمال متعلق بجودة شبكات الأعمال العامة للدولة، بالإضافة إلى جودة أعمال و استراتيجيات الشركات، و هذه الركيزة مهمة خاصة بالنسبة للأنظمة الاقتصادية الداخلة في مرحلة التطور المدفوعة بالابتكار و التجديد. و يستخلص مدى تطور بيئة الأعمال باستخدام متغيرات عن كمية و نوعية الموردين المحليين، فعندما يكون بين الشركات و الموردين ارتباطاً مشتركاً في مجموعات متقاربة جغرافياً، تزداد الكفاءة و تؤدي إلى فرص أكبر للابتكار و تقليص الحدود لدخول شركات جديدة¹⁵.

– الركيزة الثانية عشر: الابتكار Innovation

إن الركيزة الأخيرة للتنافسية هي الابتكار التقني، فعلى الرغم من أن المكاسب المستمرة التي يمكن الحصول عليها عن طريق تحسين المؤسسات ، و تطوير البنية التحتية، و استقرار الاقتصاد الكلي، و تحسين رأس المال البشري، و كفاءة أسواق العمل و

¹⁴ ibid, p. 8.

¹⁵ ibid, p. 8.

الأسواق المالية و أسواق السلع، إلا أن هذه الركائز الأخرى تنتهي إلى عائدات متناقصة في المدى الطويل، في حين يمكن تفسير معيار التنافسية فقط من خلال الابتكار التقني.

يإمكان الدول الأقل تقنية تحسين إنتاجيتها عن طريق تبني التقنيات المتوفرة أو القيام بتحسينات متزايدة في مجالات أخرى، أما بالنسبة للدول التي وصلت إلى مرحلة الابتكار و التطور فإن هذا لم يعد كافياً لزيادة الإنتاجية، فعلى الشركات في هذه الدول أن تصمم منتجات و عمليات مبتكرة للمحافظة على الوضع التنافسي¹⁶. و هذا يتطلب توفر البيئة التي تدعم النشاط الإبداعي للقطاعين العام و الخاص، أي الاستثمار في البحث و التطوير، خصوصاً من قبل مؤسسات البحث العلمي عالية الكفاءة و التعاون في البحث بين الجامعات و الصناعات و حماية الحقوق الفكرية.

إن هذه الركائز مرتبطة بعضها مع بعض، فالابتكار (الركيزة الثانية عشر) على سبيل المثال لا يتحقق في عالم بدون مؤسسات (الركيزة الأولى) تضمن حقوق الملكية الفكرية، و لا يمكن القيام به في الدول التي لها قوى عاملة ذات تعليم و تدريب ضعيف (الركيزة الخامسة)، و لن يحدث أبداً في النظم الاقتصادية ذات الأسواق غير الكفؤة (الركائز السادسة و السابعة و الثامنة)، أو التي لا يوجد بها بنية تحتية واسعة و ذات كفاءة (الركيزة الثانية).

و تمر الدول في مسار تنميتها و نموها بثلاث مراحل حيث تحكم كل مرحلة مؤشرات تختلف عن غيرها من المراحل، فيما ترتبط حاجة الدول لتحسين تنافسيتها بمؤشرات المرحلة التي تنتمي إليها.

يتم تحديد مرحلة التطور لكل دولة وفق معيارين، المعيار الأول هو مستوى نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي GDP عند معدلات سعر صرف السوق، و الجدول (1) يوضح ذلك.

أما المعيار الثاني فهو يتمثل في نصيب الصادرات من السلع الأولية إلى إجمالي الصادرات (سلع و خدمات) و يعتبر أن الدول التي تصدر أكثر من 70% من المنتجات الأولية هي إلى حد كبير اقتصاديات تدفعها مواردها¹⁷.

¹⁶ ibid, p. 8.

¹⁷ World Economic Forum " The Global Competitiveness Report 2010-2011" Geneva, 2011, p9-10 www.weforum.com

الجدول (1) حدود الدخل التي تعين مراحل التنمية

مراحل التنمية	نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي GDP مقوم بالدولار الأمريكي
المرحلة الأولى: تدفعها العوامل	أقل من 2000
الانتقال من المرحلة 1 إلى المرحلة 2	2000-3000
المرحلة الثانية: تدفعها الفعالية	3000-9000
الانتقال من المرحلة 2 إلى المرحلة 3	9000-17000
المرحلة الثالثة: يدفعها الابتكار	أكثر من 17000

المصدر:

World Economic Forum" The Global Competitiveness Report 2010-2011" Geneva, 2011, p10
www.weforum.com

و تتراوح قيمة مؤشر التنافسية العالمي في المدى (1-7) و تدل قيمة 1 على أدنى درجة تنافسية في حين يدل الرقم (7) على أعلى درجة تنافسية و كلما زادت قيمة المؤشر دل ذلك على مستوى أعلى من التنافسية.

(1-2) المبحث الثاني : واقع تنافسية الاقتصاد الليبي لعام 2015/2014م.

يصدر تقرير التنافسية عن المنتدى الاقتصادي العالمي، و قد أظهر التقرير عن العام 2015/2014م أن أفضل الدول التي حققت أعلى مستوى للتنافسية هي سويسرا التي احتلت المرتبة الأولى بعدد نقاط 5.7 ، تليها كل من سنغافورة، و الولايات المتحدة، و فنلندا، و ألمانيا ، و اليابان، و الصين على التوالي.

(1-1-2) تطور قيمة مؤشر النمو للتنافسية العالمية من عام 2007 إلى عام 2015م.

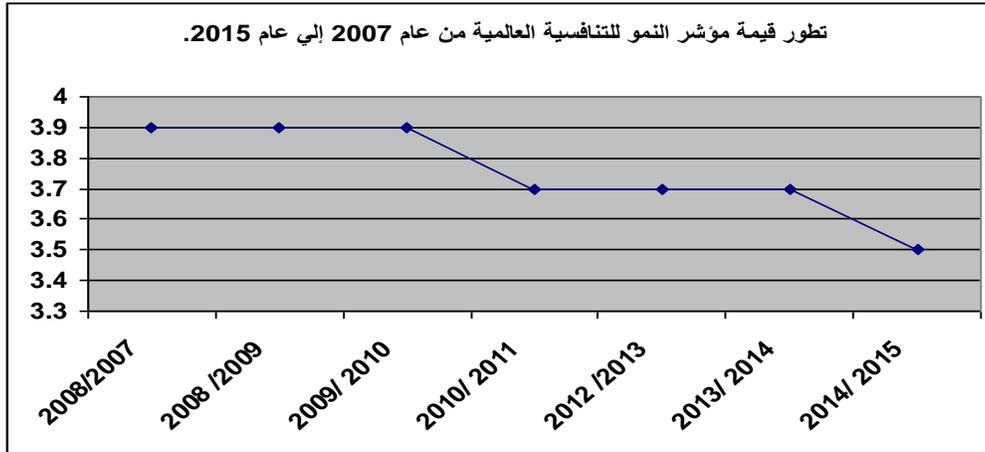
بالاطلاع على بيانات الجدول (2) و الشكل (1) يتبين أن ليبيا سجلت أعلى قيمة لها في المؤشر (3.9) نقطة من أصل (7) نقاط من في الفترة 2007-2010م ، و بعد ذلك تراجعت قيمة المؤشر إلي (3.5) نقطة عام 2015م مما يضعها في قائمة الدول الأقل تنافسية.

الجدول (2) تطور قيمة مؤشر النمو للتنافسية العالمية لليبيا من عام 2007 إلى عام 2015م.

السنة	قيمة المؤشر	الترتيب العالمي
72008/200	3.9	88
2008 /2009	3.9	91
2009/ 2010	3.9	88
2010/ 2011	3.7	100
2012 /2013	3.7	113
2013/ 2014	3.7	108
2014/ 2015	3.5	126

المصدر: تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي من عام 2008/2007م إلى عام 2015/2014م.

الشكل (1) تطور قيمة مؤشر النمو للتنافسية العالمية لليبيا من عام 2007م إلى عام 2015م.



المصدر: 1- تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي من عام 2008/2007م إلى عام 2015/2014م.

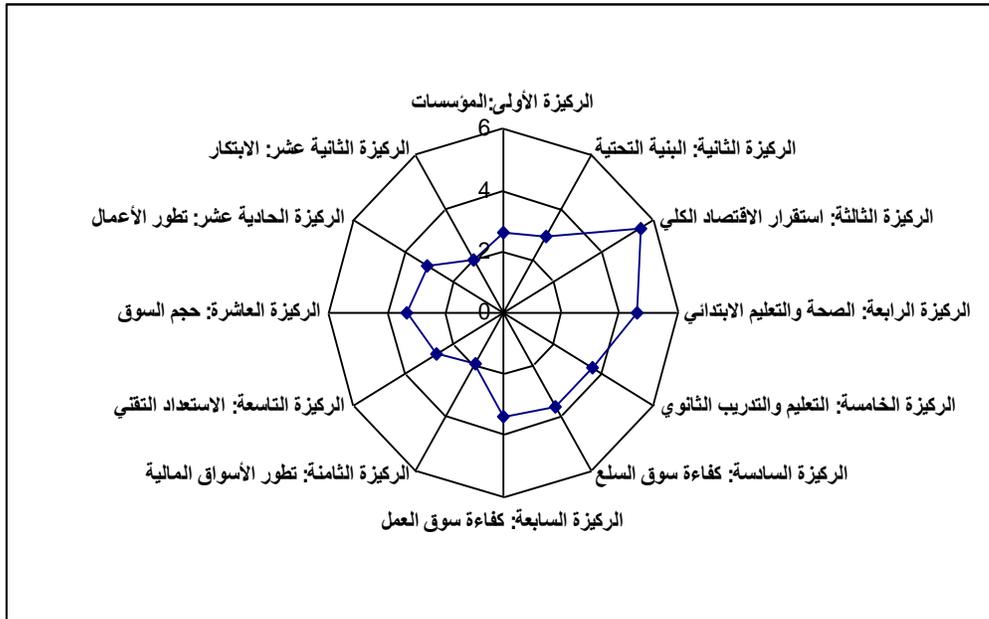
2- بيانات الجدول (2)

(2-1-2) واقع الاقتصاد الليبي على ضوء تقرير عام 2015/2014 م .

صدر مؤشر النمو للتنافسية الدولية عن الاقتصاد الليبي عن المنتدى الاقتصادي العالمي ، لعام 2015/2014م، حيث سجلت ليبيا تراجعاً في قيمة المؤشر بعدد نقاط (3.5) نقطة من أصل (7) نقاط ، و بترتيب 126 عالميا من أصل 144 دولة مقارنة بالعام 2014/2013 م.

و يوضح الجدول (3) والشكل (2) ضعف أداء ليبيا و حصولها علي نقاط متدنية حيث يوضح الشكل إن جميع النقاط في جميع الركائز تقترب من المركز¹⁸. كما يتضح ضعف أداء ليبيا على مستوى المؤشرات الفرعية التي تضم 12 ركيزة التي تحتوي علي 114 مؤشر فرعي، (انظر الجدول رقم(1) في الملحق الذي يوضح ترتيب ليبيا في كل مؤشر فرعي و قيمته). و هذه النقاط كانت موزعة على ثلاثة محاور فرعية هي:

الشكل (2) مؤشر النمو للتنافسية العالمية لليبيا لسنة 2015/2014م



المصدر: 1: : بيانات الجدول (3).

¹⁸ يدل الاقتراب من المركز ضعف في قيمة المؤشر والعكس صحيح انظر الشكل رقم 2.

الجدول (3) مؤشر النمو للتنافسية العالمية لليبيا لسنة 2015/2014م

الترتيب عالميا	النقاط (1-7)	ليبيا
111	3.9	محور المتطلبات الأساسية
142	2.6	الركيزة الأولى: المؤسسات
113	2.9	الركيزة الثانية: البنية التحتية
41	5.4	الركيزة الثالثة: استقرار الاقتصاد الكلي
119	4.6	الركيزة الرابعة: الصحة و التعليم الابتدائي
371	3	محور عوامل تعزيز الفعالية
102	3.6	الركيزة الخامسة: التعليم و التدريب الثانوي
139	3.6	الركيزة السادسة: كفاءة سوق السلع
133	3.4	الركيزة السابعة: كفاءة سوق العمل
144	1.9	الركيزة الثامنة: تطور الأسواق المالية
130	2.6	الركيزة التاسعة: الاستعداد التقني
85	3.3	الركيزة العاشرة: حجم السوق
143	2.5	محور عوامل تعزيز التطور و الابتكار
135	3	الركيزة الحادية عشر: تطور الأعمال
144	2	الركيزة الثانية عشر: الابتكار

المصدر:

World Economic Forum " The Africa Competitiveness Report 2015" Geneva ,2015, p140.

1- محور المتطلبات الأساسية

جاءت ليبيا في الترتيب (111) عالميا بعدد نقاط (3.9)، و يعتمد هذا المحور على الركائز التالية الركيزة الأولى: المؤسسات حيث سجلت ليبيا عدد نقاط (2.6) و بترتيب (142) عالميا، و الركيزة الثانية: البنية التحتية إذ سجلت (2.9) من أصل 7 لتكون ليبيا في الترتيب 113 عالميا ، بينما الركيزة الثالثة: استقرار الاقتصاد الكلي فقد حققت موقعاً تنافسياً بعدد نقاط (5.4) نقطة لتحتل ليبيا الترتيب (41) عالميا، و كذلك الركيزة الرابعة: الصحة و التعليم الابتدائي بعدد نقاط 4.6 و الترتيب 119 عالميا.

2- محور عوامل تعزيز الفعالية

سجلت ليبيا نقاطاً متدنية بلغت 3 نقاط في هذا المحور، مما وضعها في الترتيب 137 عالميا، و يعتمد هذا المحور على الركائز التالية: الركيزة الخامسة: التعليم العالي و التدريب حيث جاءت ليبيا في الترتيب 102 عالميا بعدد نقاط 3.6 نقطة، و الركيزة السادسة: كفاءة سوق السلع إذ سجلت نقاطاً متدنية بلغت 3.3 نقطة لتضع ليبيا في الترتيب 139 عالميا، و كذلك الركيزة السابعة: كفاءة سوق العمل سجلت ليبيا أيضا نقاطا متدنية 3.4 نقطة و بترتيب 133 عالميا، و فيما يتعلق بالركيزة الثامنة: تطور الأسواق المالية يظهر ترتيب ليبيا متدنيا أيضاً بعدد نقاط 1.9 و بالترتيب الأخير عالميا، و هي أضعف ركيزة بالنسبة لليبييا، و كذلك الأمر بالنسبة للركيزة التاسعة: الاستعداد التقني حيث جاءت ليبيا في الترتيب 130 عالميا بعدد نقاط 2.6، و الركيزة العاشرة: حجم السوق حيث سجلت عدد نقاط 3.3 نقطة لتصبح ليبيا في الترتيب 85 عالميا.

3- محور عوامل تعزيز التطور و الابتكار

تحصلت ليبيا على الترتيب 143 عالميا بعدد نقاط 2.5 في هذا المحور، و يعتمد هذا المحور على الركائز التالية : الركيزة الحادية عشر: تطور الأعمال حيث يظهر تراجع ليبيا في هذه الركيزة، فقد جاءت في الترتيب 135 عالميا بعدد 3 نقاط، و أخيرا الركيزة الثانية عشر: الابتكار فقد جاءت ليبيا متأخرة في هذه الركيزة أيضاً و بدرجة حادة بعدد نقاط 2 و بالترتيب 144 عالمياً.

وفقاً لذلك صنف الاقتصاد الليبي باعتباره اقتصاداً ينتقل من المرحلة الأولى إلى المرحلة الثانية مدفوعاً بالموارد و الجدول (4)

يوضح مراحل التنمية لليبييا مقارنة بالدول العربية.

و يوضح التقرير أهم العوامل التي تؤثر على التنافسية و تعيق ممارسة أداء الأعمال، و من الشكل رقم (3) يلاحظ أن أبرز الأسباب وراء تراجع ترتيب ليبيا في مؤشر التنافسية العالمية لعام 2015/2014م هي عدم الاستقرار السياسي و الأمني، و عدم توافر التمويل، و عدم توافر العمالة الماهرة و المدربة، و البيروقراطية الحكومية، و عدم استقرار السياسات ، و ضعف البنية التحتية، و ارتفاع معدلات الجريمة و السرقة، و صعوبة قوانين العمل، و ارتفاع مستويات الفساد.

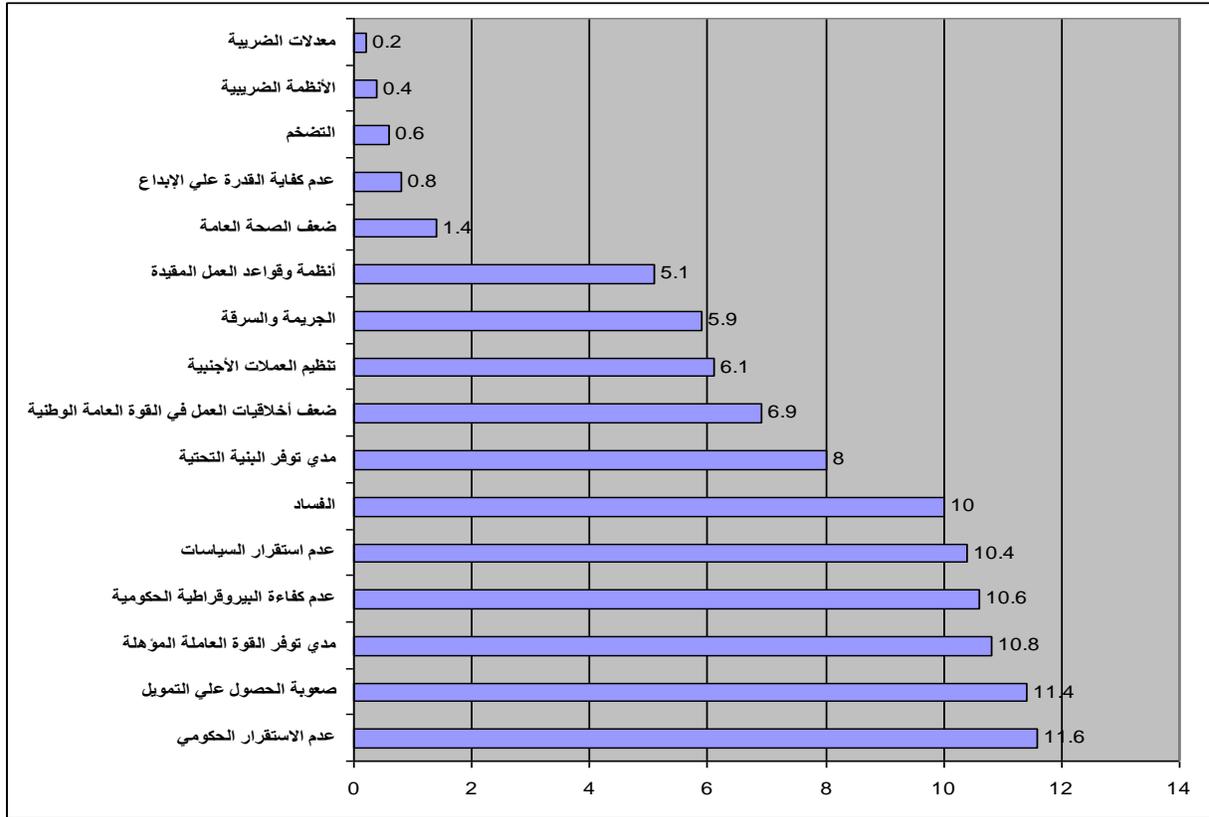
الجدول (4) توزيع الدول العربية حسب مراحل التنمية و ركائز التنافسية لسنة 2015/2014م

المرحلة الأولى	مرحلة انتقالية بين 1-2	المرحلة الثانية	المرحلة الانتقالية بين 2-3	المرحلة الثالثة
اليمن، موريتانيا	الكويت، ليبيا، السعودية، الجزائر.	الأردن، المغرب، مصر، تونس.	البحرين، لبنان، عمان، الإمارات العربية المتحدة.	قطر.

المصدر:

World Economic Forum" The Global Competitiveness Report 2014/2015" Geneva ,2015, p11.

الشكل (3) أهم معوقات ممارسة أداء الأعمال في ليبيا لسنة 2015/2014م



المصدر:

World Economic Forum" The Africa Competitiveness Report 2015" Geneva
,2015, p141.

(1-3) المبحث الثالث: السياسات المقترحة لتحسين القدرة التنافسية في ليبيا

شهدت اقتصاديات دول العالم تطورا خلال السنوات الماضية، حيث أتاحت العولمة و سياسات الانفتاح الاقتصادي العديد من الفرص و التحديات أمام اقتصاديات العالم، و خاصة الصغيرة و النامية منها، فقد تحصلت هذه الدول على العديد من المكاسب مثل زيادة معدلات الدخول في الأسواق الأجنبية، و التطور التقني، و زيادة معدلات النمو الاقتصادي¹⁹.

و في إطار هذا التوجه سارعت العديد من الدول إلى وضع البرامج و السياسات التي تهدف إلى دعم القدرة التنافسية، و إفساح المجال للقطاع الخاص، و لكي تتمكن ليبيا من مواكبة هذه التطورات و الاستفادة منها، لابد أن تضع السياسات و الاستراتيجيات بهدف دعم تنافسيتها و تهيئة بيئة الأعمال، و تنشيط آليات السوق، بما يحقق فاعلية توظيف الموارد، و حرية و عدالة

¹⁹ المعهد العربي للتخطيط، "تقرير التنافسية العربية 2003م"، الكويت، 2003، ص، 42.

الدخول للأسواق، و يستعرض هذا المبحث أهم السياسات المقترحة لدعم تنافسية الاقتصاد الليبي التي طبقت في العديد من الدول و منها²⁰:

1- دعم استقرار الاقتصادي الكلي

و يتم ذلك من خلال أتباع سياسات اقتصادية كلية تهدف لتخفيض العجز المالي و التجاري و السيطرة على معدلات التضخم بهدف الحفاظ على القوة الشرائية للفرد، و كذلك الحفاظ على استقرار أسعار الصرف لما لها من تأثير إيجابي على تكلفة أسعار عناصر الإنتاج، و بالتالي رفع القدرة التنافسية للمنتج المحلي على المنافسة في الأسواق العالمية، كما يتضمن دعم استقرار الاقتصاد الكلي للمحافظة على معدلات نمو مرضية في الناتج المحلي الإجمالي، مما يعني ارتفاع نصيب الفرد من الناتج، و بالتالي زيادة قدرته الشرائية، و أيضا العمل على تطوير أسواق المال و زيادة كفاءة الجهاز المصرفي بما يشجع على زيادة الاقتراض لدعم تنافسية الدولة.

2- سياسات تعزيز الانفتاح الاقتصادي و الاندماج الإقليمي و الدولي

تتضمن هذه السياسات العمل على تبسيط جدول التعريفات الجمركية، و إلغاء احتكارات الاستيراد المملوكة للدولة تدريجيا، و تبسيط المستندات المطلوبة للاستيراد و التصدير، و جعلها متسقة مع المعايير الدولية، و ذلك بإتباع النظم التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات و نشرها إلكترونيا على موقع مصلحة الجمارك لكي يستطيع رجال الأعمال التعرف عليها، و سن قوانين جديدة في المجالات التجارية، مثل حماية حقوق الملكية و بما يتناسب مع متطلبات الانضمام لمنظمة التجارة العالمية.

²⁰ انظر في ذلك إلى:

- 1- مجلس الوزراء المصري، "السياسات المقترحة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى مصر"، القاهرة، مطبوعات مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، 2004م.
- 2- المؤسسة العربية لضمان استثمار، "مؤشرات بيئة الأعمال وتحسين مناخ الاستثمار في الدول العربية"، نشرة ضمان الاستثمار، الكويت، العدد الفصلي الرابع، 2011م.
- 3- المؤسسة العربية لضمان استثمار، "مؤشر التجارة عبر الحدود" نشرة ضمان الاستثمار، الكويت، العدد الفصلي الثاني، 2008م.
- 4- بايكر، مصطفى، "سياسات التنظيم والمنافسة"، سلسلة جسر التنمية، الكويت، المعهد العربي للتخطيط، العدد 28، 2004م.
- 5- مجلس الوزراء المصري، "تجارب دولية خاصة في معالجة قضية البطالة"، القاهرة، مطبوعات مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، 2004م.

و تتضمن هذه السياسات أيضاً الإسراع بعملية التخليص و الفحص الجمركي، و ذلك بتطبيق نظام الإفراج المسبق الذي تقوم فلسفته على بدء الإجراءات المستندية على السلع التي تُشحن من الخارج قبل وصولها و تسديد الرسوم قبل وصول الشحنة، مما يختصر زمن الإفراج، و بالتالي يخفض تكلفة الاستيراد، إضافة إلى تطبيق النظام الآلي في معالجة الواردات جمركياً بهدف تسهيل إجراءات المعاينة، مثل استخدام الأشعة السينية في فحص الحاويات دون الحاجة إلى تفريغها، و أخيراً التشجيع على الاندماج مع العالم الخارجي من خلال إقامة مناطق التجارة الحرة .

3- تهيئة البيئة التشريعية و القانونية

يمثل النظام القانوني و التنظيمي للدولة الكيان الحاكم لكافة أوجه النشاط الاقتصادي، و لتعزيز القدرة التنافسية للاقتصاد الليبي و تمكينه من مواكبة متطلبات الانفتاح الاقتصادي فلا بد من تحسين البيئة التشريعية و التنظيمية و المؤسسية، و إجراء مراجعة شاملة لمجموعة التشريعات و القوانين، مثل قانون إنشاء و إنهاء المشروع، و قانون حوافز و ضمانات الاستثمار، و قانون العمل... الخ. كما ينبغي سن قوانين سهلة الفهم و التطبيق لحماية المستثمر من أنواع المخاطر مثل التأميم، و المصادرة، و نزع الملكية، و تحويل الأرباح و حرية دخول و خروج رأس المال، و ضمان العدالة في المنازعات إضافة إلى ضمان حقوق الملكية الفكرية و حماية الابتكارات، بالإضافة إلى ضرورة سن قوانين دعم التنافسية، و منع الاحتكار و تخفيض تكاليف الصفقات و الالتزام بتنفيذ العقود، فضلاً للسعي باتجاه تعزيز مستوى المساءلة و الديمقراطية و ضمان الانتقال السلمي للسلطة.

4- تحسين النظم الإدارية و الإطار المؤسسي

تتوقف البيئة التنظيمية على كفاءة و مرونة الإطار المؤسسي و التنظيمي للاستثمار، و لتسهيل مزاولة أداء الأعمال في ليبيا يجب الاستفادة من التجارب السابقة في تطوير خدمة الشباك الواحد من خلال تقليل عدد الإجراءات، و تخفيض التكاليف و الوقت المستغرق لإنشاء المشروع، و توفير المعلومات المطلوبة حول عملية منح التراخيص و ترشيد المستثمرين من خلال دليل يوضح كافة الخطوات اللازمة لإنهاء عملية الترخيص من البداية إلى النهاية، و تقديم خدمات ما بعد الاستثمار و التقييم الدوري لجودة و كفاءة الإطار المؤسسي و الإداري الخاص بالاستثمار.

5- سياسات تطوير سوق العمل

تعتبر سياسات التعلم و التدريب من أهم السياسات لتحسين كفاءة العرض في سوق العمل، و تتوقف القدرة التنافسية للعمالة على عدد من المقومات، و فيما يلي بعض السياسات المقترحة لرفع تنافسية الاقتصاد الليبي التي قامت معظم الدول بإتباعها.

- **في مجال التعليم:** زيادة الإنفاق على التعليم الأساسي للحد من معدل تسرب التلاميذ من المدارس، و تحسين أدائهم من خلال تطوير مناهج تعليمية تساعد على اكتساب المهارات التي يتطلبها سوق العمل، تطوير وسائل و طرق التعليم من النمط التلقيني إلى النمط التحليلي الذي يهدف إلى تطوير التفكير الإبداعي و الابتكار الذي يؤدي إلى اكتشاف المعرفة و لا يقتصر على تلقينها فقط. يضاف إلى ذلك تزويد المدارس بالتقنيات الحديثة مثل الكمبيوتر و الانترنت، و إعادة هيكلة التخصصات العلمية على مستوى التعليم العالي و معاهد و كليات التعليم التقني و الفني بشكل منتظم للاستجابة للتغيرات في سوق العمل، و تطوير البرامج الدراسية و خاصة البرامج التطبيقية في العلم و التكنولوجيا و تنويعها، لكي تلي الطلب المتزايد لسوق العمل للبرامج الحديثة، كل ذلك مع زيادة نسبة الإنفاق على تحسين نوعية التعليم من الإنفاق على التعليم، إضافة لتعزيز دور الجامعات و المؤسسات في مجالات البحث و التطوير، و زيادة القدرة على التنافس في الأسواق العالمية.

