

كلمة التصير

يتزامن صدور هذا العدد مع عيد الفداء العظيم وأداء فريضة الحج من قبل المسلمين، وبهذا المشهد تظهر إمكانية توحيد المسلمين في الجوانب السياسية والاقتصادية كما توحّدوا في اتجاههم نحو القبلة والمسجد الحرام، نسأل الله العليّ القدير أن تتوحد كلمة المسلمين في مشارق الأرض ومغاربها، وبالتالي تحقيق الاستقرار الاقتصادي السياسي والأمني.

وأيضاً يتزامن صدور العدد مع تدشين مشروع الدفع عبر الأجهزة النقالة (Mobile Banking)، ويهدف هذا المشروع لجذب العملة المتداولة للجهاز المصرفي. ويقوم بتنفيذ المشروع كل من بنك السودان المركزي والمصارف والهيئة العامة للاتصالات وشركات الاتصال، وتستخدم الأجهزة النقالة لإجراء المعاملات المالية، حيث يتم حفظ النقود في حساب إلكتروني مربوط برقم الهاتف النقال، ويمكن استخدام النقود المخزنة بالهاتف في التحويلات المالية والشراء والسحب والإيداع وتسديد رسوم الخدمات وغيرها.

هذا بالإضافة إلى عقد الاجتماعات الخاصة بالمشاورات الأمريكية السودانية لرفع العقوبات الاقتصادية المفروضة على السودان، ونأمل أن يتحقق رفع الحظر، خاصة فيما يتعلق بالتحويلات المصرفية، وذلك من شأنه زيادة الصادرات واستيراد السلع الرأسمالية ومدخلات الإنتاج وتشجيع تدفق الاستثمارات الأجنبية، وتعزيز التعاون الاقتصادي مع الدول الصديقة والمؤسسات المالية الإقليمية والدولية.

يتضمن هذا العدد بجانب الأبواب الثابتة أربعة مواضيع، يتناول الأول تقويم تجربة تطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية في السودان، ويستعرض الثاني فرص وتحديات تجارة السودان البينية مع الدول العربية، ويتطرق الثالث لبطاقة الأداء المتوازن اتجاه حديث في التقييم والتميز. أما الرابع باللغة الإنجليزية بعنوان قروض الفقراء بدون ضمانات - من القروض متناهية الصغر والشمول المالي إلى الأعمال الاجتماعية.

وتناشد هيئة التحرير الكتاب والباحثين بتزويدها بالدراسات والمقالات ذات الصلة للمحافظة على استمرارية الإصدارة لتحقيق الأهداف المنشودة.

والله من وراء القصد وهو يهدي السبيل،،

رئيس التحرير

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المصرفي

مجلة مصرفية واقتصادية ربع سنوية

تصدرها: الإدارة العامة للسياسات والبحوث والإحصاء

بنك السودان المركزي

العدد الحادي والثمانون - سبتمبر 2016م

الهيئة الإشرافية

سمية عامر عثمان

محمد عثمان أحمد

د. مصطفى محمد عبد الله

رئيس التحرير

محمد الحسن محمد أحمد الخليفة

سكرتير التحرير

جعفر عبد الرحمن يس

المحررون

سالية فاروق هباني

عيسى أحمد ترابو

د. الوليد أحمد طلحة

الإخراج الفني

يحيى ميرغني عبد الله

الطابعون

مطبعة دي 0912308712

تنويه

كل ما يرد في هذه المجلة من آراء ووجهات نظر لا تمثل بالضرورة رأي بنك السودان المركزي، إنما تقع مسؤولية ذلك على الكاتب.

4

تقويم تجربة تطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية بواسطة المصارف التجارية
العاملة في السودان خلال الفترة (2007 - 2012)
د. محمد شرف الدين الطيب - د. عبد العظيم سليمان المهمل - د. محمد حمد محمود



دراسات وبحوث



دراسات وبحوث

فرص وتحديات تجارة السودان البينية
مع الدول العربية وبقية العالم الخارجي
بدر الدين حسين جبر الله - الإدارة العامة للأسواق المالية

18

25

بطاقة الأداء المتوازن: اتجاه حديث في التقييم والتميز
د. محمد مصطفى حمدان كرنكة
مدير مركز الهندرة للتدريب والتنمية البشرية



دراسات وبحوث



دراسات وبحوث

Collateral Free Loans for the Poor: From «Micro-Credit» &
«Financial Inclusion» to «Social Business»
By: Prof. (Dr.) Badr El Din A. Ibrahim

64

34

أضواء على سياسات بنك السودان المركزي السارية
عيسى أحمد ترايو
إدارة البحوث والتنمية



سياسات

المصرفي

38

تجربة ماليزيا في تطبيق الاقتصاد الاسلامي: تحليل وتقويم
أزاهر حسن محمد علي
إدارة البحوث والتنمية



ماذا تعرف عن

الشراكة بين القطاع العام والخاص
محمد الحسن الخليفة
مدير إدارة البحوث والتنمية

40

42

أحداث اقتصادية.. محلية وعالمية
سالية فاروق هباني
إدارة البحوث والتنمية



مؤشرات اقتصادية

مؤشرات اقتصادية
هند الفاتح الزين
إدارة الإحصاء

45

تقويم تجربة تطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية بواسطة المصارف التجارية الصاملة في السودان خلال الفترة (2007 - 2012)



دراسات
وبحوث

أولاً: المقدمة

إن من أهم خصائص الألفية الجديدة أنه يتم إعادة تشكيل وتنظيم الأسواق المصرفية بشكل مستمر وخصوصاً في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية، وبالتالي تكون التساؤلات المطروحة متعلقة بسلوكيات العملاء مع هذه المتغيرات، الامر الذي يتطلب أن تقوم المصارف بإعداد الدراسات المتأنية قبل طرح أي منتج مصرفي الكتروني وأن يتم البدء بالمرحلة التجريبية قبل مرحلة التشغيل المباشر حرصاً منها علي تقديم خدمة مصرفية متميزة للعميل حيث أن عملية إتخاذ القرار لقبول واستخدام الخدمة المصرفية الالكترونية من قبل العميل يتطلب من المصرف معرفه ما هي نوع الخدمة التي تلبي احتياجات العميل؟ ومعرفة مجموعة العوامل المؤثر في قبول الخدمة المصرفية الالكترونية (الاسعار- الانتشار- الجودة...الخ).

وقد تم وضع عدد من النظريات التي تساعد في تفسير قبول تبني المنتجات الجديدة بما في ذلك تبني التقنيات المصرفية الحديثة ومن تلك النظريات نموذج قبول التقنية ((Technology Acceptance Model- TAM بامتداداته المختلفة (TAM2) (TAM3) - وكذلك النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية (Unified Theory for Acceptance and Use of technology- UTAU) والتي جاءت كنتيجة لتجميع عدد من النظريات ذات العلاقة في مسعى لتوحيد العناصر التي يمكن ان تؤثر على سلوك المستخدمين تجاه التقنيات الحديثة. وحتى هذه النظرية لم تسلم من التعديل والتطوير حيث اجريت عليها عدد من الدراسات والاضافات والامتدادات لعل من ابرزها امتداد النظرية (2UTAU)، وتعتبر الدراسة الحالية من الدراسات التي تدخل بعض التعديلات على النظرية الاساسية. كل هذه النظريات وغيرها تناولت كيفية دراسة سلوك التبنّي والعوامل المؤثرة فيه، وعليه فان المصارف معنية بانتهاج الاسلوب العلمي في التعرف

د. محمد شرف الدين الطيب
د. عبد العظيم سليمان المهمل
د. محمد حمد محمود

5- هل تؤثر العوامل الديمغرافية (الخبرة-النوع- العمر) في النية لاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

ثالثاً: فرضيات الدراسة:

سعت الدراسة لاختبار الفرضيات التالية:

- 1- هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية ايجابية بين جودة الخدمة المصرفية الالكترونية والنية في الاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية
- 2- هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية ايجابية بين قيمة الاسعار والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.
- 3- هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية ايجابية بين انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.
- 4- هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية ايجابية بين التأثيرات الاجتماعية والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.
- 5- هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية ايجابية بين الخصائص الديمغرافية (الخبرة - النوع - العمر) والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

رابعاً: اهداف الدراسة:

هدفت الدراسة لتحقيق الآتي:

- 1- التعرف على أثر جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في النية لاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.
- 2- التعرف على أثر قيمة الاسعار للخدمات المصرفية الالكترونية في النية لاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية
- 3- التعرف على أثر انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية في النية لاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية
- 4- التعرف على أثر التأثيرات الاجتماعية في النية لاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.
- 5- التعرف على أثر العوامل الديمغرافية (الخبرة، النوع، العمر) في النية لاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

خامساً: اهمية الدراسة:

الاهمية النظرية:

تعتبر هذه الدراسة جزء من الادبيات التي تسهم في وضع امتدادات للنظرية الموحدة لقبول التقنية حيث استعاضت عن الشروط الميسرة بجودة الخدمة كما اضافت متغير قيمة السعر ومتغير الانتشار كمتغيرات تسهم مع بقية المتغيرات التي تضمنتها النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية في تفسير نية العملاء لاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

على محفزات التبني السليم للتقنيات المصرفية الحديثة كل حسب البيئة والظروف المحيطة التي يعمل فيها، وهذا الاسلوب العلمي يتوقع ان ينتج عنه تبني فاعل للخدمات المصرفية الالكترونية يتم فيه تحقيق افضل النتائج باقل التكاليف والمجهودات الممكنة.

والمصارف العاملة بالسودان لم تكن ببعيدة عما يدور حولها من تبني التقنيات المصرفية في مختلف انحاء العالم، حيث سعت متضامنة ومنفردة في تطبيق الخدمات المصرفية الالكترونية، فقد باشرت في تقديم خدماتها عبر الصرافات الالية (Automated Teller Machines -ATMs)، وايضا قامت بادخال تقنية نظام نقاط البيع ونظام (Point of Sale -POS) وكذلك نظام الرسائل القصيرة (Short Message System) ونظام الهاتف المصرفي (Phone Bank)، وخدمة الانترنت المصرفي (Internet Banking) ... وغيرها من الخدمات. ولقد تم كل ذلك برعاية واشراف بنك السودان المركزي الذي قام بوضع الخطط الاستراتيجية والسياسات الهادفة لاصلاح الجهاز المصرفي وتمكينه من مواكبة تطورات الصناعة والتقنية المصرفية وذلك منذ العام 1999م وحتى الان، كما ساهم في انشاء شركة متخصصة تتولى رعاية برامج التقنية المصرفية.

وفي سياق هذه المجهودات المتعددة حاولت هذه الدراسة تقويم تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في السودان باسلوب علمي ومنهجي معتمدة على للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

تبحث هذه الدراسة في تقويم تجربة تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العاملة بالسودان، وذلك من خلال دراسة العناصر التي اثرت على تبني العملاء للخدمة، وذلك باستخدام للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية مع ادخال بعض التعديلات بتضمين متغير جودة الخدمة ليحل محل كل من متغير الشروط الميسرة ومتغير الاداء المتوقع ومتغير الجهد المتوقع، كما تم ايضاً تضمين كل من متغير قيمة السعر بالنسبة للخدمة المقدمة ومتغير انتشار الخدمة مع بقاء بقية المتغيرات التي وردت في النظرية على حالها، وعليه يمكن ان تنبع من مشكلة الدراسة التساؤلات التالية:

- 1- هل تؤثر جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في النية لاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.
- 2- هل تؤثر قيمة الاسعار للخدمات المصرفية الالكترونية في النية لاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية
- 3- هل يؤثر انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية في النية لاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.
- 4- هل تؤثر التأثيرات الاجتماعية في النية لاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

الاهمية التطبيقية:

مخرجات هذه الدراسة يمكن أن توفر بيان دقيق وعلمي للمصارف والجهات الاخرى ذات الصلة عن العناصر المؤثرة في نية العملاء لاستخدام الخدمة المصرفية الالكترونية، مما يتيح لتلك المصارف التركيز على تلك الجوانب عند وضع الاستراتيجيات و الخطط التسويقية وعند استهداف العملاء بتلك الخدمات. كما يمكن ان تشكل المخرجات قاعدة ولتقوم المصارف بعملية تقويم لتجربتها الحالية والى اى مدى تتفق مع المعايير والتجارب العالمية.

سادساً: منهجية الدراسة:

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث تم جمع البيانات الاولى من عينة من عملاء المصارف العاملة بالسودان عن طريق اداة الاستبانة بعد تحديد المقاييس الملائمة والمتعارف عليها لمتغيرات الدراسة ثم تحليل تلك البيانات باستخدام برنامج التحليل الاحصائي SPSS وذلك بغرض اختبار فرضيات الدراسة. ايضا استعانت الدراسة بالبيانات الثانوية من مصادرها المختلفة.

سابعاً: حدود الدراسة:

تقيدت الدراسة بتحقيق الأهداف الرئيسية لها والمتمثلة في قياس العوامل المؤثرة في نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية والمؤثرة بدورها في سلوك العميل والتي حددت في الجودة، قيمة الاسعار، الانتشار والتاثيرات الاجتماعية، كما وضعت في الاعتبار بعض العوامل الديمغرافية. وقد ركزت الدراسة علي عينة من المصارف داخل ولاية الخرطوم وذلك في الفترة الزمنية العام 2011 م.

ثامناً: هيكل الدراسة:

قسمت الدراسة الى ثلاثة محاور، الاول منها يتناول الاطار العام للدراسة والثاني يتناول الاطار النظري للدراسة بينما يتناول المحور الثالث والاخير الدراسة المبدئية والخاتمة.

المحور الثاني: الاطار النظري للورقة:

أولاً: النظرية الموحدة لقبول التقنية:

بما ان هذه الدراسة هدفت لتقييم اثر بعض العناصر في نية العملاء لاستخدام الصيرفة الالكترونية كان لابد من تناول تلك العناصر والمتغيرات وتوضيح علاقتها بتبني التقنية المصرفية. المرجعية الرئيسية التي اعتمدت عليها هذه الدراسة في تحديد العناصر التي تؤثر في نية استخدام التقنية هي النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية، وهي جزء من النظريات العديدة التي حاولت تفسير سلوك المستخدمين عند تعريضهم لتقنيات جديدة ولعل النظرية الموحدة تميزت عن تلك

النظريات والنماذج بانها ضمت عدد من النظريات والنماذج السابقة لها ومن هنا جاءت عبارة الموحدة حيث حاولت النظرية الجمع بين عدد من المتغيرات التي تؤثر على نية الاستخدام وسلوك الاستخدام والتي كانت قد وردت في نظريات اخرى بشكل متفرق، ويرى البعض (فينكاتيش وآخرون 2003م)⁽¹⁾ أن النظرية الموحدة لقبول التقنية تتميز عن بقية النظريات بتفسيرها لنية وسلوك المستهلك للتقنية بينما لا تفعل بقية النظريات ذلك. وبما ان هدف هذه الدراسة هو تتبع سلوك العميل (طالب الخدمة) فان النظرية الموحدة تعتبر من النماذج المناسبة لقياس ذلك خلافا لنماذج ونظريات اخرى صممت في الاساس لقياس سلوك اطراف اخرى على سبيل المثال مشغل النظام (استوفاج وآخرون 2009م)⁽²⁾. وبالرغم من نجاح النظرية في تقديم تفسير لسلوك العملاء تجاه التقنيات الجديدة من خلال عدد من العوامل والتي تمثلت في الاداء المتوقع، الجهد المتوقع، العوامل المساعدة، المؤثرات الاجتماعية مع قياس اثر عدد من المتغيرات التحكمية المتمثلة في الطوعية و بعض العوامل الديمغرافية (النوع، العمر والخبرة)، الا ان الدراسات اثبتت حاجة النظرية الى المزيد من التعديل لتضم كل العناصر التي يعتقد ان لها اثر على سلوك المستهلكين في هذا الخصوص، ومن هنا نشأت عدد من الامتدادات للنظرية الاساسية (جونز 2006)⁽³⁾. وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات التي تبحث في سلوك المستهلكين للتقنيات الجديدة من خلال امتداد للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية يتضمن عدد من المتغيرات التي لم ترد في النظرية الاساسية، حيث تم دمج متغيرات الاداء المتوقع والجهد المتوقع والعوامل المساعدة ليستعاض عنها بمتغير جودة الخدمة، وايضا تم التغاضي عن متغير الطوعية والذي يعني الاستخدام الطوعي والاختياري للتقنية باعتبار انه بالنسبة للعملاء فان استخدام التقنية عادة ما يحدث بشكل طوعي على خلاف حالات اخرى يكون فيها المستخدم يكون مجبراً على استخدام تقنية بعينها، هذا فضلا عن ان بعض الدراسات اشارت الى ان هذا المتغير يؤثر بشكل غير مباشر على النية في استخدام التقنية وانه لا تأثير له في حالة استهداف العملاء بتقنية حديثة (فينكاتيش وآخرون، 2012م)⁽⁴⁾ (فينكاتيش وجيمس ثونغ وشين شو، 2012م).

ثانياً: متغيرات النموذج المعدل للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية:

1- جودة الخدمة المصرفية الالكترونية:

مفهوم جودة المنتج من المفاهيم الاساسية في عالم الاعمال حيث انه يعبر بشكل عام عن مدى تمتع المنتج بدرجة من الاداء تتناسب مع توقعات العملاء، ويصبح تحقيق هذا المفهوم اكثر صعوبة في حالة الخدمات مقارنة بالسلع. اذا ان الخدمات ونتيجة لطبيعتها غير الملموسة تكون هناك صعوبة في التحقق من الجودة فيها ومن ثم قياسها. وقد تم

تطوير عدد من المقاييس لهذا الغرض منها على سبيل المثال نموذج قياس جودة الخدمات بإبعاده المختلفة والذي اثبت نجاحا في قياس مستوى جودة الخدمات المصرفية التقليدية والتي كانت مثار اهتمام الباحثين منذ امد بعيد (ديفد 1986م)⁽⁵⁾.

ومع مرور الوقت وتطور الخدمات المصرفية الى خدمات الكترونية ظهرت الحاجة لتطوير مقاييس للجودة تتلائم وطبيعة الخدمات الجديدة عبر ابعاد تراعي تلك الطبيعة (عبد الرحمن، 1996)⁽⁶⁾، وهي المقاييس التي استخدمت في هذه الدراسة باعتبار انها تتناول الخدمات المصرفية الالكترونية. وتتميز مقاييس جودة الخدمة المصرفية الالكترونية بدرجة من التحديد اذ انها تضع مقاييس متباينة للوسائط المختلفة حيث تراعي تلك المقاييس الاختلاف في طبيعة الوسائط المتعددة التي تقدم عبرها الخدمات المصرفية الالكترونية مما يقود الى نتائج اكثر دقة وتحديدا بخصوص الوسيط الذي يتم قياس جودته. ليس ذلك فحسب بل ان الجودة اعتبرت عاملا يؤثر في استخدام التقنيات الجديدة، حيث اعتبرت في بعض النماذج التي تفسر قبول التقنية كامتداد نموذج قبول التقنية والذي سبق النظرية الموحدة لقبول التقنية جانبا من اداء المنتج لوظائفه (فينكاتيش، 2000م)⁽⁷⁾. وقد ناقشت بعض الدراسات تطوير ابعاد لقياس جودة الخدمات الالكترونية واعتبارها حافزا لقبال على تلك الخدمات (فينكاتيش، 2003م). لهذا السبب فإن هذه الدراسة انتهجت مسار عدد من الدراسات القليلة الرائدة وذلك في تضمين متغير جودة الخدمة كعامل مؤثر على سلوك المستهلكين تجاه التقنيات الجديدة ضمن محتوى يشكل امتداد للنظرية الموحدة لقبول التقنية وذلك عوضا عن متغير الشروط الميسرة الذي يضم عناصر مثل (توفر السرية، توفر الامان وغيرها) ومتغير الاداء المتوقع والذي يضم عناصر مرتبطة بالتقنية الجديدة مثل كونها (سريعة- مفيدة- جذابة- واضحة- دقيقة) ومتغير الجهد المتوقع والذي يضم عناصر تشير الى ان التقنية الجديدة (مفهومة للعملاء- يتم التعامل معها بمهارة- يمكن استخدامها بيسر). وهذه الابعاد والمضامين التي احتوتها المتغيرات الثلاثة التي تم استبدالها تعتبر جميعها جزء من ابعاد متغير جودة الخدمة المصرفية الالكترونية كما سيتضح لاحقا من مفردات هذا المتغير، وبما ان عدد من الدراسات اشارت الى تاثير الجودة في سلوك المستهلك تجاه التقنية الجديدة اصبح من الممكن اعتماد هذا المتغير بديلا للمتغيرات الثلاثة في امتداد النظرية الذي اعتمدته هذه الدراسة (انظر شكل 1).

2- قيمة السعر للخدمة المصرفية الالكترونية:

ويقصد بقيمة السعر المقابل الذي يدفعه الشخص للحصول على منتج ما ومدى ملائمة ذلك المقابل للفائدة التي تعود من استخدام المنتج سواء كان ذلك المنتج سلعة او خدمة كما هو الحال في هذه الدراسة. وقد اشارت العديد من الدراسات لاهمية السعر في عملية الاستحواذ على المنتجات (زيتما، 1988م)⁽⁸⁾ بل واثره الايجابي في النية في استخدام

المنتج حيث كل ما قل السعر مقابل الفائدة المرجوة زاد الاقبال على المنتج والعكس صحيح (و دودز وآخرون، 1991م). وفي هذا الاتجاه فان السعر اعتبر احد المؤشرات القوية في تحديد نية قبول التقنية ومن ثم استخدامها حيث يشجع السعر المنخفض المستهلكين على النية في استخدام التقنيات الجديدة، بينما بالمقابل يساعد السعر المرتفع في عدم تشكل نية لشراء التقنيات الجديدة خوفا من عدم حصول المستهلك على المنفعة المرجوة مقابل السعر المرتفع الذي سيقوم بدفعه (باقوزي وآخرون، 2007م)⁽⁹⁾. (باقوزي وفينكاتيش وآخرون 2007م). وفي السياق نفسه ذهبت دراسات اخرى في اتجاه ضرورة توسيع نطاق النظريات التي تفسر سلوك المستهلكين تجاه التقنيات الجديدة وتضمينها متغير قيمة السعر باعتبار انه واحد من اهم المتغيرات التي يمكن تضمينها في هذا الخصوص (والفلسون و كيرمان، 2007م)⁽¹⁰⁾. وهذا بالفعل ما ذهبت اليه هذه الدراسة بتضمينها متغير قيمة السعر ضمن المتغيرات المؤثرة على نية استخدام التقنية.

3- انتشار الخدمة المصرفية الالكترونية:

يقصد بانتشار الخدمة المصرفية مدى توفرها وقربها من العملاء المستهدفين، حيث كان توزيع شبكة فروع البنك المعين جغرافيا، وبشكل ملائم في السوق المستهدف عاملا مهما في اقبال العملاء على التعامل مع ذلك المصرف. وفيما يتعلق بانتشار الخدمة المصرفية الالكترونية فان انتشار الخدمة يقصد به في هذه الحالة توزيعها على السوق المستهدف بشكل ملائم بغض النظر عن الوسيط المستخدم. ففي حالة الصراف الآلي مثلا يعني الانتشار توزيع الصرافات بشكل ملائم على المناطق المستهدفة، بينما في وسائط الكترونية اخرى يعني امتداد وتوفر شبكة الخدمة وتوزيعها على كافة ارجاء السوق المستهدف بشكل يلائم الوسيط المستخدم بغض النظر عن اختلاف وتعدد الشبكات التي يمكن الاعتماد عليها لتحقيق هذا الهدف. وقد اثبتت العديد من الدراسات اثر الانتشار في تحقيق البنك لاهدافه واستقطابه للعملاء (النور، 2013)⁽¹¹⁾.

واعتبر عامل الانتشار الذي يلائم طبيعة الخدمة المصرفية الالكترونية ضمن عوامل اخرى من اهم محفزات نجاح تبني التقنيات المصرفية الحديثة، حيث تعاني التقنيات الحديثة مشكلات كبيرة مرتبطة بالبنية الأساسية وثقافة التعامل والقوانين وغيرها الامر الذي يشكل عائقا كبيرا دون سهولة انتشار تلك الخدمات، وهذا ما ذهبت اليه العديد من الدراسات والتي تفيد في نهاية الامر ان انتشار الخدمة المصرفية الالكترونية يؤثر تأثيرا مباشرا في نية العميل في استخدامها (الشمرى والعبداللات، 2007 م)⁽¹²⁾.

4- التأثيرات الاجتماعية:

ويقصد بهذا المتغير الجوانب المرتبطة بالمجتمع الذي يعيش فيه العميل الراغب في استخدام التقنية واسقاطات تلك الجوانب على استخدامه

4- المقاصة الإلكترونية:

جدول رقم (4): عدد الشيكات المتداولة في المقاصة الالكترونية

السنة	عدد الشيكات المتداولة في المقاصة الالكترونية
2007	2,855,211
2008	3,027,427
2009	3,919,891
2010	4,175,942
2011	4,321,854
2012	4,379,127

المصدر: www.ebs.sd.net

المحور الثالث: الدراسة الميدانية والخاتمة

أولاً: إجراءات الدراسة الميدانية

يشتمل هذا المبحث على الإجراءات التي اتبعها الباحث في الدراسة التطبيقية من تحديد مجتمع الدراسة التطبيقية، واختيار مفردات العينة الممثلة لهذا المجتمع ووصفها. مع بيان الأداة المستخدمة لجمع البيانات وكيفية التوصل إليها، وإجراء اختبارات الثبات والصدق لهذه الأداة للتأكد من صلاحيتها للدراسة. كما يتم توضيح المقاييس والأساليب الإحصائية التي تستخدم لدراسة وتحليل البيانات وذلك على النحو التالي:

1- مجتمع وعينة الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، ويتكون المجتمع الأساسي للدراسة من جميع المصارف العاملة بالسوق السوداني وتم اختيار عينة قصدية منها من البنوك الرائدة في التقنية المصرفية تكونت من:

أ/ بنك فيصل الاسلامي السوداني.

ب/ بنك السلام.

ج/ بنك الخرطوم.

د/ بنك ام درمان الوطني.

وتم اختيار مفردات العينة المكونة من عملاء المصارف عينة الدراسة بطريقة العينة (العشوائية البسيطة) وهي احدى العينات الاحتمالية حيث تم توزيع عدد (200) استبانة وتم استرجاع (150) استبانة سليمة بنسبة 75%.

2- تصميم أداة الدراسة:

من اجل الحصول على المعلومات والبيانات الاولية لهذه الدراسة قام الباحث بتصميم استبانة لدراسة وتحليل وتقويم تجربة الخدمات المصرفية الالكترونية في المصارف السودانية. تتألف من ثلاثة أقسام: القسم الأول: اشتمل على خطاب موجه للمستجيبين يبين هدف الدراسة وعنوانها.

القسم الثاني: وشمل البيانات الخاصة بأفراد عينة الدراسة: وهي البيانات الشخصية المتعلقة بوصف عينة الدراسة وهي: النوع، العمر،

للتقنية. وهذا المتغير هو احد المتغيرات التي وردت في النظرية الاساسية لقبول واستخدام التقنية باعتبار ان قرار العميل باستخدام تقنية ما لا بد وان يتاثر بالمحيط الاجتماعي لذلك العميل، وهذا المحيط يتكون بشكل عام من الاشخاص الذين يمكن ان يكون لهم تاثير في اتخاذ العميل لقرارت معينة او انتهاجه لسلوكيات محددة(.....)(13).

ثالثاً: بعض مؤشرات استخدام المصارف العاملة بالسودان للتقنيات المصرفية الحديثة خلال الفترة (2006-2012)

1- بطاقات الصراف الالي:

جدول رقم (1): عدد البطاقات المصدرة للمصارف

السنة	عدد البطاقات المصدرة	الزيادة السنوية
2006	55,846	-
2007	184,351	330%
2008	345,351	187%
2009	735,351	213%
2010	963,933	131%
2011	1,158,429	120%
2012	1,326,931	114%

المصدر: www.ebs.sd.net بتصرف

2- ماكينات الصراف الالي وحجم التعامل بها:

جدول رقم (2): اجمالي عدد ماكينات الصرافات الالية

السنة	عدد الماكينات	الزيادة السنوية	عدد المعاملات	الزيادة السنوية
2005	107	-	N/A	-
2006	253	236%	460,142	-
2007	371	147%	3,338,791	726%
2008	506	136%	9,042,324	271%
2009	661	131%	14,168,413	157%
2010	739	112%	18,870,643	133%
2011	865	117%	25,842,033	137%

المصدر: شركة الخدمات المصرفية الالكترونية تقارير 2005-2011م

3- طرفيات نقاط البيع وحجم التعامل بها:

جدول رقم (3): عدد المعاملات عبر نقاط البيع في محول القيود القومي

السنة	عدد الطرفيات	الزيادة السنوية	عدد المعاملات عبر محول القيود القومي	الزيادة السنوية
2007	941	-	162	-
2008	1436	153%	6608	4079%
2009	1556	111%	16461	249%
2010	1732	99%	17973	109%
المجموع	1741	101%	41204	229%

المصدر: www.ebs.sd.net

الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، المهنة، الدخل الشهري، التعامل مع الحاسب الآلي، المعرفة بالحاسب الآلي وسنوات التعامل مع المصارف. القسم الثالث: وشمل متغيرات الدراسة الأساسية وتكون من (36) عبارة قسمت لسبع محاور على النحو التالي:

المحور الأول: انتشار الخدمة المصرفية ويتكون هذا المحور من (5) عبارات.

المحور الثاني: المؤثرات الاجتماعية على استخدام الخدمة المصرفية الالكترونية، ويتكون من (4) عبارات. (فينكاتيش 2003م).

المحور الثالث: قيمة سعر الخدمات المصرفية الالكترونية ويتكون من (5) عبارات.

المحور الرابع: جودة الخدمة المصرفية (جودة خدمة الصراف الآلي) ويتكون من (10) عبارات.

المحور الخامس: جودة الخدمة المصرفية (جودة الخدمات المصرفية عبر الانترنت) ويتكون من (9) عبارات. (خلود، 2011).

المحور السادس: نية استخدام التكنولوجيا ويتكون من (3) عبارات. (فينكاتيش 2003م).

المحور السابع: سلوك الاستخدام ويتكون من (3) عبارات. (فينكاتيش 2003م).

وقد اعتمد الباحث في إعداد هذا القسم على مقياس ليكرت (Likert Scale) الخماسي وهو يتراوح بين (موافق بشدة - غير موافق بشدة)، وقد تم تصحيح المقياس المستخدم في الدراسة كالآتي:

- الدرجة الكلية للمقياس هي مجموع درجات المفردة على العبارات.
- إعطاء كل درجة من درجات مقياس ليكرت الخماسي وزن ترجيحي وقد تمّ حساب الأوساط المرجحة لهذه الأوساط كما في الجدول (5):

جدول رقم (5): الوزن والوسط المرجح لمفردات مقياس الدراسة

الخيار	لأوافق بشدة	لأوافق	محايد	أوافق بشدة	أوافق
الوزن	1	2	3	4	5
المتوسط المرجح	1.79-0.1	2.59-1.8	3.39-2.6	4.19-3.4	5.4-2

3- أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة في الدراسة:

قام الباحث بتميز أسئلة الاستبانة ومن ثمّ تفريغ البيانات التي تمّ جمعها من خلال الاستبانة وذلك باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS Statistical Package for Social Sciences) ومن ثمّ تحليلها من خلال مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات ونوع متغيرات الدراسة، لتحقيق أهداف البحث واختبار فروض الدراسة، ولقد تمّ استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

أ- إجراء اختبار الثبات (Reliability Test) لأسئلة الاستبانة المكونة

من جميع البيانات باستخدام "معامل ألفا كرونباخ" (Cronbach's Alpha). وتم استخدامه لقياس الاتساق الداخلي لعبارات الدراسة للتحقق من صدق الأداء، ويعد المقياس جيداً وملائماً إذا زادت قيمة ألفا كرونباخ عن (60%).

