



فرائض للعلوم الاقتصادية والإدارية
**KHAZAYIN OF ECONOMIC AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES**
ISSN: 2960-1363 (Print)
ISSN: 3007-9020 (Online)



The role of citizen budgeting in the effective marketing of the Sudanese government: opportunities and challenges

Ali Osama talib¹, Zainab Hadi ali², Haider K. Rahim³

Karkh University of science, Baghdad, Iraq^{1,3}

Ministry of higher education and scientific research, Baghdad, Iraq²

Abstract. This research addresses a very important future topic about enhancing citizen awareness in financial management, especially in the context of enhancing the effectiveness of the Sudanese government by using financial performance as a means to achieve transparency and accountability. The research aims to explore how to integrate the ordinary citizen into understanding the details of the citizen budget, with a focus on the need for him to be familiar with all aspects of the budget, including details of revenues and the size of expenditures, which is known as the citizen's budget.

The research will address, within its theoretical framework, the concept of the citizen budget as a tool to improve transparency, as this tool is considered essential to enhance trust between the government and society. Methods of communicating financial information will be presented in easy and simplified ways, which helps the citizen understand how public financial resources are allocated. The research will also address the importance of transparency in disseminating information, and how it can contribute to improving financial accountability by government agencies. In addition, the government's effective role in providing basic financial information will be addressed, through various communication channels, such as the media, websites, and community workshops. This will enable citizens to view the details of the budget, and understand how financial policies affect their daily lives, which enhances their ability to participate in the democratic process.

By improving communication and simplifying financial information, the government can enhance citizen engagement in decision-making, which contributes to positive economic and social outcomes. Challenges that the government may face in communicating this information, such as complex technical language and lack of public awareness, will also be discussed, in addition to proposed strategies to overcome these obstacles and promote a culture of budgeting in society. In conclusion, enhancing citizen awareness in financial management is a vital step towards building an effective government capable of achieving sustainable development. By applying the concepts of citizen budgeting, the Sudanese government can build bridges of trust with its citizens, and work to achieve the economic and social development that everyone seeks

Keywords: Citizen's budget, effective governmental marketing.

DOI: [10.69938/Keas.Con2.250234](https://doi.org/10.69938/Keas.Con2.250234)

دور موازنة المواطن في التسويق الفعال لحكومة السودان : الفرص والتحديات

علي اسامة طالب¹، زينب هادي علي²، حيدر كريم رحيم³

جامعة الكرخ للعلوم، بغداد، العراق^{3,1}

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بغداد، العراق²

haider@kus.edu.iq

المستخلص. يتناول هذا البحث موضوعًا مستقبليًا بالغ الأهمية حول تعزيز وعي المواطن في الإدارة المالية، وخصوصًا في سياق تعزيز فعالية الحكومة السودانية من خلال استخدام الأداء المالي كوسيلة لتحقيق الشفافية والمساءلة. يهدف البحث إلى استكشاف كيفية إدماج المواطن البسيط في فهم مفاصل موازنة المواطن، مع التركيز

على ضرورة إلمامه بجميع جوانب الموازنة، بما في ذلك تفاصيل الإيرادات وحجم النفقات، والتي تُعرف بموازنة المواطن.

سيتناول البحث في إطاره النظري مفهوم موازنة المواطن كأداة لتحسين الشفافية، حيث تُعتبر هذه الأداة ضرورية لتعزيز الثقة بين الحكومة والمجتمع. ستعرض أساليب توصيل المعلومات المالية بطرق سهلة وبسيطة، مما يساعد المواطن على استيعاب كيفية تخصيص الموارد المالية العامة. كما سيتناول البحث أهمية الشفافية في نشر المعلومات، وكيف يُمكن أن تُسهم في تحسين المساءلة المالية من قبل الجهات الحكومية علاوة على ذلك، سيتم تناول دور الحكومة الفعال في تقديم المعلومات المالية الأساسية، من خلال قنوات تواصل متنوعة، مثل وسائل الإعلام، والمواقع الإلكترونية، وورش العمل المجتمعية. هذا سيمكن المواطنين من الاطلاع على تفاصيل الميزانية، وفهم كيفية تأثير السياسات المالية على حياتهم اليومية، مما يعزز من قدرتهم على المشاركة في العملية الديمقراطية.

من خلال تحسين التواصل وتبسيط المعلومات المالية، يمكن للحكومة أن تعزز انخراط المواطنين في صنع القرار، مما يسهم في تحقيق نتائج إيجابية على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي. كما سيتم مناقشة التحديات التي قد تواجه الحكومة في توصيل هذه المعلومات، مثل اللغة التقنية المعقدة ونقص الوعي العام، بالإضافة إلى استراتيجيات مقترحة لتجاوز هذه العقبات وتعزيز ثقافة الموازنة في المجتمع.

في الختام، يُعتبر تعزيز وعي المواطن في الإدارة المالية خطوة حيوية نحو بناء حكومة فعالة وقادرة على تحقيق التنمية المستدامة. من خلال تطبيق مفاهيم موازنة المواطن، يمكن للحكومة السودانية أن تبني جسور الثقة مع مواطنيها، وتعمل على تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية التي ينشدها الجميع

كلمات مفتاحية: موازنة المواطن، حوكمة التسويق الفعالة

Corresponding Author: E-mail: haider@kus.edu.iq

المقدمة:

تعتبر موازنة المواطن أداة فعالة تسهم في تعزيز الشفافية والمساءلة في الإدارة المالية العامة، مما يعزز ثقة المواطنين في حكوماتهم. تهدف هذه الموازنة إلى تقديم المعلومات المالية بلغة بسيطة ومفهومة، مما يمكن الأفراد من فهم كيفية تخصيص الموارد العامة. من خلال موازنة المواطن، يُتاح للمواطنين الاطلاع على تفاصيل الإيرادات والنفقات الحكومية وكيف تؤثر على حياتهم اليومية.

تعتبر موازنة المواطن أيضاً وسيلة فعالة للتسويق الحكومي، حيث تُظهر التزامات الحكومة بالشفافية والمشاركة. بتوفير المعلومات بطريقة سهلة الوصول، يمكن للحكومة تعزيز انخراط المجتمع في عملية صنع القرار. من خلال تشجيع الحوار حول السياسات المالية، تساهم موازنة المواطن في بناء الثقة وتعزيز العلاقة بين الحكومة والمواطنين. وفي عصر المعلومات، تبرز أهمية هذه الأدوات في تعزيز المشاركة الديمقراطية وتحسين الأداء الحكومي.

أولاً: مشكلة البحث:

تتمثل المشكلة الخاضعة للدراسة في تقادم الطرائق والأساليب المستخدمة في توصيل المعلومات المالية إلى المواطن فاليانات المالية لغة ذات مصطلحات معقدة غالباً ما تكون فنية اقتصادية يصعب على الجمهور العام فهمها، عوضاً عن ذلك عدم نشر معلومات مفصلة بشكل كافٍ حول البيانات المالية فضلاً وتأخرها مما يؤدي بالغالب إلى نقص الثقة بين المواطن وحكومته وغياب التوعية الفعالة حول الموازنة والبيانات المالية وعدم وجود تفاعل قوي تسمح للمواطنين بالتعبير عن آرائهم بما يروه مناسب ضمن إطار المصلحة العامة.

ثانياً: أهداف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على إمكانية الاستفادة من موازنة المواطن لتحقيق الشفافية والفعالية في فهم العمليات الحكومية مما يساعد المواطن علي فهم كيفية تخصيص موارد الدولة وبالتالي زيادة الثقة والوضوح المالي بين الحكومة والمواطن وضع خطة لزيادة المشاركة في عملية صنع القرار مما يسهم بدوره بتحسين الثقة والبناء الاجتماعي والسياسي وتحسين الاداء الحكومي من خلال تلبية احتياجات المواطنين بشكل أكثر دقة وفعالية مما يعزز بدوره المساءلة ودور المواطن من متابعة صرف الاموال العامة.

ثالثاً: فرضية البحث:

ان الفرضية الاساسية للبحث هو تعزيز الدور الحكومي من خلال زيادة الشفافية والمساءلة مما يؤدي الى تحسين الثقة بين الحكومة والمواطنين وزيادة المشاركة المجتمعية في صنع القرار.