- في مجال التدريب

التنسيق مع أصحاب العمل للتعرف على الوظائف المتاحة لديهم، لتحديد مجالات التدريب التي تتوافق مع احتياجات سوق العمل، و دعم الخريجين و إعطائهم منح برامج التدريب لتحفيزهم للانضمام إلى هذه البرامج ، و زيادة التعاون بين المؤسسات الصناعية و المعاهد الفنية و التقنية، و ذلك لمساعدة المتعلمين على الحصول على التدريب العملي، لتمكينهم من الاندماج بسهولة في سوق العمل.

كما لابد من تنفيذ برامج للتدريب في مجالات اقتصاد المعرفة، مثل الالكترونات و الكهرباء و الاتصالات و تقنية المعلومات، حيث تهدف هذه البرامج إلى توفير العمالة الماهرة في هذه المجالات و خاصة في قطاع المعلومات و الاتصالات. و في هذا الإطار لابد من تطوير كفاءة جودة نظام التدريب، و ذلك بتطوير المناهج المستخدمة في التدريب.

6- دور السياسة المالية في دعم القدرة التنافسية

كلما كانت السياسة المالية تنطوي على إعفاءات ضريبية مناسبة و مرونة و وضوح السياسات الضريبية، و كلما تجاه الإنفاق العام إلى تقوية البنية التحتية الأساسية كلما كان لذلك أثرا إيجابيا على تنافسية الدولة.

و في ليبيا ينبغي زيادة الإنفاق العام على البنية التحتية خاصة ما يتصل بدعم شبكات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات بكافة أنواعها، بحيث يتمكن المستثمر من التحرك السريع استجابة للسوق، و ذلك باستخدام التطبيقات الحديثة للاتصالات و تقنية المعلومات لتطوير البنية التحتية الرقمية، كما ينبغي في هذا الإطار تطوير المشاريع الاستثمارية للبنى التحتية لتحسين نوعية البنية التحتية للمطارات و الموانئ و الطرق و السكك الحديدية، بما يوفر وسائل نقل سريعة بتكاليف معقولة، فضلاً عن تحسين خدمات الكهرباء، و زيادة الإنفاق العام على الخدمات التعليمية و الطبية، و زيادة الإنفاق على قطاع الأمن لمواجهة العنف و الجريمة المنظمة و التطرف لما لكل ذلك من آثار إيجابية تؤدي إلى تحسين بيئة الأعمال و تحفز على الاستثمار.

و في مجال السياسة الضريبية يجب وضع نظام ضريبي بمعدلات معتدلة و معقولة و مستقرة و زيادة الاعتماد على ضريبة القيمة المضافة، أو ضريبة المبيعات على السلع النهائية، إذ أنها لا تحيز و لا تخلق فوارق بين السلع المستوردة و السلع المنتجة محلياً، و بالتالي لا يكون لها آثار عكسية على الصادرات و الواردات، كما يجب منح معاملة تفضيلية للأنشطة التي تقوم بالإنتاج للتصدير، و كذلك لأنشطة البحث و التطوير، و أيضا العمل على استقرار النظام الضريبي و شفافيته.

* * * * *

قائمة المراجع

أولاً- المراجع العربية:

1. المعهد العربي للتخطيط، "تقرير التنافسية العربية 2003م"، الكويت ، 2003م.
2. المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، "مؤشر التجارة عبر الحدود" نشرة ضمان الاستثمار، الكويت ، العدد الفصلي الثاني، 2008م.
3. المؤسسة العربية لضمان استثمار ،"مؤشرات بيئة الأعمال وتحسين مناخ الاستثمار في الدول العربية" ، نشرة ضمان الاستثمار، الكويت، العدد الفصلي الرابع ، 20114م.
4. مجلس الوزراء المصري، "السياسات المقترحة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى مصر" ، القاهرة، مطبوعات مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، 2004م.
5. مجلس الوزراء المصري، "تجارب دولية في معالجة قضية البطالة" ، القاهرة، مطبوعات مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، 2004م.
6. صالح العصفور، "سياسات التنافسية"، سلسلة جسر التنمية، الكويت المعهد العربي للتخطيط، ، 2012م.
7. طارق نوير ، "دور الحكومة الداعم للتنافسية: حالة مصر" ، الكويت ، المعهد العربي للتخطيط، 2002م.
8. مصطفى بابكر، "سياسات التنظيم والمنافسة"، سلسلة جسر التنمية، الكويت، المعهد العربي للتخطيط، العدد 28، 2004م.

ثانياً: المراجع الأجنبية

أولاً- الدوريات

1. OECD, " Better Policies Series: Tunisia a reform agenda to support competitiveness and Inclusive growth" 2015.

2. World Economic Forum, "**The Global Competitiveness Index: Measuring the Productive Potential of Nations**", Geneva, 2008.

ثانياً - التقارير

1. Economic Forum" **The Global Competitiveness Report 2010/2011**"Geneva, 2011, www.weforum.com.
2. World Economic Forum" **The Global Competitiveness Report 2013-2014**"Geneva, 2014, www.weforum.com.
3. World Economic Forum" **The Global Competitiveness Report 2014-2015**"Geneva, 2015, www.weforum.com

” سلطة الدولة في الاستيلاء على المال الأجنبي ”

د. حمو صائفة مريم

جامعة مستغانم - الجزائر

ملخص

تملك الدولة حرية مطلقة في تعديل تشريعاتها الداخلية، انطلاقاً من سيادتها الإقليمية على الأشخاص و الأموال الموجودة في إقليمها، و حقها في اختيار نظامها الاقتصادي و الاجتماعي.

و في إطار ممارسة الدولة لسيادتها الوطنية تقوم أحيانا بإجراءات تشريعية و تنظيمية من أجل توجيه الاستثمارات الأجنبية الخاصة لخدمة أهدافها التنموية، و يكون لهذه الدولة الحق في تنظيم ملكية الأجانب للأموال و حيازتها و استثمارها في القطاعات الاقتصادية المختلفة داخل إقليمها، كما أن لها الحق كذلك في منع الأجانب بشكل كلي أو جزئي من ممارسة هذه الحقوق داخل اختصاصها الإقليمي.

قد استقر العرف الدولي على تخويل الدولة حق إصدار القرارات التي تراها محققة لمصلحتها العامة، و لو كان من شأن هذه القرارات المساس بحقوق الملكية الخاصة بالأجانب، إلا أنه في الوقت ذاته وضع قيوداً على هذا الحق المتمثلة في القيد الخاص بالمصلحة العامة، و عدم مخالفة التزام تعاقدي سابق، و المساواة و عدم التمييز و التعويض.

الكلمات المفتاحية:

المصلحة العامة- التزام تعاقدي- المساواة- عدم التمييز- التعويض.

Abstract:

The State has absolute freedom to amend its domestic legislation, based on its territorial sovereignty over the persons and funds in its territory and its right to choose its economic and social system.

The State has the right to regulate the ownership, possession and investment of foreigners in the various economic sectors within its territory, and also has the right to prevent foreigners entirely, or part of the exercise of these rights within their territorial jurisdiction.

The international custom has been established to grant the State the right to issue decisions that it deems to be in its public interest, even if such decisions would infringe on the property rights of foreigners, but at the same time restrict the right to register the public interest and not to breach a contractual obligation, equality, non-discrimination and compensation.

key words:

Public interest - contractual obligation - equality - non-discrimination - compensation.

المقدمة

استقر العرف الدولي على إقرار حق الدولة في أخذ ملكية المال الأجنبي بوصفه إجراءً يدخل في صميم اختصاصها الإقليمي التابع من حقوق السيادة، و قد استعان الفقه الأمريكي في تأييد هذا النظر بما أسماه "بنظرية قرار الدولة" THE ACT .OF STATE DOCTRINE

فسلطان الدولة في هذا الصدد يتحدد بقيد إقليمي يستلزم أن تكون الأموال محل إجراءات المصادرة، و نزع الملكية كائنة داخل حدود إقليمها وقت اتخاذ هذه الإجراءات، على الأقل ما لم تسمح دولة الموقع لدولة أخرى بأن تتخذ إجراءات مماثلة إزاء الأموال الموجودة في إقليمها، أو في الظروف الاستثنائية التي قد تفرضها مقتضيات الحرب.

و من جهة أخرى فإن استناد حق الدولة في هذا الصدد إلى سيادتها الإقليمية يعني امتداد هذا الحق إلى كافة الأموال الكائنة داخل حدودها، بصرف النظر عن صفة مالك المال و ما إذا كان وطنياً أو أجنبياً، و دون اعتداد بما إذا كان المالك الأجنبي يقيم في إقليم الدولة أو خارجه.

و بمقتضى نظام الحد الأدنى لمعاملة الأجانب الذي يعتبر من أقدم الأنظمة القانونية التي عرفها القانون الدولي و الجماعة الدولية، فهو يعترف للأجنبي بحد أدنى من الحقوق التي لا يجوز لأية دولة عضو في الجماعة الدولية أن تنزل عنه و إلا انعقدت مسؤوليتها الدولية في هذا الشأن.

و من هذا المنطلق تتضح إشكالية بحثنا في التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى حق الدولة في الاستيلاء على المال الأجنبي أو نزع ملكيته أو تأمين ممتلكاته؟ بمعنى إذا كان للدولة حق اتخاذ هذه الإجراءات بما تتمتع به من سيادة على إقليمها، فهل يفرض العرف الدولي في هذه الحالة مراعاة قيود معينة عند مباشرتها لإجراءات السيطرة على المال الأجنبي؟ و ما هو الجزاء المترتب أو المقرر في حالة مخالفة الدولة لأحد هذه القيود؟

و لمعالجة هذه الإشكالية، اقترحنا الخطة التالية:

المقدمة

المبحث الأول: القيود الواردة على حق الدولة في السيطرة على المال الأجنبي.

المطلب الأول: القيد الخاص بالمصلحة العامة.

المطلب الثاني: القيد الخاص بعدم مخالفة التزام تعاقدي سابق.

المطلب الثالث: القيد الخاص بعدم مخالفة مبدأ المساواة و عدم التمييز.

المطلب الرابع: القيد الخاص بالالتزام بأداء التعويض.

المبحث الثاني: الجزاء المترتب على عدم مراعاة الدولة للقيود التي يفرضها القانون الدولي العرفي.

المطلب الأول: الاتجاه نحو تقرير بطلان قرار التأميم و تقديره.

المطلب الثاني: الاتجاه الغالب نحو التزام الدولة بالتعويض.

الخاتمة

نهدف من خلال هذا البحث تبيان القيود التي استقر على وضعها العرف الدولي، و فرضها على الدولة عند مباشرتها باتخاذ إجراءات من شأنها أن تحرم المستثمر الأجنبي من مباشرة مشروعه الاستثماري، إلا أنها تمثل في الوقت نفسه حقا من حقوقها السيادية التي أقرها لها القانون الدولي، مع تبيان الجزاء المترتب على الدولة عند عدم انصياعها لهذه القيود.

المبحث الأول: القيود الواردة على حق الدولة في السيطرة على المال الأجنبي

إذا كان العرف الدولي قد استقر على تخويل الدولة الحق في أخذ ملكية المال الأجنبي الكائن في إقليمها عملا بما لها من حق السيادة، فليس معنى ذلك أن حق الدولة في هذا الصدد يفلت من أي قيد⁽¹⁾.

و سوف نعرض فيما يلي لكل من القيود الأربعة في عنصر مستقل، لننتهي إلى بيان الجزاء المترتب على مخالفة الدولة للقيود السابقة التي يفرضها القانون الدولي العام.

المطلب الأول: القيد الخاص بالمصلحة العامة

يجمع الفقه الدولي على أن الإجراء الذي تتخذه الدولة للاستيلاء على ممتلكات المستثمر الأجنبي، لكي يكون مشروعاً دولياً يجب أن يكون الباعث على اتخاذه تحقيق مصلحة عامة، فما هو إذن المقصود بالمصلحة العامة؟⁽²⁾.

¹ - عمر هاشم محمد صدقة، ضمانات الاستثمارات الأجنبية في القانون الدولي، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2008م، ص53.

² - عمر هاشم محمد صدقة، المرجع نفسه، ص53.

لا يوجد في القانون الدولي تعريف للمصلحة العامة، كما لا يوجد اتفاق فقهي حول مضمون هذا الشرط، وهذا ما عبرت عنه محكمة المطالبات الأمريكية الإيرانية في قضية "Amoco" سنة 1987م، بقولها: "إن التعريف الدقيق للمصلحة العامة - الذي من خلاله يعد إجراء التأمين مشروعاً - غير متفق عليه في القانون الدولي"⁽³⁾.

يمكن القول إن شرط المصلحة العامة يعد متوفراً إذا كان الباعث على إجراء التأمين أو نزع الملكية هو تحقيق مصلحة عامة وليس مصلحة فردية، فالمصلحة العامة تفضل على المصلحة الخاصة، وتعد المصلحة العامة متوفرة في الإجراء إذا كان قد اتخذ للحفاظ على الصحة العامة أو الأمن العام أو النظام العام أو الأخلاق العامة، أما إذا كان الباعث على اتخاذ هذا الإجراء تحقيق منافع خاصة لأفراد معينين أو لأسباب انتقامية فإنه يعد غير مشروع دولياً لانتفاء المصلحة العامة.

قد اعترف جمهور الفقهاء بباعث المصلحة العامة أو الغرض العام باعتباره ركناً أساسياً لشرعية قرار استيلاء الدولة على أموال الأجانب⁽⁴⁾، كما أيدته مشروعات الاتفاقيات الدولية المتعددة الأطراف و الخاصة بحماية الأموال الأجنبية⁽⁵⁾.

كذلك المؤتمرات الدولية⁽⁶⁾، و قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة الخاص بالسيادة الدائمة على الموارد الطبيعية⁽⁷⁾، كما تطلبت المحاكم الدولية و محاكم التحكيم⁽⁸⁾، كما أقرته الدساتير الداخلية لدول عديدة.

معرفة مدى تحقق شرط المصلحة العامة من عدمه، تنظر لجان التحكيم الدولية عادة إلى الهدف من الاستيلاء أو التأمين، و قد ذهب بعض فقهاء القانون الدولي إلى أن تمسك الدولة بحجة المصلحة العامة، لتبرير تأمين مشروع استثماري يكون من الصعب إنكارها، إلا إذا كانت هذه الحجة خارج حدود المعقول كليا، و في هذه الحالة فقرار التأمين قد اتخذ لأسباب سياسية و ليس لأسباب اقتصادية.

³ - د. خالد محمد الجمعة، إنهاء الدولة المضيئة للاستثمار اتفاقية الاستثمار مع المستثمر الأجنبي، مجلة الحقوق الكويتية، السنة الثالثة والعشرين، العدد الثالث، سبتمبر، 1999م، ص 97.

⁴ - عمر هاشم محمد صدقة، المرجع السابق، ص 54.

⁵ - فقد جاء النص على هذا الشرط في مشروع منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية الخاص بحماية الأموال الأجنبية سنة 1967م، فقد نصت المادة الثالثة من هذا المشروع على أنه: "إن يتخذ أي طرف أي إجراء يحرم بطريق مباشر أو غير مباشر مواطن طرف آخر من أمواله إلا طبقاً للشروط التالية:

- أن يكون الإجراء قد اتخذ للمنفعة العامة وطبقاً للإجراء القانوني الواجب.

- ألا يتطوي الإجراء على تمييز.

- أن يكون الإجراء مصحوباً بالنص على دفع تعويض عادل.

⁶ - فقد أقر مؤتمر الاتحاد الدولي للمحاميين المنعقد سنة 1966م حق الدولة في الاستيلاء على أموال الأجانب للمنفعة العامة، و بشرط عدم التمييز و بعد تعويض دفع مناسب و فعال.

⁷ - فقد أعلنت الجمعية العامة للأمم المتحدة في قرارها رقم (1803) الصادر سنة 1962م الخاص بالسيادة الدائمة على الموارد الطبيعية بأن التأمين أو نزع الملكية أو الاستيلاء يجب إرجاعه لأسباب تتعلق بالمنفعة العامة أو الأمن العام أو المصلحة الوطنية.

⁸ - اعترفت محكمة العدل الدولية الدائمة في النزاع بين ألمانيا و بولندا بشأن مصالح الرعايا الألمان في سيليزيا العليا: "للدولة الحق في نزع ملكية الأموال الخاصة للملكة للأجانب أو الوطنيين للمنفعة العامة"

كما أكدت محكمة التحكيم في النزاع بين الحكومة الكويتية و شركة Amin Oil الأمريكية في 1979م بأن: "التأمين طالما كان بغرض المصلحة العامة فهو قرار مشروع و لا يخالف أحكام القانون الدولي، و لا يقع على عاتق الدولة سوى تعويض المتعاقد معها تعويضاً مناسباً، راجع في ذلك د. محمد عبد العزيز بكر، منازعات الاستثمار في آسيا بين القانون و المصلحة، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، 2001م، ص 27 و ما بعدها.

إذا كان شرط المصلحة العامة ضروريا لقيام الدولة بالاستيلاء أو تأميم الاستثمارات الأجنبية كما رأينا، إلا أن هناك جانبا من الفقه يرى أن أحدا لا يستطيع أن يستلزم هذا الشرط، إذ لا رقابة على الدولة في تقديرها لما يعد تحقيقا للمصلحة العامة من عدمها.

هذا ما أكدته بالفعل دولة المكسيك في ردها على الولايات المتحدة الأمريكية و بريطانيا في أعقاب الإجراءات التي اتخذتها في مواجهة رعايا الدولتين عام 1938م بمناسبة تأميمها لصناعات البترول.

فقد جاء في مذكرة المكسيك في عام 1938م أن: "المصلحة العامة وفقا للقانون الدولي هي المصلحة التي تقدرها الدولة حسب ما تراه".

مما تقدم يتضح أن شرط المصلحة العامة يعتبر ركنا أساسيا لمشروعية إجراءات استيلاء الدولة على الاستثمارات الأجنبية، كما أنه يكرس الثقة في الاتفاقيات التي تبرمها الدولة المضيفة مع المستثمر الأجنبي، لذا يجب على الدولة الالتزام و التقيد بهذا الشرط، حيث يعد هذا الشرط أحد دعائم حماية الأموال الأجنبية داخل إقليم الدولة المضيفة⁽⁹⁾.

المطلب الثاني: القيد الخاص بعدم مخالفة التزام تعاقدي سابق

يزداد الأمر وضوحا فيما لو لم نكن بصدد معاهدة بين دولتين تتعهد فيها إحداها بالامتناع عن تأميم المشروعات الأجنبية المملوكة لرعايا الأخرى، و إنما كان التزام الدولة بالامتناع عن التأميم ناشئا عن مجرد عقد بينهما و بين أجنبي من أشخاص القانون الخاص كفرد أو شركة أجنبية، ذلك أن مثل هذه العقود والاتفاقات لا تعد معاهدات على النحو المقصود في القانون الدولي العام، و بالتالي يثار التساؤل حول ما إذا كان إخلال الدولة بالتزاماتها الناشئة عن هذه العقود و الاتفاقات يعد إخلالا بالتزام دولي من عدمه؟

الفرع الأول: المقصود بالالتزام التعاقدي السابق

بعبارة أخرى يطرح التساؤل حول المقصود بالالتزام التعاقدي السابق الذي يعد قييدا على سلطة الدولة في السيطرة على المال الأجنبي، و عليه سوف نتطرق إلى تحديد معنى الالتزام التعاقدي السابق بناءً على الاتجاهات المختلفة التي وردت بشأن تحديد و تصنيف الاتفاق القائم بين الدولة و أشخاص القانون الخاص، و هذا على النحو الآتي بيانه:

أولا: موقف القانون الدولي من العقود المبرمة مع الدول :-

بصدد الإجابة عن هذا التساؤل أكد القضاء الدولي في مناسبات متكررة، و بصفة خاصة في الفروض التي تقوم فيها الدولة بإنهاء امتياز ممنوح لشركة أجنبية بمقتضى اتفاق سابق، أن مثل هذا الاتفاق لا يعتبر في حكم المعاهدات الدولية، و إنما هو مجرد عقد من عقود القانون الداخلي، و بالتالي فإن الإخلال بالتزامات الناشئة عنه لا يعد إخلالا بالتزام دولي.

⁹ - عمر هاشم محمد صدقة، المرجع السابق، ص 55-56.

بهذه الرؤية استقر القضاء الدولي على تحويل الدولة حق تأميم المشروعات الأجنبية و إنهاء الامتيازات الممنوحة للأشخاص القائمة بها بمقتضى اتفاقات سابقة بين الأشخاص و بين الدولة، على أساس أن الاتفاقات المذكورة لا تولد التزامات دولية، و على هذا النحو فإن اتخاذ الدولة لإجراءات التأميم و إنهاء الامتياز هو مجرد ممارسة لحقها في السيادة الذي لا يعد استعماله تصرفاً غير مشروع تترتب عليه مسؤولية دولية.

و لئن كانت الدولة تلتزم بالتعويض في حالة إنهاء الالتزام الممنوح لفرد من أشخاص القانون الخاص، فإن مثل هذا الالتزام يحكمه قانونها الداخلي، بمعنى تحكمه قواعد القانون الإداري الداخلي المتعلقة بإدارة المرافق و سلطة الدولة في تسيير و تعديل ظروف استغلالها سواء أكان الملتزم وطنياً أم أجنبياً.

ثانياً: الاتجاهات الفقهية الحديثة بشأن مفهوم الالتزامات التعاقدية الدولية

انقسمت الاتجاهات الفقهية الحديثة بشأن الالتزام التعاقدى السابق إلى اتجاهين اثنين، اتجاه مستقر على تشبيه العقد القائم بين الدولة والأشخاص الخاصة بالمعاهدة، و بالتالي قيام مسؤوليتها الدولية في حالة إخلالها بهذا العقد، و اتجاه ثان مستقر على إخضاع الاتفاقيات القائمة بين الدولة و الأشخاص الخاصة لنظام قانوني جديد يستمد قوته من مبدأ العقد شريعة المتعاقدين.

1- موقف الفقه الحديث من العقود و المعاهدات الدولية في تحديد المسؤولية:

رغم استقرار القضاء الدولي على إنكار الصفة الدولية للالتزامات الدولية الناشئة عن العقود المبرمة بينها و بين أشخاص القانون الخاص على التفصيل الذي بيناه، إلا أن جانباً من الفقه الحديث قد حاول مع ذلك أن يوسع من مفهوم الالتزامات التعاقدية الدولية على نحو يسمح بتشبيه العقود المبرمة بين الدولة و الأشخاص الخاصة بالمعاهدات.

بناءً على ذلك فإن مخالفة الدولة لالتزاماتها الناشئة عن عقود الامتياز المبرمة بينها و بين الأشخاص الخاصة الأجنبية يعقد مسؤوليتها الدولية، باعتبار أن هذه العقود تولد وفقاً لهذا الرأي التزامات دولية أسوة بالمعاهدات المعقودة بين الدول بوصفها كذلك.

و يقوم هذا النظر على أساس أن الاتفاقات المبرمة بين الدولة و أشخاص القانون الخاص، تستمد بدورها قوتها الملزمة من العرف الدولي و تخضع بالتالي لأحكامه، فكأن الأشخاص الخاصة يمكن أن تخاطب هي الأخرى بأحكام القانون الدولي العام⁽¹⁰⁾.

¹⁰ - د. هشام علي صادق، الحماية الدولية للمال الأجنبي" مع إشارة خاصة للوسائل المقترحة لحماية الأموال العربية في الدول الغربية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002م، من ص 43 إلى ص 45.

2- إخضاع الفقه لاتفاقيات الدول لشرعية التعاقد:

لعل إحساس البعض من أنصار هذا الاتجاه بصعوبة التسليم بخضوع الأشخاص الخاصة لأحكام القانون الدولي العام مباشرة على هذا النحو، هو الذي دفعهم إلى القول - تبريرا لما انتهوا إليه - بوجود طائفة من الاتفاقات ليست عقودا خاضعة للقانون الداخلي في دولة من الدول، و ليست معاهدة خاضعة للقانون الدولي العام، و إنما تخضع لنظام قانوني جديد يستمد قوته مباشرة من مبدأ "العقد شريعة المتعاقدين"، أي النظام القانوني الذي ينشئه الاتفاق ذاته بالقواعد التي تقرها هيئات التحكيم عند المنازعة استلهاما من المبادئ القانونية العامة⁽¹¹⁾، و كذلك من الأحكام المستخلصة من الأعراف التي جرى عليها المتعاملون التي تشكل في مجموعها ما أسماه البعض بقانون عبر الدول⁽¹²⁾.

و أيا ما كان من أمر هذه الاتجاهات الأخيرة، التي لم تصل بعد إلى مصاف الأحكام الوضعية المستقرة في القانون الدولي العام، فإن الأمر الذي لا شك فيه هو أن إخلال الدولة بتعهداتها المقررة بمقتضى المعاهدات الدولية، في شأن الامتناع عن تأميم مشروعات أجنبية معينة يعقد مسؤوليتها الدولية، باعتبار أن إقدام الدولة على تأميم مثل هذه المشروعات يعد مخالفا لالتزام دولي سابق، مما يلجئ عن إجراءات التأميم في مثل هذا الفرض صفتها المشروعة.

على أن إخلال الدولة بالتزاماتها التعاقدية وفقا للتفصيل السابق بيانه، ليس هو الصورة الوحيدة لمخالفة القيود التي يفرضها العرف الدولي على حق الدولة في أخذ ملكية المال الأجنبي، إذ يؤكد الفقه السائد في الدول الغربية بصفة خاصة أن أخذ الدولة للملكية المال الأجنبي يلقي عليها التزامات أخرى، على نحو سنتطرق إليه تدريجيا⁽¹³⁾.

الفرع الثاني: الاستثناءات و القيود بناء على نظرية تغير الظروف

من المبادئ المستقرة في القانون الدولي العام، أن على الدولة احترام تعهداتها الدولية التي التزمت بها بمطلق إرادتها، و يؤسس الفقهاء إلزامية المعاهدات على ثلاثة مبادئ تعتبر قواعد عرفية في هذا الشأن و هي: مبدأ حسن النية، مبدأ العقد شريعة المتعاقدين، مبدأ سمو أو أولوية الالتزامات الدولية على الالتزامات الناشئة عن القانون الوطني⁽¹⁴⁾.

في هذا الصدد إذا تعهدت الدولة بمقتضى معاهدة دولية بالامتناع عن الالتجاء إلى تأميم أموال أجنبية، فإنها تعد مخلة بالتزاماتها الدولية إذا نقضت تعهداتها بعد ذلك، و قامت بتأميم ممتلكات الأجانب و تتعرض بذلك للمسؤولية الدولية، و بالتالي فإن على المحاكم أن تعامل التأميم في هذا الفرض باعتباره غير مشروع دوليا⁽¹⁵⁾، هذا و قد أقرت محكمة العدل الدولية الدائمة مبدأ عدم

11- د. أحمد القشيري، التأميم في القانون الدولي الخاص، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، السنة 11، العدد 1، جانفي 1969م، ص 301.

12- د. هشام علي صادق، الحماية الدولية للمال الأجنبي، المرجع السابق، ص 46.

13- د. هشام علي صادق، الحماية الدولية للمال الأجنبي، المرجع السابق، ص 46-47.

14- د. علي إبراهيم، الوسيط في المعاهدات الدولية، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، 1995م، ص 819.

15- د. أحمد صادق القشيري، المرجع السابق، ص 298.

مشروعية الاستيلاء على الملكية بالمخالفة لأحكام معاهدة تحمي هذه الملكية، و قد وضح ذلك في القضية المعروفة باسم certain Germaninterests in polishupperlesia سنة 1926م، و كان ذلك استنادا إلى مبدأ احترام الحقوق المكتسبة، فقد قررت المحكمة عند تحديد التعويض المستحق لألمانيا عن الأضرار التي لحقت بملكية رعاياها، نتيجة مخالفة بولندا لمعاهدة جنيف⁽¹⁶⁾.

إن عمل بولندا الذي شكل هذه المخالفة لم يكن نزع ملكية و لكنه كان اغتصابا للممتلكات و الحقوق و المصالح، و لا يمكن نزع ملكيتها إلا بناءً على الشروط التي نصت عليها المادة السابعة من معاهدة "جنيف"⁽¹⁷⁾.

إذا كان مبدأ احترام الدولة لتعهداتها الدولية السابقة يعد مبدأ ثابتا و مستقرا في القانون الدولي، إلا أن هناك استثناء يرد على هذا المبدأ، الذي من شأنه و بمقتضاه تقوم الدولة بالاستيلاء على الملكية الأجنبية دون أن تقوم مسؤوليتها الدولية⁽¹⁸⁾.

