



منشورات جامعة الوادي

مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية

دورية أكاديمية محكمة دولية تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة
الوادي

العدد العاشر (10) الجزء الثالث- السنة العاشرة 2017 م

ISSN 1112 - 7961

مدير المجلة

د. عزه الأزهر

الرئيس الشرفي

أ. د: فرحاتي عمر

رئيس التحرير

د. زين بونس

هيئة التحرير

د. عوادي مصطفى

د. بوقفة عبد الحق

د. بن سعيد أمين

د. بغداد بنين

د. قعيد إبراهيم

للاستفسار والاتصال

رئيس تحرير مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الوادي
ص.ب: 789 ولاية الوادي 39000/ الجزائر

e-mail: colloque.eef.eloued@gmail.com

www.univ-eloued.dz



مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية

دورية أكاديمية محكمة دولية تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة
الوادي

العدد العاشر (10) الجزء الثالث- السنة العاشرة 2017 م

ISSN 1112 - 7961

ملاحظات عامة

ما ينشر في المجلة يعبر عن رأي كاتبه، ولا يمثل بالضرورة رأي المجلة
الباحث وحده مسؤول قانونا عن أصالة بحثه، وذلك بالالتزام بعدم نشره في دوريات أخرى أو
ملتقيات أو غيرها.

حقوق النشر المتعلقة بالأبحاث المتضمنة في العدد، محفوظة للمجلة، ولا يجوز نقلها إلا
بترخيص من أسرة التحرير، باستثناء النقل المتعلق بالأبحاث العلمية باستخدامها كمصدر
شريطة الإشارة إلى المجلة بكل تفاصيلها في المراجع.

لا تخضع الموضوعات في ترتيبها إلى المكانة العلمية للباحث أو البحث نفسه، إنما يخضع
الترتيب لاعتبارات فنية وفقا لرؤية أسرة تحرير المجلة.

يشترط للنشر في المجلة احترام أصول البحث العلمي وفقا لما هو متعارف عليه.

صدر سابقا:

العدد الأول: 2008

العدد الثاني: 2009

العدد الثالث: 2010

العدد الرابع: 2011

العدد الخامس: 2012

العدد السادس: 2013

العدد السابع: 2014

العدد الثامن: 2015

العدد التاسع: 2016

قواعد عامة

- 1- كتابة اللقب والاسم والعنوان مرفق برقم الهاتف أو الفاكس والبريد الإلكتروني على ورقة منفصلة عن ورقة البحث أو العمل المقترح.
- 2- يكون المقال جديداً لم يسبق نشره في نشرات أخرى مهما كانت.
- 3- يتحمل صاحب المقال المنشور المسؤولية عن محتوى ومضمون البحث.
- 4- إرسال نسخة على البريد الإلكتروني التالي: colloque.eef.eloued@gmail.com
- 5- تقديم ملخصين أحدهما بلغة التأليف والآخر بإحدى اللغات التالية: العربية، الفرنسية أو الإنجليزية، وأن لا يتجاوز كل ملخص 10 أسطر،
- 6- نوعية الحرف باللغة العربية 12 والهوامش **Simplified Arabic 10**،
- 7- نوعية الحرف باللغة الفرنسية 10 والهوامش **Times New Roman 10**،
- 8- لا يتجاوز عدد الصفحات 12 صفحة بالمقاس A4،
- 9- إدراج قائمة المراجع في آخر العمل مبيناً كل البيانات اللازمة،
- 10- كتابة الهوامش أوتوماتيكياً في أسفل الصفحة أو في نهاية المقال، مع ذكر لقب المؤلف، سنة النشر والصفحة، تأتي في نهاية المقال،
- 11- ترقيم الأشكال والجداول والرسومات ترقيماً متسلسلاً ولكل على حدى،

قواعد تقنية (MS-Word)

- 1- حجم الورق 16سم × 24 سم.
 - 2- الهوامش: أعلى : 2.0 سم - أسفل: 2 سم - يمين: 2 سم - يسار 1.5 سم
 - 3- الوضعية : أعلى الصفحة 1 سم - أسفل الصفحة 1 سم
- الشكل المعتمد:

- 1- نوعية الحرف باللغة العربية (Font): **Simplified Arabic 14**،
- 2- نوعية الحرف باللغة الفرنسية: **Times New Roman 12**،
- 3- الهوامش باللغة العربية: **Simplified Arabic 10**،
- 4- الهوامش باللغة الفرنسية: **Times New Roman 10**،
- 5- العناوين: خشنة مع مسافة 1.5 بين الأسطر وذلك أوتوماتيكياً،
- 6- النص: عادي، مع مسافة بسيطة (simple) بين السطر، و المسافة بين الفقرات: 6 سم .

الاسم واللقب	الانتساب
أ.د. عبد المجيد قدي	جامعة الجزائر 3
أ.د. هارون الطاهر	جامعة باتنة
أ.د. بالزقي تجاني	جامعة سطيف
أ.د. السعيد بربيش	جامعة عنابة
أ.د. صلاح حواس	جامعة الجزائر 3
أ.د. بن موسى كمال	جامعة الجزائر 3
أ.د. ملياني حكيم	جامعة سطيف
أ.د. طارق عبد العال حماد	جامعة الزقازيق - مصر
أ.د. صديقي مسعود	جامعة ورقلة
أ.د. بلقاسم ماضي	جامعة عنابة
أ.د. مسعود دراوسي	جامعة البلنيدة
أ.د. درحمون هلال	جامعة البلنيدة
أ.د. بن بريكة عبد الوهاب	جامعة بسكرة
أ.د. داودي الطيب	جامعة بسكرة
أ.د. دريوش محمد الطاهر	جامعة خنشلة
أ.د. خالد جمال الجعارات	جامعة الشرق الأوسط - الأردن-
د. ظاهر شاهر يوسف القشي	جامعة جدارا - الأردن-
أ.د. أحمد قايد نورالدين	جامعة بسكرة
أ.د. زكريا أحمد صيام	جامعة البلقاء التطبيقية - الأردن-
أ.د. محمد الناصر حميداتو	جامعة الوادي
د. عباش الزويبر	جامعة أم البواقي
د. فرج شعبان	جامعة البويرة
د. حجازي إسماعيل	جامعة بسكرة

المحتويات

الصفحة	الموضوع
07-15	✻ الرؤية التركية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والحوافز الجبائية المقدمة لها د. عبد الحق بوقفة د. عبد الله مايو أ. ديلمي ناصر الدين
16-32	✻ دور رأس المال البشري في تحقيق النمو الاقتصادي والتنمية -قراءة لدراسات سابقة واقتراح نموذج للاستثمار في رأس المال البشري- د. محمد فلاق ط.د. عبد الهادي مداح
33-49	✻ أثر أزمة انهيار أسعار المحروقات على صناديق الثروة السيادية - دراسة قياسية في الفترة ما بين سبتمبر 2007 و ديسمبر 2015- د. مجاني غنية د. قريسي ياسين
50-59	✻ تقدير دالة التحصيل الضريبي والتنبؤ لقيمه المستقبلية - حالة الجزائر للفترة: 1990- 2020 د. هشام ليزة د. محمد الهادي ديف الله
60-71	✻ التدفقات الدولية لرؤوس الأموال كمصدر للتمويل في ظل انخفاض اسعار البترول بالجزائر أ. عبد بد الوهاب بن زاير د. مبارك بن زاير
72-88	✻ دراسة تحليلية لواقع التسويق الالكتروني عبر العالم - دراسة بعض البلدان المختارة- أ. حنان بن بردي
89-101	✻ دور وكالات التصنيف الائتماني في حساب معدل كفاية رأس المال وفقا لمتطلبات لجنة بازل أ. زرقان سهام أ.د. دريوش محمد الطاهر
102-113	✻ دور بطاقة الأداء المتوازن في تقييم أداء المؤسسات الاقتصادية أ. حمزة بن خليفة
114-130	✻ مدى ملاءمة تطبيق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية أ.د. بالرققي تجاني د. شرشافة الياس
131-144	✻ إدراك المستهلك الجزائري لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية -دراسة ميدانية على عينة من المستهلكين المستخدمين لأجهزة الهواتف الذكية لمؤسسة كوندور بولاية غرداية- أ.د. هوارى معراج ط.د. ثامر محمد بشير
145-151	✻ فاعلية نظم المعلومات في إدارة الأزمات - دراسة نظرية- أ. عبد الحكيم شاهد أ.د. محمد زرقون
152-161	✻ أثر وقف الفوائد التأميني على الملاءة المالية لشركات التأمين التكافلي -دراسة تطبيقية لشركة Pak-Qatar Takaful": للفترة (2011-2015). ط.د. وفاء عيلان

162-172	<p>✿ مساهمة مبادئ حوكمة المؤسسات في ترشيد القرارات المالية حالة المجمع الصناعي صيدال</p> <p>د. بن عمر محمد البشير د. نصير أحمد</p>
173-188	<p>✿ مسؤولية محافظ الحسابات في كشف الغش والخطأ في القوائم المالية -دراسة ميدانية بالجزائر -</p> <p>مداح عبد الباسط أ.د. سعدي يحي</p>
189-198	<p>✿ تحليل الوضعية المالية للمؤسسة الاقتصادية بإستخدام القيمة الاقتصادية المضافة (دراسة حالة مجمع صيدال للسنوات 2012- 2015)</p> <p>د. زيدي البشير</p>
199-212	<p>✿ سياسة الاستثمار في الجزائر - آفاق وتحديات -</p> <p>أ. زينات أسماء</p>
213-229	<p>✿ أهمية التسويق الدولي في تحديد البدائل الاستراتيجية لاقتحام الأسواق الدولية</p> <p>أ. محمد بن ححو د. حكيم بن جروة</p>
230-242	<p>✿ دور المناخ التنظيمي في تدعيم السلوك الإبداعي لدى موظفي كلية الاقتصاد بجامعة الشلف</p> <p>د. زروخي فيروز</p>
243-250	<p>✿ الزراعة العربية و تحديات الأمن الغذائي</p> <p>د. خلف الله فهيمة</p>
251-262	<p>✿ تبني المسؤولية الاجتماعية كأحد متطلبات الصيرفة الإسلامية تجربة مجموعة البركة المصرفية</p> <p>د. العمري أصيلة</p>
263-275	<p>✿ Analytical Approach to Reinsurance in Algeria, as An Emerging Market</p> <p>Dr Okba Nécira Bouzaher Nesrine</p>

الرؤية التركرية للمؤسسات الصغرة والمتوسطة والحوافز الجبائفة المقدمة لها
*Turkish vision for small and medium enterprises and tax incentives
provided to them*

د. ناصر الدين ديلمي
جامعة سطيف 1/ الجزائر
nacerdil@yahoo.fr

د. عبد الله مايو
جامعة ورقلة ، الجزائر
labpme@gmail.com

د. عبد الحق بوقفة
جامعة الوادي ، الجزائر
bougoffa1@gmail.com

Received: 30/01/2016

Accepted: 25/02/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

تساهم المؤسسات الصغرة والمتوسطة في اقتصاديات الدول بشكل كبير وهذا ما تظهره الإحصائيات المنتشرة والمهتمة بها . وتركيا كباقي الدول تيقنت من هذا وحاولت وضع برامج خاصة بها لتطويرها ومساعدتها على الاستمرارية والنمو ومن بين هذه البرامج نجد منها المتعلقة بالحوافز الجبائية وهي موضوع بحثنا هذا من خلال إلقاء نظرة في بعض التقارير والقوانين الصادرة في تركيا والتي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بموضوعنا وقد وجدنا أن هناك العديد من التحفيزات الجبائية المقدمة للمؤسسات الصغرة والمتوسطة على الخصوص والمؤسسات الاقتصادية عامة.

الكلمات المفتاحية: مؤسسات صغرة ومتوسطة، تحفيزات جبائية، نظام ضريبي.

Abstract:

SMEs contribute to the economies of the countries dramatically and this is what statistics shown by the widespread and interested in them. And Turkey, like other countries realized this and tried to develop their own programs to develop them and help them continuity and growth Among these programs we find them on the incentives of the tax is the subject of our research by taking a look at some of the reports and the laws passed in Turkey, which have a direct or indirect relationship to our subject and we have found that there are many tax incentives to small and medium enterprises in particular, And economic enterprises generally.

Key Words : *Small and medium enterprises, Fiscal incentives, tax system*

تمهيد:

تعتبر تركيا من بين الدول التي حققت معدلات معتبرة في النمو في مختلف المجالات، ولعل ذلك راجع إلى نجاعة السياسات المنتهجة في هذه المجالات، وقد أولت أهمية كبيرة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة العاملة في مختلف المجالات، وفي ما يلي سيتم عرض رؤية تركيا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودعمها وكذا مختلف أنواع التحفيز الجبائي المقدمة لها، وذلك من خلال الإجابة على السؤال التالي ما هي أهم التحفيزات الجبائية المقدمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تركيا؟ وسنقوم بالإجابة على هذا السؤال اعتمادا على قراءة في بعض المراجع والوثائق الرسمية الصادرة عن الدولة التركية لأخذ نظرة دقيقة وشاملة عن الموضوع وقد قسمنا دراستنا هذه إلى قسمين الأول نتطرق فيه للمفاهيم الأساسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تركيا فيما نخصص الثاني للعواطف الجبائية في القانون التركي.

أولاً: رؤية تركيا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة 1.1. تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

يتم تصنيف المؤسسات في تركيا وفقا لمعايير معينة مثل عدد الموظفين ومجموع مبيعاتها السنوية وحصيلة الميزانية العامة، المعيار الأول والثاني، هي نفسها التي اعتمدها الاتحاد الأوروبي في تعريف هذه المؤسسات، وقد اعتمدت قواعد محددة في تركيا على تعريف والتأهيل وتصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفقا لهذا النظام فقد حدد ثلاث معايير ليتم تحديد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عدد الموظفين الذين هم أقل من 250 موظف ومبيعاتها السنوية أو الميزانية العامة لا تتجاوز 25 مليون ليرة تركية.¹

وفي ما يلي يتم تبين مختلف معايير تحديد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك بشيء من التفصيل من خلال الجدول الموالي:

جدول رقم (01): تعريف تركيا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نوع المؤسسة	عدد العمال الأقصى	الحد الأقصى لرقم الأعمال ب (م ليرة تركي)	الحد الأقصى للموازنة ب (م ليرة تركي)
المصغرة	10 >	1 ≥	1 ≥
الصغيرة	50 >	5 ≥	5 ≥
المتوسطة	250 >	25 ≥	25 ≥

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على بيانات تقرير الحكومة التركية حول تنافسية الم ص م.

من خلال الجدول المعتمد لتعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للحكومة التركية يمكن اعتبار المؤسسة الصغرى وهي المؤسسات التي توظف أقل من عشرة موظفين ومليون ليرة تركي سواء في رقم الأعمال أو في الميزانية العامة والمؤسسات الصغيرة التي يعمل بها أقل من خمسين موظف، ومليون ليرة تركية لرقم الأعمال السنوي أو في الميزانية العامة والمؤسسات المتوسطة هي التي يعمل بها أقل من مائتين وخمسون موظفا وخمسة وعشرين مليون ليرة تركية لرقم الأعمال السنوي أو في الميزانية العامة.

وقد حددت اللوائح أيضا أن المؤسسة يمكن أن تشارك أي كيان في النشاط الاقتصادي، بغض النظر عن شكلها القانوني لهذه المؤسسات، مع الاحتفاظ بمعيار الاستقلالية أي أن لا تزيد مساهمة مؤسسة أخرى في

رأسمالها على 25 % كحد أقصى، أو حق التصويت أكثر من ذلك، بحيث لا تعتبر المؤسسة باعتبارها مؤسسة صغيرة ومتوسطة.

2.1. أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تركيا:

تعد تركيا من بين البلدان الرائدة في العالم في المنتجات الزراعية؛ المنسوجات، صناعة السيارات والسفن ومواد البناء، الالكترونيات المواد الاستهلاكية والأجهزة المنزلية، في السنوات الأخيرة، وتعتبر تركيا القطاع الخاص متنامي بشكل سريع وذلك وقد توفرت معلومات عن ذلك من أهمها:²

تمثل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 99.9 % من جميع المؤسسات في تركيا؛

أنها توظف 69.2 % من حجم العمالة القادرين على العمل؛

قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تركيا نما 2.5 % في 2012.