المبحث الأول موازنة المواطن

1.1 مفهوم الموازنة وموازنة المواطن:

تتضمن الموازنة العامة كشفاً تفصيلياً يبين تقديرات إيرادات الدولة ونفقاتها في شكل وحدات نقدية تعكس في تفصيلاتها خطة الحكومة لفترة مالية قادمة وهذا البيان يتم اعتماده وتصديقه من قبل السلطة التشريعية. وقد أصبحت الموازنة العامة في العصر الحديث ضرورة لا بد منها لكل دولة من دول العالم مهما كان نظامها السياسي وشكل الحكومة الموجودة. فبدون الموازنة العامة يصعب ان تسير الوزارات والمصالح والمؤسسات الحكومية سيرة منتظمة وبدونها لا تستطيع الدولة القيام بالوظائف الموكلة اليها، كما يصعب

ادارة الاقتصاد الوطني وتوجيهه في الاتجاه المخطط له. وبإيجاز فإن الموازنة العامة تعتبر المحور الذي تدور حوله جميع أعمال الدولة ونشاطاتها في جميع المجالات على اختلاف أنواعها والموازنة العامة تعريفات متعددة اما **موازنة المواطن** فهي فكرة ظهرت لأول مرة من دول جنوب افريقيا ثم تلتها مصر واثبتت نجاحها فتلتها العبيد من الدول الاخرى ويقصد بها (لغة بسيطة لشرح محتويات الموازنة ومقدم للمستويات المجتمع كافة) كما يمكن ان تعتبر اداه للشفافية تقدمها الحكومة لتعريف المواطنين بمدى التزام الحكومة بإدارة الامور المالية ومراقبة الإيرادات والمصروفات . حيث تعرف بانها :

- أ- خطة شاملة ممثلة بأرقام تحدد برنامجا كاملا لفترة محددة وتتضمن تقدير الخدمات والانشطة والمشاريع والنفقات والمصادر الضرورية للإنفاق .
- ب- مجموعة من التقديرات المعتمدة لنفقات الدولة (استخدامات) وإيراداتها (موارد) عن سنة مالية قادمة بهدف وضع خطة مالية واقتصادية طبقا للسياسة العامة للدولة ووفقا لمجموعة من القوانين واللوائح المالية.
- ت- البرنامج المالي للجهاز الإداري الحكومي للدولة عن فترة زمنية محددة يظهر فيها تقدير النفقات العامة وتقدير الموارد العامة اللازمة لمواجهة النفقات.

2.1. مفهوم موازنة المواطن:

تمثل أداة هامة تهدف إلى تعزيز الشفافية والمشاركة المجتمعية في إدارة المالية العامة. فهي تهدف إلى تبسيط المعلومات المالية المعقدة، مما يمكن الأفراد من فهم كيفية تخصيص الحكومة للموارد وكيفية تأثير ذلك على حياتهم اليومية. من خلال موازنة المواطن، يُمكن للمواطنين الاطلاع على تفاصيل الإيرادات والنفقات، مما يسهل عليهم متابعة كيفية صرف الأموال العامة. تُعد موازنة المواطن جزءاً من جهود تعزيز المساءلة الحكومية، حيث تُساعد في بناء الثقة بين الحكومة والمجتمع. من خلال إتاحة المعلومات بشكل واضح، تساهم هذه الأداة في زيادة انخراط المواطنين في العمليات الديمقراطية وتحفيزهم على المشاركة الفعالة في صنع القرار.

كما يشير الباحثون إلى أن تعزيز وعي المواطنين بمفاصل الموازنة يمكن أن يؤدي إلى تحسين الأداء الحكومي واستجابة أفضل لاحتياجات المجتمع وبالتالي، يُعتبر تحقيق موازنة المواطن خطوة حيوية نحو حكومة أكثر فعالية وشمولية.

3.1. دور الموازنة في توضيح اداء الحكومة:

تعتبر الموازنة العامة للدولة وثيقة مصدقة من قبل السلطة التشريعية، حيث تشمل الموارد والنفقات المخصصة لفترة زمنية عادة ما تكون سنة واحدة. تلعب الموازنة دوراً حيوياً كأداة للحكومة في تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية، كما أنها تمثل الركيزة الأساسية لنظام المحاسبة الحكومية. ترتبط الموازنة العامة ارتباطاً وثيقاً بخطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث يتم تقسيم الخطة العامة للتنمية إلى خطط سنوية تفصيلية، تُترجم في شكل موازنة سنوية تمثل برنامج العمل للقطاعات المختلفة، وتحدد مسؤولياتها في تنفيذ خطة التنمية .

منذ نشوئها، اتخذت الموازنة العامة اتجاهاً رقابياً، حيث كان الهدف الأساسي منها موجهاً نحو الرقابة على الإنفاق العام. تقوم وحدات القطاع الحكومي بعمليات الإنفاق، وهي وحدات ذات نشاط خدمي مجاني تمول من الموازنة العامة، مما يشكل في مجموعها الموازنة العامة للدولة. ومما لا شك فيه أن نشاط هذه الوحدات محكوم بما يخصص لها في الموازنة، كما تشير إليه دائرة المحاسبة في . إن هذا الأساس يعكس مفهوم الدولة الحارسة، حيث ينبغي أن يكون برنامجها الاقتصادي محدداً بحدود وظائفها، في إطار الفكر السائد في أوائل القرن العشرين. في تلك الفترة، كانت الدولة تسعى إلى ترشيد النفقات وزيادة مصادر الإيرادات.

وفي ظل هذه التطورات، ظهرت توجهات متعددة تنادي بضرورة تحديث أساليب إعداد وتنفيذ الموازنة العامة. فقد انتقل التركيز من موازنة البنود إلى أساليب حديثة مثل موازنة البرامج والأداء، التي تهدف إلى تجاوز السليبات المرتبطة بموازنة البنود. تسعى الدول حالياً إلى توفير البيانات اللازمة لربط الموازنة العامة بخطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، بالإضافة إلى تحقيق الترشيح في الإنفاق من خلال التأكد من نتائج الإنفاق العام. هذا فضلاً عن تحقيق الوظيفة التقليدية المتمثلة في الجانب الرقابي من قبل السلطة التشريعية على المال العام.

علاوة على ذلك، ظهرت أساليب أخرى في مجال إعداد وتنفيذ الموازنة العامة، مثل الموازنة الصفريّة ونظام الموازنة-التخطيط والبرمجة، بالإضافة إلى موازنة المواطن. تعكس هذه الأساليب التوجه نحو تحقيق إدارة مالية أكثر فعالية وشفافية، مما يساهم في تعزيز المشاركة المجتمعية وزيادة الثقة بين الحكومة والمواطنين.

4.1. اهداف موازنة المواطن

- 1- تعزيز الشفافية: توفير معلومات مالية واضحة ومبسطة للمواطنين حول كيفية تخصيص الموارد العامة.
2. زيادة المشاركة المجتمعية: تشجيع المواطنين على الانخراط في عملية صنع القرار من خلال فهم أفضل لمحتوى الموازنة.
3. تحسين المساءلة: تمكين المواطنين من متابعة كيفية صرف الأموال العامة، مما يعزز من قدرة المجتمع على محاسبة الحكومة.
4. بناء الثقة: تعزيز العلاقة بين الحكومة والمواطنين من خلال إظهار الالتزام بالشفافية والمشاركة.
5. تحقيق التنمية المستدامة: ربط موازنة المواطن بخطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية لضمان تحقيق الأهداف الوطنية.
6. تبسيط الفهم: استخدام لغة بسيطة وأدوات تفاعلية تساعد المواطنين على فهم جوانب الموازنة بسهولة.
7. تحسين الأداء الحكومي: توجيه الموارد نحو أولويات المجتمع من خلال تحليل احتياجات المواطنين ومطالبهم.

8. تعزيز حقوق المواطن: تأكيد حق المواطنين في المعرفة والمشاركة في القضايا المالية التي تؤثر على حياتهم.
International Budget Partnership (IBP). (2017). The Citizen's Budget: A Practical Guide
5.1 متطلبات انجاح موازنة المواطن

هناك العديد من متطلبات يتوجب العمل بها من قبل الحكومة ليتسنى انجاح موازنة المواطن كحلقة وصل دائمة بين الحكومة والشعب ، وإن تلتزم الحكومة بتلك المتطلبات. ويمكن تبين اهم المتطلبات الواجب اتباعها من قبل الحكومة .
1- الشفافية : تعتبر الموازنة الحلقة الأساسية لنظام المحاسبي الحكومي والذي يعتبر النطاق التنفيذي للموازنة مما يستوجب ان تكون بياناتها قابلة للمقارنة سواء مع السجلات المحاسبية او القوائم المالية بنفس الطريقة المتبعة في تفسير الموازنة وكل ذلك يصب في تحقيق الشفافية في تحقيق الرؤية الحكومية المستقبلية في تلبية حاجات المجتمع .