يشير جانب من الفقه الحديث إلى أنه يكفي في هذا الصدد أن تكون الظروف قد اختلفت اختلافا جوهريا عما كانت عليه عند إبرام المعاهدة، فلا يهم إذن أن تكون الظروف الجديدة غير متوقعة سلفا أو أن تكون غير راجعة إلى خطأ الدولة التي تريد التحلل من التزاماتها بمقتضى المعاهدة، ذلك أن المسألة تتعلق هنا بتغيير موضوعي في الظروف و لا شأن لها بإرادة الأطراف في هذا التغيير أو مدى توقعهم له.⁽¹⁹⁾

المطلب الثالث: القيد الخاص بعدم مخالفة مبدأ المساواة وعدم التمييز

نبتدئ بدراسة هذا القيد، من خلال التعرض للطابع النسبي لمبدأ المساواة و عدم التمييز، بعد أن نتصدى أولا للمقصود بهذا المبدأ في فقه القانون الدولي العام.

الفرع الأول: المقصود بمبدأ المساواة و عدم التمييز

يشير الفقه عادة إلى أن الأصول المستقرة في القانون الدولي العام، تفرض على الدولة عند اتخاذ إجراءات نزع الملكية من استيلاء أو مصادرة أو تأميم أو غيرها من صور أخذ الملكية، أن تحترم مبدأ المساواة و عدم التمييز.

يقصد بهذا القيد في مجال نزع الملكية أو التأميم أنه لا يجوز أن ينطوي الإجراء على تمييز مجحف بين الأجانب و الوطنيين، لغير صالحهما أو فيما بين الأجانب أنفسهم، فيعد إجراء التأميم أو نزع الملكية غير مشروع دوليا إذا انصب على ممتلكات الأجانب

¹⁶ - وقعت هذه الاتفاقية بين ألمانيا و بولندا في 1922/05/15 م و بموجبها تم إنشاء محكمة تحكيم سيليزيا العليا، التي أعطت الفرد حق الإدعاء أمامها لأجل حماية مصالحه حتى في مواجهة حكومته.

¹⁷ - د. عبد الباري أحمد عبد الباري، التأميم وآثاره في القانون الدولي العام، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 1972م، ص 384.

¹⁸ - عمر هاشم محمد صدقة، المرجع السابق، ص 59.

¹⁹ - د. هشام علي صادق، الحماية الدولية للمال الأجنبي، المرجع السابق، ص 41-42.

دون الوطنيين، على نحو يجعل من صفة المستثمر الأجنبي وحدها المبرر الوحيد لاتخاذ هذه الإجراءات، أو إذا انصب على ممتلكات عدد من الأجانب من جنسية أو جنسيات معينة دون أن يطبق على الأجانب من الجنسيات أخرى⁽²⁰⁾.

تضمنت غالبية الاتفاقيات الدولية التي أبرمت في شأن الحماية المتبادلة للمال الأجنبي، نصوصاً صريحة تؤكد التزام الدول المتعاقدة بمبدأ المساواة و عدم التمييز، عند اتخاذ إجراءات نزع الملكية أو التأمين في مواجهة أموال رعايا الدول الأخرى أطراف الاتفاق.

الفرع الثاني: الطابع النسبي لمبدأ المساواة و عدم التمييز

يتسم مبدأ المساواة و عدم التمييز بطابعه النسبي، و قد حدث ذلك بصفة خاصة في الدول التي خرجت حديثاً من قبضة الاستعمار، التي تعمدت في كثير من الأحيان أن تتخذ إجراءات التأمين في مواجهة المشروعات المملوكة لرعايا الدولة التي كانت تقوم باستعمارها، و من الأمثلة الشهيرة لهذا الوضع:- تأمين اندونيسيا للمشروعات الهولندية و تأمين كوبا للمشروعات الأمريكية.

يتحقق الطابع النسبي لمبدأ المساواة و عدم التمييز، في أنه لا يعفي الدولة بالضرورة من مسؤوليتها الدولية عن الإجراءات التي اتخذتها في مواجهة المال الأجنبي، و لعل أوضح مثال على ذلك هو حالة ما قامت الدولة باتخاذ إجراءات التأمين أو نزع الملكية في مواجهة كل من الوطنيين و الأجانب على حد سواء، دون أن تؤدي أي تعويضات لمن جردتهم من ملكيتهم كما حدث في التأميمات البولندية و الرومانية⁽²¹⁾.

المطلب الرابع: القيد الخاص بالالتزام بأداء التعويض

هنالك التزام دولي يتعين بموجبه على كل دولة حماية الحقوق المكتسبة للأجنبي المقيم على إقليمها، و حماية أمواله و ممتلكاته، فإذا قامت الدولة بالاستيلاء على هذه الأموال أو تأميمها فإنها بذلك قد أخلت بالالتزام الدولي، مما يؤدي بالتالي إلى التزامها بالتعويض و تلتزم الدولة المؤممة بتعويض الأجنبي، و ذلك بغض النظر عن المعاملة التي يلقاها رعايا الدولة أنفسهم في هذا الشأن⁽²²⁾.

الحقيقة أن هذا الرأي هو الصواب و ذلك حتى لا تتخذ الدولة المضيفة عدم تعويض المستثمر الوطني حجة لعدم تعويض المستثمر الأجنبي، فقد ترى بعض الحكومات الدكتاتورية عدم تعويض المستثمر الوطني مقابل تأمين ممتلكاته، كما أنه من ناحية أخرى قد يعوز المستثمر الوطني بطريقة غير مباشرة و دون علم المستثمر الأجنبي أو عدم استطاعته إثبات ذلك، فقد تقوم الدولة بإعطاء المستثمر الوطني مشروعا استثماريا آخر عوضاً عن المشروع الذي تم تأميمه.

²⁰- د. هشام علي صادق، الجنسية و الوطن و مركز الأجانب، المرجع السابق، ص 116 و ما بعدها.

²¹- د. هشام علي صادق، الحماية الدولية للمال الأجنبي، المرجع السابق، ص 53.

²²- د. فؤاد عبد المنعم رياض، الوسيط في الجنسية و مركز الأجانب، دار النهضة العربية، الطبعة الخامسة، 1988م، ص 367.

أصبح مبدأ الالتزام بمنح التعويض عند قيام الدولة بتأميم ممتلكات الأجانب، مبدأ ثابتاً و مستقراً و معمولاً به في الفقه و القضاء الدوليان، كما أصبح حقاً من الحقوق الأساسية التي تدخل في مضمون الحد الأدنى لحقوق الأجانب المقررة بمقتضى العرف الدولي⁽²³⁾، انطلاقاً من المبدأ الذي يقرر ضرورة تعويض الأجانب مقابل تأميم ممتلكاتهم، الذي يعتبر نقطة البحث عن الاتجاهات المختلفة التي وردت بشأنه.

الفرع الأول: رفض مبدأ الالتزام بأداء التعويض لدى الفقه الاشتراكي

رفض الفقه السائد في روسيا و دول أوروبا الشرقية و الدول المتأثرة بالفكر الماركسي بصفة عامة قبل انبعاثها عام 1989م مبدأ التزام الدولة بأداء التعويض عند قيامها بنزع الملكية أو التأميم، و لو كان المشروع المؤمم أو الأموال محل نزع الملكية مملوكة لرعايا دولة أجنبية.

أساس هذا النظر - حق الدولة في تأميم مواردها - هو ترجمة لحق الشعب في تقرير مصيره السياسي و الاقتصادي، فالملكية ليست من أصول القانون الدولي المعاصر، و على ذلك فالدولة التي تؤدي التعويض عن الأموال التي قامت بتأميمها أو نزع ملكيتها إنما تفعل ذلك بناء على سيادتها التشريعية المطلقة، و بهذه المثابة ينتهي هذا الفقه إلى نفي وجود أي التزام يفرض على الدولة أداء أي تعويضات مقابل التأميم.

يضيف البعض من أنصار هذا الاتجاه، قولهم بأن القيد الوحيد على سلطان الدولة في اتخاذ إجراءات نزع الملكية أو التأميم هو التزامها بمبدأ المساواة و عدم التمييز، فالقانون الدولي لا يخول للأجنبي إلا حق المساواة بالوطنيين، فليس للأجانب الحق في المطالبة بالتعويض إذا لم يكن هذا الحق قد تقرر للوطنيين.

الفرع الثاني: الالتزام بأداء التعويض و أوصافه لدى الفقه الغربي

إذا صرفنا النظر الآن عن علاقة التعويض بالتأميم، و هل يعد أداءه أو على الأقل الالتزام بهذا الأداء شرطاً لشرعية قرار التأميم أو مجرد أثر من آثار هذا القرار؟ و هي المشكلة التي سنعرض لها لاحقاً⁽²⁴⁾، فإن الأمر الذي لا شك فيه هو أن الفقه السائد في الدول الغربية، و وجهة نظر هذه الدول أن تأميم الأموال الأجنبية يعد انتهاكاً للقانون الدولي و غير مشروع دولياً، إلا إذا أقامت الدولة التي أجزته بدفع التعويض المناسب و حالاً و فعلاً، و أن أي إجراء لا يصاحبه أداء تعويض كامل يعد إجراءً شبيه بالمصادرة و غير مشروع⁽²⁵⁾.

23- د. عصام الدين بسيم، النظام القانوني للاستثمارات الأجنبية الخاصة في الدول الأخذة في النمو، دار النهضة العربية، القاهرة، 1972م، ص 270 وما بعدها.

24- د. هاشم علي صادق، الحماية الدولية للمال الأجنبي، المرجع السابق، ص 61-62.

25- د. فؤاد عبد المنعم رياض، الوسيط في الجنسية ومركز الأجانب، المرجع السابق، ص 368.

تفرض هذه الدول أن يتم تحديد التعويض بالاستناد إلى قواعد القانون الوطني للدولة النازعة للملكية، إنما يستند ذلك إلى بعض المعايير و المبادئ الدولية التي استقرت في الفقه الدولي، كمبدأ احترام الحقوق المكتسبة، و مبدأ الإثراء من دون وجه حق⁽²⁶⁾.

التعويض المناسب الحال و الفعال الذي نادى بالتزاميته و مشروعيته الفقه الغربي عند اتخاذ إجراءات التأمين في مواجهة ملكية الأجانب، هو على النحو التالي بيانه:

1- المقصود بالتعويض المناسب

المقصود بالتعويض المناسب أو العادل لدى الفقه الغربي هو التعويض الشامل، أي التعويض الذي يغطي الخسارة الفعلية التي تتحدد غالباً بقيمة الأموال التي انتزعت ملكيتها وفقاً للسعر السائد في السوق⁽²⁷⁾، بما في ذلك الأضرار غير المباشرة كتلك المترتبة على إنهاء عقد متعلق بالملكية المنتزعة، بالإضافة إلى ما فات المالك القديم من كسب كالأرباح المستقبلية، إلى جانب فوائد رأس المال إلى يوم الأداء الفعلي لمبلغ التعويض فيما لو كان الدفع مؤجلاً لسبب أو لآخر.

2- المقصود بالتعويض الحال أو الفوري

يقصد بالتعويض الحالي أو الفوري هو التعويض الذي يجب أن يؤدي فور وقوع إجراء نزع الملكية أو التأمين، أو في اللحظة التي يصبح فيها هذا الإجراء مؤثراً.

بل إن جانباً من الشراح قد ذهب إلى حد اشتراط التعويض المسبق، أي التعويض الذي يؤدي قبل اتخاذ إجراء نزع الملكية أو التأمين، و هو ما أوصى به بالفعل المعهد الأمريكي للقانون الدولي في المشروع الذي أعده عام 1925م، و كذلك جمعية القانون الدولي بفيينا عام 1926م.

3- المقصود بالتعويض الفعال

اشتراط الفقه الغربي في التعويض أن يكون فعالاً أو مؤثراً، إذ لا يكفي أن يكون التعويض حالاً أو فورياً، و أن يكون شاملاً في مبلغه بحيث يغطي ما لحق المالك القديم من خسارة فعلية، و ما فاتته من كسب على التفصيل الذي بيناه من قبل، و إنما يجب أيضاً أن يكون لمبلغ التعويض الفوري و الشامل على هذا النحو قيمة اقتصادية حقيقية بحيث يستطيع المالك الأجنبي أن يستفيد منه.

²⁶- د. هاشم علي صادق، الحماية الدولية للمال الأجنبي، المرجع السابق، ص 68.

²⁷- أي قيمة الأصول المادية و غير المادية وفقاً للقيمة السوقية لها بافتراض عدم وجود أي إجراء يقلل من قيمتها مثل إجراء التأمين أو احتمال وقوعه، و المقصود بالسوق وفقاً لهذا النظر هو السوق المفتوح، فإن لم يوجد ثمة سوق مفتوح بالنسبة للأموال المؤتممة فقد اقترحت معايير أخرى لحساب التعويض الشامل، و قد أقرت جمعية القانون الدولي بفيينا هذا النظر عام 1926م.

لا يتأتى ذلك إلا بأداء التعويض بعملة تحقق هذا الهدف و لا تسبب للمالك السابق خسارة واقعية، كما يحدث عادة في الحالات التي يؤدي فيها التعويض بالعملة المحلية للدولة التي اتخذت إجراء التأميم أو بأي عملة أخرى، فيما لو كانت هذه العملة أو تلك غير قابلة للتحويل إلى الخارج، و هو ما تبدو فيه الخسارة الفعلية للمالك الأجنبي واضحة، خاصة إذا كانت القوانين المحلية تحرمه من إعادة استثمار أمواله في القطر المضيف.

على أن الرأي الغالب في الفقه الغربي يكتفي بأداء التعويض بعملة قابلة للتحويل، و لو كانت هذه العملة هي عملة الدولة التي اتخذت إجراءات التأميم ذاتها، أي العملة المحلية للقطر المضيف.

لعل خير الحلول للمستثمر الأجنبي، التي اعتنقتها بعض المعاهدات الخاصة بتشجيع و حماية الاستثمار، هو أن يؤدي التعويض بعملة الاستثمار، أي بالعملة التي دخل بها المال الأجنبي المستثمر في القطر المضيف الذي اتخذ إجراءات التأميم.

الفرع الثالث: موقف الدول النامية من حيث إقرارها لمبدأ التعويض

لقي المفهوم التقليدي للتعويض معارضة شديدة من الدول النامية، باعتبار أن هذا المفهوم التقليدي يتعارض مع حق الدولة في التأميم، كما أنه يتعارض مع السيادة الاقتصادية للدولة على ثرواتها و مع حق الدولة في إعادة تنظيم الهيكل الاقتصادي و إدخال إصلاحات اقتصادية⁽²⁸⁾.

أما عن موقف الدول النامية من قاعدة التعويض فقد جاء متوسطا بين اتجاهين، فهي لم تنكر مبدأ التعويض كما فعلت الدول الاشتراكية، و لم تأخذ في الوقت نفسه بقاعدة التعويض (الفوري و الكافي و الفعال) كما أرادت الدول الغربية، فقد استخلصت هذه الدول قاعدة دولية جديدة تتطلب التعويض المناسب مستمدة ذلك من الممارسات الدولية، أثناء إجراء التأميم و أحكام المحاكم الدولية، سواء كانت محاكم تحكيم أو محكمة العدل الدولية فضلا عن الاتفاقات الدولية و قرارات الأمم المتحدة المتعلقة بالموضوع⁽²⁹⁾.

المبحث الثاني: الجزاء على عدم مراعاة قيود القانون الدولي

رأينا فيما سبق أن القانون الدولي العرفي يفرض على الدولة التي تقوم باتخاذ إجراءات التأميم أو الاستيلاء، أو نزع الملكية في مواجهة الاستثمارات الأجنبية، بعض القيود التي يستلزمها الحد الأدنى لمعاملة الأجانب في القانون الدولي.

²⁸ - د. خالد محمد الجمعة، إنهاء الدولة المضيفة للاستثمار اتفاقية الاستثمار مع المستثمر الأجنبي، مجلة الحقوق الكويتية، السنة الثالثة و العشرين، العدد الثالث، سبتمبر، 1999م، ص

113.

²⁹ - راجع في هذا الموضوع تفصيلا، علي حسين الملحم، دور المعاهدات الدولية في حماية الاستثمارات الأجنبية الخاصة في الدول النامية، المرجع السابق، ص 142 و ما بعدها.

يثار التساؤل في هذه الحالة كما أشرنا سابقا عن الجزاء المترتب أو المقرر في حالة مخالفة الدولة لأحد هذه القيود، كما لو قامت بتأميم الملكية الأجنبية إما بهدف تحقيق مصلحة خاصة أو لعدم مراعاة مبدأ المساواة و عدم التمييز، أو للإخلال بالتزام تعاقدي سابق، أو لعدم الالتزام بمبدأ التعويض.

مما لا شك فيه أن إجراءات التأميم في مثل هذه الحالات سوف تتسم بعدم المشروعية لمخالفتها لأحكام القانون الدولي العربي، و ذلك نتيجة لسمو و ترجيح أحكام القانون الدولي على القانون الداخلي⁽³⁰⁾.

لكن هل يقتضي ترجيح أحكام القانون الدولي العام؟ الحكم ببطان قرار التأميم و إنكار أي أثر قانوني له، أم يتم الاكتفاء بمجرد رفض بعض الآثار المترتبة على قرار التأميم دون بعضها الآخر؟

انقسم الفقه حول هذه المسألة إلى اتجاهين مختلفين⁽³¹⁾، على النحو الآتي بيانه:

المطلب الأول: الاتجاه نحو تقرير بطلان قرار التأميم و تقديره

ظهر هذا الاتجاه لدى الفقه الغربي في البداية ليعبر عن ردود الفعل العنيفة التي سادت في الدول الرأسمالية في مناسبة التأميمات السوفيتية عام 1917م، فقد أعلن هذا الفقه أن هذه التأميمات التي تمت دون أداء أي تعويضات تعد باطلة من وجهة نظر القانون الدولي، و من ثم يستحيل أن يترتب عليها أي أثر قانوني، بما في ذلك عدم قدرتها على نقل الملكية داخل حدود الدولة التي أصدرت قرارات التأميم⁽³²⁾.

أساس ذلك أن الدولة التي لجأت إلى التأميم إنما تسعى إلى الحصول على مجرد سند للملكية بمقتضى قانونها الوطني، و لكن في مواجهة الدول الأخرى لا يمكن الاحتجاج بذلك السند إلا إذا كان قد تم اكتسابه بوسيلة مشروعة دوليا، فإذا كان القانون الدولي لا يقر هذه الوسيلة اعتبرت الملكية لازالت باقية للملاك السابقين، و يكون سندهم في الملكية هو السند الوحيد المعترف به دوليا بغض النظر عن الحق الجديد الذي نشأ داخليا فقط بمقتضى التأميم⁽³³⁾.

تمسك أنصار هذا الاتجاه بالأفكار المتقدمة لينتهوا إلى بطلان قرارات التأميم الإيرانية و الاندونيسية و الكوبية لعدم كفاية التعويضات، و هو ما يعد في تقديرهم مخالفة للقانون الدولي العام الذي فسرت أحكامه لديهم على أساس أنها تقضي بضرورة أداء تعويضات كاملة.

في سبيل تلاقي الاعتراض الذي قد يوجه إلى وجهة نظرهم في الحالات التي يعرض فيها النزاع على القضاء الوطني لدولة أخرى، يؤكد أنصار هذا الاتجاه أن القاضي غير ملزم في هذه الحالة بتطبيق قانون موقع المال وفقا لقواعد التنازع، و هو ما كان يمكن

³⁰- د. هشام علي صادق، الجنسية و الوطن و مركز الأجانب، المرجع السابق، ص 129.

³¹- عمر هاشم محمد صدقة، المرجع السابق، ص 68.

³²- د. هشام علي صادق، الحماية الدولية للمال الأجنبي، المرجع السابق، ص 91.

³³- د. أحمد القشيري، في عرضه لهذا الرأي، المرجع السابق، ص 304-305.

أن يؤدي به إلى الحكم بسلامة إجراءات التأميم التي اتخذتها دولة الموقع في مواجهة الأموال الأجنبية الكائنة في هذه الدولة، ذلك أن خضوع المال لقانون موقعه يفترض أن قانون الموقع هو قانون بالمعنى الصحيح و هو ما لا يتأتى إلا إذا كان القانون المذكور غير مخالف لأحكام القانون الدولي العام، أما إذا كان قانون دولة الموقع يخالف هذه الأحكام انتفت عنه صفة القانون الواجب التطبيق، و من ثم يتعذر تقرير شرعية التأميم وفقا لنصوصه.

ما دام الأمر كذلك فقد تعين على القاضي الهولندي مثلا أن يحكم ببطلان إجراءات التأميم الاندونيسية، التي اتخذت في مواجهة الأموال الهولندية في اندونيسيا رغم سلامة هذه الإجراءات وفقا لقانون الموقع (القانون الاندونيسي)، ما دام أن الإجراءات المذكورة قد تمت بمخالفة القانون الدولي العام، مما ينفي عن القانون الاندونيسي صفته الشرعية كقانون واجب التطبيق أمام المحاكم الهولندية.

على أن الاتجاه السابق قد جاء مخالفا لما انتهى إليه الرأي الغالب في الفقه المعاصر حتى في الدول الرأسمالية الغربية نفسها، فإجراءات التأميم لدى الفقه السائد هي إجراءات سيادة يتعين أن ترتب عليها بعض الآثار، حتى لو خالفت في بعض الأحيان الأحكام الخاصة بحماية المال الأجنبي و المقررة في القانون الدولي.

إذ لا يجوز وفقا لهذا النظر أن نتجاهل أثر التأميم كسند ناقل للملكية في شأن الأموال الكائنة في الدولة التي اتخذت هذا الإجراء، و لهذا فقد نظر الفقه الإنجليزي إلى حكم القاضي الإنجليزي (cambel) بمحكمة عدن، الذي أنكر على التأميمات الإيرانية قدرتها على نقل ملكية الأموال محل التأميم الكائنة بإيران في ذلك الوقت بدعوى مخالفة هذه التأميمات للقانون الدولي، كسابقة منعزلة و مؤسفة يتعين الرجوع عنها لتعارضها مع القضاء المستقر في شأن الاعتراف بالتأميم، كسند ناقل لملكية الأموال الكائنة في إقليم الدولة التي اتخذت الإجراء⁽³⁴⁾.

أخيرا يمكن القول أن قرار التأميم الذي يتم دون أداء أي تعويضات - باعتبارها أحد القيود التي يفرضها القانون الدولي العرفي- ، وفقا لهذا الاتجاه يعتبر قرارا باطلا و غير مشروع من الوجهة الدولية و لا يترتب عليه أي أثر قانوني، بما في ذلك عدم قدرة هذا القرار على نقل الملكية داخل حدود الدولة التي أصدرت قرار التأميم.

المطلب الثاني: الاتجاه الغالب نحو التزام الدولة بالتعويض

يعبر هذا الاتجاه عن رأي غالبية الفقه المعاصر حتى في الدول الرأسمالية الغربية نفسها، و يذهب إلى أن عدم المشروعية أو البطلان لا يمكن أن يلحق قرار التأميم ذاته، باعتبار أن إجراءات التأميم تعد استعمالا لحق مشروع لصيق بسيادة الدولة، و لا تعد باطلة في ذاتها و لو خالفت المبادئ الدولية الخاصة بحماية المال الأجنبي و المقررة في القانون الدولي، فالتأميم ينتج آثاره الكاملة داخل حدود الدولة أو في مواجهة الدول الأخرى، و لا يقع على عاتق الدولة سوى الالتزام بالتعويض⁽³⁵⁾.

³⁴ - د. هشام علي صادق، الحماية الدولية للمال الأجنبي، المرجع السابق، من ص 91 إلى ص 93.

³⁵ - عمر هاشم محمد صدقة، المرجع السابق، من ص 68 إلى ص 70.

أكد القضاء الراجح في الدول الغربية ذاتها هذا النظر، فالمحاكم الهولندية مثلاً اعترفت بأن حكومة المكسيك قد اكتسبت ملكية النفط فور قيامها بالتأمين و بصرف النظر عن عدم مشروعية هذا الإجراء من وجهة الدولية، و لم يختلف الأمر لدى القضاء الأمريكي الغالب الذي اعترف بأثر التأمينات السوفيتية على نقل ملكية الأموال، التي ورد عليها رغم عدم مشروعية هذه التأمينات من وجهة نظر القانون الدولي، كما تفسره المحاكم الأمريكية⁽³⁶⁾.

أكدت السوابق هذا النظر، فقد سبق لحكومة الولايات المتحدة بمناسبة التأمينات الكوبية أن أعلنت رأيها في القضية المعروفة باسم BAHIA de NIPE، و هي سفينة شملتها إجراءات التأمين في كوبا و طلب ملاكها القدامى باستردادها فور وصولها إلى الولايات المتحدة الأمريكية، فرفضت دعواهم و قررت حكومة الولايات المتحدة على لسان المستشار القانوني لوزارة الخارجية الأمريكية، في مذكرته المرفوعة إلى المحكمة أن التأمينات الكوبية قد تكون غير مشروعة وفقاً للقانون الدولي، و هو ما يؤثر على العلاقة بين الحكومتين الأمريكية و الكوبية، و لكن عدم مشروعية التأمينات الكوبية على هذا النحو لا تؤثر على قدرة هذه التأمينات على نقل ملكية الأموال، و هو ما يتعين على القضاء الأمريكي الاعتراف به.

بهذه المثابة يرفض الرأي الغالب تقرير بطلان إجراءات التأمين التي تتخذ بالمخالفة لأحكام القانون الدولي، و لا أدل على سلامة هذا النظر من أنه لم تحدث سابقة دولية واحدة طالبت فيها دولة من الدول بإعادة المشروع إلى أصحابه القدامى، و هي النتيجة الطبيعية المترتبة على بطلان إجراءات التأمين.

بارك القضاء الدولي هذا الاتجاه في أحكام متعددة، ففي حكم محكمة التحكيم الدائمة في "قضية سيليزيا العليا" قررت المحكمة أن تأمين بولندا لبعض الممتلكات الألمانية يعد إخلالاً بالتزامها التعاقدية السابق بمقتضى معاهدة جنيف المبرمة في 15 مايو 1922م يجعل من هذا التأمين إجراء غير مشروع، على أنه بالنظر لاستحالة استعادة الرعايا الألمان لممتلكاتهم فلا مفر من القضاء بالتعويض، و قد تواترت أحكام القضاء الدولي بعد ذلك على نفس هذا المعنى.

على هذا النحو فإن الجزاء الوحيد عند عدم مراعاة الدولة لأحكام القانون الدولي هو المطالبة بالتعويض النقدي، و الالتزام بالتعويض يترتب على واقعة لاحقة للتأمين، و لا يتصور أن يكون شرطاً من شروط صحته.

ترتد هذه الحلول إلى التسليم غير المشروط بالتأمين كإجراء سيادة له أثره كسند ناقل للملكية، و هو ما يتعين على الدول الأخرى الاعتراف به.

على أن التساؤل يثار حول القيمة العملية لهذا الجزاء، و الحال أن التأمين و لو كان مشروعاً من وجهة نظر القانون الدولي يترتب أيضاً التزاماً بالتعويض على أيضاً عاتق الدولة التي اتخذت الإجراء.

فهل يعني ذلك أن الأمر سوف يستوي في النهاية بين حالة التأمينات المشروعة و التأمينات غير المشروعة من وجهة نظر القانون الدولي؟

³⁶ - راجع بحث الدكتور أحمد القشيري السابق الإشارة إليه، ص 306 و ما بعدها، حيث يشير إلى بعض الأحكام الصادرة عن القضاء الأمريكي و الهولندي.

يجيب الفقه الحديث عن هذا التساؤل بالنفي، مؤكداً وجوب التفرقة بين الحالتين: بين التأميم المشروع (التأميم القانوني) و التأميم غير المشروع (التأميم غير القانوني)⁽³⁷⁾، و كان أول من أنشأ هذه التفرقة هي المحكمة الدائمة للعدل الدولية في قضية "CHORZOW FACTORY" عام 1928م⁽³⁸⁾.

ستولى كيف يكون التعويض، سواء بالنسبة للحالة التي يكون فيها التأميم مشروعاً، أو في الحالة التي يكون فيها التأميم غير مشروعاً، على النحو التالي بيانه:

الفرع الأول: أداء التعويضات الجزئية في حالة التأميمات المشروعة

التأميم المشروع يترتب التزاماً بالتعويض مجرداً عن أوصافه التقليدية كما بينا من قبل، و أن التعويضات الجزئية التي يقضي بها العرف الدولي المقرر للحد الأدنى للحماية الدولية للمال الأجنبي، تفترض مشروعية التأميم وفقاً لأحكام القانون الدولي.

إن أساس التزام الدولة بالتعويضات الجزئية في حالة التأميم المشروع هو فكرة "الإثراء بلا سبب" مع ما تستتبعه من قيود تتصل بتقدير قيمة التعويض و مدى الأضرار التي يؤخذ بها في الاعتبار⁽³⁹⁾.

و قد قررت المحكمة الدائمة للعدل الدولية في القضية المشار إليها سابقاً عام 1928م، أنه إذا كان التأميم قانونياً (مشروعاً)، فإن الدولة المضيفة للاستثمار تلتزم فقط بدفع قيمة الممتلكات المؤممة (أصول المشروع فقط) في يوم التأميم مع دفع فوائد على هذه القيمة حتى تاريخ الدفع⁽⁴⁰⁾.