وقد عنيت الحكومة التركبية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تنشط في اقتصادها وذلك من خلال إتباع سياسات وبرامج مختلفة التي تعمل على مرافقة وتوجيه هذا النوع من المؤسسات، كما يجب التأكيد على أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تؤدي دورا هاما في الاقتصاد التركي بسبب عددها وبسبب الحصة الكبيرة من القوى العاملة التي تشغلها، والحكومة التركية نجدها ومنذ سنوات عديدة تطبق مجموعة متنوعة من البرامج لدعم هذا النوع من المؤسسات، وقد زاد الاهتمام منذ انضمام تركيا إلى الاتحاد الجمركي مع الاتحاد الأوروبي في 1 جانفي 1996، مشاركتها في عدة موثيق ومؤتمرات مع الاتحاد الأوروبي على غرار:³

مشاركة تركيا في المؤتمر OECD الأول على الشركات الصغيرة والمتوسطة على المستوى الوزاري الذي عقد في بولونيا في جوان 2000؛

- اعتماد ميثاق بولونيا على سياسات المشاريع الصغيرة والمتوسطة هي دليل على اهتمامها في عمل منظمة التعاون والتنمية؛

الجدول رقم 02 : عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القطاع الاقتصادي وعدد العمال بين 2014-2015

النشاط الاقتصادي									
تصدير			استيراد						
المجموع	صناعي	اخرى	المجموع	صناعي	تجاري	أخرى	عدد العمال	السنة	
62.987	28.150	7.177	66.585	24.173	31639	10.773	المجموع	2014	
31.517	8.666	3.965	34.913	6.969	22.329	5.615	1-9		
21.268	11.995	2.101	19.600	9.332	7.448	2.820	10-49		
7.929	5.856	716	8.749	5.969	1.501	1.279	50-249		
60.714	26.517	6.782	63.262	22.270	31.278	9.714	(1-249)		
2.239	1628	375	2.950	1.876	287	787	250+		
34	5	20	373	27	74	272	غير معروف		
64.752	28.985	7.061	68.561	24.857	32.532	11.172	المجموع		
32.491	9.217	3.919	35.968	7.258	22.645	6.065	1-9	2015	
21.558	12.177	2.085	20.117	9.561	7.711	2.845	10-49		
7.742	5.824	628	8.781	6.081	1.440	1.260	50-249		
61.791	27.218	6.632	64.866	22.900	31.796	10.170	(1-249)		
2.196	1.639	325	2.879	1.826	291	762	250+		
765	128	104	816	131	445	240	غير معروف		

Source : TurkStat, Small and Medium Size Enterprises, 2016

- صدقت تركيا الميثاق الأوروبي للمؤسسات الصغيرة في أبريل 2002؛
- المشاركة في البرنامج المتعدد السنوي للمؤسسات وريادة الأعمال MAP ماي 2001.

والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم تؤدي دورا هاما جدا في الاقتصاد التركي بسبب حصتها الكبيرة في العدد الإجمالي للمؤسسات ومجموع العمالة (أنظر الجدول رقم 02) ومساهمتها في التجارة (أنظر الجدول رقم 03)

من خلال الجدول اعلاه يتضح ان عدد المؤسسات المصغرة والصغيرة في مختلف قطاعات النشاط سواء الصناعي أو التجاري هي أكبر بكثير من أعداد المؤسسات التي تشغل عدد عمال أكبر من 250 عامل والتي تعتبر بنظر القانون التركي مؤسسات كبيرة، وبالتالي يمكن ان نستنتج أن مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أكبر بكثير من المؤسسات الأخرى ومعظم المؤسسات المكونة للقطاع الاقتصادي هي مؤسسات مصغرة، وصغيرة. ويمكن من خلال الجدول الموالي تبين مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التركيبية في التجارة بحسب مختلف القطاعات الهامة والمتعلقة أساسا بالصناعة والتجارة.

الجدول رقم(03) : المساهمة في التجارة حسب القطاع الاقتصادي وعدد العمال بين 2014-2015

النشاط الاقتصادي								القيمة: بألف ليرة تركية	
تصدير				استيراد				عدد العمال	السنة
المجموع	صناعي	تجاري	أخرى	المجموع	صناعي	تجاري	أخرى		
343 746 231	195 376 859	132 302 996	16 066 376	527 957 438	271 639 571	185 462 482	70 855 385	المجموع	2014
59 636 819	8 579 975	48 019 770	3 037 075	32 836 458	5 523 344	24 848 381	2 464 732	1-9	
71 214 944	19 711 214	47 767 243	3 736 487	69 495 532	18 939 392	45 560 838	4 995 302	10-49	
63 189 783	39 650 639	21 899 608	1 639 536	97 203 132	42 008 210	48 308 449	6 886 472	50-249	
194 041 547	67 941 828	117 686 621	8 413 098	199 535 122	66 470 947	118 717 669	14 346 507	(1-249)	
149 651 666	127 412 803	14 613 636	7 625 227	328 256 638	205 165 223	66 731 905	56 359 509	250+	
53 018	22 227	2 740	28 051	165 679	3 401	12 908	149 369	غير معروف	
391 421 051	218 704 421	148 037 389	24 679 241	562 196 290	293 478 453	199 689 594	69 028 243	المجموع	2015
69 156 627	9 603 450	55 178 831	4 374 346	35 682 991	6 304 612	26 451 000	2 927 379	1-9	
79 447 135	21 948 770	52 823 143	4 675 221	73 488 248	17 035 722	51 281 036	5 171 490	10-49	
66 984 880	46 001 134	19 757 346	1 226 400	102 583 693	46 670 119	48 454 925	7 458 649	50-249	
215 588 642	77 553 354	127 759 321	10 275 967	211 754 932	70 010 453	126 186 961	15 557 518	(1-249)	
175 206 270	141 084 569	19 764 453	14 357 248	350 017 463	223 386 558	73 248 630	53 382 275	250+	
626 138	66 498	513 615	46 025	423 894	81 442	254 003	88 449	غير معروف	

Source : TurkStat, Small and Medium Size Enterprises, 2016

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا وجود تطور محسوس لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التجارة، حيث ارتفعت قيمة مساهمتها من 527.957.438 ألف ليرة سنة 2014 إلى 562.196.290 ألف ليرة خلال سنة 2015، أي بنسبة نمو قدرت بـ 06.48 % بالنسبة للاستيراد، ونفس الشيء بالنسبة للتصدير فقد ارتفعت من 343.746.231 ألف ليرة سنة 2014 إلى 391.421.051 ألف ليرة سنة 2015 بالنسبة لتطور بنسبة كبيرة مقدرة بـ 13.86 % تقريبا.

ثانيا : الحوافز الجبائية في تركيا

تقدم الحكومة التركية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالإضافة إلى التشجيعات المختلفة والمرافقة والتسهيلات في التمويل، تقدم لها مجموعة حوافز جبائية وذلك انطلاقا من نظامها الضريبي، وفي ما يلي نظرة على النظام الضريبي التركي ومن ثم عرض مختلف الحوافز الجبائية:

1.2. النظام الضريبي التركي: The Turkish tax regime is an important part of the economy and can be divided into three main categories: ثلاث فئات رئيسية وهي:⁴

- ضرائب الدخل، مثل ضريبة الدخل الفردي وضريبة دخل الشركات؛

Income Taxes, such as Individual Income Tax and Corporate Income Tax

- الضرائب على الإنفاق، مثل ضريبة القيمة المضافة أو الأعمال المصرفية والتأمين Transaction Tax or أو ضريبة الدمغة؛
- الضرائب على الثروة مثل ضريبة الأملاك.
- وقد رصدت الدولة التركية الحوافز منذ بداية النصف الثاني من القرن العشرين ففي سنة 1954 أصدرت قانون الاستثمار تحت رقم 6224، هذا القانون الذي عدل سنة 1995 ثم في سنة 1998، وفي عام 2000 صدر القانون رقم 4875 الذي منح تسهيلات أكثر لاسيما المتعلقة بحرية المستثمر في تحويل الأرباح ورأس المال نحو الخارج، إلى جانب ذلك تم التركيز على مجال البحث والتطوير ومزيد من التكنولوجيا وكذا تشجيع سوق المال.⁵

إن برنامج حوافز الاستثمارات الجديد الذي تم تصميمه خصيصًا لتشجيع الاستثمارات مع احتمالية تقليل الاعتماد على استيراد السلع الوسيطة الحيوية بالنسبة للقطاعات الإستراتيجية بالبلاد، ومن بين الأهداف الأولية لبرنامج حوافز الاستثمار الجديد:

تقليل العجز في الحسابات الجارية وزيادة دعم الاستثمار بالمناطق الأقل تقدمًا؛

ورفع مستوى وسائل الدعم وتشجيع الأنشطة التجميعية؛

ودعم الاستثمارات التي تساعد على نقل التكنولوجيا.

2.2. الحوافز الجبائية المقدمة:

إمعانًا في تسريع قرارات الاستثمار، يقدم نظام الحوافز الجديد مزيدًا من الدعم المتميز للاستثمارات التي يُشرع فيها قبل نهاية عام 2013، ويكفي لاعتبار الاستثمار قد بدأ إنفاق 10 بالمائة على الأقل من قيمته، وقد اشتمل نظام الحوافز الاستثمارية الجديد الساري المفعول منذ الأول من يناير عام 2012 على أربعة برامج مختلفة يمكن للمستثمرين المحليين والأجانب الوصول إليها على السواء حيث تم تقسيم وتحديد للمناطق المختلفة الموجودة في تركيا بكاملها إلى ستة مناطق من الممكن الاستفادة من التحفيز وذلك بحسب الأهمية الاقتصادية للمنطقة وكذا أولوية التنمية يتلك المنطقة: برنامج الحوافز للاستثمار العام، برنامج الحوافز للاستثمار الإقليمي، برنامج الحوافز للاستثمار واسع النطاق، برنامج الحوافز للاستثمار الاستراتيجي وفي ما يلي مختلف الحوافز المقدمة في هذه البرامج المختلفة:⁶

أ. برنامج الحوافز للاستثمار العام: بغض النظر عن الإقليم الذي تجرى به أعمال الاستثمار فجميع المشروعات التي تلبى احتياجات شروط القدرة المحددة والحد الأدنى الثابت للاستثمارات تلقى الدعم في إطار مشروع حوافز الاستثمار العام. بعض أنواع الاستثمار يتم استثناءها من نظام حوافز الاستثمار ولن تستفيد من هذا المشروع، وكمية الحد الأدنى الثابت للاستثمار مليون ليرة تركي في المنطقتين رقم 1 و 2 ونصف مليون ليرة تركي في المناطق رقم 3 و 4 و 5 و 6. وتتمثل أهم الحوافز الجبائية في منطقة الاستثمار العام في ما يلي:⁷

✓ الإعفاء من الرسوم الجمركية: الإعفاء من الرسوم الجمركية خاص بالآلات والمعدات المستوردة للمشروعات الحاصلة على شهادة تحفيز الاستثمار.

✓ الإعفاء من ضريبة القيمة المضافة: الإعفاء من ضريبة القيمة المضافة خاص بالآلات والمعدات التي تم شراؤها من داخل تركيا أو المستوردة للمشروعات الحاصلة على شهادة تحفيز الاستثمار.

ب. برنامج الحوافز للاستثمار الإقليمي: القطاعات التي سيتم دعمها بكل منطقة تعتبر محددة وفقاً لإمكانيات المنطقة ومستواها الاقتصادي المحلي حيث تختلف كثافة الدعم بالاعتماد على مستوى التنمية بالمناطق، ويتم تحديد قدر الحد الأدنى الثابت للاستثمار لكل قطاع ومنطقة بصورة منفصلة حيث يعتبر أقل قدر مليون ليرة تركية جديدة بالمنطقتين رقم 1 و 2 و 500.000 ليرة تركية جديدة بالمناطق الباقية. وتتمثل أهم التحفيزات المقدمة ضمن هذا البرنامج في ما يلي:

- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة وكذا الرسوم الجمركية بالنسبة للمنطقتين 1، 2؛
- تخفيض في معدل الضرائب بالنسبة للمناطق 3، 4، 5، 6 وذلك بمعدلات مختلفة تتراوح بين 50 إلى 90%؛
- إمكانية دعم في سعر الفائدة؛
- إمكانية الإعفاء من ضريبة الدخل المقطعة من المنبع لمدة معتبرة مقدرة بـ 10 أعوام؛
- دعم للأقساط الشبه الجبائية " التأمينات الاجتماعية" بالنسبة لحصة رب العمل وكذا بالنسبة لحصة العامل بنسب مختلفة تتراوح بين 10- 35 % وذلك لمدة تتراوح بين 3 إلى 12 سنة.

ج. برنامج الحوافز للاستثمار واسع النطاق: أدوات مشروع حوافز الاستثمار الواسعة النطاق تدعم اثني عشر موضوعاً استثمارياً قادراً على دعم قدرات تركيا في مجال التقنية والبحوث والتطوير وتحسين تنافسيتها، ومن بين أهم مجالات الاستثمار المستهدفة نذكر ما يلي: إنتاج المنتجات البترولية المكررة، إنتاج المنتجات الكيميائية، المواني وخدمات المواني، صناعة معدات السيارات الأصلية، خدمات خطوط أنابيب النقل، إنتاج قاطرات السكك الحديدية والترام و/أو عربات السكك الحديدية والترام.

ومن بين أهم الحوافز الجبائية التي تقدمها الدولة التركية في هذا البرنامج ما يلي:⁸

- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة وكذا الرسوم الجمركية بالنسبة لجميع المناطق؛
- تخفيض في معدل الضرائب بالنسبة لجميع المناطق وذلك بمعدلات مختلفة تتراوح بين 50 إلى 90%؛
- إمكانية الإعفاء من ضريبة الدخل المقطعة من المنبع لمدة معتبرة مقدرة بـ: 10 أعوام؛
- دعم للأقساط الشبه الجبائية " التأمينات الاجتماعية" بالنسبة لحصة رب العمل بنسب مختلفة تتراوح بين 10- 35 % وذلك لمدة تتراوح بين 3 إلى 12 سنة.

د. برنامج الحوافز للاستثمار الاستراتيجي: يعتبر هذا البرنامج من أهم برامج الحوافز الجبائية المقدمة لما توليه الدولة التركية من أهمية بالغة فهي تستهدف أنواع مهمة وإستراتيجية من أنواع الاستثمار وقد حددت الدولة التركية القطاعات الإستراتيجية التي يمكنها الاستفادة من هذا البرنامج بحيث تكون الاستثمارات تتطابق مع الفئات أدناه حتى تحصل على الدعم في إطار برنامج الحوافز للاستثمار الاستراتيجي:

- القدرات الإنتاجية المحلية للمنتج المزمع تصنيعه من خلال هذا الاستثمار يجب أن تكون أقل أهمية من المنتج؛
- ألا تقل قيمة الاستثمار عن 50 مليون ليرة تركية؛
- ألا تقل القيمة المضافة التي يخلقها الاستثمار عن 40% (هذا الشرط لا يسري على استثمارات تكرير النفط والبتروكيماويات)؛
- ألا تقل قيمة الواردات من المنتج المزمع تصنيعه بهذا الاستثمار عن 50 مليون دولار اعتباراً من العام الماضي (باستثناء المنتجات التي لا تُنتج محلياً).

ومن بين أهم الحوافز الجبائية التي تقدمها الدولة التركية في هذا البرنامج ما يلي:

- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة وكذا الرسوم الجمركية بالنسبة لجميع المناطق؛
- تخفيض في معدل الضرائب بالنسبة لجميع المناطق وذلك بمعدل 90%؛
- إمكانية الإعفاء من ضريبة الدخل المقطوعة من المنبع لمدة معتبرة مقدرة بـ: 10 أعوام؛
- دعم للأقساط الشبه الجبائية " التأمينات الاجتماعية" بالنسبة لحصة رب العمل بنسبة 15 % وذلك لمدة 10 أعوام للمنطقة 6 و 7 أعوام للباقي المناطق، أما إعفاء حصة الموظف لمدة 10 سنوات؛
- دعم في سعر الفائدة في حالة الاقتراض بالعملة الأجنبية 5 % من قيمة الاستثمار بحد أقصى 50 مليون ليرة تركي؛
- استرداد الضريبة على القيمة المضافة لنفقات إنشاء الاستثمارات الإستراتيجية التي تزيد عن 500 مليون ليرة تركي؛
- تخصيص الأراضي التي من الممكن أن يقوم عليها الاستثمار وذلك حسب ما تراه وزارة المالية مناسب.

الخلاصة :

بعدما تم القيام بعرض مختلف الجوانب المتعلقة بالموضوع ودراسة البيانات والمعلومات المتحصل عليها والمتعلقة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التركية والحوافز الجبائية المقدمة لها يمكننا إدراج النتائج التالية:

- معايير تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تركيا هي نفسها المعتمدة في باقي الدول؛
- للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية كبيرة في تركيا خاصة من حيث مساهمتها في التجارة؛
- من أهم وسائل دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تركيا الحوافز الجبائية؛
- تهدف التحفيزات الجبائية على العموم الى تقليل العجز في الحسابات الجارية وزيادة دعم الاستثمار بالمناطق الأقل تقدماً ورفع مستوى وسائل الدعم وتشجيع الأنشطة التجميعية؛

- تهدف التحفيزات الجبائية على العموم إلى دعم الاستثمارات التي تساعد على نقل التكنولوجيا والاعتماد على تكنولوجيا المعلومات بحيث توليها الدولة التركية اهمية بالغة على مختلف الانشطة الاخرى.
 - هناك تحفيزات جبائية في تركيا خاصة بكل منطقة جغرافية وإمكانياتها حيث تقسم الاقليم الاقتصادي التركي الى خمس مناطق رئيسية التي يمنح فيها الحوافز الجبائية؛
- هناك تحفيزات جبائية في تركيا حسب القطاع المراد تدعيمه في سياستها الاقتصادية العامة.