حيث ان تطبيق مبدأ الشفافية يستلزم ان:

- أ- تنشر معلومات الموازنة وتقدم بطريقة تسهل التحليل وذلك لتعزيز الثقة بها مما يعكس صورة كاملة ومتماثلة عن العمليات ومكونات الموازنة ، فضلاً عن تطبيق العمليات والسياسات المحاسبية بحث تصبح القوائم المالية منسجمة ومتناغمة مع المعايير والسياسات المحاسبية الدولية وحيث لا يوجد متطلبات محددة فإن الجهات الادارية تطور سياسات لضمان توفير قوائم مالية تلبي احتياجات مستخدمي القوائم المالية .
- ب- وباعتبار ان الموازنة العامة قادرة على توفير معايير رقابية على أنشطة السلطة التنفيذية حيث تمكن من تنسيق اداء الوحدات الحكومية وتتضمن توزيع وتخصيص موارد الدولة بكافة اشكالها على اوجه الاستخدامات المتعددة للجهات المنفذة طبقاً لحاجة كل جهة وفي اطار أولويات الانفاق وذلك يستعدي التخطيط واعداد وتنفيذ الموازنة مع زيادة الوعي من كل جهة لجهات الانفاق والمسؤولة على الاداء المالية.
- 2- المساءلة الاجتماعية : وذلك يتم عن طريق تفعيل المشاركات الاجتماعية بين افراد المجتمع والتي تمثل الصورة الحقيقية التي يمكن للحكومة استثمارها للوصول الى صورة واضحة عن حاجات المجتمع الاقتصادية بكل صورها فضلاً عن تعزيز الشفافية في الاداء الحكومي .
- 3- قيام المواطن بالتعبير عن رأيه بضرره وضع تدرج هرمي لأهمية الانفاقات الحكومية مما يتفق ويلبي كافة احتياجاته .
- 4- البساطة والوضوح: حيث ان ما يميز موازنة المواطن هو تسهيل الفهم لعامة المجتمع بحيث تتكون صورة واضحة عن المفاهيم الاقتصادية ومواضيع السياسة المالية والمفردات الخاصة بها ، حيث يتطلب اعداد موازنة المواطن المنفعة الكاملة خلال تقديمها بشكل مبسط دون الاخلال بالمضمون الأساسية وبنفس الوقت يقدم معلومات اساسية وشاملة .

**المبحث الثاني
التسويق الحكومي**

1.2 مفهوم التسويق الحكومي:

التسويق الحكومي هو استخدام استراتيجيات التسويق لتعزيز التواصل بين الحكومة والمواطنين، ويعتمد بشكل كبير على مبدأ الشفافية، الذي يمثل جزءاً أساسياً من الإفصاح الحكومي المالي. يهدف التسويق الحكومي إلى زيادة الوعي بالخدمات والبرامج الحكومية، وتعزيز المشاركة المجتمعية، وبناء الثقة بين الحكومة والمواطنين.

2.2 عناصر التسويق الحكومي:

- يتضمن التسويق الحكومي، المرتبط بالإفصاح المالي، عدة عناصر رئيسية:
1. **التواصل الفعال:** يتمثل في توفير معلومات مالية واضحة حول الميزانيات والمصاريف الحكومية، مما يساعد المواطنين على فهم كيفية تخصيص الموارد وكيفية تأثير هذه الميزانيات على حياتهم اليومية.
 2. **تعزيز الشفافية:** الإفصاح المالي يساهم في تعزيز الشفافية، حيث يُظهر التزام الحكومة بعملياتها المالية ويعزز الثقة لدى الجمهور. هذا بدوره، يُعزز فعالية الحملات التسويقية الحكومية.
 3. **تحليل الجمهور:** يتطلب التسويق الحكومي فهم احتياجات المواطنين المالية وكيفية تأثير القرارات المالية على المجتمع. هذا يساعد في تصميم سياسات وخدمات تلبي تلك الاحتياجات.
 4. **استراتيجيات الترويج:** تشمل استخدام وسائل الإعلام والحملات التوعوية لتوضيح كيفية استخدام الأموال العامة ونتائج السياسات المالية، مما يزيد من وعي الجمهور ويشجع على المشاركة في العملية الديمقراطية.
- من خلال الربط بين التسويق الحكومي والإفصاح المالي، يمكن للحكومات تحسين جودة الحياة وزيادة فعالية البرامج من خلال بناء علاقة وثيقة متبادلة مع المواطنين.

3.2 أهمية التواصل في التسويق الحكومي:

يعتبر التواصل الفعال جزءاً أساسياً من التسويق الحكومي، حيث يلعب دوراً محورياً في تعزيز الشفافية والمشاركة المجتمعية، خاصة في سياق الإفصاح المالي. إليك بعض النقاط الرئيسية حول هذه الأهمية:

1. **تعزيز الشفافية:** يساهم التواصل الجيد في توفير معلومات دقيقة وشاملة حول الميزانيات والمصاريف الحكومية، مما يعزز ثقة المواطنين في الحكومة. عندما يعرف المواطنون كيفية إنفاق الأموال العامة، يصبحون أكثر استعداداً لدعم السياسات الحكومية.

2. **زيادة الوعي بالخدمات:** من خلال التواصل الفعال، يتمكن المواطنون من التعرف على البرامج والخدمات المتاحة لهم، مما يتيح لهم الاستفادة القصوى من الموارد الحكومية. الإفصاح المالي يُظهر كيف تُخصص الأموال لخدمة المجتمع.
 3. **تعزيز المشاركة المجتمعية:** يساعد التواصل على إشراك المواطنين في الحوار حول السياسات المالية، مما يتيح لهم التعبير عن احتياجاتهم وتوقعاتهم. هذا يعزز من إمكانية تحسين الخدمات العامة لتلبية تلك الاحتياجات.
 4. **تيسير الوصول إلى المعلومات المالية:** يساهم التواصل الواضح في تسهيل وصول المواطنين إلى المعلومات المالية اللازمة لاتخاذ قرارات مستنيرة. يجب أن تكون المعلومات المالية متاحة وسهلة الفهم لتعزيز المشاركة.
 5. **بناء الثقة:** يساهم الإفصاح المالي الواضح في بناء الثقة بين الحكومة والمواطنين. عندما يتمكن المواطنون من رؤية كيفية إدارة الأموال العامة، فإن ذلك يعزز من شعورهم بالثقة في قدرة الحكومة على إدارة الموارد المالية.
 6. **تحفيز الاستجابة الفعالة:** من خلال التواصل الفعال، يمكن جمع آراء المواطنين حول السياسات الجديدة والمبادرات، مما يعزز فعالية البرامج الحكومية ويعكس تطلعات المجتمع.
 7. **تقديم الدعم أثناء الأزمات:** في أوقات الطوارئ، يكون التواصل الجيد ضروريًا لتقديم المعلومات المالية اللازمة بسرعة وفعالية، مما يساعد على توجيه الموارد بشكل مناسب.
- في الختام، يعد التواصل الفعال جزءًا لا يتجزأ من التسويق الحكومي، حيث يعزز من الإفصاح المالي ويساهم في بناء علاقة قوية ومستدامة بين الحكومة والمواطنين.

4.2 دور الموازنة في تعزيز التسويق الحكومي :