كما أخذت بعض لجان التحكيم بهذا المبدأ، ففي دعوى «AMIN OIL» ضد الحكومة الكويتية عام 1979م، أكدت المحكمة بأن التأميم طالما كان بغرض المصلحة العامة فهو قرار مشروع و غير مخالف لأحكام القانون الدولي، و عليه حكمت المحكمة بالتعويض المناسب⁽⁴¹⁾.

يختلف الأمر بدهاء بالنسبة لإجراءات التأميم المشروعة، التي يتعذر التمسك بفكرة النظام العام لاستبعاد أي أثر من أثارها، ما دامت بحكم تعريفها مطابقة للقانون الدولي العام.

37- د. هشام علي صادق، الحماية الدولية للمال الأجنبي، المرجع السابق، من ص 95 إلى ص 97.

38- عمر هاشم محمد صدقة، المرجع السابق، ص 72.

39- د. هشام علي صادق، الحماية الدولية للمال الأجنبي، المرجع السابق، ص 98.

40- راجع قضية مصنع "CHORZOW" لعام 1928م، د. خالد محمد الجمعة، المرجع السابق، ص 116 و ما بعدها.

41- د. محمد عبد العزيز بكر، منازعات الاستثمار في آسيا بين القانون والمصلحة، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، 2001 ص 27 وما بعدها.

الفرع الثاني: أداء التعويضات الشاملة في حالة التأميمات غير المشروعة

التأميم غير المشروع يترتب التزاما على الدولة بأداء التعويض الكامل أو الشامل، أي التعويض الذي يتضمن تغطية ما لحق المستثمر الأجنبي من ضرر حقيقي و ما فاته من كسب.

على ذلك فإذا اتخذت دولة إجراءات التأميم في مواجهة أموال أجنبية في إقليمها بالمخالفة لأحكام معاهدة دولية سابقة تلزمها بعدم تأميم هذه الأموال، فإن إجراءات التأميم في هذه الحالة تعد غير مشروعة من وجهة نظر القانون الدولي، و يترتب على ذلك التزام الدولة التي اتخذت هذه الإجراءات بالتعويضات الكاملة و ليس بمجرد التعويضات الجزئية، التي يقضي بها العرف الدولي المقرر للحد الأدنى للحماية الدولية للمال الأجنبي.

أيدت محكمة العدل الدولية هذا النظر في حكمها الصادر في قضية "سيليزيا العليا" السابق الإشارة إليها، حيث قررت أن التعويض المقرر في حالة تأميم الدولة لممتلكات الأجانب إخلالا بالتزام تعاقدى سابق، يجب أن يغطي كافة الأضرار على نحو يجعل المالك القديم في مركز مشابه لمركزه السابق قبل تجريدته من أمواله، و هو ما عادت المحكمة و أكدته في أحكامها اللاحقة.

تجدر الإشارة أن أساس التزام الدولة بالتعويضات الشاملة في حالة التأميم غير المطابق لأحكام القانون الدولي هو فكرة عمل غير المشروع (أو في رأي البعض فكرة الإخلال بالحق المكتسب)، بما يترتب عليها من تطلب تغطية ما ضاع من كسب بالإضافة إلى تغطية الأضرار الفعلية وفقا للمبادئ العامة.

مع ذلك، يبقى قرار التأميم غير المشروع قائما بوصفه من قرارات السيادة، بما يترتب على ذلك من وجوب اعتراف الدول الأخرى بأثره كسند ناقل للملكية الأموال الكائنة في إقليم الدولة التي اتخذته.

على أنه يحق للمحاكم الوطنية للدول الأخرى أن تستخدم فكرة النظام العام للحيلولة دون ترتيب بعض الآثار المترتبة على التأميم المتعارض مع أحكام القانون الدولي⁽⁴²⁾.

مما سبق، نرى أن قرار التأميم سواء كان مشروعاً أو غير مشروعاً، فهو قادر على نقل ملكية الأموال الكائنة في إقليم الدولة التي اتخذته باعتباره من قرارات السيادة، مع بقاء الحق للمستثمر الأجنبي في الحصول على التعويض مقابل تأميم أمواله، إلا أن التساؤل يثار عن الحالة التي تقوم فيها الدولة بالتعسف في استعمال الحق، و تقوم بتأميم أموال الأجنبي دون دفع أي تعويض مقابل ذلك.

في هذه الحالة، فإن القاعدة العامة تقضي بأنه ليس أمام المستثمر الأجنبي إلا أن يلجأ إلى الوسائل القضائية المتاحة داخل الدول المضيفة للاستثمار للمطالبة بتعويضه عن ممتلكاته التي تم تأميمها، أي أن عليه أن يلجأ إلى سبل العلاج المتاحة داخل الدولة

⁴²- د. هشام علي صادق، الحماية الدولية للمال الأجنبي، المرجع السابق، من ص 97 إلى ص 99.

المضيقة للاستثمار⁽⁴³⁾، أما إذا أخفق في ذلك أو تعرض لإنكار العدالة⁽⁴⁴⁾ أمام قضاء الدولة المضيفة، فيجوز له أن يلجأ إلى دولته لحمايته بالوسائل السياسية والدبلوماسية، وهذه ما تسمى بنظرية الحماية الدبلوماسية والمعروفة في فقه القانون الدولي العام⁽⁴⁵⁾.

الخاتمة

أولاً: النتائج

- 1- تملك الدولة الحرية المطلقة في أخذ ملكية المال الأجنبي بوصفه إجراء يدخل في صميم اختصاصها الإقليمي النابع من حقوق السيادة.
- 2- إن القانون الدولي العرفي يفرض على الدولة التي تقوم باتخاذ إجراءات التأميم أو الاستيلاء، أو نزع الملكية في مواجهة الاستثمارات الأجنبية، بعض القيود التي يستلزمها الحد الأدنى لمعاملة الأجانب في القانون الدولي.
- 3- إن شرط المصلحة العامة يعتبر ركناً أساسياً لمشروعية إجراءات استيلاء الدولة على الاستثمارات الأجنبية، حيث يعد هذا الشرط أحد دعائم حماية الأموال الأجنبية داخل إقليم الدولة المضيفة.
- 4- إذا تعهدت الدولة بمقتضى معاهدة دولية بالامتناع عن الالتجاء إلى تأميم أموال أجنبية، فإنها تعد مخلة بالتزاماتها الدولية، إذا نقضت تعهداتها بعد ذلك، و قامت بتأميم ممتلكات الأجانب، و تتعرض بذلك للمسؤولية الدولية.

ثانياً: التوصيات

- 1- على الدولة أن تحترم تعهداتها الدولية التي التزمت بها بمطلق إرادتها.
- 2- يجب على الدولة عند اتخاذ إجراءات نزع الملكية من استيلاء أو مصادرة أو تأميم أو غيرها من صور أخذ الملكية، أن تحترم مبدأ المساواة و عدم التمييز، بحيث أنه لا يجوز أن ينطوي الإجراء على تمييز محف بين الأجانب و الوطنيين لغير صالحهما أو فيما بين الأجانب أنفسهم.
- 3- ضرورة تعويض الأجانب مقابل تأميم ممتلكاتهم تعويضاً مناسباً و حالاً و فعالاً.

* * * * *

⁴³- د. محمد مصطفى يونس، مبادئ القانون الدولي العام (قانون السلام)، الجزء الأول، دار النصر للتوزيع و النشر، 1996م، ص 333.

⁴⁴- ومن صور إنكار العدالة:

أ- الأحكام الظالمة، و الصادرة عن سوء نية بقصد الإضرار بالأجانب لمجرد أنهم أجانب، أو منع الأجنبي أصلاً من اللجوء إلى القضاء،

ب- عدم تنفيذ الحكم الصادر لصالح الأجنبي،

ج- فساد الجهاز القضائي و انتشار الرشوة بين قضاته،

د- تأخير الفصل في الدعاوى بشكل مبالغ فيه، و تدخل الحكومة في أعمال القضاء.

راجع في ذلك: د. محمد سامي عبد الحميد، أصول القانون الدولي العام (القاعدة الدولية)، الجزء الثاني، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1995م، ص 371.

⁴⁵- عمر هاشم محمد صدقة، المرجع السابق، ص 73.

ثبت المراجع

- 1- د. عصام الدين بسيم، النظام القانوني للاستثمارات الأجنبية الخاصة في الدول الأخذة في النمو، دار النهضة العربية، القاهرة، 1972م.
- 2- د. علي إبراهيم، الوسيط في المعاهدات الدولية، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، 1995م.
- 3- عمر هاشم محمد صدقة، ضمانات الاستثمارات الأجنبية في القانون الدولي، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2008م.
- 4- د. فؤاد عبد المنعم رياض، الوسيط في الجنسية و مركز الأجانب، دار النهضة العربية، الطبعة الخامسة، 1988م.
- 5- د. محمد سامي عبد الحميد، أصول القانون الدولي العام (القاعدة الدولية)، الجزء الثاني، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1995م.
- 6- د. محمد عبد العزيز بكر، منازعات الاستثمار في آسيا بين القانون و المصلحة، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، 2001م.
- 7- د. محمد مصطفى يونس، مبادئ القانون الدولي العام (قانون السلام)، الجزء الأول، دار النصر للتوزيع و النشر، 1996م.
- 8- د. هشام علي صادق، الحماية الدولية للمال الأجنبي "مع إشارة خاصة للوسائل المقترحة لحماية الأموال العربية في الدول الغربية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002م.

الدوريات

1. د. أحمد القشيري، التأميم في القانون الدولي الخاص، مجلة العلوم القانونية و الاقتصادية، السنة 11، العدد 1، جانفي 1969م.
2. د. خالد محمد الجمعة، إنهاء الدولة المضيفة للاستثمار اتفاقية الاستثمار مع المستثمر الأجنبي، مجلة الحقوق الكويتية، السنة الثالثة و العشرين، العدد الثالث، سبتمبر، 1999م.
الرسائل و الاطروحات العلمية
1. د. عبد الباري أحمد عبد الباري، التأميم و آثاره في القانون الدولي العام، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 1972م.

* * * * *

الإلتزام الديني و علاقته بالمسؤولية الاجتماعية لدى الإخصائيين النفسيين

” بولاية الخرطوم ”

د. أشرف محمد أحمد على

كلية الآداب غرب النيل الجامعية - جامعة النيلين - السودان

مستخلص البحث

هدف البحث إلى التعرف على السمة العامة للإلتزام الديني و المسؤولية الاجتماعية للأخصائيين النفسيين، و معرفة العلاقة الارتباطية بين المتغيرات، و معرفة الفروق في الإلتزام الديني التي تعزى لمتغيري النوع و العمر، و استخدم الباحث المنهج الوصفي الارتباطي حيث تكونت العينة من (102) أخصائي نفسي منها (45) ذكور و (57) إناث و تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، و استخدم الباحث مقياسي الإلتزام الديني و المسؤولية الاجتماعية، لتحليل البيانات ثم استخدام برامج الحزمة الإحصائية (SPSS) و طبقت عدة اختبارات هي: اختبار (ت) لمجتمع واحد و اختبار معامل ارتباط (بيرسون) و اختبار (ت) لعينتين مستقلتين.

و قد توصل البحث إلى النتائج التالية:- تتسم السمة العامة لكل من الإلتزام الديني و المسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم بالارتفاع، توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الإلتزام الديني و المسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم، توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإلتزام الديني بين الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم، تعزى لمتغير النوع و ذلك لصالح الإناث، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الإلتزام الديني، بين الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم تعزى لمتغير العمر، و في الختام قام الباحث بتقديم مجموعة من التوصيات من أهمها:- زيادة الاهتمام بالأخصائي النفسي في جميع المجالات و خاصة الناحية الدينية حتى يستطيع القيام بمسؤولياته الاجتماعية.

Abstract

This research aims at finding out the general characteristic of Religious commitment and social responsibility of psychologists, as well as finding out the correlation between the two variables, and finding the differences in Religious Commitment due to gender variable, and age.

The researcher used the descriptive approach correlation.

The researcher selected samples consisting of (102) psychologists, (45) males, (57) females by simple random. The researcher utilized the religious commitment measure and the social responsibility measure. The data was then analyzed using Statistical Package for Social Science program (SPSS) many test were applied including T-test for one sample, Pearson correlation coefficient, and T-test for two independent samples.

The research reached the following results:- the general characteristics of religious Commitment and social responsibility among psychologists are very high , and found out that there exists a correlation relationship between religious Commitment, and social responsibility among the psychologists in Khartoum state, and there are statistically significant differences in religious Commitment among the psychologists in favor of females, and that there are no significant statistical differences in psychologists due to age, The conclusion reached is as follows:- its recommended to give due care to psychologists in all fields especially in the field of religion to be able to fulfill their social responsibilities.

المقدمة:

يفسر التدين بأنه:- العلم الذي يبحث في النفس الإنسانية و السلوك الإسلامي مسترشداً بالكتاب و السنة، فيعمل الشخص على الالتزام بالسلوك الديني الذي حدده له الشرع، حتى يبلغ مرتبة الإحسان في عبادته لله مسارعاً في الحسنات و محاذراً من السيئات فيكرمه الله بأن يجد ثمرة التزامه بالدين، و ذلك بالفوز بالسعادة الأبدية في الدنيا و الآخرة، فسعادة الدنيا تكون بسعادته مع نفسه و مجتمعه و في آخرته تكون ببلوغه السعادة العظمى التي لا تعادلها سعادة أخرى، و هي الفوز بالجنة و قد قال الله ﴿إِنَّ الْأَبْرَارَ لَفِي نَعِيمٍ. وَإِنَّ الْفُجَّارَ لَفِي جَحِيمٍ﴾ [سورة الانفطار، الآيات 13- 14].

يوضح (نجاتي: 1998م) أن الأديان تعتبر أقدم المؤسسات الفكرية الاجتماعية عبر التاريخ الإنساني على الكرة الأرضية، و هي موجودة في كل المجتمعات الإنسانية، لتسد احتياجات مهمة لأفراد هذه المجتمعات من الناحية الاجتماعية و النفسية، فالدين يدفع الأفراد إلى تغليب مصلحة الجماعة على المصلحة الخاصة، و تغذي بذلك ما يسمى بالعاطفة الجماعية، كما يوضح (الشمري: 2008م) أن الدين الإسلامي يتميز بهذا المجال، لما يتمتع به من المرونة و العقلانية و البحث و الاقتناع بالحقيقة، و هو دين يدعو إلى المعرفة و الحقيقة و الانفتاح على العالم.

يري (فرويد، Freud : 1939م) الدين:- بأنه ينبع من عجز الإنسان في مواجهة قوى طبيعية في الخارج و القوى الداخلية الغريزية، أما (وليم جيمس W-James : 1910م) فيعرف الدين:- بأنه محادثة اختيارية بين الفرد و قوة غامضة يشعر فيها الإنسان أن مصيره مرتبط بها و أنه يعتمد عليها و تتحقق هذه الصلة عن طريق الصلاة و العبادة (موسى: 1997م).

أما عالم الاجتماع الشهير (دوركهايم E-Durkheim : 1917م) فعرّفه بأنه:- مصدر لكل ما يعرفه الإنسان من ثقافة عليا و أنه منبع لكل أشكال الثقافة المتعالية و السامية (حسن: 2004م)، كما عرفه (محمود: 2003م) بأنه:- نظام نفسي يتكون بتفاعل نزعات الطفل الفطرية و الكامنة في أعماقه مع عوامل البيئة المحيطة، و يتطور و يتكامل هذا النظام مع تطور شخصية الطفل و

تكاملها، و يعرف (فؤاد : 2002م) الالتزام الديني- بأنه التمسك بعقيدة معينة، يلتزمها الإنسان في سلوكه، فلا يؤمن إلا بها و لا يخضع إلا لها و لا يأخذ إلا بتعاليمها، و لا يجيد عن أحكامها وسننها، و يتفاوت الناس في ذلك قوة وضعفاً حتى إذا ما بلغ الضعف غايته عد ذلك خروجاً عن الدين و تمرداً عليه.

و يري (نجاتي : 1998م) بأن الالتزام الديني:- هو التمسك بكتاب الله (القرآن) و سنة النبي (ﷺ)، أن الالتزام عند الإمام (الغزالي: 505 هـ) :- ليس مجرد طقوس و مظاهر خارجية و إنما يتحول إلى شيء أعمق من هذا، فيصبح الوسيلة التي تسمح للإنسان أن يظهر باطنه، كما تسمح له أن يعقد صلة دائمة بينه و بين الله في كل لحظة أو عمل أو فكرة أو شعور، و أن الشخصية الملتزمة بالدين تأخذ بما يقرره القرآن العظيم من ضروب الهداية و بناء العقائد على ما في القرآن و السنة، و الأخذ بالبراهين العقلية و بناء الأحكام الأدبية و العلمية على قواعد المصالح و المنافع و دفع الأذى و المضار (الجسماني: 1990 م).

و قد ذكر كل من (الخضر: 2000م و علي : 2004 م) أن من شروط الالتزام الديني:- عدم الخروج عن تعاليم الدين الإسلامي و إتباع الحق و الأحكام و المبادئ التي وضحها الدين، كما وردت في القرآن الكريم و السنة النبوية الشريفة و كما طبقها السلف الصالح.

و بين (العتوم و عبد الله: 1997م) أن الشرع الإسلامي وضح أولويات للالتزام الديني و هي:-

1. نفي الحرج: و قد رأى المشرع في ذلك التيسير على الناس و رفع الحرج عنهم، فجاءت تكاليف الإسلام في حدود الاستطاعة البشرية و ذلك في قوله تعالى ﴿جَاهِدُوا فِي اللَّهِ حَقَّ جِهَادِهِ هُوَ اجْتَبَاكُمْ وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ﴾ [سورة الحج: الآية 78]، و أيضاً في قوله تعالى: ﴿لَا يَكْفُرُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَيَّ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ﴾ [البقرة: الآية 286].
2. التدرج في الأحكام: ظهر الإسلام بين العرب و قد تأصلت في نفوسهم غرائز ليس من السهل اقتلاعها، فالخمر و الميسر ظواهر متمكنة في نفوس العرب عند بداية التشريع، و عندما أراد الشارع تحريمها تدرج في ذلك فبعد أن قال الله تعالى ﴿وَمِنْ ثَمَرَاتِ النَّخِيلِ وَالْأَعْنَابِ تَتَّخِذُونَ مِنْهُ سَكَرًا وَرِزْقًا حَسَنًا ۗ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِقَوْمٍ يَعْقِلُونَ﴾ [سورة النحل: الآية 67] و بعد ذلك جاء قوله تعالى ﴿يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ﴾ [سورة البقرة: الآية 219]، ثم بعد أن مهد نفوسهم لذلك و بغيره قال الله تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ

فَلِحُوزِ (90) إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنتُمْ مُنْهَوْنَ (91) ﴿ [سورة المائدة: الآيات 90-91].

أوضح (المهدي: 2003م) أن للتدين أنواع تتمثل في الآتي:- التدين المعرفي الفكري، التدين السلوكي لأداء العبادات الدينية و التدين النفعي:- و في هذه الحالة يلتزم الفرد بالكثير من الممارسات و المظاهر الدينية للوصول إلى مصالحه الخاصة، و التدين التفاعلي:- هو ناتج عن رد الفعل لدى بعض الأفراد لقضاء حاجاتهم الخاصة و في هذا الصدد أوضح كل من (شاهين 2003م، الشمري 2008م) أن الدين الإسلامي وضع بعض قواعد السلوك الاجتماعي التي تساعد الفرد علي تحمل مسؤولياته و واجباته الاجتماعية من أهمها:- قاعدة العلو و الوصول إلى المعلومة الاجتماعية التي تؤثر على بناء العلاقات الصحيحة بين الأفراد، و قاعدة التعاون و المشاركة، و قاعدة الإيثار و المسامحة و القدوة الحسنة، و قاعدة العدالة الاجتماعية، و قاعدة التناصح و المشورة، و هذه القواعد السلوكية كفيلة ببناء المجتمع الإسلامي السعيد.

أشار كل من (عبد الباقي: 1991م ، الغزالي: 2002م) إلى أن للدين الإسلامي بعض الخصائص تتمثل في الآتي:- هي أن الدين فطري لدى الإنسان و قد تساعد على ظهوره عوامل التنشئة الاجتماعية، و في ذلك قال ﷺ (مَا مِنْ مَوْلُودٍ إِلَّا وَ يُوَلَّدُ عَلَى الْفِطْرَةِ قَبَاؤُهُ يَهُودَانِهِ أَوْ نَصْرَانِيَّةٍ أَوْ مَجْسَانِيَّةٍ) (أخرجه مسلم)، و يوضح (العيسوي: 1998م و عبيد: 2003م) أن الدين الإسلامي يزود الفرد بنسق من القيم و المبادئ و المعايير و المحكات الاجتماعية التي توفر له التكيف مع ما حوله و تساعد على القيام بمسؤولياته الاجتماعية.

إن إحساس أفراد المجتمع بمسؤولياتهم الاجتماعية نحو أنفسهم و نحو مجتمعهم ركن أساسي و هام في الحياة، و من الواجبات الاجتماعية التي ينادي بها الدين قد بين (قاسم: 2008م) أن المسؤولية الاجتماعية تعبر عن مسؤولية الفرد عن نفسه و مسؤوليته تجاه أسرته و أصدقائه و تجاه دينه و وطنه من خلال فهمه لدوره في تحقيق أهدافه و اهتمامه بالآخرين، من خلال علاقاته الإيجابية و مشاركته في حل مشكلات المجتمع و تحقيق الأهداف العامة.

و يعرف (عبدالكريم: 2006م) المسؤولية الاجتماعية بأنها:- إقرار الفرد بما يصدر عنه من أفعال و استعداده لتحمل نتائجها، و يعرفها (علي: 2004م) بأنها:- سمة من سمات الخلق و الميل إلى المحاسبة و تقدير الفرد لقيمته و أهميته، و الإنصاف بالخلق حتى يكون مسؤولاً عن نفسه و أن يتصرف بمسؤولية نحو الآخرين، و أيضاً يعرفها (زهران: 2003م) بأنها:- مسؤولية الفرد الذاتية نحو الجماعة أمام نفسه و أمام الجماعة و أمام الله، و هي الشعور بالواجب و القدرة على تحمله و القيام به، كما يعرفها (حميدة: 1996م) بأنها:- استعداد مكتسب لدى الفرد يدفعه للمشاركة مع الآخرين في أي عمل يقومون به، و المساهمة في حل المشكلات التي يتعرضون لها أو تقبل الدور الذي أقرته الجماعة له و العمل على المشاركة في تنفيذه.

و يذكر كلا من (رزق: 2002م، فتح الباب: 2003م) أن أنواع المسؤولية الاجتماعية تتمثل في الآتي:-

1. المسؤولية الأخلاقية: و تعني مراعاة حقوق الآخرين و المحافظة عليها و عدم الإضرار بها، و مراعاة مكارم الأخلاق مع الناس.

2. **المسؤولية الشرعية:** وتعني الإلتزام بحدود الله وأوامره ونواهيه، و أداء الواجبات و البعد عن المحرمات، و هي مسؤولية واجبة، و المسؤولية الشرعية ميزان السلوك الإنساني .

3. **المسؤولية الاجتماعية:** و هي جزء من المسؤولية بصفة عامة، فالفرد مسؤول عن نفسه و عن الجماعة، و الجماعة مسؤولة عن نفسها و أهدافها، و عن أعضائها كأفراد في جميع الأمور و الأحوال، و المسؤولية الاجتماعية ضرورية للمصلحة العامة، و في ضوءها تتحقق الوحدة و تماسك الجماعة، و ينعم المجتمع بالسلام، فالمسؤولية الاجتماعية تفرض التعاون و الإلتزام و التضامن و الاحترام، و الحب و الديمقراطية في المعاملة و المشاركة الحادة.

و يشير (مرسي: 2004م) إلى أن هناك ثلاثة أنواع من المسؤولية و هي: المسؤولية الدينية مصدرها الدين: - و هي التزام المرء بأوامر الله تعالى و نواهيه، و المسؤولية الاجتماعية: و هي التزام المرء بقوانين المجتمع ونظمه و تقاليده و التعاون مع الجماعة في سبيل الخير العام، كما جاء في قوله تعالى: ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَآتُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ﴾. [المائدة: 2]. تقدم العمل الصالح و التنافس في هذا السبيل إذ يقول الحق سبحانه: ﴿مَنْ عَمِلْ صَالِحًا مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ﴾ [النحل: 97].

و يبين (فؤاد : 2002م) أن المسؤولية الاجتماعية مرتبطة بالنمو الأخلاقي و الثقة بالنفس و الوعي الاجتماعي و الإحساس بالهوية الاجتماعية، و بالتعليم و الوعي و بإدراك هدف الإنسان من الحياة، و ترتبط المسؤولية الاجتماعية بفلسفة المجتمع و القيم الإنسانية السائدة في ذلك المجتمع، كما يبين (بخاتي: 1998م) أن المسؤولية الاجتماعية المستمدة من تعاليم الدين الإسلامي التي لها الصبغة الإنسانية تتسم بالشمولية، فهي تشمل مسؤولية الفرد نحو نفسه و نحو أسرته و نحو الجيران و نحو الوطن، و نحو العالم و الكون و كذلك الرفق بالحيوان و الكائنات الحية.

و يوضح (الشافعي: 1992م) أن في تعاليم الإسلام و توجيهاته الكثير من المبادئ الداعية إلى الإحساس بالمسؤولية نحو الشخص و المجتمع بل الكون بأكمله، و تشير الكثير من الآيات و الأحاديث إلى ضرورة نخوض الأفراد بمسؤولياتهم تجاه مختلف جوانب الحياة قال تعالى ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾ [الإسراء: 36]، و أيضاً قال ﷺ: ("كلكم راعٍ وكلكم مسؤول عن رعيته الإمام راعٍ و مسؤول عن رعيته و الرجل راعٍ في أهله و هو مسؤول عن رعيته و المرأة راعية في بيت زوجها و مسؤولية عن رعيته و الخادم راعٍ في مال سيده و مسؤول عن رعيته") قال و حسب أن قد قال و الرجل راعٍ في مال أبيه و مسؤول عن رعيته و كلكم راعٍ و مسؤول عن رعيته (رواه البخاري و ابن حنبل).

تعتبر المسؤولية الاجتماعية من أهم واجبات الأخصائي النفسي نحو مجتمعه الذي يعرف بأنه: - الشخص المتخصص الذي يستخدم الأسس و الطرق و الإجراءات السيكولوجية، و يتعاون مع غيره من الأخصائيين في تفاعل إيجابي، بقصد فهم شخصية الفرد و تشخيص مشكلاته، و التنبؤ باحتمالات تطور حالته و مدى استجابته لمختلف أساليب العلاج، ثم العمل على الوصول به إلي أقصى درجة تمكنه من التوافق الشخصي و الاجتماعي (الخالدي: 2002م).

و يوضح (زهرا: 2005م) أن للأخصائي النفسي سمات و خصائص لابد أن يتسم بها حتى يستطيع أن يؤدي دوره بأفضل طريقة و منها :- حسن الإصغاء، الاهتمام بالناس و الرغبة في معاونة الآخرين و مساعدتهم في حل مشكلاتهم، القدرة على إقامة علاقات فعالة مع الآخرين، أن يتمتع بقدر عال من الضبط الانفعالي، الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية و المهنية و الالتزام بالتعاليم الدينية، القدرة على اتخاذ القرارات الملائمة مع المواقف و الأحداث.

يتمثل دور الأخصائي النفسي في مجالات التشخيص و العلاج و الاستشارة الإكلينيكية و تقدم النصح، و يضاف إلي الدور الاستشاري أيضا قيام الأخصائي النفسي بدور الموجه التربوي في المجتمع، و تتجسد أبعاد هذا الدور في ضرورة تناوله لمجموعة المشكلات الصحية ذات الخلفية السيكولوجية، كنعاطي المخدرات و الأمراض التناسلية و غيرها، و أيضاً من أدواره العمل الوقائي و البحوث العلمية (شاهين: 2003م).

و يؤكد (الخالدي: 2002م) لكي ينجح الأخصائي النفسي في دورة لابد من أن يتم إعداده من الناحيتين النظرية حيث يتطلب إحاطته بكافة فروع علم النفس و الناحية التطبيقية التي تتضمن التدريب الميداني في مؤسسات و مراكز العلاج النفسي و الصحة النفسية.

الدراسات السابقة:

أهتمت العديد من الدراسات السابقة بموضوع الإلتزام الديني و المسؤولية الاجتماعي منها:-

1: دراسة (عبد العزيز: 2003م) بدراسة بعنوان أثر التدين على مرض الإكتئاب النفسي و قد أجريت الدراسة على عينة (242) من طلبة جامعة الأزهر الشريف، و توصلت النتائج إلى وجود أثر جوهري للتدين في معالجة مرض الإكتئاب النفسي، و إلى أن هناك العديد من الأمراض و الإضطرابات النفسية ترجع إلى فقدان الوازع الديني و عدم وجود النظرة الدينية للحياة لدى المرضى.