المراجع والإحالات:

- ¹ . Republic of Turkey, The Competitiveness of SMEs in Turkey, Country Report, KOSGEB, 28 oct 2012, p 3.
- ² . The University of WARWICK , Turkey-small and medium-sized enterprise (SMEs), Information about SME In turkey.
- ³ . OECD, Small and Medium-sized Enterprises in Turkey, OECD Publication, Paris, 2004, p 7.* OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development.
- ⁴ . موقع الحكومة التركية، النظام الضريبي التركي بشكل عام، [على الخط]، متاح على < <http://www.gep.gov.tr> > ، تم الاطلاع 2016/08/14.
- ⁵ . منى محمود ادلبي، سياسة الحوافز الضريبية وأثرها في توجيه الاستثمارات في الدول النامية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة دمشق، سوريا 2006، ص 177.
- ⁶ . موقع الحكومة التركية، نظام حوافز الاستثمارات التركي، [على الخط]، متاح على، < <http://www.invest.gov.tr> > ، تم الاطلاع 2016/08/14.
- ⁷ . موقع الحكومة التركية، < <http://www.invest.gov.tr> > ، مرجع سابق.
- ⁸ . موقع الحكومة التركية، < <http://www.invest.gov.tr> > ، مرجع سابق.

دور رأس المال البشري في تحقيق النمو الاقتصادي والتنمية

–قراءة لدراسات سابقة واقتراح نموذج للاستثمار في رأس المال البشري–

The role of human capital in economic growth and development

- Survey of previous studies and proposing a Model for investment in human capital

ط.د. عبد الهادي مداح

جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف / الجزائر

a.meddah@univhb-chlef.dz

د. محمد فلاق

جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف / الجزائر

m.fellague@univhb-chlef.dz

Received:05/01/2017

Accepted: 26/02/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

لطالما اهتمت البلدان بالتعليم، وأنفقت عليه الكثير؛ لضمان تعلم الأفراد القراءة والكتابة كحدٍ أدنى في ظل حقهم في التعليم. لكن هذا الإنفاق لم يكن ينظر إليه على أنه استثمار يخلق الثروة، ويساهم في تحقيق التنمية إلا بعد الحرب العالمية الثانية، وبروز العديد من الدراسات على غرار؛ النموذج النيوكلاسيكي سنة 1956 المقدم من قبل سولو Solow، وأهمية العنصر المتبقي في النموذج أو ما نسميه الإنتاجية الكلية لعناصر الإنتاج Total Factor Productivity (TFP)، والدراسات التي قام بها كل من : غاري بيكر Becker ، وشولتز Schultz، ومينسر Mincer، والتي استهدفت دراسة أهمية الاستثمار في رأس المال البشري وقياس عوائد التعليم من جانبين: الجزئي والكلي. وتهدف هذه الدراسة إلى عرض مجموعة من الدراسات التي تناولت العلاقة بين رأس المال البشري والنمو الاقتصادي في العديد من البلدان، وذلك لتحديد نوع العلاقة بين المتغيرين، كما نستهدف من خلال هذه الورقة طرح نموذج للاستثمار في رأس المال البشري بما يساهم في تحسين مستويات التنمية البشرية وبناء الفرد القادر على رفع التحدي في الجزائر للانتقال من الاقتصاد المبني على المحروقات الى الاقتصاد المبني على المعرفة. وهو ما يساهم في رفع معدلات النمو الاقتصادي وتحسين مستويات التنمية الاقتصادية في البلد.

الكلمات المفتاحية: التعليم ، رأس المال البشري ، النمو الاقتصادي ، التنمية البشرية ، التنمية الاقتصادية.

Abstract:

Many countries focused on education, and it has spent a lot. But this spending was not seen as an investment that creates wealth, and contributes to the development, only after the neoclassical model in 1956, provided by Solow , and the importance of the residual part in the Model's Solow, or what we call Total Factor Productivity (TFP). and contribution of studies provided by each of: Gary Becker, and Schultz, and Mincer, which targeted the study of investment in human capital and measuring returns to education.

This study aims to offer a studies on the relationship between human capital and economic growth in many countries, so as to determine the relationship between the two variables. As we are targeting through this paper provide a model for investment in human capital, which would contribute to improving levels of human development and construction the individual is able to rise to the challenge in Algeria to move from a hydrocarbon-based economy to a knowledge-based economy. Which contributes to raising economic growth rates and improving economic development.

Key Words : education, human capital, economic growth, human development, economic development.

تمهيد:

رغم الجهود التي تبذلها بعض الدول في مجال التعليم والاستثمار في رأس المال البشري إلا أن ذلك لا يحقق لها الأهداف المسطرة في زيادة النمو الاقتصادي وتحقيق التنمية الاقتصادية من خلال التأثير الجيد لمخرجات التعليم على اقتصاد البلد. بل نجد العكس تماماً؛ زيادة عدد المتخرجين يزيد في حجم البطالة من جهة ويباعد الفجوة بين الطلب على العمل وعرض العمل. ومن هنا نطرح الإشكالية التالية: ما هو نوع رأس المال البشري الذي يحقق النمو الاقتصادي والتنمية في البلد؟ وما هي المنهجية التي نتبعها في تكوين الأفراد لخلق رأس مال بشري قادر على تحقيق النمو والتنمية؟

أهمية الدراسة: تأتي أهمية هذه الدراسة من عمق الإشكالات التي تقع في الجزائر اليوم ونحن في ظل التوجه إلى الاقتصاد البديل عن الاعتماد على المحروقات، فهي فرصة للتوجه إلى الاقتصاد المبني على المعرفة من خلال تكوين رأس المال البشري المناسب لهذا الانتقال.

الجانب النظري والدراسات السابقة

التعليم ورأس المال البشري

الاهتمام بالتعليم قديم العهد، فقد أشار أفلاطون إلى أن تعليم انسان ما، هو المحدد لاتجاه حياته في المستقبل. 1 وفي نفس السياق عبر أحد حكماء الصين منذ حوالي خمسة وعشرون قرناً من الزمن عن أهمية الاستثمار في التعليم حينما قال: "إذا أعطيت المرء سمكة تغذى بها مرة واحدة، لكن إذا علمته الصيد تغذى طوال حياته" 2. وفي الاسلام نجد أن أول كلمة نزلت على النبي صلى الله عليه وسلم هي: "اقرأ". وهذا بيان على فضل التعليم ومكانته.

وفي المقابل نجد أن مفهوم رأس المال البشري حديث مقارنة بالاهتمام بموضوع التعليم، ويعود الفضل الكبير في وضع الأسس الأولى للمفهوم العام لمصطلح الرأسمال البشري إلى الاقتصادي الأمريكي شولتز SCHULTZ Theodore، من خلال محاضرة شهيرة بعنوان: "Investment in Human Capital - الاستثمار في الرأسمال البشري" 3 ألقاها في الملتقى الثالث والسبعين للجمعية الاقتصادية الأمريكية في 28 ديسمبر 1960 والمنشورة عام 1961، وذلك على الرغم من استخدام مصطلح رأس المال البشري من طرف الاقتصادي الأمريكي Mincer, Jacob، في مقال له عام 1958، تحت عنوان:

" Investment in Human Capital and Personal Income Distribution "

وقد ظهر رأس المال البشري وتطور مفهومه ليصبح جزء لا يتجزأ من استراتيجيات النمو الاقتصادي. وفي ذلك يقول شولتز: "رغم أنه كان من المعروف أن الأفراد يكتسبون مهارات ومعارف مفيدة، إلا أنه لم يكن من المعروف أن هذه المهارات والمعارف هي شكل من أشكال رأس المال، وأن هذا الشكل من رأس المال هو في جزء هام منه نتاج عملية استثمار مخطط". وأضاف شولتز: "رأس المال البشري قد نما في المجتمعات الغربية بمعدل أسرع بكثير من رأس المال التقليدي (المادي)، وأن هذا النمو كان أحد أهم السمات التي ميزت النظام الاقتصادي في تلك الدول". وانتهى شولتز إلى أن فكرته الأساسية عن رأس المال البشري قادتته إلى فكرة الاستثمار في رأس المال البشري بمعنى الاستثمار في تعليمهم وفي صحتهم وفي تدريبهم وفي تنمية مهاراتهم التنظيمية والإدارية" 4.

وقد أشار شولتز الى أن التعليم قد لعب دورا رئيسيا في زيادة الدخل القومي في الولايات المتحدة، من خلال مجموعة من الدراسات التي قام بها حيث يقول: " من الملاحظ أن الزيادة في الدخل القومي كانت كبيرة بالمقارنة بالنسبة لزيادة في ساعات العمل، والزيادة في رأس المال الطبيعي، وأن الاستثمار في رأس المال البشري هو التفسير الأكبر لهذا الاختلاف، وهذه الزيادة"5 . فبذلك يرى شولتز أن التعليم يمثل عاملا رئيسيا في زيادة الدخل القومي، وبالتالي، زيادة دخل الفرد وتحسين مستوى المعيشة.

وبعد ذلك جاء العديد من الاقتصاديين الذين تطرقوا لمفهوم رأس المال البشري ومقارنته برأس المال المادي، وركزوا على مدى مساهمة رأس المال البشري في العملية الإنتاجية على المستوى الجزئي، وأهميته في دعم النمو الاقتصادي على المستوى الكلي؛ وفي هذه النقطة أشاروا إلى أهمية تراكم رأس المال البشري (التراكم المعرفي لدى الأفراد). فقد أدت أفكار غاري بيكر Gary Becker إلى إسهامات قيمة حول فكرة الاستثمار في رأس المال البشري، فقد فرق بيكر في هذا الصدد بين نوعين أساسيين من التدريب6، تدريب عام وتدريب خاص ففي حين يستفيد العامل بدرجة أكبر من النوع الأول من التدريب (الاستثمار في رأس المال البشري)، فإن المؤسسة هي المستفيد الأكبر من النوع الثاني من التدريب. كما وقد ساهمت أفكار أمارتيا سن7 في الترويج لمفهوم رأس المال البشري والتنمية البشرية؛ والتي كانت تعرف حسب سن بأنها " تحسين القدرات البشرية خلال منظومة متكاملة من التكنولوجيات الحديثة والمؤسسات الداعمة والقيم الاجتماعية الرصينة التي تشجع جميعها على إذكاء روح الإبداع والتميز داخل الإنسان (داخل الفرد الواحد)"8.

وفي ظل تراكم مساهمات الباحثين لاثراء هذا المجال تشكلت نظرية رأس المال البشري لترتبط ارتباطا وثيقاً بالنمو والتنمية نظرا لمساهمة ودور العنصر البشري في الجانب الاقتصادي والاجتماعي.

وقد ساهمت أعمال دينسون وشولتز في انطلاقة غير مسبوقه للأبحاث المتعلقة بالقيمة الاقتصادية للتعليم. وهذه الانطلاقة يعلل Stager أنها مرتبطة برغبة طلاب الدراسات العليا ومشرفيهم وحاجتهم لاختبار وصقل الاطار النظري والتطبيقي للاستثمار في التعليم9. كما نجد ان من العوامل التي ساهمت في انتاج المزيد من دراسات اقتصاديات التعليم، قيام الجامعات والهيئات الدولية بعقد مؤتمرات خاصة بهذا الموضوع .

الدراسات السابقة : هناك العديد من الدراسات التي تناولت النمو الاقتصادي على حدا، وقد لا يمكن حصرها، فمن الدراسات ما ركزت على البحث في محددات النمو، ومنها ما انصرفت الى دراسة تأثير أحد المتغيرات الاقتصادية على النمو (وهي عديدة)، ونفس الأمر بالنسبة للدراسات التي تناولت رأس المال البشري، فهي عديدة ولها عدة جوانب، منها ما ركزت على الجانب الجزئي من خلال تأثير رأس المال البشري على الميزة التنافسية للمؤسسات، ومنها ما ركزت على الجانب الكلي من خلال دوره في النمو والتنمية. ولكن نحن في هذه الورقة حددنا المجال البحثي لنا في "دور رأس المال البشري في تحقيق النمو الاقتصادي"، وقد بينت بعض الدراسات أن هناك علاقة بين مؤشرات التعليم (رأس المال البشري) ومعدلات النمو الاقتصادي، وحاولت كل دراسة اختيار المنهج أو المقاربة التي تقيس من خلالها هذه العلاقة، ونحن هنا نميز بين نوعين من المقاربات:

– مقاربات الارتباط البسيط والانحدار، والعنصر المتبقي؛

– مقاربات العائد على التعليم؛

1- مقاربات الارتباط البسيط والانحدار والعنصر المتبقي:

–مقاربة الارتباط البسيط : **The Simple Correlation Approach**

– مقاربة الانحدار **The Regression Approach**

– مقاربة العنصر المتبقي **The Residual Approach**

من بين الدراسات التي تبنت هذه المقاربات نذكر:

دراسة باومان وأندرسون (1963) Bowman & Anderson:¹⁰ كانت من بين المحاولات الأولى (حسب اطلاعنا) لقياس العلاقة بين النمو الاقتصادي والتوسع في التعليم وقد تم إجراء هذه الدراسة على عينة من 90 دولة خلال الفترة 1930 الى غاية 1955. وتم الأخذ بعين الاعتبار متغير متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الاجمالي كمتغير معبر عن النمو الاقتصادي، أما فيما يخص التوسع في التعليم فقد تم التعبير عنه ب: معدل الأمية، نسبة الحاصلين على التعليم الثانوي، نسبة الحاصلين على التعليم العالي. كلها نسب من اجمالي السكان. وأهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة:

– تحقيق معدل الأمية يتراوح بين 30 و40% يقابله تحقيق دخل يزيد عن 200 دولار أمريكي وهذا خلال عام 1955؛

– الارتباط بين الدخل ومعدل التسجيل في التعليم الثانوي ضعيف؛

– الارتباط بين الدخل والتسجيل في التعليم العالي ضعيف؛

دراسة والترز (1981) Walters:¹¹ تضمنت دراسة والترز محاولة لاختبار العلاقة بين التوسع في التعليم والنمو الاقتصادي في 73 دولة نامية، واستخدمت نموذج انحدار في تحليلاتها بدلا من معامل الارتباط البسيط. وقد استخدمت الدراسة متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الاجمالي للتعبير عن النمو الاقتصادي، بينما استخدمت معدلات التسجيل في التعليم الأساسي والثانوي للتعبير عن التوسع في التعليم. توصلت الدراسة الى أن التوسع نسب التسجيل في التعليم الأساسي والثانوي في الدول النامية في الفترة 1950 حتى 1960 لم يكن له تأثير معنوي على النمو الاقتصادي في الفترة التالية له من 1960 الى 1970. وعلى الرغم من أن الدول التي من أن الدول التي تضم نسبة كبيرة من المتعلمين تكون أكثر تقدما إلا أن ذلك لا يؤكد وجود علاقة بين التعليم والتنمية في الدراسة.

وتؤكد والترز على أنه لا يمكن لأي دولة أن تترك شعبها دون تعليم. وتعل ذلك بأن التوسع في التعليم نوعا وكما قد يؤدي الى بناء الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع بما يتضح أثره على النمو الاقتصادي في الأجل الطويل. كما تشير أيضا الى أن التوسع في التعليم العالي قد يؤدي الى التنمية الاقتصادية.¹²

دراسة بارو 1991:¹³

أوضحت دراسة بارو عام 1991 والتي اجريت على عينة من 98 دولة أن هناك ارتباطا بين معدل نمو نصيب الفرد من الناتج المحلي الاجمالي الحقيقي ونسب التسجيل بالمدارس والجامعات خلال الفترة 1960 الى 1985.

كما أن هذه الدراسة أشارت الى ارتفاع معدلات النمو الاقتصادي في الدول التي أنفقت أكثر على الاستثمار في رأس المال البشري (وعبر عنها بنسب التسجيل في التعليم). وأضاف بارو أن الدول التي أنفقت أكثر على الاستثمار في رأس المال البشري تحقق معدلات خصوبة أقل، ومعدلات أعلى من الاستثمار في رأس المال المادي بالنسبة للناتج المحلي الاجمالي.

دراسة بارو ولي (1993) Barro & Lee: 14 أجريت الدراسة على 129 دولة خلال الفترة 1960 الى غاية 1985، وتوصلت الدراسة الى أن التحصيل الدراسي على مختلف مستوياته الستة المذكورة في النموذج 15، له أثر موجب ومعنوي على نمو الناتج في هذه الدول قيد الدراسة، ويكون الأثر أقوى للذكور مقارنة بالإناث. يعزى ذلك حسب الدراسة الى أن اهتمام المرأة بالأطفال (وهو ما يدعم اكتساب رأس مال بشري اضافي ممثلا في أطفال أصحاب متعلمين). وتشير الدراسة الى أن تعليم الاناث له أثر سالب ومعنوي على معدل الخصوبة ومن ثم على تناقص معدلات الزيادة السكانية.

فيما يخص مقارنة العنصر المتبقي، فيمكن القول بأن قصور نظريات النمو الكلاسيكية في تفسير الجزء الأكبر من النمو في الناتج باستخدام عناصر الانتاج التقليدية (الأرض، العمل، رأس المال) ترتب عليه اكتشاف أهمية الاستثمار في رأس المال البشري، وتفسيره لجزء مهم في النمو المحقق. وتستند مقارنة العنصر المتبقي في تفسير العلاقة بين النمو والاستثمار في رأس المال البشري الى استخدام دالة الانتاج (كوب دوغلاس)، لتقدير العوامل المؤثرة على العنصر المتبقي Residuals والتي تعرف بالانتاجية الكلية لعناصر الانتاج Total Factor Productivity (TFP)، والدالة تأخذ الشكل الموالي:

$$Y_t = A_t K^\alpha L^\beta$$

(Y: الناتج المحلي الاجمالي، K: مدخلات رأس المال، L: مدخلات العمل)

أما A فتشير الى جميع العناصر الاخرى المتبقية بخلاف عنصري رأس المال والعمل أي تمثل TFP.