ب- أساليب الإحصاء الوصفي: وذلك لوصف خصائص مفردات عينة الدراسة من خلال عمل جداول تكرارية تشمل التكرارات والنسب المئوية والرسومات البيانية للمتغيرات للتعرف على الاتجاه العام لمفردات العينة بالنسبة لكل متغير على حدى، والانحراف المعياري لتحديد مقدار التشتت في إجابات المبحوثين لكل عبارة عن المتوسط الحسابي. كذلك حساب المتوسط المرجح لإجابات العينة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس اتجاه آراء المستجيبين.

ج- أساليب الاحصاء الاستدلالية: وذلك لاختبار فروض الدراسة، وتمثلت هذه الأساليب في:

- اختبار (F)

- أسلوب الانحدار:

وتم استخدامه لاختبار الدلالة الاحصائية لفروض الدراسة عند مستوى معنوية 5% ويعنى ذلك انه اذا كانت قيمة (t) المحسوبة عند مستوى معنوية اقل من 5% يرفض فرض العدم ويكون الفرض البديل (فرض البحث) صحيحاً. اما اذا كانت قيمة (t) عند مستوى معنوية اكبر من 5% فذلك معناه قبول فرض العدم وبالتالي يكون الفرض البديل (فرض البحث) غير صحيح.

4- تقييم أدوات القياس: ويتم تقييم واختبار أدوات القياس من خلال المقاييس التالية:

(أ) ثبات المقياس (الاستبانة):

يقصد بالثبات استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، أي أن المقياس يعطي نفس النتائج باحتمال مساو لقيمة المعامل إذا أُعيد تطبيقه على نفس العينة (عز عبد الفتاح،). ويستخدم لقياس الثبات «معامل ألفا كرونباخ» (Cronbach's Alpha)، والذي يأخذ قيمةً تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر، وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام في البيانات فإن قيمة المعامل تساوي الواحد صحيح. ووضحت نتائج اختبار الثبات أن قيم ألفا كرونباخ لجميع محاور الدراسة أكبر من (60%) وبلغت القيمة لجميع المحاور 0.93 وتعنى هذه القيم توافر درجة عالية من الثبات الداخلي لجميع محاور الاستبانة.

(ب) صدق المقياس (الاستبانة):

يقصد بالصدق (أن المقياس يقيس ما وُضع لقياسه) وقد قام الباحث بالتأكد من صدق الاستبانة بطريقتين:

- **عن طريق التحكيم:** تم إجراء اختبار صدق المحتوى لعبارات المقاييس من خلال تقييم صلاحية المفهوم وصلاحية أسئلته من حيث

الصياغة والوضوح حيث قام الباحث بعرض الاستبيان على عدد من المحكمين الأكاديميين والمتخصصين في تخصص الدراسة والبالغ عددهم (3) محكمين، لتحليل مضامين عبارات المقاييس وتحديد مدى التوافق بين عبارات كل مقياس ثم قبول وتعديل بعض العبارات، وبعد استعادة الاستبيان من المحكمين ثم إجراء التعديلات التي اقترحت عليه، بالإضافة إلى الاستعانة بالدراسات السابقة، وبذلك تم تصميم الاستبانة في صورتها النهائية (انظر ملحق).

- **عن طريق المقياس:** تم إجراء اختبار الصدق لعبارات الاستبانة المستخدمة في جمع البيانات، عن طريق حساب الجذر التربيعي لمعامل الفا كرونباخ وقد انحصرت القيم لعبارات الاستبانة بين (0.9 و 0.83) وهي قيم كبيرة تفيد بصدق الاستبانة وأهليتها لقياس ما وضعت لقياسه.

ثانياً: تحليل البيانات واختبار فروض الدراسة:

لقد أسفر تحليل البيانات الديمغرافية للعلماء

1- الفرضية الأولى: والتي تنص على أن هنالك علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية واختبار هذه الفرضية تم استخدام كل من:

أولاً: التحليل الوصفي واختبار الفروق لعبارات الفرضية الأولى:

فيما يلي تقدير المتوسط والانحراف المعياري لجميع محاور الدراسة لمعرفة اتجاه عينة الدراسة والأهمية النسبية لعبارات الفرضية وترتيبها حسب اجابات الوحدات المبحوثة. الجدول (6) يوضح نتائج التحليل الوصفي لعبارات الفرضية.

جدول رقم (6): الاحصاء الوصفي لعبارات الفرضية الأولى

عبارات الفرضية	المتوسط	التفسير	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	الترتيب
1- يوفر البنك الفرصة لاستخدام القناة الالكترونية التي ترغب فيها	4.15	أوافق	1.05	83	1
2- تتوفر لك الخدمة عبر القناة التي ترغب فيها من أي مكان داخل البلاد	3.81	أوافق	1.17	76.2	3
3- لاتواجه صعوبة في استخدام قنوات الخدمة المصرفية الالكترونية متى ما احتجت اليها	3.93	أوافق	1.08	78.6	2
4- تنتشر قنوات تقديم الخدمة المصرفية الالكترونية بشكل يناسب احتياجاتك	3.80	أوافق	1.12	76	4
5- لديك كل ما تحتاج اليه عند ما ترغب في استخدام قنوات الخدمة المصرفية الالكترونية	3.77	أوافق	1.15	75.4	5
الاجمالي	3.89	أوافق	1.12	77.8	

المصدر: اعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الاحصائي

يتضح من الجدول رقم (6) ما يلي:

بلغت قيمة المتوسط لافراد عينة الدراسة لجميع عبارات الفرضية الاولى (3.89) بأنحراف معياري (1.12) وأهمية نسبية مقدارها (77.8)% وتعني هذه القيمة أن غالبية افراد العينة يوافقون على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الاولى مع اختلاف الأهمية النسبية من عبارة لآخرى.

ثانياً: استخدام اسلوب الانحدار:

وتم التعبير عن هذه الفرضية بالمتغيرات التالية:

1/ المتغير المستقل: وتمثله عبارات. انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية
2/ المتغير التابع: وتمثله عبارات. النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية

تم استخدام اسلوب تحليل الانحدار لتحليل العلاقة بين المتغيرات. وجاءت نتائج التحليل كما هو موضح في الجدول (7):

جدول رقم (7): نتائج تحليل الانحدار لفرضية الدراسة الاولى

عبارات الفرضية	معامل الارتباط	معامل التحديد	اختبار (T)	المعنوية	نتيجة الفرض
1- يوفر البنك الفرصة لاستخدام القناة الالكترونية التي ترغب فيها	0.36	0.13	4.32	0.000	قبول
2- تتوفر لك الخدمة عبر القناة التي ترغب فيها من أي مكان داخل البلاد	0.35	0.12	4.19	0.000	قبول
3- لاتواجه صعوبة في استخدام قنوات الخدمة المصرفية الالكترونية متى ما احتجت اليها	0.29	0.09	3.49	0.001	قبول
4- تنتشر قنوات تقديم الخدمة المصرفية الالكترونية بشكل يناسب احتياجاتك	0.23	0.05	2.57	0.011	قبول
5- لديك كل ما تحتاج اليه عند ما ترغب في استخدام قنوات الخدمة المصرفية الالكترونية	0.13	0.02	1.48	0.141	رفض
الاجمالي	0.31	0.10	3.64	0.003	قبول

المصدر: اعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الاحصائي

يتضح من الجدول رقم (7):

1. تشير النتائج الواردة بالجدول رقم (23/4) لجميع العبارات من خلال قيم معامل الارتباط وجود ارتباط طردى بين عبارات (انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية) و (النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) حيث بلغ معامل الارتباط لعبارات الفرضية على التوالي (0.36, 0.35, 0.29, 0.23, 0.13).

2. وجود تأثير لعبارات للمتغير المستقل (انتشار الخدمات المصرفية

الالكترونية) على المتغير التابع (النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) وذلك من خلال قيم معامل التحديد وهذا يدل على أن نسبة مايفسره عبارات المتغير المستقل (انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية) من المتغير التابع (النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) على التوالي (13%) - (12%) - (9%) - (5%) - (2%).

3. كما يتضح من نتائج التحليل وفقاً لقيم اختبار (t) وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين جميع عبارات المتغير المستقل (انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية) والمتغير التابع (النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) عند مستوى معنوية (5%) ماعدا العبارة الخامسة حيث جاءت قيمة مستوى المعنوية اكبر من (5%).

وعليه فإن هذه النتيجة تشير الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين جميع عبارات المتغير المستقل والمتغير التابع ماعدا عبارة واحدة. ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الاولى والتي نصت على: (هنالك علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) تم التحقق من صحتها.

2- الفرضية الثانية: والتي تنص على ان هنالك علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين التأثيرات الاجتماعية والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية، ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام كل من:

أولاً: التحليل الوصفي واختبار الفروق لعبارات الفرضية الثانية:

فيما يلي تقدير المتوسط والانحراف المعياري لجميع محاور الدراسة لمعرفة اتجاه عينة الدراسة والاهمية النسبية لعبارات الفرضية وترتيبها حسب اجابات الوحدات المبحوثة. الجدول (8) يوضح نتائج التحليل الوصفي لعبارات الفرضية.

جدول رقم (8) الاحصاء الوصفي لعبارات الفرضية الثانية

عبارات الفرضية	المتوسط	التفسير	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %	الترتيب
1- الافراد الذين لهم تأثير على قراراتك يعتقدون أنه يجب عليك أن تستعين بالخدمة المصرفية الالكترونية	3.73	أوافق	1.23	74.6	4
2- تتناسب الخدمة المصرفية الالكترونية مع بيتك وطبيعة تعاملاتك المالية	3.96	أوافق	1.05	79.2	3
3- اصبح من غير الممكن لك الاستغناء عن الخدمة المصرفية الالكترونية	4.08	أوافق	0.972	81.6	2
4- البنك يشجعك على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية	4.20	أوافق بشدة	0.968	84	1
الاجمالي	3.97	أوافق	1.10	79.4	

المصدر: اعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الاحصائي

يتضح من الجدول رقم (8) ما يلي:

بلغت قيمة المتوسط لافراد عينة الدراسة لجميع عبارات الفرضية الثانية (3.97) بأنحراف معياري (1.10) واهمية نسبية مقدارها (79.4%) وتعني هذه القيمة أن غالبية افراد العينة يوافقون على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الثانية مع اختلاف الاهمية النسبية للعبارات.

ثانياً: استخدام أسلوب الانحدار:

وتم التعبير عن هذه الفرضية بالمتغيرات التالية:

1/ المتغير المستقل: وتمثله عبارات. التأثيرات الاجتماعية

2/ المتغير التابع: وتمثله عبارات. النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار لتحليل العلاقة بين المتغيرات وجاءت نتائج التحليل كما هو موضح في الجدول (9):

جدول رقم (9): نتائج تحليل الانحدار لفرضية الدراسة الثانية

عبارات الفرضية	معامل الارتباط	معامل التحديد	اختبار (T)	المعنوية	نتيجة الفرض
1- الافراد الذين لهم تأثير على قراراتك يعتقدون أنه يجب عليك أن تستعين بالخدمة المصرفية الالكترونية	0.23	0.05	2.63	0.000	قبول
2- تتناسب الخدمة المصرفية الالكترونية مع بيتك وطبيعة تعاملاتك المالية	0.36	0.13	4.40	0.010	قبول
3- اصبح من غير الممكن بالنسبة لك الاستغناء عن الخدمة المصرفية الالكترونية	0.42	0.18	5.34	0.000	قبول
4- البنك يشجعك على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية	0.40	0.16	4.93	0.000	قبول

المصدر: اعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الاحصائي

يتضح من الجدول رقم (9):

1. تشير النتائج الواردة بالجدول رقم (23/4) لجميع العبارات من خلال قيم معامل الارتباط وجود ارتباط طردي بين عبارات (التأثيرات الاجتماعية) و(النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) حيث بلغ معامل الارتباط لعبارات الفرضية على التوالي (0.23)، (0.36)، (0.42)، (0.40).

2. وجود تأثير لعبارات للمتغير المستقل (التأثيرات الاجتماعية) على المتغير التابع (النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) وذلك من خلال قيم معامل التحديد وهذا يدل على أن نسبة مايفسره عبارات المتغير المستقل من المتغير التابع على التوالي (5%) - (13%) - (18%) - (16%).

3. كما يتضح من نتائج التحليل وفقاً لقيم اختبار (t) وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين جميع عبارات المتغير المستقل (التأثيرات الاجتماعية) والمتغير التابع (النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) عند مستوى معنوية (5%) و يلاحظ أن جميع قيم مستوى المعنوية أقل من مستوى المعنوية 5%.

وعليه فإن هذه النتيجة تشير الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين جميع عبارات المتغير المستقل والمتغير التابع.

ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثانية والتي نصت على: (هنالك علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين التأثيرات الاجتماعية والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) تم التحقق من صحتها.

3- الفرضية الثالثة: والتي تنص على أن هنالك علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين قيمة السعر والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية واختبار هذه الفرضية تم استخدام كل من:

اولاً: التحليل الوصفي واختبار الفروق لعبارات الفرضية الثالثة:

فيما يلي تقدير المتوسط والانحراف المعياري لجميع محاور الدراسة لمعرفة اتجاه عينة الدراسة والاهمية النسبية لعبارات الفرضية وترتيبها حسب اجابات الوحدات قيد الدراسة. الجدول (10) يوضح نتائج التحليل الوصفي لعبارات الفرضية.

جدول رقم (10): الاحصاء الوصفي لعبارات الفرضية الثالثة

عبارات الفرضية	المتوسط	التفسير	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %	الترتيب
1- يقوم البنك بشرح وتوضيح رسوم الخدمات المصرفية الالكترونية بالنسبة لك مسبقاً وعلى نحو كاف	4.17	أوافق	1.08	83.4	1
2- تعتبر رسوم الخدمة المصرفية الالكترونية مقبولة بالنسبة لك	4.12	أوافق	0.947	82.4	3
3- تعتبر رسوم الخدمة المصرفية الالكترونية التي تفرضها عليك البنك تنافسية	3.96	أوافق	1.14	79.2	4
4- يتم اظهار رسوم الخدمة المصرفية الالكترونية بوضوح في كشف حسابك	4.16	أوافق	0.972	83.2	2
5- تؤثر اسعار الخدمات المصرفية الالكترونية في اختيارك للبنك	3.86	أوافق	1.25	77.2	5
الاجمالي	4.05	أوافق	1.09	81.0	-

المصدر: اعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الاحصائي

يتضح من الجدول رقم (10) ما يلي:

بلغت قيمة المتوسط لافراد عينة الدراسة لجميع عبارات الفرضية الثالثة (4.05) بانحراف معياري (1.09) واهمية نسبية مقدارها (81%) وتعني هذه القيمة أن غالبية افراد العينة يوافقون على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الثالثة مع اختلاف الاهمية النسبية من عبارة لآخرى.

ثانياً: استخدام اسلوب الانحدار:

وتم التعبير عن هذه الفرضية بالمتغيرات التالية:

1/ المتغير المستقل: وتمثله عبارات قيمة الاسعار

2/ المتغير التابع: وتمثله عبارات النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام اسلوب تحليل الانحدار لتحليل العلاقة بين المتغيرات وجاءت نتائج التحليل كما هو موضح في الجدول (11):

جدول رقم (11): نتائج تحليل الانحدار لفرضية الدراسة الثالثة

عبارات الفرضية	معامل الارتباط	معامل التحديد	اختبار (T)	المعنوية	نتيجة الفرض
1- يقوم البنك بشرح وتوضيح رسوم الخدمات المصرفية الالكترونية بالنسبة لك مسبقاً وعلى نحو كاف	0.20	0.04	2.33	0.021	قبول
2- تعتبر رسوم الخدمة المصرفية الالكترونية مقبولة بالنسبة لك	0.28	0.08	3.33	0.001	قبول
3- تعتبر رسوم الخدمة المصرفية الالكترونية التي تفرضها عليك البنك تنافسية	0.24	0.06	2.79	0.006	قبول
4- يتم اظهار رسوم الخدمة المصرفية الالكترونية بوضوح في كشف حسابك	0.28	0.08	3.28	0.001	قبول
5- تؤثر اسعار الخدمات المصرفية الالكترونية في اختيارك للبنك	0.17	0.03	1.89	0.06	رفض

المصدر: اعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الاحصائي

يتضح من الجدول رقم (11):

1. تشير النتائج الواردة بالجدول رقم (23/4) لجميع العبارات من خلال قيم معامل الارتباط وجود ارتباط طردى بين عبارات المتغير المستقل (قيمة الاسعار) والمتغير التابع (النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) حيث بلغ معامل الارتباط لعبارات الفرضية على التوالي (0.17, 0.28, 0.24, 0.28, 0.20).

2. وجود تأثير لعبارات للمتغير المستقل (قيمة الاسعار) على المتغير التابع (النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) وذلك من خلال قيم معامل التحديد وهذا يدل على أن نسبة مايفسره المتغير المستقل من المتغير التابع على التوالي (4%) - (8%) - (6%) - (8%) - (3%).

3. كما يتضح من نتائج التحليل وفقاً لقيم اختبار (t) وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين جميع عبارات المتغير المستقل (قيمة الاسعار) والمتغير التابع (النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) عند مستوى معنوية (5%) ماعدا العبارة الخامسة حيث جاءت قيمة مستوى المعنوية اكبر من (5%).

وعليه فإن هذه النتيجة تشير الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين جميع عبارات المتغير المستقل والمتغير التابع ماعدا عبارة واحدة ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثالثة والتي نصت على: (هنالك علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين قيمة الاسعار والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) تم التحقق من صحتها

4- الفرضية الرابعة: والتي تنص على أن هنالك علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين جودة الخدمة المصرفية الالكترونية والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية. وقد تم قياس جودة الخدمة المصرفية الالكترونية بكل من جودة خدمة الصراف الالى وجودة الخدمة المصرفية عبر الانترنت، واختبار الفروق لعبارات الفرضية الرابعة المتعلقة بجودة خدمة الصراف الالى:

الجدول (12) يوضح تقدير المتوسط والانحراف المعياري لجميع عبارات الفرضية ذات العلاقة بجودة خدمة الصراف الالى لمعرفة اتجاه عينة الدراسة والاهمية النسبية للعبارات وترتيبها حسب اجابات الوحدات المبحوثة.

جدول رقم (12): الاحصاء الوصفي لعبارات الفرضية الرابعة المتعلقة بمحور جودة خدمة الصراف الالى

عبارات الفرضية	المتوسط	التفسير	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %	الترتيب
1- يوجد عدد كافى بالنسبة لك من اجهزة الصرافات الالية	4.13	أوافق	1.14	82.6	4
2- تعتبر مواقع الصرافات الالية آمنة بالنسبة لك	4.07	أوافق	1.05	81.4	6
3- تعتبر مواقع الصرافات الالية مناسبة لك	3.97	أوافق	1.11	79.4	8
4- يسهل عليك استخدام الصرافات الالية والتعامل معها	4.32	أوافق بشدة	0.898	86.4	1
5- يوفر لك الصراف الالى وظائف وخدمات متعددة	4.21	أوافق بشدة	0.936	84.2	3
6- تتوفر لك خدمة الصراف الالى على مدار ال 24 ساعة	4.31	أوافق بشدة	0.997	86.2	2
7- توفر لك خدمة الصراف الالى اشعار عند اجراء أى عملية	4.05	أوافق	1.11	81	7
8- يتعامل البنك فوراً مع المشاكل التى تواجهك عند استخدام الصراف الالى	3.91	أوافق	1.18	87.2	9
9- تجد عبارات الترحيب والتهنئة عند استخدامك للصراف الالى	4.13	أوافق	0.953	82.6	5
10- يخطر البنك بالاعطال فى نظام الصراف الالى فى وقت مناسب	3.77	أوافق	1.30	75.4	10
الاجمالى	4.09	أوافق	1.08	81.8	-

المصدر: اعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الاحصائي

يتضح من الجدول رقم (12) ما يلى:

بلغت قيمة المتوسط لافراد عينة الدراسة لجميع عبارات الفرضية الرابعة المتعلقة بمحور جودة خدمة الصراف الالى (4.09) بأنحراف معياري (1.08) واهمية نسبية مقدارها (81.8)% وتعنى هذه القيمة أن غالبية افراد العينة يوافقون على ما جاء بجميع عبارات المحور. مع وجود اختلاف في الاهمية النسبية بين العبارات.

جدول رقم (12): الاحصاء الوصفي لعبارات الفرضية الرابعة المتعلقة بمحور جودة الخدمة المصرفية عبر الانترنت

عبارات الفرضية	المتوسط	التفسير	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %	الترتيب
1- تتوفر لك المعلومات عن البنك والخدمة المصرفية المقدمة عبر موقع البنك الالكترونى	4.32	أوافق بشدة	0.813	86.4	1
2- تجد موقع البنك عبر الانترنت سريع التصفح	4.08	أوافق	0.919	81.6	2
3- تجد موقع البنك عبر الانترنت سهل الاستخدام	4.07	أوافق	0.924	81.4	3
4- تتوفر لك الحماية من مخترقى نظام الخدمة عند استخدام موقع البنك عبر الانترنت	3.91	أوافق	0.961	78.2	7
5- واجهة موقع البنك على الانترنت بالنسبة لك دقيقة وواضحة	3.96	أوافق	1.03	79.2	5
6- تجد البيانات والمعلومات فى موقع البنك الالكترونى دقيقة وحديثة	4.06	أوافق	0.917	81.2	4
7- تصميم موقع البنك على شبكة الانترنت جذاب بالنسبة لك	3.77	أوافق	1.12	75.4	8
8- تتوفر لك الخدمة بموقع البنك على الانترنت بشكل يجعلك تعتمد عليها	3.76	أوافق	1.13	75.2	9
9- يتم تصميم واجهة موقع البنك على الانترنت بما يتناسب مع احتياجاتك	3.93	أوافق	0.960	78.6	6
الاجمالى	4.03	أوافق	0.959	80.6	-

المصدر: اعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الاحصائي

يتضح من الجدول رقم (12) ما يلى:

بلغت قيمة المتوسط لافراد عينة الدراسة لجميع عبارات الفرضية الرابعة المتعلقة بمحور جودة خدمة الانترنت المصرفي (4.03) بأنحراف معياري (0.959) واهمية نسبية مقدارها (80.6)% وتعنى هذه القيمة أن غالبية افراد العينة يوافقون على ما جاء بجميع عبارات المحور. مع وجود اختلاف في الاهمية النسبية بين العبارات.

ثانياً: استخدام اسلوب الانحدار: وتم التعبير عن هذه الفرضية

بالمتمغيرات التالية:

1/ المتغير المستقل: وتمثله عبارات. جودة الخدمة المصرفية الالكترونية عبر محوريين:

أ- جودة الخدمة المصرفية المقدمة عبر الصراف الآلي

ب- جودة الخدمة المصرفية المقدمة عبر الانترنت

2/ المتغير التابع: وتمثله عبارات. النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية

استخدام اسلوب تحليل الانحدار للمحور الاول للمتغير المستقل جودة خدمة الصراف الآلي:

ولاختبار هذا المحور تم استخدام اسلوب تحليل الانحدار لتحليل العلاقة بين جودة خدمة الصراف الآلي والنية في استخدام الخدمة المصرفية الالكترونية، وجاءت نتائج التحليل كما هو موضح في الجدول (13):

جدول رقم (13): نتائج تحليل الانحدار لفرضية الدراسة الرابعة

محور جودة الخدمة المصرفية عبر الصراف الآلي

عبارات الفرضية	معامل الارتباط	معامل التحديد	اختبار (T)	المعنوية	نتيجة الفرض
1- يوجد عدد كافي بالنسبة لك من اجهزة الصرافات الآلية	0.14	0.02	1.56	0.119	رفض
2- تعتبر مواقع الصرافات الآلية آمنة بالنسبة لك	0.34	0.12	4.11	0.000	قبول
3- تعتبر مواقع الصرافات الآلية مناسبة لك	0.30	0.09	3.52	0.001	قبول
4- يسهل عليك استخدام الصرافات الآلية والتعامل معها	0.42	0.18	5.26	0.000	قبول
5- يوفر لك الصراف الآلي وظائف وخدمات متعددة	0.51	0.26	6.72	0.000	قبول
6- تتوفر لك خدمة الصراف الآلي على مدار ال 24 ساعة	0.39	0.15	4.77	0.000	قبول
7- توفر لك خدمة الصراف الآلي اشعار عند اجراء اى عملية	0.24	0.06	2.82	0.005	قبول
8- يتعامل البنك فوراً مع المشاكل التي تواجهك عند استخدام الصراف الآلي	0.22	0.05	2.60	0.010	قبول
9- تجد عبارات الترحيب والتهنئة عند استخدامك للصراف الآلي	0.29	0.09	3.50	0.001	قبول
10- يخطر البنك بالاعطال في نظام الصراف الآلي في وقت مناسب	0.09	0.01	1.05	0.295	رفض

المصدر: اعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الاحصائي

يتضح من الجدول رقم (13):

1. تشير النتائج الواردة بالجدول رقم (13) من خلال قيم معامل الارتباط الى وجود ارتباط طردى بين جميع عبارات المحور الأول للمتغير المستقل (جودة الخدم المصرفية الالكترونية عبر الصراف الآلي) والمتغير التابع (النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) حيث تراوح معامل الارتباط بين (0.01) و (0.51).

2. وجود تأثير لعبارات المحور الاول للمتغير المستقل (جودة الخدمة

المصرفية الالكترونية عبر الصراف الآلي) على المتغير التابع (النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) وذلك من خلال قيم معامل التحديد والذي تراوح بين (0.01) و (0.26).

3. كما يتضح من نتائج التحليل وفقاً لقيم اختبار (t) وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين جميع عبارات المحور الاول للمتغير المستقل (جودة الخدمة المصرفية الالكترونية عبر الصراف الآلي) والمتغير التابع (النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) عند مستوى معنوية (5%) ماعدا العبارة الاولى والعبارة العاشرة حيث جاءت قيمة مستوى المعنوية اكبر من (5%).

وعليه فأن هذه النتيجة تشير الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين جميع عبارات المحور الأول للمتغير المستقل والمتغير التابع ماعدا عبارتي. استخدام اسلوب تحليل الانحدار للمحور الثاني للمتغير المستقل جودة خدمة الانترنت المصرفي:

ولاختبار هذا المحور تم استخدام اسلوب تحليل الانحدار لتحليل العلاقة بين جودة خدمة الانترنت المصرفي والنية في استخدام الخدمة المصرفية الالكترونية، وجاءت نتائج التحليل كما هو موضح في الجدول (14):

جدول رقم (14): نتائج تحليل الانحدار لفرضية الدراسة الرابعة

محور جودة الخدمة المصرفية (عبر الانترنت)

عبارات الفرضية	معامل الارتباط	معامل التحديد	اختبار (T)	المعنوية	نتيجة الفرض
1- تتوفر لك المعلومات عن البنك والخدمات المصرفية المقدمة عبر موقعه الالكتروني	0.25	0.06	2.89	0.004	قبول
2- تجد موقع البنك عبر الانترنت سريع التصفح	0.31	0.09	3.63	0.000	قبول
3- تجد موقع البنك عبر الانترنت سهل الاستخدام	0.34	0.12	4.06	0.001	قبول
4- تتوفر لك الحماية من مخترقي نظام الخدمة عند استخدام موقع البنك عبر الانترنت	0.27	0.07	3.16	0.002	قبول
5- واجهة موقع البنك على الانترنت بالنسبة لك دقيقة وواضحة	0.24	0.06	2.77	0.006	قبول
6- تجد البيانات والمعلومات في موقع البنك الالكتروني دقيقة وحديثة	0.24	0.06	2.85	0.005	قبول
7- تصميم موقع البنك على شبكة الانترنت جذاب بالنسبة لك	0.26	0.07	3.08	0.002	قبول
8- تتوفر لك الخدمة بموقع البنك على الانترنت بشكل يجعلك تعتمد عليها	0.19	0.04	2.14	0.034	قبول
9- يتم تصميم واجهة موقع البنك على الانترنت بما يتناسب مع احتياجاتك	0.30	0.09	3.59	0.000	قبول

المصدر: اعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الاحصائي

يتضح من الجدول رقم (14):

1. تشير النتائج الواردة بالجدول رقم (14) من خلال قيم معامل الارتباط الى وجود ارتباط طردى بين جميع عبارات المحور الثاني للمتغير المستقل (جودة الخدم المصرفية الالكترونية عبر الانترنت) و(النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) حيث تراوحت قيمة معامل الارتباط بين (0.19) و (0.34).

2. وجود تأثير لعبارات المحور الثاني للمتغير المستقل (جودة الخدمة المصرفية الالكترونية عبر الانترنت) على المتغير التابع (النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) وذلك من خلال قيم معامل التحديد التي تراوحت بين (0.04) و (0.12).

3. كما يتضح من نتائج التحليل وفقاً لقيم اختبار (t) وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين جميع عبارات المحور الثاني للمتغير المستقل (جودة الخدمة المصرفية الالكترونية عبر الانترنت) والمتغير التابع (النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) عند مستوى معنوية (5%) حيث نجد أن جميع قيم مستوى المعنوية أقل من مستوى المعنوية 5%. وعليه فإن هذه النتيجة تشير الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين جميع عبارات المحور الثاني للمتغير المستقل والمتغير التابع.

وعليه فإن النتائج المستخلصة من الجدولين السابقين تشير الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين جميع عبارات المتغير المستقل بمحوريه والمتغير التابع ماعدا عبارتين. ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الرابعة والتي نصت على: (هنالك علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين جودة الخدمة المصرفية الالكترونية والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) تم التحقق من صحتها

5- الفرضية الخامسة: والتي تنص على أن هنالك علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين العوامل الخارجية (النوع، العمر، الخبرة) والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية. ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F) لدلالة الفروق. الجدول (15) يوضح نتائج اختبار (F) لدلالة الفروق:

جدول رقم (15): نتائج اختبار (F) لدلالة الفروق للعوامل الخارجية والنية في استخدام الصيرفة الالكترونية

العوامل الخارجية	قيمة (f) المحسوبة	قيمة مستوى المعنوية	الدلالة
النوع	1.23	0.299	لاتوجد فروق
العمر	1.85	0.140	لاتوجد فروق
خبرة التعامل مع الحاسب	4.09	0.008	وجود فروق

المصدر: اعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الاحصائي

يتضح من الجدول رقم (15) ما يلي:

1. بلغت قيمة قيمة اختبار (F) لعامل النوع (1.23) بمستوى معنوية

(0.299) وهذه القيمة اكبر من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين عامل النوع والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

2. بلغت قيمة قيمة اختبار (F) لعامل العمر (1.85) بمستوى معنوية (0.140) وهذه القيمة اكبر من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين عامل العمر والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

3. بلغت قيمة اختبار (F) لعامل الخبرة (4.09) بمستوى معنوية (0.008) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين عامل الخبرة في التعامل مع الحاسب والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية. ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الخامسة والتي نصت على: (هنالك علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين العوامل الخارجية (النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) تحققت فقط في عامل الخبرة بينما لم تتحقق في كل من عامل النوع والعمر.