2. دراسة (عبد المجيد و محمود: 1991م) دراسة بعنوان مستوى الأداء الأكاديمي و دافعية الإنجاز لدى طلاب الجامعة في ضوء تمسكهم بالقيم الدينية، و تكونت العينة من (243) مفحوص، و قد أظهرت النتائج وجود تأثير للقيم الدينية التي يلتزم بها الطالب الجامعي في مستوى دافعيته للإنجاز و مستوى تحصيله الأكاديمي، كما بينت هذه الدراسة أن الطالبات الإناث، و الطلاب ذوي التحصيل المرتفع هم أكثر إلتزاماً بالقيم الدينية.

3. و أجرى (ريتشارد Richards: 1991م) دراسة بعنوان تأثير الإلتزام الديني في مظاهر الإضطرابات النفسية و الانفعالية لدى طلبة الكليات المتوسطة، و تكونت عينة الدراسة من (286) طالباً و طالبة، و توصلت الدراسة إلى وجود أثر دال إحصائياً للإلتزام الديني في درجات الطلاب على مقياس الإضطرابات النفسية و الانفعالية.

4. و هنالك دراسة (اورسولا Ursula: 1995م) بعنوان العلاج النفسي و علاقته بالإلتزام الديني، على عينة مكونة من (44) شخصاً ممن يعانون من أعراض القلق و إضرابات التكيف، و (45) شخصاً سليماً، أظهرت النتائج عدم وجود علاقة بين الاتجاهات الدينية و أعراض القلق المرضي، و أن هناك علاقة إيجابية للإلتزام الديني و الرضا عن الحياة لدى المفحوصين من المجموعة العادية.

5. و أجرى (واتس Watts: 1996م) دراسة بعنوان تأثير التوجه الديني في الإضطرابات الانفعالية، لدى عينة مكونة من (255) طالباً و طالبة من طلاب المدارس الحكومة في أمريكا، و قد أظهرت الدراسة وجود أثر جوهري للتوجه الديني في الإضطرابات الانفعالية، حيث تبين أن انخفاض التوجه الديني يؤدي إلى حالات من الإضطراب الانفعالي كالغضب و التعاسة و الخجل.
6. دراسة (عثمان: 2016م) بعنوان الإحتراق النفسي و علاقته بالمسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسانيين بولاية الخرطوم عينة بلغ حجم العينة (106) منها (15) أخصائي نفسي و (91) أخصائية نفسية، و توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: تتسم المسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسانيين بولاية الخرطوم بالارتفاع، توجد علاقة ارتباطية سالبة دالة إحصائياً بين الإحتراق النفسي و المسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسانيين بولاية الخرطوم.
7. دراسة (حسن: 2014) بعنوان: الإحتراق النفسي و علاقته بالمسؤولية الاجتماعية و تقدير الذات لدى معلمات التربية الخاصة بولاية الخرطوم، تكونت عينة الدراسة من (200) معلمة، أوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين الإحتراق النفسي و المسؤولية الاجتماعية لدى معلمات التربية الخاصة.
8. دراسة (بابطين: 1994م) بعنوان المسؤولية الاجتماعية بين الشباب المنتمي إلى مراكز الشباب و غير المنتمي في السعودية، تكونت عينة الدراسة من (600) مفحوص تتراوح أعمارهم بين 13-15 سنة منهم 300 منتمون إلى مراكز شباب و (00) غير منتمين، أوضحت نتائج الدراسة وجود فوارق دالة إحصائياً في المسؤولية الاجتماعية بين المنتمين و غير المنتمين إلى تلك المراكز لصالح المنتمين.
9. دراسة (فليب و آخرون: 2001) بكندا بعنوان: معرفة العلاقة بين السلوك الإيثاري و المسؤولية الاجتماعية، تكونت العينة من (200) جامعي، و قد كشفت الدراسة عن وجود علاقة إيجابية بين السلوك الإرشادي و المسؤولية الاجتماعية و اتسم شعور الطلاب بالمسؤولية الاجتماعية بالارتفاع.

التعليق علي الدراسات السابقة :

من خلال عرض الدراسات السابقة التي تناولت الإلتزام الديني و المسؤولية الاجتماعية، نجد أنها قد تنوعت فمنها:-

من تناولت الإلتزام الديني مع متغيرات أخرى، و بعضها تناول المسؤولية الاجتماعية مع متغيرات أخرى أيضاً، حيث بينت بعض الدراسات التي استخدمت المنهج الوصفي عن وجود علاقة ارتباطية بين كلٍ من الإلتزام الديني و المسؤولية الاجتماعية، مع متغيرات الاكتئاب و الاضطرابات النفسية و الإحتراق النفسي مثل دراسة (عبد العزيز: 2003م ، و ريتشارد Richards: 1991م) ، دراسة (عثمان: 2016م) و دراسة (حسن: 2014م)، كما أوجدت دراسة (عثمان: 2016م) أن المسؤولية الاجتماعية مرتفعة للأخصائيين النفسانيين، و أوجدت أيضاً بعض من هذه الدراسات فروقا في الإلتزام الديني لصالح الإناث، مثل دراسة (عبد المجيد و محمود: 1990م)، و قد استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة و بناء أدواتها و تفسير نتائجها، و في حدود علم الباحث لم تجر دراسة مشابهة محلياً تناولت متغيرات الدراسة الحالية، كما أنها تميزت عن الدراسات السابقة في اهتمامها

بالتأصيل الإسلامي لعلم النفس، و يجيء هذا البحث ليلقي الضوء على موضوع الالتزام الديني و علاقته بالمسؤولية الاجتماعية للأخصائيين النفسيين.

مشكلة البحث:

يشير الكثير من العلماء إلى أن الدعائم الجوهرية لحياة الإنسان الطبيعية تتمثل في درجة التزامه بالسلوك الديني، و ما يترتب عليه من قيم دينية تمثل سلوكياته في الحياة خاصة عند الأخصائيين النفسيين، حيث يمثل عدم اهتمام الأخصائيين النفسيين بموضوع الالتزام الديني و عدم تمسكهم بالتعاليم الدينية، يمثل مصدراً شديداً للخطورة و يهدد كيان المجتمع بالانحلال الديني و الأخلاقي و السلوكي، كما أنه يؤثر تأثيراً كبيراً في عدم قدرتهم على القيام بمسؤولياتهم الاجتماعية تجاه مجتمعهم، يري (الشمري: 2008م) أن نقص الالتزام الديني عند الأخصائيين النفسيين يتجلى عنه نقص في تحمل المسؤولية الاجتماعية و النفور من القيام بها، و قد أشار (مرسى: 2004م) إلى ضعف الالتزام الديني عند الأخصائيين النفسيين يترك آثاراً كبيرة في سلوكياتهم و في قدرتهم على تحمل مسؤولياتهم نحو أنفسهم و مجتمعهم، و قد أوضحت دراسة (حسن: 2004م) أن هناك العديد من الأخصائيين النفسيين يعانون من ضعف في درجة التزامهم الديني، و من ثم تكمن مشكلة البحث في الإجابة على التساؤلات التالية:-

1. ما هي السمات العامة للالتزام الديني لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم ؟
2. ما هي السمة العامة للمسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم ؟
3. هل توجد علاقة ارتباطية بين الالتزام الديني و المسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم ؟
4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الالتزام الديني بين الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم تبعاً لمتغيرات النوع و العمر ؟

أهمية البحث:-

1. إن الحياة اليومية المعاصرة في السودان و غيره، تشير إلى تغيرات اجتماعية سريعة و ربما متسارعة، تؤكد ضعف الترابط و وهن العلاقات بين الناس، على مستوى الأهل و على مستوى العائلة الواحدة، الأمر الذي يبرز الحاجة الملحة لتفعيل عوامل ذاتية و اجتماعية، مثل الالتزام الديني و المسؤولية الاجتماعية تساعد في التخفيف من ضغوطات الحياة.
2. تمكين التفسير العلمي لمتغير الالتزام الديني و ارتباطه بمفاهيم و متغيرات أخرى قد تكون ذات صلة وثيقة به، مثل المسؤولية الاجتماعية لمفهوم التأصيل و التوطين الإسلامي.
3. قلة البحوث و الدراسات العلمية في السودان و في غيره من الدول و المجتمعات، التي تناولت موضوع التأصيل الإسلامي علم حسب دراية الباحث، و بالتالي يعتبر هذا البحث لبنية أولى لما تنبئ عليه من دراسات جديدة ذات علاقة بموضوع الدراسة.
4. يتوقع الباحث أن تساعد النتائج العاملين في مجالات الصحة النفسية و الإرشاد الديني في وضع برامج إرشادية و تربوية، على أسس دينية و علمية تساعد الأخصائيين النفسيين في تحقيق التوافق السوي، و التمتع بأعلى مستويات الصحة النفسية.

اهداف البحث :

1. التعرف على السمة العامة للالتزام الديني لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم.
2. التعرف على السمة العامة للمسؤولية الاجتماعية بين الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم.
3. التعرف على العلاقة الارتباطية بين الالتزام الديني و المسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم.
4. التعرف على الفروق في الالتزام الديني بين الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم التي تعزى لمتغيرات النوع و العمر.

فروض البحث :

1. تتسم السمة العامة للالتزام الديني لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم بالارتفاع .
2. تتسم السمة العامة للمسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم بالارتفاع .
3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الالتزام الديني و المسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم.
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الالتزام الديني بين الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم تعزى لمتغير النوع.
5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الالتزام الديني بين الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم تعزى لمتغير العمر.

حدود البحث :

الحدود المكانية: المستشفيات و المراكز الحكومية و الخاصة بولاية الخرطوم، الحدود الزمنية:- الفترة في 2017م.

مصطلحات البحث:

الالتزام الديني : هو التمسك بعقيدة معينة يلتزمها الإنسان في سلوكه، فلا يؤمن إلا بها و لا يخضع إلا لها و لا يأخذ إلا بتعاليمها، و لا يجيد عن حكامها و سننها(فواد:2002م).

التعريف الإجرائي: هي عبارته عن الدرجات الكلية التي يحصل عليها المفحوص في مقياس الالتزام الديني المستخدم في هذا البحث و ما تعكسه من مضمون.

المسؤولية الاجتماعية : هي المسؤولية الفردية عن الجماعة و هي مسؤولية الفرد أمام ذاته عن الجماعة التي ينتمى إليها، و هي تكوين ذات طابع خاص نحو الجماعة أي أنها مسؤولية ذاتية، و فيها من الأخلاق و المراقبة الداخلية و المحاسبة الذاتية، كما أن فيها من الأخلاق ايضاً ما في الواجب الملزم داخلياً(حسين:2001م).

التعريف الإجرائي: هي الدرجات الكلية التي يحصل عليها المفحوص في مقياس المسؤولية الاجتماعية المستخدمة في هذا البحث و ما تعكسه من مضمون.

الأخصائي النفسي: هو خريج قسم علم النفس الذي يعمل في مجال العلاج و التشخيص، و يستهدف من خلال عمله تشخيص الأمراض و الاضطرابات و علاجها و تحقيق الشفاء للمريض، و إعادة تكيفه النفسي و الاجتماعي و المهني و الأسري (زهران: 2005م).

اجراءات البحث الميدانية:

المنهج : استخدم الباحث المنهج الوصفي الارتباطي و هو المنهج الذي يتناسب مع أهداف هذه الدراسة، و يحقق أسئلتها و فرضياتها و يعرف المجتمع الوصفي:- بأنه الطريقة التي ترتبط بظاهرة معينة بقصد وصفها وصفا دقيقا و تفسيرها تفسيراً علمياً(علام،2008م).

مجتمع الدراسة: تكوّن مجتمع الدراسة من الأخصائيين النفسيين العاملين بمستشفيات التيجاني الماحي، الخرطوم، بحري للأمراض العصبية و النفسية، مراكز الخرطوم للعلاج النفسي، الإكلينيكي للاستشارات النفسية والإرشادية، مركز الفنار للعلاج النفسي.

عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من (102) أخصائي نفسي منهم (45) ذكور و (57) إناث، و تراوحت أعمارهم بين (28 – 48 سنة) و قد تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية البسيطة و ذلك من مجتمع الدراسة، و يمكن وصف عينة الدراسة من خلال الآتي:

جدول رقم (1) يوضح توزيع عينة الدراسة تبعاً للنوع

النوع	العدد	السنة
ذكور	45	%44
إناث	57	%56
مجموع	102	%100

جدول رقم (1) يوضح توزيع عينة الدراسة تبعاً للعمر

العمر	العدد	السنة
38 _ 28	65	%64
48 _ 39	37	%36
مجموع	102	%100

1. **مقياس الالتزام الديني**: اعتمد الباحث على مقياس الالتزام الديني الذي وضعه (عبدالعزیز: 2000م) و هو يتكون من (45) عبارة، ثم قام الباحث بتعديل و صياغة بعض العبارات التي تتناسب مع البيئة السودانية، و عينة الدراسة و حذف بعض العبارات التي كانت غير صالح للبيئة السودانية و لعينة الدراسة، فأصبح المقياس بهذه الصورة يتكون من (37) عبارة.

2. مقياس المسؤولية الاجتماعية: اعتمد الباحث علي مقياس (عثمان:2016م) و هو صورة معدلة لمقياس(علي:1998م)، و قد قام الباحث بتعديل و صياغة بعض العبارات التي تتناسب مع البيئة السودانية و عينة الدراسة، فأصبح المقياس يتكون من (35) عبارة.

الصدق الظاهري : للتأكد من الصدق الظاهري للمقياسين قام الباحث بعرضهما على عدد من المحكمين المختصين في مجال علم النفس، و استناداً على رأي المحكمين فقد قام الباحث بإجراء التعديلات التي أشاروا إليها، وهي إعادة صياغة بعض العبارات في المقياسين لتناسب مع عينة الدراسة.

الدراسة الاستطلاعية: لمعرفة الخصائص القياسية للمقياسين في صورتهم المعدلة، بعد التحكيم في مجتمع الدّراسة قام الباحث بتطبيقهما على عينة استطلاعية حجمها (20) مفحوصاً من الأخصائيين النفسانيين، بهدف التأكد من صدق و ثبات المقياسين.

أولاً: مقياس الالتزام الديني:

جدول رقم(3) يوضح معامل ارتباط كل فقرة ومجموع الفقرات في مقياس الالتزام الديني

الارتباط	رقم البند	الارتباط	رقم البند	الارتباط	رقم البند
-0.16	27	0.77	14	0.79	1
0,89	28	0.88	15	0.68	2
0.73	29	0.63	16	-0.26	3
0.78	30	0.79	17	0.40	4
0.14	31	0.79	18	0.34	5
0.51	32	0.71	19	0.59	6
0.79	33	0.12	20	0.86	7
0.61	34	0.74	21	0.78	8
0.71	35	0.56	22	0.17	9
0,56	36	0.65	23	0,65	10
0,68	37	0.59	24	0,95	11
		0,76	25	0,87	12
		0.82	26	0.36	13

يلاحظ من الجدول أن هناك عددا من الفقرات ضعيفة الارتباط (9,2,31,20) و أخرى سالبة الارتباط (3,27) و قد تم حذف هذه العبارات حتى لا تؤثر على صدق المقياس.

جدول رقم(4) يوضح نتائج معاملات الثبات لمقياس الالتزام الديني

الثبات		المقياس
الصدق الذاتي	الفاكرونباخ	
0.94	0,88	الالتزام الديني

ثانياً: مقياس المسؤولية الاجتماعية:

جدول رقم (3) يوضح معامل ارتباط كل فقرة و مجموع الفقرات في مقياس المسؤولية الاجتماعية

الارتباط	رقم البند	الارتباط	رقم البند	الارتباط	رقم البند
0.89	27	0.87	14	0,65	1
0.75	28	0.87	15	0.49	2
0.55	29	0.67	16	0.78	3
0.59	30	0.76	17	0.67	4
0.04	31	0.78	18	0.39	5
0.87	32	0.69	19	0.18	6
0.76	33	0.76	20	0.09	7
0.59	34	0.74	21	0.78	8
0.89	35	0.56	22	0.88	9
		0.56	23	0.91	10
		0.66	24	0,92	11
		0.11	25	0,89	12
		0.74	26	0.69	13

يلاحظ من الجدول أن هناك عددا من الفقرات ضعيفة الارتباط (6,7,25,31) و قد تم حذف هذه العبارات حتى لا تؤثر على صدق المقياس.

جدول رقم (4) يوضح نتائج معاملات الثبات لمقياس المسؤولية الاجتماعية

الثبات		المقياس
الصدق الذاتي	الفاكرونباخ	
0,92	0,85	المسؤولية الاجتماعية

الأساليب الإحصائية:

تمت معالجة النتائج باستخدام حزم البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) بالطرق الإحصائية التالية.

1. معامل ارتباط (بيرسون).
2. اختبار (ت) لعينة واحدة.
3. اختبار (ت) لعينتين مستقلتين.

عرض و مناقشة النتائج :

الفرض الأول: يتسم الالتزام الديني بين الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم بالارتفاع .

جدول رقم (7) يوضح اختبار (ت) لمجتمع واحد لمعرفة دلالة السمة العامة للالتزام الديني بين الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم.

الاستنتاج	القيمة الاحتمالية	درجة الحرية	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الوسط الفرضي	حجم العينة
تتميز السمة بالارتفاع	0.001	101	3,14	18.16	62,63	56	102

يلاحظ الباحث من الجدول السابق أن المتوسط الفرضي بلغ (56) و الوسط الحسابي (62,63) و بلغت قيمة (ت) (2,34) و القيمة الاحتمالية (0.001) مما يشير إلى أن الالتزام الديني يتميز بالارتفاع، و تتفق هذه النتيجة مع دراسة (عبد المجيد و محمود:1991م) التي توصلت إلى أن أفراد العينة يحرصون على التمسك بالقيم الدينية، جاءت هذه النتيجة منسجمة مع توقعات الباحث للفرض، إذ إن الأسر المسلمة و خاصة العربية و السودانية تعمل على تزويد أبنائها بكل تعاليم الدين الإسلامي، فتحرص على غرس القيم الدينية و الإسلامية في نفوسهم، فينشئون على تربية دينية سوية تعينهم على اكتساب السلوكيات الدينية المناسبة، التي يحرصون على الالتزام بها في حياتهم العملية، فقد أوضح (العتوم و عبدالله:1997م) مدى أهمية توفر الأسر المسلمة لنظم من القيم الدينية و الخلقية و مدى تزود أفرادها بها، مما يؤدي إلى مساعدتهم على التوافق النفسي و الاجتماعي و قيامهم بمسؤولياتهم الاجتماعية نحو أنفسهم و مجتمعهم، و يمكن تفسير هذه النتيجة على أساس أن الدين الإسلامي هو دين وسطي معتدل، يدعو إلى التمسك و الالتزام بأحكامه و تعاليمه، و يسعى إلى مساعدة الأفراد على التكيف الإيجابي الفعال، و ذلك بعد إعدادهم و تنشئتهم

على أساس التربية الدينية السليمة، و هذا يؤدي بالتالي إلى إصلاح النفس البشرية التي بصلاحتها يتحقق تهذيب السلوك الإنساني، و يؤكد (شاهين:2003م) على أن تمسك و التزام الأفراد بالعبادات و الطقوس الدينية بالعبادة تقوي لديهم القدرة على التحكم في الغرائز و الدوافع، و بخاصة تلك التي تكسر الحدود الاجتماعية للسلوك مما يؤدي إلى التأثير في تعزيز السلوك الاجتماعي المتوافق ذاتياً و اجتماعياً، و يضيف (مغاوري:2004م) أن الإيمان و الالتزام بالمظاهر الدينية يكوّن العقيدة المثلى و السلوك الصالح المؤدي إلى استقرار الأنا و اطمئنان النفس، نتيجة الاهتمام بالتربية الأخلاقية و الروحية، كما أوضح (محمود:2003م) أن الدين و التمسك بالقيم الدينية و مبادئه هو الأساس لخلاص الإنسان من الشعور بالذنب و النقص و التأزم، و إن لشعور الإنسان بأنه قريب من الله يبعده عن الشعور باليأس و القنوط، و يبني حياته على أساس الغبطة و الإيمان، و يعتبر الدين مصدراً مهماً لتقويم الأخلاق و تحقيق المعاملة الحسنة، و بناء علاقات اجتماعية حميمة، و يجعل ذلك الفرد أكثر قدرة على تحمل المسؤولية الاجتماعية، و لقد ألفت دراسات كثيرة لما توصلت إليه الدراسة الحالية من الناحية النظرية و العملية، فقد بينت دراسات (المليجي:1995م و موسى:1997م) أن الغالبية العظمى من أفراد المجتمع لديهم اتجاهات دينية، و التزامات في ممارسة الشعائر الدينية من خلال ارتياد أماكن العبادة و الوعي الديني الداخلي، و قد أوضحت نتائج دراسة (كمال:2009م) إلى أن نسبة (88%) من أفراد الدراسة أظهرها توجهاً إيجابياً نحو الالتزام الديني التي ينسجم مع ظاهرة المد الإسلامي لدى الشباب المسلم في المجتمعات العربية و الإسلامية و الغربية. **الفرض الثاني:** تتسم المسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم بالارتفاع.

جدول رقم (7) يوضح اختبار (ت) لمجتمع واحد لمعرفة دلالة السمة للمسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم.

حجم العينة	الوسط الفرضي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
102	51	62,03	18.56	4,34	101	0.001	تميز السمة بالارتفاع

يلاحظ الباحث من الجدول السابق أن المتوسط الفرضي بلغ (51) و الوسط الحسابي (62,03) و بلغت قيمة (ت) 4,34 و القيمة الاحتمالية 0,001، مما يشير إلى أن المسؤولية الاجتماعية تتميز بالارتفاع، و هذا يتفق مع ما أورده الباحث من فرض و اتفقت هذه الدراسة مع دراسة (عثمان:2016م)، و (فليب و آخرون:2000)، التي توصلت إلى أن السمة العامة للمسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسيين مرتفعة.

يرى الباحث أن هذا يدل على أن الأخصائي النفسي واثق من نفسه و احترامه لعمله، و يقوم بالتزاماته نحو نفسه و الآخرين، و لديه همة داخلية تجعله يقوم بواجباته و مسؤولياته الاجتماعية، و أن تميز المسؤولية الاجتماعية بالارتفاع يدل على نجاحه في عمله، لأن مهنة الأخصائي النفسي تتطلب منه أن يتعامل مع المجتمع و المرضى، يقوم أحياناً بمهمة التوجيه و الإرشاد النفسي سواء فردي أو جماعي، مما يزيد عنده الإحساس بالشعور و بالواجب الاجتماعي نحو مجتمعة، كما أن طبيعة عملهم يتطلب منهم أن يكونوا على اتصال مباشر و وثيق مع الأفراد الذين يحتاجون إلى مساعدتهم، و يقومون على خدمتهم و مراعاة مشاعرهم و ذلك لما تقتضيه مواقف الحياة المختلفة، الأمر الذي يجعلهم قادرين على القيام بالمسؤولية الاجتماعية، و قد أوضح (زهران:2005م) أن من

خصائص الشخص المسؤول اهتمامه بنفسه و احترامها و معرفة قدرها، كما يهتم بغيره من الناس و يحترمهم و يجد في عمله و ينجز التزاماته نحو مجتمعه، حيث أوضح (فتح الباب: 2003م) مهنة الأخصائي النفسي تعتبر مصدراً مهماً من مصادر الدعم و المسؤولية الاجتماعية الفعالة التي يحتاجها الإنسان، و يذكر (قاسم: 2008م) أن الأخصائي النفسي يقوم بمسؤولياته الاجتماعية خير قيام، خلال فهمه لدوره في تحقيق أهدافه و اهتمامه بالآخرين من خلال علاقاته الإيجابية و مشاركته في مشاكل المجتمع .

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الالتزام الديني و المسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم.

جدول رقم(9) يوضح معامل ارتباط (بيرسون) لمعرفة العلاقة الارتباطية بين الالتزام الديني و المسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم.

المتغير	قيمة الارتباط	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
الالتزام الديني	0,786	0.005	توجد علاقة ارتباطية
و المسؤولية الاجتماعية			

يلاحظ الباحث من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية طردية بين الالتزام الديني و المسؤولية الاجتماعية، فقد بلغ معامل الارتباط (0,798)، و يرى الباحث أن هذه النتيجة منطقية و تتفق مع صياغة الفرض حيث تعتبر المسؤولية الاجتماعية جزءاً لا يتجزأ من التعاليم الدينية التي ينادى بها الدين الإسلامي، و هي مكون أساسي من مكونات عناصر الالتزام الديني، و بالتالي يعبر قيام الفرد بمسؤولية الاجتماعية بمدى التزامه بدينه، فكلما كان الفرد ملتزماً دينياً كان أقدر على القيام بمسؤوليته الاجتماعية و الدينية، حيث يوضح الدين الإسلامي للفرد كيفية قيامه بواجباته الدينية نحو مجتمعه و أسرته و نفسه، فقد قال الله تعالي: **﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَكَانَ تَعَاوَنًا عَلَى الْإِيمَانِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ﴾**. [المائدة: 2]. و بين (الخالدي: 2002م) أن الالتزام الديني يساعد الفرد على القيام بمسؤولياته الاجتماعية و الأسرية. و أيضاً بينت دراسة (عثمان: 2016م) أن مسؤوليته الاجتماعية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالالتزام الديني حرص الفرد على التمسك بالدين الإسلامي، و يشير نموذج (تشرينس) الذي أوضح أن الأشخاص الذين يحصلون على درجات عالية من الإلتزام الديني هم الذين يتحلون بالقيام بالمسؤوليتهم الاجتماعية (على، 1992م). و تعتبر المسؤولية الاجتماعية أحد أهم العوامل الأساسية للالتزام الديني، كما أكدتها معظم الدراسات و البحوث الحديثة في مجال علم النفس الإسلامي، حيث إنها ذات علاقة واضحة بمستوى الإلتزام الديني عند الفرد (الشمري: 2008م).

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإلتزام الديني بين الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم تعزى لمتغير النوع.

جدول رقم (10) يوضح اختبار (ت) لعينتين مستقلتين لمعرفة الفروق في الالتزام الديني بين الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم تعزى لمتغير النوع.

الاستنتاج	القيمة الاحتمالية	قيمة (ت)	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حجم العينة	مجموعتي المقارنة
وجود فروق لصالح الإناث	0.050	4,87	100	10,87	21.82	45	الذكور
				13,98	28.78	57	الإناث
						102	المجموع

يلاحظ الباحث من الجدول السابق أن متوسط الذكور (21.82) و الانحراف المعياري (10,87) و إن متوسط الإناث (28.78) و الانحراف المعياري (28.78) و بلغت قيمة (ت) للمقارنة بينهما (4,87) مما يشير إلى وجود فروق جوهرية في الالتزام الديني لصالح الإناث، و يفسر الباحث تلك النتيجة لطبيعة التركيبة النفسية للإناث حيث يعتبر الإناث أكثر التزاماً بالكثير من العادات و السلوكيات التي من ضمنها العبادات و السلوكيات الدينية، كما أنه في المجتمع السوداني ازداد اهتمام العديد من المنظمات و الجمعيات الخاصة بالقرآن الكريم تعليم الإناث أحكام الدين الإسلامي و تحفيظهن القرآن الكريم، و أيضاً قامت العديد من دور العبادة و المساجد بإنشاء مراكز تحفيظ و تفسير القرآن الكريم الخاصة بالإناث، الأمر الذي أدى إلى ازدياد فهم الإناث لتعاليم الدين الإسلامي و حرصهن عليها و التزامهن بها في حياتهن، و قد بين (العثماني:2009م) أن الإناث يتمسكن بتعاليم الدين الإسلامي أكثر من الرجال، كما يحرصن علي أداء النوافل بصورة أكثر خاصة بعبادتي الصوم و الصلاة، و يرى الباحث أن القنوات الفضائية الدينية التي تهتم بالمواضيع الدينية، قد ساهمت في إحداث هذا الفرق بحيث تعتبر النساء هن أكثر شرائح المجتمع متابعة لها و استفادة منها، من خلال ما تقدمه من تفسير للقرآن الكريم و شرح للسيرة النبوية الشريفة، فقد أشارت دراسة (حسن:2004م) أن النساء يستفدن من الدروس الدينية بصورة أفضل من الرجال، و هذا ما أكدته دراسة (عبدالكريم:2006م) أن الإناث أكثر حرصاً و تمسكاً بالتعاليم الدينية، كما يوضح نموذج (تيشرنس) أن العوامل الديموغرافية مثل النوع و السن تؤثر في مستويات الالتزام الديني(علي:2004م)، و يشير (مرسى:2004م) تميز الإناث عن الذكور في مستوى الالتزام الديني ذات الأبعاد الاجتماعية و النفسية، المرتبطة بعملية التنشئة الاجتماعية المتبعة في المجتمعات العربية عامة، بحيث يَكُن الإناث أكثر حرصاً على القيام بالعبادات و السلوكيات الدينية.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الالتزام الديني بين الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم تعزى لمتغير العمر.