دراسة دينسون¹⁶ (1962) Dension:

تعتبر دراسة دينسون التي كانت بعنوان "مصادر النمو الاقتصادي في الولايات المتحدة" من أهم الدراسات التي استخدمت مدخل العنصر المتبقي لتفسير النمو الاقتصادي في الولايات المتحدة وعلاقته بالتعليم (كما أن له دراسات اخرى في هذا المجال 17). وقد توصل دينسون من خلال هذه الدراسة (1962) الى:

- زيادة مقدار متوسط التعليم لدى العامل بمقدار 2 % سنويا، قد أدى الى تحسين نوعية العمل بمقدار 97% في نفس العام؛
- زيادة متوسط التعليم للعامل بنفس المقدار السابق الذكر، ساهم بمقدار 67% في الناتج المحلي الاجمالي الحقيقي؛
- الاستثمار في تعليم القوى العاملة شكل مصدرا لنحو 23% من نمو نصيب الفرد من الناتج المحلي الاجمالي الحقيقي الذي حدث في الولايات المتحدة خلال الفترة 1909 الى 1928. في حين قدر نصيب رأس المال المادي من هذه الزيادة ب 15%، بينما شكل نصيب تطوير المعرفة العامة 20% من هذه الزيادة.
- توصل دينسون الى أن الاستثمار في التعليم ساهم في النمو في الفترة 1929 الى 1957 بنسبة (42%) أكبر من التي كانت في 1909 الى 1929 (23%).

دراسة ناديري (1972):¹⁸

قامت هذه الدراسة بتطبيق مقارنة العنصر المتبقي في تفسير النمو الاقتصادي في بعض الدول النامية، حيث توصلت الدراسة إلى:

تباين مساهمة الاستثمار في التعليم في النمو الاقتصادي كما هو الحال في الدول المتقدمة، حيث لم يساهم الاستثمار في التعليم في النمو إلا بنسبة 1 % وهي نسبة منخفضة، وهو نفس الأمر بالنسبة لفرنزا وكولومبيا حيث بلغت النسبة 2% و4% على التوالي. بينما كانت المساهمة الأكبر لاستثمار في التعليم من نصيب الأرجنتين التي بلغت 16,5 % .

ارتفعت مساهمة الاستثمار في التعليم في النمو الاقتصادي في الدول المتقدمة وقد بلغت النسبة الأكبر لها ب 25 % في كندا، ثم تليها بعد ذلك الولايات المتحدة الأمريكية وبلجيكا بنسبة 15% و14% على التوالي.

دراسة مانكيو، رومر، وويل (1992):¹⁹

تعتبر الدراسة من الدراسات ذات الأهمية في دراسة العلاقة بين رأس المال البشري والنمو الاقتصادي، حيث يعتبر النموذج المطبق في الدراسة كنموذج مطور عن نموذج سولو (فيما يسميه البعض نموذج سولو المطور برأس المال البشري)، وقد أجريت الدراسة على ثلاث عينات (عينة من 98 دولة غير بترولية، عينة من 22 دولة من منظمة التعاون الاقتصادي، عينة من 75 دولة غير بترولية وليست من دول منظمة التعاون)، خلال الفترة 1960-1985، وقد تم صياغة النموذج على الشكل التالي:

$$Y_t = K_t^\alpha H_t^\beta A_t L_t^{1-\alpha-\beta}$$

ومن أهم النتائج التي خرجت بها دراسة (Mankiw, Romer and Weil 1992):

- إضافة رأس المال البشري لنموذج سولو أدى إلى تحسين النتائج في دالة الانتاج، حيث أصبحت المتغيرات تفسر حوالي 80 % من التغير في نصيب الفرد ومن الناتج الاجمالي في عينة الدول غير البترولية وغير المنظمة لمنظمة التعاون؛
 - تطبيق نموذج النمو الداخلي يتنبأ بحدوث فرضية التقارب 20 ولكن بمعدلات أبطأ مما تنبأ به نموذج سولو؛
 - اقتصاديات الدول الفقيرة ستتمو بمعدل أسرع من نمو اقتصاديات الدول الغنية في الأجل القصير؛
 - تتسارع معدلات التقارب بين الدول الفقيرة والغنية بإضافة رأس المال البشري.
- 2- مقاربات العائد على التعليم:** يمكن القول بأن الاهتمام برأس المال البشري من زاوية أو مقارنة العائد على التعليم بدأ مع مساهمات بيكر Becker وشولتز Schultz، ومينسر Mincer لتتوالى بعد ذلك الدراسات بهذا الشأن. ومن بين الدراسات نذكر:

دراسة مينسر (1958) Mincer Jacob: 21

الدراسة كانت بعنوان الاستثمار في رأس المال البشري، وقد حاول مينسر من خلال هذه الدراسة توضيح عائد الاستثمار في رأس المال البشري من خلال القيمة الاقتصادية أو تقدير القيمة الحالية للتدريب، وبهذا المنظور يفاضل الفرد بين الاستثمار في التدريب لزيادة دخله المستقبلي أي زيادة عائدته، أو يختار الفرص البديلة المتاحة له، وتقريبا هي نفس الفكرة في المفاضلة بين الاستثمارات. وقد قام مينسر بصياغة النموذج الموالي:

$$V_n = a_n \sum_{t=n+1}^t \left(\frac{1}{1+r} \right)^t$$

V_n : القيمة الحالية للمداخل (فترة المداخل) عند بداية التدريب.

a_n : تمثل الدخل السنوي للأفراد ذوي n سنة من التدريب.

r : معدل انخفاض المداخل المستقبلية.

t : 0, 1, 2, L-time، بالسنوات، حيث L : هي طول الحياة العملية مع امكانية ادراج فترة التدريب فيها.

هذا في الحالة المتقطعة أما في الحالة المستمرة فقد قام مينسر بصياغة النموذج كما يلي:

$$V_n = a_n \int_n^t (e^{-rt}) dt = \frac{a_n}{r} (e^{-rn} - e^{-rt}) .$$

حيث: d : تمثل الفرق في مدة التدريب، بالسنوات.

e : الاساس اللوغاريتمي.

ومن أهم النتائج التي توصل اليها مينسر نذكر:

- هناك فروقات واضحة في المداخل بسبب نوعية التدريب؛
- عملية التدريب أو الاستثمار في رأس المال البشري تخضع لعملية الاختيار والمفاضلة بين الأرباح والعوائد المستقبلية؛
- تأثير عملية التدريب وخبرة العمل على الأرباح والعوائد، وارتفاع العوائد مع زيادة الخبرة بالرغم من تأثير تقدم العمر على انخفاض الانتاجية.

دراسة شولتز (1963) Schultz: 22

قام شولتز بدراسة بعنوان " القيمة الاقتصادية للتعليم"، وتوصل من خلال هذه الدراسة الى:

الاستثمار في التعليم ساهم في النمو الاقتصادي في الولايات المتحدة في الفترة 1929 الى 1957، وقد تراوح العائد الاجتماعي من الاستثمار في التعليم بين 16,5 % و 20% كمتوسط لمراحل التعليم الثلاث.

وبهذا يكون شولتز قد توصل من خلال مقارنة العائد على الاستثمار في التعليم لنفس النتيجة التي توصل اليها دينسون باستخدام مقارنة العنصر المتبقي، وهي وجود مساهمة كبيرة للاستثمار في التعليم في تفسير النمو الاقتصادي في الولايات المتحدة.

الاستثمار في رأس المال البشري : قراءة في فكر مالك بن نبي

1- أفكار مالك بن نبي بشأن الاستثمار في رأس المال البشري:

نحاول من خلال هذه الجزئية استنباط بعض النقاط من فكر مالك بن نبي بشأن الاستثمار في رأس المال البشري، حيث ان المتتبع لكتابات مالك بن نبي يجد أنه يركز في كل جوانب النهضة الفكرية والاقتصادية على الانسان باعتباره نقطة الانطلاق وأساس النهضة، وقد بين مالك بن نبي أن تشييد الانسان 23 - على حد قوله- هو ما يساعد على تحقيق النهضة في كافة الجوانب، وذلك من خلال ترسيخ بعض الأفكار في الأفراد عند تشييد الانسان القادر على تحقيق النهضة، ومن بين هذه الأفكار نذكر:

- فكرة أهمية العمل على المال؛

- فكرة المسؤولية الاجتماعية واجب الجميع من خلال أولوية الواجبات على الحقوق؛

1-2- فكرة أهمية العمل على المال:

يقول مالك " منذ الخطوة الأولى نقرن في أذهاننا أو في مشروعاتنا قضية العمل بقضية المال، فقد أصبح العمل مقيدا بشروط مالية لا ينطلق بدونها". 24

وهذه الفكرة لا زالت مستمرة في وقتنا بحيث نجد أن العديد من الأفكار لم تجسد بسبب العوائق المالية، لأن المنطلق الفكري لدينا أن المال هو المحرك، في حين أن الواقع في العديد من البلدان الغربية بين غير ذلك، حيث كانت الأفكار والابداع هي الأساس، أما المال فهو وسيلة. ولا يمكن القبول بفكرة أن العمل لا يتحرك بلا مال، لأن المال وحده لا يكفي لبلوغ النهضة، وتحقيق أهداف التنمية.

ويطرح "مالك" بعض الأفكار التحليلية بشأن أهمية العمل على المال من خلال:

"هناك بعض المجهودات في البلاد المتقدمة من أجل تقديم اعانات مالية (مشروع مارشال بعد الحرب العالمية الثانية)، ولكن يجب أن نلاحظ أن نجاح مشروع كهذا ليس مشروطا فقط بحجم المال الذي سيبدل من طرف الدول التي ستقدمه، بقدر ما سيكون مشروطا بتحويله الى وسيلة عمل بين الأيدي التي تحركها ارادة البقاء، كالتى حركت الشعب الألماني أيام أتاه مثل هذا المدد من أمريكا.

ولم يكن هذا المدد السبب الرئيس في نهضة ألمانيا، وانما كان أحد المنشطات لعملها الجبار، في تلك التجربة الرائدة المعبرة عن ارادة حضارة استطاعت بفضلها ألمانيا أن تستعيد مكانتها في عالم الاقتصاد بصورة تجعل

التجربة تنعت بالمعجزة. ويجدر بنا القول أن هذه التجربة ليست خاصة بألمانيا فقط، بل هي معجزة تتكرر كلما تحرك النشاط البشري، كما حدث في اليابان والتي لم تعد إلى مركزها الدولي قبل الحرب، بل أصبحت تحتل رتبة الدولة الاقتصادية الثالثة في العالم. فالمعجزة لا تتوقف على حقنة مالية لأن اليابان لم تتلق أي حقنة من نوع (مشروع مارشال). إذا فالقضية ليست قضية إمكان مالي، ولكنها قضية تعبئة الطاقات الاجتماعية (الإنسان – التراب – الوقت) في مشروع تحركها إرادة حضارية لا تحجم أمام الصعوبات..... إن الصين الحديثة صاحبة المعجزة الكبرى، خرجت من العدم فتحوّلت معالمها، كما حوّلت، من أجل بناء سدودها وطرقها، المليارات من الأمتار المكعبة من التراب، لا بالآلات الحافرة والناقلة، المفقودة في بلد ينشأ، ولكن بفضل سواعد أبنائها وعلى أكتافهم. تحذوهم الأسطورة المعبرة عن طاقة الإنسان عندما تحركه إرادة حضارية، فتذكروا أو ذكروا أن جدهم (يوكنج) حول الجبال²⁵.

وفي هذا الطرح يعرض "مالك" تجربة كل من ألمانيا واليابان والصين في بناء نهضة بالاعتماد على العنصر البشري، وليس على الوسائل المادية الحديثة التي لم تكتسبها آنذاك، ولا على الموارد المالية فقط، والتي لا تنفع لوحدها. وبيّن أيضا في حالة الصين أن الفكرة الراسخة لدى الشعب الصيني بقدرته على مواجهة المصاعب وتحقيق المعجزات من خلال أسطورة الجد (يوكنج) جعلته يشيد كل ما يحتاجه من البنى التحتية بسواعده.

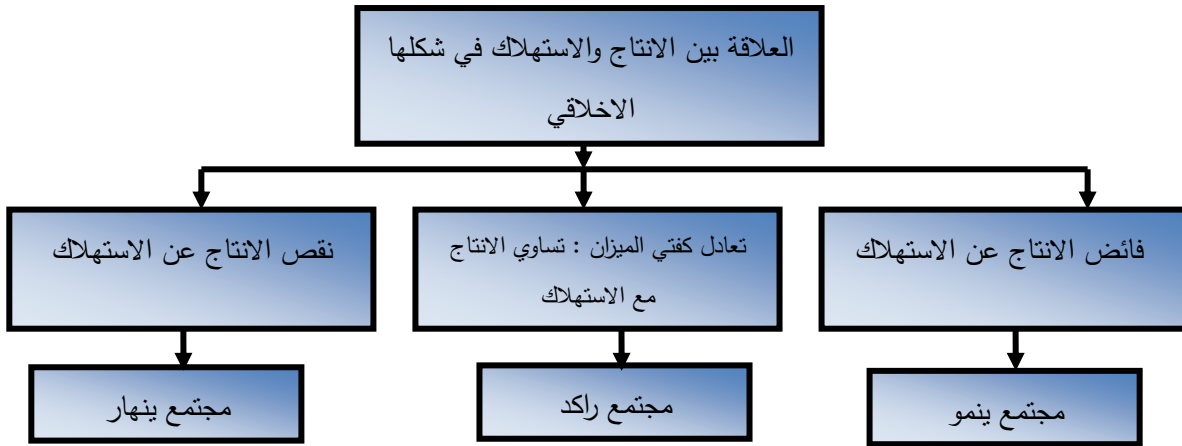
2-2- فكرة المسؤولية الاجتماعية واجب الجميع من خلال أولوية الواجبات على الحقوق:

تقوم فكرة مالك بن نبي حسب منظورنا في ترسيخ المسؤولية الاجتماعية لدى الجميع من جانبيين: الجانب الكلي (جانب أخلاقي مجتمعي)، والجانب الجزئي (جانب إنتاجي استهلاكي).

قام مالك بن نبي بنقد النظام الرأسمالي القائم على إرادة المال وفتح الباب على مصراعيه للرأسمالية المتوحشة على حساب المصلحة العامة، وتفكيك المجتمع وتقسيمه إلى طبقات باسم الحرية المالية من خلال مبدأ (دعه يعمل، دعه يسير).

وحاول طرح فكرة تعيد للاقتصاد أخلاقياته، وبذلك تتلافى الانحرافات المتمثلة في الرأسمالية المتوحشة والماركسية المادية التي سلبت الإنسان ما يميزه عن الآلات والأشياء.²⁶ وذلك من خلال أخلقة عمليتي الإنتاج والتوزيع (الاستهلاك) و الموازنة بين الواجب والحق في شكل ميزان كما يلي:

الشكل 01: طبيعة العلاقة بين الإنتاج والاستهلاك منظور أخلاقي



المصدر: العابد ميهوب، مفهوم التنمية في فكر مالك بن نبي، مجلة علوم الانسان والمجتمع، العدد 2، جوان 2012، ص 148 (بتصرف).

أما إذا أردنا تمثيل المفهومين (الواجب والحق) في شكل معادلة جبرية فنصوغها كما صاغها مالك بن نبي:²⁷

$$\text{واجب} + \text{حق} = 0 \quad \text{وفي المقابل} \quad \text{الإنتاج} + \text{الاستهلاك} = 0$$

(هذه الفكرة قد لا ينظر إليها مالك بن نبي من جانب رياضي، بل يقيّمها بشكل فكريّ فلسفي. فنحن وبقلة باعنا في هذا المجال قد نقول ان المعادلتين السابقتين لو كانت العملية فيهما عملية طرح (-) عوض الجمع، لكان حسب منظورنا أن المعادلة لها قيمة ايجابية كلما كان الواجب أكبر من الحق، وكلما كان الإنتاج أكبر من الاستهلاك. لكن تقيم فكرتنا هاته تحتاج الى من هم أكفء منا وأسبقنا الى تحليل فكر مالك بن نبي).