ثالثاً: بعض مؤشرات استخدام المصارف العاملة بالسودان للتقنيات المصرفية الحديثة خلال الفترة (2006-2012)

جدول رقم (1): عدد البطاقات المصدرة للمصارف

السنة	عدد البطاقات المصدرة	الزيادة السنوية
2006	55,846	-
2007	184,351	330%
2008	345,351	187%
2009	735,351	213%
2010	963,933	131%
2011	1,158,429	120%
2012	1,326,931	114%

المصدر: www.ebs.sd.net بتصرف

2 - ماكينات الصراف الآلي وحجم التعامل بها:

جدول رقم (2): اجمالي عدد ماكينات الصرافات الالية

السنة	عدد الماكينات	الزيادة السنوية	عدد المعاملات	الزيادة السنوية
2005	107	-	N/A	-
2006	253	236%	460,142	-
2007	371	147%	3,338,791	726%
2008	506	136%	9,042,324	271%
2009	661	131%	14,168,413	157%
2010	739	112%	18,870,643	133%
2011	865	117%	25,842,033	137%

المصدر: شركة الخدمات المصرفية الالكترونية تقارير 2005-2011م

3- طرفيات نقاط البيع وحجم التعامل بها:

جدول رقم (3): عدد المعاملات عبر نقاط البيع في محول القيود القومي

السنة	عدد الطرفيات	الزيادة السنوية	عدد المعاملات عبر محول القيود القومي	الزيادة السنوية
2007	941	-	162	-
2008	1436	153%	6608	4079%
2009	1556	111%	16461	249%
2010	1732	99%	17973	109%
المجموع	1741	101%	41204	229%

المصدر: www.ebs.sd.net

4- المقاصة الإلكترونية:

جدول رقم (4): عدد الشيكات المتداولة في المقاصة الالكترونية

السنة	عدد الشيكات المتداولة في المقاصة الالكترونية
2007	2855211
2008	3,027,427
2009	3,919,891
2010	4,175,942
2011	4,321,854
2012	4,379,127

ثالثاً: الخاتمة:

أ/ النتائج:

توصلت الدراسة الى عدد من النتائج اهمها ان كل من جودة الخدمة والسعر والانتشار بالإضافة لبقية المتغيرات التي تضمنتها النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية تؤثر على نية استخدام العملاء للصيرفة الالكترونية في السودان. ايضا هناك تنامي مطرد في استخدام قنوات تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية في السودان مما يشير الى تزايد في تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في السودان. اوصت الدراسة المصارف بالمزيد من التركيز على التعامل مع المتطلبات الاساسية لتبني الخدمات المصرفية الالكترونية الامر الذي يمكن ان ينعكس في تبني أوسع لتلك الخدمات في السودان.

1- هنالك علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية
2- هنالك علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين التأثيرات الاجتماعية والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

3- هنالك علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين قيمة الاسعار والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

4- هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين جودة الخدمة والنية في

استخدام الخدمة المصرفية الالكترونية

5- هنالك علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين عامل الخبرة في استخدام الحاسب الالى و النية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

6- عدم اخطار البنك لعميله فوراً عند حدوث بعض المشاكل في الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمه اليه الذي يؤثر كثيراً في ثقة العميل وتوجهه لاستخدام الخدمة المصرفية الالكترونية.

7- من خلال تحليل قنوات الاتصال للخدمات المصرفية الالكترونية في المصارف يلاحظ وجود تنامي في خدمات الصراف الالى، نقاط البيع وعمليات مقاصة الشيكات الالكترونية الامر الذي يعد مؤشراً لوجود قبول واستخدام متنامي للخدمات المصرفية الالكترونية في السودان.

8- أن غالبية عملاء الصيرفة الالكترونية في السودان هم من الذكور، ذوي التعليم الجامعي الذين يعملون كموظفين في القطاع العام وذوي دخول متوسطة

ب/ التوصيات:

بناءً على نتائج الدراسة يمكن طرح التوصيات التالية والتي تركز على دور حيوى للمصارف لنشر وتجويد الخدمات المصرفية الالكترونية:

1/ زيادة انتشار خدماتها المصرفية الالكترونية بحيث تكون الخدمة اقرب للعميل وفي متناول يده الامر الذي سيزيد من الاقبال على تلك الخدمات.

2/ ضرورة الاهتمام بخلق صورة ذهنية جيدة عن الخدمات التي تقدمها لدى المجموعات الاجتماعية المختلفة الامر الذي سيزيد من فرص تبني واستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية

3/ ان تعمل المصارف على أن تعكس اسعار الخدمات التي تقدمها المنافع التي تعود من استخدام تلك الخدمات، الامر الذي سيعزز من الاقبال على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية

4/ قيام المصارف بتقديم خدمات تتصف بالجودة العالية عبر مختلف الوسائط الحديثة الامر الذي سيزيد من اقبال العملاء على الخدمات المصرفية الالكترونية

5/ ان تركز المصارف على استهداف فئات العملاء من الشباب، خريجي الجامعات، الموظفين واصحاب الدخول المتوسطة باعتبار انها الفئة الأكثر استخداما للخدمات المصرفية الالكترونية في السودان.

6/ ان تقوم المصارف بوضع الخطط لاستهداف القطاعات الاخرى من العملاء لتوسيع قاعدة العملاء الذين يستخدمون الخدمات المصرفية الالكترونية.

7/ ان تقوم المصارف بإخطار عملائها بالاعطال التي تحدث في عمل نظام الخدمة المقدمة عبر مختلف الوسائط وفي الوقت المناسب وذلك انطلاقاً من مبدأ الاهتمام بالعميل.

1. Kotler, P. (2007). Marketing Management (12th ed.) New Jersey: Person Education Inc. Yogeshmalhotra – dennis f galletta – extending the technology acceptance
2. Mathieson K. (1991). Predicting user intentions: Comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior. Information Systems Research, 2(3), 173,191.
3. Viswanath. And Davis, Fred.the Technology Acceptance Model: Four Elise porter – using the technology acceptance model to explain how attitudes determine internet usage journal of business research 2005, VENKATESH V, Morris MG. Gordon BD. Davis FD, User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View –MIS Quarterly.

المواقع الالكترونية

- 1- www.ebs.sd.com
- 2- www.2adnet.net
- 3- www.atmmarketplace.com
- 4- www.wikipedia.org

1. موسي علي عبد الكريم، تقويم دور بنك السودان المركزي في توطين التقنية المصرفية، بحث تكميلي مقدمة لنيل درجة الماجستير – جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2006 م.
2. عبدالفتاح العبدلات، معيقات التوسع في الصيرفة الالكترونية، أطروحة دكتوراه في المصارف منشوره عبر الانترنت، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية / قسم المصارف / عما ن/ الاردن. 2006
3. شاكر تركي إسماعيل، التسويق المصرفي الإلكتروني والقدرة التنافسية للمصارف الأردنية، ورقة منشورة علي الانترنت، المؤتمر العلمي الخامس بعنوان نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية الذي تنظمه كلية العلوم الإدارية والمالية جامعة فيلادلفيا / قسم التسويق.
4. عز عبد الفتاح، مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام SPSS، الصفحات 540 و 541
5. دراسة العوض حميدة المبارك، تقويم استخدام نظم التقنية المصرفية الحديثة في المصارف السودانية
6. بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، دراسة ميدانية في المؤسسة المتناثية لسكيدة بحث تكميلي مقدمة لنيل درجة الماجستير، جامعة محمد بمضياف المسيلة 2007 م.
7. عائشة بدوي عبد الرحم، تقييم تطبيق الصيرفة الالكترونية في السودان باستخدام نموذج قبول التقنية، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2007 م.
8. بكر عبد الحق، واسماعيل ياسين، العوامل المؤثرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات في العملية التعليمية في المدارس الثانوية في شمال فلسطين، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية. 2008) مجلد ٢٢
9. رشدي عبد اللطيف، أهمية و مزايا البنوك الإلكترونية في غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها، ورقة منشورة علي الانترنت، مجلة الجامعة الإسلامية) سلسلة الدراسات الإنسانية (المجلد السادس عشر، العدد الثاني، ص 855 ص 893 يونيه، 2008 م.
10. دراسة محمد حمد محمود- العوامل المؤثرة علي تبني نظام الصيرفة الالكترونية في السودان، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2006 م.
11. خلود ابراهيم القوسي، تحليل استخدام نموذج النظري الموحد لقبول التقنية لشرح سلوك استخدام Brunel، university خدمة الانترنت المصرفي، دراسة لنيل درجة الدكتوراة – قسم التسويق المملكة المتحدة، 2009 م.

فرص وتحديات تجارة السودان البينية مع الدول العربية وبقية العالم الخارجي



دراسات
وبحوث



إعداد

بدر الدين حسين جبر الله
الإدارة العامة للأسواق المالية

مقدمة:

يمثل النهوض بالصادرات السودانية رهاناً وطنياً يتطلب كسبه تضافر كل الجهود على كافة المستويات، لما له من دور محوري في استدامة النمو، وزيادة فرص العمل ودعم الموازنات المالية، وتسريع وتيرة الاندماج في الفضاء الاقتصادي العالمي، ويتميز السودان بتنوع ووفرة الموارد والمناخ الذي يتدرج من شبه الصحراوي في الشمال مروراً بالسافانا الفقيرة والسافانا الغنية، ويتمتع السودان بكميات وفيرة من المياه العذبة متمثلة في نهر النيل وفروعه الكثيرة وعدد من الأنهار والخيرات الموسمية. التنوع في المناخ والطبيعة قد هباً للسودان موارد هائلة للثروة تشمل موارد زراعية، وثروة حيوانية، صناعية وتعدينية مما جعل السلطات تتجه إلى البدء في استغلال تلك الثروات من خلال العمل على توفير التمويل اللازم وفتح الباب للمستثمرين الأجانب والمحليين ومن الدول والمؤسسات المالية والإقليمية ذات العلاقة الجيدة بالسودان، بالإضافة إلى وضع وتطبيق السياسات والتشريعات المناسبة التي تخدم أغراض التنمية الاقتصادية والاجتماعية بالبلاد. حيث شهدت الفترة 1997-2011 تحسناً مضطرباً في كافة مؤشرات الاقتصاد الكلي السوداني نتيجة للإصلاحات الاقتصادية الفعالة والتي ساعدتها ظروف مناخية مواتية للقطاع الزراعي بشقيه النباتي والحيواني بالإضافة إلى تدفق استثمارات كبيرة في قطاع البترول والنقل والتشييد والخدمات الاقتصادية الأخرى والاستقرار السياسي النسبي المتمثل في توقيع اتفاقية السلام الشامل CPA في ذلك الوقت، وقد نجحت تلك الإصلاحات في خفض معدلات التضخم من مستوي الثلاث خانات إلى مستوي الخانة الواحدة Single Digit Inflation، و وقف تدهور ميزان المدفوعات وتحقيق فوائض مما انعكس إيجاباً على استقرار سعر صرف العملة الوطنية.

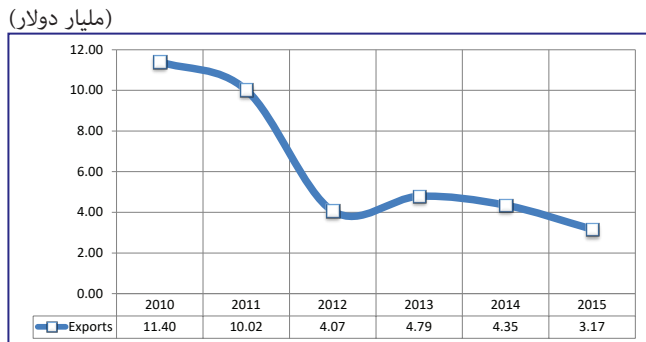
السليعي خلال الفترة 2010-2015م، ومحور ثاني حول تجارة السودان مع الدول العربية خلال نفس الفترة ومحور ثالث حول الفرص والتحديات التي تواجه تجارة السودان الخارجية، ومحور رابع كخاتمة وتوصيات.

المحور الأول: تجارة السودان الخارجية (2010-2015)م:

هدفت السياسات العامة للدولة السودانية في مجال التجارة الخارجية خلال هذه الفترة التي أعقبت إنفصال دولة جنوب السودان، الي زيادة الصادرات غير البترولية وذلك بإصدار حزمة سياسات تركز علي تشجيع الصادرات من الذهب، المعادن، الثروة الحيوانية، الحبوب الزيتية، الصمغ العربي والصادرات الصناعية بجانب العمل علي تحسين تنافسية الصادرات بوجه عام وفتح أسواق جديدة، مع تبني الدولة سياسة ترشيد الاستيراد بالتركيز على خفض استيراد السلع الكمالية والسلع غير الضرورية التي يمكن إنتاجها محلياً.

كما عملت الدولة على تنظيم تجارة الحدود وسعت إلى تفعيل التعاون الاقتصادي مع السوق المشتركة لدول جنوب وشرق أفريقيا COMESA ومنطقة التجارة العربية الحرة الكبرى Greater Arab Free Trade Area - بهدف فتح المزيد من الأسواق للصادرات السودانية. إنخفض إجمالي الصادرات السودانية من حوالي 11.4 مليار دولار في عام 2010م إلى حوالي 10.0 مليار دولار أمريكي في عام 2011م، وخلال عام 2012م بلغت جملة الصادرات حوالي 4.1 مليار دولار بنسبة انخفاض بلغت حوالي 59% نتيجة لخروج معظم إنتاج البترول وتبعيته لدولة جنوب السودان، وظل إجمالي الصادرات خلال الفترة 2012-2015م في حدود 4.1 مليار دولار كمتوسط، وذلك مقارنة بمتوسط حجم صادرات غير بترولية في حدود مليار دولار خلال الفترة (2005 - 2011) م. وتبعاً لذلك فإن حجم الصادرات غير البترولية قد إرتفع بحوالي 3 مليار دولار مقارنة بالفترة ما قبل الإنفصال.

شكل رقم (1): تطور حجم الصادرات السودانية 2010-2015م



تشمل سلع الصادر السودانية الأساسية الذهب ومنتجات الثروة الحيوانية واللحوم والصمغ العربي والسمن والقطن، وخلال الفترة

نتيجة لانفصال دولة جنوب السودان مع نهايات العام 2011م وخروج النفط من الموازنة العامة للدولة وتزامن ذلك مع بداية انعكاسات الأزمة المالية العالمية على كافة الاقتصادات الدولية والإقليمية، تأثرت تبعاً لذلك القطاعات الاقتصادية المختلفة في الاقتصاد السوداني سلباً بهذه الصدمة، فأرتفعت معدلات التضخم وتدهور سعر صرف العملة وتباطأت معدلات النمو، ولذلك تبنت الدولة البرنامج الثلاثي للاستقرار الاقتصادي 2012-2014م بالإضافة إلى الخطة الاستراتيجية الخمسية للدولة 2012-2016م وذلك باتباع سياسات ترشيدية وإجراءات تمثلت في تخفيض دعم المحروقات وتحريك سعر الصرف وزيادة فئة الرسم الإضافي على بعض السلع وزيادة فئة الضريبة على القيمة المضافة ورفع فئة ضريبة أرباح الأعمال على المصارف بجانب الاستمرار في ترشيد الإنفاق الحكومي.

على الرغم من التحديات الكبيرة التي واجهت الاقتصاد السوداني خلال الفترة 2011-2015م إلا أن البرامج التي تم وضعها قد ساهمت في تقليل آثار الصدمة وعلى حدوث استقرار نسبي في المؤشرات الاقتصادية الكلية بالإضافة إلى محافظة المؤسسات المالية على أوضاعها دون حدوث إنهيارات مالية، وقد إعتبرت بعض المؤسسات المالية الدولية كصندوق النقد الدولي، أن تجاوز الاقتصاد السوداني لهذه المرحلة بنجاح يعتبر تجربة فريدة تستحق الوقوف عندها، والجدول رقم (1) يوضح أداء أهم المؤشرات الاقتصادية الكلية خلال الفترة 2010-2015م.

جدول رقم (1): أهم مؤشرات الاقتصاد الكلي السوداني خلال الفترة

(2010-2015)

المؤشر	2010	2011	*2012	2013	2014	2015
1/ عدد السكان (مليون نسمة)	41.3	42.2	35.1	36.2	37.3	38.4
2/ معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي (%)	5.2	1.9	1.4	4.4	2.7	4.9
3/ معدل التضخم (%)	13.0	18.5	35.1	37.1	25.7	17.6
4/ سعر الصرف الإسمي (جنيه / دولار)	2.7	2.7	3.3	4.4	5.8	6.1
5/ عجز الموازنة / الناتج المحلي (%)	4.8	1.1	3.5	1.9	0.9	1.2

المصدر: التقارير السنوية لبنك السودان المركزي - عدة إصدارات.

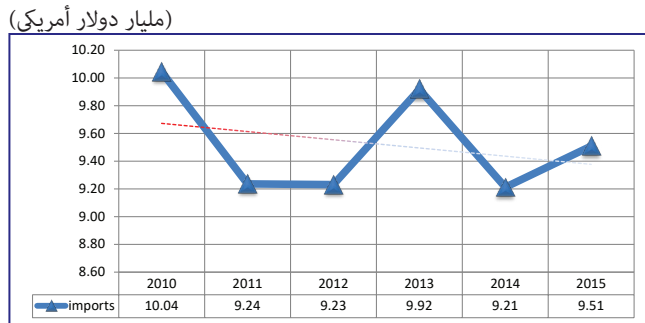
* البيانات خلال الفترة 2012-2015 لا تتضمن عدد سكان جنوب السودان.

تهدف هذه الورقة إلى توضيح تطور حجم تجارة السودان الخارجية بصورة عامة ومع الدول العربية بصورة خاصة مع إبراز أهم الفرص والتحديات التي تواجهها ووضع توصيات للمعالجة.

تشتمل هذه الورقة بالإضافة الي المقدمة على أربعة محاور، محور أول عن إتجاهات تجارة السودان الخارجية من حيث القيمة والهيكل

الواردات خلال العام 2013م بسبب إرتفاع واردات البترول ومنتجاته نتيجة لإعتداءات دولة جنوب السودان على حقول منطقة هجليج السودانية، عدا ذلك ظل حجم الواردات في حدود 9.4 مليار دولار في المتوسط خلال الفترة 2015-2012م دون تغير ملحوظ.

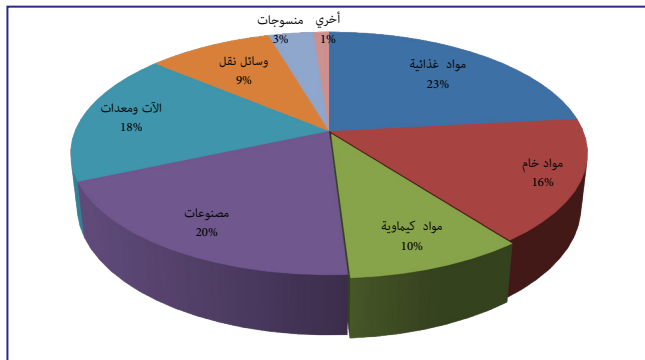
شكل رقم (3): تطور حجم الواردات السودانية 2010-2015م



السلع الأساسية المكونة للواردات السودانية خلال الفترة 2012-2015م تشمل المواد الغذائية والتي مثلت في المتوسط حوالي 23%، السلع المصنعة 20%، الآلات والمعدات 18%، المواد الخام 16% والمواد الكيماوية 10% ووسائل النقل 9%⁽²⁾.

شكل رقم (4): تركيبة الواردات السودانية (2015-2012)

نسب مئوية



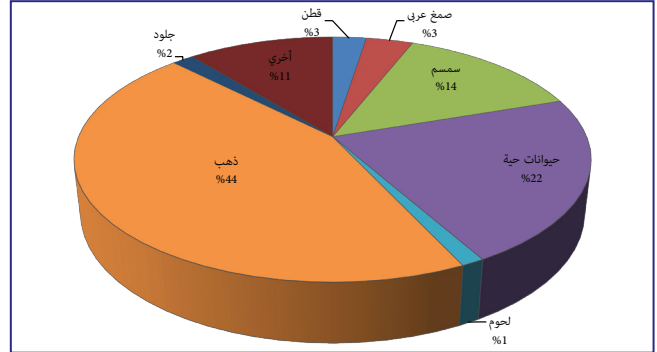
بعد أن ظل يسجل فائض في حدود مليار دولار خلال الفترة 2010-2011 أصبح الميزان التجاري السوداني يسجل عجزاً باستمرار منذ العام 2012م وحتى نهاية العام 2015م في حدود 5.3 مليار دولار في المتوسط بنسبة عجز بلغت 56.4% ويرجع ذلك بصورة أساسية لإستمرار آثار الصدمة غير العادية لإنفصال دولة جنوب السودان على مجمل مؤشرات أداء الاقتصاد الكلي، وعدم مرونة الواردات (مواد غذائية،

(2) في تركيبة الواردات السودانية المواد الغذائية تشمل القمح ودقيق القمح، ويشمل بند المواد الخام المنتجات البترولية.

2012-2015م مثل الذهب حوالي 44% من إجمالي الصادرات السودانية، والحيوانات الحية حوالي 22%، السمسم 14%، والشكل رقم (2) يوضح تركيبة الصادرات خلال هذه الفترة⁽¹⁾.

شكل رقم (2): تركيبة الصادرات السودانية (2015-2012)

نسب مئوية



الملاحظة الأهم أن الصادرات السودانية يتم تصديرها في شكل مواد خام مما يعني أن هنالك إمكانية لتحقيق قيمة مضافة عالية جداً عبر إدخال عمليات التصنيع خاصة بالنسبة للمنتجات الزراعية ومنتجات الثروة الحيوانية، والجدول رقم (2) أدناه يوضح نسب توزيع الصادرات بين القطاع الزراعي، وصادرات منتجات الطاقة، وصادرات السلع المصنعة وشبه المصنعة بالإضافة إلى صادرات السلع الأخرى.

جدول رقم (2): تركيبة الصادرات السودانية

نسب مئوية %

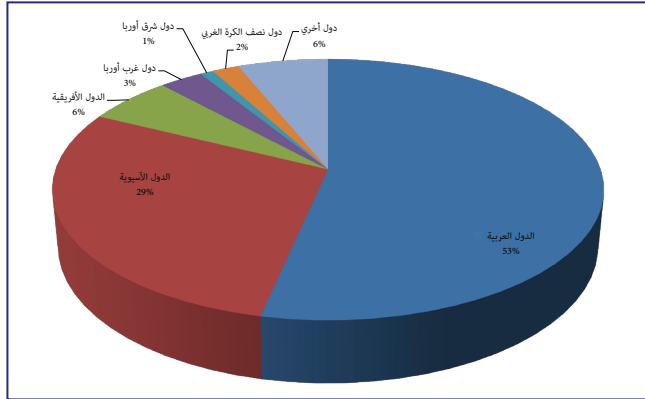
الفترة	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2015
صادرات القطاع الزراعي	58.2%	75.2%	54.2%	13.2%	7.0%	2.0%	30.5%
صادرات منتجات الطاقة	0.00%	0.00%	0.00%	74.8%	86.8%	84.9%	1.5%
صادرات السلع المصنعة وشبه المصنعة	36.8%	19.5%	40.6%	7.9%	3.8%	3.7%	61.7%
صادرات السلع الأخرى	5.0%	5.3%	5.2%	4.1%	2.4%	9.4%	6.4%
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

المصدر: العرض الاقتصادي، الموجز الإحصائي للتجارة الخارجية بنك السودان المركزي إصدارات مختلفة (المؤشرات هي متوسط 5 سنوات).

وفي جانب الواردات، فقد إنخفضت الواردات السودانية من حوالي 10 مليار دولار في العام 2010م إلى حوالي 9.2 مليار دولار في العام 2011م بنسبة إنخفاض بلغت حوالي 8%، مع ملاحظة ارتفاع طفيف في حجم

(1) بند أخرى في تركيبة الصادرات السودانية يشمل المنتجات البترولية.

شكل رقم (6): سوق الصادرات السودانية جغرافياً (2012-2015)



علي رأس الدول الموردة للسودان - مصادر الواردات السودانية - من حيث الأهمية تأتي الدول الآسيوية في المقدمة إذ يستورد السودان منها ما نسبته حوالي 43% من إجمالي الواردات في المتوسط خلال الفترة 2012-2015م، تليها الواردات من الدول العربية بنسبة 24% ثم دول غرب أوروبا وشرق أوروبا والدول الأفريقية، الجدول رقم (4) يوضح التوزيع الجغرافي للموردين حسب الأهمية سنوياً خلال الفترة 2012-2015م، والشكل رقم (7) يوضح متوسط الفترة.

جدول رقم (4): مصادر الواردات السودانية جغرافياً (2012-2015)

نسب مئوية

المستوردين	2012	2013	2014	2015
الدول الآسيوية	47.6	42.7	41.7	41.5
الدول العربية	24.3	26.5	23.3	21.6
الدول الأفريقية	1.1	7.9	5.6	5.1
دول غرب أوروبا	10.7	12.9	12.4	14.0
دول شرق أوروبا	7.9	5.8	4.5	6.4
دول نصف الكرة الغربي	2.5	2.9	4.0	4.3
دول أخرى	6.7	1.3	8.5	7.1
	%100	%100	%100	%100

المصدر التقارير السنوية لبنك السودان المركزي - عدة إصدارات

منتجات بترولية، أدوية... الخ) التي تعتبر سلع ضرورية في معظمها. والشكل رقم (5) يوضح موقف الميزان التجاري خلال الفترة (2010-2015).

شكل رقم (5): الميزان التجاري السوداني 2010-2015

مليار دولار



يلاحظ من قائمة أهم المستوردين - سوق الصادرات السودانية - للسلع السودانية خلال الفترة 2012-2015م أن دول المنطقة العربية في المقدمة تستوعب أكثر من نصف قيمة الصادرات أي ما نسبته حوالي 53% من إجمالي الصادرات في المتوسط، تليها الدول الآسيوية بنسبة 29% ثم الدول الإفريقية بنسبة 6% وتأتي بعد ذلك دول غرب وشرق أوروبا وبقية دول العالم. الجدول رقم (3) أدناه يوضح التوزيع الجغرافي للمستوردين حسب الأهمية، والشكل رقم (6) يوضح متوسط الفترة (2012-2015).

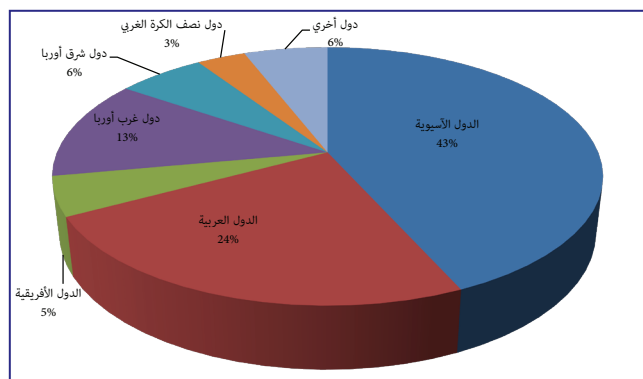
جدول رقم (3): سوق الصادرات السودانية جغرافياً (2012-2015)

نسب مئوية

المستوردين	2012	2013	2014	2015
الدول العربية	65.1	36.7	53.9	57.8
الدول الآسيوية	19.6	37.7	33.1	25.3
الدول الأفريقية	6.3	8.5	3.3	5.3
دول غرب أوروبا	1.9	3.2	2.5	4.2
دول شرق أوروبا	0.6	0.7	0.9	1.4
دول نصف الكرة الغربي	2.5	3.0	1.8	0.1
دول أخرى	4.1	10.2	4.4	5.9
الإجمالي	%100	%100	%100	%100

المصدر التقارير السنوية لبنك السودان المركزي - عدة إصدارات

شكل رقم (7): مصادر الواردات السودانية (2012-2015)



المحور الثاني: تجارة السودان الخارجية مع الدول العربية (2012-2015):

تمثل منطقة التجارة العربية الحرة الكبرى أهم الشركاء التجاريين بالنسبة للسودان، فهي تأتي في المرتبة الأولى باعتبارها سوق للصادرات السودانية وفي المرتبة الثانية باعتبارها مصدر للواردات السودانية، وإستقبلت حوالي 53% من إجمالي الصادرات السودانية خلال الفترة 2012-2015م. ومثلت مصدر لحوالي 24% من إجمالي واردات السودان خلال نفس الفترة.

بلغت صادرات السودان للمنطقة العربية حوالي 2.1 مليار دولار سنوياً في المتوسط خلال الفترة 2012-2015م، وتأتي على قائمة الدول المستوردة للصادرات السودانية الإمارات العربية المتحدة، المملكة العربية السعودية ومصر، ثم تأتي بعد ذلك بقية الدول العربية، الجدول رقم (5) يوضح حجم الصادرات السودانية للدول العربية خلال الفترة 2012-2015م.

جدول رقم (5): حجم الصادرات السودانية للدول العربية (مليون دولار أمريكي)

الدول العربية	2012	2013	2014	2015
الإمارات العربية المتحدة	2127.20	1,100.30	1311.60	740.30
المملكة العربية السعودية	309.00	443.90	635.30	657.60
جمهورية مصر العربية	132.20	96.40	212.40	304.40
الدول الأخرى	82.40	116.10	185.70	131.40
المجموع	2,650.80	1,756.70	2,345.00	1,833.70

المصدر التقارير السنوية لبنك السودان المركزي - عدة إصدارات

من حيث تركيبة السلع المصدرة للمنطقة العربية نلاحظ إنخفاضها من ما نسبته 61.9% من إجمالي الصادرات السودان في العام 2012م إلى 23.4% في العام 2013م، ويعزى ذلك لإنخفاض صادر الذهب، ثم ارتفعت النسبة إلى حوالي 54% في العام 2014م وإلى حوالي 58% خلال العام 2015م. كما يلاحظ أن منطقة التجارة العربية الحرة الكبرى كانت أهم سوق لصادر الذهب والحيوانات الحية حيث إستقبلت مانسبته 96%، و88%، و93% و95% من إجمالي صادر الذهب السوداني خلال الأعوام 2012م، 2013م، 2014م و 2015م علي التوالي، كما إستقبلت ما نسبته حوالي 79%، و59% و93% و97% من إجمالي صادرات السودان من الحيوانات الحية خلال الأعوام 2012، 2013، 2014 و 2015 علي التوالي، وذلك كما هو موضح بالجدول رقم (6).

جدول رقم (6): نصيب المنطقة العربية من صادرات السودان حسب السلع نسب مئوية %

السلعة	2012	2013	2014	2015
ذهب	95.7	88.3	93.4	95.3
حيوانات حية	79.0	59.0	93.3	96.6
ألبان	5.3	34.1	65.9	0.0
فول سوداني	11.5	33.3	36.1	68.0
جلود	21.7	30.7	43.4	56.0
سمسم	34.4	29.8	41.6	41.5
لحوم	37.1	20.7	9.5	64.3
قطن	0.0	9.6	32.4	29.9
البتترول ومنتجاته	2.8	3.1	1.3	0.0
صمغ عربي	0.8	0.9	1.7	2.6
أخرى	17.0	40.5	46.0	34.8
الإجمالي	65.1	36.7	53.9	57.8

المصدر التقارير السنوية لبنك السودان المركزي - عدة إصدارات

يلاحظ من الجدول (7) أن جملة الواردات السودانية من دول المنطقة العربية الحرة الكبرى بلغت حوالي 2.3 مليار دولار سنوياً في المتوسط خلال الفترة 2012م - 2015م، وتصدرت دولة الإمارات العربية المتحدة قائمة الدول الموردة للسلع السودانية بمتوسط سنوي بلغ 730 مليون دولار، تلتها جمهورية مصر العربية بمتوسط سنوي بلغ 600 مليون

دولار وفي المرتبة الثالثة بين الدول العربية تأتي المملكة العربية السعودية بمتوسط سنوي بلغ 580 مليون دولار.

جدول رقم (7): مصادر الواردات السودانية في المنطقة العربية
(مليون دولار أمريكي)

الدول العربية	2012	2013	2013	2014
الإمارات العربية المتحدة	494.1	681.8	941.5	836.0
جمهورية مصر العربية	639.2	742.6	491.9	569.4
المملكة العربية السعودية	751.7	706.4	415.3	436.7
الدول الأخرى	356.10	496.5	300.0	216.50
المجموع	2241.10	2627.30	2148.70	2058.60

المصدر التقارير السنوية لبنك السودان المركزي - عدة إصدارات

من الجدول رقم (8) أدناه نلاحظ أن إجمالي قيمة السلع المستوردة من المنطقة العربية مثلت في العام 2012م حوالي 24% من إجمالي واردات السودان، وفي العام 2013 بلغت حوالي 27%، وحوالي 23% خلال العام 2014م وفي حدود 22% في العام 2015م، والجدول يوضح تفاصيل نسب مساهمة المنطقة العربية في واردات السودان حسب السلعة.