- تلعب الموازنة الحكومية دورًا حيويًا في تعزيز التسويق الحكومي من خلال تحسين الأداء المالي والإفصاح عن المعلومات المالية. إليك كيف يمكن أن يتجلى ذلك:
1. **تعزيز الشفافية المالية:** تتيح الموازنة الحكومية تقديم معلومات دقيقة حول كيفية تخصيص الأموال، مما يعزز مستوى الشفافية. الإفصاح الواضح عن الموازنة يمكن المواطنين من فهم أولويات الحكومة، مما يعزز الثقة ويشجع المشاركة الفعالة.
 2. **تحديد الأولويات الإنفاقية:** تساعد الموازنة في تحديد المجالات التي ستحصل على التمويل، مما يمكن الحكومة من تسويق البرامج الأكثر أهمية وتأثيرًا. الرضوح في الأولويات يسهل توصيل الرسائل للجمهور حول المشروعات الحيوية.
 3. **تحسين أداء الخدمات الحكومية:** يساهم الأداء المالي الجيد في تحسين جودة الخدمات المقدمة، مما يعزز من قدرة الحكومة على تسويق إنجازاتها. إذا كانت الحكومة تقدم خدمات فعالة، فإن ذلك يساهم في بناء سمعة إيجابية ويساعد في جذب دعم المواطنين.
 4. **تفعيل المشاركة المجتمعية:** عند إشراك المواطنين في عملية إعداد الموازنة، يشعرون بأن لهم صوتًا في صنع القرار. هذا الانخراط يتيح للحكومة تسويق برامجها بشكل أفضل، حيث يتوقع المواطنون أن تكون الموازنة تعكس احتياجاتهم.
 5. **قياس الأداء والمساءلة:** من خلال تقديم تقارير مالية واضحة ومنظمة، تعزز الموازنة المساءلة. الإفصاح عن الأداء المالي يساعد الحكومة على تقييم فعالية برامجها، مما يتيح لها تعديل استراتيجيات التسويق وفقًا للنتائج والتحليلات.
 6. **التخطيط الاستراتيجي والتكيف:** تساعد البيانات المالية الناتجة عن الموازنة الحكومة في وضع استراتيجيات تسويقية فعالة تتماشى مع الأداء المالي. عندما تتمكن الحكومة من توضيح كيف تُستخدم الأموال بشكل فعال، فإن ذلك يساهم في تعزيز الصورة العامة لها.
 7. **التواصل الفعال:** يُعتبر الإفصاح عن المعلومات المالية أداة تسويقية قوية. يمكن استخدام البيانات المالية لتبسيط الضوء على النجاحات، مما يزيد من الوعي والمشاركة من جانب المواطنين.
- في الختام، تعزز الموازنة الحكومية التسويق الحكومي من خلال تحسين الأداء المالي والإفصاح عن المعلومات، مما يؤدي إلى علاقة أقوى وأكثر ثقة بين الحكومة والمواطنين. التواصل الفعال حول الموازنة والأداء المالي يساهم في تعزيز الثقة والمشاركة، مما ينعكس إيجابًا على الخدمات العامة.

5.2 التسويق الاجتماعي الحكومي وموازنة المواطن:

- يرتبط التسويق الاجتماعي الحكومي بموازنة المواطن بشكل وثيق، حيث يمكن أن يعزز كلاهما أهداف التنمية المجتمعية والشفافية. إليك كيف يتم الربط بينهما:
1. **تعزيز الشفافية والمشاركة:** موازنة المواطن تسعى إلى إشراك المواطنين في عملية إعداد الميزانية، مما يمنحهم فرصة لفهم كيفية تخصيص الأموال العامة. هذا الفهم يعزز من فعالية حملات التسويق الاجتماعي الحكومي، حيث يمكن استخدام المعلومات حول الموازنة لتوضيح كيفية دعم البرامج والمبادرات الاجتماعية.
 2. **تحديد الأولويات المجتمعية:** من خلال موازنة المواطن، يمكن تحديد الأولويات التي تهتم المجتمع، مما يساعد الحكومات على تصميم حملات تسويق اجتماعي تتماشى مع احتياجات المواطنين. على سبيل المثال، إذا أظهرت موازنة المواطن رغبة في تحسين الصحة العامة، يمكن للحكومة تركيز جهودها التسويقية على قضايا الصحة.
 3. **تحفيز التغيير السلوكي:**

تساعد موازنة المواطن في تعزيز المشاريع التي تهدف إلى تغيير سلوكيات معينة. عندما يُظهر المواطنون دعمًا لبرامج محددة في الموازنة، يمكن للحكومة تسويق هذه البرامج بشكل فعال، مما يعزز من تأثيرها في المجتمع.

4. قياس النجاح والتقييم:

يمكن لموازنة المواطن أن تكون أداة لقياس فعالية البرامج الاجتماعية. من خلال ربط الأداء المالي بالنتائج الاجتماعية، يمكن للحكومات تقييم أثر حملات التسويق الاجتماعي وتعديل استراتيجياتها بناءً على البيانات المستندة إلى موازنة المواطن.

5. تعزيز التعاون بين الحكومة والمجتمع:

تسهم موازنة المواطن في بناء علاقة ثقة بين الحكومة والمواطنين. هذه الثقة تعزز من نجاح حملات التسويق الاجتماعي، حيث يشعر المواطنون بأن لهم دورًا فعالاً في العملية الحكومية، مما يزيد من تفاعلهم مع المبادرات الاجتماعية.

خلاصة

عند الربط بين التسويق الاجتماعي الحكومي وموازنة المواطن، نجد أن كلاهما يعزز من الشفافية والمشاركة المجتمعية من خلال العمل معًا، يمكن تحقيق تأثيرات إيجابية أكبر في المجتمع، مما يساهم في تحسين جودة الحياة وتعزيز التنمية المستدامة.

6.2 التحديات التي تواجه التسويق الحكومي في الإفصاح المالي:

1. **نقص الشفافية:** في بعض الأحيان، قد تكون المعلومات المالية غير متاحة أو غير مفهومة، مما يعيق قدرة الحكومة على التواصل بفعالية مع المواطنين.

2. **عدم الثقة:** قد تعاني الحكومات من عدم الثقة من قبل المواطنين، مما يجعل من الصعب تسويق أي معلومات أو مبادرات، حتى لو كانت صحيحة وشفافة.

3. **تحليل البيانات:** تحتاج الحكومات إلى تحليل البيانات المالية بشكل فعال لتحديد أولويات الإنفاق، ولكن نقص المهارات أو الأدوات يمكن أن يعيق هذه العملية.

4. **التواصل غير الفعال:** قد يكون هناك قصور في استراتيجيات التواصل، مما يؤدي إلى عدم وصول المعلومات المالية إلى الجمهور المستهدف بشكل واضح.

5. **التحديات التكنولوجية:** استخدام تكنولوجيا المعلومات في الإفصاح عن البيانات المالية قد يواجه تحديات مثل نقص البنية التحتية أو التكاليف العالية.

6. **التعقيد القانوني والإداري:** قد تؤدي القوانين واللوائح المعقدة إلى صعوبة الإفصاح عن المعلومات المالية، مما يعيق الفعالية في التسويق الحكومي.

7. **تفاوت مستويات التعليم:** قد تكون هناك فجوة في مستويات التعليم والفهم المالي بين المواطنين، مما يجعل من الصعب عليهم استيعاب المعلومات المقدمة.

8. **المقاومة للتغيير:** يمكن أن تواجه الحكومات مقاومة داخلية من بعض الأفراد أو المؤسسات التي تفضل عدم الإفصاح الكامل عن المعلومات المالية.

9. **الأزمات المالية:** في أوقات الأزمات، قد يكون هناك ضغط أكبر على الحكومة لإدارة الأمور المالية بشكل سري، مما قد يتعارض مع مبادئ الشفافية.

10. **التغييرات السياسية:** يمكن أن تؤثر التغييرات في الحكومة أو السياسات على استمرارية الالتزام بالإفصاح المالي، مما يسبب عدم استقرار في استراتيجيات التسويق.

هذه التحديات تتطلب استراتيجيات مدروسة وابتكارات للتغلب عليها وتعزيز فعالية التسويق الحكومي من خلال الإفصاح المالي.

7.2 تحليل أثر الشفافية على الثقة في التسويق الحكومي:

1. تعريف الشفافية في السياق الحكومي

الشفافية تعني توفير المعلومات بشكل واضح ودقيق حول السياسات المالية، القرارات الحكومية، والبرامج العامة في السياق الحكومي، تُعتبر الشفافية أداة أساسية لتعزيز المساءلة والثقة.

2. أثر الشفافية على الثقة

- **زيادة الثقة العامة:** عندما تكون المعلومات المالية والسياسات الحكومية متاحة وواضحة، يشعر المواطنون بالاطمئنان إلى أن الحكومة تعمل بشكل نزيه، مما يعزز الثقة في مؤسسات الدولة.

- **تعزيز المشاركة:** الشفافية تُشجع المواطنين على المشاركة في عملية صنع القرار. عندما يشعر الناس أنهم مطلعون على ما يجري، فإنهم يصبحون أكثر انخراطاً في القضايا العامة.

- **تقليل الفساد:** توفر الشفافية إطاراً يصعب فيه ممارسة الفساد، مما يؤدي إلى تعزيز الثقة في الحكومة. المواطنون يميلون إلى الثقة في الحكومات التي تتبنى سياسات واضحة لمكافحة الفساد.

- **تحسين صورة الحكومة:** الحكومات التي تتبنى الشفافية تُظهر التزامها بالمصلحة العامة، مما يُحسن من صورتها ويزيد من دعم المواطنين لبرامجها.