ونعلق على هذه النقطة أن المسؤولية الاجتماعية لدى الأفراد سواء من جانبها الجزئي أو الكلي تكمن في أداء الواجبات قبل المطالبة بالحقوق، فعلى مستوى الجانب الجزئي فإن العامل في المؤسسة عليه تأدية مهامه على أكمل وجه قبل المطالبة بالحقوق التي يراها (ان كانت تعتبر حقوق أو هي مجرد امتيازات اضافية)، أما على الجانب الكلي فعلى الافراد تأدية واجباتهم اتجاه بلدهم، فكريا وعمليا من خلال:

- **تربية الأفراد على الفكر النهضوي،** وتجنب الخمول والكسل، ليكون هناك فعالية في الأداء واستمرار في الإنتاج؛

- **تجنب عدم الفعالية من خلال تجنب كل من:** مرض السهولة (عدم التعاطي مع الأمور بجدية وتخطيط الأمور على سهولة الحاضر لا على صعوبات المستقبل، أي عدم وجود استشراف). ومرض الاستحالة (رؤية الأمور مستحيلة ويقف الفرد امامها عاجزا بسبب استصغار نفسه وصغر همته).²⁸

- **مواجهة الاغتراب والانهار بالغرب،** والموازنة بين دعاة الاصلاح المبني على التشبث بالماضي ودعاة التحديث المبني على اتباع مذاهب غربية لها واقعها الخاص؛

- **عدم التقليد في اختيار المناهج الاقتصادية:** حيث يحاول العديد من المسؤولين في البلدان المتخلفة تطبيق نماذج دولية ناجحة في بلدانهم، دون الالتفات الى نقطة مهمة وهي الاختلاف الموجود بين البلدين - اختلاف من كل النواحي الفكرية والأخلاقية والمؤسسية - فليس بالضرورة أن النموذج الذي نجح في دولة ما سينجح في دولة أخرى، وقد حدث هذا الأمر، وتحدث عنه مالك بن نبي في شأن المعادلة الاجتماعية عندما

تطرق الى فشل مخطط الدكتور شاخت29 في النهوض باقتصاد إندونيسيا رغم أنه نجح نجاحا باهر في ألمانيا، وذلك بسبب خطأ شاخت – حسب مالك بن نبي- في صياغة المخطط على أساس الفرد الألماني، بينما المخطط تحتاج الى صياغة على أساس معادلة الفرد الإندونيسي .

رابعاً: اقتراح نموذج للإستثمار في رأس المال البشري بشكل يعزز النمو الاقتصادي والتنمية³⁰

سنحاول في هذه الجزئية اقتراح نموذج للإستثمار في رأس المال البشري بما يخدم زيادة النمو الاقتصادي كهدف قصير الأجل، وتحقيق التنمية كهدف على مستوى الأمد البعيد، هذا من جانب. ومن جانب آخر الإشارة إلى أهمية وجود التكامل بين الإستثمار العام والخاص³¹ في رأس المال البشري لخدمة هذه الأهداف.

وكمدخل لما سنقدمه بشأن رأس المال البشري الفعّال، نود الإشارة الى أهمية التعليم في خدمة التنمية الاقتصادية، وذلك من خلال الأهداف الرئيسية للتعليم وهي:³²

- تربية المواطن: حيث يتم على أساسها تحديد طبيعة الاعداد وفقا لاحتياجات الجماعة والمجتمع، بحيث تأتي مصالح الأفراد في المرتبة الثانية؛
- تنمية الشخصية: حيث يعتبر الفرد عضوا فريدا مميّزا، له وظائف متعددة في المجتمع، لذلك يلحق الفرد مجموعة من القيم الثقافية ويُدرب على تقنيات حل المشاكل واتخاذ القرارات؛
- تربية العامل: حيث يتم بموجبها التأكيد على ضرورة اكتساب الطالب لمهارات مفيدة على الصعيد المهني، باعتباره عامل انتاج قبل كل شيء.

في تعليقتنا على هذه النقاط؛ نقول أنه يمكن اعتبارها ركائز للإستثمار في رأس المال البشري الفعّال، حيث يكون هناك ربط بين الأهداف الشخصية للمتعلم والأهداف الكلية للمجتمع، في ظل خطة استراتيجية ذات أبعاد استشرافية في قطاع التعليم.

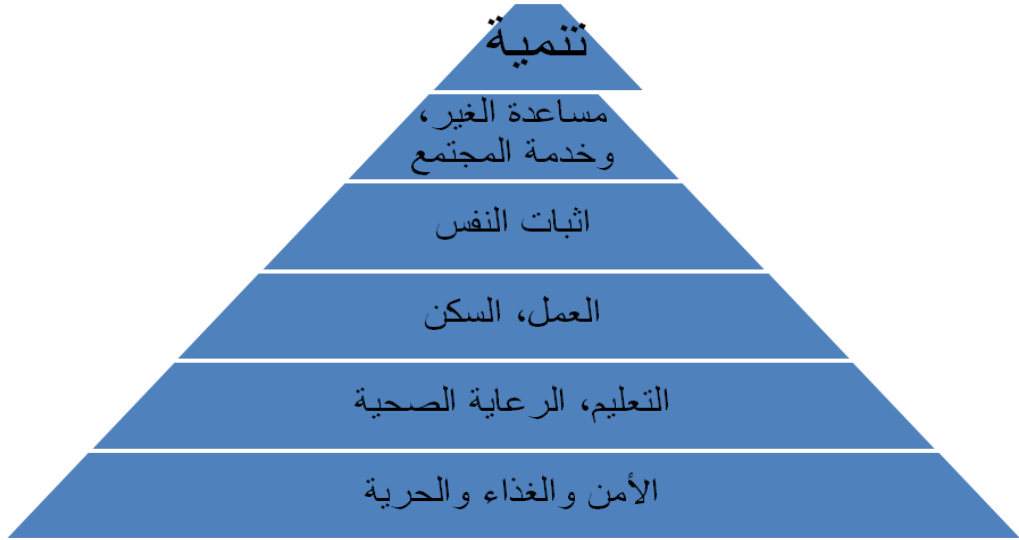
فهدف تربية المواطن ينطوي بحد ذاته على عدة أهداف جزئية نذكر منها على حد منظورنا:

- تربية المواطن على فكرة المساهمة في التنمية والمساهمة في الانتاج، وسعيه ليكون عنصر فعّال في مجتمعه؛
- تربيته على معرفة واجباته في المجتمع قبل حقوقه؛
- تربيته على ادراك المسؤولية الاجتماعية للأفراد والمؤسسات: بحيث لو كان هذا الفرد في المستقبل يملك مؤسسة خاصة أو يدير مؤسسة عمومية فإنه يدرك جيدا مسؤوليته الاجتماعية؛
- تربيته على فكرة قدرته على الابتكار، وأن الابتكار ليس محصور بأشخاص محددين فقط أو ببلدان معينة فقط، وتربيته على التحفيز للابتكار حتى لو لم يكن هو المبتكر، وبذلك يكون هناك استمرار لدعم الابتكار؛³³
- تربية المواطن على قبول الغير: من خلال ترسيخ فكرة أن المجتمع يكمل بعضه بعضا.

وفي صدد صياغة نموذج رأس المال البشري القادر على تحقيق النمو والتنمية، نقترح ما نسميه في هذه الورقة ب"هرم بناء رأس المال البشري الفعّال" وقد يكون هذا المصطلح جديدا في هذا المجال، لكننا قد نستند

في هذه التسمية الى هرم ماسلو للحاجات34. وفي نفس الوقت نقترح نموذجا لهرم الأولويات أو الاحتياجات الفردية لخدمة الاهداف الاجتماعية ، وهو سيتند على هرم ماسلو مع بعض الاقتراحات، ونعرضه كما يلي:

الشكل05: هرم الأولويات الفردية لخدمة الأهداف الاجتماعية



المصدر: من اعداد الباحثين

من خلال الشكل السابق يتضح لنا أن تحقيق الاحتياجات الفردية من المنطقة الأولى الى الثالثة في اتجاهنا من القاعدة الى القمة، تعمل على بلوغ المنطقة الرابعة، والمتمثلة في تعزيز اثبات النفس من خلال:

- الشعور بكرم العيش من خلال الأمن والغذاء والحرية والسكن ؛
- تقديم الأفضل في العمل؛
- رعاية أفراد العائلة من خلال الدخل المحصل عليه من العمل؛

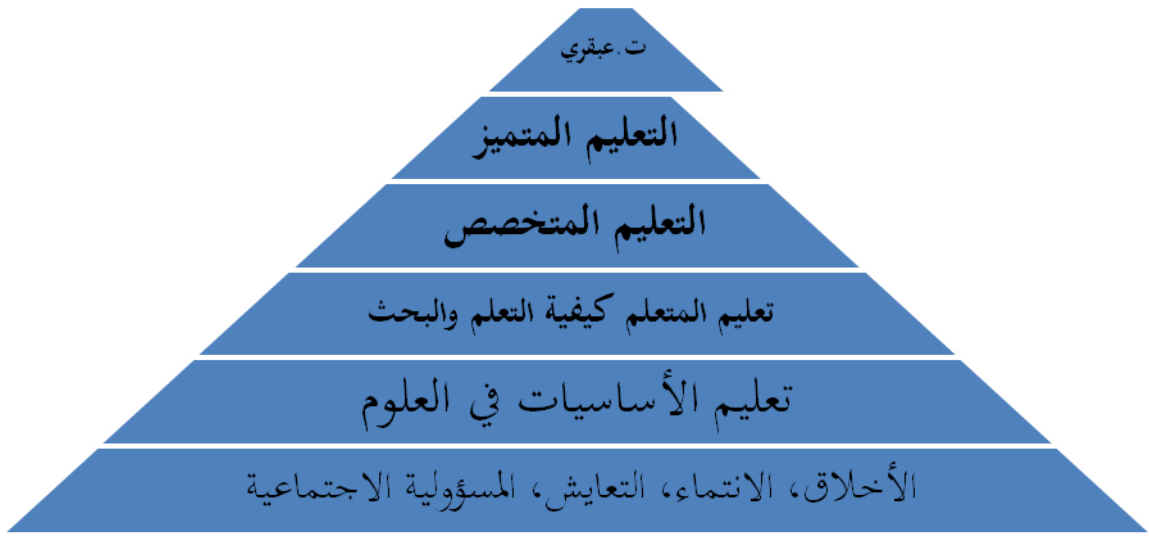
وبعدها تنقلنا المنطقة (أي بعد تلبية الحاجات الخاصة) الى التي بعدها وهي مساعدة الغير وخدمة المجتمع، فبعد رضا الفرد عن تلبية احتياجاته يتجه لمساعدة الغير من خلال تكريس مبدأ المسؤولية الاجتماعية كما سنتحدث عنه عند ذكر هرم بناء رأس المال البشري الفعال، وقد يصل الأمر بالفرد الى تقديم ساعات عمل اضافية لصالح الدولة بدون مقابل وذلك في سبيل خدمة مجتمعه كما يحدث في بعض البلدان، ولكن هذا لن يتحقق الا بايمانه بمسؤوليته الاجتماعية.

وإذا ما تجاوزنا هذه المنطقة، والتي تمثل تكافل المجتمع في صورة الفرد الواحد، تتحقق التنمية تدريجيا من عدة نواحي، فمبدأ المسؤولية الاجتماعية يعمل على: حماية البيئة (تنمية بيئية)، مساعدة الجمعيات الخيرية، دعم الابداع والابتكار (تنمية في الجانب التكنولوجي)، تقديم المساعدات الانسانية،.... وغيرها من أشكال اثبات المسؤولية لدى المؤسسات والأفراد.

هذه المناطق المذكورة أعلاه، تمثل في نفس الوقت مراحل لتلبية احتياجات الأفراد بما يخدم المجتمع، وكل مرحلة لها أهميتها ومتطلباتها. وتحتاج منا الى البحث في معوقات كل مرحلة، وما هي الحلول المناسبة لصناعة التكامل بين هذه المراحل.

و" هرم بناء رأس المال البشري الفعال³⁵" الذي نقترحه، هو متكامل مع هرم الأولويات الذي اشرنا اليه أعلاه، وفي نفس الوقت هو مبني على تعديل النظام التعليمي لخدمة الاهداف المسطرة، ونعرض شكله على النحو التالي:

الشكل 06: هرم بناء رأس المال البشري الفعال



المصدر: من اعداد الباحثين

قمنا بتقسيم الهرم الى ستة مناطق من القاعدة الى القمة، ونأتي الآن الى شرح هذه المناطق من خلال:

المنطقة الأولى (قاعدة الهرم): أدرجنا في هذه المنطقة كل من: الأخلاق، الانتماء، التعايش، المسؤولية الاجتماعية.

- الأخلاق: تتضمن ترسيخ الصدق والامانة لدى الفرد (لخلق رقابة نفسية لدى كل فرد في أداء وظائفه في المجتمع).
- الانتماء: تعزيز انتماء الفرد الى وطنه، والعمل على المساهمة في بناءه بكل وسيلة، والعمل على حمايته.
- التعايش: ضمان تعايش الفرد مع غيره من أفراد المجتمع باختلاف أفكارهم، وعاداتهم وتقاليدهم، وتعايش الأجيال لتجنب فجوة الأجيال التي نعيشها في كثير من المؤسسات بين أفضلية الأقدمية والشهادة دون التركيز على الأداء والانجازات، وضرورة خلق التعاون بين الأجيال لخدمة الاهداف العامة.
- المسؤولية الاجتماعية: غرس فكرة كل فرد مسؤول اتجاه مجتمعه، كل حسب وظيفته وامكانياته.

المنطقة الثانية: تعليم الاساسيات في العلوم والتي منها :

اللغة والدين : جانب اللغة يتضمن شطرين، أولهما اللغة الأصل وفي حالة الجزائر هي العربية، والشرط الثاني تعلم اللغة الانجليزية كضرورة في مجال البحث العلمي، للطلاع على أفكار العالم، وإبداء الرأي اتجاه هذه الأفكار، وتوسيع نظرة المتعلمين الى العالمية، أما الدين فهنا نقول أنه يجب تعليم الأفراد فهم الوسطية في الدين ، دون توجه الى التطرف، ودون قراءة خاطئة للنصوص القرآنية والأحاديث النبوية وذلك وفق منهج يسطره فقهاء الشريعة ليدرس في كل المدارس.

العلوم التقنية : الرياضيات، الاعلام الآلي. لخلق جيل يتحكم في هذه العلوم بما يساعده على الابداع فيها مستقبلا.

المنطقة الثالثة: بعد اتمام المنطقتين تأتي الى المنطقة الثالثة أو المرحلة الثالثة وهي الأهم للمراحل التي تأتي بعدها، وهي مرحلة تعليم المتعلم كيفية التعلم والبحث، وهي خطوة جد مهمة، حيث يتم العمل على اكساب المتعلم تقنيات التعلم، أساليب البحث، مراحل البحث، طرح الاشكاليات وايجاد الحلول لها أو ما يسمى بالتعليم المتمحور حول المشكلات ³⁶ **Problem Based Learning**، وقد تبنت العديد من الدول هذه الخطوة على غرار فلندا وسنغافورة .

المنطقة الرابعة: بعد تعليم المتعلم كيف يتعلم وكيف يبحث في حل المشكلات، تأتي مرحلة التعليم المتخصص، وهنا نشير أنه حتى لو لم ينجح الطالب في هذه المرحلة فإنه اكتسب عناصر مهمة تساعده ليكون الفرد الصالح لبناء أسرة والمساهمة في بناء مجتمع بمجموعة من القيم والأخلاق اضافة الى مجموعة من الوسائل التعليمية والاساسيات في العلوم. ومرحلة التعليم المتخصص تأتي وفق منهجية مدروسة من الدولة لخدمة الأهداف العامة، وذلك من خلال طرح الاشكالات والنقائص التي تعاني منها الجزائر، لتوجيه المتعلمين الى هذه المجالات بمبدأ التخصص ومبدأ المسؤولية الاجتماعية (وهنا يمكن أن نقول أنه تخصص بالتوجيه حسب النقائص)، فكما نلاحظ وجود عزوف للأفراد عن بعض التخصصات، ففي الآونة الأخيرة أصبح قطاع الفلاحة يعرف نقصا في اليد العاملة، وكذلك هو الحال في بعض القطاعات الأخرى التي تعاني من نقص اليد العاملة الماهرة، أو نقص في الاستثمار فيها، لذلك على الدولة أن تعمل على توجيه المتعلمين الى التخصصات حسب الحاجة.

المنطقة الخامسة: بعد اختيار المتعلمين للتخصصات التي يريدونها يتم التعليم بالممارسة ³⁷ **Learning by doing** كنوع من التعليم، وبعدها يتم تعريضهم لاختبارات خاصة لتحديد المتميزين، وذلك من اجل تقديم التكوين المتقدم للمتميزين.

المنطقة السادسة: في هذه المرحلة يمكن القول أنها مرحلة تتعلق بالمراحل السابقة لها بشكل كبير، بحيث يتم اختيار المتميزين في كل مراحل التعليم، لتوجيههم لتعليم خاص بالمتميزين من أجل صناعة جيل الابداع، وهو تعليم جد خاص، وهو المنهج الذي اتبعته أمريكا في ستينات القرن العشرين، حيث قامت باستقطاب المتميزين من كل الدول، كما قامت باختيار الأفضل في كل المدارس وفي كل المراحل، وذلك لتوجيههم الى التعليم المتميز في مخابر بحث خاصة ذات مستويات عالية، حيث وصل الأمر الى استقطاب حتى الأطفال أقل من 16 سنة،

والذين أظهروا بعض من ملامح العبقرية، وهو ما ساهم في تشكيل نخبة من العلماء في شتى المجالات بجنسيات مختلفة وفي أعمار متفاوتة لخدمة أهداف واحدة.