جدول رقم (8): نسب مساهمة المنطقة العربية في واردات السودان حسب السلع

السلعة	2012	2013	2014	2015
منتجات بترولية	46.1	72.3	48.4	41.9
مواد خام	53.2	68.6	66.9	71.5
الكيمائيات	35.8	45.6	43.9	43.6
مصنوعات	15.8	25.8	24.3	24.7
آلات ومعدات	14.0	14.3	14.4	12.8
المنسوجات	10.8	10.2	8.7	9.7
مواد غذائية	3.0	8.5	6.8	8.1
مشروبات وتبغ	7.4	7.0	6.3	16.0
وسائل نقل	6.5	5.6	6.1	5.9
أخرى	4.8	14.7	31.5	7.0
الإجمالي	24.3	26.5	23.3	21.6

المصدر التقارير السنوية لبنك السودان المركزي - عدة إصدارات

المحور الثالث: تجارة السودان الخارجية الفرص والتحديات:

مع الأخذ في الاعتبار الموقع الجغرافي السودان والثروات الزراعية والحيوانية والمعدنية التي يتمتع بها وتنوع المناخ وتوفر مصادر المياه، بجانب التطورات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية الدولية والإقليمية وعلى مستوى المنطقة العربية، فإن هنالك فرص مقدرة يمكن أن تلعب فيها التجارة الخارجية العربية مع السودان دوراً محورياً في إعادة التوازن الاقتصادي والاجتماعي لدول المنطقة العربية، وتقليل مخاطر الاعتماد على منتجات محددة غير متجددة وتخفيض آثار تقلبات أسواق هذه السلع، وبالتالي تخفيض الآثار السالبة على الاقتصادات العربية قاطبة والدول النفطية على وجه الخصوص بإتاحة الفرصة للتنوع في الإنتاج والتصنيع.

الفرص التي تتيحها تجارة السودان الخارجية أمام التجارة العربية البينية كثيرة ومتعددة غير أن من أهمها تأمين إحتياجات الدول العربية من الغذاء، بالإضافة الى الميزات النسبية التي يمكن أن نجعلها فيما يلي:

1. الآثار السالبة للأزمة المالية العالمية بينت أن الاستثمار الحقيقي يكمن في الإنتاج، والسودان يمتلك كافة عناصر العمليات الإنتاجية عدا رأس المال.

2. مبادرة السيد/ رئيس الجمهورية للأمن الغذائي العربي في القمة العربية الاقتصادية الاجتماعية في دورتها الثالثة والتي استضافتها العاصمة السعودية الرياض سابقاً، وذلك استجابة لمبادرة جلالة الملك عبد الله بن عبد العزيز آل سعود، على ان يوفر السودان اراضي زراعية متميزة وان تقوم الصناديق العربية بتمويل هذا الاستثمار الذي يغطي إحتياجات العالم العربي.

3. الموقع الجغرافي للسودان بالنسبة للدول العربية يسهل عملية حركة السلع عبر النقل البحري، البري والجوي.

4. الموارد الطبيعية الزراعية والحيوانية والمعدنية والأرض الخصبة البكر المنبسطة سهلة الإستصلاح.

5. وجود معاهد ومراكز بحوث متخصصة في تطوير البحوث الزراعية والبستانية ودراسات الثروة الحيوانية ومنتجاتها.

6. وجود العديد من التركيبات والأشكال القانونية للمؤسسات الداعمة للاستثمار والإنتاج في السودان مثل وزارة الاستثمار، المصارف (وطنية وفروع بنوك أجنبية)، الوكالة الوطنية لتأمين وتمويل الصادرات، شركات التأمين وإعادة التأمين التي يشمل نشاطها القطاع الزراعي بشقيه، شركة السودان للخدمات الإلكترونية، مؤسسة ضمان الودائع ...الخ.

7. انخفاض أسعار البترول عالمياً مثل مخاطر عالية لمعظم اقتصادات الدول العربية النفطية لاعتمادها على سلعة رئيسية واحدة، والاستثمار في مجال التجارة الخارجية مع السودان يتيح إمكانية التنوع الزراعي والصناعي.

8. توفر البيئة الاقتصادية الكلية وعوامل الاستقرار من خلال تناغم

المحور الرابع: الخاتمة والتوصيات:

من خلال تحليل حجم وإتجاهات تجارة السودان الخارجية عامة ومع الدول العربية علي وجه الخصوص إتضح أن هنالك فرص كبيرة متاحة أمام الدول العربية للدخول في استثمارات تطوير قطاع الصادرات السودانية بإعتبارها أحد أهم الشركاء التجاريين للسودان، وذلك بغرض تفعيل التعاون الاقتصادي العربي وتحقيق الشراكة الاقتصادية المتكاملة، وعليه لابد من المساهمة في إيجاد حلول للتحديات التي تواجه قطاع الصادرات السودانية بالمساهمة في توفير التمويل اللازم وتسهيل سبل الوصول الي التقنيات الحديثة واستجلابها والدخول في تمويل عمليات الإنتاج وزيادة الإنتاجية وتشجيع القطاع الخاص للدخول في عمليات تمويل البنيات التحتية للزراعة بشقيها النباتي والحيواني والري والنقل والشحن والتبريد والتخزين.

كذلك لابد من التعاون العربي عموماً والعمل على:

- إعداد مراكز معلوماتية وبحثية متخصصة تهتم بدراسات قطاع الصادر وإحتياجات الأسواق العربية والإقليمية، وإعداد الدراسات الإنتاجية والتسويقية لسلع الصادر وجعل نتائج هذه الدراسات متاحة للمستثمرين العرب.

- العمل على استكمال مشروع إنشاء آلية لمقاصة وتسوية المدفوعات العربية البينية بين الدول العربية، وإدخال التسوية بالعملات العربية المحلية مستقبلاً.

- الاستمرار في جهود تذليل العقبات أمام التجارة البينية العربية والعمل على إزالة القيود الجمركية بين الدول الأعضاء في منطقة التجارة العربية الحرة الكبرى GAFTA.

- إقامة معرض عربي سنوي للترويج للتجارة العربية البينية والتعريف بمنتجات الدول الأعضاء على أن يكون دورياً كل عام في عاصمة دولة عربية، للاستفادة من الفرص التجارية والاستثمارية المتاحة في الدول الأعضاء والامتيازات الممنوحة لإنشاء شراكات ومشروعات استثمارية مشتركة لمواجهة المنافسة العالمية.

- إنشاء معهد عربي بيطري يتخصص في دراسة ومكافحة أمراض الحيوانات المحلية والإقليمية والدولية.

المراجع والمصادر:

- التقارير السنوية لبنك السودان المركزي، وإصدارات البنك المركزي من العرض الاقتصادي وموجز التجارة الخارجية الإحصائي.

- دراسة بعنوان: التغيرات الهيكلية في الصادرات السودانية والنمو الاقتصادي 1985-2010 م، مجلة المصرفي العدد رقم 62، الصادر في العام 2011م.

- ملخص دراسة غير منشورة عن الخطة الخمسية لزيادة الصادرات غير البترولية (2011 - 2015).

واتساق السياسات الاقتصادية الكلية.

9. وجود استراتيجية واضحة ومتكاملة لجذب المستثمرين، حيث تمت مراجعة قانون الاستثمار وتعديله ليكون أكثر مرونة، ويتيح للمستثمر إكمال كافة معاملاته عبر نظام النافذة الواحدة.

10. وجود وزارة منفصلة للاستثمار لتشجيع الاستثمار الخاص الوطني والأجنبي مع العمل على توفير المناخ والبيئة الملائمة لتلك الاستثمارات.

11. امتلاك إنتاج السلع الضرورية للحياة في الدول العربية دون عوائق جغرافية تذكر سيحيد آثار الضغوط السياسية الدولية على دول المنطقة.

12. وجود بنيات متقدمة في مجالات الاتصالات مما يتيح إمكانية ممارسة أنماط مختلفة من الخدمات المصرفية وكذلك الصيرفة الإلكترونية، مما يسهل عملية إدارة المشاريع الإنتاجية.

مقابل هذه الفرص هنالك تحديات عديدة تواجه عمليات تجارة السودان الخارجية عامة ومع الدول العربية علي وجه الخصوص، ومساعدة السودان على تجاوز هذه التحديات سينعكس ذلك على الدول العربية الأخرى إيجاباً لأن المساعدة حتماً تقتضي توفير أموال وخدمات وجهود ستعود عليها بعائدات مقدرة، ومن أهم هذه التحديات ما يلي:

• العقوبات الاقتصادية الغربية والحظر الأمريكي والمقاطعة المالية من مؤسسات التمويل الدولية والإقليمية.

• توفير التمويل اللازم للبنيات التحتية للري والشحن والنقل الجوي والبحري والتخزين والتبريد.

• الحصول على الأنظمة الحديثة وتقنيات الري وآليات الزراعة والحصاد والبذور.

• زيادة الإنتاج والإنتاجية بغرض الصادر.

• توفير التمويل اللازم لتوطين صناعة المبيدات والأسمدة العضوية الضرورية، ومتطلبات الخدمات البيطرية ومنتجات التعبئة والتغليف الحديثة.

• ضيق حلقات المراسلة الخارجية مع المصارف، وصعوبة الحصول على التسهيلات المصرفية الميسرة.

• المشاكل الهيكلية العديدة التي تعاني منها تجارة السودان الخارجية وبالأخص الصادرات.

• تفعيل دور المؤسسة العربية لضمان الاستثمار تجاه الصادرات السودانية.

• عدم وجود جهاز رقابي محدد (Specific Supervisory Body) يشرف على تطوير وتحسين الصادرات السودانية لتحسين قدرتها على المنافسة في الأسواق الإقليمية والدولية.

بطاقة الأداء المتوازن: اتجاه حديث في التقييم والتميز



دراسات
وبحوث

المقدمة

إن التطور التكنولوجي الكبير وما أحدثه من تقدم في وسائل الإنتاج جعل من كلفة الوحدة المنتجة التي كان يُعتمد عليها كثيراً في المنافسة عنصراً يحتل المرتبة الأولى في المزايا التنافسية التي تعول عليها المؤسسات في السوق. فالمرونة والإبداع التكنولوجي والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، فضلاً عن الجودة العالية أصبحت تحتل مراتب متقدمة في الركائز التنافسية، التي تعتمدها المؤسسات بأشكالها المختلفة في إختراق الأسواق وزيادة رقعة الحصة السوقية.

تتطلب الجوانب المذكورة مقاييس من نوع خاص لكي تتمكن المؤسسة من معرفة موقعها الحقيقي وترسم صورة صادقة لأدائها مما أدى إلى بذل المزيد من الجهود إلى تطوير مقاييس مختلفة لتقييم أداء المؤسسة وفق الأبعاد غير المالية، ودمج المعايير المالية وغير المالية في مقياس موحد أكثر شمولية وتوازناً من المعايير الفردية، ومن أهم هذه المقاييس تلك التي تمخضت عن تطوير بطاقة مقياس الأداء المتوازن Balanced Scorecard.

تعتبر بطاقة الأداء المتوازن هي أداة تتم بواسطتها ترجمة رسالة المؤسسة واستراتيجياتها إلى أهداف ومقاييس تقوم على أربعة أبعاد أساسية هي الأداء المالي، رضا العملاء وكفاءة الأداء التشغيلي، ثم التعلم والنمو.

تقديم:

تشتمل هذه الورقة على أربعة محاور يستعرض المحور الأول تعريف بطاقة الأداء المتوازن، ويهدف هذا المحور إلى التعرف على مفهوم بطاقة الأداء المتوازن، وكذلك الخصائص والفوائد والأهداف من تطبيق بطاقة الأداء المتوازن، يتناول المحور الثاني مكونات بطاقة الأداء المتوازن، ويناقش المحور الثالث خطوات بناء نظام بطاقة الأداء المتوازن، يلخص المحور الرابع صعوبات استخدام بطاقة الأداء المتوازن.



د. محمد مصطفى حمدان كرنكة

مدير مركز الهندرة
للتدريب والتنمية البشرية

أولاً: تعريف بطاقة الأداء المتوازن

خلال فترة السبعينات من القرن العشرين قامت مجموعة من الأكاديميين والممارسين الفرنسيين بتقديم منهج يربط بين هيكل المعلومات في المنظمة وكل من الهيكل التنظيمي واستراتيجية المنظمة والمسؤولين عن اتخاذ القرارات بها، وأطلقوا على هذا المنهج «لوحة القيادة»، والتي تشبه لوحة التحكم في السيارة حيث تضم مجموعة من الإشارات التي تسمح للمدير بأن يدير العمليات باستخدام مجموعة مختلفة من التوجهات، وهي تقدم الأساس لتوفير مجموعة من المعلومات لمتخذي القرارات.

وتمثلت الخطوة التالية في تقديم بطاقة الأداء المتوازن حيث ظهر هذا المفهوم على يد كل من روبرت كابلان وديفيد نورتن (Robert Kaplan David Norton)، ونوقشت لأول مرة في جامعة (هارفرد) في عام 1992. فهي تعتمد على الرؤية والأهداف الاستراتيجية، التي يتم ترجمتها إلى نظام مقاييس الأداء، ينعكس بدوره في صورة اهتمام وتوجه استراتيجي عام، يسعى كل فرد في المنظمة إلى تحقيقه.

وتوجد تعريفات مختلفة لبطاقة الأداء المتوازن، من أهمها:

- بطاقة قياس الأداء المتوازن هي نظام إداري يهدف إلى مساعدة المنشأة على ترجمة رؤيتها واستراتيجياتها إلى مجموعة من الأهداف والقياسات الاستراتيجية المترابطة.

- بطاقة الأداء المتوازن هي مفهوم يساعد على ترجمة الاستراتيجية إلى عمل فعلي، وهي تبدأ من تحديد رؤية المنظمة واستراتيجيتها ومن تحديد العوامل الحرجة للنجاح، وتنظيم المقاييس التي تساعد على وضع هدف وقياس الأداء في المجالات الحرجة بالنسبة للاستراتيجيات.

- بطاقة الأداء المتوازن هي أول عمل نظامي حاول تصميم نظام لتقييم الأداء يهتم بترجمة استراتيجية المنشأة إلى أهداف محددة ومقاييس ومعايير مستهدفة ومبادرات للتحسين المستمر، كما أنها توحد جميع المقاييس التي تستخدمها المنشأة.

ثانياً: أهمية بطاقة الأداء المتوازن

تستمد بطاقة قياس الأداء المتوازن أهميتها من محاولة موازنة مقاييس الأداء المالية وغير المالية لتقييم الأداء القصير والطويل الأجل في تقرير موحد. وبالتالي تقلل من تركيز المديرين على الأداء المالي قصير الأجل مثل المكاسب السنوية أو الربع سنوية، ولكنها تهتم بالتحسينات القوية في المقاييس غير المالية التي تشير إلى

إمكانية إيجاد قيمة اقتصادية في المستقبل. على سبيل المثال: السعي لزيادة رضا العميل يشير إلى مبيعات أعلى ودخل أعلى في المستقبل. كما تركز بطاقة قياس الأداء المتوازن انتباه الإدارة على كل من الأداء القصير الأجل والطويل الأجل.

ويمكن تحديد أهميتها في الآتي:

- تعمل البطاقة بمثابة الحجر الأساس للنجاح الحالي والمستقبلي للمنظمة، عكس المقاييس المالية التي تفيد بما حدث في الماضي ولا تشير إلى كيفية الاستفادة منها في تحسين الأداء مستقبلاً.

- تمكن من ربط استراتيجية المنظمة البعيدة المدى مع نشاطاتها قصيرة المدى.

- تمكن البطاقة من تشخيص وتحديد بصورة عملية مجالات جديدة ينبغي أن تتميز بها المنظمة لتحقيق أهداف المستهلك والمنظمة.

- المساعدة في التركيز على ما يجب عمله لرفع مستوى الأداء وتعمل كمظلة للتنوع المنفصل لبرامج المنظمة مثل الجودة وإعادة التصميم وخدمة الزبون.

- توضح الرؤية الاستراتيجية وتحسن الأداء وتضع تسلسلاً للأهداف وتوفر التغذية العكسية للاستراتيجية وتربط المكافآت بمعايير الأداء.

تبقى بطاقة الأداء المتوازن المعايير المالية كملخص مهم لأداء العاملين والإدارة وأيضاً تلقي الضوء على مجموعة مقاييس أكثر عمومية وتفاعلاً وترابطاً بين المستهلك والعمليات الداخلية والعاملين وأداء النظام لتحقيق نجاح مالي طويل الأمد.

المحور الثاني: مكونات بطاقة الأداء المتوازن

بطاقة الأداء المتوازن تمكن المنظمة من تقييم الأداء على نحو متكامل عن طريق ربط الأهداف المتعددة التي تسعى المنظمة لتحقيقها، وذلك بهدف تدعيم موقفها التنافسي، ويتم في البطاقة ترجمة رؤية المنظمة واستراتيجياتها إلى أهداف ومقاييس يتم تبويبها في أربعة أبعاد يقوم كل منها بتقييم الأداء من منظور مختلف، فيتم تقييم الأداء من منظور المساهمين والعملاء والعمليات التشغيلية الداخلية والتعلم والنمو.

إذن بطاقة الأداء المتوازن نابعة من فكرة متعددة الأبعاد لقياس الأداء الكلي حيث تسمح بالقياس على مستوى أربعة مجالات هي:

أولاً: الجانب المالي

يتضمن هذا المحور أهدافاً مالية بحتة مثل: العائد على الاستثمار، تكلفة المنتجات، الربحية، التدفق النقدي، ويستخدم لقياس ذلك النسب المالية والأرقام المالية المختلفة، كذلك قد تكون بعض الأرقام المالية مهمة في وقت ما مثل التدفق النقدي في أوقات العسرة، أما الشركات غير الهادفة للربح فقد يختلف الأمر ولكنها في النهاية لابد أن تحافظ على استمرارها في أنشطتها بالمحافظة على وجود موارد كافية.

ثانياً: جانب الزبائن

إن المنظمة تحتاج إلى أن توجه إهتمامها إلى تلبية احتياجات ورغبات عملائها لأن هؤلاء العملاء هم الذين يدفعون للمنظمة لتغطية التكاليف وتحقيق الأرباح، من خلال هذا المنظور توضع مؤشرات تعكس وضع العميل بالنسبة للمنظمة مثل: رضا الزبائن، الحصة السوقية، درجة الولاء، القدرة على الاحتفاظ بالزبون، القدرة على اجتذاب العميل، وربحية العميل.

ثالثاً: جانب الأنظمة الداخلية

يتم قياس فعالية الأنظمة الداخلية للمؤسسة من أجل ضمان تنافسيتها، ومن أهمها نظام التجديد (البحوث، عدد براءات الاختراع، عدد المنتجات الجديدة...)، هذا بالإضافة إلى نظام الإنتاج (جودة المنتجات، آجال الإنتاج...)، ونظام خدمة ما بعد البيع أيضاً من الأنظمة المهمة (استقبال الزبون من أجل معالجة المشكلات...).

رابعاً: جانب التعلم التنظيمي

يحدد هذا الجانب القدرات التي يجب أن تنمو فيها المنظمة من أجل تحقيق عمليات داخلية عالية المستوى التي تخلق قيمة للعملاء والمساهمين، يؤكد جانب النمو والتعلم على ثلاث قدرات: قدرات الموظف وإعادة توجيهها (تعليم وتطوير الموظفين، قياس رضا الموظفين، وفاء الموظفين، إنتاجية الموظفين...)، فعالية أنظمة المعلومات، التحفيز وتحمل الأجراء للمسؤولية.

بالنسبة لكل محور من هذه المحاور الأربعة يتم تحديد الأهداف وإظهارها من خلال المؤشرات مع قيمها المستهدفة ودمج المبادرات من أجل التعديل مع الأهداف الاستراتيجية، الانسجام الكلي بين المحاور الأربعة يعرض نموذجاً لقياس أداء المؤسسة من

خلال رؤية عرضية لنشاطاتها من أجل تنسيق الاستراتيجية مع الأنظمة التنفيذية.

ويشير Kaplan and Norton إلى أن مقاييس الأداء التي يتضمنها مدخل قياس الأداء المتوازن تختلف عن مقاييس الأداء التي تتضمنها مداخل قياس الأداء الحالية، ويمكن توضيح هذا الاختلاف في النقاط التالية.

- المقاييس في مدخل قياس الأداء المتوازن يتم تحديدها على أساس الأهداف الاستراتيجية للمنظمة ومتطلبات البيئة التنافسية التي تعمل بها، فالمقاييس تعكس الرؤية والاستراتيجية والتي يعبر عنها في المحاور الأربعة للنموذج.

- مقاييس الأداء في مدخل قياس الأداء المتوازن تعتبر عنصراً أساسياً لمتابعة مدى نجاح المنظمة في تنفيذ استراتيجيتها، وهذا على عكس ما تقوم به نظم قياس الأداء المتعارف عليها حيث يقتصر دورها على نتائج الماضي دونما أن تحدد إمكانية التحسين والتطوير في المستقبل.

- المعلومات التي يوفرها مدخل قياس الأداء المتوازن من خلال محاوره الأربعة تعمل على تحقيق التوازن بين مصلحة الأطراف الداخلية والخارجية، وبالتالي تحقيق أهداف المنظمة دون أن يؤثر ذلك على العوامل الجوهرية التي تتعلق بنجاح المنظمة.

يتصف مدخل قياس الأداء المتوازن بالمرونة حيث تنقل الأولويات الاستراتيجية في المنظمة إلى مختلف المستويات الإدارية، كما يمكن المنظمة من إحداث التعديل والتغيير في هذه المقاييس بما يتلائم مع ظروف المنظمة. ومن خلال الشكل رقم (1) يمكن توضيح الآتي:

أ. جانب العمليات الداخلية:

يعتمد هذا الجانب على العمليات الداخلية التي تؤيد كلا من جانب العميل عن طريق إيجاد قيمة للعملاء والجانب المالي بواسطة زيادة ثروة المساهمين. ويتكون جانب العمليات الداخلية من ثلاثة أبعاد فرعية على النحو التالي:

- عملية الابتكار: والتي تتعلق بإيجاد المنتجات والخدمات والعمليات التي ستقابل احتياجات العملاء.

- عملية التشغيل: وتمثل عمليات الإنتاج وتوصيل المنتج والخدمات المتواجدة للعملاء والمبادرات الأساسية الاستراتيجية للمنظمات الرائدة في تحسين جودة التصنيع، وتقليل وقت التوصيل للعملاء، ومقابلة أوقات التوصيل المحددة.

- خدمة توصيل المبيعات: وتعمل على توفير الخدمة ومساندة العميل بعد البيع أو توصيل الخدمة أو السلعة.

ب. جانب النمو والتعليم:

يحدد هذا الجانب القدرات التي يجب أن تنمو فيها المنظمة من أجل تحقيق عمليات داخلية عالية المستوى التي توجد قيمة للعملاء والمساهمين. أن جانب التعلم والنمو للمنظمات يؤكد على ثلاث قدرات:

- قدرات الموظف التي تقاس باستخدام فهم الموظف ومستويات مهاراته ومسح لرضا الموظف ومعدلات الدوران.
- قدرات نظام المعلومات مقاسه بنسبة من موظفين الصف الأول.
- التحفيز والمكافآت: وتقاس بعدد اقتراحات كل موظف ومعدل تطبيق الاقتراحات.

الشكل رقم (1): عناصر قياس الأداء المتوازن كما حددها كابلان ونورتون



المحور الثالث: خطوات بناء نظام بطاقة الأداء المتوازن

يمثل قياس الأداء المتوازن أداء لتنفيذ الاستراتيجيات، وليس لوضعها أو صياغتها حيث إنها تترجمها إلى أهداف محددة وقياسات لتلك الأهداف ثم تراقب تنفيذ هذه الاستراتيجيات. ويؤكد قياس الأداء المتوازن على أن القياسات المالية وغير المالية جزء من نظام المعلومات لجميع العاملين بجميع المستويات، حيث أنه ييسر على موظفي الخطوط الأمامية فهم نتائج قراراتهم وأفعالهم مالياً، كما يساعد المديرين التنفيذيين على فهم محفزات النجاح المالي طويل المدى.

إن عملية بناء بطاقات قياس الأداء المتوازن تبدأ من المستويات العليا إلى المستويات الأدنى بدءاً باستراتيجية المنظمة، حيث تترجم البطاقة إلى أهداف وقياسات أداء ملموسة تمثل توازناً بين كل من:

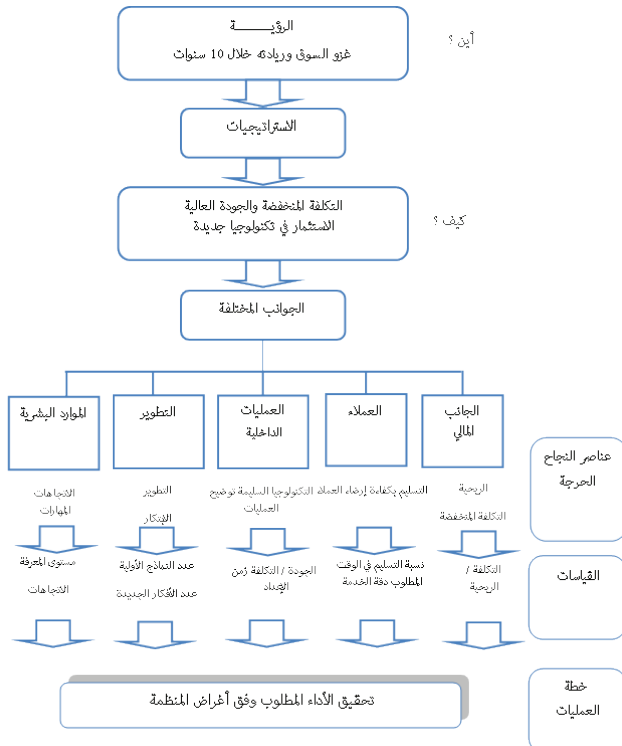
- 1/ قياس الأداء لجانب العملاء وحملة الأسهم والعمليات الداخلية الحرجة المرتبطة بهم مع التطوير والتعليم والنمو.
- 2/ قياسات أداء الأعمال الماضية والعمليات المستقبلية.
- 3/ قياسات الأداء الموضوعية وغير الموضوعية.

ولقد تعددت آراء الكتاب والباحثين حول الخطوات اللازمة لتصميم وتطبيق بطاقة قياس الأداء المتوازن، ويراعى أن الترتيب الذي يلزم اتخاذه، والوقت المخصص لكل خطوة يتم تكييفهما طبقاً لخصائص وظروف كل منشأة على حده.

يلاحظ أن كثير من المؤسسات تواجه مشكلات مرتبطة بتطبيق استراتيجيتها، وتجد صعوبة في تحويل الاستراتيجية إلى نشاطات عملية قابلة للقياس، قد يرجع هذا الفشل في تطبيق الاستراتيجية إلى أن:

- 1/ الاستراتيجية لا تكون مدركة ولا مفهومة من قبل كل الأقسام في المؤسسة.
- 2/ النشاطات التي تنجم عن التوجهات الاستراتيجية ليست محددة بوضوح.

الشكل رقم (2): رؤية متكاملة لتنفيذ نظام بطاقة قياس الأداء المتوازن



وفيما يلي أستعرض كل خطوة من الخطط المنهجية السابقة لتصميم وتطبيق بطاقة قياس الأداء المتوازن:

الخطوة الأولى: صياغة الرؤية التنظيمية:

تمثل الرؤية: تصورات أو توجهات أو طموحات، وآمال لما يجب أن تكون عليه المنظمة في المستقبل، وتتم هذه الخطوة عن طريق عقد مقابلات مع أكبر عدد ممكن من الأفراد، على أن يتم ذلك قدر الإمكان بمعرفة طرف خارجي للحصول على الصورة الأكثر موضوعية حول موقف الصناعة واتجاهاتها، وقد يتطلب الأمر أيضاً تنظيم ندوة مشتركة تحضرها الإدارة العليا وقادة الرأي. إلى جانب ندوة تحضرها الإدارة العليا ومجموعة المشروع وشخص له خبرة سابقة بمشروعات قياس الأداء المتوازن.

(1) تعريف الصناعة ووصف تطورها ودور المنشأة المنتظر:

يتمثل الغرض من هذه المرحلة في إرساء أساس للتوصل إلى إجماع بشأن خصائص ومتطلبات الصناعة وإلى تعريف واضح لوضع المنشأة الحالي ودورها. ومن ثم فالمطلوب في هذه المرحلة وصفاً يتطلب بدوره الوصول إلى اتفاق حول الكيفية التي ستتطور بها الصناعة في المستقبل، بناءً منطلق وركيزة أساسية وضرورية نحو تطوير الرؤية الاستراتيجية المستقبلية، وعقد المقابلات الفردية مع رجال الإدارة العليا وقادة الرأي الأكثر تأثيراً في المنشأة.

(2) صياغة رؤية المنشأة:

يقوم نموذج قياس الأداء المتوازن على رؤية شاملة مشتركة، ولذا فمن الضروري التأكد في مرحلة مبكرة من وجود رؤية معتنقة بشكل مشترك. نظراً لأن المقاييس سيتم بنائها وصياغتها في ضوء تلك الرؤية، مما يسهم في تركيز بؤرة اهتمام المنظمة بصورة أقوى من ذي قبل.

وبعد صياغة الرؤية وقبل المضي في بناء المقاييس، ينبغي الوقوف بشكل نهائي على كيفية إدراك كل مشارك للرؤية، ومن أساليب القيام بذلك السماح لكل مشارك بوصف الصورة التي يعتقد أن تكون عليها المنشأة عند تحقيق الرؤية، وبذلك يعرض كل فرد صورته الخاصة للمنشأة في المستقبل من المنظور المالي، العملاء، العمليات والتطوير.

ومن المناسب هنا أن يعبر جميع المشاركين من خلال بضع كلمات عن تفسيرهم للرؤية من منظور مجالاتها المختلفة، وتعدّد بعد ذلك مناقشة حول الأولويات المناسبة بين الكلمات المذكورة للتعبير عنها. وتفيد الأسئلة التالية في تقديم المزيد من العون قبل أن يتم تبني الرؤية وصياغتها بشكل قاطع:

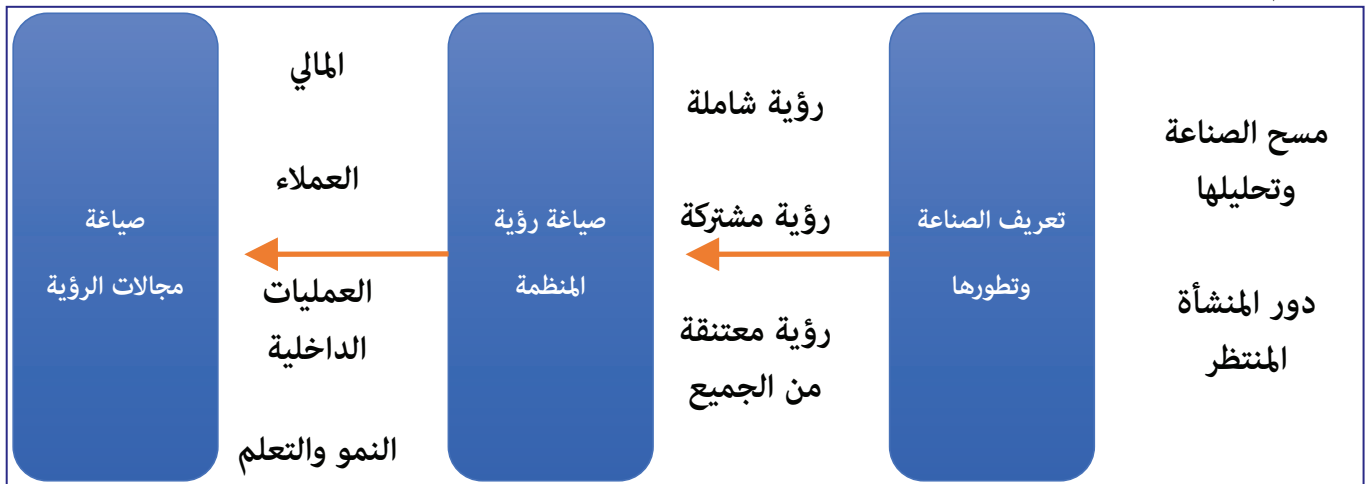
أ/ هل تمدنا الرؤية بالثقة التي نحتاجها؟

ب/ هل تعطينا الرؤية التحدي الذي نحتاجه؟

ج/ هل تساعدنا الرؤية في صياغة الأهداف على نحو مرضٍ؟

د/ هل نشعر أن الرؤية ذات مغزى وأنها تخصنا دون غيرنا؟

شكل رقم (3): مراحل صياغة الرؤية التنظيمية في ظل مدخل قياس الأداء المتوازن



المصدر: عبد اللطيف عبد اللطيف وحنان تركمان، «بطاقة التصويب المتوازنة كأداة لقياس الأداء»، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (28)، العدد (1)، 2006، ص 147.