جدول رقم (10) يوضح اختبار (ت) لعينتين مستقلتين لمعرفة الفروق في الالتزام الديني بين الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم تعزى لمتغير العمر.

الاستنتاج	القيمة الاحتمالية	قيمة (ت)	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حجم العينة	مجموعي المقارنة
عدم	0.050	5,17	100	12,87	23.82	37	38 _ 28
وجود				12,98	23.78	14	48 _ 39
فروق						102	المجموع

يلاحظ الباحث من الجدول السابق أن متوسط الذكور (23.82) و الانحراف المعياري (12,87) و إن متوسط الإناث (23.78) و الانحراف المعياري (12,98) و بلغت قيمة (ت) للمقارنة بينهما (5,17) مما يشير إلي عدم وجود فروق جوهرية في الالتزام الديني تعزى للعمر، و يفسر الباحث ذلك بما يتوافق مع نتيجة الفرض الأول و أن الفئات الأكبر سناً و الأصغر سناً جميعاً متساوون في مستويات الالتزام الديني، حيث تكون التعاليم الدينية و الالتزام بها تبدأ من الصغر، فتعليم الأسر أبنائها تعاليم الدين الإسلامي و كيفية العبادات الدينية و الالتزام بها و الحرص عليها، و قد أوضح (حسن:2004م) أن الأبناء يتربون على الالتزام بالعبادات الدينية منذ نشأتهم حيث تحرص الأسر على تعليم أبنائها تلك العبادات و التمسك بها طيلة حياتهم، و هذا ما أوضحه الرسول (ص) في قوله (**مَا مِنْ مَوْلُودٍ إِلَّا وَ يُوَلَّدُ عَلَى الْفِطْرَةِ فَأَبَوَاهُ يُهَوِّدَانِهِ أَوْ يُنَصِّرَانِهِ أَوْ يُمَجِّسَانِهِ**) أخرجه مسلم، و أشار (فواد: 2002م) إلى أن الكبار و الصغار يلتزمون بتعاليم الدين الإسلامي ابتغاءً لمرضاة الله سبحانه و تعالى، و بين (محمود:2003م) إلى أن الشعور الديني ينمو في مراحل الطفولة المبكرة بخصائص و سمات متعددة كالواقعية، و الشكلية، و الاجتماعية، و أن هذا الشعور الديني عبارة عن عملية متصلة تهدف لتحقيق التوافق مع الذات و الطبيعة و العالم، كما أشار (نصار : 1998م) إلى أن هناك علاقة وثيقة جوهرية بين النمو الخلفي و تطور التفكير الديني في مراحل العمر الزمنية المتتابعة.

النتائج:

1. تتسم السمة العامة للالتزام الديني لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم بالارتفاع .
2. تتسم السمة العامة للمسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم بالارتفاع .
3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الالتزام الديني و المسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم.
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الالتزام الديني بين الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم تعزى لمتغير النوع و ذلك لصالح الإناث.
5. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الالتزام الديني بين الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم تعزى لمتغير العمر.

التوصيات:

1. زيادة الاهتمام بالأخصائي النفسي في جميع المجالات و خاصة الناحية الدينية حتى يستطيع القيام بمسئوليته الاجتماعية.
2. زيادة الحرص على تعليم الأفراد منذ الطفولة تعاليم الدين و ذلك حرصاً على أن يخرجوا للحياة و قد تعلموا السلوكيات الدينية السوية، بصورة تقدرهم على القيام بمسئولياتهم الاجتماعية.
3. زيادة الاهتمام بالشباب المسلم للتمسك بالدين الإسلامي الحنيف المعتدل بعيداً عن التطرف خاصة وسط الذكور.
4. ضرورة العمل على نشر الثقافة الدينية بين أفراد المجتمع بالاستعانة بتعاليم الدين في مختلف مجالات الحياة.
5. دعوة المؤسسات التربوية و التعليمية في المراحل المختلفة إلى تكثيف الجهود، لتوجيه و إرشاد الأطفال و الشباب لتعاليم الدين و مبادئه السمحة، و يكون ذلك عن طريق زيادة مواد الثقافة الإسلامية التي تتضمن المناهج الدراسية.

* * * * *

المراجع :

1. أبو علام ، رجاء محمود: مناهج البحث في العلوم النفسية و التربوية، دار النشر للجامعات، القاهرة (2007م).
2. باطين، محمد المسؤولية الاجتماعية بين الشباب المنتمين إلى مراكز الشباب وغير المنتمين السعودية، دار الماجدي. أم القرى (1994م).
3. الجسماني، عبد العلي: علم النفس القرآني و التهذيب الوجداني، الدار العربية للعلوم، بيروت (1996م).
4. حسن، محمد عثمان: التدين وعلاقته بالصحة النفسية لدى طلاب الجامعات. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة النيلين (2004م).
5. حسن، منال: الاحتراق النفسي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وتقدير الذات لدى معلمات التربية الخاصة بولاية الخرطوم. رسالة دكتوراه، جامعة النيلين (2014).
6. حسين، محمد علي: أثر برنامج إرشادي نفسي ديني في تخفيف بعض الأعراض الاكتئابية لدى عينة من طلاب المرحلة الثانوية. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأزهر، مصر (2001م).
7. حمادة، عبد المحسن: التوجه نحو التدين وعلاقته ببعض المتغيرات النفسية و الاجتماعية. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأزهر، مصر (1992م).
8. حميدة، إمام مختار، المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب شعبة التاريخ بكلية التربية، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، المجلد الأول، العدد الرابع، غزة (1996م).
9. الخالدي، أديب: الصحة النفسية. الدار العربية للنشر، القاهرة (2002 م).

10. الخضر، عثمان حمود: التدين والشخصية أحادية العقلية في بعض شرائح المجتمع الكويتي "مجلة دراسات نفسية، م10، ع1، رابطة الأخصائيين النفسيين المصرية (2000م).
11. رزق، حنان عبد الحليم: دور بعض الوسائط التربوية في تنمية وتأسيس القيم الأخلاقية لدى الشباب في ظل ملامح النظام العالمي الجديد، مجلة كلية التربية، العدد 79، جامعة المنصورة (2002م).
12. زهران، حامد عبد السلام: علم النفس الاجتماعي، دار غريب، القاهرة (2003م).
13. زهران، حامد: الصحة النفسية و العلاج النفسي، دار عالم للكتاب، القاهرة (2005م).
14. الشافعي، محمد إبراهيم، المسؤولية و الجزءاء في القرآن الكريم، مطبعة السنة المحمدية: القاهرة (1992م).
15. شاهين، عمر: الإسلام و الصحة النفسية، دار المنان، سوريا (2003م).
16. الشمري، هدى علي جواد : الأخلاق و الجزءاء في السنة النبوية، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان (2008م).
17. عبد الباقي، زيدان: علم الاجتماع الديني .مكتبة غريب، القاهرة (1991م).
18. عبد العزيز، رشاد: أثر التدين على مرضى الاكتئاب النفسي، دار الشرف، بيروت (2003م).
19. عبد الكريم، فؤاد محمد سعد: المسؤولية الاجتماعية لدى موظفي الدوائر الحكومية في اليمن، رسالة ماجستير، جامعة النيلين (2006م).
20. عبد المجيد، مرزوق و محمود، أحلام: مستوى الأداء الأكاديمي و دافعية الإنجاز لدى طلاب الجامعة في ضوء درجة تمسكهم بالقيم الدينية، بحوث مؤتمر التعليم العالي في الوطن العربي، آفاق مستقبلية ، جامعة عين شمس (1991م).
21. عبيد ، حسنة عمر: في فقه التدين فهماً وتنزيلاً .دار المشارق، العراق (2003م).
22. العتوم، عدنان و عبد الله، عندليب: أثر سماع القرآن الكريم على الأمن النفسي لدى الطالبات يعزى لمتغير التخصص "جامعة أم القرى للبحوث، السعودية (1997م).
23. عثمان، عائشة عوض: الاحتراق النفسي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية لدى الأخصائيين النفسيين بولاية الخرطوم ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة النيلين (2016م).
24. العثماني، عبدالكريم : الدراسات النفسية عند المسلمين و الغزالي، مكتبة (2001م).
25. علي، إبراهيم: التدين و التربية و لتدين، مكتبة الوطن، القاهرة (2004م).
26. علي، زيدان، مقياس الاتجاه نحو المسؤولية الاجتماعية الذاتية لدى الأطفال و المراهقين، بحث منشور بمجلة علوم وفنون، جامعة حلوان، المجلد الخامس، العدد الرابع (1993م).
27. علي، نبيل موسى ، الدجماطقية وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية لدى طلبة الجامعة بمحافظات عزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، الجامعة الإسلامية بغزة (2001م).
28. العناني، حسن صالح: المسؤولية في الإسلام و التنمية الذاتية، مطبوعات الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية (1999م).
29. العيسوي، عبد الرحمن: الإيمان و الصحة النفسية، المكتب العربي، القاهرة (1998م).
30. الغزالي، حصة أحمد: المسؤولية و الجزءاء في الكتاب و السنة، حولية كلية أصول الدين، العدد السابع عشر، المجلد الثاني، القاهرة (2002م).

31. فتح الباب، عصام عبد الرازق : تصميم مقياس تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى جماعات النشاط المدرسي اللاصفي، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية و العلوم الإنسانية ، العدد 15، الجزء الثاني. جامعة حلوان(2003م).
32. فؤاد، عبد الفتاح: الأصول الفلسفية في التربية عند مفكري الإسلام. دار المعارف، الإسكندرية (2002م).
33. فيليب و آخرون: معرفة العلاقة بين السلوك الإيثاري و المسؤولية الاجتماعية، كندا (2001).
34. قاسم، جميل محمد محمود ، فعالية برنامج إرشادي لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة (2008م).
35. محمود، عبد الرازق: الشعور الديني لدى أطفال ما قبل المدرس، دار الشروق، اليمن (2003م).
36. مرسى، كمال: السعادة و تنمية الصحة النفسية في الإسلام و علم النفس، دار النشر للجامعات، القاهرة (2004م).
37. مصطفى، سميرة عبد الله، المسؤولية الاجتماعية و علاقتها بدافعية الإنجاز، دراسة منشورة بمجلة علم النفس، يونيو: جامعة القاهرة (2003).
38. مغراوي، عبد الحميد مغاوري، العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية و بعض جوانب التوافق الشخصي و الاجتماعي لدى طلاب المرحلة الثانوية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة الزقازيق (2004).
39. المليجي، عبد المنعم: النمو النفسي دار النهضة العربية، القاهرة (1995م).
40. المهدي، محمد: أنماط التندين، دار المنان، العراق (2003م).
41. موسى، رشاد: سيكولوجية التندين، مجلة التقويم و القياس النفسي و التربوي، م5، ع9، غزة (1997م).
42. نجاتي، محمد عثمان: القرآن و علم النفس، دار الشروق، القاهرة (1998م).
43. نصار، عبد الحميد: بعض المتغيرات الشخصية و الاجتماعية المرتبطة بالاتجاه الديني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة المنصورة (1998م).
44. النقيب، عبد الرحمن: الأصول التربوية لبناء الشخصية المسلمة، دار الفكر العربي، القاهرة (1998م).

المراجع الأجنبية

45. Richard, P . S(1991) “ Religious devoutness in college students relations with emotional and psychological separation from parents” . **ERIC** , No . 5
46. Watts , F . N(1996) “ Psychological and religious perspectives on emotion” . **International Journal for the Psychology of Religion** , Vol . 6 , No . 2
47. Pfeifer, S & Ursula , W(1995) “ Psychopathology and religious commitment : A controlled study” . **Psychopathology**, Vol . 28 , No . 2

* * * * *

” ما وراء الأخلاق و الأخلاق المعيارية ”

د. مصيونة أمحمد الفاخري

جامعة بنغازي - كلية الآداب - قسم الفلسفة

ملخص

يتناول هذا الموضوع مباحث ما بعد الأخلاق (Meta Ethics) التي تتناول القضايا الأخلاقية و علاقتها بالصدق، و بنيان وأصل النظريات الأخلاقية و هي نتاج العصر الحديث، عندما تحولت العلوم إلى تحليل منطقي في مناهجها، و فلسفة الأخلاق المعيارية (Normative Ethics) التي حظيت باهتمام الفلاسفة الغربيين في العقود الأخيرة، و كُتبت بحوث كثيرة في تأييدها و رفضها، كما يتعرض هذا البحث في البداية إلى معرفة تصنيف فلاسفة الأخلاق المعاصرين، لأفعالهم الأخلاقية عن طريق تمييزهم بين نوعين من المبادئ الأخلاقية:- الأولى يتألف من الأحكام المعيارية بمختلف درجات التعميم سواء أكانت أشياء أم أفعالاً، أو صفات صالحة أم فاسدة، و كذلك إذا كانت و صواباً أو خطأ، و النوع الآخر يتألف من تحليل منطقي لمعاني تلك الأقسام الأخلاقية الشارحة، عن طريق تأييد و دعم تلك الأحكام، و يحاول هذا البحث أيضاً أن يشرح بصورة مختصرة جداً النظريات و الآراء التي انتهت إلى المذهب الإرشادي، لتتضح من خلال ذلك . و إلى حدّ ما الأبعاد المختلفة للبحث، و سنحاول معرفة مدى مشروعية هذا التمييز مع اقتصار مهمة الفيلسوف على (الميتا أخلاق)، و ما إذا كان للأخلاق الفوقية الانفعالية أية عواقب منطقية على الأخلاق المعيارية؟

تقديم

تتناقض نظريات الأخلاق الفوقية مع الأخلاق المعيارية، التي تعتبر فرعاً من الفلسفة الأخلاقية الباحثة في مضمون الأخلاقيات، و غاياتها و فضائلها و رذائلها و مبادئها، و في الكيفية التي يمكن أن تتألف بها المتطلبات الأخلاقية أو تتصارع، كما تبحث في كيفية توضيح الصراع الأخلاقي و ربما في حل ذلك الصراع، حيث قام فلاسفة الأخلاق بالتعبير عن هذا التمييز في دراستهم لمعايير السلوك بطرق مختلفة منها:- التمييز بين (الإعلانات الأخلاقية)، و (الفلسفة الأخلاقية)، و بين الأخلاق المعيارية (التقييمية)، و (الدراسة

التحليلية أو المنهجية للأخلاق)، ثم بين (النظم الأخلاقية)، و النظرية الأخلاقية و فلسفة الأخلاق، و بشكل محدد بين المعتقدات الأخلاقية و النظرية حول مكانة الجمل الأخلاقية، هذا التمييز الأخير اقترحه الفيلسوف النفعي (تشارلز هير R. M. Hare) الذي يعرف الأخلاق بأنها: - (الدراسة المنطقية للغة الأخلاق)، " و أغلب الفلاسفة المعاصرين في الأخلاق المنادين بهذا التمييز يعتبرون مهمتهم بوصفهم فلاسفة ليس عملاً أخلاقياً معيارياً، و لكن عمل ما وراء الأخلاق التي تشمل دلالات الحدود الأخلاقية و مسائل من قبيل ما إذا كانت الأحكام الأخلاقية موضوعية أو ذاتية" (1).

و الأمثلة عن المبادئ الأخلاقية المعيارية هي نظريات عامة - مثل السعادة أو الصالح أخلاقياً كفعل يؤدي بفعل من الواجب أو أخلاق تحقيق الذات، و كذلك أحكام معيارية مفردة أو معينة، فإن أغلب النظريات الأخلاقية معيارية، أي أن المعايير ذات الصلة - (سابقة منطقياً / و ثابتة / كاملة / و قابلة للتطبيق بشكل مباشر)، و على الرغم من أن العديد من الفلاسفة قد ينكرون أن آراءهم معيارية بحسب هذا العرض إلا أن صفة أغلب المناقشات في الأخلاق تقترح بأن هذه النظرة مازالت فاعلة إن لم تكن سائدة و مهيمنة.

بينما الأمثلة التي تدل على النوع الثاني (الميتا أخلاق) هي الاستلهامية أو الطبيعية أو الانفعالية أو الأخلاق الميتافيزيقية بالمعنى المحدد بواسطة كتاب (أي جي مور، G. E. Moore، 1873 - 1958م)، المسمى (في مبادئ الأخلاق) عندما اعتبر الأخلاق علماً غير طبيعي يتسم موضوعه بالبساطة، و غير قابل للتعريف، المتمثل في الإصرار على أن ما هو (طيب / جيد / صالح Good)، كنفد حاد للنسبية الأخلاقية، حيث استطاع تفنيد (أكذوبة الطبيعية) على أساس أن الصحيح غير قابل للتعريف و بسيط و غير طبيعي، و ذو صفة جوهرية (و لذلك ليس مطابقاً بأية خاصية طبيعية أو لأية مجموعة خواص طبيعية) (2). و هي على ذلك الأساس ذات أهمية و جاذبية ملحوظة لدى الفلاسفة الآخرين، بينما يدمجها العديد منهم مع تميزات أخرى كما بين العلم و فلسفة العلم، أو (المعرفة) أو

(1) أوليفر ليمان: مستقبل الفلسفة في القرن الواحد والعشرين، أفاق جديدة للفكر الإنساني، (عالم المعرفة 301 مارس، 2004م)، ص92.

(2) C. D. Brood: "Discussion The Philosophy of G.E. Moore", Mind, vol.lxx, 1961, No. 280. p63.

بين الغرض اللغة و ما فوق اللغة، أو بين مقولات الترتيب الأول الذي يقصد به المعتقدات، أو الأحكام الأساسية و مقولات الترتيب الثاني (الفوقية).

أهمية بحث المذهب الإرشادي الأخلاقي

تعتبر ما بعد الأخلاق (meta ethics) دراسة لطبيعة و تبرير المعايير الأخلاقية العامة، و القيم و المبادئ و النظريات، و بمصدر و معنى المفاهيم و المصطلحات الأخلاقية من خلال تناولها الأبحاث المتعلقة بالعبارات الأخلاقية، فإن موضوع البحث على عكس الأخلاق السليمة التي هي أفعال الإنسان الاختيارية هي العبارات الأخلاقية، مثل العدل حسن، و يجب عدم الظلم...، و يمكن دراسة العبارات و الجمل الأخلاقية من عدة جوانب و أبعاد و محاولة الإجابة عن جملة من الأسئلة منها:-

1 . معرفة دلالات الألفاظ (التحقيقات المعنائية Semantical questions)

في هذا النوع من التحقيقات ما بعد أخلاقية، تجري دراسة الجمل و العبارات الأخلاقية من حيث المعنى، فعلى سبيل المثال تطرح في هذا النوع من التحقيق أسئلة من قبيل:- هل للمفاهيم الأخلاقية معنى وصفيًا أم معنى إرشادياً؟ هل يمكن تعريف المفاهيم الأخلاقية أم لا؟ ما هي معاني المفاهيم من قبيل: الحسن يجب، يجب أن لا، الصحيح، الخطأ، القبيح، و الواجب؟ أو على سبيل المثال ما هي معاني مفاهيم: العدل، الحرية، الظلم و...، التي لا تعتبر بشكل مباشر من المفاهيم الأخلاقية، أو أهما غير واضحة إلى حد ما؟ أو ما معاني مفاهيم مقدمة فرض الأخلاقيات مثل:- القرار، الرغبة، الاختيار، الدافع، و...، و إلى أي مسألة تشير؟

2 . أسئلة نظرية المعرفة (questions Epistemological)

في هذا النوع من التحقيقات ما بعد أخلاق، تُطرح أبحاث نظرية المعرفة حول شرح العبارات الأخلاقية، و هل أنّ شرح العبارات الأخلاقية يمنح المعرفة أم لا؟ هل هي عبارات خبرية Declarative أم إنشائية؟ و هل تحتمل الصدق و الكذب أم لا؟ و....

3. الأسئلة المنطقية وقضايا الأخلاق المنطقية (Logical questions)

في هذا النوع من التحقيقات ما بعد الأخلاق، تجري دراسة علاقة العبارات الأخلاقية مع بعضها بعضا، و كذلك علاقتها مع العبارات غير الأخلاقية، و هي مسألة مهمة للغاية، و هنا يجب دراسة (العلم و القيمة) (3).

و الجدير بالذكر هنا هو أنّ هذه الأبعاد الثلاثة ترتبط بشدة ببعضها بعضا، و أنّ نتائج التحقيقات في كلّ قسم تؤثر على التحقيقات في الأقسام الأخرى، بل يمكن أن يُطرح بُعدان أو ثلاثة معاً في كلّ بحث، و تسوقنا إلى نتيجة في مسألة ما بعد الأخلاق.

مبررات التمييز بين الميتا أخلاق و الأخلاق المعيارية

مبدئياً يمكننا القول بأن هناك مبررات واضحة للتمييز بين الأخلاق المعيارية و الأخلاق الفوقية، يتمثل في التمييز العام بين الاستخدام و الإدلاء، و بين استخدام التعبير و التحدث حوله، و بين معرفة كيفية استخدام لغة، و معرفة كيفية شرح هذا الاستخدام بخصوص منطق التعبيرات المعينة.

يشتمل ذلك التمييز على تباين جذري، حيث يفسر بعض فلاسفة الأخلاق هذا التمييز على أن الأخلاق المعيارية و الأخلاق الفوقية مستقلان عن بعضهما بعضا و ذلك بحسب الطرق التالية:-

— تعني الأخلاق الفوقية أو تفترض مسبقا عدم وجود مبادئ أخلاقية معيارية محددة بحيث تتوازي الأخلاق الفوقية مع مختلف

الأخلاق المعيارية و حتى المتعارض منها، لأن الأخلاق الفوقية عبارة عن دراسة لا تهتم بوضع معايير أخلاقية بقدر ما هي محاولة لنقد و تحليل المعايير و المفاهيم الأخلاقية التي وضعها الفلاسفة من قبل.

— بينما تعني الأخلاق المعيارية أو تفترض مسبقا عدم وجود قوانين أخلاقية فوقية محددة بحيث تتوازي نفس الأخلاق المعيارية مع مختلف الأخلاق الفوقية و حتى المتعارض منها.

(3) اميل برهية: شكوك حول فلسفة القيم، (مجلة الميتافيزيقا و الأخلاق، تموز، 1939م)، ص112.

و نتيجة لذلك يكون من الممكن التمسك بأن ما بعد الأخلاق مثل:- الانفعالية تتوازي أو تتوافق مع مختلف الأخلاق المعيارية مثل:- أخلاق السعادة و أخلاق الواجب، و في نفس الوقت إنكار أن الأخلاق المعيارية مثل السعادة تتوافق مع كل من الانفعالية و الاستلهامية، و سنبداً بفحص كل قسم من هذه الأقسام على حده بشيء من التفصيل:-

حيادية الميتا أخلاق

يدعي معارضوا النظرية الانفعالية (Emotivism)، أن الانفعالية مجرد محاولة لدحض الأخلاق، و أنها تشكل (إنكاراً تاماً لأي إلزام أو أي شيء صالح)، و الرد على ذلك هو أن النظرية الانفعالية حيادية بقدر تعلق ذلك بأي التزام أخلاقي معياري، و في رأي الانفعاليين أن ما بعد الأخلاق ما هي إلا دراسة حيادية نسبية، " و يجب عليها أن تحتفظ بذلك التباعد الصعب الذي يدرس الأحكام الأخلاقية دون أن يصنعها"⁽⁴⁾.

مما لا شك فيه أن هؤلاء الفلاسفة يعتبرون نظريات ما بعد الأخلاق (Meta Ethics)، الأخرى المتعلقة بالأخلاق المعيارية حيادية كذلك، مع ذلك يوجد دحض قوى لهذه النظرة و هو يشير إلى أن ما بعد الأخلاق تصدر أحكاماً معيارية، و لابد للفيلسوف الانفعالي من قناعات أخلاقية معيارية، و اشترط ألا يتم عرض هذه القناعات إلا على أنها عواقب لازمة أو سوابق لما بعد الأخلاق. إذن لابد أن الحيادية المدعاة بالنسبة لما بعد الأخلاق فيما يتصل بالأخلاق المعيارية (normative ethics)، تعني أنه عند الدخول في مثل ذلك التحليل لا يتضمن ذلك إلزام الفرد نفسه بأية أخلاق معيارية محددة، لينطبق عدم الالتزام على طريقتين مترابطين و هما:-

1. فيما يتعلق باختيار موضوع بحث أو خاضع للتحليل، يمكن للباحث في الميتا أخلاق التوصل إلى هدفه دون تقييد نفسه بمبدأ أخلاقي معياري واحد مقابل مبدأ أخلاقي معياري آخر.

(4) تدهوندرتش: دليل أكسفورد للفلسفة، ترجمة: نجيب الحصادي، الجزء الثاني، (دار الكتب الوطنية، بنغازي، 2005م)، ص854.

2. فيما يتعلق بتقييم الموضوع الخاضع للتحليل، يمكن للباحث في الميتا أخلاق أن يحقق هدفه دون الاضطرار لإجراء، أو عمل حكم أخلاقي (المقصود حكم أخلاقي معياري)، عندما يكون المبدأ الأخلاقي المعياري الذي اختاره للتحليل في حد ذاته أخلاقيا صالحا أو فاسدا، "من وجه النظر الأخلاقية المعيارية".

يمكننا الإشارة هنا إلى أن الفيلسوف الأمريكي (ستيفنسون C.L. Stevenson، 1908م، 1979 م) يستخدم كلمة (أخلاقي) بشكل حيادي و بمفهوم واسع جدا، عندما يذكر في كتابه "الأخلاق و اللغة"، بأن: "المغزى الأخلاقي للمصطلحات الأخلاقية لم يعد جاذبا لأغراضنا أكثر من الأغراض اللا أخلاقية، لأن الموضوعات التي تقدمها ليس بها مشاكل خاصة في اللغة أو المنهجية"⁽⁵⁾.

عندما يستخدم (ستيفنسون) لفظ أخلاقي حول مفهوم ما، نفهم من ذلك بأنه قصد أن هذا المفهوم مضاد لما هو ليس بأخلاقي، أي ينتمي إلى صفات أخرى عملية أو واقعية مثل الجودة التي تعني المهارة و الدقة و الحذق في وظيفة معينة، عندما أضاف إلى نظريته في الأخلاق تحديدا مهما، و هو أن الأحكام الأخلاقية قد يكون لها معنى وصفيًا بالإضافة إلى معناها الانفعالي، فهو في نموذج من نماذج تحليله العديدة يحلل معنى الحكم الأخلاقي في عنصرين:-

أ. تقرير وصفي غير خلقي ينصب على فعل مثلا:- (بحيث يمكن تفسير هذا الفعل تفسيرًا طبيعيًا على أساس خواصه التجريبية.

ب. عنصر أخلاقي نوعي:- (و هذا هو المعنى الانفعالي) يحول وجوده دون تقلص تفسير طبيعي لمدلول الحكم الأخلاقي بأكمله، هذا العنصر الأخلاقي النوعي في مدلول الحكم الأخلاقي هو المهمة التي تقوم بها هذه الأحكام (للتعبير)، عن الاتجاهات و لإقناع الناس أو التأثير فيهم لكي يعتنقوها و ذلك بإزاء الفعل الذي نحن بصدده⁽⁶⁾ .

يبدو أن آراء (ستيفنسون) لم تلق قبولاً من قبل الوضعيين الذين أتوا من بعده، و إن كانوا يعترفون بما لدراساته من أهمية من حيث المبدأ، فقد رفضوا في أغلب الأحوال ما يوحي به رأيه من نزعة غير عقلية، فقد رأى أن ليس في معنى الكلمة الأخلاقية من عنصر

(5) C. L. Stevenson, "Ethical and Language" Ed. by Binkley, Contemporary Ethical Theories, , p.27..

(6) عادل العوا: المذاهب الأخلاقية "عرض و نقد"، (ج2، مطبعة الجامعة السورية، دمشق، 1959م)، ص38.

أخلاقي إلا قوتها الانفعالية، و هذا ما يجعل الأحكام الأخلاقية في رأيهم أقرب إلى الخطابة أو الدعاية، و ما ليس ينصف إنصافا كافيا ما قد نحتاج إليه من إقامة الحججة العقلية في المسائل الأخلاقية.

التمييز بين القيم

لا بد هنا من الفهم بأن هناك تمييزاً دقيقاً حول التقييم بشكل عام و التقييم الأخلاقي بشكل خاص.

أولاً: هناك تمييز خاص بالأغراض تحت التقييم، و هذه الأغراض قد تكون إنسانية أو لا إنسانية.

ثانياً: في داخل الإنسان نفسه يوجد تمييز أبعد بالنسبة للجوانب تحت التقييم، قد تكون أخلاقية أو لا أخلاقية.