في هذه النقطة نقترح بالنسبة للجزائر استحداث خلايا في كل الجامعات لاستكشاف الأطفال المتميزين في كل ولاية، ويمكن أن نسميها خلايا الابداع والابتكار، وهذه الخلية هدفها البحث عن الأطفال (كل المراحل التعليمية) المتميزين في المنطقة (كل جامعة تبحث في الولاية التي تقع فيها)، ويكون ذلك باشراف أساتذة التعليم العالي من عدة تخصصات، من خلال اجراء مسابقات ولأندية، أو زيارات الى المدارس، أو فتح الأبواب للتلاميذ لزيارة الجامعات وتوسيع بعد النظر لدى التلاميذ، وبعد الاختيار يتم اشراك التلاميذ مباشرة في التعليم المتقدم لتجاوز بعض المراحل التي يمكن الاستغناء عنها، وتركيز الجهود والأموال في خدمة مشاريع واضحة، وليس انفاق من أجل الانفاق.

النتائج والتوصيات:

من بين لنتائج الي توصلنا اليها من خلال هذه الدراسة:

- ✓ قبول الفرضية القائلة بأن هناك تأثير ايجابي لرأس المال البشري على النمو الاقتصادي، وقد أثبتت هذه الفرضية الكثير من الدراسات السابقة، والتي تناولنا بعضها في هذه الدراسة، وقد كانت الفرضية محققة في معظم بلدان العالم، لكن بنسب متفاوتة من دولة الى أخرى؛
- ✓ الدراسات القياسية للعلاقة بين رأس المال البشري والنمو الاقتصادي لا تعطي النتائج المرجوة، بل تبقى الدراسة في شكلها الاحصائي دونما تفصيل لهذه العلاقة، ومن غير اعطاء حلول لكيفية الاستثمار في رأس المال البشري من اجل دعم النمو الاقتصادي؛
- ✓ وجود فجوة بين الدول الصناعية المتقدمة والدول النامية وخاصة العربية منها في جانب بناء الاقتصاد على المعرفة المنتجة، أي الاقتصاد المبني على رأس المال البشري المنتج، وهذا واضح ولا يحتاج أن يكون كنتيجة. ولكن نحن هنا نود أن نشير الى نقطة أخرى وهي متى بدأت الدول المتقدمة بناء اقتصادياتها على رأس المال البشري؟ وما هي الدعائم التي ساعدت في بناء هذه الاقتصاديات القوية؟ وقد خلصنا في هذه النقطة الى:
 - الاهتمام ببناء العنصر البشري الفعّال كان قديم العهد في الدول المتقدمة من خلال التركيز على نوعية التعليم، أما تكوين العنصر البشري بمفهوم الاستثمار في رأس المال البشري الخالق للثروة والمساهم في التنمية فقد بدأ بعد الحرب العالمية الثانية، وازداد الاهتمام به كثيرا في الآونة الأخيرة؛
 - الاستثمار في رأس المال البشري في الدول المتقدمة كان مدروسا من عدة نواحي، وهو ما ساهم في بناء الفرد المحب لبلده، والقادر على احداث التغيير في اساليب الانتاج، والقادر على الابتكار في شتى المجالات؛
 - ومن بين الدعائم التي ساعدت في بناء هذه الاقتصاديات القوية هي أن الاستثمار في رأس المال البشري فيها كان له أثر حتى على الجانب النفسي للفرد، بحيث جعل الأفراد يفكرون أنهم قادرون على بناء بلدانهم من جديد(كما هو الحال في التجربة الصينية، والتجربة الألمانية، والتجربة اليابانية)؛
 - التركيز في بناء رأس المال البشري على الذهنيات قبل الماديات (التركيز على نوعية التكوين قبل التركيز على المباني والتجهيزات والتركيز على الكم في عدد المتخرجين وعدد المسجلين في التعليم)، وأهمية العمل قبل المال (كما اشار الى ذلك مالك بن نبي)؛ لكن في ظل ضمان الحقوق أو ما نسميها بالضروريات التي تساعد على ضمان العيش الكريم، والاحساس بالانتماء، مما يساهم في تقديم الأفضل.

✓ هناك امكانيات بشرية هائلة لدى الجزائر لم تجد الطريق الى ابراز مواهبها، مما اضطرها الأمر الى الهجرة الى دول أخرى للمشاركة في مسابقات عالمية واثبات هذه المهارات، وهو ما يستدعي من الجهات الوصية في الجزائر انشاء خلية استعجال، للتكفل بالابتكار والابداع في الجزائر، دون التركيز على نوعية الشهادة، ولكن بمبدأ التميز يكون بالعمل والانجاز (كما هو الحال في مؤسسة قطر للعلوم التي نتج عنها برنامج نجوم العلوم وهو الآن يقارب العام التاسع)؛

✓ تجسيد النموذج الذي اقترحنه يحتاج ارادة وتعاون من قبل الوزارات الوصية (منها: التربية والتعليم، التعليم العالي، التكوين المهني، الصحة، ووزارة الداخلية)؛

النموذج المقترح يحتاج الى مشاركة الاساتذة المتخصصين (كل في مجاله)، بحيث يكونون من الجزائر، لأنهم يعرفون الوضع المعاش، فلا يمكن أن ينجح نموذج مقترح من طرف جهة غير مطلعة على الاوضاع التي يعيشها التعليم في بلادنا، ولا يمكن تطبيق نموذج نجح في بلدان أخرى لها ظروف غير ظروف الجزائر، ومعطيات غير معطيات الجزائر (كما أشار الى ذلك مالك بن نبي في حالة النموذج الأندونوسي).

المراجع والإحالات:

1 Michael, Robert , Measuring Non-monetary Benefits of Education : A Survey, In Financing Education, Edited by W.McMahon and T.G Geske. Urbana, University of Illinos Press, 1982, P119.

2 Ibid, P 137.

3 Theodore W.Schultz, Investment in Human Capital, The American Economic Review, Vol 51, n°1, March 1961, pp 1-17.

4 أشرف العربي، التنمية البشرية في مصر: الوضع الحالي، أسبابه، انعكاساته، وامكانية تطويره" رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 1997.

5 T.W. Schultz, Investement in Human Capital in Mark Blug – Economics of Education, The English Book Society Pen-guin Books, 1972, P13.

6 Gary S.Becker, Human Capital : A Theoretical and Empirical Analisis, withe Special Reference to Education. 2nd Phoenix ed , University of Chicago Press ,Chicago,1980.

7 اقتصادي هندي حائز على جائزة نوبل في الاقتصاد عام 1998 نتيجة مساهمته في اقتصاد الرفاه.

8 United Nations [UN], Department of International Economic and Social Affairs. Commitee for Development Planing, Strategy : views and Recommendations of Human Resources Development : A Neglected Dimension of Development pp. 17-18 the commitee for Development Planning , New York : UN, 1988,

9 Stager, David. , Economics of Higher Growth 1929-1982, The Canadian Journal of Higher Education, 1985.

10 Bowman, M.& Anderson,C. , Concerning the Role of Education in Development, In: Old Societies and New States, Greertz, C., Free Press, 1963, PP 252-259.

11 Walters,P. Education Change and National Economic Development, Harvard Education Review, 1981,Vol 51. PP 104-105.

12 غادة عبد الرحيم بشر، اقتصاديات البحث العلمي وتأثيره على النمو الاقتصادي المصري، رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة عين الشمس، القاهرة، مصر، 2008، 92.

13 Barro, R, Economic Growth in a Cross Section of Contries, The Quarterly Journal of Economics, 1991, Vol 106, PP 407-443.

14 Barro,R & Lee,J , International Comparison of Education Attainment, Journal of Monetary Economics, 1993, Vol 32.

15 المستويات التعليمية قسمت الى ست مستويات : أمي، لم يكمل التعليم الأساسي، أتم التعليم الأساسي، التحق بالتعليم الثانوي ولم يتمه، أتم التعليم الثانوي، التحق بالتعليم العالي.

16 Denison, E, The Source of Economic Growth in the united States and the Alternatives Before Us, Supplementary, Paper No 13, Committee for Economic Development, New York, 1962.

17 Denison, E , Accounting for United States Economic Growth, 1929-1969, Washington, DC : Brookings Institution, 1974.

– Denison, E , Accounting for United Slower Economic Growth: The United States in the 1970s, Washington DC: Brookings Institution 1979.

– Denison, E , Trend in American Economic Growth 1929 -1982, Washington DC: Brookings Institution, 1985.

¹⁸ Nadiri, I, International Studies of Factor Inputs and Total Productivity : A Brief Survey , Review of Income and Wealth, Vol 18, 1972, PP 129-154.

19 N. Gregory Mankiw, David Romer and David N. Weil, A Contribution to the Empirics of Economic Growth, The Quarterly Journal of Economics, Vol. 107, No. 2 (May, 1992), pp. 407-437.

²⁰ يقصد بفرضية التقارب أن اقتصاديات الدول الفقيرة ستنمو بمعدل أسرع من نمو الدول الغنية، وبالتالي يتقارب متوسط دخل الفرد ومستوى النمو الاقتصادي في الدول الفقيرة والدول الغنية في الأجل الطويل.

²¹ Mincer Jacob, Investment in Human Capital and Personal Income Distribution, The Journal of Political Economy, Vol.55, N°4, August 1958, 281-302.

22 Schultz ,Théodore W., The Economic value of education, Columbia University Press, New York and London, 1963.

23 يمكن أن نعتبر هذا المصطلح هو للدلالة على التنمية البشرية أو الاستثمار في رأس المال البشري بما يخدم التنمية.

24 مالك بن نبي، المسلم في عالم الاقتصاد، دار الفكر، دمشق، ط3، 1987 (إعادة 2000)، ص 67.

25 نفس المرجع السابق، ص ص 70 -71.

26 عبد اللطيف عبادة، صفحات مشرقة من فكر مالك بن نبي، دار الشهاب، باتنة، الجزائر، 1984، ص 53.

27 مالك بن نبي، المسلم في عالم الاقتصاد، مرجع سابق، ص 86.

28 لمزيد من التفصيل أنظر:

العابد ميهوب، مفهوم التنمية في فكر مالك بن نبي، مجلة علوم الانسان والمجتمع، العدد 2، جوان 2012، ص ص 139 - 143.

29 الدكتور شاخنت يشير إليه مالك بن نبي في كتاب: المسلم في عالم الاقتصاد (مرجع سبق ذكره)، في جزئية المعادلة الاجتماعية ص ص 90-96، ويقول عنه أنه يشار له بالبنان في مجال التخطيط الاقتصادي، وأنه حقق النهوض الاقتصادي لألمانيا 1933-1936.

30 قد يظن القارئ لهذا العنوان أن كلمة نموذج هي الصياغة الرياضية للعلاقة بين هاذين المتغيرين (رأس المال البشري والنمو الاقتصادي)، ولكن يجدر بنا الإشارة الى أن النموذج المقترح من قبلنا هو محاولة لصياغة المراحل أو الجوانب التي ينبغي أن يتضمنها الاستثمار في رأس المال البشري لتحقيق الاهداف المرجوة منه، ويكون بذلك عاملاً رئيس في زيادة النمو وبلوغ التنمية (أو تحقيق النهضة كما يشير إليها مالك بن نبي).

31 نقصد بالاستثمار العام في رأس المال البشري: ما تنفقه الدولة على قطاع التعليم وقطاع الصحة والذين يعتبران قطاعين أساسيين في تكوين رأس مال بشري (أفراد متعلمين وأصحاء)، أما الاستثمار الخاص في رأس المال البشري فنقصد به: ما تنفقه المؤسسات على عمالها لتكوينهم وتدريبهم من أجل زيادة إنتاجيتهم (وهو ما يساهم في زيادة الانتاج)، وكذا ما ينفقه الأفراد على انفسهم من اجل الحصول على شهادات اضافية وتكوين متخصص.

32 رومير، أبولو، التربية والتنمية: أفاق افريقية، مستقبلات، المجلد 22 العدد2، مركز مطبوعات اليونيسكو القاهرة، ص 272.

33 في هذه النقطة نستشهد بمشروع يمكن أن نعتبره ناجح الى حد بعيد ، ويمكن أن نقول عنه أنه استثمار مريح ، ونحن هنا نتكلم على مشروع نجوم العلوم الذي أطلقته مؤسسة قطر، وهو قد وصل الى موسمه الثامن (ثمان سنوات) وهو في اطار التحضير للموسم التاسع، وفي الموسم الثامن نال الجزائري بوروبيس المرتبة الثانية بابتكار رائع (تكنولوجي وانساني) قميص ذكي خاص بالمتوحدين ليسير على درب الجزائري الأخر محمد دومير الذي فاز بالمرتبة الأولى في موسم سابق، وقد برزت العديد من الابتكارات التي لم تظهر حتى في الدول الصناعية المتقدمة، وهو دليل على أن دعم ابتكار يكون في خطوته الأولى الايمان به ودعومه معنويًا، قبل الدعم المادي.

³⁴ Maslow .A.H, A Theory of Human motivation, Psychological Review, 1943, V50, 370-396.

35 ونقصد برأس المال البشري الفعال، القادر على العمل بفعالية في ظل وضوح الأهداف.

36 أنظر في هذا الصدد :

- White, Hal, **Problem-Based Learning**, Speaking Of Teaching, Stanford University, 2001 , Vol.11, No.1.

- Barrows, H. , **Problem-based learning in medicine and beyond: A brief overview**. San Francisco, 1996.

³⁷ أنظر :

- Richard M. Felder and Rebecca Brent, LEARNING BY DOING, Chemical Engineering Education, 37(4), 282–283 (2003).

- Peter Thompson, Learning by Doing, Chapter 10 from Handbook of The Economics of Innovation, Edited by Bronwyn H. Hall and Nathan Rosenberg, 2010.

- Arrow.K.J, The Economic Implications of Learning by Doing, chapter in Readings in Book of the Theory of Growth, 1971, PP 131-149.

وهناك العديد من الدراسات في هذا المجال، بحث لا يسعني ذكرها في هذه الورقة.

أثر أزمة انهيار أسعار المحروقات على صناديق الثروة السيادية

- دراسة قياسية في الفترة ما بين سبتمبر 2007 و ديسمبر 2015-

The impact of the collapse of fuel prices on sovereign wealth funds - A standard study between September 2007 and December 2015-

د. قريسي ياسين

جامعة الجزائر / 03 الجزائر

Garicie1@hotmail.fr

د. مجاني غنية

جامعة الجزائر / 03 الجزائر

alphagama@gmail.com

Received: 07/01/2017

Accepted: 26/02/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

تستحوذ أصول صناديق الثروة السيادية النفطية على 56.6% من إجمالي أصول صناديق الثروة السيادية، و يعتبر سعر النفط متغير معنوي و هام جدا في تحديدها. لقد تأثر سعر النفط في الثلاثي الرابع من سنة 2014 بمجموعة من المتغيرات الاقتصادية و السياسة كزيادة العرض من دول خارج OPEC، تباطؤ نمو الطلب العالمي، استغلال الغاز الصخري و ارتفاع مخزون النفط، تراجع مؤشرات اقتصادية في الصين و ارتفاع سعر صرف الدولار، كما ساهم الوضع السياسي المتأزم في مناطق الإنتاج في انهيار أسعار النفط، و لدراسة أثر أسعار المحروقات على هذه الصناديق السيادية تم تقدير نموذج VAR و الاستعانة بتقنية دوال الاستجابة، حيث استنتجنا أن هنالك أثر ايجابي لصدمة أسعار النفط على أصول صناديق الثروة السيادية.

الكلمات المفتاحية: أصول صناديق الثروة السيادية، أزمة انهيار أسعار البترول، نموذج VAR.

Abstract:

During the last years, the assets of oil sovereign wealth funds have known growth thanks to rising oil prices, but from 2014, the price of oil has seen a big decline because of many economic and political factors such as: the increase in the supply of non-OPEC countries, the decline in international demand for hydrocarbons, the exploitation of shale gas, the increase in oil stocks, the decline in China's economic indexes, and the valuation of the exchange rate of the dollar. Moreover, the geopolitical crisis in the production areas played an important role in the fall in oil prices.

In order to measure the impact of oil prices on sovereign wealth funds assets, we opted for the use of the Auto-Regressive Vector Model (VAR), where we deduced the positive effect of oil prices on the assets of the sovereign wealth funds.

Key Words: sovereignwealthfunds, oilcrisis, Auto-Regressive Vector Model (VAR).