(3) صياغة مجالات الرؤية:

فهما والعمل من خلالها. ومن أساليب تنفيذ هذه المرحلة من العملية سؤال المشاركين أن يصفوا القواعد الأساسية العامة التي يمكن أن ترشد وتوجه المنشأة نحو الرؤية المنشودة بأقصى درجة من السهولة والفاعلية. ومن هنا، يمكن تحديد قواعد واستراتيجيات مناسبة أساسية في عدد من الجوانب منها على سبيل المثال: الربحية على المدى القصير والطويل، الأساليب التي ستنافس بها المنشأة مثل التسعير، وقت التسليم، وتنظيم المنشأة ومن ثم نوع القدرات المراد بناؤها والمتاحة داخلياً.

وفيما يلي سوف نناقش كيفية إعداد استراتيجيات كل منظور:
أولاً: المنظور المالي:

ينبغي أن يوضح هذه المنظور نتائج الاختيارات الاستراتيجية التي تم إجراؤها فيما يتصل بمجالات الرؤية الأخرى، في الوقت الذي يرسى فيه العديد من الأهداف طويلة المدى وبالتالي جزءاً كبيراً من القواعد العامة الأساسية والمقدمات المنطقية لمجالات الرؤية الأخرى. هنا نجد وصفاً لما يتوقعه الملاك من المنشأة فيما يتعلق بالنمو والربحية. ومن الملائم أيضاً دراسة وتحليل المخاطر المالية التي يمكن أن تواجهها المنشأة.

وترتبط القضايا الأخرى التي يمكن أن يغطيها المنظور باستراتيجيات التكلفة والاستثمار، والحسابات المدينة... إلخ. وهناك العديد من أدوات الرقابة الإدارية التقليدية، تتمثل في صورة مقاييس مالية ونسب أساسية Key Ratios.

ويشير كابلان ونورتون إلى ثلاثة موضوعات استراتيجية ترتبط ارتباطاً كبيراً بالمنظور المالي تتمثل فيما يلي:

- 1/ مزيج المنتجات ومعدل النمو.
- 2/ القواعد الأساسية لاستغلال الطاقة الإنتاجية وخفض التكاليف.
- 3/ استراتيجية الاستثمار.

ثانياً: منظور العملاء:

يصف هذا المنظور الطرق التي سيتم بها خلق قيمة للعملاء وكيف سيتم تحقيق ذلك، وما هي الأسباب التي ستجعل العملاء على استعداد لدفع المقابل المالي لها، ولذلك يجب أن تسترشد العمليات الداخلية وجهود تطوير المنشأة بهذا المنظور، ويمكن القول إن هذا الجزء يشكل قلب المقاييس، فإذا أخفقت المنشأة

بعد الانتهاء من صياغة الرؤية الشاملة ومفهوم العمل، يأتي دور دراسة اختيار مجالات الرؤية التي سيتم بناء المقاييس عليها. وحسبما اقترح نموذج كابلان ونورتون، فإن هناك أربعة مجالات رؤية: مجال الرؤية المالي، مجال رؤية العملاء، مجال رؤية العمليات الداخلية، ومجال رؤية التعلم والنمو. ومع ذلك فقد فضلت بعض المنشآت إضافة منظور خامس وهو منظور الموظفين أو المنظور البشري. واختيار مجالات الرؤية يجب أن يحكمه في الأساس منطق العمل مع وجود علاقة متبادلة واضحة بين مختلف مجالات الرؤية، وبذلك فإن مجال رؤية التطوير ينبغي أن يوضح الطرق التي تعتزم الإدارة إتباعها لتطوير المنشأة والمنتجات والخدمات المقدمة بغرض تنظيم العمليات وإضافة قيمة للعملاء، وهذه التأثيرات ينبغي أن تنعكس على المنظور المالي.

الخطوة الثانية: تحديد الاستراتيجيات وبناء الأهداف الاستراتيجية العامة⁽¹⁾:

إن نموذج قياس الأداء المتوازن في الأساس أداة تسهم في صياغة وتنفيذ استراتيجية المنشأة وتعمل على مراجعتها ومتابعة عملية تنفيذها. وينبغي أن ينظر للنموذج على أنه أداة لترجمة رؤية واستراتيجية تجريدية إلى مقاييس وأهداف محددة. ومن ثم فإن الغرض من هذه الخطوة يتمثل في ترجمة الرؤية إلى صورة ملموسة، وبالتالي تحقيق التوازن العام بين المجالات المختلفة. وحتى تتم هذه الخطوة بنجاح يجب أن تعقد ندوة مشتركة تحضرها نفس المجموعة المشار إليها في الخطوة الأولى.

وعادة ما تكون عملية صياغة الاستراتيجية شديدة التعقيد، وتستلزم قدراً كبيراً من التفكير والمدخلات في صورها المختلفة، ويرجع ذلك لتعدد الجوانب والمتغيرات التي يلزم دراستها عادة. ولا يوجد اتفاق حول الإجراء المناسب لصياغة استراتيجية المنشأة، ومع ذلك، يثور دائماً سؤال جوهري وهو كيف يمكن للمنشأة أن تكتسب ميزة تنافسية أفضل من منافسيها وتحافظ عليها. هذا السؤال يقع في قلب عملية إعداد وصياغة الاستراتيجية، وتشير التجارب إلى أن أعظم مزايا نموذج قياس الأداء المتوازن تكمن في هذه الناحية على وجه التحديد، فالنموذج يسهل تحليل الرؤية إلى استراتيجيات محددة ومستندة إلى الواقع، مما يمكن الأفراد من

1) Wheelen Thomas L. & Hunger, J. David, Strategic Management and Business policy. 9th ed., (New jersey: Pearson Education, Inc., Prentice Hall, 2004 p 80).

رابعاً: منظور التعلم والنمو:

يمكن منظور التعلم والنمو المنشأة من ضمان قدرتها على التجديد، كشرط أساسي لاستمرارها وبقائها على المدى الطويل. في هذا المنظور تدرس المنشأة ما يجب أن تفعله للاحتفاظ بالمعرفة التقنية المطلوبة لفهم وإشباع حاجات العملاء، وتطوير تلك المعرفة إلى جانب اهتمامها بدراسة كيفية الإحتفاظ بالكفاءة والإنتاجية الضرورية للعمليات التي تخلق قيمة للعميل. إن تعرض المعرفة التقنية للتلف باستمرار يلزم منظمات الأعمال بالبحث الدائم والسعي لتحديد القدرات المحورية التي يجب أن تكتسبها كأساس لتطورها المستقبلي. ونتيجة لهذا التوجه الاستراتيجي يتعين على المنشأة أن تقرر كيفية الحصول على المعرفة التقنية التي ستظل في حاجة لها في المجالات والنواحي المختلفة، ومن ثم يجب أن تجري المنشأة تحليلاً لتقرر أنواع المعرفة والقدرات الواجب إدراجها ضمن مجموعة قدراتها المحورية ثم تتخذ قراراً استراتيجياً بشأن أي هذه القدرات ينبغي تمويلها وتبنيها.

الخطوة الثالثة: تحديد عوامل النجاح الحاكمة:

تعني هذه الخطوة الانتقال من التوصيفات والاستراتيجيات المذكورة آنفاً إلى مناقشة والحكم على ما يكون مطلوباً لنجاح المقياس وماهية العوامل ذات التأثير الأكبر على النتائج المنشود تحقيقها. بعبارة أخرى يجب على المنشأة أن تقرر الآن ما هي عوامل النجاح الحاكمة وترتيبها حسب الأولوية. وهناك أسلوب مناسب لبدء هذا الجزء يتمثل في تكوين مجموعات نقاشية لتقرير العوامل الأكثر أهمية لتحقيق الأهداف الاستراتيجية التي سبق وضعها. وفي الجلسة المشتركة يدور النقاش ويتواصل، لمحاولة التوصل إلى اتفاق حول مجموعة واقعية من عوامل النجاح الأساسية.

كما ينبغي الحرص على إحداث ترابط أفقي ورأسي بين عوامل النجاح الحاكمة. وبمعنى أكثر وضوحاً التعرف على ما إذا كانت المقاييس متسقة داخلياً بدرجة معقولة فيما يتصل بجوانبها، وصلة وثيقة فيما بينها أم لا ؟. ويكون الترابط الرأسي تلقائياً بدرجة أو بأخرى لأن عوامل النجاح الحاكمة يتم التعرف عليها وترتيبها حسب الأولوية.

في تقديم المنتجات والخدمات المناسبة بشكل يلبي احتياجات العملاء وبتكاليف فعالة على المدى القصير والطويل، لن تتولد إيرادات وتتدهور المنشأة وتموت.

إن جانباً كبيراً من الجهد موجه نحو تقرير كيفية زيادة والاحتفاظ بولاء العملاء، ولكي تعي المنظمة ما يتوجب عليها عمله، يجب أن تلم إلماماً وافياً بكل جانب في عملية الشراء عند العملاء، وأن تتكون لديها صورة دقيقة لما يعنيه المنتج بالنسبة لهم. ولا يمكننا أن نقرر الاستراتيجية الأساسية المتصلة بالعملاء والأسواق ثم نتنقل إلى مجالات الرؤية الأخرى إلا بعد أن نكتسب دراية تامة بهذه التفاصيل. ومن المهم أن تعتمد هذه التحليلات على ما يقدره العميل في الحقيقة وما يطلبه وليس على تقديرات الأفراد بالمنشأة. أما المقاييس التي تمثل نتيجة طبيعية لهذه الموضوعات الاستراتيجية فينبغي أن توفر صورة شاملة من منظور العميل، ولذا يفضل أن تكون هناك معلومات تفصيلية متاحة عن:

- 1/ الأنسبة في السوق.
- 2/ ولاء العملاء، مقاساً - مثلاً - بمعدل تكرار شراء المنتجات.
- 3/ تدفق العملاء الجدد إلى المنشأة.
- 4/ رضا العملاء عن المنتجات.
- 5/ ربحية العملاء والأسواق.

ثالثاً: منظور العمليات الداخلية:

يجب دراسة وتحليل العمليات التي تولد الأشكال المناسبة للقيمة بالنسبة للعملاء وتقود كذلك إلى الوفاء بتوقعات حملة الأسهم، إن منظور العمليات الداخلية يشكل تحليلاً لعمليات المنشأة الداخلية، ويتضمن الموضوعات الاستراتيجية التي ترتبط بدراسة الموارد والقدرات والعمليات الفنية التي تحتاجها المنشأة للارتقاء بذاتها.

ومن ثم ينبغي التعرف على عمليات المنشأة على المستوى العام. ويتم بعد ذلك تحليل هذه العمليات بدرجة أكبر من التفصيل، وذلك بهدف استبعاد كل العمليات التي لا تخلق قيمة للعميل بصورة مباشرة أو غير مباشرة، أما العمليات المتبقية فينبغي أن يتم وصفها من حيث التكاليف وزمن العملية وتوكيد الجودة... إلخ، وعندئذ ستوفر النتائج أساساً لاختيار الأساليب لقياس هذه العمليات.

المحور الرابع: صعوبات استخدام بطاقة الأداء المتوازن ملخص الصعوبات لتنفيذ بطاقة الأداء المتوازن⁽¹⁾: أولاً: جانب الخطط:

- 1/ عدم وجود استراتيجية لتنفيذ البطاقة الأداء المتوازن فإنها ستكون مضيعة للوقت.
- 2/ عدم مساندة الإدارة العليا للمشروع.
- 3/ عدم ترجمة التوجهات إلى خطط وأهداف وتحديد الجهات المسؤولة عن تنفيذها.
- 4/ عدم توفر المعرفة التامة بطبيعة عمل الوحدة لا يمكن من وضع المؤشرات الصحيحة لقياس أدائها.
- 5/ عدم تعريف المصطلحات وتوحيدها على جميع المستويات.

ثانياً: جانب المعلومات:

- هناك صعوبات في الحصول على المعلومات التي تتميز بكل تلك الصفات في الوقت نفسه من نظم المعلومات الإدارية التقليدية، وهكذا اقتضت الحاجة لتجاوز المشكلة وتقديم استجابة لحاجة الاستراتيجية وإدارتها للمعلومات، وذلك عن طريق تطوير بطاقة الأداء المتوازن لتكون نموذجاً معلوماتياً خاصاً يغذي الاستراتيجية بالمعلومات التي تسهم في إدارتها وتوضح الطريق الناجح في توجهاتها للمستقبل، وتقديم مقاييس لتقويم تأثير الأبعاد المتعددة على الاستراتيجية. لذلك يجب توفير الآتي:
- 1/ يجب أن تكون معادلات مؤشرات الأداء الرئيسية مفهومة بشكل جيد.
 - 2/ يجب مراجعة أساليب توفير البيانات وتطويرها.
 - 3/ الأنظمة الآلية تعتبر تحد كبير.

الخاتمة (النتائج والتوصيات):

- في ختام هذه الورقة العلمية نخلص إلى عرض النتائج التالية:
- 1/ بطاقة الأداء المتوازن هي نظام للإدارة الاستراتيجية تدمج أربع محاور إدارية وتسمح للمديرين بإشراك الأهداف الاستراتيجية طويلة الأجل مع قياسات ذات الأجل القصير، ويمكن من:
- ترجمة استراتيجية المؤسسة.
- خلق اتفاق حول الرؤية والاستراتيجية.
- الاتصال والانسجام الذي يسهل جهود الإدارة العامة في توضيح

(1) عبد السلام بن عبد الله أبو ملحه، «بطاقة الأداء المتوازن بين النظرية والتطبيق تجربة شركة الاتصالات السعودية»، مؤتمر التخطيط الاستراتيجي وتحليل الأداء شركة الاتصالات السعودية، جدة 2007م، ص 56-57.

الاستراتيجية وشرحها وربطها مع أهداف موظفيها وفقاً لنشاطاتها.
- رد الفعل والتعلم التنظيمي.

2/ بطاقة الأداء المتوازن توفر للمديرين إطاراً كاملاً للعمل على ترجمة استراتيجية المؤسسة إلى خطط عملية وإلى مجموعة متكاملة من مؤشرات قياس الأداء.

3/ المحاور الأربعة لبطاقة الأداء المتوازن تحقق التوازن بين الأهداف طويلة الأجل وقصيرة الأجل، وبين النتائج المرغوبة ومحددات هذه النتائج، بين المقاييس للموضوعية والمقاييس الذاتية.

4/ ساهمت بطاقة الأداء المتوازن في التحول من التركيز على المؤشرات المالية إلى الاهتمام بجوانب أخرى مثل: الزبائن والأنظمة وديناميكية النمو في المؤسسة، وهو لا يفضل قياساً من القياسات الأربعة على حساب القياس الآخر بل هو يوازن بينها جميعاً.

5/ تشكل بطاقة الأداء المتوازن مصدراً ثرياً للمعلومات وهي بذلك تساهم في تغذية نظم المعلومات الإدارية داخل المؤسسة.

وانطلاقاً من هذه النتائج نقترح مجموعة من التوصيات بخصوص هذا الموضوع:

1/ العمل على غرس ثقافة تنظيمية في المنشآت تدعم التغيير التنظيمي وتبني أدوات إدارة حديثة وفعالة مثل بطاقة الأداء المتوازن.

2/ مساندة ودعم الإدارة العليا لبرنامج تصميم وتطبيق قياس الأداء المتوازن من أهم ضروريات نجاح تلك البرامج، وإشراك كل العاملين في المستويات الإدارية المختلفة في تصميم هذه الأداة.

3/ يجب على الإدارة العامة أن تقوم بتوعية جميع العاملين بأهمية اعتماد نظام الإدارة الاستراتيجية على بطاقة الأداء المتوازن، وذلك من خلال شرح مفهومها والهدف منها وكيفية تفعيلها والمشاركة في إعدادها.

4/ إتباع كل الخطوات الأساسية لتصميم البطاقة بالشكل المطلوب وليس بشكل عشوائي، وفي حالة عدم التمكن من تصميمها داخلياً

يمكن اللجوء إلى شركات للاستشارات الإدارية وللخبراء في هذا المجال.

(8) مخيمر، عبد العزيز جميل، دليل المدير العربي في التخطيط الاستراتيجي (القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2005).

(9) هاني عبد الرحمن العمري، "منهجية تطبيق بطاقة قياس الأداء المتوازن في المؤسسات السعودية"، مجلة إدارة الأعمال، جمعية إدارة الأعمال العربية، العدد 100 مارس 2004م.

(10) هيثم احمد حسين عبد المنعم، "نموذج محاسبي لقياس و تقييم الأداء المؤسسي للمنظمات"، بحث مقدم إلى المؤتمر العربي الثاني في الإدارة، القيادة الإبداعية في مواجهة التحديات المعاصرة للإدارة العربية، 6 - 8 نوفمبر 2001، القاهرة.

(11) يوسف، محمد محمود، "البعد الاستراتيجي لتقييم الأداء المتوازن"، القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2005).

المراجع الأجنبية

(12) Robert S. Kaplan and David P. Norton, «Putting The Balanced Scorecard To Work», Harvard Business Review, September-October, 1993.

(13) Kaplan , R.S. and Norton , D.P. " Using the Balanced Scorecard as a strategic Management System" , Harvard Business Review (Sept-Oct,, 1996).

(14) Wheelen Thomas L. & Hunger, J. David, Strategic Management and Business policy. 9th ed., (New jersey: Pearson Education, Inc., Prentice Hall, 2004).

5/ رصد تجارب المنشآت التي إستخدمت بطاقة الأداء المتوازن مثال لذلك مصرف المزارع التجاري ومنسقية الخدمة الوطنية والاستفادة من نتائجها.

المراجع العربية

(1) زينب احمد عزيز حسين، « نموذج استراتيجي متعدد الأبعاد لتقييم الأداء » (إطار مقترح)، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العربي الثاني في الإدارة القيادة الإبداعية في مواجهة التحديات المعاصرة للإدارة العربية، 6 - 8 نوفمبر 2001، القاهرة جمهورية مصر العربية.

(2) العامري، صالح مهدي محسن، والغالبى، طاهر محسن منصور، " بطاقة القياس المتوازن للأداء كنظام لتقييم أداء منشآت الأعمال في عصر المعلومات نموذج مقترح للتطبيق في الجامعات الخاصة"، المجلة المصرية للدراسات التجارية، كلية التجارة، جامعة المنصورة، العدد الثاني، 2003م.

(3) عبد الحميد المغربي، "بطاقة قياس الأداء المتوازن، المدخل المعاصر لقياس الأداء الاستراتيجي"، المكتبة العصرية، القاهرة، 2009.

(4) عبد السلام بن عبد الله أبو ملحه، "بطاقة الأداء المتوازن بين النظرية والتطبيق تجربة شركة الاتصالات السعودية"، مؤتمر التخطيط الاستراتيجي وتحليل الأداء شركة الاتصالات السعودية، جدة 2007م.

(5) عبد اللطيف وحنان تركمان، "بطاقة التصويب المتوازنة كأداة لقياس الأداء"، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (28)، العدد (1)، 2006.

(6) غازي، على، "بطاقة الأداء المتوازن كمدخل لبناء القيادة الإبداعية"، مجلة إدارة الأعمال، جمعية إدارة الأعمال العربية، العدد 100، مارس 2003.

(7) محمد حسن محمد عبد العظيم، «دور المعلومات المحاسبية في تفعيل الإدارة الاستراتيجية في المنظمات»، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد الواحد والعشرون، العدد الأول، يونيو 2005.

أضواء على.. سياسات بنك السودان المركزي السارية



سياسات

يصدر بنك السودان المركزي منشوراته الدورية المنتظمة للعمل المصرفي بالبلاد، وذلك في إطار جهوده لتطوير الضوابط التنظيمية والرقابية التي تهدف إلى الاستقرار الاقتصادي، وخلال الربع الثالث من العام 2016 أصدر عدداً من المنشورات التي شملت الآتي:

(أ) منشورات الإدارة العامة للسياسات والبحوث والإحصاء:

1. المنشور الخاص بتخصيص نسبة 10% من حصائل الصادرات عدا البترول والذهب رقم (2016/4) بتاريخ 17 مايو 2016، وذلك بالإشارة إلى قرار مجلس الوزراء رقم (168) لسنة 2016 الصادر بتاريخ 5 مايو 2016 والخاص بتوفير الدواء وتطوير الصناعة الدوائية بالبلاد، وبالإشارة إلى منشور إدارة السياسات رقم (2016/2) الصادر بتاريخ 20 يناير 2016، فقد تقرر أولاً: أن يستمر استقطاع نسبة 10% من حصائل الصادرات عدا البترول والذهب وتوظيفها لتغطية استيراد احتياجات البلاد من الأدوية البشرية و المواد الخام للصناعات الدوائية المحلية. ثانياً: أن يتم تقسيم المبلغ الناتج من استقطاع النسبة المذكورة في أولاً لاستيراد الأدوية البشرية والمواد الخام للصناعات الدوائية المحلية وفقاً للآتي: نسبة 77.5% لصالح استيراد الأدوية البشرية، نسبة 22.5% لصالح استيراد المواد الخام للصناعات الدوائية المحلية. ثالثاً: أن تقوم المصارف بفتح حساب منفصل لكل من الاستخدامات المذكورة في ثانياً أعلاه. رابعاً: أن يتم إكمال عمليات الدفع للمراسلين بالخارج مباشرة من الحسابات الواردة في ثالثاً أعلاه، وعدم تحويل أي جزء من أرصدها إلى أي حساب آخر. خامساً: على المصارف عدم التعامل إلا مع الشركات المتخصصة في مجال استيراد الأدوية البشرية أو تصنيعها محلياً والمعتمدة من المجلس القومي للأدوية والسموم، وبعد الحصول على توصية بخطاب معتمد من المجلس القومي للأدوية والسموم. سادساً: سوف يقوم بنك السودان المركزي بمد المصارف بقوائم الشركات والتوقعات المعتمدة من المجلس القومي للأدوية والسموم. سابعاً: في حالة عدم وصول الأدوية خلال فترة ثلاثة أشهر من بدء عملية الاستيراد بكل طرق الدفع، على المصارف



إعداد

عيسى أحمد ترايو

إدارة البحوث والتنمية

عدم تجديد فترة الاستيراد وإخطار بنك السودان المركزي (إدارة النقد الأجنبي) فوراً. ثامناً: على المصارف عدم تجزئة المبلغ المصدق واستخدامه كاملاً خلال فترة لا تتجاوز 15 يوماً من تاريخ تخصيص المبلغ.

(ب) منشورات وتعاميم الإدارة العامة لتنظيم وتنمية الجهاز المصرفي:

1. التعميم الخاص بجزءات تشغيل الصرافات الآلية (ATMs)، واستناداً الى قانون بنك السودان المركزي لسنة 2006 تعديل 2012 وقانون تنظيم العمل المصرفي لسنة 2004، وفي إطار السعي نحو تجويد وتحسين أداء خدمات الصرافات الآلية، فقد تقرر إلزام كافة المصارف بالعمل على تحسين أداء واستمرار خدمات الصرافات الآلية واستقرارها، عليه فقد تقرر توقيع الجزاءات على المخالفات التالية: أولاً: خلو الصراف الآلي من النقد (Out of Cash) توقع عليها غرامة قدرها 750 جنيه لكل يوم. ثانياً: وجود عطل بالربط الشبكي للصراف الآلي تفرض عليها غرامة قدرها 750 جنيه لكل يوم. ثالثاً: خلو الصراف الآلي من الجورنال (Out of Journal) توقع عليها غرامة قدرها 1000 جنيه لكل يوم. رابعاً: في حالة وجود مشكلة في وحدة توزيع النقد ((Cash Dispenser توقع عليها غرامة قدرها 500 جنيه لكل يوم. خامساً: توقف واجهة ربط المصرف (Interface) مع نظام المحول القومي دون موافقة بنك السودان المركزي تفرض عليها عقوبة قدرها 750 جنيه لكل يوم. سادساً: عدم الالتزام بفترات السماح والاجراءات المحددة من قبل بنك السودان المركزي في المنشور رقم 2013/8 في حال توقف الصرافات الآلية لأسباب أخرى ستواجهه المصرف عقوبة بغرامة مبلغ 500 جنيه كل يوم بعد انقضاء فترة السماح.

2. المنشور المتعلق بانتقال الموظفين بالجهاز المصرفي، في إطار تنظيم عملية انتقال العاملين بالجهاز المصرفي والحاقاً الى منشور بنك السودان المركزي رقم 2016/1 الصادر بتاريخ 2016/2/10م وعند تقديم الطلبات لبنك السودان المركزي صدر منشور رقم (2016/6)، فقد تقرر ان تلتزم جميع المصارف والمؤسسات المالية بالإجراءات الإضافية التالية: أولاً: الاستعلام على الالتزامات المالية القائمة للموظف المعنى لدى الجهاز المصرفي. ثانياً: على المصرف مقدم الطلب ارفاق تعهد بتحمل كافة الالتزامات المالية للموظف إن وجدت. ثالثاً: عند اصدار شهادة خلو

طرف للموظفين يجب ان توضح فيها أي التزامات مالية لصالح المصرف أو المؤسسة المالية السابقة ان وجدت. رابعاً: يقصد بعبارة العاملين بمنشورات انتقال العاملين بالموظفين والموظفات بالمصارف والمؤسسات المالية بمختلف درجاتهم.

3. التعميم الخاص برفع طلبات بخصوص المسائل الادارية المتعلقة بمجلس الادارة، وبالإشارة الى منشور بنك السودان المركزي بخصوص تطوير وتفعيل الضبط المؤسسي بالمصارف والمؤسسات المالية بالرقم (2009/18)، فقد تقرر ان تقوم المصارف بضرورة ان تكون مخاطبات بنك السودان المركزي مهيأة بتوقيع رئيس مجلس الادارة في الحالات الآتية: أولاً: ترشيح/ اعادة ترشيح اعضاء مجلس. ثانياً: ترشيح/ اعادة ترشيح الخبراء المصرفيين لعضوية مجلس الادارة. ثالثاً: تعيين/ اعادة تعيين الادارة العليا (المدير العام - نائب المدير العام). رابعاً: ترشيح / اعادة ترشيح اعضاء هيئة الرقابة الشرعية. خامساً: تعيين/ اعادة تعيين المراجع الخارجي. سادساً: توزيع الارباح. سابعاً: أي امور اخرى جوهرية تخص مساهمي المصرف او شئون مجلس الادارة. واخيراً طالب المنشور بضرورة الالتزام بالمنشور رقم (2009/18) والخاص بتطوير وتفعيل الضبط المؤسسي بالمصارف والمؤسسات المالية والذي يحدد الكيفية التي يتم بها اختيار/ ترشيح الخبراء بمجلس الادارة.

4. التعميم المتعلق بالنسبة المخصصة للتمويل الاصغر، وفي إطار الجهود المبذولة لتفعيل استراتيجيات الدولة لتخفيف حدة الفقر، وذلك من خلال انفاذ برامج وسياسات التمويل الأصغر، وبما أنه قد تقرر تخصيص ما نسبته 12% من إجمالي المحفظة التمويلية لكل مصرف، لتوجه لعملاء التمويل الأصغر والصغير، وذلك حسب موجبات منشورات بنك السودان المركزي رقم 2007/18 و2009/9، والتعميم الصادر بتاريخ 10 يوليو 2016 م، إلا انه ومن خلال المتابعة الدورية فقد تبين عدم الالتزام الكامل من بعض المصارف بتلك النسبة المقررة، وعليه يجب على المصارف الالتزام بتنفيذ النسبة المحددة بنهاية العام الحالي وفي حالة عدم الالتزام سيتم تجميد المبلغ غير المستغل.

5. المنشور الخاص بإجراءات الاشتراك في خدمة الدفع عبر الموبايل وادارة وتشغيل النظام وحدود المعاملات، عملاً بأحكام المادة 6(و) من قانون بنك السودان المركزي لسنة 2002م، واستناداً إلى السلطات المخولة له بموجب احكام المادة 60 (2) من قانون تنظيم العمل المصرفي لسنة 2004 م مقروءة مع احكام

المادة 31 من لائحة نظم الدفع لسنة 2013 م والمادة 34 من لائحة التحويل الإلكتروني للأموال لسنة 2014م، أصدر محافظ بنك السودان المركزي منشور رقم (2016/7) ينظم الضوابط والتوجيهات التالية لتنظيم الاشتراك وإدارة وتشغيل نظام الدفع عبر الموبايل والعمليات عليه، والسقوف المالية أو حدود المعاملات. أولاً: الترخيص والاشتراك في الخدمة، أصدر بنك السودان المركزي التراخيص اللازمة للجهات الراغبة في العمل في الأنشطة (تقديم خدمة العملاء، شبكة توزيع خاصة بالخدمة، وكيل متجول). ثانياً: إدارة النظام، حيث يمثل بنك السودان المركزي مدير النظام، ويمثل مشغل النظام (الوارد تعريفه في منشور ضوابط خدمة الدفع عبر الموبايل) الخط الاول لدعم ومساندة النظام فنياً وتقنياً لمستخدمي النظام، ويمثل مقدم الخدمة المالية (الوارد تعريفه في منشور ضوابط خدمة الدفع عبر الموبايل) الخط الاول لدعم ومساندة العملاء. ثالثاً: تشغيل النظام، يجب على مشغل النظام (الوارد تعريفه في منشور ضوابط خدمة الدفع عبر الموبايل) الالتزام بما يلي: توقيع عقد إسناد لتشغيل النظام مع بنك السودان المركزي وإبرام اتفاقيات مستوى تقديم الخدمة (Service Level Agreements) SLA مع ناقلي ومقدمي الخدمة لضمان كفاءة تشغيل النظام، توفير ملفات التسوية اليومية للأطراف المختلفة المشاركة في النظام وتقديمها لبنك السودان المركزي لتنفيذها، وتوفير التقارير اللازمة بشأن المنازعات بين الأطراف المختلفة المشاركة في النظام. رابعاً: سقوف أو حدود المعاملات، حيث حدد المنشور حدود المعاملات (الحد الأقصى والادنى المسموح للمعاملة الواحدة، الحد الأقصى للصرف في اليوم، الاسبوع، الشهر، بالإضافة الى عدد المعاملات المسموح بها في اليوم الواحد، في الاسبوع وفي الشهر) من حيث الارسال والاستلام لجميع المعاملات لمستويات الخدمة ولكافة السقوف.