3. التحديات المرتبطة بالشفافية

• **نقص المعلومات:** إذا كانت المعلومات المقدمة غير كافية أو غير دقيقة، يمكن أن يؤدي ذلك إلى فقدان الثقة بدلاً من تعزيزها.

- **تعقيد البيانات:** تقديم معلومات مالية معقدة بدون تفسير واضح قد يُثبط المواطنين عن فهم التفاصيل، مما يؤثر سلباً على الثقة.

- **تفاوت مستويات التعليم:** ليس كل المواطنين يمتلكون نفس مستوى الفهم المالي، مما يمكن أن يؤدي إلى انعدام الثقة إذا شعر البعض بأنهم غير قادرين على فهم المعلومات المتاحة.

4. استراتيجيات لتعزيز الثقة من خلال الشفافية

- توضيح المعلومات: تقديم المعلومات المالية بطريقة سهلة الفهم، مع تفسيرات واضحة للمصطلحات الفنية.
 - استخدام التكنولوجيا: الاستفادة من المنصات الرقمية لتقديم المعلومات بشكل تفاعلي، مما يسهل الوصول إليها وفهمها.
 - التواصل المنتظم: إجراء حملات توعية دورية حول كيفية إدارة الأموال العامة وأثرها على المجتمع، مما يعزز من الشفافية.
- تعتبر الشفافية عنصراً أساسياً في بناء الثقة في التسويق الحكومي. من خلال تقديم معلومات دقيقة وواضحة، تستطيع الحكومات تعزيز المشاركة المجتمعية وتحسين صورتها، مما يؤدي في النهاية إلى تحسين فعالية البرامج والسياسات العامة.

الجانب العملي

مقدمة:-

في ظل السعي لتعزيز الشفافية والمشاركة المجتمعية، تلعب موازنة المواطن دوراً بارزاً في تحسين التسويق الحكومي وبناء جسور الثقة بين الحكومة والمواطنين. تُعتبر موازنة المواطن أداة فعالة لتبسيط الموازنة العامة وتقديم المعلومات المالية بطريقة واضحة وسهلة الفهم، مما يساهم في تعزيز الفهم العام لسياسات الحكومة المالية. هذا التوجه نحو الإفصاح المالي يعزز من مصداقية الحكومة ويدعم ثقة المواطنين في القرارات الحكومية.

يهدف الجانب العملي لهذا المشروع إلى دراسة العلاقة بين الإفصاح المالي والثقة من خلال استبيان ميداني يتم توزيعه على عينة من المواطنين. سيساهم تحليل نتائج الاستبيان في تسليط الضوء على مدى تأثير موازنة المواطن في تعزيز الثقة لدى المواطنين، وبالتالي، دعم التسويق الحكومي من خلال الشفافية والمشاركة.

1.3 لماذا يجب اصدار موازنة المواطن

1- ان معظم الناتج القومي للعراقيين مصدرها المجتمع حيث ان إيرادات الدولة بصوره تظهر بصورة عامة من الاموال التي يقوم المواطن بتسديدها مع حصته من الناتج القومي من الموارد الطبيعية للدولة ومن هنا تنطلق اهمية موازنة المواطن وجعلها امام المجتمع ومعلنة بشكل سهل مما يجعل شخص (ليس من ذو الاختصاص) يقرأها ويستطيع ان يستنتج من خلالها حركة الاموال الصادرة والواردة للدولة وابواب الصرف وغيرها .

2- لتمكين افراد المجتمع كافة من معرفة ومتابعة الاداء الحكومي خلال عمليات تنفيذ الموازنة.

3- تعزيز الثقة المتبادلة وذلك عن طريق افصاح الحكومة عن المتعلقات المالية كافة ولأبسط مواطن مما يعزز ثقة المواطن بقرارات الحكومة مستقبلاً ولكي تستطيع الحكومة تثبيت خطتها ولاسيما على المدى البعيد .

2.3 وصف عينة البحث

تتمثل مجتمع البحث من مجموعة من الموظفين من القطاعين الخاص و العام (ذو حقل الاختصاص) لكونهم من اصحاب الخبرة وافهم فيما يتعلق بالأمور المالية ومجموعة من الموظفين من (ليسوا من ذوي الاختصاص) باعتبارهم جهة واعية ومثقة ولديهم دراية بالأمور المالية ولو بجزء بسيط وبمجال عملهم الفئة الثالثة من عينة البحث اشخاص عاميين من الكسبة واصحاب الاعمال الحرة و اكبر عينة عشوائية لأفراد المجتمع .

جدول (1)

الملاحظات	نسبة الاسترداد	الاستمارات المستردة	عينة البحث	المجتمع
	94%	85	90	موظفي (اختصاص)
	90%	90	100	موظفي (غير اختصاص)
	83%	100	120	غير موظفين (كسبة)
	88%	275	310	مجموع

المصدر :اعداد الباحثين

يبين جدول (1) حجم المجتمع ويوضح الاصناف المشاركة بالاستبيان ما بين الموظفين سواء موظفي القطاع العام او موظفي القطاع الخاص وكان مجموع الموظفين 190 موظف وموظفة و 120 مواطن غير موظف من ذوي الاعمال الحرة وبلغت نسب الاستجابة 88% من اجمالي الاستمارات الموزعة .

3.3 تفاصيل عينة البحث

نشير في الجدول ادناه تفاصيل عينة البحث وكما يأتي:

جدول (2)

عينة البحث							
موظفين				غير موظفين			
اختصاص				غير اختصاص			
85				90			
بكالوريوس	ماجستير	دكتوراه	اعدادية ودون	بكالوريوس	شهادات عليا	اعدادية فمادون	بكالوريوس
53	22	10	22	32	36	63	24
							13

المصدر : اعداد الباحثين ضمن نتائج استمارات التحليل الاحصائي.

حيث يبين الجدول (2) اعداد استمارات الاستبيان المستردة وتصنيفها ضمن فئات الموظفين وغير الموظفين وكذلك التحصيل الدراسي الخاص بهم حيث بلغ عدد الموظفين ذي الاختصاص بشهادة بكالوريوس (53) موظف أي بنسبة 62% من اجمالي الاختصاص وبلغت نسبة الماجستير 26% من اجمالي الاختصاص وبلغت نسبة الدكتوراه 12% وبما يتعلق بعينة البحث من غير الاختصاص حيث بلغت العينة 90 شخص وقسمت الى اعدادية ودون 22 شخص بنسبة اجمالية 24% من اجمالي عينة غير الاختصاص اما البكالوريوس من غير الاختصاص بلغت نسبتهم 36% وبأجمالي 32 شخص موظف من غير الاختصاص اما بما يتعلق بشهادات الماجستير ودكتوراه (الشهادات العليا) بلغت نسبة المشاركة 40% وبهذا يكون عدد الاستمارات الموزعة الى الموظفين بنسبة اعلى من نسب الاستمارات الموزعة لغير الموظفين من كسبة واعمال حرة حيث بلغ اجمالي عدد الموظفين (175) موظف ويوزعون (85) ذو الاختصاص و (90) من غير الاختصاص قسمت الى ثلاث مجموعات من حيث التحصيل الدراسي حيث تم تقسيم العدد الاستبانتي الى (100) مائة استبانة وزعت (63) اعدادية فما دون وبلغت نسبتهم 63% من اجمالي الغير موظفين اما البكالوريوس فكان اجمالي عدد الاستبانتي 24 موزعة على حملة شهادات البكالوريوس غير الموظفين وبلغت نسبتهم 24% من اجمالي الغير موظفين وتم توزيع الاستبانتي الى حملة الشهادات العليا وبلغ عددها 13 استبانة وبنسبة 13% من اجمالي الغير الموظفين .

استمارة الاستبانة : 4.3

تم اضافة الاستبانة بكامل الاسئلة والتفاصيل لغرض زيادة قدره القارئ على الاستعلام وفهم كيف تمت اجراء الجانب العملي للبحث وليكون على دراية كاملة بالأسئلة داخل الاستبانة لعينة البحث وكما يلي:

استمارة الاستبانة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته..

راجين من حضراتكم الاجابة على فقرات الاستبانة ، وضعنا ثقتنا الكبيرة بكم للإجابة بموضوعية عن فقرات الاستبانة من اجل قياس المتغير البحث المعنون ب (دور موازنة المواطن في التسويق الفعال لحكومة السوداني : الفرص والتحديات) يرجى اعطائنا اجوبتكم حول الاستبانة نظراً لخبرتكم حول موضوع البحث ، حيث سيتم العمل بفقرات الاستبانة بسرية تامة.