يمكن القول بأن التمييز بين الأخلاقي و اللا أخلاقي داخل مجال الأغراض البشرية أو الإنسانية هو الفرق بين جودة الصفات التي

لدى البشر كبشر، وبين تلك الصفات التي لدى البشر في قدرة مقيدة محددة.

الفرق بين معنى و استخدام كلمتي Moral أخلاقي، Ethical أخلاقي

الأخلاق (Ethical) تم الفرد و الشخص القائم بعمل ما، فهي شخصية و ذاتية تخص الفرد، و النظريات المتعلقة بالأخلاق

تشمل كل طرائق الدفاع و الحث على عمل الخير و الابتعاد عن الشر و القيام بالصالح و الابتعاد عن الفاسد و اعتماد الحق بعيداً عن

الباطل و الصدق بعيداً عن الكذب و الفضائل بدل الرذائل. و على الرغم من ذلك هناك تمييز ضمن الأخلاقي بالنسبة لمعنى أو

استخدام الكلمات الأخلاقية، لأنه حتى عند استخدام هذه الكلمات فإنها تستخدم للإشارة إلى البشر فقط، وإلى الصفات

الشخصية التي يفضلها يطلق عليهم صفة أخيار، واستخدام هذه الكلمات له شقين: هما وضعي Positive، و

معياري Normative، وعند استخدام الأخلاق بالمعنى الوضعي، فإنه يقصد المستخدم من المصطلحين أن يشير إلى أي نظام

للقواعد، أو المعايير للصفة و السلوك البشري بغض النظر عن استحسانه لذلك من عدمه.

و عند الاستخدام بمعنى معياري فإنه يقصد المستخدم بالكلمات (الأخلاقية) و الصفات المطابقة مثل (أخلاقي) أن يكون لها قوة

دافعية (للاستحسان) قوية، في هذه الحالة يذكر الصفة و السلوك البشري على أنه حميد، و نلاحظ هنا أن الاستخدامات الإيجابية

عاكسة للآخر، بينما أن الاستخدامات المعيارية عاكسة للذات، لأن الاستخدام الوضعي لا يعكس تقييمات الفرد الذاتية، بينما

الاستخدام المعياري يعكس التقييمات الذاتية، و عن هذه التميزات يظهر مصطلح (العواقب التحليلية)، عندما يقوم باحث في الميتا أخلاق بالتحليل بشكل غير مبالٍ بكلا المضمونين الوضعي و المعياري للأخلاق، فلا يوجد لديه فرضٌ مسبقٌ بوجود حكم معياري أخلاقي عند دخوله في التحليل، لأنه عندما يستخدم مصطلح (أخلاق) لا يعكس تقييماته الذاتية، و لكن عندما يقوم بالتحليل يفترض مسبقاً حكماً أخلاقياً معيارياً ذاتياً من لدنه، لأن استخدامه لمصطلح (أخلاق) يعكس تقييماته الذاتية.

اتجاهات رئيسية

الانفعاليين من أمثال (ستيفنسون)، و التوصيفين من أمثال (تشارلز هير M. R. Hear)، يؤكدون على أن الأخلاق (Moral، أو ethics) التي يقومون بتحليل لغتها لديها صفات رئيسية مشتركة مع مختلف الأنواع اللغوية الأخلاقية في اللغة الانفعالية والوصفية على حد سواء.

و في إطار التميزات المبينة سابقاً، يمكننا الاستنتاج بأن هؤلاء الفلاسفة يهتمون بنفس القدر بالجوانب الأخلاقية و الجوانب اللغوية الأخلاقية، بالإضافة إلى الأخلاق الوضعية و المعيارية، حيث نجد (ستيفنسون) يقول: "يمكن استخلاص مقولة حول أية مسألة وقائعية يعبر متحدث ما عنها بتغير المواقف، على أنها سبب مع أو ضد حكم أخلاقي"⁽⁷⁾.

يبدو هذا المدخل وصفيًا بشكل صرف، أي أنه وضعي، و لذلك يمكننا أن نطلق على الميتا أخلاق مسمى (وضعية)، و لكن مع أن مصطلح وضعي مبرر بقدر بحثه عن تحليل نوعي لما هو مشترك بين جميع الأخلاقيات، على الرغم من ذلك تظل هناك مسألة مفتوحة و هي ما هو التحليل السليم للأخلاق المعيارية؟ بمعنى هل يمكن للميتا أخلاق أن نخبرنا بالفرق بين لغة رجل ناضج أخلاقياً و لغة رجل أفاق مخادع عندما يستخدم كلاهما نفس اللفظ؟ قد تجيب الميتا أخلاق عن هذا التساؤل بالإيجاب من خلال وسيلة تركيز الانتباه على مسائل الطريقة مقابل مسائل المعنى، حيث نجد (هير) يميز بين الطرق الجيدة و الطرق السيئة في تبرير القرارات الأخلاقية، أو بين مختلف درجات جودة تأسيس قرار أخلاقي طبقاً للدرجة التي يبنى فيها القرار، على اعتبار لجميع العوامل المتصلة بالقرار، لعل هذا يعني بأن تحليله المنطقي هو في الوقت ذاته أخلاقي معياري، من حيث أنه يميز بين ما يعتبره هو شخصياً على أنه صالح أخلاقياً

(7) عزمي إسلام: مبادئ الأخلاق لجورج مور، (الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1994م)، ص 6، 7.

أو سييء، من خلال تمييزه بين الشخص الناضج أخلاقيا و المراهق أخلاقيا، فيحلل طريقة اتخاذ أحكام أخلاقية يعتبرها الطريقة الصحيحة، و على نفس المنوال فإنه يتخذ لنفسه حكما أخلاقيا معياريا (8).

هناك إشارات عديدة بأن علماء الميتا أخلاق المحدثين أدركوا أن نقطة التعامل نوعية مع الملامح التقويمية، أو التوصيفية أو الملامح الانفعالية في اللغة المشتركة بين الأخلاق الوضعية و الأخلاق المعيارية، تترك مسألة المنطق المميز في لغة الأخلاق المعيارية مفتوحة دون حسم، في مقابل المدخل التعميمي فأكدوا على طرق الاستدلال الأخلاقي في مقابل الترغيب و التقييم الأخلاقي مقابل التعبير عن المواقف، أحد النقاط المحورية لهذه التميزات أن الأحكام الأخلاقية يجب أن تبنى على اعتبارات حيادية، أو قابلة للشمول مقابل الصفات الذاتية و الانحيازية للأحكام التي تكون غير أخلاقية أو مخلة بها.

نستنتج من ذلك أن الميتا أخلاق ليست حيادية في العادة بأي من المعنيين المبينين أعلاه لأنها:-

— بخصوص اختيار الموضوع تحت التحليل، يختار الفيلسوف الميتا أخلاقي لدراسة تلك الأنواع من اللغة و الفعل فيما يعتبر أنها صفات أخلاقية، بشكل خاص صفات الأخلاق المعيارية مقابل مختلف أنواع اللغة، أو السلوك التي يحدث فيها ترغيب أو التعبير عن المواقف.

— بخصوص تقييم الموضوع تحت التحليل فإن الميتا أخلاق عن طريق اختيارها تتخذ ضمنا حكم أخلاقي معياري، لأنها بذلك تميز الأخلاقي عن غير الأخلاقي، و لكن أيضا عن المنحل عنها.

يقول الفيلسوف (هامبشاير Hampshire): -"إن تشخيصي للأحكام الأخلاقية على أنها تقارير بشكل صرف أو بشكل كبير عن مشاعر، أو مواقف تشخيص غير مكتمل على أقل تقدير و غير كامل بشكل مضلل، لأن إجراءات التدبر التقليدية التي بني عليها الحكم تم كبتها أو تجاهلها، إذن لم أكن مستعدا لإنتاج مثل هذه المجادلات العملية و أشير إلى ما كان يجب عمله، فإنني لا أكون بذلك قد أجريت حكما أخلاقيا حقيقيا، لكن مجرد التعبير أو الإبلاغ عن مشاعري فقط لا غير" (9).

(8) فؤاد كامل، جلال العشري: الموسوعة الفلسفية المختصرة، (دار العلم، بيروت، ط1، ب ت). ص33.

(9) فرانكا، فلسفة الأخلاق، ترجمة هادي الصادقي، نشر طه، 1376 هـ . ش، ص 205 . 208.

من المؤكد أن الميتا أخلاقيين يحاولوا الوصول إلى ما هو (أخلاقي بصدق)، أو أخلاقي (بشكل خاص) في أحكامنا الأخلاقية مقابل جوانب أخرى من الأحكام العملية، أو القرارات أو الصفات ذات الصلة بشكل عام، فالقول بأن شيئاً ما أخلاقي معياري هو القول بأنه صالح أخلاقياً (طيب)، و القول بذلك تعبير عن استحسان لذلك الشيء، يظهر ذلك في المصطلحات المعيارية المدنية أي (المقللة للقيمة).

يجب أن نلاحظ أيضاً أنه حتى لو تطلب تحليل الأخلاق المعيارية التزاماً معيارياً من جانب المحلل، فذلك لا يتضمن بالضرورة إما أنه مصلح أو يستهدف إصلاح اللغة العادية أو أن ينشئ لغة أخرى مختلفة في مكانها، بمعنى آخر أن ما يعتبره المحلل على أنه أخلاق معيارية يتم التعبير عنه باللغة العادية بواسطة أناس عاديين مثل أساليب أو طرق السلوك الأخرى.

استقلال المعيارية عن الميتا أخلاق

هناك رأي يعتقد بأن الأخلاق المعيارية لا تعنى و لا تفترض مسبقاً مبادئ أخلاق فوقية محددة، إلى درجة أن الأخلاق المعيارية نفسها تتوافق مع الميتا أخلاق المختلفة أو حتى المتعارض منها، بالفعل المقولة الأخلاقية المعيارية لا تفترض مسبقاً أية نظرية ميتا أخلاقية حول طبيعتها أو مكانتها في لغة الرمز.

المسألة التي تثيرها هذه النظرة هي أن صفة و محتوى تلك الأخلاق المعيارية ثابتة، أو متطابقة وسط تغييرات في الميتا أخلاق، فتعبير الأخلاق المعيارية يشير إلى أحكام و قواعد للسلوك يعتبرها مستخدم التعبير على أنها القواعد الصحيحة أو السليمة.

تتناول نظم الأخلاق المعيارية مسائل معاني الأحكام الأخلاقية، و طرق إجراء أحكام أخلاقية و تأييدها مثلما تناولها الميتا أخلاق، بالنسبة لفلاسفة الأخلاق المعيارية مسائل الميتا أخلاق عن المعنى و الطريقة جوهرية بالنسبة لمحتوى و قواعد التقييمات الأخلاقية المعيارية، أي أن هذه المسائل أيضاً مسائل أخلاق معيارية، و ذلك لأن ما يحدث بين الأخلاق الجيدة و الأخلاق السيئة لدى فلاسفة من أمثال: (أرسطو 322،384 ق.م Aristotle و كانت 1724،1804 Kant) و بالتالي في الأفكار الشائعة التي يودون تطويرها بالتحديد الملامح النفسية و المنهجية، موضوعات لمختلف التحليلات للميتا أخلاق، و بالتالي فالنظرة التي ترى أن

الأخلاق المعيارية تتوافق مع الميتا أخلاق المختلفة و حتى المتعارضة، يمكنها أن تصل إلى استنتاجاتها عن طريق تقييد مجال الأخلاق المعيارية دون داع و بطريقة لا تتماشى مع محتواها، أما في الأخلاق الفلسفية التقليدية أو في آراء لغة و أفعال الناس العادية (10).

الميتا أخلاق في بحثها داخل معاني المصطلحات الأخلاقية و في طرق تأييد الأحكام الأخلاقية، تهتم بالأحوال النفسية بمعنى أنها تسأل ما إذا كانت الأحكام تعبيراً، عن العاطفة أو الأوامر أو مشتقة من إدراك علمي أو من استلهاهم خاص.

تشخيص الميتا أخلاق على أنها تهتم بالأحوال النفسية و لا تتعارض مع أنها تدخل في تحليل منطقي، و مصطلح منطقي كما هو مستخدم هنا، و في تحليلات الميتا أخلاق تحت المناقشة يشير إلى دراسة أنواع المعنى عن طريق شروط و أنواع الطرق المستخدمة في المجادلات، و يمكن شرح كلا من المعنى و الطرق ليس فقط في أطر نحوية و لغوية، و لكن أيضاً في أطر نفسية أو (نفعية)، تماماً مثلما يرى (ستيفنسون) (11) بأنه يختار المعنى الذي يعتبره أكثر خدمة لمفهوم المعنى الذي يجب فيه تعريف و تحديد معنى إشارة، في إطار ردود الفعل النفسية لدى من يستخدم تلك الإشارة.

يظهر تقييد ثنائياً حول محتوى الأخلاق المعيارية، حيث أن هناك رأي بأنه بينما تعرض الأخلاق المعيارية أحكام تقيّم الفاعلية مع إشارة خاصة إلى الأحوال النفسية في الفاعلين وراء أفعالهم الظاهرة، فإن الميتا أخلاق على الجانب الآخر ترضي تحليلات لهذه الأحكام المعيارية بإشارة خاصة للأحوال النفسية لدى الحكام أو الناقدين، و نظراً لهذا الاختلاف في مكان الأحوال النفسية فليس هناك تداخل بين الأخلاق المعيارية و الميتا أخلاق، إذ إن الأخلاق المعيارية تقتصر على التفاعل مع الفاعلية و ليس مع حكام أو نقاد الفاعلين، و بشكل أكثر عمومية هذا الفرق بين المعيارية و الميتا أخلاق هو نتيجة للمستويات المختلفة التي يعملان فيها، الأخلاق المعيارية تحكم على أفعال و فاعلين بينما تحلل الميتا أخلاق تلك الأحكام ذاتها.

(10) ج. فارنوك، فلسفة الأخلاق في القرن الحالي، ترجمة صادق اللاريجاني، (نشر مركز ترجمة ونشر الكتاب. طهران 1368 هـ . ش)، ص 9. 12.

(11) C. L. Stevenson, "The Emotive Meaning Ethical Terms", (Harvard University, 1935), p.6.

ليس هذا مجال الأخلاق المعيارية فقط، إذ إنها ليست مقصورة على أحكام معزولة للأفعال ولكنها عبارة عن بيان لقواعد، أو معايير يجب أن تتوافق معها الأفعال إذ كان يجب أن يصدر عليها حكم بأنها صالحة، و هذه المعايير لا تشير فقط إلى الأفعال نفسها و لكن إلى الأحوال النفسية للفاعلين الذين يؤدون تلك الأفعال⁽¹²⁾.

تحتوي الأخلاق المعيارية بوصفها جزءاً رئيساً من التحليل للطرق و العمليات النفسية على ما هو إرادي و عقلائي، حيث تتشكل الأحكام الأخلاقية المعيارية بواسطة فاعلين على شكل مؤدين لأفعالهم أو مبررين لها عن وعي و تبصر، تحليل هذه الطرق وصفي حول كيفية تشكيل الأحكام الأخلاقية الجيدة، أو تقديم لمعايير الأحكام الأخلاقية الجيدة، و بالتالي فإنها توصيفية، و لكن تحليل هذه الطرق هو تحديدا ما تقدمه الميതأ أخلاق بالمثل، أنصار الرأي بأن الميതأ أخلاق و المعيارية مستقلان عن بعضهما بعضا يفترضون تفريق بين أربعة مستويات منفصلة و هي:-

1. أفعال أو صفات الفاعل.
2. أحكام أخلاقية معيارية حول أفعال أو صفات الفاعل.
3. الأحوال النفسية للفاعل.
4. التحليل الميതأ أخلاقي للبند الثالث أقصد الأحوال النفسية للفاعل.

الافتراض بأن الأشخاص المحددة عند المستويات الأولى و الثاني و الرابع قد يكونوا جميعا مختلفين، فعلى المستوى الأول لدينا الفاعل و على المستويات الثاني و الثالث حكم أو ناقد الفاعل، و على المستوى الرابع المحلل المنطقي للحكم أو الناقد و يسمى ذلك وجهة النظر التباينية.

وجهة النظر البديلة هي أن الثلاثة الأولى متضمنة في الفاعل نفسه، لأنه يجب أن يتصرف كذلك المستوى الثاني و يتوصل إلى هذا الحكم بطرق إرادية و عقلائية معينة بالمستوى الثالث، و عندما يقرر الفيلسوف الأخلاقي في المستوى الرابع ما هي طرق الحكم على ما يتم فعله، فإنه يصف ما يفعله الفاعل الأخلاقي و طرق توصله لحكمه، و تسمى هذه النظرة وجهة النظر للهوية⁽¹³⁾.

(12) Ibid.,p (3).

(13) Ethics, Second Order Ethics, Analytical Ethics.p.30.

كلتا وجهتي نظر (الهوية و التباين) يحافظان على فكرة الاختلافات في المستويات، بقدر اعتبارهما للتحليل الميتا أخلاقي للأحوال النفسية في الأحكام الأخلاقية المعيارية، على أنها على مستوى مختلف عن تلك الأحكام نفسها، لكن يبقى هناك تناقضا مهما، بحسب نظرة التباين على مستوى الميتا أخلاق الرابع يعتبر مستقلا عن المستوى الثاني، من حيث أنه يمكن أن تكون هناك تحليلات الميتا أخلاق مختلفة لنفس الحكم الأخلاقي المعياري، لكن بحسب نظرة الهوية مستوى الميتا أخلاق الرابع ليس مستقلا عن المستوى الثاني، و بالتالي فإن التحليل الميتا أخلاق عند المستوى الرابع إذا حلل المستوى الثاني في إطار الخوف، فإنه يحلل حكم مختلف تماما عما لو كان يحلل المستوى الثاني في إطار قناعات بالصالح المشترك.

و بالتالي يجعل تحليل الميتا أخلاق هناك فرقا بالنسبة للصفة الأخلاقية المعيارية، للحكم الذي يقوم بتحليله من حيث أن نوع الحالة الدفاعية، أو الحالة النفسية الأخرى التي تعزي على الحكم، يحدد مبدأ أخلاقي معياري كامل ما إذا كان الحكم أو الشخص الذي يجريه صالحاً أخلاقياً أم فاسداً أخلاقياً، هكذا هو الأمر بغض النظر عن الفعل الصريح الذي قد يكون الحكم مستحسناً له أو مستهجنًا.

لنفترض أن المعياري يقول:- أن الشرط الضروري لحكم صالح أخلاقياً، أن من يجري الحكم يجب أن يأخذ في الاعتبار احتياجات و مصالح الآخرين، و كذلك احتياجاته و مصالحه، بحيث يجب أن يكون حكمه بهذا المعنى شمولي كما يفعل ذلك أصحاب المنفعة العامة، من أمثال (جريمي بنتام 1748-1832 Jeremy Bentham، و جون ستيوارت مل 1806 Mill -1873). بينما يقول الميتا أخلاقي:- أن كل حكم تقييمي يعبر عن عواطف الشخص الذي يجري الحكم دون أي تقييد ضروري تجاه اعتبار احتياجات و مصالح الآخرين⁽¹⁴⁾.

و الملاحظة المنطقية التي تحصل في هذه الحالة:- أن يتحدث المعياري و الميتا أخلاقي عن نوع الحكم نفسه، الأول تحديدا و الثاني تعميماً، المعياري يؤكد شيئاً حول هذا الحكم ينكره الميتا أخلاقي، و بالتالي و بعيداً عن كونهما مستقلان عن بعضهما بعضاً تكون الميتا أخلاق متضمنة في الأخلاق المعيارية، و تتضمن بالتالي الفروقات في الميتا أخلاق فروقات في الأخلاق المعيارية.

(14) Prescriptivism; R. M. Hare, Rout, ledge encyclopedia of philosophy; Routledge Inc. 1998, V. 7 p. 667

الخاتمة

في الختام نصل إلى أن هناك صلات وثيقة بين الأخلاق المعيارية و الميـتا أخلاق متمثلة في الآتي:-

- عندما يحلل الميـتا أخلاقي ما هو بالنسبة له أخلاقا وصفية و كذلك أخلاقاً معيارية، بغرض التيقن عما هي المعاني الشائعة في كلاهما، عندئذ لا يوجد حكم أخلاقي معياري محدد خاص به مفترض مسبقاً أو متضمناً له، و من وجهة نظره تتوافق الميـتا أخلاق التي لديه مع مختلف الأخلاق المعيارية أو المتناقضة.
- لكن من وجهة نظر الأخلاق المعيارية التي تضع معيار القيمة الأخلاقية في أحوال نفسية محددة، قد تقدم التحليل الميـتا أخلاقي لمعاني و طرق الأحكام الأخلاقية، في إطار الأحوال النفسية معيار بديل لقيمة أخلاقية بحيث يحدث تحليل الميـتا أخلاق، إذ يبدو في هذا الموقف و من وجهة نظر الأخلاق المعيارية، أن هناك علاقة تبادلية تشابكية بينها و بين الميـتا أخلاق، من حيث إن الميـتا أخلاق تعني أو تفترض مسبقاً نوعاً ما من الأخلاق المعيارية مقابل نوع آخر، بحيث لا يتوافق نفس الميـتا أخلاق مع أخلاق معيارية مختلفة، و الأخلاق المعيارية تعني أو تفترض مسبقاً نوعاً ما من الميـتا أخلاق، مقابل نوع آخر بحيث لا تتوافق نفس الأخلاق المعيارية مع الميـتا أخلاق المختلفة.
- هذه العلاقة المنطقية بين الأخلاق المعيارية و بين الميـتا أخلاق قد لا تحدث عندما تضع المعيارية المعينة معيار القيمة في شيء ما، بخلاف الأحوال النفسية أو عندما تتناول الميـتا أخلاق مسائل المعنى بشكل عام.
- عندما يحلل الميـتا أخلاقي المعاني المحددة أو طرق ما هي بالنسبة له أخلاق معيارية، عندئذ تعني الميـتا أخلاق أو تفترض مسبقاً نوعاً واحداً من الأخلاق المعيارية مقابل نوع آخر، بحيث لا تتوافق نفس الميـتا أخلاق مع ما هو مختلف من التقييمات الأخلاقية و هي أخلاق معيارية مختلفة.
- على الأقل تحت الحالات الثانية و الرابعة مهمة الميـتا أخلاقي غير قابلة للتمييز عن مهمة الأخلاقي المعياري.

المراجع

1. أوليفر لي مان: مستقبل الفلسفة في القرن الواحد و العشرين، أفاق جديدة للفكر الإنساني، (عالم المعرفة 301 مارس، 2004 م)، ص 92.
2. C. D. Brood: "Discussion The Philosophy of G.E .Moore" ,Mind,vol.lxx,1961,No. 280. p63.
3. اميل برهية: شكوك حول فلسفة القيم، (مجلة الميتافيزيقا و الأخلاق، تموز، 1939م)، ص 112.
4. تدهوندرتش: دليل أكسفورد للفلسفة، ترجمة: نجيب الحصادي، الجزء الثاني، (دار الكتب الوطنية، بنغازي، 2005م)، ص 854.
5. C. L. Stevenson, "Ethical and Language" Ed. by Binkley, Contemporary Ethical Theories, , p.27..
6. عادل العوا: المذاهب الأخلاقية "عرض و نقد"، (ج2، مطبعة الجامعة السورية، دمشق، 1959م)، ص 38.
7. عزمي إسلام: مبادئ الأخلاق لجورج مور، (الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1994م)، ص 6، 7.
8. فؤاد كامل، جلال العشري: الموسوعة الفلسفية المختصرة، (دار العلم، بيروت، ط1، ب ت). ص 33.
9. فرانكنا، فلسفة الأخلاق، ترجمة هادي الصادقي، نشر طه، 1376 هـ . ش، ص 205 . 208.
10. ج. فارنوك، فلسفة الأخلاق في القرن الحالي، ترجمة صادق اللاريجاني، (نشر مركز ترجمة ونشر الكتاب . طهران 1368 هـ . ش)، ص 9 . 12.
11. C. L. Stevenson, "The Emotive Meaning Ethical Terms", (Harvard University, 1935), p.6.
12. Ethics, Second Order Ethics, Analytical Ethics.p.30.
13. Prescriptivism; R. M. Hare, Rout, ledge encyclopedia of philosophy; Routledge Inc. 1998, V. 7 p. 667

* * * * *

Factors influencing customers' decision to adopt online banking services in Libya

Libyan News And Views 2010, *Libyan bank sector*, viewed 01/07/2012, <<http://www.libya-watanona.com/>>.

Lim, EC, 2013, '**ADOPTION OF ONLINE BANKING IN MANILA: WHAT THE COMMERCIAL BANKS SHOULD LEARN TO BE COMPETITIVE**', *International Journal of Information Technology and Business Management*, vol. 10, no. 1.

Mäenpää, K, Kale, SH, Kuusela, H & Mesiranta, N 2008, '**Consumer perceptions of Internet banking in Finland: The moderating role of familiarity**', *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 15, no. 4, pp. 266-76.

Mansumittrchai, S & Chiu, C 2012, '**Adoption of Internet Banking in UAE: Factors Underlying Adoption Characteristics**', *International Journal of Management and Marketing Research*, Vol. 5, No. 1, pp. 103-115.

MH & L, 2017, Logistics in the Time of E-Commerce, viewed 20/08/2017, <http://www.mhlnews.com/transportation-distribution/logistics-time-e-commerce>.

Mun, Y . Yi & Yujung Hwang 2003, '**Predicting the use of web-based information system: self-efficacy, enjoyment, learning goal orientation, and the technology acceptance model**', *international Journal of Human-Computer Studies*, Vol 59, No 1, pp 431-449.

Nasri, W & Charfeddine, L 2012, '**Factors affecting the adoption of Internet banking in Tunisia: An integration theory of acceptance model and theory of planned behavior**', *The Journal of High Technology Management Research*, 23 (2012) 1-14.

Railton, J 1985, '**Automated teller machines**', *Computer Law & Security Review*, vol. 1, no. 4, p. 12.

Riffai, M, Grant, K & Edgar, D 2011, '**Big TAM in Oman: Exploring the promise of on-line banking, its adoption by customers and the challenges of banking in Oman**', *International Journal of Information Management*, vol 32, no. 1, p. 1.

Ronald B & John, S 2008, '**The Changing Libyan Economy: Causes and Consequences**', *The Middle East Journal*, vol. 62, no. 1.

Tan, M & Teo, TSH 2000, '**Factors influencing the adoption of Internet banking**', *Journal of the Association for Information Systems*, vol. 1, no. 1 p. 5.

Vyas, SD & Rajasthan, I 2012, '**E-banking and E-commerce in India and USA**', *IJCSI Journal*, vol. 9, no. 2.

Wang, Y-S, Wang, Y-M, Lin, H-H & Tang, T-I 2003, '**Determinants of user acceptance of Internet banking: an empirical study**', *International Journal of Service Industry Management*, vol. 14, no. 5, pp. 501-19.

References:

- Abukhzam, M & Lee, A 2010, '**Factors Affecting Bank Staff Attitude Towards E-Banking Adoption in Libya**', *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, vol. 42, no. 2, pp. 1-15 .
- Ahmad, R & Buttle, F 2002, '**Retaining telephone banking customers at Frontier Bank**', *International Journal of Bank Marketing*, vol. 20, no. 1, pp. 5-16.
- Alsomali, S, Gholami, R & Clegg, B 2009, '**An investigation into the acceptance of online banking in Saudi Arabia**', *Technovation*, vol. 29, no. 2, pp. 130-41.
- Black, NJ, Lockett, A, Ennew, C, Winklhofer, H & McKechnie, S 2002, '**Modelling consumer choice of distribution channels: an illustration from financial services**', *International Journal of Bank Marketing*, vol. 20, no. 4, pp. 161-73.
- CBL 2009, **Central Bank of Libya**, viewed 25/10/2012, <<http://www.cbl.gov.ly/ar/>>.
- CBL 2012, *The National Payment System, Ceteral Bank of Libya*, viewed 27/12/2012, <http://www.cbl.gov.ly/eg/index.php?option=com_content&view=article&id=22&Itemid=29>.
- Chong, AYL, Ooi, KB, Lin, B & Tan, BI 2010, '**Online banking adoption: an empirical analysis**', *International Journal of Bank Marketing*, vol. 28, no. 4, pp. 267-87.
- Dabholkar, PA 1996, '**Consumer evaluations of new technology-based self-service options: an investigation of alternative models of service quality**', *International Journal of research in Marketing*, vol. 13, no. 1, pp. 29-51.
- Echchabi, A 2011, '**Online Banking Prospects in Morocco: An Extension of Technology Acceptance Model**', *Journal of Internet Banking and Commerce*, vol. 16, no. 3.
- Guraau, C 2002, 'Online banking in transition economies: the implementation and development of online banking systems in Romania', *International Journal of Bank Marketing*, vol. 20, no. 6, pp. 285-96.
- Hamed, A 2010, '**E-commerce and Economic Development in Libya**', Doctor of Philosophy thesis, the University of Wales Institute, 2009.
- Hoehle, H, Scornavacca, E & Huff, S 2012, '**Three Decades of Research on Consumer Adoption and Utilization of Electronic Banking Channels: A Literature Analysis**', *Decision Support Systems*, vol. 54, no. 1, PP 122 - 132.
- Jaruwachirathanakul, B & Fink, D 2005, '**Internet banking adoption strategies for a developing country: the case of Thailand**', *Internet Research*, vol. 15, no. 3, pp. 295-311 .
- ibyan Investement 2007, General News**, viewed 25/06/2012, <<http://www.libyaninvestment.com/register-if-not-member.html>>.