6. المنشور الخاص برسوم وتعرفة خدمات الدفع عبر الموبايل، تم اصدار منشور رقم (2016/8)، وفقاً لأحكام المادة 6(و) من قانون بنك السودان المركزي لسنة 2002، وقانون تنظيم العمل المصرفي لسنة 2004، ولائحة نظم الدفع لسنة 2013 والمادة 34 من لائحة التحويل الإلكتروني للأموال لسنة 2014، أصدر محافظ بنك السودان المركزي التعرفة التالية للعمليات على نظام الدفع عبر الموبايل بحيث تكون رسوم الخدمات وتوزيعها كما يلي: أولاً: الخدمات المجانية داخل النظام تشمل خدمة

تسجيل العملاء، ايداع الاموال، سحب الاموال، الاستعلام عن الرصيد، تنشيط الحساب وخدمة تجميد الحساب. ثانياً: تعرفه الخدمات التالية داخل النظام تشمل خدمة تسجيل العميل عبر وكيل خارج النظام (البطاقة الفضية والذهبية)، خدمة تحويل الأموال، خدمة تحويل الأموال إلى التاجر (خدمة الشراء)، خدمة الدفعيات لمقدمي الخدمات (تخصم الرسوم من العميل)، خدمة الدفعيات لمقدمي الخدمات (تخصم الرسوم من مقدم الخدمة)، خدمة التحويل من بطاقة إلى حساب وخدمة التحويل من حساب إلى بطاقة، خدمة طلب قائمة مختصرة بالمعاملات. 7. المنشور الخاص بضوابط نظام الدفع عبر الموبايل : صدر منشور رقم (2016/9) وفقاً لأحكام المادة 6 (و) من قانون بنك السودان المركزي لسنة 2002م واستناداً على السلطات المخولة له بموجب احكام المادة 60 (2) من قانون تنظيم العمل المصرفي لسنة 2004، والمادة 31 من لائحة نظم الدفع لسنة 2013 والمادة 34 من لائحة التحويل الإلكتروني للأموال لسنة 2014 أصدر محافظ بنك السودان المركزي الضوابط التالية: أولاً: نطاق التطبيق والتي تسري على الجهات والأطراف التالية: مقدم الخدمة المالية، مقدم خدمة العملاء، شبكة التوزيع، مشغل النظام، ناقل الخدمة، الوكلاء والعملاء. ثانياً: فصل المنشور التعريفات والتي تشمل: البنك، الهيئة، المصرف، المؤسسة المالية، النظام، خدمة الدفع عبر الموبايل، النقود الالكترونية، الحساب الإلكتروني، ناقل الخدمة، شبكة التوزيع، التسوية والعميل. ثالثاً: ضوابط الترخيص لتقديم خدمات الدفع عبر الموبايل، حيث أشار المنشور الى الموافقة والترخيص لأي جهة ترغب في تقديم خدمات الدفع عبر الموبايل بعد استيفاء الشروط والضوابط التالية: الحصول على الموافقة المسبقة من البنك في حالة تقديم الطلب بواسطة فرع شركة أجنبية يجب إرفاق موافقة السلطات المختصة في الدولة الأم على عمل فرع الشركة في السودان، على فروع الشركات الأجنبية تقديم تعهد من رئاستها بتحمل كافة الالتزامات الناشئة في حالة تصفية فرعها بالسودان لأي سبب من الأسباب، تلتزم الجهة طالبة الترخيص بدفع رأس المال والتأمين وتقديم دراسة جدوى وافية، الالتزام بإرسال تقارير دورية وأي بيانات أخرى يطلبها البنك عن الخدمة، دفع رسوم الترخيص المقررة بواسطة البنك، لا يجوز تحويل الترخيص بمزاولة خدمة الدفع عبر الموبايل أو تخصيصه لمنفعة أي جهة أخرى غير الجهة المرخص لها إلا بموافقة البنك، التزام مقدمي الخدمات بقواعد

التشغيل والترخيص الممنوح، يجب أن لا يقل رأس المال لمقدمي الخدمات عن ما يحدده البنك، ويحق للبنك تعديل أو إضافة أي شروط أخرى يراها مناسبة لمنح الترخيص. رابعاً: واجبات ومسؤوليات مقدم الخدمة المالية عبر الموبايل، أشار المنشور الى التزام مقدم الخدمة المالية بأداء الالتزامات التالية في نظام الدفع عبر الموبايل، الحصول علي النقود الالكترونية من البنك وتوزيعها في النظام، تتم تغذية الحساب الإلكتروني عن طريق تقديم طلب إلى البنك مصحوباً بتفويض بالخصم من الحساب الجاري المقابل أو بإيداع المقابل النقدي، توقيع اتفاقيات مع مقدمي خدمة العملاء تحدد دورهم ومسؤولياتهم، العملات التي سيتم أخذها، إدارة حسابات العملاء بالنظام، استقبال بلاغات واستفسارات وشكاوى العملاء وحل المنازعات بالتعاون مع مشغل الخدمة. خامساً: واجبات ومسؤوليات مقدم خدمة العملاء عبر الموبايل، حيث يلتزم مقدم خدمة العملاء بأداء الالتزامات التالية في نظام الدفع عبر الموبايل: الحصول علي النقود الالكترونية من مقدمي الخدمات المالية وتوزيعها في النظام، اتخاذ الإجراءات اللازمة للتحقق من شخصية وهوية العميل عند التسجيل، توقيع اتفاقيات مع مقدمي الخدمات المالية والوكلاء تحدد دورهم ومسؤولياتهم، العملات التي سيتم أخذها، توفير البيانات و المعلومات عن العملاء (KYC) للبنك، إعلان العملات في مكان بارز في موقع عملها وعمل وكلائها، تأسيس وإدارة مركز خدمة العملاء للرد على استفسارات العملاء وشكاويهم، تطوير قنوات الدفع اللازمة لتقديم خدمات الدفع عبر الموبايل وبما يتوافق مع متطلبات البنك، بناء وإدارة شبكة الوكلاء لتقديم خدمات الدفع الأساسية للعملاء عبر الموبايل، الالتزام بتقديم خدمات الإيداع والسحب لكل العملاء بالنظام. سادساً: واجبات ومسؤوليات مشغل النظام، ان يلتزم مشغل النظام بأداء الواجبات والمسؤوليات الآتية: توقيع عقد إسناد لتشغيل النظام مع البنك، التشغيل والإدارة الفنية للنظام، تهيئة وتطوير البنية التحتية اللازمة للنظام وإدارته من برمجيات وأجهزة ونظم تأمين وكوادر بشرية، ربط نظام الموبايل بنظم الدفع الأخرى، إبرام اتفاقيات مستوى تقديم الخدمة SLA مع مطور و ناقلي ومقدمي الخدمة لضمان كفاءة تشغيل النظام، إدارة قواعد البيانات الخاصة بحسابات الموبايل وتوفير الحماية التقنية اللازمة لها وضمان سريتها، الالتزام بعدم مشاركة البيانات والمعلومات الخاصة بالنظام مع أي طرف إلا

بعد أخذ الموافقة الخطية من البنك، الالتزام بتوفير النظام علي مدار الساعة، توفير ملفات التسوية اليومية للأطراف المختلفة المشاركة في النظام وتقديمها للبنك لتنفيذها، يقوم مشغل النظام بمتابعة أعمال التقاص مع مقدمي الخدمة وضمان امتثاله لشروط التعاقد بينهما، توفير التقارير اللازمة بشأن المنازعات بين الأطراف المختلفة المشاركة في النظام، تأسيس وإدارة مركز خدمة العملاء للرد على استفسارات العملاء وشكاويهم والرد علي المنازعات، الالتزام بتوفير التقارير اللازمة للمشاركين بالنظام. سابعاً: واجبات ومسؤوليات ناقلي خدمة الدفع عبر الموبايل. وجه المنشور بإلزام الجهات الموفرة لقنوات ووسائل نقل بيانات وخدمات الدفع عبر الموبايل بالآتي: توفير البنية التحتية لاتصالات الموبايل وتوفير التقنيات اللازمة لإرسال رسائل البيانات من قبل العملاء ومن ثم إيصالها إلى النظام لتنفيذها، وكذلك إرسال رسائل تأكيد العمليات المالية للجهات المشاركة في العملية وفقاً لاتفاقيات مستوي الخدمة، تأمين نقل خدمة الدفع عبر الموبايل وفقاً لاتفاقية تقديم الخدمة. ثامناً: واجبات و مسؤوليات شبكات التوزيع في النظام، حيث الزم المنشور شبكات التوزيع بأداء المهام والواجبات الآتية في نظام الدفع عبر الموبايل: الحصول علي الموافقة والترخيص من البنك، توفير نوافذ للراغبين في الاشتراك في الخدمة، التحقق من بيانات العملاء عند التسجيل، الحصول علي النقود الالكترونية من مقدمي الخدمات المالية وتوزيعها في النظام، توفير نوافذ للعملاء للإيداع والسحب من حساباتهم الإلكترونية وذلك بتغذيتها عن طريق التحويل من حساب الوكيل، الالتزام بالضوابط والتوجيهات الصادرة من البنك التي تنظم عمل الوكلاء، يجوز للوكيل العمل مع أكثر من مقدم الخدمة، الالتزام بالرسوم والعملات للخدمات التي يقدمها وذلك حسب الضوابط التي يصدرها البنك من وقت لآخر، الالتزام بكافة العقود والاتفاقيات التي تضبط العلاقة بينه وبين مقدمي الخدمة وتحدد الأدوار والمسؤوليات. تاسعاً: مهام وواجبات العميل. وأشار الى التزام العميل بأداء المهام والواجبات التالية في نظام الدفع عبر الموبايل: تقع على العميل مسؤولية استخدام موبايله والمحافظة على رمز التعريف الشخصي وغيرها من البيانات الشخصية والسرية، يتحمل كامل المسؤولية عن صحة البيانات التي يقوم بإدخالها في النظام، يتحمل كامل المسؤولية عن سلامة استخدام الموبايل في النظام، يلتزم العميل بإتباع إجراءات الحماية الصادرة من مقدمي الخدمة والنظام.

تجربة ماليزيا في تطبيق الاقتصاد الاسلامي: تحليل وتقويم*



إعداد

أزاهر حسن محمد علي

إدارة البحوث والتنمية

حققت كثير من الدول الاسلامية مثل ماليزيا واندونيسيا تطورات اقتصادية وانجازات هائلة لفتت اليها انظار العالم أجمع. كانت دولة ماليزيا أكثر صموداً في معالجة الازمة الاقتصادية العنيفة لجنوب شرق اسيا بفضل سياستها الرشيدة، بيد أن هذه التجربة تتميز بالحدثة النسبية فتحقيق معدلات عالية من النمو الاقتصادي لم يتحقق الا منذ فترة بسيطة لا تتجاوز العشرين عاماً وخاصة بعد أزمة 1985م للدول المصدرة للسلع الاولى على مستوى العالم.

الفصل الأول:

نظرة تحليلية على التنظيمات الاقتصادية في ماليزيا ومدى تأثيرها بالاقتصاد الاسلامي، وفيه تناول الكاتب في المبحث الاول التعريف بدولة ماليزيا الموقع والسكان والموارد الطبيعية، تاريخها السياسي ودخول الاسلام اليها ونبذة عن العلاقات الاقتصادية مع العالم العربي.

تنقسم ماليزيا الى ماليزيا الغربية وماليزيا الشرقية، ويقع اتحاد ماليزيا في وسط منطقة جنوب شرق اسيا بين خطي العرض 1،7 شمالاً وبين خطي الطول 100،119 شرقاً. ويفصلها من إندونيسيا مضيق ملقا من جهة الغرب. تنقسم ماليزيا الى ثلاثة عشر ولاية وتشير تقديرات الامم المتحدة للسكان في العالم الاسلامي الى ان سكان ماليزيا في منتصف عام 2000م هو 20.181.000 نسمة بمعدل نمو سكاني 2.6%. ويتكون العنصر السكاني من الملايو والهندي والصيني. يركز النشاط السكاني على الزراعة والصناعة والتجارة حيث تنتج ماليزيا 44% من المطاط في العالم. وتعتبر أكبر منتج لزيت الزيتون وتقوم بتصدير 79.5% من صادرات العالم منه. تصنع ماليزيا الاجهزة الالكترونية والاحذية المصنوعة من المطاط والنسيج والمنتجات الأخرى.

تناول الكاتب في المبحث الثاني من الفصل الاول التخطيط والتعاون والنشاط التسويقي وأنظمة التشغيل في ماليزيا. وهناك ثلاث من التنظيمات الاقتصادية التي انتهجتها الحكومة في ماليزيا في مواجهة المشكلات التي اعترضت طريقها في سبيل النهضة الاقتصادية الحديثة، وهي التخطيط التعاوني، النشاط التسويقي ونظام خدمات التشغيل في ماليزيا.

وفي المبحث الثالث نظام الادخار الاسلامي واتجاهات البنوك وسوق السندات في ماليزيا. رفضت ماليزيا النموذج الاقتصادي الرأسمالي وأخذت مبادئها الاقتصادية من النظام الاقتصادي الاسلامي، ولم يأت هذا الأمر

* نبينه فرج أمين الحصري، ماجستير في الاقتصاد والعلوم المالية.

بسهولة لأن الصينيين الأغنياء لا يدينون الاسلام ويتمسكون بالرأسمالية التي تحقق لهم المحافظة على ثرواتهم وتنميتها دون غيرهم. وكذلك تعمل البنوك في البلاد على الطريقة الغربية الربوية. بدأت التجربة الماليزية بنظام الادخار الاسلامي بدءاً من تشجيع ودعم الهيئات التعاونية الادخارية الخدمية الاستثمارية مثل هيئة التأمين التعاوني المحدودة الماليزية التي عملت على تقديم خدماتها للطبقات الفقيرة والمتوسطة في الوقت الذي كانت فيه خدمات التأمين حكرًا على الطبقات الغنية في المجتمع وظهرت هذه التوجهات أيضاً في هيئة طابونغ حاجي (هيئة ادارة صندوق الحج وشئون الحجيج بماليزيا) وتندرج الأنشطة الاستثمارية لهذه الهيئة في المضاربة والمشاركة والاجارة. وبعد إنشاء البنك الاسلامي الماليزي عام 1983م أصبحت الهيئة تستعين بخدمات لجنة الرقابة الشرعية في البنك للغرض نفسه.

تناول الكاتب في هذا المبحث ايضاً تطور نظام المؤسسات الادخارية الاسلامية الى نظام بنكي واتجاهات البنوك في ماليزيا وسوق الاسهم والسندات في ماليزيا. تجدر الاشارة الى ان النجاح الماليزي تبلور في ريادتها لدول العالم الاسلامي أجمع بإنشاء اول سوق اسلامية للسندات عام 1993م.

كما تناول المبحث الرابع والخامس التجربة الماليزية في الخصخصة وسياسات الاصلاح في ماليزيا حيث اتجهت الحكومة الماليزية بعد أزمة 1985م الى التوجه نحو الخصخصة لإتاحة الفرص للقطاع الخاص بصورة أكبر، لتخفيف الأعباء المالية والادارية عن عاتق الدولة، تحسين الكفاءة الانتاجية، تعجيل النمو الاقتصادي، تقليص حجم ودور القطاع العام في الاقتصاد الوطني والمساهمة في تحقيق أهداف السياسة التنموية الوطنية. كما شملت سياسات الاصلاح الاقتصادي اصلاحات واسعة في النشاط الاقتصادي افرزت هذه السياسات مجموعة من القوانين والاجراءات لتنظيم مختلف ابعاد النشاط الاقتصادي وحققت هذه السياسات نجاحاً سريعاً وقوياً نتيجة للاستقرار السياسي الذي شهدته ماليزيا والفن المتبع في إدارة الازمات.

وتناول المبحث السادس مدى تأثير التنظيمات في ماليزيا بالاقتصاد الاسلامي.

الفصل الثاني:

الاقتصاد الماليزي من التحديات والأزمات الى الإنجازات، وفيه تناول الكاتب مشكلات صنعها الاستعمار في افريقيا في المبحث الاول، واستعرض المبحث الثاني التبعية الاقتصادية للغرب، والمبحث الثالث أزمات اقتصادية تعرضت لها ماليزيا وهما الازمة الاقتصادية للدول المصدرة للسلع الاولى عام 1985م والازمة الاقتصادية لمنطقة جنوب شرق اسيا عام 1997م. وفي المبحث الرابع منطقة الاسيان وبداية الطريق وفي مبحثه الخامس خطة التنمية الماليزية 2020/1990م.

تمثلت الاهداف التي تحددت للخطة الجديدة 2020م في الوصول بماليزيا الى مصاف الدول الصناعية المتقدمة عام 2020م، مضاعفة متوسط الدخل للمواطن اربعة اضعاف عند بداية الخطة وقد نجحت في تحقيق ذلك بالفعل، الارتفاع بالناتج القومي الاجمالي الى 920 بليون رينجت ماليزي في نهاية 2020م. كما هدفت الخطة الى شمولية الاهداف والقيادة القوية.

الفصل الثالث:

ماليزيا ومشكلات العالم الاسلامي حيث تناول المبحث الاول ماليزيا والحالة الراهنة للأمة (التأثير والتأثر) وتناول المبحث الثاني أنشطة ماليزيا من خلال منظمة المؤتمر الاسلامي وتناول المبحث الثالث مشروعات ماليزيا لخدمة الامة الاسلامية وفي الرابع تقييم التجربة الماليزية من وجهة نظر النظام الاقتصادي الاسلامي.

الفصل الرابع: نتائج البحث

- يمر العالم الاسلامي بتجربة حرجة من تاريخه الاقتصادي والسياسي، ولكن وبالرغم من ذلك ماتزال عوامل القوة واليقظة كامنة في الوجدان الاسلامي.
- ان دولة ماليزيا تضم شعباً متمسكاً بالاسلام بالرغم من خضوعه للاستعمار الغربي ومذاقه لكل ألوان الاضطهاد. ومع ذلك تمتعت دولة ماليزيا بعلاقات اقتصادية فريدة مع العالم العربي منذ دخول الاسلام اليها في عام 675هـ، حيث تقوم بتصدير العديد من السلع الصناعية وغير الصناعية الى المنطقة العربية الا أن الميزان التجاري كان لغير صالحها بينها ودول الخليج العربي لاعتمادها في استيراد البترول على دول الخليج.
- إن تجربة الخصخصة في ماليزيا تجربة ثرية ومتميزة حيث حققت نجاحاً خاصة فيما يتعلق بحل مشكلة العمالة والاستفادة من المشروعات المخصصة.
- السياسات الاصلاحية على مستوى كوادرات الدولة المختلفة واشتملت هذه الاصلاحات على اجراءات عامة في مجالات الضرائب والجمارك ورسوم التصدير والسياسات النقدية.
- أخرى.

توصيات الدراسة:

- التركيز على ودراسة جميع الجوانب العملية والعلمية لتجربة نظام التشغيل والقوى العاملة في ماليزيا لأنها من الانظمة التي اثبتت كفاءتها وفعاليتها وفقاً للمعايير الدولية.
- تجربة ماليزيا في الاصلاح الاقتصادي من التجارب الثرة التي يجب الاستفادة منها وتطبيقها في بقية دول العالم الاسلامي.
- حث جميع الدول الاسلامية على التعاون المثمر والبناء الحقيقي.
- نقل الخبرات والتجارب الماليزية التي اثبتت نجاحها وفعاليتها في معالجة الكثير من المشكلات التي تعاني منها الدول الاسلامية في مجال الخصخصة والاصلاح الاقتصادي.

الشراكة بين القطاع العام والخاص



ماذا
تصرف عن



محمد الحسن الخليفة

مدير إدارة البحوث والتنمية

مقدمة:

تم في عام 2015 التوقيع من قبل عدد من الدول على وثيقة تهدف الى تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة ومعالجة الفقر بصورة نهائية وحماية الكرة الارضية من الكوارث والتقلبات المناخية وتخفيف آثارها السالبة. ولتحقيق هذه الاهداف وخاصة في الدول الافريقية لا بد لها من التركيز على الاستثمار في انشاء البنيات الاساسية وتطوير القطاع الزراعي وتنمية المناطق الريفية وتطوير الخدمات الصحية والتعليمية، وحماية البيئة وانشاء مناطق حضرية. وحسب تجارب عدد من الدول فإن الاستثمار في المجالات المذكورة يقوم بتمويلها القطاع العام والخاص. والمؤسسات المالية الدولية والحكومات وفي السنوات الاخيرة هنالك اتجاه نحو تمويل وإدارة الاستثمارات الاستراتيجية بشراكة بين القطاع العام والخاص، وذلك بغرض المشاركة وتفعيل الادارة وبالتالي تخفيض المخاطر.

مفهوم الشراكة بين القطاع العام والخاص:

ظهر مصطلح الشراكة بين القطاع العام والخاص خلال فترة التسعينات من القرن الماضي. ويرى بعض الاقتصاديين ان هذه الشراكة عبارة عن آلية لانشاء او تأسيس مناطق حضرية او تقديم خدمات عن طريق التعاون والعمل المشترك بين القطاع العام والخاص بهدف تحسين مستوى المعيشة بإنتاج سلع، او تقديم خدمات وتوفير فرص العمل،

بالإضافة لإنشاء البنى التحتية والمناطق الحضرية في المدى الطويل. وتتضمن الشراكات عدد من المحاور تشمل الاهداف والفترة الزمنية والمشاركين وهيكل الشراكة بالإضافة الى الاطر القانونية بما في ذلك العقود والاتفاقيات وايضاً لا بد للشراكات من تحديد زمن بداية التنفيذ ومكان اقامة المشروع ومصادر الموارد مراحل وعمليات التنفيذ.

أمثلة للشراكات الناجحة:

تجربة دولة الهند، حيث تم تعريف الشراكة من قبل الحكومة الهندية على انها عبارة عن عمل مشترك بين مؤسسة خاصة او حكومية بهدف انشاء وادارة بنىات تحتية خلال فترة زمنية محددة. وبدأ العمل بها في عام 2000 بولاية مهرتشا وكلكتا في مجال الخدمات بانشاء الطرق والموانئ بالإضافة الى تنفيذ عدد من مشروعات الري والطاقة.

وهناك تجارب ناجحة للشراكات في استراليا وكندا واليابان والولايات المتحدة الأمريكية (ولايات الساحل الغربي) وبريطانيا وروسيا والصين. وتشمل المشروعات التي تم تنفيذها في هذه الدول في انشاء وتأهيل خطوط السكة حديد، وانشاء المشروعات الخدمية في مجال انتاج وتوزيع الكهرباء والمؤسسات الصحية والتعليمية.

أما الدول الافريقية، فتواجه عدد من التحديات في المدى الطويل تشمل النقص في الطاقة وزيادة عدد السكان والهجرة من الريف الى المدن، الامر الذي تترتب عليه تحدى توفير الغذاء والسكن المناسب والخدمات الضرورية الاخرى مثل الصحة والتعليم. وايضاً تواجه بعض دول القارة الافريقية تحدى عدم الاستقرار الأمني والسياسي.

وفيما يتعلق بتدفق الاستثمار الاجنبي المباشر (FDI) وفقاً لإحصائية البنك الدولي، فقد ارتفع من 15 بليون دولار في عام 2005 الى 57 بليون دولار في عام 2014 (8 بليون دولار لدول شمال القارة و 49 بليون دولار لدول جنوب الصحراء)، وانخفض الى 40 بليون دولار في عام 2015. ويوضح ذلك انخفاض تدفق الاستثمارات الاجنبية وبالتالي هناك حاجة لتمويل انشاء البنىات التحتية وتوفير الخدمات. ولذا تم التحول الى التمويل من خلال الشراكات بين القطاع العام والخاص والمؤسسات المالية الدولية. وتشير التجربة الى انشاء مجموعة من المشروعات الاستراتيجية في عدد من الدول الافريقية منها على سبيل المثال مشروعات (التوليد الحراري للكهرباء في ساحل العاج ونيجيريا ومشروعات توفير الغذاء في رواندا، بالإضافة الى دعم مشروعات التمويل الاصغر في تونس بالتعاون مع المؤسسات المحلية والتي ركزت على تمويل المشروعات الصغيرة التي

توفر فرص عمل للشباب والمشروعات الخاصة بتطوير مهارات المرأة. أما بالنسبة للسودان، فقد تم تمويل المشروعات الكبيرة والبنىات التحتية من قروض المؤسسات المالية الاقليمية والدولية والبنوك التجارية العالمية وبعض الدول، وذلك خلال الفترة منذ الاستقلال الى نهاية الثمانينات من القرن الماضي. وتم خلال فترة التسعينات تشجيع تدفق الاستثمارات المباشرة {FDI} وخاصة في مجال انتاج وتصدير النفط، حيث تم استقطاب شركات صينية وماليزية وهندية. بالإضافة الى تشجيع الاستثمار في الانتاج الزراعي وبعض الصناعات التحويلية خلال الفترة (2012 - 2016). هذا بالإضافة الى الاستمرار في تمويل البنىات التحتية من قبل المؤسسات المالية الاقليمية (الصناديق العربية وبنك التنمية الافريقية) والقروض من بعض الدول الصديقة مثل الصين وتركيا وماليزيا.

ومواكبة للتطورات الحديثة في مجال تمويل المشروعات الانتاجية والبنىات التحتية ومحاربة الفقر وخاصة عن طريق الشراكة بين القطاع الخاص والعام، بدء العمل لإعداد الترتيبات المتعلقة بالاستفادة من هذه الشركات في إنشاء المشروعات الاستراتيجية التي توفر فرص العمل باستقلال الموارد المحلية والاجنبية، وقد تكون هذه الشراكات بين القطاع الخاص الاجنبي او الوطني والمؤسسات الحكومية المعنية. نأمل ان يستفيد السودان من هذه الشراكات بتمويل وتنفيذ بعض المشروعات الاستراتيجية اسوة ببعض الدول الافريقية جنوب الصحراء التي تم فيها تطبيق تجربة هذه الشراكات بدرجة نجاح مُقدرة وخاصة في مجال انتاج الطاقة والامن الغذائي وتوفير فرص عمل ومحاربة الفقر.

المراجع:

- 1- Stephen p.osborne (editor). Public – private partnership, Theory and practice in international Prespective, Routledge, Tayar and Franct, Grorp, 2000, 29 West Street New York, USA.
- 2- International Finance corporation (IFC), Transforming Africon Development, Partnership and Risk Mitigation to Mobilize private Investment on anew scale, 2016, Washington DC, USA.

أحداث اقتصادية.. محلية وعالمية



أحداث
اقتصادية

النفط يجبر دول الخليج على إصلاحات فورية للاقتصاد

تأثرت إقتصاديات دول الخليج بإنخفاض أسعار النفط والذي تعتمد عليه في إيراداتها وبالتالي الناتج المحلي الاجمالي وذلك لتوفر النفط في هذه الدول. فتقلبات اسعار النفط التي بدأت منذ منتصف 2014، دفعت حكومات الخليج للقيام باصلاحات هيكلية كبيرة وبخطى سريعة لتحافظ على اقتصاداتها وميزانياتها العامة. ومن أبرز هذه الخطوات التي قامت بها دول الخليج لجوءها الى اسواق الدين لمواجهة العجز في موازنتها، حيث قامت سلطنة عمان باصدار سندات بقيمة 2.5 مليار دولار، كما اصدرت الكويت ايضا سندات وتوريق بأجل 6 أشهر، بقيمة 920 مليون دولار، في حين قامت البحرين بإصدار أدوات دين باجال مختلفة بقيمة بلغت ما يقارب 2.9 مليار دولار

اما أبو ظبي فقد طرحت سندات لفترة 5 و10 سنوات بقيمة 5 مليارات دولار، في حين أعلنت السعودية مؤخراً بأنها تدرس إصدار سندات بقيمة تصل إلى 15 مليار دولار خلال العام الجاري، بأجل 5 و10 و30 سنة، اما بالنسبة لقطر فقد تلقت طلب لشراء السندات بقيمة 23 مليار دولار.

وهناك حالة التقشف التي تشهدها دول الخليج تم اتخاذ عدد من الخيارات أبرزها هيكلة موازنتها العامة وهيكله عملياتها التمويلية وصولاً إلى قطاع العمالة حيث استغنت شركات قطرية كقطر للبترول وسكك الحديد القطرية وشركات نفطية إماراتية عن عدد كبير من فرص العمل، كما تكرر الأمر ذاته في هيئة مياه وكهرباء أبو ظبي، في حين تراجعت شركة الإنشاءات البترولية الوطنية التابعة للشركة القابضة العامة مستويات العمالة بها وهو أمر يتكرر في العديد من الشركات العامة الخليجية أيضاً.

إعداد

سالية فاروق هباني
إدارة البحوث والتنمية

صندوق النقد الدولي والاردن يتفقان على خط ائتمان لثلاثة اعوام

أعلن صندوق النقد الدولي والحكومة الأردنية في منتصف العام 2016 التوصل الى اتفاق مبدئي بشأن خط ائتمان على مدى ثلاث سنوات لدعم اقتصاد المملكة المتعثر. والاتفاق الذي لم تكشف قيمته بعد، يجب ان يوافق عليه مجلس امناء صندوق النقد الدولي. وقال صندوق النقد الدولي في بيان ان الاتفاق يغطي الفترة 2016-2019. وسبق للأردن ان تلقى خط ائتمان بقيمة مليار دولار للفترة من 2012-2015. وازداد البيان انه في المقابل، تشارك الحكومة الاردنية في اصلاحات الهيكلية، لا سيما في مجالات بيئة الاعمال، وقطاعات الطاقة والمياه والتمويل وسوق العمل. يهدف الاتفاق إلى دعم جهود الأردن في استضافة اللاجئين السوريين الذين يزدون الاعباء على اقتصاد المملكة بالإضافة إلى الحفاظ على نسبة إجمالي الدين العام من الناتج المحلي الاجمالي بنهاية عام 2016 عند مستوى ما كانت عليه نهاية عام 2015، أو قريبة منه أي بحدود 94%، وعلى المدى المتوسط خفض هذه النسبة الى 77% بنهاية عام 2021.

موقف الاحتياطيات النقدية للمملكة العربية السعودية والصين وتركيا

وإندونيسيا وكندا وأستراليا وجنوب إفريقيا بنسبة 1%. أما الأخيرة فكانت الأرجنتين بنسبة استحواذ قدرها 0.3%، وذلك بحسب بيانات البنك الدولي. يشار إلى أن تقرير المجلس التنفيذي لصندوق النقد الدولي بين أن صافي أصول واحتياطيات المملكة من العملة الأجنبية تغطي وارداتها من السلع والخدمات لأكثر من سنتين بنحو 28 شهراً، وهو ما يعادل سبعة أضعاف الحد الأدنى للمعيار العالمي لاحتياطيات الدول من العملات الأجنبية. وبالعودة إلى نسبة نمو الاحتياطيات خلال الفترة الممتدة من العام الذي أنشئت فيه مجموعة العشرين حتى نهاية العام الماضي جاءت بعد السعودية من حيث نسبة نمو الاحتياطيات روسيا بنمو نسبته 2886%، تلتها الصين بـ 2010%، ثم الهند والبرازيل بالنسبة نفسها 881%، وجنوب إفريقيا بـ 512%، والمكسيك بـ 458 في المئة، وكوريا الجنوبية بـ 395%. في حين جاءت تركيا المركز التاسع بنمو نسبته 352%، واليابان بنسبة 319%، وإندونيسيا بـ 287%، والمملكة المتحدة بنسبة 230%، وجاءت كل من كندا وأستراليا وفرنسا وألمانيا بنمو نسبته أقل من 200%. بالمقابل سجلت دولة واحدة (الأرجنتين) تراجعاً إجمالياً احتياطياتها منذ عام 1999 حتى عام 2015، حيث بلغت نسبة التراجع 3% من 26.35 مليار دولار إلى 25.52 مليار دولار بنهاية العام 2015.

بلغ إجمالي احتياطيات دول العشرين بنهاية العام الماضي 8.26 تريليون دولار مقارنة بـ 1.18 تريليون دولار بنهاية عام 1999، وهو العام الذي تأسست فيه المجموعة، مسجلة نمواً نسبته 598% بنحو سبعة أضعاف. وأظهر تحليل خاص لوحدة التقارير الاقتصادية في صحيفة «الاقتصادية» أن نسبة نمو إجمالي احتياطيات السعودية منذ نهاية عام 1999 حتى نهاية العام الماضي تعد أعلى نسبة من بين الدول الأعضاء في مجموعة العشرين، حيث بلغت قيمتها بنهاية عام 1999 وهو العام الذي أنشئت فيه مجموعة العشرين 18.33 مليار دولار، وارتفعت إلى 626.99 مليار دولار حتى نهاية العام الماضي بنسبة نمو قدرها 3320%.