تمهید:

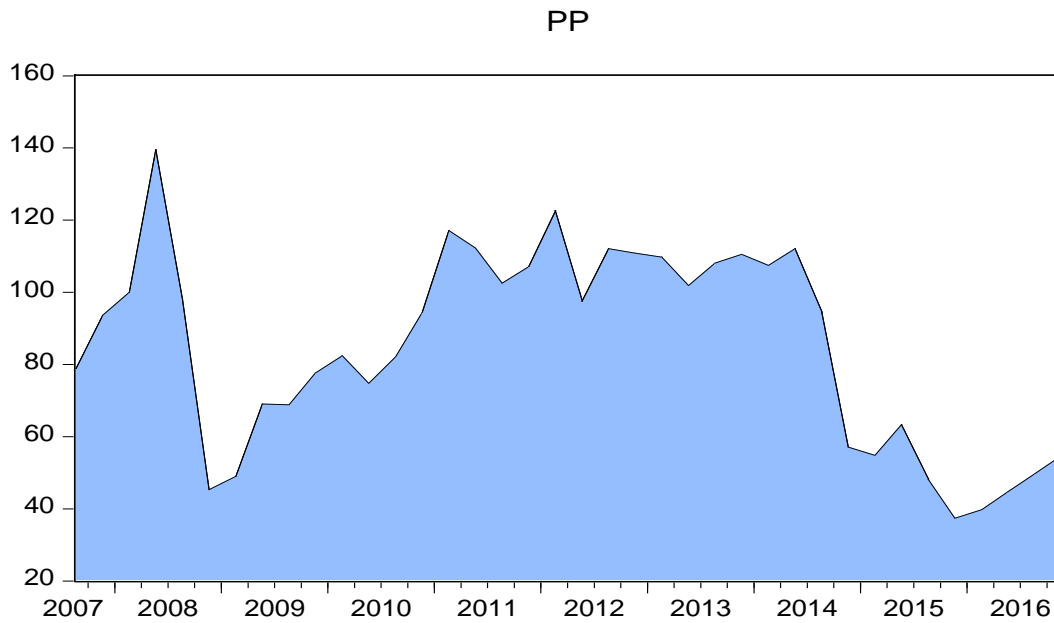
حققت صنادیق الثروة السيادية خلال السنوات الأخيرة نمو في أصولها و استثماراتها ، مستفيدة من ارتفاع أسعار النفط خلال الأربع سنوات الأخيرة من الدراسة، لكن مع بداية استغلال الغاز الصخري في الولايات المتحدة الأمريكية أدى إلى زيادة الكمية المعروضة ، مما أثر سلب على أسعار النفط . كما تواجه الدول المصدرة للنفط تحديات كبيرة مع انخفاض أسعار النفط حيث يؤثر ذلك سلب على التوازنات الاقتصاد الكلي ، من خلال حدوث عجز في ميزانها التجاري و عجز في ميزانيتها العمومية، وانخفاض في مؤشرات الاقتصاد الكلي كإخفاض الناتج الداخلي الخام ، ومنه يتم اللجوء للفوائض النفطية المتركمة في صنادیق الثروة السيادية من أجل مواجهة الأزمة النفطية.

مما سبق ذكره يتضح أن هنالك علاقة بين تقلبات أسعار النفط و حجم أصول صنادیق الثروة السيادية ، و يتم إثبات هذه العلاقة من خلال دراسة قیاسية و عليه يمكن صياغة الإشكالية التالية:

ما مدى تأثير تقلبات أسعار النفط على حجم أصول صنادیق الثروة السيادية ؟

1- أسباب انهيار أسعار المحروقات:

شكل رقم 1 : منحنى أسعار النفط في الفترة ما بين سبتمبر 2007 و ديسمبر 2015.



المصدر : من إعداد الباحثان ، بناء على : BP statistical review of world energy : workbook2015.

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ التقلبات حادة *volatilité* في أسعار النفط ، حيث عرفت الأسعار في الفترة ما بين 2007 و 2008 ارتفاع قیاسيا حين بلغ سعر النفط 140 دولار للبرميل وذلك راجع لفترة الرواج الاقتصادي الذي شهدها العالم في تلك الفترة مما انعكس على زيادة الطلب العالمي على المحروقات ، بالإضافة إلى المضاربات في الأسواق الآجلة على سعر النفط ، لكن في الفترة بين 2008 و 2009 عرفت أسعار البترول

انخفاضاً حاداً ، حيث انخفضت إلى 40 دولار أمريكي مع نهاية 2008 ، حيث تأثرت أسعار النفط بحالة الركود الاقتصادي العالمي الناتج عن أثر أزمة الرهن العقاري و ماصحبتها من تراجع معدل نمو الاقتصاد و انخفاض الطلب على الطاقة ، و عرفت الفترة ما بين 2010 و 2013 تعافي السوق النفطية حيث استقرت الأسعار في مجال يتراوح بين 90،110 دولار أمريكي للبرميل و كان يعزى هذا تدهور الأوضاع السياسية في مناطق الإنتاج (ليبيا ، نيجيريا) ، تقلبات أسعار صرف الدولار الأمريكي بسبب سياسة التسيير الكمي المطبقة من طرف البنك الفيدرالي الأمريكي من أجل مواجهة الأزمة المالية، بالإضافة إلى عامل المضاربة، و عرفت المرحلة ما بين 2014 و 2015 انخفاض حاداً لأسعار المحروقات سوف نفضل في أسبابها كالتالي:

- أسباب تتعلق بقوى العرض و الطلب،¹ و تتلخص في التالي:

- زيادة العرض من دول خارج:²

جدول رقم 1: إنتاج النفط من 2013 إلى غاية 2014. الوحدة: ألف برميل يوميا.

النسبة %	2014	2013	
9.04%	22489	20623	إنتاج دول OECD ³
0.34%	66184	65956	إنتاج دول خارج OECD
-0.09%	36593	36628	إنتاج دول OPEC

المصدر : من إعداد الباحثان ، بناء على : BP statistical review of world energy workbook2015 .

نلاحظ من الجدول أعلاه أن إنتاج الكمية معروضة في دول OECD ارتفعت بـ 9.04% خلال 2014، و يرجع ذلك إلى استغلال الغاز الصخري في هذه الدول، و بالنسبة لدول خارج OECD عرفت نسبة ارتفاع بـ 0.34% ، أما بالنسبة لدول OPEC فعرفت انخفاض طفيف بـ 0.09% ، مما يفسر زيادة الكميات المعروضة من دول خارج OPEC.

- تباطؤ نمو الطلب العالمي:

جدول رقم 2: طلب النفط من 2013 إلى غاية 2014. الوحدة: ألف برميل يوميا.

2014	2013	
45057	45533	طلب دول OECD
47029	45710	طلب دول خارج OECD

المصدر : من إعداد الباحثان ، بناء على : BP statistical review of world energy workbook2015 .

من الجدول أعلاه، نلاحظ أن الكمية المطلوبة خلال 2014 انخفضت بالنسبة لدول OECD بـ 1.04% مقارنة بسنة 2013، كما نلاحظ استقرار الطلب العالمي حيث كان 92.08 مليون برميل في 2014 بينما أصبح 92.86 مليون برميل في 2015 أي بزيادة تقدر بـ 0.8%.

- الطريقة المتبعة من طرف دول OPEC في مواجهة انهيار أسعار النفط:

اتخذت دول OPEC إستراتيجية المحافظة على الحصص السوقية على حساب الأسعار، حيث قررت دول OPEC رفع سقف الإنتاج إلى 31.5 مليون برميل يوميا بزيادة مليون و نصف برميل عن المعدل السابق، وذلك ابتداء من نوفمبر 2014.

- ارتفاع مخزون النفط:

حيث ارتفع المخزون العالمي من النفط إلى مستويات قياسية و الذي بلغ 3 مليار برميل يوميا، فارتفع مخزون الولايات المتحدة الأمريكية من 29.3 مليار برميل خلال سنة⁴ 2004 إلى 48.5 مليار برميل خلال 2014، أي نمو يقدر بـ 65.55%.

- المنافسة من طرف الغاز الصخري⁵:

أدى استعمال تقنية التكسير الهيدروليكي و الحفر الأفقي إلى استخراج الغاز الصخري، مما أدى إلى تحولات كبيرة في السوق النفطية حيث تحولت الولايات المتحدة الأمريكية من مستورد إلى مصدر للمحروقات، وبلغ إنتاج النفط في الولايات المتحدة الأمريكية 9.6 مليون برميل يوميا، و استحوذ الغاز الصخري في أوت 2015 على 57% من إجمالي إنتاج النفط الأمريكي.

- تراجع مؤشرات اقتصادية:

- حيث عرفت اقتصاديات الدول المتقدمة و الدول الناشئة منها BRIC * تباطؤ في النمو الاقتصادي، حيث بلغ معدل النمو العالمي بـ 3.1% في 2015 مقارنة بسنة 2014 و 2013 حيث بلغ معدل النمو 3.3%، أما بالنسبة لدول منظمة OECD فبلغ معدل النمو الاقتصادي 2%، و بالنسبة لصين تراجع معدل النمو من 8% إلى 6.8%، أما بالنسبة للهند تراجع معدل النمو من 7% إلى 6.4%، و هنالك علاقة طردية بين معدل النمو و أسعار النفط، فتراجع معدل النمو مؤشر على تراجع الطلب العالمي على الطاقة و منه يؤدي بالانخفاض على أسعار المحروقات.⁶

- تراجع الأسهم الصينية، حيث انخفض مؤشر هونغ كونغ Hang Seng من 23910,47 نقطة مع نهاية 2013 إلى 22832,21 نقطة مع نهاية 2014 ثم إلى 21882,15 نقطة مع نهاية 2015، حيث يعكس هذا المؤشر قوة الشركات الصينية، و منه تراجع هذا المؤشر يعني تراجع نسبة نمو الاقتصاد الصيني، و بالتالي انخفاض الطلب على استهلاك الطاقة.⁷

- تتأثر أسعار النفط بالبيانات الرسمية لقطاع الصناعات التحويلية في الصين، و الذي يعتبر أكبر محرك لاستهلاك الطاقة ، حيث عرف هذا المؤشر انخفاض ب3% خلال ثلاثة سنوات الأخيرة ، كما عرف مؤشر المشتريات الرسمي في الصين انخفاض إلى 49.7 نقطة معززا التوقعات المتشائمة بشأن الاقتصاد الصيني.

- أسباب نقدية:

-ارتفاع سعر صرف الدولار بسبب قيام البنك الفدرالي برفع سعر الفائدة، مما يؤدي إلى دخول رؤوس الأموال إلى الولايات المتحدة الأمريكية و الزيادة الطلب على الدولار، كما أدى وقوف سياسة ضخ السيولة في الأسواق التي بدأت الولايات المتحدة في تنفيذها منذ 2008، إلى تخفيض عرض الدولار الأمريكي ، ومنه ارتفاع سعر صرف الدولار، و بما أن النفط مسعر بالدولار فهناك علاقة عكسية بين سعر صرف الدولار و سعر النفط.⁸

- أسباب سياسية:

- رفع العقوبات الاقتصادية على إيران، بعد وصول إلى اتفاق للملف النووي الإيراني بين إيران و الولايات المتحدة الأمريكية، مما سوف يؤدي إلى زيادة العرض، حيث تعتبر إيران رابع احتياطي عالمي من النفط الخام ب 153.8 مليار برميل، أي 9.3% من الاحتياطي العالمي.⁹

- ظهور السوق الموازية ، من خلال التنظيم الإرهابي داعش، الذي يقوم ببيع النفط بأسعار منخفضة ليتمكن من شراء الأسلحة ، و يبلغ حجم هذا السوق ب10ألاف برميل يوميا حسب وزير النفط العراقي عادل عبد المهدي.

- يرى بعض المحللين السياسيين، أن أزمة أسعار النفط، عبارة عن عقوبات غير مباشرة لروسيا، من خلال الحد من قدرتها التمويلية، حيث تعتبر روسيا من كبار منتجي و مصدري النفط العالمين ، حيث انخفاض أسعار النفط سوف يؤدي بخلق عجز في الميزانية العامة الروسية، مما يضعف القدرة العسكرية لروسيا خاصة ضد عدوانها على اكرانيا.

-أسباب أخرى:

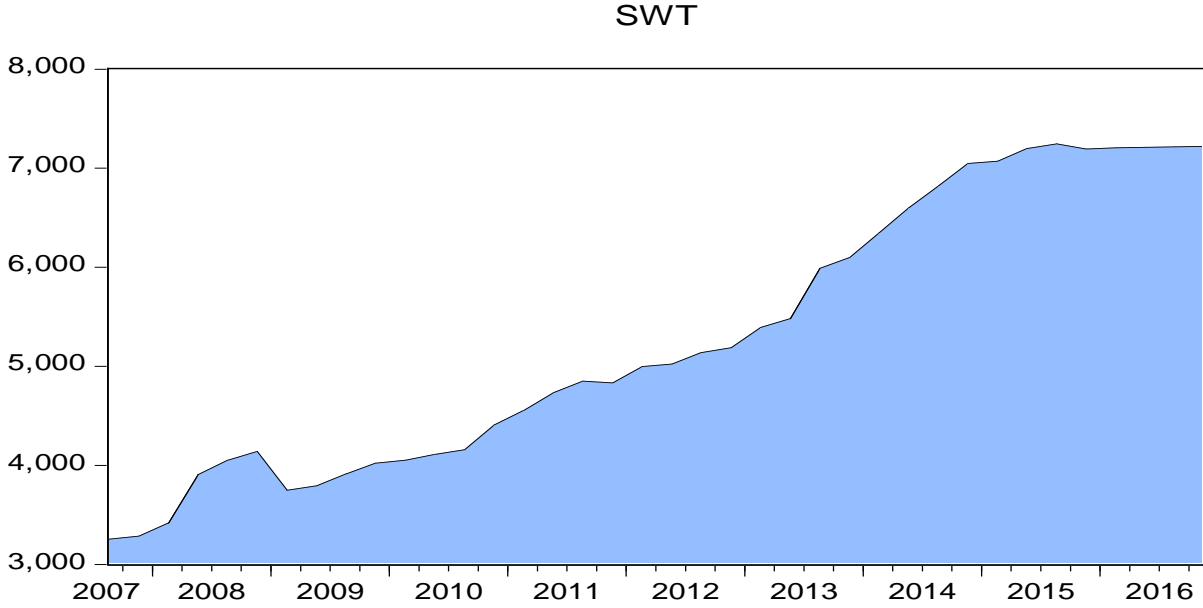
-الظروف المناخية المستقرة في الولايات المتحدة الأمريكية و أوروبا، فعندما تنخفض درجة حرارة الطقس يزيد، استهلاك الطاقة من أجل التدفئة، ومنه زيادة الطلب على الطاقة، وبالتالي ارتفاع أسعار النفط، أما عندما يكون الجو معتدل فإن الطلب على الطاقة ينخفض، مما يؤثر سلب على أسعار المحروقات.

-عامل المضاربة، حيث ازدياد عقود البيع على المكشوف (المضاربة على الانخفاض) في الأسواق الآجلة ، تؤدي إلى اتجاه أسعار نحو الانخفاض، قصد تحقيق الأرباح من طرف المضاربين.

2- تطور حجم أصول الصناديق الثروة السيادية في الفترة ما بين سبتمبر 2007 وديسمبر 2015

سيتم تحليل منحنى تطور أصول صناديق الثروة السيادية خلال فترة الدراسة:

شكل رقم 2: منحنى تطور أصول الصناديق الثروة السيادية في الفترة ما بين سبتمبر 2007 وديسمبر 2015.



source: Sovereign Wealth Fund Institute, Fund Rankings, <https://www.swfinstitute.org/fund-rankings>.

نلاحظ من الشكل أعلاه ، التطور الإيجابي الهائل لحجم أصول صناديق الثروة السيادية ، و يرجع هذا التطور إلى:

- نمو الفوائض التجارية و فوائض عوائد النفطية لدول المالكة لصناديق الثروة السيادية ، مما أدى بهذه الدول إلى ضخ هذه الفوائض في صناديقها السيادية.

- قامت بعض الدول بإنشاء صناديق ثروة سيادية جديدة و نذكر منها :

- صندوق الاحتياطي الروسي الذي تأسس في 2008 بحجم أصول يقدر بـ 88.9 مليار دولار أمريكي.

- صندوق الثروة الوطنية الروسية الذي تأسس في 2008 بحجم أصول يقدر بـ 83.6 مليار دولار أمريكي.

- صندوق سامروك Samruk Kazyna الكزخستاني، الذي تأسس في 2008 بحجم أصول يقدر بـ 77.5 مليار دولار أمريكي.

- الصندوق الاستثمار الاستراتيجي الفرنسي الذي تأسس في 2008 بحجم أصول يقدر بـ 25.5 مليار دولار أمريكي.

- الصندوق الروسية للاستثمار المباشر الذي تأسس في 2011 بحجم أصول يقدر بـ 13 مليار دولار أمريكي.

- الصندوق الاستراتيجي الإيطالي الذي تأسس في 2011 بحجم أصول يقدر بـ 6 مليار دولار.

-حققت العديد من صناديق الثروة السيادية عوائد رأسمالية من تسييرها الجيد لمحافظها الاستثمارية و سوف نأخذ الأمثلة التالية :

-حقق صندوق معاشات التقاعد الحكومي النرويجي عائد يقدر ب13% خلال سنة 2012 و 15.9% خلال سنة 2013،¹⁰ و يبلغ حجم الصندوق ب893 مليار دولار أمريكي.

- حقق جهاز أبوظبي للاستثمار ADIA عائد يقدر ب7.6% خلال سنة 2012 و 7.2% خلال سنة 2013،¹¹ و يبلغ حجم الصندوق ب773 مليار دولار أمريكي.