جدول (3) استمارة الاستبانة

بيانات شخصية						
الاسم الثلاثي	الجنس			ذكر	انثى	
التحصيل الدراسي	اعدادية فما دون	بكالوريوس	دبلوم عالي	ماجستير	دكتوراه	ملاحظات اخرى
عدد سنوات الخبرة	1-5	6-10	11-15	16-20	21 فما فوق	هل سمعت بموازنة المواطن
من اين سمعت بموازنة المواطن	وسائل التواصل الاجتماعي			منظمات المجتمع المدني		اعلام حكومي
						نعم
						لا

اعداد الاستبانة من حيث المتغير الاول موازنة المواطن

ت	النص	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
1	للمواطن حاجة ملحة لمعرفة مصادر إيرادات الموازنة					
2	يجب على المواطن معرفة اوجه الانفاق الحكومي					
3	يحق للمواطن معرفة المشاريع المجدولة على مشروع الموازنة					
4	معرفة نواحي الضعف والعجز في الموازنة					
5	حق المواطن معرفة طريقة اعداد الموازنة واليه تقسم المبالغ					
6	يعرف المواطن حجم الدين العام واسبابه					
7	معرفة مقدار الدخل القومي للدولة العراقية					
8	يحق للمواطن العراقي الاطلاع على حجم الانفاق وتفاصيله					
9	للمواطن حق لمعرفة اولويات الانفاق الحكومي					
10	يحق للمواطن معرفة الاداء الحكومي ومدى الالتزام بتطبيقه					
11	معرفة حجم الدعم والمساعدات الخارجية					

استمارة الاستبانة المتغير الثاني التسويق الحكومي

ت	النص	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
1	هناك حاجة ملحة لزيادة نشر الثقافة المالية للحكومة					
2	يجب على الحكومة تقديم معلومات دقيقة حول إيراداتها					
3	متابعة الحكومة لكافة أوجه الانفاق الحكومي					
4	وجود الفجوة واضحة بين الميزانية والموازنة					
5	يجب على المواطن ان يكون على دراية تامة بمراحل الانفاق					
6	متابعة السقف الزمني لمتابعة المشاريع والاستثمارات					
7	متابعة جميع مراحل الموازنة من قبل الحكومة وصحة تنفيذها					
8	قدرة المواطن على الاعتراض على أوجه الانفاق الحكومي					
9	على الحكومة تقديم معلومات تامة على مواردها					
10	قدرة المواطن على المشاركة في اولويات الانفاق					
11	تقديم شرح تفصيلي على الانفاق المالي للرأي العام					

حيث اشارت عينة البحث التي بلغ عددها الاجمالي 275 استبانة موزعة ومستردة الى ان 254 شخص كانوا على دراية بموازنة المواطن وبتفاصيلها كافة وبلغت نسبتهم 92% من اجمالي الاستبانات المستردة وبلغت حيث ان عدد الاستبانات التي تضمنت دراية بموازنة المواطن عن طريق الاعلام الحكومي 249 استبانة اي مما يدل على ان هناك اتجاه حكومي واضح على نشر الثقافة المالية وجعل المواطن على دراية كاملة بالأداء المالي الحكومي مما يرفع ثقة المواطن بالحكومة ويزيد ديمومتها ومساهمة الاعلام الحكومي في نشر موازنة المواطن تعتمد على قدرته على تقديم المعلومات بشكل شفاف ومفهوم ، مع استخدام الوسائل الفعالة والمبتكرة للوصول الى كافة شرائح المجتمع ورغم التحديات المتعلقة بالمصادقية والتفاعل الا ان تحسين الاستراتيجيات الاعلامية يمكن ان يعزز دور الاعلام الحكومي كجسر للتواصل بين الحكومة والمواطنين.

5.3 نتائج الاستبانة الخاصة بالمتغير الاول:-

يتناول هذا الجزء التحليلي لنتائج عينة البحث بما يتعلق بأسئلة الاستبانة المرتبطة بموازنة المواطن والتي بلغ عددها 275 حيث ان الاستبانة تضمن اسئلة وعددها 11 سؤال بما يتعلق بموازنة المواطن وماهي الفرص الموضوعية والتي تتضمن اسئلة متنوعة حول موازنة المواطن ونتائج التحليل الاحصائي وكالاتي :-

جدول (4) التحليل الاحصائي للمتغير الاول

المتغير	الاجابة		اتفق بشدة		اتفق		محايد		لا اتفق		لا اتفق بشدة		الملاحظات
	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	
X1	120	44%	68	25%	50	18%	26	9%	11	4%			
X2	125	46%	61	22%	45	16%	31	11%	13	5%			
X3	122	45%	78	28%	50	18%	22	8%	3	1%			
X4	150	55%	77	28%	25	9%	21	7%	2	1%			
X5	125	46%	70	25%	40	15%	36	13%	4	2%			
X6	144	52%	68	25%	31	11%	30	11%	2	1%			
X7	125	45%	72	26%	44	17%	31	11%	3	1%			
X8	150	55%	70	25%	25	9%	28	10%	2	1%			
X9	160	58%	55	21%	35	13%	24	8%	1	0%			
X10	121	44%	68	25%	51	18%	29	11%	6	2%			
X11	125	46%	66	24%	56	20%	25	9%	3	1%			
المعدل		48%		23%		15%		10%		4%			
العام		71%				15%		14%					

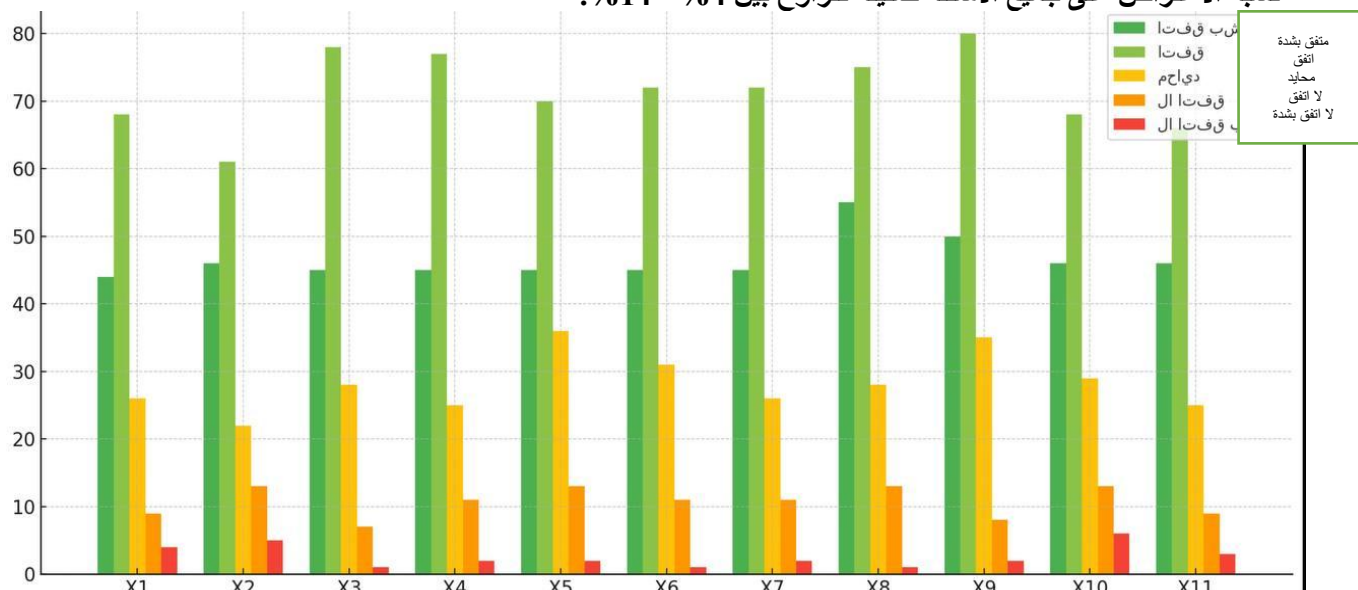
تحليل الأسئلة (X1 - X11):

1. السؤال الأول (X1): للمواطن حاجة ملحة لمعرفة مصادر إيرادات الموازنة حيث اجابت الاستبانة على ان 44% من الاجابات تضمن موافقة بشدة على السؤال الاول و نسبة الاتفاق 25% وبلغت نسبة المحايدين 18% وغير المتفقين 9% وغير متفقين بشدة 1% 68% من المشاركين يتفقون (بشدة أو عادي) مع أهمية معرفة مصادر الإيرادات في الموازنة، مما يدل على اهتمام كبير بهذا الموضوع، بينما نسبة الاعتراض قليلة جداً.