وشكلت احتياطيات السعودية 8% من المجموع الكلي لاحتياطيات دول العشرين 6% من إجمالي احتياطيات دول العالم (167 دولة) والبالغة 11.25 تريليون دولار وتأتي في المركز الثالث من حيث حجم الاحتياطيات بعد كل من الصين واليابان بإجمالي احتياطيات بلغت قيمته 3.40 تريليون دولار و1.23 تريليون دولار بنسبة 41% و 15% على التوالي. وجاءت الولايات المتحدة رابعاً بنسبة 5%، ثم روسيا وكوريا الجنوبية والبرازيل والهند جميعها بالنسبة نفسها وهي 4%، ثم المكسيك وألمانيا وفرنسا وإيطاليا والمملكة المتحدة بنسبة 2% لكل دولة، في حين جاءت تركيا

أفضل 10 دول للمضترين والصمالة الوافدة

أصغر دولة في الاتحاد الأوروبي، ويرى حوالي 41% من المغتربين فيها أن «عملية إعادة الاستيطان فيها كانت سهلة جداً». وفي المرتبة الثالثة الإكوادور، وهي واحدة من دول أميركا اللاتينية، ونجد بالرغم من أن وضعها الاقتصادي صعب، لكن العمالة الوافدة فيها من بين الأكثر رضا وقبولاً لأوضاعها في العالم. أما المكسيك فقد جاءت في المرتبة الرابعة التي يقول موقع (Inter-Nations) إنها من بين الدول الأفضل في العالم في سهولة إيجاد أصدقاء، وفي الترحيب بالوافدين الجدد، ولذلك فإنها تحتل مركزاً متقدماً على القائمة. وفي المرتبة الخامسة حلت نيوزيلندا التي يقول الموقع إنها تتميز بدرجة عالية جداً من «السعادة الشخصية» للمقيمين فيها، إضافة إلى الأمان الذي يتوافر بدرجة عالية. أما في المرتبة السادسة فحلت كوستاريكا التي يرى حوالي 79% من المغتربين فيها أنهم يشعرون بأنهم في بلدانهم، و41% من المغتربين إنهم راضون تماماً عن أوضاعهم. وحلت في المرتبة السابعة أستراليا التي تربعت في مركز متقدم بين الدول التي يجد من لديه أوقات فراغ خيارات كثيرة للترفيه عن نفسه وقضاء وقته. أما المرتبة الثامنة، فجاءت النمسا التي تعتبر واحدة من أكثر دول العالم سلاماً وأماناً، ويرى 93% من المغتربين فيها إنهم راضون عن أحوالهم. وحلت في المرتبة التاسعة لوكسمبورغ والتي يرى 76% من المغتربين فيها إنهم «بشكل عام يشعرون بالرضا». أما في المرتبة العاشرة فجاءت جمهورية التشيك التي احتلت مركزاً متقدماً في «الصدقة» و«تكلفة الحياة».

وضع موقع (Inter-Nations) العالمي قائمة تضم أفضل الدول التي يمكن للعمالة الوافدة أن تعيش فيها وتتأقلم فيها بسهولة، وذلك بعد استطلاع أجراه على أكثر من 14 ألف شخص غادروا بلدانهم الأصلية إلى دول أخرى من أجل الإقامة والعمل فيها، حيث قام الموقع بتحليل إفاداتهم حول سهولة التأقلم والحياة دون مشاكل ولا متاعب. وبحسب البحث الذي أجرته «العربية.نت» فإن موقع (Inter-Nations) هو أكبر شبكة في العالم للمغتربين ومتابعة قضايا العمالة الوافدة، حيث يضم في عضويته 2.3 مليون شخص يتوزعون على أكثر من 390 مدينة في العالم، أما المركز الرئيس لهذا الموقع فهو مدينة ميونيخ في ألمانيا، ويهدف هذا الموقع لإيجاد مناخ من التواصل بين مجتمع المغتربين في العالم ليساعدوا بعضهم بعضاً من خلال الإنترنت، حيث إنه أقرب إلى فكرة شبكات التواصل الاجتماعي.

ووفقاً للتصنيف الذي اطلعت عليه «العربية.نت» فإن تايوان ترتفع على رأس الدول الأفضل في العالم بالنسبة للمغتربين والعمالة الوافدة، حيث قال 34% من الذين انتقلوا إليها إنهم «راضون تماماً عن وظائفهم»، وهو أكثر من ضعف نسبة الرضا العامة على مستوى العالم والتي تبلغ 16% فقط، كما أن 34% من الوافدين في تايوان يقولون إنهم يتمتعون بالأمان الوظيفي، ويقول 30% منهم إن التوازن بين الحياة والعمل مرضي بشكل كبير.

وتأتي جزر مالطا من حيث الأفضلية للمغتربين والعمالة الوافدة، وهي

البنوك الأوروبية تكتاظ الفائدة السلبية بتكديس النقد

وجاء في تقارير محلية في ألمانيا أن العديد من البنوك الألمانية تمكنت من تخزين مئات الملايين من اليوروهات في خزائنها، إلا أن المشكلة التي قد تظهر في هذه الحالة هي عندما يطلب صندوق استثماري أو شركة ما سحب مبلغ كبير من المال، حيث عندها لن يكون من السهل سحب المبلغ فوراً، وهو ما دفع «فايننشال تايمز» إلى التحذير من أن انتشار عمليات تخزين السيولة لدى البنوك في أوروبا، حيث لن تضطر البنوك إلى دفع تكاليف إيداعاتها لدى البنوك المركزية، لكن في الوقت ذاته سوف يصح تغيير أسعار الفائدة من قبل المركزي الأوروبي إجراء لا معنى له، ولن يدفع البنوك التجارية إلى توسيع رقعة الإقراض للشركات بما يعزز من النشاط الاقتصادي. ومن المقرر أن يوقف المركزي الأوروبي إصدار الورقة النقدية من فئة 500 يورو والتعامل بها اعتباراً من العام 2018، إلا أن بنوك تجارية أوروبية تؤكد بأن إمكانية تخزين السيولة ستظل متاحة، وتؤكد بأن الورقة النقدية من فئة 200 يورو لا تزال تتيح تكديس السيولة في الخزائن. يشار إلى أن منطقة اليورو في أوروبا تعاني من متاعب اقتصادية كبيرة منذ بداية أزمة الديون السيادية في اليونان عام 2010، وهي الأزمة التي توسعت إلى عدة دول أوروبية لاحقاً، فيما لا تزال اقتصادات منطقة اليورو تعاني من نمو اقتصادي متدني وبعضها يعاني من الركود، وهو ما يحاول المركزي الأوروبي الخروج منه باستخدام أسعار الفائدة.

وفقاً لتقرير صادر عن صحيفة «فايننشال تايمز» البريطانية فإنه منذ خفض الأخير في أسعار الفائدة على اليورو الأوروبي مارس الماضي أصبحت البنوك تدفع ضريبة سنوية قوامها 0.4% على أغلب أموالها المودعة في 19 بنكاً مركزياً من البنوك الموجودة في منطقة اليورو، وجاء في الصحيفة أن هذه السياسة كلفت البنوك الأوروبية نحو 2.64 مليار يورو منذ أن هوت الفائدة في أوروبا إلى ما دون الصفر وأصبحت «سلبية» لأول مرة في العام 2014.

ويهدف صانعو القرار النقدي والمالي في أوروبا من هذه السياسة لدفع النشاط الاقتصادي بمنطقة اليورو قدماً، حيث يتم استخدام أسعار الفائدة كواحدة من أدوات التحفيز الاقتصادي، إذ في هذه الحالة تضطر البنوك لتقديم تسهيلات مالية لقطاع الأعمال والشركات من أجل الحصول على مزيد من القروض لتشغيلها ومن ثم تنشط الدورة الاقتصادية بالكامل. وترى البنوك المركزية الأوروبية إنه من الممكن أن تشهد أسعار الفائدة مزيداً من التخفيض في المستقبل، في الوقت الذي تؤكد فيه جريدة «فايننشال تايمز» بأن البنوك قد تبحث عن وسائل وطرق بديلة وأمنة من أجل تجنب دفع الفائدة السلبية على أموالها التي تودعها لدى البنوك المركزية، ومن هذه الوسائل بطبيعة الحال تكديس الأموال في خزائن ضخمة ومؤمنة وتوضع في أماكن سرية.

صندوق النقد العربي ينظم الاجتماع الثاني للجنة العربية للمعلومات الائتمانية

تساعد على تبادل المعلومات الائتمانية بين المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية على ضوء النمو المتزايد للمعاملات المالية والمصرفية عبر الحدود. تجدر الإشارة إلى أن عمل اللجنة يهدف إلى المساهمة في تطوير قطاع المعلومات الائتمانية ونظم تسجيل الضمانات والرهنات في الدول العربية من خلال تقديم النصح للسلطات الوطنية لتطوير وتحديث أنظمتها، ودراسة سبل تبادل المعلومات الائتمانية في إطار إقليمي بما يخدم الأغراض والمصالح المشتركة مع مراعاة التشريعات والقوانين المحلية لكل دولة. كما تندرج ضمن مهام اللجنة تعزيز التعاون بين مختلف المؤسسات والجهات الوطنية المعنية بأنظمة الاستعلام الائتماني في دول المنطقة وبينها وبين المؤسسات الدولية ذات العلاقة واللجان المماثلة، وتعزيز التعاون والتنسيق وكذلك تبادل الخبرات والتجارب في مجال نظم الاستعلام الائتماني بما يساهم في مواكبة تنامي الأنشطة والخدمات المالية والمنتجات ذات القيمة المضافة بين الدول العربية. إضافة إلى المساهمة في تعزيز الوعي بقضايا أنظمة الاستعلام الائتماني من خلال عقد ندوات وورش عمل. يذكر في هذا الصدد أن صندوق النقد العربي الذي يتخذ من أبو ظبي مقراً له، يتولى مسؤولية الأمانة الفنية للجنة، وتشمل مسؤولياته، إعداد جدول أعمال اجتماعات اللجنة، والمساهمة في إعداد أوراق العمل، وإعداد محاضر اجتماعات اللجنة وتوزيعها على الأعضاء والاحتفاظ بوثائقها.

افتتح صندوق النقد العربي في يوم 18 سبتمبر 2016، الاجتماع الثاني للجنة العربية للمعلومات الائتمانية، بأبو ظبي. اللجنة تبتثق عن مجلس محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية، وتضم في عضويتها المدراء المعنيين بنظم المعلومات الائتمانية ومراكز المخاطر في المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية، كما يشارك فيها الرؤساء والمدراء العامين في شركات الاستعلام الائتماني المرخص لها في الدول العربية، ويتولى صندوق النقد العربي الأمانة الفنية لها. تناقش اللجنة عدة موضوعات أهمها مناقشة إدخال تطبيق الرقم القانوني الدولي الموحد للشركات في الدول العربية ودور نظم المعلومات الائتمانية في هذا الشأن. كذلك تناقش اللجنة احتياجات تطبيق آلية التصنيف الائتماني في نظم الاستعلام الائتماني في الدول العربية (Credit Scoring)، إلى جانب مناقشة سبل تطوير خدمات المعلومات الائتمانية لأغراض دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة. كما تتطرق اللجنة إلى تجارب الدول العربية على صعيد التعامل مع القروض المتعثرة واحتمالات عدم السداد في التقارير الائتمانية. كما ستستمع اللجنة إلى عرض حول تجربة شركة «I-Score» في جمهورية مصر العربية في تطوير نظم المعلومات الائتمانية. أخيراً تناقش اللجنة إصدار قاموس المصطلحات للمعلومات الائتمانية. إضافة إلى ما تقدم، تتناول اللجنة في اجتماعها، موضوع تبادل المعلومات الائتمانية في الدول العربية للبحث في تبني آليات أو إجراءات



إعداد
هند الفاتح الزين
إدارة الإحصاء

جدول رقم (1)

الأرقام القياسية لتكاليف المعيشة ومعدلات التضخم للفترة 2005 - 2007م
سنة الأساس (1990 = 100)

الفترة	الدخل العليا	الدخل المتوسطة	الدخل الدنيا
ديسمبر 2005	34,078.3 (5.1)	34,909.4 (6.5)	34,730.7 (6.1)
ديسمبر 2006	39,629.8 (16.3)	40,392.1 (15.4)	39,968.1 (15.7)
ديسمبر 2007	42,854.7 (8.1)	43,948.4 (8.8)	43,258.6 (8.2)

الأرقام القياسية لتكاليف المعيشة ومعدلات التضخم للفترة 2008 - 2016م
سنة الأساس (2007 = 100)

الفترة	كل السودان	المناطق الريفية	المناطق الحضرية
ديسمبر 2008	116.9 (14.9)	120.5 (18.8)	113.8 (13.8)
ديسمبر 2009	132.7 (13.4)	135.9 (12.8)	129.7 (14.0)
ديسمبر 2010	153.0 (15.4)	157.0 (15.5)	149.3 (15.1)
ديسمبر 2011	181.9 (18.9)	190.4 (21.3)	173.8 (16.4)
ديسمبر 2012	262.8 (44.4)	277.9 (46.0)	248.0 (42.7)
ديسمبر 2013	372.9 (41.9)	392.1 (41.1)	354.4 (42.9)
ديسمبر 2014	*468.6 (25.7)	502.7 (28.2)	436.5 (23.2)
2015			
مارس	480.7 (23.3)	507.3 (22.7)	455.8 (23.7)
يونيو	506.3 (18.3)	538.1 (17.0)	476.5 (14.6)
سبتمبر	521.8 (13.56)	548.2 (10.26)	497.3 (17.53)
ديسمبر	527.6 (12.58)	554.5 (10.31)	502.6 (15.15)
2016			
يناير	531.31 (12.44)	554.06 (11.37)	511.27 (13.79)
فبراير	536.1 (12.94)	557.4 (11.44)	517.5 (14.73)
مارس	536.9 (11.7)	558.6 (10.12)	517.5 (13.55)
أبريل	547.4 (12.85)	570.7 (11.30)	526.6 (14.64)
مايو	559.7 (13.98)	584.7 (12.96)	537.2 (15.31)
يونيو	579.0 (14.31)	606.4 (12.71)	554.1 (16.30)
يوليو	596.6 (16.50)	621.2 (14.25)	574.3 (19.14)
أغسطس	596.6 (18.15)	633.9 (16.66)	584.4 (19.94)
سبتمبر	617.4 (18.32)	642.5 (17.19)	594.9 (19.61)

المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء

* بيانات معدلة - (معدلات التضخم بين الأقواس)

جدول رقم (2)

أسعار صرف الدولار ببنك السودان المركزي - خلال الفترة (2005 - 2016)
(بالجنيه السوداني)

الفترة	الشراء	البيع
2005		
ديسمبر	2.3010	2.3125
2006		
ديسمبر	2.0083	2.0183
2007		
ديسمبر	2.0290	2.0390
2008		
ديسمبر	2.1897	2.2004
2009		
ديسمبر	2.2359	2.2468
2010		
ديسمبر	2.4824	2.4948
2011		
ديسمبر	2.6702	2.6836
2012		
ديسمبر	4.3980	4.4200
2013		
ديسمبر	5.6816	5.7100
2014		
ديسمبر	5.8566	5.8859
2015		
مارس	5.9573	5.9871
يونيو	5.9573	5.9871
سبتمبر	6.0771	6.1075
ديسمبر	6.0771	6.1075
2016		
يناير	6.0771	6.1075
فبراير	6.0771	6.1075
مارس	6.0771	6.1075
أبريل	6.0771	6.1075
مايو	6.0771	6.1075
يونيو	6.0771	6.1075
يوليو	6.0771	6.1075
أغسطس	6.0771	6.1075
سبتمبر	6.1986	6.2296

المصدر: بنك السودان المركزي

جدول رقم (3)

أسعار صرف الدولار بصرافات البنوك - خلال الفترة (2005 - 2016)

(بالجنيه السوداني)

الفترة	الشراء	البيع
2005		
ديسمبر	2.2995	2.3180
2006		
ديسمبر	2.0060	2.0250
2007		
ديسمبر	2.0300	2.0600
2008		
ديسمبر	2.1500	2.2450
2009		
ديسمبر	2.1917	2.4500
2010		
ديسمبر	2.5952	2.6056
2011		
ديسمبر	2.7450	2.7559
2012		
ديسمبر	5.9417	5.9712
2013		
ديسمبر	5.9390	5.9687
2014		
ديسمبر*	6.2760	6.3064
2015		
مارس	6.2790	6.3095
يونيو	6.2876	6.3190
سبتمبر	6.4140	6.4461
ديسمبر	6.4140	6.4461
2016		
يناير	6.4140	6.4460
فبراير	6.4140	6.4460
مارس	6.4140	6.4460
أبريل	6.4052	6.4373
مايو	6.4052	6.4373
يونيو	6.4052	6.4373
يوليو	6.4052	6.4373
اغسطس	6.4140	6.4452
سبتمبر	6.5278	7.3849

المصدر: بنك السودان المركزي

* بيانات معدلة

جدول رقم (4)

أسعار صرف الدولار بشركات الصرافة - خلال الفترة (2005 - 2016)

(بالجنيه السوداني)

الفترة	الشراء	البيع
2005		
ديسمبر	2.3050	2.3140
2006		
ديسمبر	2.0100	2.0200
2007		
ديسمبر	2.0300	2.0400
2008		
ديسمبر	2.1600	2.2200
2009		
ديسمبر	2.2452	2.3726
2010		
ديسمبر	2.5148	2.5249
2011		
ديسمبر	2.7494	2.7604
2012		
ديسمبر	6.1798	6.2111
2013		
ديسمبر	5.9455	5.9752
2014		
ديسمبر *	6.2816	6.3130
2015		
مارس	6.2860	6.3174
يونيو	6.2876	6.3190
سبتمبر	6.4140	6.4461
ديسمبر	6.4140	6.4461
2016		
يناير	6.4140	6.4460
فبراير	6.4140	6.4460
مارس	6.4140	6.4460
أبريل	6.4133	6.4454
مايو	6.4133	6.4454
يونيو	6.4133	6.4454
يوليو	6.4133	6.4454
أغسطس	6.4133	6.4454
سبتمبر	6.5360	7.3849

المصدر: بنك السودان المركزي

* بيانات معدلة

جدول رقم (5)
مؤشرات نقدية - خلال الفترة (2005 - 2016)

مليون جنيه

البيان	2016										2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
	سبتمبر	أغسطس	يوليو	يونيو	مايو	أبريل	مارس	فبراير	يناير	ديسمبر	ديسمبر	ديسمبر	ديسمبر	ديسمبر	ديسمبر	ديسمبر	ديسمبر	ديسمبر	ديسمبر	ديسمبر	
عرض النقود	110,903	109,086	106,045	106,225	103,805	103,022	100,760	97,661	95,635	93,642.6	77,739.0	66,445.7	58,663.3	41,853.0	35,497.9	28,314.5	22,933.2	19,714.6	17,871.8	14,031.4	
العملة لدى الجمهور	32,486.8	31,482.3	29,863.4	31,699.0	29,530.0	28,890.0	28,259.4	27,297.3	26,543.1	27,495.4	23,343.1	19,178.4	16,751.5	12,850.1	10,068.0	8,066.2	6,774.6	5,639.8	5,355.3	3,740.4	
الودائع تحت الطلب	30,754.6	30,416.9	29,882.2	29,154.0	29,355.0	29,240.0	28,409.1	26,780.4	26,349.7	25,376.3	19,743.0	16,486.9	14,241.9	11,999.9	9,840.3	8,040.2	6,855.4	5,727.8	5,161.9	4,447.6	
شبه النقود	47,661.9	47,186.4	46,298.9	45,372.0	44,920.0	44,892.0	44,091.4	43,583.7	42,742.0	40,770.9	34,652.9	30,780.4	27,669.9	17,003.0	15,589.6	12,208.1	9,303.2	8,347.0	7,354.6	5,843.4	
إجمالي أصول البنوك	128,065.9	126,433.9	125,088.5	123,259.0	120,927.0	117,823.0	115,503.3	113,191.7	110,697.5	108,937.6	92,317.0	77,479.8	67,049.6	46,504.1	43,107.7	36,666.9	30,649.9	26,197.4	23,144.3	16,979.7	
إجمالي التمويل المصرفي	63,660.6	62,345.0	60,900.4	60,438.0	58,050.0	57,068.0	56,691.0	55,181.3	54,079.3	53,456.8	44,320.7	37,657.1	30,482.8	22,867.1	20,599.4	18,163.5	14,961.1	12,998.5	11,139.6	7,689.1	
إجمالي الودائع المصرفية	75,563.2	74,824.0	73,893.2	72,311.0	71,492.0	71,530.0	69,993.0	67,936.1	66,419.3	63,884.8	53,978.5	44,533.3	39,919.9	27,983.8	26,529.9	21,340.6	16,760.9	14,402.8	12,680.4	10,499.6	
العملة لدى الجمهور / عرض النقود %	29.3	28.9	28.2	29.8	28.4	28.0	28.0	28.0	27.8	29.4	30.0	28.9	28.6	30.7	28.4	28.5	29.5	28.6	30.0	26.7	
الودائع تحت الطلب / عرض النقود %	27.7	27.9	28.2	27.4	28.3	28.4	28.2	27.4	27.6	27.1	25.4	24.8	24.3	28.7	27.7	28.4	29.9	29.1	28.9	31.7	
شبه النقود / عرض النقود %	43.0	43.3	43.7	42.7	43.3	43.6	43.8	44.6	44.7	43.5	44.6	46.3	47.2	40.6	43.9	43.1	40.6	42.3	41.2	41.6	
إجمالي التمويل المصرفي / الودائع %	84.2	83.3	82.4	83.6	81.2	79.8	81.0	81.2	81.4	83.7	82.1	84.6	76.4	81.7	77.6	85.1	89.3	90.3	87.8	73.2	

المصدر: بنك السودان المركزي

جدول رقم (6)

رصيد التمويل المصرفي حسب القطاعات الاقتصادية بالعملة المحلية والأجنبية

مليون جنيه

القطاع السنة	الزراعة	الصناعة	الصادرات	الواردات	التجارة المحلية	النقل والتخزين	التعدين	التشييد	أخرى	المجموع
ديسمبر 2005	676.0	839.3	301.7	2,017.8	1,756.1	584.6	46.9	157.0	1,309.6	7,689.1
ديسمبر 2006	995.0	938.5	356.2	2,328.3	2,023.3	1,038.6	103.3	413.9	2,942.4	11,139.6
ديسمبر 2007	1,052.0	1,392.5	282.4	2,743.7	2,311.8	1,012.2	69.8	534.0	3,600.3	12,998.5
ديسمبر 2008	1,367.5	1,683.2	278.0	2,908.4	2,429.9	1,048.2	52.0	830.5	4,363.3	14,961.1
ديسمبر 2009	1,956.9	1,710.8	438.4	3,120.2	2,885.6	1,136.1	363.5	1,238.3	5,313.6	18,163.5
ديسمبر 2010	2,638.2	2,183.6	534.8	2,407.3	3,024.8	965.5	334.7	1,730.9	6,779.6	20,599.4
ديسمبر 2011	2,673.9	2,481.0	685.6	2,374.6	3,286.9	1,208.7	158.0	2,213.5	7,784.9	22,867.1
ديسمبر 2012	3,745.4	3,914.6	909.5	2,261.2	3,894.2	2,226.1	89.4	3,383.8	10,058.5	30,482.8
ديسمبر 2013	5,302.6	6,074.6	1,197.0	2,374.7	3,488.7	3,640.2	188.6	4,275.7	11,115.0	37,657.1
ديسمبر 2014	6,908.1	6,690.7	1,488.9	1,630.8	3,798.7	4,146.9	361.3	7,142.9	12,152.2	44,320.7
2015										
مارس	6,408.1	7,544.8	1,617.9	1,486.0	4,838.7	3,815.8	398.3	8,841.2	11,764.9	46,715.7
يونيو	6,388.7	7,600.3	1,573.5	1,516.2	5,226.4	3,882.4	375.5	8,990.5	14,185.4	49,738.9
سبتمبر	7,790.6	7,567.2	1,433.2	1,790.6	5,895.4	4,176.3	407.8	9,572.9	14,008.6	52,642.6
ديسمبر	8,572.9	7,656.9	1,383.1	1,442.1	5,930.0	4,015.2	311.2	9,660.3	14,485.0	53,456.8
2016										
يناير	9,007.92	7,974.81	1,439.40	994.6	5,816.5	3,572.8	357.4	9,046.4	12,556.1	50,765.9
فبراير	8,993.8	8,269.5	1,523.0	930.2	6,190.2	3,475.3	332.5	9,532.8	12,519.8	51,766.98
مارس	8,812.6	8,613.6	1,622.4	944.7	6,662.7	3,577.4	351.9	9,668.2	13,070.5	53,323.97
أبريل	8,684.0	8,493.8	1,663.0	943.6	6,896.0	3,745.4	468.3	9,711.9	13,051.6	53,657.6
مايو	8,771.4	8,765.9	1,658.4	1,135.2	7,030.9	3,716.3	382.3	10,094.1	13,130.2	54,684.7
يونيو	9,283.7	8,893.3	1,654.0	1,268.7	7,276.2	3,788.5	560.2	11,023.9	13,501.6	57,250.1
يوليو	9,474.8	9,062.6	1,495.0	1,295.4	7,495.9	3,697.6	557.8	10,732.1	13,978.2	57,789.5
أغسطس	9,791.6	8,094.4	1,484.1	1,333.5	7,734.6	4,374.4	527.1	11,423.4	13,939.5	58,702.6
سبتمبر	10,220.4	8,019.3	1,444.8	1,735.1	8,107.9	4,382.1	542.8	11,308.4	14,270.4	60,031.2

تمويل الحكومة المركزية غير مضمن

المصدر: بنك السودان المركزي

جدول رقم (7)

تدفق التمويل المصري حسب الصيغ التمويلية (بالعملة المحلية)

مليون جنيه

العام		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
الصفة	يناير - ديسمبر	يناير - ديسمبر	يناير - ديسمبر	يناير - ديسمبر	يناير - ديسمبر	يناير - ديسمبر	يناير - ديسمبر	يناير - ديسمبر	يناير - ديسمبر	يناير - ديسمبر	يناير - ديسمبر	يناير - ديسمبر	يناير - مارس	أبريل - يونيو
المراجعة	3,010.3	5,559.1	7,315.1	6,899.7	8,186.3	11,474.1	14,312.9	2,021.9	18,012.7	20,180.4	26,968.5	6,828.6	7,740.6	10,133.2
%	43.3	53.5	58.1	47.0	52.3	51.9	61.4	49.9	53.3	52.2	49.8	44.4	39.7	52.2
المشاركة	2,143.0	2,116.5	1,631.4	1,769.3	1,641.4	1,981.9	1,548.5	2,636.9	3,740.7	3,625.3	3,822.8	1,429.6	1,440.8	1,246.5
%	30.8	20.4	13.0	12.1	10.5	9.0	6.6	10.9	11.1	9.4	7.1	9.3	7.4	6.4
المضاربة	292.3	532.0	497.6	876.4	956.0	1,480.0	1,424.7	1,296.3	1,772.9	2,086.5	3,582.1	997.2	1,168.1	832.4
%	4.2	5.1	4.0	6.0	6.1	6.7	6.1	5.4	5.2	5.4	6.6	6.5	6.0	4.3
السلم	145.2	133.0	81.7	290.7	349.6	257.6	174.8	459.8	665.3	1,464.3	1,622.9	180.2	346.7	745.7
%	2.1	1.3	0.6	2.0	2.2	1.2	0.7	1.9	2.0	3.8	3.0	1.2	1.8	3.8
المقاولة	na	na	0.0	0.0	1,005.6	2,295.6	1,952.2	2,160.1	3,929.5	5,178.3	8,402.2	3,793.5	3,438.2	3,322.7
%	na	na	0.0	0.0	6.4	10.4	8.4	9.0	11.6	13.4	15.5	24.6	17.6	17.1
الاجارة	na	na	0.0	0.0	24.8	52.2	35.8	89.6	331.2	144.6	200.2	75.0	29.5	141.1
%	na	na	0.0	0.0	0.2	0.2	0.2	0.4	1.0	0.4	0.4	0.5	0.2	0.7
الاستصناع **	na	na	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.1	32.4	43.2	47.2	22.6	0.3	0.5
%	na	na	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0
القرض الحسن **	na	na	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	125.5	99.6	208.7	120.9	27.1	67.2	48.0
%	na	na	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	0.3	0.5	0.2	0.0	0.3	0.2
أخرى *	1,362.9	2,054.3	3,061.5	4,845.2	3,496.0	4,566.1	3,880.3	5,292.7	5,238.2	5,747.4	9,426.3	2,039.2	5,262.2	2,958.8
%	19.6	19.8	24.3	33.0	22.3	20.7	16.6	22.0	15.5	14.9	17.4	13.2	27.0	15.2
المجموع	6,953.7	10,394.9	12,587.3	14,681.3	15,659.8	22,107.4	23,329.2	24,102.8	33,822.5	38,678.6	54,193.3	15,393.1	19,493.7	19,428.9
%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100	100	100

المصدر: بنك السودان المركزي

* لا تتضمن تمويل الحكومة اعتباراً من 2011

** إضافة القرض الحسن والاستصناع كصيغ منفصلة عن قطاع أخرى بدءاً من يناير 2012

مليون جنيه

العام	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	القطاع
سبتمبر - يوليو	يونيو - ابريل	مارس - يناير	ديسمبر - يناير	ديسمبر - يناير	ديسمبر - يناير	ديسمبر - يناير	ديسمبر - يناير	ديسمبر - يناير	ديسمبر - يناير	ديسمبر - يناير	ديسمبر - يناير	ديسمبر - يناير	القطاع
5,059.8	3,356.1	2,331.0	11,089.4	6,062.1	6,721.0	1,483.9	1,599.8	1,686.1	1,485.7	837.1	786.1	571.1	الزراعة
26.0	17.6	15.1	20.5	15.7	19.9	11.9	7.2	10.8	10.1	6.7	7.6	8.2	%
1,624.3	1,940.1	3,260.9	7,899.3	5,155.8	5,486.7	4,577.5	3,826.9	1,556.5	1,904.0	1,314.3	848.5	830.5	الصناعة
8.4	10.1	21.2	14.6	13.3	16.2	19.0	17.3	9.9	13.0	10.4	8.2	11.9	%
279.5	415.6	361.7	2,230.5	1,771.5	2,259.2	1,065.6	479.2	370.0	481.1	264.9	351.3	339.5	الصادر
1.4	2.2	2.3	4.1	4.6	6.7	4.4	2.2	2.4	3.3	2.1	3.4	4.9	%
972.7	1,029.6	895.3	2,508.5	2,237.3	3,433.9	1,636.1	1,011.5	999.4	862.2	1,119.6	0.0	0.0	النقل والتخزين
5.0	5.4	5.8	4.6	5.8	10.2	6.8	4.6	6.4	5.9	8.9	0.0	0.0	%
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	582.2	616.2	469.5	446.1	382.0	334.3	247.4	التنمية الاجتماعية**
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5	2.8	3.0	3.0	3.0	3.2	3.6	%
3,551.1	3,529.5	3,274.4	9,928.5	6,588.3	4,368.8	4,168.4	2,872.8	2,320.9	2,370.6	2,093.4	1,821.1	1,493.6	التجارة المحلية
18.3	18.5	21.3	18.3	17.0	12.9	17.3	13.0	14.8	16.1	16.6	17.5	21.5	%
132.2	300.3	220.5	401.2	610.4	488.5	129.2	76.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	الطاقة والتعدين
0.7	1.6	1.4	0.7	1.6	1.4	0.5	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	%
1,755.3	1,990.4	1,344.3	5,937.0	3,848.1	3,042.3	2,152.9	2,052.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	التشييد
9.0	10.4	8.7	11.0	9.9	9.0	8.9	9.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	%
795.3	719.7	292.5	1,568.9	2,968.2	1,886.0	1,259.9	2,317.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	الاستيراد
4.1	3.8	1.9	2.9	7.7	5.6	5.2	10.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	%
5,258.8	5,835.9	3,412.4	12,630.0	9,436.9	6,136.1	6,240.3	7,254.7	8,257.3	7,131.6	6,576.0	6,253.6	3,471.6	أخرى *
27.1	30.5	22.2	23.3	24.4	18.1	25.9	32.8	52.7	48.6	52.2	60.2	49.9	%
19,428.9	19,117.2	15,393.1	54,193.3	38,678.6	33,822.5	24,102.8	22,107.4	15,659.8	14,681.3	12,587.3	10,394.9	6,953.7	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%

المصدر: بنك السودان المركزي

* لا تتضمن تمويل الحكومة اعتباراً من 2011

** قطاع التنمية الاجتماعية مضمن في الأنشطة الاقتصادية الأخرى بدءاً من يناير 2012

regarding this investment, stands on owning the assets' of the service providers by the poor people themselves and it seems to be ideal, but may not be applicable in many other countries. On the other hand, we see that there are many ways in which we can achieve the objectives of social business in line with the economic and social conditions of the countries, and not necessarily replicating Yunus' model. Note that the Islamic *Takaful* "Micro – insurance" system is the closest to Yunus in social business, which depends on the principle of solidarity in form of a collective guarantee amongst participants against potential losses that could hurt one or many of them. *Micro-Takaful* should be applied to the principles of *Sharia* in the prohibition of usury and *Gharar* (uncertainty) and gambling. It's a mechanism is to provide protection built on the basis of Islamic *Sharia* for the economically active poor that is excluded financially, at an affordable cost. Islamic *Takaful* is a cooperative model applied in Sudan, in which the shareholders are also owners of the risk fund. The administration contributions paid from this fund and managed by the elected board. The shareholders' have the right to maintain surpluses or reduce future contributions. The Sudanese model in Islamic *Takaful* is the first model in the world, which doesn't allow the shareholders to have a share in the surplus, they are (and also the shareholders) entitled to share in the *Sharia*-compliant investment returns, decided by the Board of Directors and approved by the *Sharia* Supervisory Board and the Policyholders general assembly.