5.3.4 Security

H5: *The perceived level of security is positively related to perceived usefulness*

Based on Table 9, the security and usefulness of online banking is positively correlated with degree of association equal to 0.401. For the fitted model quality, the explained variation in usefulness is 16.1% which is not somewhat accepted from one predictor variable. The effect of security is positive and very highly significant ($b=2.651$, $t=21.463$ and $p\text{-value}=<0.001$) and, hence, H5 is accepted.

Table 9: Results of simple regression model for security and usefulness of online banking

Model	Coefficient			Correlation	R-squared
	b	t-statistic	p-value		
Constant	1.975	15.064	<.001	.562	.316
Usefulness	.519	15.623	<.001		

4. Conclusion

The research aimed to examine individuals' perceptions of online banking services in Libya. Particularly, this research attempted to explore the factors that may guide Libyan banking customers to use online banking by using TAM variables (ease of use and usefulness) and additional impacting factors, namely, support and security.

The findings illustrate that Libyan banking customers agree to the adoption of online banking services. This, however, depends on their attitudes and on the perceived support, security, ease of use and usefulness of the online banking services.

In the meantime, perceived ease of use and perceived usefulness were found to be major determinants of online banking services in Libya. As a result, the Libyan banks need to highlight the quality of their online services, and retain existing customers and acquire new customers via the use of the online banking services.

The significant findings of this research contribute to the body of existing knowledge and have implications for decision and policy makers in the Libyan banking sector. Indeed, this research is the first study that looks at the perspectives and prospects of online banking among Libyan bank customers by using TAM theory. Moreover, the findings will provide more information for decision makers in the Libyan financial industry to support them in their attempts to provide and develop online banking services in Libya.

Researchers aiming to undertake more studies in this area are advised to take into account some additional variables such as trust, government contribution, internet network quality and credibility in order to provide more comprehensive results. Furthermore, future studies could be directed to other countries that have not yet introduced online banking services or are underutilized.

Table 6: Results of simple regression model for perceived ease of use and usefulness of online banking

Model	Coefficient			Correlation	R-squared
	b	t-statistic	p-value		
Constant	2.627	21.113	<.001	.437	.191
Ease of use	.379	11.153	<.001		

5.3.2 Perceived usefulness

H3: *Perceived usefulness is positively related to the preparedness of Libyan banking consumers to adopt Internet banking*

The correlation between the advantage of internet and adoption of internet banking is found to be positive and moderate (correlation=0.562), as shown in Table 7. As a result, the fitted model can interpret 31.6% of variation in adoption of internet banking. By looking at the effect of usefulness on adoption, the estimate is observed to be positive and very highly significant (b=.519, t=15.623 and p-value<0.001) and, hence H3 is strongly accepted.

Table 7: Results of simple regression model for usefulness of online banking and adoption of internet banking.

Model	Coefficient			Correlation	R-squared
	b	t-statistic	p-value		
Constant	1.975	15.064	<.001	.562	.316
Usefulness	.519	15.623	<.001		

5.3.3 Support

H4: *The level of support available to consumers is positively related to perceived ease of use*

The support offered by banks is not found to have a positive strong correlation with the ease of using online banking (correlation=.215), as shown in Table 8. Consequently, the goodness of fitted model is very low (about 4.6%). On other hand, the support factor result shows a positive effect on the ease of using online banking with a high level of significance (b=.213, t=5.051 and p-value=<0.001) and, hence H4 is accepted.

Table 8: Results of simple regression model for support and ease of use

Model	Coefficient			Correlation	R-squared
	b	t-statistic	p-value		
Constant	1.975	15.064	<.001	.562	.316
Usefulness	.519	15.623	<.001		

Table 4: Descriptive statistics for security

Statements	SD	D	N	A	SA	Med
Using online banking is financially secure	10.4	16.4	33	32.4	7.9	3
I am not worried about the security of online banking	7.2	20.5	30.7	34.5	7.2	3
I feel secure putting my personal information on the bank's website	10.4	22.6	26.4	32.6	7.9	3
Online banking is a safe place to do my banking rather than visiting actually the branch	8.7	14.5	28.2	36.3	12.2	3
I feel secure about online banking even though I have little knowledge of it	8.5	16.4	31	34.2	9.8	3
Overall						3

3.3. Simple Regression Analysis

The researcher supplied simple regression analysis to test the hypothesis of the study. The analysis will allow the researchers to determine a simple linear regression model via any two variables (dependent and independent variables) mentioned in the hypothesis.

5.3.1 Perceived ease of use

H1: Perceived ease of use is positively related to the preparedness of Libyan banking consumers to adopt Internet banking.

According to the results shown in Table 5, the degree of simple correlation is 0.437 which is positive, but somewhat low. The fitted model is able to explain 19.1% of the total variation in adoption of online banking. The regression effect resulting from the ease of use is positive and very highly significant ($b=0.379$, $t=11.153$ and $p\text{-value}<0.001$) and, hence H1 is strongly accepted with level of significance equal to 0.001.

Table 5: Results of simple regression model for perceived ease of use and adoption of online banking

Model	Coefficient			Correlation	R-squared
	B	t-statistic	p-value		
Constant	2.627	21.113	<.001	.437	.191
Ease of use	.379	11.153	<.001		

H2: Perceived ease of use is positively related to perceived usefulness of online banking

Unlike the adoption of online banking, the degree of correlation here between the ease of use and the usefulness of online banking is higher, which is .627 (good). Also, the interpretation ability of fitted model reaches 39.4%. The effect ease of use factor will statistically lead to the usefulness as shown by the results ($b=.582$, $t=18.526$ and $p\text{-value}<.001$) and, hence H2 is statistically accepted.

Regarding online banking, the results given in Table 2 reveal that only a small number of participants show a negative attitude towards the benefits of adopting online banking. In other words, the percentage of those respondents who strongly do not accept online banking as a useful method is lower than 6% for the each statement. The percentage is slightly higher, between 5%-9%, for those who disagree with the usefulness. The highest concentration of answers is noted to be for the disagreement with usefulness, namely agreement is represented by 50% of participants. Then, attention is paid to strong agreement with usefulness, which is between 20%-30%. As a result of the median, the different underlying benefits of online banking receive a great appreciation from the participants. Overall, the participants agree with the usefulness of online services. Accessible

Table 2: Descriptive statistics for usefulness of online banking

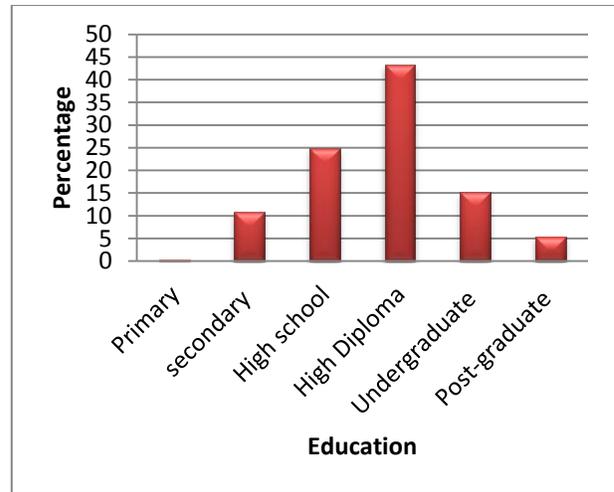
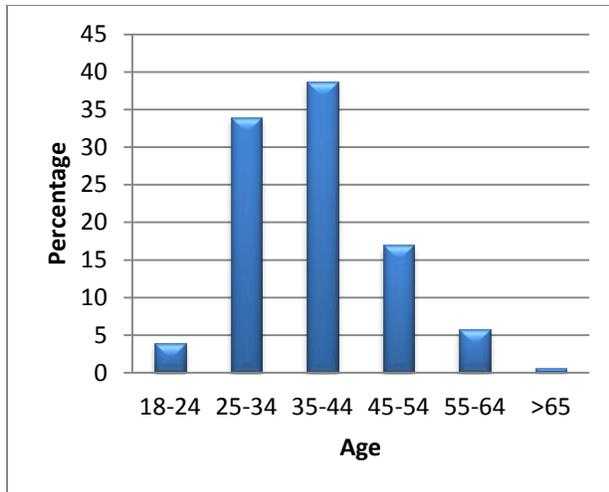
Statements	SD	D	N	A	SA	Med
Using online banking enables me to accomplish banking services more quickly	3.4	8.7	12.5	49.6	25.8	4
Using online banking improves my banking performance	3.8	7.4	14.7	50	24.2	4
Using online banking increases my productivity	5.1	7.2	20.8	45.3	21.6	4
Using online banking makes it easier to do banking services	4	6.4	14.9	49.7	25	4
I find online banking useful	3.8	4.9	11.3	49.8	30.2	4
Overall						4

As the encouragement of using online banking is an important factor, Table 3 shows a set of statements measuring this factor. The participants are noted to disagree with the statement that 'online bank enables me to feedback my complaints in reasonable time' where 23.1% and 27.4% respectively of respondents strongly disagreed or agreed with this statements, with a resulting median of 2 (Disagree). For the remaining statements, the resulting median is 3, indicating that participants feel neutral in regard to this aspect. Therefore, as the overall median is 2, no obvious trend can be seen by the participants in terms of the support factor.

Table 3: Descriptive statistics for support

Statement	SD	D	N	A	SA	Med
The bank personnel are committed to support me using online banking services	13.7	20.3	30.7	29.4	5.8	3
Help facilities to use online banking are available on the bank website	14.9	24	32.5	21.4	7.2	3
The bank's personnel help and support with training in how to use online banking	18.5	22.5	27.2	26	5.8	3
The bank website provides customer services support 24/7	20.8	25	30	17.7	5.6	3
The online bank enables me to feedback my complaints in reasonable time	23.1	27.4	30.8	13.2	5.5	2
Overall						3

The factor of online banking security is measured by five statements given in Table 4. All the percentages of the statements are distributed among disagreement, neutral and agreement scale, and hence the resulting median is found to be reflecting the neutrality. Overall, online security does not receive obvious attention as shown by the median.



The lowest percentage is found for the youngest group represented, namely, 18-24 years (approximately 3.9%). Regarding the education level, the highest percentage (approximately 43.3%) is observed for the high diploma, followed by high school (approximately 24.9%) and undergraduate university (approximately 15%) The participants holding postgraduate university represent only 5.4%. The result shows that about 88% of participants can access the internet, while 12% cannot.

3.2. Exploratory results

The results provided in Table 1 demonstrate the level of agreement—Strongly Disagree (SD), Disagree (D), Neutral (N), Agree (A), Strongly Agree (SA)—with the ease of using the internet for banking services. For each statement measuring the ease of use, the percentage of participants who strongly disagree with this question is very low, where it is noted to be lower than 5%. The strong disagreement percentage reaches the lowest value, about 4.9%, for the statement ‘learning to operate online banking is easy for me’. Also, the percentage for those who disagree with the ease of use is low, namely between 7% - 15%. The majority of participants agree with the statements measuring the ease of use (between 40% - 45%). The majority of participants (45.1% and 44% respectively), agree with the statements ‘learning to operate online banking is easy for me’ and ‘I find online banking flexible and interactive’. Since the resulting median is found to be 4 for each statement, the participants agree with these statements. Overall, the participants are in agreement regarding the ease of using the internet as a tool for banking services.

Table 1: Descriptive statistics for ease of use

Statements	SD	D	N	A	SA	Med
Learning to operate online banking is easy for me	4.9	7.5	19.2	45.1	23.3	4
I find it easy to get online banking to do what I want to do	7.8	14.9	19.8	39.5	18	4
My interaction with online banking is clear and understandable	8.3	10.2	26.5	39.9	15.1	4
I find online banking flexible and interactive	9.5	9.8	22.5	40.2	17.8	4
I find online banking easy to use	8.3	10.2	18.3	44	19.1	4
Overall						4

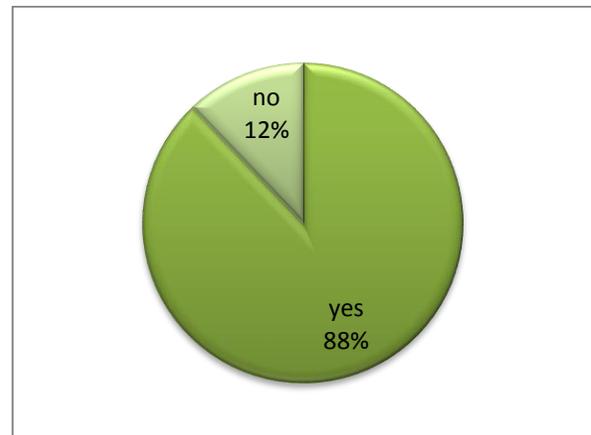
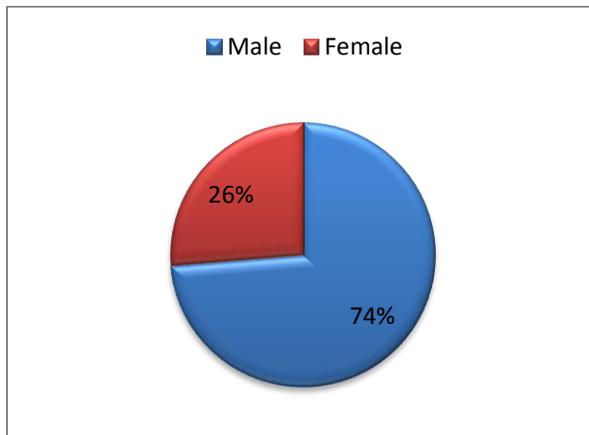
hypotheses. The data-set are to be analysed incorporating statistical software called SPSS. To present and describe the data obtained clearly and methodically, two main data analysis methods were used; namely exploratory data analysis and simple regression analysis.

Simple linear regression technique is concerned with determining a statistical model between a given dependent variable and an independent variable. T-test is used to determine the significant effect of independent variables on dependent variables. If the p-value obtained by t test for a particular independent variable is smaller than the level of significance, which is 0.05, it can be seen that the independent variable has a significant effect. Notice that if the sign of coefficient is positive, then there is a positive effect, otherwise the effect will be negative. A simple correlation is used to measure the degree of association between two variables used by each hypothesis. Furthermore, R-squared ($0 < R\text{-squared} < 1$) is computed to assess the fitted model quality. Notice that the fitted model is reliable as long as the values of R-squared is close to one.

3. Results and discussion

3.1. Data characteristics

In this section, the sample characteristics are represented by percentages using pie-charts and bar-charts in order to explore some interesting features of the participants. The collected data is represented by 74% male and 26% female. As shown below the highest percentage of age groups is observed for 35-44 years (approximately 38%) and 25-34 years (approximately 34%), followed by 45-55 years (approximately 17%).



internet access

1.1. The hypotheses

The hypothesis in this study is a temporary speculative solution to answer the research questions posed to provide an interpretation of the realities of the problem scientifically. In addition to following the rules when drafting this methodology and hypotheses, 'assumptions' were selected and verified so that eventually solutions to the problem can be reached. Hypotheses are the first source of knowledge we gain and the starting point and a general principle that the researcher uses to measure the research problem (Creswell 2013).

The aims of this research is to build hypotheses or theories through direct observation, with the assurance that intellectual production is the most important source for the formulation of scientific hypotheses (WFE 2013c). Formulation of hypotheses in this research serves the following purposes:

1. The researcher expects that these hypotheses will provide an effective solution to the problem.
2. The hypotheses derived from the foundations of the theory emphasize the feasibility of scientific evidence tested.
3. The hypotheses testable, which were not of the public that it is impossible to verify.
4. The hypotheses have been formulated concisely and clearly.

Based on previous studies, and to generate a new insight into Internet banking adoption among customers of Libyan trade

1. **H1: Perceived ease of use is positively related to the preparedness of Libyan banking consumers to adopt Internet banking.**
2. **H2: Perceived ease of use is positively related to perceived usefulness of online banking.**
3. **H3: Perceived usefulness is positively related to the preparedness of Libyan banking consumers to adopt Internet banking.**
4. **H4: The level of support available to consumers is positively related to perceived ease of use.**
5. **H5: The perceived level of security is positively related to perceived usefulness.**

2. Methodology

In this study, the data-set was collected via 537 questionnaires distributed in two capital cities in Libya (Benghazi & Tripoli) where almost 65% of Libya's population resides. The questionnaire consists of closed end questions. The first stage of the data analysis is to record the responses for each question. The second stage is to classify each of the responses. Subsequently, the third stage deals with the development of the research questions and testing of the research

5. Facilitate the handling of accounts in all branches, and notification using SMS with the support of banking services through the Internet.
6. Support to communicate with the basic components of the NPS and directly support communication with the SWIFT system.
7. Enable Libyan banks to effectively implement policies and standards such as risk credit and anti-money laundering(CBL 2012).

1.3.2. The need for internet banking in Libya

Increasing demand from the international banking community is placing significant pressure on Libyan banks to be electronically ready (LibyanNewsAndViews 2010).The location of Libyan banks has also created a pressure for connecting the headquarters with their branches electronically, rather than handling cash and paper manually (CBL 2009). Amongst the Arab nations, Libya has a reputation for having the finest bankers but the worst banking services (Libyan Investement 2007). E-banking technology has not yet found its way to the Libyan banking sector: despite that, most banks have been established E-channels to serve their customers via an internet network (LibyanNewsAndViews 2010). Basic electronic banking facilities such as automated teller machines (ATMs) and telephone banking are limited in Libya and, more interestingly, Libyan banks still rely on manual banking methods to undertake their daily banking activities (LibyanNewsAndViews 2010). However, the adoption of e-banking facilities is essential for Libya's economic reform (Abukhzam & Lee 2010).

2. The research model and hypotheses

The study model has been designed based on the relationships between the four constructs (Perceived Ease of Use , Perceived Usefulness , Support and Security). The TAM model has been used to clarify factors influencing users' approach toward acceptance of technology (Mun & Hwang 2003). The model is an extension of the Technology Adoption Model) which measures an person's intention to adopt a technology. There are five relationships to be examined and formulated as hypotheses.

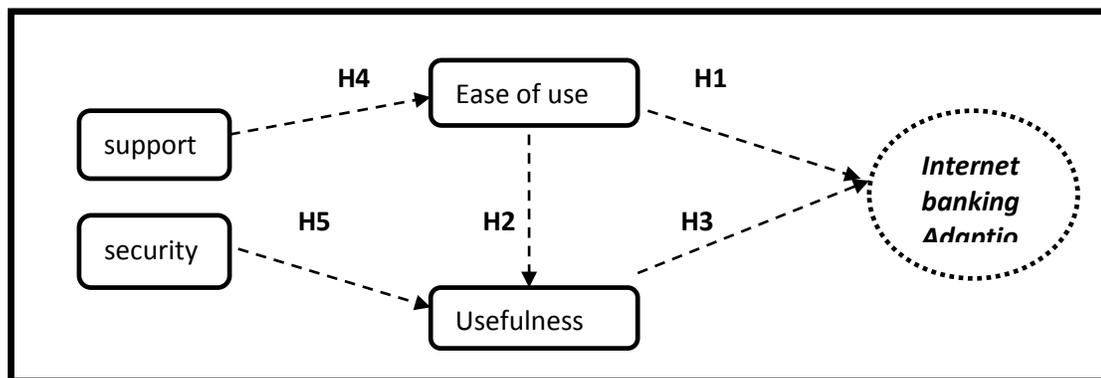


Figure (1): Research model

In theory, individuals' attitudes and behaviour are the main factors impacting their decision to use Internet banking services. According to Echchabi (2011) an individual's attitude towards internet banking services has a significant positive influence on the intention to use online banking services (Echchabi 2011).

1.3. Technology in the Libyan banking sector

In recent years Libya has embarked on economic reforms in many areas, especially the banking system, and this was manifested through the issuance of laws and regulations to facilitate the process compatibility with environment variables in banking and this is seen as part of the transition to a market economy and integration into the global economy (Ronald B & John 2008). Perhaps the most important new idea that has emerged is entry into so-called electronic banking. Through this next section we try to highlight the most important technologies used in the banking system and what role that technology plays in providing electronic banking services as a modern trend for the development and modernization of banks in Libya (Hamed 2010).

2.3.1 The national payments system

The Central Bank of Libya (CBL) has taken steps towards the development of the banking sector and remains cognizant of global developments. In particular it launched the project National Payments System (NPS) and prepared its technical studies and strategic vision (CBL 2012). The Project of NPS was established in 2008 with the aim of maintaining the level of banking service. Speed of completion of the banking transaction with providing a secure system for transmission of these transactions can be achieved only through the transition from a manual system to an electronic system in the implementation of banking operations (CBL 2012). The implementation of this project saw important developments in payment systems in recent years and has come to rely on advanced applications, allowing the development of electronic means of payment. This has also contributed to the diversity and the speed and accuracy of the banking services and has also opened new investment horizons for inside and outside investors. The NPS includes the implementation of systems such as Communications and Networks, Real Time Gross Settlement System, Automated Clearing House, Debit system, POS and cards (ATM/POS, CMS), Automated Check Processing, Core Banking System and Data Centers. The NPS will enable the Libyan banking system to provide distinct services to customers (CBL 2012), including:

1. Extracting consolidated financial centers to customer accounts, and the provision of service pay utility bills automatically.
2. Increase investment opportunities for clients through the possibility of the implementation of financial transfers automatically.
3. Supplying to major customers (investors and companies) electronic files containing daily movements.
4. Increase the speed of response time by banks to the requirements of the market and customers, and also support 24 hour banking services throughout the week.

attitudinal factors such as features of the web site and perceived usefulness emerged as factors that encourage people to adopt internet banking in Thailand. According to this study, perceived behavioural control, namely 'External environment', is the most significant impediment to adopting online banking. Additionally, other significant factors include gender, income, education level, internet experience and internet banking experience (Jaruwachirathanakul & Fink 2005).

Another study conducted was in Saudi Arabia by Al-Somali et al in 2009. The study sought to identify the factors that encourage customers to adopt online banking based on the technology acceptance model (TAM) and incorporated some extra important control variables. The results show that the quality of the Internet connection, the awareness of online banking benefits, the social influence and computer self-efficacy all have a significant effect on the perceived usefulness and perceived ease of use of online banking acceptance. In addition, education, trust and resistance to change are significant factors impacting on the Saudis' attitude towards the adoption of online banking (Alsomali et al. 2009).

In 2012 a study by Mansumittrchai and Chiu focused on identifying the characteristics of UAE consumers and their attitudes toward internet banking. The study revealed seven features, namely, compatibility, difficulty, security, trust, third party concern, status, and human contact impacted on internet banking adoption in the UAE, and showed that adopters and non-adopters differed in their attitudes toward three factors of adoption: compatibility, trust and human contact. An interesting result was that human or physical contact and trust were the most important factors for non-adopters (Mansumittrchai & Chiu 2012).

In 2013 Lim conducted a study which identified specific strategies that bank customers could follow to maximize the adoption of internet banking in Manila, including online banking users and non-users based on their gender, age, civil status and education. The study examined factors affecting the approval of online banking usage in the Philippines. The results showed that determinants such as perceived usefulness and perceived ease of use positively affected the intent to use online banking. This research recommended that awareness of the determinants affecting the intention to use online banking is important to the commercial banks to ensure they are competitive in the contemporary banking industry (Lim. 2013).

According to Riffai et al (2011), 'In Oman, there are deep rooted cultural and religious factors that cause consumers to question the acceptance of new technology'. Through the use of technology acceptance models, the research explores the factors that influence Omani consumer acceptance of internet banking. Riffai et al (2011) said that 'what is interesting is that the market profile is skewed to middle aged users, with social standing and "herd" mentality does not affect the adoption of the technology'. The findings of this study are significant in that trust, usability and perceived quality are deemed key drivers. This, combined with the emerging mobile savvy younger generation, poses an interesting challenge for the future of the banking sector in Oman, and implies a need for the sector to rethink the strategic use and approach to implementation of online banking in a way that is complementary to the cultural and ethological dimensions of the market. Riffai et al (2011) suggest that the banking sector will need to manage the covert tension between technology driving, and the Omani culture, religion and tradition that demands face-to-face interaction (Riffai et al. 2011).

banks (Dabholkar 1996). This was followed by telephone banking in the 1980s (Ahmad & Buttle 2002). In the 1990s Internet banking emerged, allowing banks to extend their existing distribution channels electronically (Tan & Teo 2000).

E-channel adoption is a key issue for banking in regards to reducing operational costs and saving time. About \$30 million per year was the estimated cost saving from E-commerce, Another service sector that has profited from the e-commerce boom is package delivery carriers. Spending on package delivery services jumped 10% in 2017 (MH & L, 2017). Commercial organizations employ E-banking services to cross-sell financial products and banks energetically recommend and promote financial tools such as investment, saving or credit products through e-banking channels (Hoehle et al. 2012). E-banking assists consumers to adopt banking products which fit best to their personal requirements and enables individuals to make real-time financial decisions conveniently, and independently of time and location such home. E-banking can also include decision support functionality (Mäenpää et al. 2008).

Less attention has been paid to IT in developing economies and in particular in Libya. While much information technology (IT) literature focuses on developed economies, E-banking offers great value for developing nations such as Libya—which is yet to take advantage of this technology despite the world-wide availability of E-banking (Vyas & Rajasthan 2012). This research aims to understand the adoption of E-banking services at the individual level so as to assist banks and their customers in Libya to better enjoy its many benefits.

2. Literature review

1.1. Internet banking

For many organizations e-commerce has become a main aspect of their business strategy (Chong et al. 2010). The Internet has spread widely, and it is inevitable that the banking industry in Libya must provide their customers with e-banking services. The banking system in Libya continues to be commonly conducted through visits to a retail bank branch and interacting with a bank teller (Wang et al. 2003). Internet banking gives customers the opportunity to perform a great number of banking services by electronic means (Tan & Teo 2000). Banking services are a significant infrastructure for other services and it is important for banks to manage themselves efficiently through the application of Internet banking (Chong et al. 2010).

1.2. Factors impacting on internet banking adoption

Many studies to date have emphasized the adoption of online banking by using different approaches. They have studied the acceptance of online banking in different locations and by using different theories to examine several factors that have a significant influence on the use of online banking services. Stefan (2000) as cite Guraau (2002) in stated that 'by using the internet which has the feature of reduced costs and increased conveniences, people can contact their banks and accomplish their banking transactions 24 hours a day in seven days a week' (Guraau 2002).

Jaruwachirathanakul and Fink (2005) conducted quantitative research to identify the factors that promote consumers' acceptance of internet banking services in Thailand. The finding shows that

Factors influencing customers' decision to adopt online banking services in Libya

Dr. Khaled Khalifa Alsaber Hussein

Higher Institute of Comprehensives Professions – Tobruk

Abstract

The provision of Internet banking services is increasing worldwide in the banking sector, particularly in industrialized nations. Nevertheless, the situation is different in developing nations such as Libya. Libyan banks are slowly recognizing the potential benefits of online banking systems to improve banking services, but have not accepted the new innovation within its banking services strategy. This paper reports on research based on the Technology Acceptance Model (TAM). An assessment of literature on E-banking services adoption shows that there has been scant research conducted on internet banking adoption in developing nations, including Libya, compared to developed nations. Therefore, this study aims to fill this gap by exploring the important factors affecting Libyan banking customers' attitudes towards internet banking technology.

Using Structural Equation Modelling (SEM) on data of This study, which draws on current literature on technological changes in the banking sector and the responses from 537 bank customers of Libya's major commercial bank This study found that perceived ease of use and perceived usefulness have a major effect on the adoption of internet banking. Furthermore, results show that the influence is somewhat low in regard to security and support by the banks. Finally, potential strategies that can guide successful internet banking implementation in the Libyan banking sector are outlined. In addition to this, Conclusions and recommendations for future research are also provided.

Keywords: Internet banking, commercial bank, Libya.

1. Introduction

Since the 1970s, a new information and communication technology (ICT) within the banking industry has had a major impact on customer service (Hoehle et al. 2012). ICTs such as internet banking have allowed banks to deliver services electronically and through multi-channels (Black et al. 2002). Innovations in delivery channels include the Automated Teller Machine (ATM), Phone-banking, Telebanking, PC banking and Internet banking (Nasri & Charfeddine 2012). The self-service technologies in the banking sector became available in the 1970s (Railton 1985) when the first Automated Teller Machines (ATMs) were installed in



Mediterranean International University Journal

Refereed Scientific

Journal The Forth

Edition December 2017

MIU PUBLICATIONS