2. السؤال الثاني (X2): يجب على المواطن معرفة أوجه الإنفاق الحكومي اتفق بشدة: 46% اتفق: 61% محايد: 22% لا اتفق: 13% لا اتفق بشدة: 5% التحليل: حوالي 70% من المشاركين يتفقون حول ضرورة معرفة أوجه الإنفاق الحكومي، مما يشير إلى إدراك كبير لأهمية الشفافية في هذا المجال.
3. السؤال الثالث (X3): يحق للمواطن معرفة المشاريع المجدولة على مشروع الموازنة اتفق بشدة: 45% اتفق: 78% محايد: 28% لا اتفق: 7% لا اتفق بشدة: 1% التحليل: 76% من المشاركين أظهروا توافقاً قوياً حول معرفة المشاريع المحولة إلى الموازنة، وهذه النتيجة تُبرز أهمية هذا الجانب للمواطنين.
4. السؤال الرابع (X4): معرفة نواحي الضعف والعجز في الموازنة اتفق بشدة: 45% اتفق: 77% محايد: 25% لا اتفق: 11% لا اتفق بشدة: 2% التحليل: تبرز هذه البيانات أن 74% من الأفراد يعتبرون معرفة نواحي الضعف والعجز في الموازنة أمراً مهماً للغاية.
5. السؤال الخامس (X5): حق المواطن معرفة طريقة اعداد الموازنة واليه تقسم المبالغ اتفق بشدة: 45% اتفق: 70% محايد: 36% لا اتفق: 13% لا اتفق بشدة: 2% التحليل: ما يقارب 68% يدعمون معرفة طريقة إعداد الموازنة وتقسيم المبالغ، مع ملاحظة نسبة محايدة مرتفعة نسبياً (13%).
6. السؤال السادس (X6): يعرف المواطن حجم الدين العام واسبابه اتفق بشدة: 45% اتفق: 72% محايد: 31% لا اتفق: 11% لا اتفق بشدة: 1% التحليل: 71% أظهروا توافقاً مع أهمية معرفة حجم الدين العام وأسبابه، ما يعكس وعياً مالياً عالياً.
7. السؤال السابع (X7): معرفة مقدار الدخل القومي للدولة العراقية اتفق بشدة: 45% اتفق: 72% محايد: 26% لا اتفق: 11% لا اتفق بشدة: 2% التحليل: حوالي 70% أبدوا اهتماماً بمعرفة مقدار الدخل القومي، مما يدل على وعي كبير بالقضايا الاقتصادية الوطنية.
8. السؤال الثامن (X8): يحق للمواطن العراقي الاطلاع على حجم الإنفاق وتفاصيله اتفق بشدة: 55% اتفق: 75% محايد: 28% لا اتفق: 13% لا اتفق بشدة: 1% التحليل: 76% أكدوا أهمية حق المواطن العراقي في الاطلاع على حجم الإنفاق ونفقاته، وهو أعلى توافق بين الأسئلة.
9. السؤال التاسع (X9): للمواطن حق لمعرفة أولويات الإنفاق الحكومي اتفق بشدة: 50% اتفق: 80% محايد: 35% لا اتفق: 8% لا اتفق بشدة: 2% التحليل: 75% من المشاركين يتفقون على ضرورة معرفة الأولويات في الاتفاقات الحكومية، مع نسبة معارضة ضعيفة.
10. السؤال العاشر (X10): يحق للمواطن معرفة الاداء الحكومي ومدى الالتزام بتطبيقه اتفق بشدة: 46% اتفق: 68% محايد: 29% لا اتفق: 13% لا اتفق بشدة: 6% التحليل: 68% يؤيدون تقييم الأداء ومدى التزام الحكومة بتطبيق بنود الموازنة.
11. السؤال الحادي عشر (X11): معرفة حجم الدعم والمساعدات الخارجية اتفق بشدة: 46% اتفق: 66% محايد: 25% لا اتفق: 9% لا اتفق بشدة: 3% التحليل: 68% يدعمون أهمية معرفة حجم الدعم والمساعدات الخارجية، مع نسبة معارضة منخفضة.

النتائج العامة:

- الأسئلة X3 و X9 و X8 سجلت أعلى نسبة اتفاق إيجابي (76%).
- أدنى مستويات الاتفاق الإيجابي كانت عند X5 و X10 بنسبة 68%، مع ملاحظات حول نسب المحايد.
- نسبة الاعتراض على جميع الأسئلة ضئيلة تتراوح بين 4% - 14%.



شكل 1 جدول بياني يخصص اجابات الاستبانة

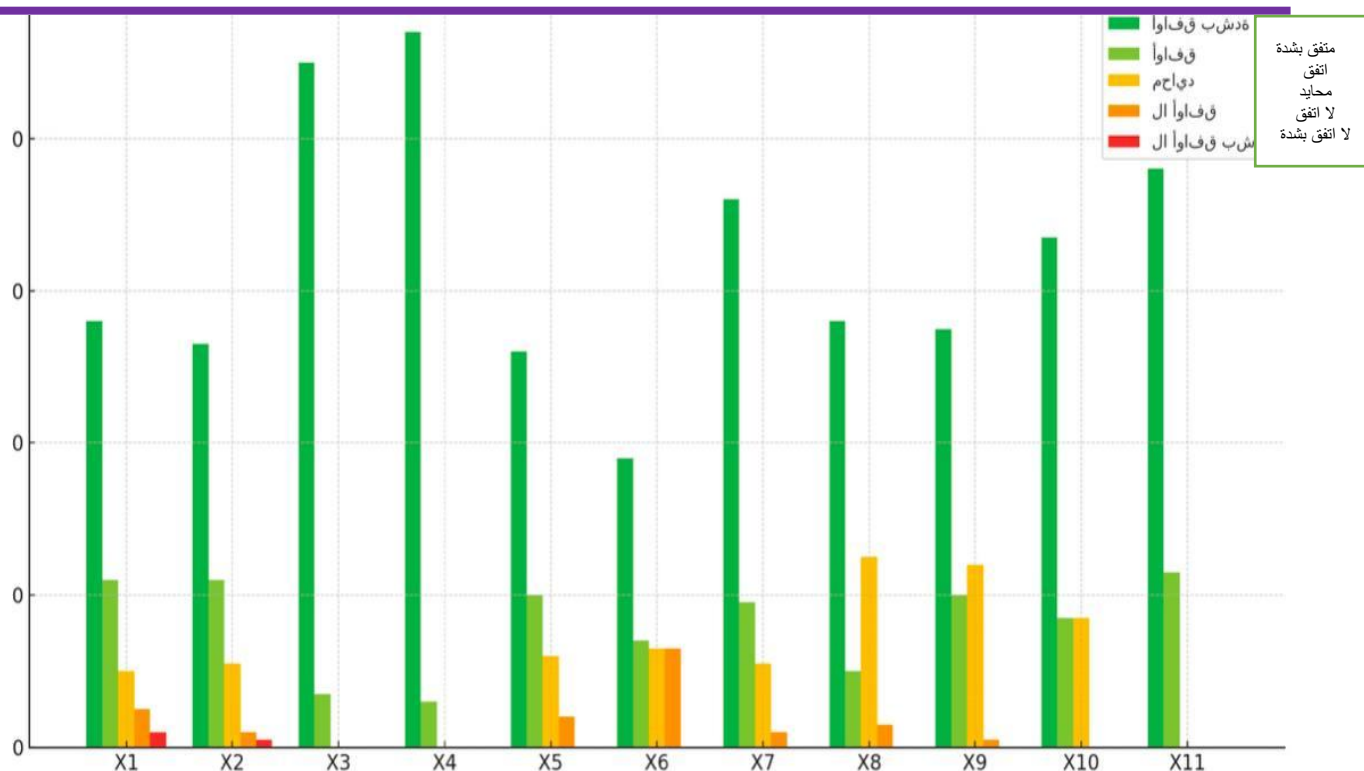
6.3 نتائج الاستبانة الخاصة بالمتغير الثاني:-

يتناول هذا الجزء التحليلي لنتائج عينة البحث بما يتعلق بأسئلة الاستبانة المرتبطة بالتسويق الحكومي والتي بلغ عددها 275 حيث ان الاستبانة تضمن اسئلة وعددها 11 سؤال بما يتعلق بالتسويق الحكومي وماهي الفرص الموضوعية والتي تتضمن اسئلة متنوعة حول التسويق الحكومي ونتائج التحليل الاحصائي وكالاتي :-