In the interest-free system, microfinance comes along with capital funding to other sectors as an integral part of the money movement that carrying dual functions of cycling money for the benefit of the individual and society at the same time (the principle of succession in the money). The Sudanese interest-free microfinance is consistent with the vision of Yunus in microcredit in particular the trend towards achieving profits and maintaining social dimensions of investment, but didn't apply the principle

of ownership of borrowers to the service providers and their investments. This latter criteria is replaced by funding projects of a social dimension nature from specialized and commercial banks. This funding achieves the same goal - address societal problems through microfinance / social business. Note that social business is good, but it needs we need to develop the concepts and practices in many countries before the application.

The interest-free microfinance system mostly depends on a mechanism to establish social institutions that can act pro-poor projects; this concept is different from the concept of social business, as the endowment is not payoff for shareholders. In the course of microfinance Sudan applied a system of "financing with a social dimension". This concept evolved dramatically and led to increased rates of bank financing for the poor in recent years.

by the policymakers. However, the shareholders, as a *Mudarib*, are entitled for a percentage in the returns of the investments of the policymakers' funds to be decided by the Board of Directors and approved by the *Sharia* Supervisory Board. Deficit, if any, in the policymakers' fund is to be covered from the general reserve set out from the surplus. In case of inadequacy or non-existence of this reserve, this deficit is to be covered from the shareholders' fund by way of *Quard Hassan* (free of interest loan) to be paid from future surpluses".⁽¹⁾

Wagf is religious endowment, typically donating a building or plot of land or even cash for charitable purposes with no intention of reclaiming the assets⁽²⁾.

Wagf in microfinance is a charity concept and the use of *Wagf* is not leading on a sustainable basis, i.e. not a sustainable finance, while the 'social business' is both profitable and sustainable. The *microtakaful*, for example, is a concept not far from Yunus' "social business" concept. We can only consider the proposal of Yunus social business as a *Wagf* bank in the sense that the Bank of microfinance aims to achieve profits from *Wagf* fund. This idea of the use of *Wagf* to generate profit may not be justified by the Islamic legitimacy.

On the whole, we argued that the microfinance conceptual framework need to move towards another stage, but we see different mechanisms through which this move can take place in accordance with the economic and social conditions of each country. We also argued that the social business is still a new concept that first requires changes in the conceptualization of microcredit, before its applicability on the basis of Grameen and its affiliated companies can be made.

6. Conclusion

There is a remarkable development over the years from microcredit to microfinance and then to financial inclusion,

1) Salah El Din Musa, M. Suleiman, 2013, "Islamic Insurance in Sudan", unpublished paper.

2) <https://en.wikipedia.org/wiki/Waqf>

and finally the idea was expanded to include ownership of the shares of the service providers. Whatever the case may be, the microcredit (as well as interest-free microfinance) is viewed in the context of the need to create profits for the institutions, and move away from subsidize approach to solve societal problems. Microfinance is evolving very much on the side of theory and practice, especially the shift towards financial inclusion for the poor and social business to solve societal problems, and it is growing quickly stunning, although its big expectations have not been met to date.

Microfinance was not a socialist mechanism for poverty alleviation, as the ownership of the state in this economic system will not work on the search for profits and so the microfinance system will not be sustainable. We agree that microfinance (as well as social business) came as a result of failures of the capitalist system. The economic theory assumed – incorrectly and harmfully - that the dynamics of competition between entrepreneurs' powers are only for making profits, and built everything on this assumption, which is not correct. The idea of microcredit relied on providing financing opportunities to the targeted poor, and the financial inclusion expands its scope to include the rest of other financial services. The view of Yunus requires a social role in a sustainable manner and the poor have to own the assets of the service providers and their investments. This vision benefited from the self-less dimension of the human psyche (pleasure or joy in helping others).

We believe that the idea of Yunus of social business is not different from the re-formulation of the two ideas regarding the charity and investment that aimed at achieving individual profit. In other words, meshing the two ideas together in one idea, and come up with investment that brings happiness to sponsors, and at the same time working on a solution to the problems of individual investment based only on making profits without regard to community issues. Yunus' vision

access to financial services, particularly loans to build assets. Credit can automatically turn into an investment project, but should take into account the following:

- The microfinance providers should be specialized in the management and delivery of these services, and understand global practices in microfinance as specialized and profitable activity, sustainable and market-based in determining the cost of finance.
- The microfinance providers should benefit from savings mobilization as an essential part in financing, but not grants, subsidies, *Zakat*, or charity.
- The microfinance institutions should work within an integrated system to tackle poverty that can include housing, insurance, and other services needed by the poor.
- The microfinance providers should rely on an effective, scientific and practical style suitable to the targeted segments, by determining their credit worthiness, and guarantees that can be customized to fit the local community and its culture.
- The organizational structure of the microfinance providers should be small or divided into specialized units, which can suit the nature of the target groups, and also depends on accurate quantitative indicators to measure their effectiveness and efficiency.

Each of these views is consistent with the vision of Muhammad Yunus of micro lending.

5.5. The idea of microcredit was relied on to provide funding opportunities targeting the poor, and the financial inclusion has expanded its scope to include the rest of the financial services and ceased at that station. The idea of Yunus requires the presence of social role in a sustainable manner, and the poor themselves should have to own the assets of the service providers. This vision benefited from the selfless dimension of the human psyche (pleasure or joy in the useful work for others). We believe that the

idea of Yunus in social business is not different from the re-formulation of the two ideas of charity and investment that aimed to achieve individual profit. In other words, meshing the two ideas together in one idea and come up with investment that brings happiness to sponsors, and at the same time working to provide a solution to the problems of individual investment based on making profits with no regard to community's issues. Yunus' vision of this investment, stands on owning the assets' of the service providers by the poor people themselves and it seems to be ideal, but may not be applicable in many countries. On the other hand, we see that there are many ways in which we can achieve the objectives' of social business in line with the economic and social conditions of each country. It is not necessarily to replicate Yunus' model.⁽¹⁾ Note that the Islamic *micro-Takaful* "i.e. micro-insurance" system is the closest to Yunus' social business. *Micro-Takaful depends* on the principle of solidarity in form of a collective guarantee amongst participants against potential losses that could hurt one or many of them. *Takaful* is applied the principles of prohibition of usury and *Gharar* (uncertainty) and gambling. It is a mechanism to provide protection built on the basis of Islamic *Sharia* laws for the economically-active poor who are excluded from finance at an affordable cost.

The Sudanese Islamic insurance model (*takaful*) is described by Salah El Din Musa, as a purely cooperative model "where capital is just a legal requirement to incorporate the company and stands not to gain or lose from insurance operations. Therefore the shareholders are not entitled to any share in the underwriting surplus, if any, and the management expenses are fully borne

1) It is strange enough that the successful Grameen experience is not replicable in other countries. This is related to the unique social conditions of the Bangladeshi people, which conform to Grameen experience. Among these unique social conditions are the discipline in the group meetings, punctuality of repayment and the Grameen 16 decisions to be repeated in each meeting.

of the following criteria;

- To be initiated and participated by the local community to achieve the interests of the poor and vulnerable sections.
- To show clearly the ability to meet the necessarily needs and priorities at the local level.
- To be based on the principle of self-help.
- To arise from the grassroots community organizations or institutions of financial intermediation such as companies and apex agencies or development and social welfare institutions or non-governmental organizations.

Perhaps Sudan is one of the successful countries in the social dimension of microfinance projects, noting that microfinance banking portfolio did not exceed 5%, and by adding a social dimension funding the ratio increased from 8.3% at the end of 2014 to 11.3% in June 2015. For example, electricity was connected thousands of homes in peripheral neighborhoods of the city of Port Sudan via the microfinance funding from banks, guaranteed by the state Ministry of Finance, and repayments was made in monthly installments with the pre-paid electricity. This electricity networks type of social dimension projects was first connected in the local villages of east Sennar by the farmers' commercial bank, where the bank financed the electricity extension of 70 villages through the social dimension funding. The same project was replicated in the state of Khartoum and financed by Saving and Social Development Bank and the Real Estate Bank, and implemented by Khartoum Social Development Foundation, to provide the electricity to the peripheral neighborhoods of the national capital. A work is underway to extend the same project with number of banks to cover all peripheral areas in Khartoum state through this mechanism.

In sum, the bottom line of our vision is as follows:

- The social business is a good vision, but we need to promote the concepts and practices of microfinance in many countries before considering its application.
- Interest free system in microfinance mostly depends on *Wagf to* establish sustainable social institutions that can work towards poor projects, and this concept is different from the concept of "social business", as the endowment isn't payoff for the shareholders.
- Sudan is currently working on the application of a "social dimension" type of micro financing, and this concept evolved dramatically and led to increased rates of banks financing for the sector in recent years.

5.4. We agree with the vision of Yunus in that commercial banks will not largely and effectively provide microfinance, but can offer some microfinance services. As a result of this fact, our microfinance experience in Sudan has amended its vision but maintaining the social role of commercial banks. The new vision is to create microfinance institutions that can benefit from the banks' resources through restricted wholesale finance that can generate yields to be divided between them as agreed on the wholesale finance contract. Note that, despite of the impressive results recently appeared in the Sudanese experience in terms of number of microfinance providers, loan portfolio size, number of clients, etc., still there is a reservation that banks didn't achieve their social role the way it should be. This is mainly because of their weak contribution in microfinance to eradicate poverty (through financial inclusion), weak microfinance services outreach (via the geographical spread of the branches in rural areas), little use of interest-free mode of finance that are friendly to development, and weak allocation of microfinance to productive sectors (agriculture and industry).

5.6. Also I agree that the poor are people who have many potentialities and few of the options; they are in need to

of the means of production and provides employment opportunities for the citizens and there is no role for the private sector, big or small. That is why microfinance was not a socialist mechanism for poverty alleviation, although the state is patronizing the economic system. Perhaps the microfinance (as well as social business) is the product of the failures of the capitalist system more than anything else.

It is seen by many (and perhaps that was the real situation) that microfinance emerged as a result of failure of the capitalist system in achieving convincing outcomes at the micro level. Moreover, the social aspects of the adverse economic programs in this system can partially be addressed by microfinance / social business funding. They also feel that the persistence of poverty among the population should be the responsibility of these policies that multiply the number of poor. Nevertheless, Microfinance / social business is one of the mechanisms to alleviate poverty amongst specific segments of these poor and not all poor. In fact, this is exactly what Muhammad Yunus, when asked: what Grameen had given to alleviate poverty via microfinance, while the number of poor people has increased dramatically in Bangladesh. He replied: You can only identify the impact of Grameen when you abolish it, then poverty rates will escalate more and more (his answer was made with reference to the negative impact of governmental policies on poverty rates in Bangladesh).

The Islamic ownership of resources does not refer to absolute private equity, or have comprehensive state ownership, but enter the social aspect as an integral part of the capital spin and investment, along with achieving profitability. In Islam, the property of God Almighty and human are representatives only in money, and the money should be used for individual interests and the interests of the community at the same time (the social function of money). This dual function of investments as I see, is the closest to microfinance concept, because investment

in microfinance has a social and profit dimension, individually or institutionally. Microfinance activities have to achieve social outcomes and profitability, while the social spending; *Zakat* and other forms of charity spent voluntarily will not go back to their owners. There are two other kinds of investment business in the interest-free system: the first one targets money creation (working to make a profit, which represents the capitalist dimension in the Islamic regime) and the second aims at contributing to the social business (social dimension). The first one should be harnessed to contribute in the second (social business / investment) at the same time, without any conflict and with a reasonable profit generated.

In the interest-free system, microfinance is an integral part of the money movement that carry dual functions of profitability (or cycling money for the benefit of the individual and society at the same time; the principle of succession in the money). The Sudanese experience in interest free microfinance is consistent with the vision of Yunus, in particular the trend towards achieving profits and maintaining the role of commercial banks and social projects dimension, but does not apply the principle of borrowers' ownership of the service providers, and replaced that by getting funding from these institutions, as well as specialized and commercial banks for the projects of the social dimension that achieve the same goal - address societal problems through microfinance / social Business. The Central Bank of Sudan defines the social dimension of funding as a wholesale finance that facilitates the implementation of projects that related to rural development and infrastructural programs, women's empowerment, creation and support for educational, training and health institutions, installation of water and electricity networks, agricultural sector, development of small projects, funding for affordable housing services and improvement of homes, funding university students, and consumer goods for cooperatives, associations and federations, if the project or program satisfies part or all

College of Nursing- comprehensive cooperation with the University of Caledonia in UK -, Grameen Telecom, Grameen information systems and Grameen hospital. The success of these experiments has encouraged Yunus to consider and apply the social business on a larger scale in order to be the solution to the poor problems and community needs in all countries in the future.

The social business can be from governments, non-governmental organizations, banks, individuals or companies. Social business can solve all kinds of problems like health, education and training, housing, waste treatment, the environment as well as the inertia, the elderly and addiction problems. Donors may support the creation of a social business to achieve the economic development in developing countries. For example, if the goal is to create a bridge, it's the best for donors to establish a company to build bridges for the poor, and be owned and managed by a company specialized and capable and divide some of its profits to local poor, while others go for the construction of other bridges. In this way, each infrastructure such as airports, sea ports, land ports projects, and service companies, can be driven from the social business.

5. Discussion

5.1. I have no disagreement about the need to understand the true definition of Microcredit in the context of the need to create profits and avoid the subsidies from the microfinance system to be financially effective funding. There is still a panel discussion in microfinance between the two camps or two schools: institutional-ists and welfare-ists (social welfare). The best ways to help the poor via access to financial services sparked controversy between the institutional-ists and the welfare-ists. Even though they agree on the goal (poverty reduction through financial inclusion for the poor), but they are putting microfinance in a crossroads. The difference between the two schools is the trade-off between the

goals of profitability and sustainability. The first school focuses on the proliferation and sustainability through the integration of microfinance in the financial market regulator, and ensures profitability to be attractive to institutions providing service. While the second school focuses on the impact on the target group, regardless of the profitability and efficiency of financial institutions. Nevertheless, I believe that microfinance if governed in a correct way it will not be a loss and it will represent a profitable social business. Unlike *Zakat* funds, which have a single cycle of the resources, microfinance has countless cycles and these resources can re-duplicate itself depending on the levels of profitability achieved.⁽¹⁾

5.2. Social business as I see it is to re-formulate the ideas of donation and investment that is aiming to achieve individual profit.⁽²⁾ The world should - as Yunus believes - think away from the traditional investment completely (for example, prevent smoking completely, because giving a chance even one-time can lead to failure of smoking law). I've been asked before: Was macroeconomic performance in the capitalist systems is a reason to think about Microfinance / social business as one of the mechanisms to reform this failure and to increase incomes and assets and improve living standards through funding?, or whether microfinance is compatible with the socialist economic trend that prevailed in the countries of Eastern Europe before the collapse of the socialist system in the economy and politics. My answer was that the socialist system as a whole is based on the state ownership

1) Badr El Din A. Ibrahim, 2015, Topics in Microfinance- with Reference to the Sudanese Experience, a book to be published by Islamic Development Bank (IDP/IRTI), Jeddah.

2) See Ibrahim, Badr El Din, A. & Malcolm Harper, 2011, "Crossfire Debate: Islamic banking avoids interest payments and thus prevents rich investors profiting from the poor", Small Enterprise Development & Microfinance, Volume 22 Number 4 December 2011, Practical Action Publishing (formerly ITDG Publishing); Badr El Din A. Ibrahim, 2015, "Where Microfinance Goes Next?", Panel Discussion, 11th Annual Global Microfinance Forum, Achieving Dual Objectives and Supporting Inclusive and Sustainable Development, UNIGLOBAL, 19-20 March, 2015, Istanbul, Turkey.

but managed on a commercial basis and creates profits that reinvested to ensure the expansion and sustainability, and investors have the only right on their capital. Any direction to restrict the microcredit as an investment for profit only - As seeing by Yunus - is a refutation of the concept of social business.⁽¹⁾ There are seven principles of social business as follows:

- The aim of social business is combating poverty and or any other problem (or problems) threatens society and community, such as education, health, access to technology and environmental problems and others – it doesn't aim to make a profit.
- The company should be economically and financially sustainable.
- Investors have the right to get their capital only but not dividends.
- When the Investment earnings achieved, it should be retained within the company for the purpose of expansion and improvement.
- The company should work to protect the environment.
- The workers take the market wage and work in the best environment, comparable with the current working conditions.
- The work should be enjoying and amusing.⁽²⁾ This type of investment - as seen by Muhammad Yunus - offers wide opportunities for all people to contribute and modify their life for the better on this planet, and not leave all our problems in the hands of governments and continue to criticize the non-achievement of our requirements. Governments should provide support through social business policies that create a legal recognition of the social business and the creation of a regulator to ensure transparency and honesty, as well as providing tax incentives to invest in it.

A Yunus attempt of social business is amendments to the capitalist system. These amendments require that the present social role in a sustainable manner, taking advantage of selfless dimension of the human psyche (pleasure or joy in the useful work for others) and not the capitalist role (in order to save face). Yunus sees this system as a new form of capitalism. Yunus believes that the inherent selfish and selfless role in private investment from these investors make people seeing them as economists, as seen by Adam Smith in his writings in this regard. The economic theory assumed (incorrectly and harmfully) that profit is generated by the dynamics of competition between entrepreneurs' forces, and built everything on this assumption, which isn't correct.

This social business differs from the social Responsibility which allocates financial resources in the form of support to the local community by commercial companies that aim to achieve profits only to promote these companies as good and humane in front of the local community by allocating some percentage of their financial resources for this work. On the contrary, the social business login directly in the work of economic and social transformation of the poor and by up to 100% of the size of its resources. The Corporate Social Responsibility system is a response to government laws while the social business is voluntarily. The focus of social business idea in Yunus Centre for social business in Frankfurt, Germany, and spread to include other countries such as Brazil, Haiti, Albania, Uganda, Tunisia and India. The microcredit approach of Grameen was the first social business composition and experience, which includes a group of companies. Grameen Foundation has about 60 companies in multi industries as an investment fields between Grameen with international and intercontinental companies in both France and Germany in industries such as the production of yogurt, mineral water, mosquito nets, clothing and footwear cheap industry as well as companies to provide health services, renewable energy and Grameen Caledonia

1) Mohammed Yunus, 2013, Building Social Business, The new kid of capitalism that serves humanity's most pressing needs, The University Press Limited.

2) Mohammed Yunus, 2013, Building Social Business, I bid.

Used an Account to Pay Bills.⁽¹⁾

The financial inclusion is mainly measured by the volume of loans from financial institutions, credit cards and different savings mechanisms. The following table shows some financial inclusion indicators in lower income and sub-Saharan African states.

Financial Inclusion Indicators

(the past year, age 15+, year 2011, published 2012.)

Description	Lower income countries	Sub-Saharan African Countries
Loan from a financial loans from a financial institution	11%	5%
Loan from a family or friends	30%	40%
Credit card	2%	3%
Saved at a financial institution	11%	14%
Saved using a saving club	8%	19%

Global Findex, 2012, the World Bank. http://data.worldbank.org/data-catalog/financial_inclusion

The major conclusion is that these groups of countries are far from achieving a sizable financial inclusion. A lot of efforts still need to be exerted to improve the above basic financial inclusion indicators.

It is possible that some countries can perform well in most indicators of financial inclusion. Despite these spectacular financial inclusion outcomes, the microfinance market analysis of these countries might reveal that there is a massive profit-based institutional micro entrepreneurs financing gap. i.e. these countries can achieve 'more financial inclusive measures, with less microfinance'. The major reason for this 'more financial inclusive measures, with less microfinance products' is the lagging behind microfinance policies and regulations compared with

other financial inclusive measures.⁽²⁾

4. Mohammed Yunus "Social Business" Concept

The concept of social business is the next intellectual step of Muhammad Yunus after financial inclusion. The movement began after the financial crisis in the 2008-2009 year, which considered by Muhammad Yunus, as a series of crises that came at the same time (the financial crisis, energy crisis, and food crisis). These crises are not a pure coincidence, but all originated from the same source, namely, "the errors of authors of the current economic system theory. As depicted by the media that we will emerge out of the financial crisis after the necessary policy development and after skipping the causes. But poverty and other community problems - as seen by Yunus - will continue to exist because they are the product of the economic and societal system that we've cum to the world, that is the result of a failure at the top and not a result of the weak bottom level capabilities, where every member of it can be a potential business manager. He also believes that the concepts, institutions, conditions and the analytical framework upon which the theory of the current economic system, which creates poverty cannot be the mechanism to alleviate poverty. This economic system - as seen by Yunus and in spite of its flaws is still the best economic systems globally. So, the social business is a big step that will edit these negative characteristics of the capitalist system that have created poverty, social and environmental problems in the past. He also thinks that, the capitalist system itself can be a great tool for institutional reform and sustainable community.

In brief, social business is to harness financial resources in sustainable and profitable investments to address social problems without distribution of profits to the shareholders. This investment isn't for individual profit,

2) This is a case of the Kingdom of Bahrain. Source: Badr El Din A. Ibrahim, forthcoming, "Financial Inclusion in the Kingdom of Bahrain", An assignment sponsored by AGFUND for the Central Bank of Bahrain.

1) Source: Sources: Global Findex 2014, the World Bank. http://data.worldbank.org/data-catalog/financial_inclusion

Grameen bank provides different credits via interest rate between 0-20%, depending on the type of the loan. There is no collateral except the group collateral. Loans include basic loan, small enterprise loan, educational loan, housing loan and educational grants for the loanee daughters or sons. In addition to strugglers' (Beggars) interest free loan. The overall rate of loan recovery is around 98%.

Grameen experience is a full-fledged one goes beyond microfinance. The reasons for successes is the direct supervision, dedicated loanees who respect rules and regulations and who are genuine to improve their living and social standards. Moreover, the bank and the loanees are transparent with regard to loan volume, irrespective of the loan ceiling. Grameen works with groupings and there is a well-designed follow up system by loan officers who are well trained to do services of advising, finance, training, repayment and marketing. The high recovery rates, despite the absence of guarantees, are due to the following: (1) the weekly close following up, (2) 97% of loanee are women, who are known to be keen for repayment and (3) the week repayment system.

One of the outstanding merits of this experience is the internal audit that imposes the direct field contact between the audit officer and the managers. Moreover, there are different methods to verify the information in each lending transaction (1) visit the loanee (2) inspection of the loanee files (3) inspection of the loan officers' files (4) inspection of the ledger files at each branch and (5) inspection of the daily report of each branch. Each amount collected is deposited daily at a commercial bank nearby the branch to ensure financial discipline and avoid any potential theft cases.

The major poverty related impact of Grameen according to recent studies as follows: 68% of loanees move beyond poverty line. In another study during the last five years 47% passed the poverty line, while 27% moved forward but have not yet passed the poverty line, and 25% stay in the same position or worse. As a result of the success

of the experience the bank receive 1200 members of delegates annually (equivalent to 240 group from other countries), including ambassadors, ministers and international figures. The government is now seeking to change the structure of the board of directors in favor of the government (9 members) to ease the decision making process.

3. The Concept of the "Financial Inclusion"

As a result of the need of other non- financial services, and since the first microcredit summit in the mid-1990s, microcredit has extended to include micro insurance, money transfer and saving services. In recent years microfinance has been treated as a mechanism to achieve the financial inclusion – the ability of individuals and groups to access the financial service. ⁽¹⁾ This means effective, profitable and responsible access to these services at a reasonable cost to clients, especially those with a lower income via sustainable institutions. In addition to complying with the basic principles and the regulatory frameworks of microfinance. There are measures and inclusion indicators to assess the financial inclusion and most countries place financial inclusion as one of the financial targets. Among the most important indicators of financial inclusion are:

Account at Financial Institution.

Account, Income, Poorest, 40%

Accounts, Young Adults (% age 15-24)

Formal Borrowing

Borrowed from Family/Friends

Borrowed from a Private Informal lender

Borrowed from Financial Institution

Saved at a Financial Institution

Saved to Start, Operate or Expand a Business

Saved for Education or School Fees

Use of Credit Card for Payments of Bills

ATM as a Main Mode of Withdrawal (% with an Account)

1) <http://www.breckland.gov.uk/content/what-financial-inclusion>

should not exploit the poor's financial condition, and its initiatives should start from the poor people themselves, as the society itself should seek its opportunity. Moreover, the commercial banks will not provide huge and effective microfinance opportunities, but only insignificant microfinance opportunities. There are certain steps, according to Yunus, are required in micro-credit⁽¹⁾:

- Microcredit should be clearly defined, and should be dependent on the bottom of the pyramid. It should not be a market opportunity to investors but a chance to help the poor. Yunus once argued that: «It is widely accepted the more money I have, the more successful I am». We should not measure success with money. To me human life success should be measured with what contribution you have made in making this planet a better place and what kind of life you have lived on this planet. Money per se is a piece of paper.... It is what you do with the money, what impact you create with the money, that's important»⁽²⁾
- Create a legal framework away from the current regulatory framework for banks.
- Create microfinance banks owned by the clients themselves and depend on their savings. No need to bring money from outside or money allocated for "corporate social responsibility". No need for managers from commercial banks with long banking experience, but only practitioners of microfinance with 10 years minimum.
- There is a need to create a regulatory authority to make sure those banks follows the rules and procedures.
- A focus on women in microfinance.
- Microcredit should be kept outside political influence to run it as a sound business.

Government support subsidized credits that do not cover its cost, because they believe that poor people have no

1) Mohamed Yunus, 2015, Super Happiness: Making Money is Happiness, Making other People Happy is Super Happiness, Edited by Lamiya Morshed, Subarna Publishing house.

2) Mohamed Yunus, 2015, Super Happiness Ibid.

payment capacities.

2. Facts about Grameen- The Roots of Microcredit.

Grameen bank is one of the early institutions that practiced microcredit during the late 1970⁽³⁾. This bank is a model for a poor country that other countries attempted to replicate its experience without many successes due to the difference in the socio-economic set up that govern Bangladesh and its poor people compared with poor people in these countries. The bank is fully owned by the poor in the form of shares, and currently has 2500 branch, and providing credits to 8.5 million (97% are women) with current lending reached over US\$ 1.5 billion, all are coming from within Grameen system. This is in addition to US\$ 2 billion clients' voluntarily and compulsory savings. Moreover, Grameen, among others, has its life insurance, education, environmental and pension programs.⁽⁴⁾

The Board of Directors is composed of 13 members, 9 members from loanee (to be chosen for 2 years out of more than one million loanee), 3 are nominated by the government (2 from civil society and one women). In addition to the General Manager, as a non-voting member. Grameen bank has 23 thousands employee. Grameen headquarter is located in Daka in a 21 floors building, including the training center. By June 2015 Grameen had 2567 branches, 14800 centers, 268 area offices, 40 zonal offices, and 40 zonal audit offices. Moreover, Grameen had 1.28 million uniform groups in terms of education and financial status all from different families. According to Grameen system a group of 8-12 members constitute a center and 50-80 centers constitute area office and each 8-10 area office constitute zonal office.

3) Microcredit started during the 1970s with the creation of Grameen Bank in Bangladesh and *Rakyat* Bank in Indonesia and rural development program in Kenya and small enterprise development program in Bolivia. Microfinance nowadays has become a developed industry.

4) Information in this section are the outcome of a visit of the author to Grameen bank during August 2015 .The visit includes, in addition to the headquarter some centers and groups.

We argued that the microfinance conceptual framework need to move towards another stage, but we see different mechanisms through which this move can take place in accordance with the economic and social conditions of each country. We also argued that the social business is still a new concept that first requires changes in the conceptualization of microcredit, before its applicability on the basis of Grameen and its affiliated companies can be made.

Interest free finance depends on different models (e.g. *Wagf*, finance with social dimension, *miro-Takaful*). *Wagf* is a religious endowment, typically donating a building or plot of land or even cash for charitable purposes with no intention of reclaiming the assets. The *Wagf* model of interest free microfinance to establish “social institutions” that work towards the poor is different from the concept of ‘social business’. *Wagf* is a charity concept and the use of *Wagf* is not leading to sustainable finance, while the ‘social business’ is both “profitable” and “sustainable”. We can only consider the proposal of Yunus social business as a *Wagf* bank in the sense that the Bank of microfinance aims to achieve profits from *Wagf* fund and be sustainable. This idea of the use of *Wagf* to generate profit is not justified by the Islamic legitimacy of *Wagf*, so that *Wagf* in microfinance is not sustainable.

The *microtakaful*, for example, is a concept not far from Yunus’ “social business” concept. Moreover, the interest free system of microfinance is part of the whole idea of the movement of money in Islam to achieve the dual objectives of benefiting the investor and the society at the same time. The Sudanese interest-free microfinance experience follows Yunus’ profit-orientation for providers not a subsidy notion, but does not follow Yunus’ “social business” that allows the beneficiaries to own these institutions. Nevertheless, this system, apart from the ownership of the lending institutions y the beneficiaries, is also the closest to microfinance and ‘social business’

concepts, because investment in the interest-free system has a social and profit dimensions, individually or institutionally. The interest-free model of finance that uses the concept of “finance with social dimension” (extension of *miro-credit* on a wholesale basis to achieve social services for the poor) accomplishes the same objectives of the “social business” – solution of social problems via microfinance. Moreover, the we argued that the *micro-Takaful* “Islamic micro –insurance” system is also the closest to Yunus’ social business. *Micro-Takaful depends* on the principle of solidarity in form of a collective guarantee amongst participants against potential losses that could hurt one or many of them.

1. Mohammed Yunus and Microcredit

Pushed by the dream of a world without poverty and socio-economic development, and believed that financial inclusion (not subsidy) should be a human right for all poor not only the economically capable people who have guarantees, Yunus established Grameen bank in the late 1970th. Grameen is a grass root microcredit bank without collaterals, except group collateral. This experience extended via some trials in other countries. The critics of this experience raised the issue that poor credit without collaterals is not possible, and it has not adequately helped the poor, despite the fact that it has done something beneficial. Moreover, subsidized credit, they argued, provides limited and bad quality lending, but it is better than doing nothing, and it is growing faster and improving.⁽¹⁾

Micro-credit is a business to help the poor not a business to accumulate money. Not all investment is seeking profit. In this regard, Yunus once asked (what is the objective of climbing Everest Mountain?). Yunus views money creation as an incentive to work but making people happy is a super happiness. Moreover, microcredit has social objectives, but should be run on business principles. It

1) Thomas Dichter and Malcolm Harper, 2007, *What is Wrong with Microfinance?* Practical Action Publisher, UK



Studies &
Researches



By:

Prof. (Dr.)

Badr El Din A. Ibrahim

Collateral Free Loans for the Poor: From «Micro-Credit» & «Financial Inclusion» to «Social Business»

Summary

This paper tackles the changes in the conceptual framework and practice of grass root credit reliant on views of Mohammed Yunus, the founder of Grameen bank and the Nobel Peace Prize winner in 2006. The paper will also tackle the concept and the major outcomes of “financial inclusion” as a more elaborated and advanced concept, and see the stance of “social business” views in accordance with Grameen experience & in comparison with the Sudanese interest free microfinance models.

The microcredit is a way to find finance avenues for the poor, while the financial inclusion has extended its domain to include other financial services. Mohamed Yunus’ views extended the social role of microcredit via a mechanism for the poor to be the owners of the microfinance services providers themselves and the investment therein “the social business”. Mohammed Yunus’ “social business” concept is to harness financial resources in sustainable and profitable investments to address social problems without distribution of profits to the shareholders. This investment isn’t for individual profit, but managed on a commercial basis and creates profits that reinvested to ensure the expansion and sustainability, and investors have the only right on their capital. We think that these ideas can be categorized as a hybrid between the charity concepts and the personal profit-seeking investment. The whole idea is to mesh these two concepts in one view to reach an investment that creates “happiness” for their providers, and at the same time solve the problems of the capitalist system, which is merely based on profit motives away from solving the society’s problems.