الإجابة											المتغير
الملاحظات	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		
	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	ن	ع	
	%2	5	%10	30	%10	26	%22	60	%56	154	X1
	%1	2	%11	31	%13	36	%22	61	%53	145	X2
	%0	0	%1	3	%2	4	%7	20	%90	248	X3
	%0	0	%0	0	%0	0	%6	17	%94	258	X4
	%2	4	%12	34	%15	40	%20	55	%52	142	X5
	%0	0	%1	3	%5	13	%14	38	%80	221	X6
	%1	2	%4	12	%4	11	%19	52	%72	198	X7
	1%	2	%9	25	%9	25	%25	70	%56	153	X8
	%0	1	%8	24	%13	35	%20	55	%58	160	X9
	%0	0	%7	20	%9	24	%17	46	%67	185	X10
	0%	0	%0	0	%1	2	%23	64	%76	209	X11
	%0.5		%6		%6		%18		%68		المعدل
			%6.5		%6				%86		العام

تحليل البيانات بناءً على الأسئلة:

1. هناك حاجة ملحة لزيادة نشر الثقافة المالية للحكومة (X1): الاتفاق الكبير: 78% (%56 "أوافق بشدة"، 22% "أوافق"). يعكس تأييداً قوياً للحاجة إلى توعية الناس بالثقافة المالية الحكومية. النسبة البسيطة التي لم توافق (12%) تحتاج لفهم أسباب تحفظها، مثل نقص الاهتمام بالموضوع أو قلة المعلومات المتاحة.
2. يجب على الحكومة تقديم معلومات دقيقة حول إيراداتها (X2): الاتفاق الكبير: 75% (%53 "أوافق بشدة"، 22% "أوافق"). يوضح وعي المشاركين بأهمية الشفافية في الإيرادات الحكومية. الحياد (11%) يشير إلى حاجة الحكومة لتوضيح أكثر حول سياساتها المالية.
3. مثالية الحكومة لكافة أوجه الإنفاق الحكومي (X3): نسبة تأييد مرتفعة جداً: 97% (%90 "أوافق بشدة"، 7% "أوافق"). هذا يدل على ثقة عالية في سياسة الحكومة المتعلقة بالإنفاق. عدم وجود معارضة يعزز أهمية هذا الجانب لدى المشاركين.
4. وجود الفجوة واضحة بين الميزانية والموازنة (X4): موافقة كبيرة: 100% (%94 "أوافق بشدة"، 6% "أوافق"). الإجماع التام يعكس أهمية إدراك الفجوات بين الميزانية والخطط الموضوعية.
5. يجب على المواطن أن يكون على دراية تامة بمراحل الإنفاق (X5): الاتفاق الكبير: 72% (%52 "أوافق بشدة"، 20% "أوافق"). المشاركون يدعمون مبدأ الشفافية وإشراك المواطن في المعرفة المالية.
6. متابعة السقف الزمني لتنفيذ المشاريع والاستثمارات (X6): لاتفاق الكبير: 52% (%38 "أوافق بشدة"، 14% "أوافق"). رغم التأييد، هناك تحفظ (13% "محايد") يشير إلى إمكانية تحسين توعية المشاركين حول متابعة التنفيذ.
7. متابعة جميع مراحل الموازنة من قبل الحكومة وضبطها (X7): الاتفاق الكبير: 91% (%72 "أوافق بشدة"، 19% "أوافق"). يعكس أهمية ضبط الموازنة ومتابعتها بدقة لدى المشاركين.
8. قدرة المواطن على الاعتراض على أوجه الإنفاق الحكومي (X8): اتفاق متوسط: 66% (%56 "أوافق بشدة"، 10% "أوافق"). هناك نسبة محايدة (25%) تشير إلى حاجة لتعزيز الوعي بأهمية دور المواطن في المراقبة المالية.
9. على الحكومة تقديم معلومات تامة عن مواردها (X9): الاتفاق الكبير: 75% (%55 "أوافق بشدة"، 20% "أوافق"). تأكيد على أن الشفافية في الموارد الحكومية أولوية ملحة لدى المشاركين.
10. قدرة المواطن على المشاركة في أولويات الإنفاق (X10): اتفاق مرتفع: 84% (%67 "أوافق بشدة"، 17% "أوافق"). يعكس دعمًا كبيراً لمشاركة المواطن في اتخاذ قرارات تخص الأولويات المالية.
11. تقديم شرح تفصيلي على الإنفاق المالي الجاري السنوي (X11): اتفاق كبير: 99% (%76 "أوافق بشدة"، 23% "أوافق"). هذا يوضح طلباً قوياً من المشاركين على أهمية الشفافية في التقارير المالية.



شكل 2 جدول بياني يخص اجابات الاستبانة

1 الاستنتاجات:-

- 1- موازنة المواطن تعد أداة أساسية لتعزيز الشفافية والمساءلة بين الحكومة والمواطنين.
- 2- تحسين الثقافة المالية للمواطنين يؤدي إلى زيادة الثقة في الأداء الحكومي وتسهيل المشاركة المجتمعية.
- 3- وجود فجوات في التواصل الفعال حول الموازنات قد يعيق تحقيق الأهداف المرجوة من الشفافية المالية.

2 التوصيات:-

- 1- توفير برامج توعوية شاملة لتعريف المواطنين بأهمية موازنة المواطن وكيفية الاستفادة منها.
- 2- استخدام وسائل الإعلام والتكنولوجيا لنشر معلومات الموازنة بطريقة مبسطة وسهلة الفهم.
- 3- تحسين الشفافية من خلال نشر تقارير دورية ومفصلة عن الإيرادات والنفقات الحكومية.
- 4- إنشاء منصات إلكترونية تتيح للمواطنين المساهمة في اتخاذ القرارات المتعلقة بأولويات الإنفاق الحكومي.
- 5- تشجيع المجتمع المدني على لعب دور نشط في مراقبة الأداء المالي للحكومة.

المصادر العربية:

1. السيد، أحمد. "دور الشفافية في تعزيز الثقة بين الحكومة والمواطنين." مجلة دراسات الإدارة العامة، جامعة القاهرة، مصر، 2018.
2. المحمود، هشام. الأساليب الحديثة في إعداد الموازنة العامة. جامعة دمشق، سوريا، 2009.
3. الحجاوي، عمر. "موازنة المواطن كأداة لتعزيز المساءلة." مجلة الشؤون المالية، الجامعة الأردنية، الأردن، 2013.
4. السلطان، محمد. "أهمية الإفصاح المالي في تحقيق التنمية المستدامة." دراسات في الاقتصاد الحكومي، جامعة بغداد، العراق، 2013.
5. الهيج، أحمد. "تقييم تطبيق موازنة المواطن في الدول العربية." مجلة المالية العامة، جامعة صنعاء، اليمن، 2020.
6. الشوبكي، خالد، وأبو شمالة، ليلى. "المساءلة الاجتماعية والموازنة العامة." مجلة الاقتصاد الفلسطيني، فلسطين، 2012.
7. حماد، أحمد. "دور موازنة المواطن في تحسين الشفافية." مجلة جامعة الخرطوم، السودان، 2020.
8. محفوظ، علي. "إدارة المال العام وأثرها على المواطن." دراسات الإدارة المالية، جامعة المنصورة، مصر، 2016.
9. عبد الكريم، خالد. "أهمية الثقافة المالية في تعزيز المشاركة المجتمعية." مجلة الإدارة والتنمية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2019.

المصادر الإنجليزية:

10. Baker, Robert. "Citizen's Budgets and Public Engagement." Improving Transparency and Accountability, World Bank, United States, 2015.

11. International Budget Partnership (IBP). "The Citizen's Budget: A Practical Guide." International Budget Partnership Publications, South Africa, 2017.
12. OECD. Budget Transparency Toolkit: Practical Steps for Transparent and Inclusive Budget Processes. OECD Publishing, France, 2017.
13. Kotler, Philip, and Lee, Nancy. Marketing in the Public Sector: A Roadmap for Improved Performance. Pearson Education, United States, 2006.
14. Transparency International. "Annual Report: Advancing Transparency." Transparency International Reports, Germany, 2020.
15. World Bank. "Public Financial Management and Transparency." World Bank Research Papers, United States, 2018.
16. UNDP. "Enhancing Public Participation in Budgeting." United Nations Development Program Reports, United States, 2020.
17. Higawi, Omar. "Evaluating the Citizen Budget as a Tool for Transparency." Egyptian Review of Public Administration, Egypt, 2017.
18. World Economic Forum. "Government Transparency in the Digital Age." World Economic Forum Reports, Switzerland, 2021