-حقق الصندوق الاستثماري الإيدار لألبرتا AHSTF عائد يقدر ب6.6% خلال سنة 2013 و 6% خلال سنة 2014، و يبلغ حجم الصندوق ب17.5 مليار دولار أمريكي.¹²

و بتحليل نمو صناديق الثروة السيادية عرفت سنة 2008 نمو يقدر ب25,9% مقارنة ب2007 و يرجع هذا النمو لقيام دول المالكة لصناديق الثروة السيادية العديد من الاستثمارات و ضخ للسيولة لمواجهة لتداعيات أزمة الرهن العقاري، و اغتنام فرص استثمارية على غرار قيام الصندوق السيادي القطري QIA بعملية الاستحواذ على Barclays PLC بقيمة تقدر ب3.48 مليار دولار أمريكي، كذلك سجلت أسعار المحروقات ارتفاعات قياسية خلال سنة 2008، حيث سجل سعر الخام الأمريكي سعر يقدر ب145.33 دولار أمريكي في 3 جويلية 2008، مما أدى إلى تراكم فوائض نفطية معتبرة بالنسبة للدول النفطية، و عرفت سنة 2009 تراجع في نسبة نمو صناديق الثروة السيادية ب2,8%، و يرجع ذلك إلى حالة الركود العالمي جراء أزمة الرهن العقاري، و بالتالي عدم تحقيق فوائض تجارية ضخمة بالنسبة للدول التي تملك صناديق سيادية ممولة بفوائض تجارية هذا من جهة، و من جهة أخرى عرفت أسعار محروقات انخفاض حادا متأثرة بحالة الركود العالمي، حيث سجل سعر الخام الأمريكي 34.65 دولار أمريكي في 19 جانفي 2009، مما انعكس على الدول النفطية بالسلب و بتالي على صناديقها السيادية حيث قامت هذه الدول بسحب من صناديقها، و عرفت سنة 2010 نمو يقدر ب9.6% مقارنة ب2009 و يرجع ذلك الارتفاع في أسعار المحروقات حيث عرف سعر الخام الأمريكي تحسن ملحوظ مقارنة مع سنة 2009 حيث سجل سعر يقدر ب91.21 دولار أمريكي، مما انعكس على أصول الصناديق الثروة السيادية إيجابيا، و عرفت سنة 2011 نفس نسبة النمو أي 9.6% مقارنة ب2010، و يرجع هذا لاستقرار أسعار المحروقات خلال السنة، و شهدت سنة 2012 نمو لحجم أصول صناديق الثروة السيادية يقدر ب7.4% مقارنة بسنة 2011، حيث عرفت هذه النسبة تراجع طفيف مقارنة بسابقتها و ذلك راجع لتداعيات أزمة الديون السيادية على الاقتصاد العالمي، و حققت أصول صناديق الثروة السيادية نمو خلال 2013 قدره 17,5% مقارنة بسنة 2012 و يرجع هذا النمو لاستقرار أسعار المحروقات خلال السنة 2013 و انتعاش الأسواق المالية الدولية، واصلت أصول صناديق الثروة السيادية نموها في 2014، حيث حققت نسبة نمو تقدر ب15,6% مقارنة ب2013 رغم انخفاض أسعار النفط الناتج عن استغلال الغاز الصخري في مناطق الطلب، و تراجعت أصول صناديق الثروة السيادية خلال 2015 خصوصا النفطية منها بسبب لجوؤها لهذه الصناديق لتغطية العجز في ميزانيتها العامة، حيث قامت النرويج بسحب من صندوقها 11 مليار دولار أمريكي في الفترة ما بين ديسمبر 2014 و جوان 2015، حيث تراجعت أصول الصندوق من 893 مليار دولار أمريكي في ديسمبر 2014 إلى 882 مليار دولار أمريكي في جوان 2015، كما قامت إيران بسحب 4.8 مليار دولار

أمريكي من صندوقها لتمويل مشروع لتطوير حقول النفط والغاز، وقامت السعودية بسحب 70 مليار دولار أمريكي من صندوقها السيادي المسمى SAMA، كما لجأت كازاخستان، للسحب من صندوقها السيادي أيضا، حيث تراجع أصوله بنسبة تقدر بـ 16.8%¹³.

وسحبت صناديق الثروة السيادية عبر العالم 19 مليار دولار أمريكي من أصولها خلال الربع الثالث من عام 2015، كما قامت بتحويل 300 مليار دولار من أصولها إلى سيولة، كما تراجع إجمالي أصول صناديق الثروة السيادية خلال الثلاثي الرابع من سنة 2015 بـ 0.6% مقارنة بثلاثي الثالث من نفس السنة، حيث تراجعت الأصول من 7254 مليار دولار أمريكي إلى 7204 مليار دولار أمريكي، وهذا راجع لتأثيرات أزمة انهيار أسعار النفط على صناديق الثروة السيادية.

3- الدراسة القیاسیة لأثر أسعار المحروقات على أصول صناديق الثروة السيادية:

سوف يتم اتخاذ سعر النفط كمتغير مستقل و أصول الصناديق السيادية كمتغير تابع، و تكون فترة الدراسة ما بين سبتمبر 2007 و ديسمبر 2015.

3-1- اختبار سكون (استقرارية) السلاسل الزمنية:

تتصف السلاسل الزمنية المتعلقة بالمتغيرات الاقتصادية بعدم الاستقرار، و ذلك راجع عن مشكلة الانحدار الزائف Spurious regression¹⁴، و سوف يتم الاعتماد على اختبار Augmented Dicky-Fuller من أجل اختبار وجود جذر أحدي في السلاسل الزمنية، و ذلك حسب معايير Akcaike و Schwarz، و تكون فرضية العدم هي وجود جذر الوحدة أي أنه السلاسل الزمنية غير مستقرة¹⁵، و تكون السلسلة الزمنية مستقرة عندما يكون متوسطها الحسابي و تباينها ثابتين عبر الزمن¹⁶.

جدول رقم 3: نتائج اختبار استقرارية لمتغيرات الدراسة.

القرار	استقرارية السلاسل الفرق الأول					استقرارية السلاسل الأصلية					المتغيرات
	الاحتمال عند 5%	ttabulé	tφ	النموذج ج	درجة التأخير	الاحتمال عند 5%	ttabulé	tφ	النموذج	درجة التأخير	
I(1)	0.0028	3.557759-	4.792418-	النموذج 6	0	0.1720	3.562882-	2.914179-	النموذج 6	2	LSWT
	0.0004	2.957110-	4.861415-	النموذج 5	0	0.8440	2.954021-	0.656375-	النموذج 5	0	
	0.0138	1.952066-	2.511397-	النموذج 4	1	0.9999	1.951332-	3.953707	النموذج 4	0	
I(1)	0.0005	3.562882-	5.538059-	النموذج 6	1	0.8742	3.552973-	1.285149-	النموذج 6	0	LPP
	0.0006	2.957110-	4.714458-	النموذج 5	0	0.6408	2.954021-	1.249517-	النموذج 5	0	
	0.0000	1.951687-	4.724145-	النموذج 4	0	0.4256	1.951332-	0.655330-	النموذج 4	0	

المصدر: من إعداد الباحثان، مخرجات برنامج Eviw8.

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن متغيرات الدراسة ليست مستقرة من خلال القيمة المطلقة للإحصائية المقدره تقل عن تلك الدرجة لكل مستويات المعنوية الإحصائية (10%، 5%، 1%) مما يعني قبول فرضية العدم أي وجود جذر الوحدة أي سلسلة على شكل DS، و لكن بعد الأخذ بالفرق الأول أصبحت متغيرات الدراسة مستقرة في مستوى 5%، و بالنسبة للاتجاه العام نلاحظ بالنسبة لسلسلة LSWT نلاحظ أنه غير معنوي، حيث احتمالته يفوق 5% حيث قدر ب69.34%، و بالنسبة لسلسلة LPP، نلاحظ أن الاتجاه العام أيضا غير معنوي، حيث احتمالته يفوق 5% حيث قدر ب24.78%.

2-3- تحديد فترات الإبطاء المثلى VAR Lag Order Selection Criteria:

يتم الاستعانة بهذا الاختبار من أجل تحديد فترة الإبطاء المناسبة بين متغيرات الدراسة، حيث يتم اختيار درجة الإبطاء حسب أكبر عدد من المعايير و المتمثلة في HQ، AIC، SC.

جدول رقم 4: تحديد فترات الإبطاء المثلى لمتغيرات الدراسة

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-7.272417	NA	0.006120	0.579526	0.671135	0.609892
1	73.44774	146.3053*	5.07e-05*	-4.215484*	-3.940658*	-4.124387*
2	77.32954	6.550536	5.13e-05	-4.208096	-3.750054	-4.056268

المصدر: من إعداد الباحثان، مخرجات برنامج Eviw8.

من خلال الجدول و بالاعتماد على معايير AKAIKE و SCHWARZ، يمكن قول أن الإبطاء المقبول هو 1 = p و هذا لأنه أقل قيمة بالنسبة لهذه المعايير.

3-3- اختبار التكامل المشترك Cointegration Test :

يجب أن تكون السلاسل الزمنية لهذه المتغيرات متكاملة من نفس الرتبة ليتم إجراء اختبار التكامل المشترك متعدد المتغيرات، ثم يتم التأكد من وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين المتغيرات، و سوف نقوم باختبار Johansen، و يعني التكامل المشترك بين سلسلتين أن هنالك توافق خطي بينهما يجعل النسبة بينهما ثابتة عبر الزمن.¹⁷

جدول رقم 5: اختبار Johansen لتكامل مشترك لمتغيرات الدراسة

Series: LPP LSWT
Lags interval (in first differences): 1 to 1

Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace)

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Trace Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None	0.330321	17.84836	25.87211	0.3542
At most 1	0.145129	5.017742	12.51798	0.5938

Trace test indicates no cointegration at the 0.05 level
* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level
**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values

Unrestricted Cointegration Rank Test (Maximum Eigenvalue)

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Max-Eigen Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None	0.330321	12.83062	19.38704	0.3419
At most 1	0.145129	5.017742	12.51798	0.5938

Max-eigenvalue test indicates no cointegration at the 0.05 level
* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level
**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values

المصدر: من إعداد الباحثان ، مخرجات برنامج Eviw8.

تعتمد طريقة جوهانسن على نوعين من الاختبارات وهي اختبار الأثر λ_{trace} والقيمة الذاتية العظمى λ_{max} ، حيث تكون λ_{trace} كالتالي :

$$\lambda_{trace} = -n \sum_{i=r+1}^K \ln (1 - \hat{\lambda}_i)$$

لم $r=0$:

$$\lambda_{trace} = -n * ((\ln(1-\lambda_1)+ (\ln(1-\lambda_2)))$$

$$\lambda_{trace} = -32 * ((\ln(1- 0.330321)+ (\ln(1- 0.145129)))$$

$$\lambda_{trace}= 17.84836$$

بما أن القيمة المحسوبة لـ λ_{trace} و المقدر بـ 17.84836 أصغر من القيمة المجدولة و مقدر بـ 25.87211 كما أن الاحتمال الحرج أكبر من % 5، ومنه يتم قبول الفرضية العدم، أي لا يوجد شعاع واحد يؤدي لتكامل مشترك بين أصول صناديق الثروة السيادية و سعر النفط.

لم $r=1$:

$$\lambda_{trace} = -32 * ((\ln(1- 0.145129)))$$

$$\lambda_{trace}=5.017742$$

بما أن القيمة المحسوبة ل λ_{max} و المقدر ب 5.017742 أصغر من القيمة المجدولة و مقدر ب 12.51798 كما أن الاحتمال الحرج أكبر من % 5، ومنه يتم قبول الفرضية العدم، أي لا يوجد شعاع واحد يؤدي لتكامل مشترك بين أصول صناديق الثروة السيادية و سعر النفط.

و من أجل التأكد من النتائج المتحصل عليها في هذا الاختبار سوف يتم الاستعانة باختبار آخر وهو القيمة الذاتية العظمى maximum eigenvalue حيث تساوي λ_{max} :

$$\lambda_{max}(r, r + 1) = -n \ln(1 - \hat{\lambda}_{r+1})$$

ومنه :

$$\lambda_{max}(0,1) = -32 * (\ln(1 - 0.330321))$$

$$\lambda_{max}(0,1) = 12.83062$$

بما أن القيمة المحسوبة ل λ_{max} و مقدر ب 12.83062 أصغر من القيمة المجدولة و مقدر ب 19.38704 كما أن الاحتمال الحرج أكبر من % 5، ومنه يتم قبول الفرضية العدم، أي لا يوجد شعاع واحد يؤدي لتكامل مشترك بين أصول صناديق الثروة السيادية و سعر النفط.

$$\lambda_{max}(0,2) = -32 * (\ln(1 - 0.145129))$$

$$\lambda_{max}(0,2) = 5.017742$$

بما أن القيمة المحسوبة ل λ_{max} و مقدر ب 5.017742 أصغر من القيمة المجدولة و مقدر ب 12.51798 كما أن الاحتمال الحرج أكبر من % 5، ومنه يتم قبول الفرضية العدم، أي لا يوجد شعاع واحد يؤدي لتكامل مشترك بين أصول صناديق الثروة السيادية و سعر النفط.

و نستنتج من اختبار λ_{max} و λ_{trace} أن القيمة المحسوبة أصغر من المجدولة عند $r=1$ و منه ليس هنالك شعاع يؤدي لعلاقات التكامل، مما يعني أن ليس هنالك علاقة توازن طويلة الأجل بين أصول صناديق الثروة السيادية و سعر النفط، و في ظل عدم وجود تكامل مشترك بين متغيرات الدراسة ليتمكن تطبيق نموذج VECM، و منه تما الاعتماد على نموذج VAR.

4-3- تقدير نموذج VAR:

يمكن كتابة نموذج الإنحدار الذاتي VAR لمتغيرات الدراسة وهي أصول صناديق الثروة السيادية و أسعار النفط، على الشكل التالي:

VAR Model - Substituted Coefficients:

$$LSWT = 0.986614989616 * LSWT(-1) + 0.0563217993741 * LPP(-1) + 0.114420029866$$

$$. SSR=0.028940 ، R^2 Adj=0.983098 ، R^2 =0.984155$$

- التفسیر الإحصائی:

-هنالك علاقة طردیة بین معلمة أصول صنادیق الثروة السیادیة و بقیمتها المؤخرة ، حیث كل تغییر فی أصول الثروة السیادیة بوحدة واحدة یقابله تغییر فی نفس الاتجاه فی الفترة الموالیة بقيمة 0.98661 وحدة.

-هنالك علاقة طردیة بین أصول صنادیق الثروة السیادیة و أسعار النفط ، حیث كل تغییر فی أسعار النفط بوحدة واحدة یقابله تغییر فی نفس الاتجاه فی الفترة الموالیة بالنسبة لأصول صنادیق الثروة السیادیة بقيمة تقدر ب0.05632 وحدة.

- قيمة الثابت موجبة ، حیث فی حالة ما یكون أسعار النفط تساوی صفر فإن أصول صنادیق الثروة السیادیة تساوی 0.11442 وحدة.

-بالنسبة لمعامل التحدید : هو أكبر من 0.60، أي نسبة تفسیر المعادلة للمتغیرات السابقة تعتبر $R^2 = 0.98$ وهي نسبة جیدة جدا.

-بالنسبة معامل الارتباط : وهو المعامل الذی یكشف عن درجة العلاقة بین المتغیر حیث $R^2 Adj=0.98$.

-التفسیر الإقتصادی:

التأخیر بالنسبة لأسعار النفط لها علاقة طردیة مع أصول الصنادیق السیادیة و هذا یتوافق مع النظریة الإقتصادیة ، حیث تقوم الدول النفطیة بتحویل الفوائض النفطیة من الجباية النفطیة إلى هذه الصنادیق، فكلما ارتفع سعر النفط یؤدي إلى زیادة المداخل النفطیة، مما یكون فوائض بترولیة تفوق طاقة ابتلاع البلد، مما یؤدي إلى تحویل هذه الفوائض إلى صنادیق الثروة السیادیة و منه زیادة أصولها.

3-5- اختبار معنویة المعلمات:

المعلمات الذی تكون معنویاتها أكبر من 5% حسب قيمة ستیودنت تكون غیر معنویة.

جدول رقم 6: اختبار معنوية المعلمات.

Included observations: 33
Total system (balanced) observations 66

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	0.986615	0.022861	43.15734	0.0000
C(2)	0.056322	0.018641	3.021341	0.0037
C(3)	0.114420	0.215119	0.531892	0.5968
C(4)	-0.310028	0.156976	-1.975007	0.0529
C(5)	0.820318	0.128002	6.408643	0.0000
C(6)	3.413649	1.477126	2.311007	0.0243
Determinant residual covariance		3.32E-05		

المصدر: من إعداد الباحثان ، مخرجات برنامج Eviw8.

نلاحظ من جدول أعلاه أن معلمات أصول الثروة السيادية، سعر النفط معنوية C(1) ، C(2) لأنها أقل من 5%، لكن معلمة الحد الثابت C(3) غير معنوية لأنها أكبر من 5%.

3-6- اختبار البواقي في نموذج VAR:

جدول رقم 7: اختبار البواقي في نموذج VAR.

Lags	Q-Stat	Prob.	Adj Q-Stat	Prob.	df
1	1.489120	NA*	1.538757	NA*	NA*
2	3.764381	NA*	3.970933	NA*	NA*
3	8.390202	0.0783	9.092378	0.0588	4
4	11.58844	0.1705	12.76443	0.1202	8
5	19.68419	0.0733	22.41706	0.0331	12
6	19.96265	0.2219	22.76235	0.1202	16
7	20.99674	0.3973	24.09804	0.2381	20
8	24.51037	0.4327	28.83380	0.2264	24
9	25.65212	0.5922	30.44264	0.3424	28
10	27.14760	0.7108	32.65024	0.4348	32
11	28.86241	0.7951	35.30821	0.5013	36
12	31.08718	0.8427	38.93809	0.5179	40

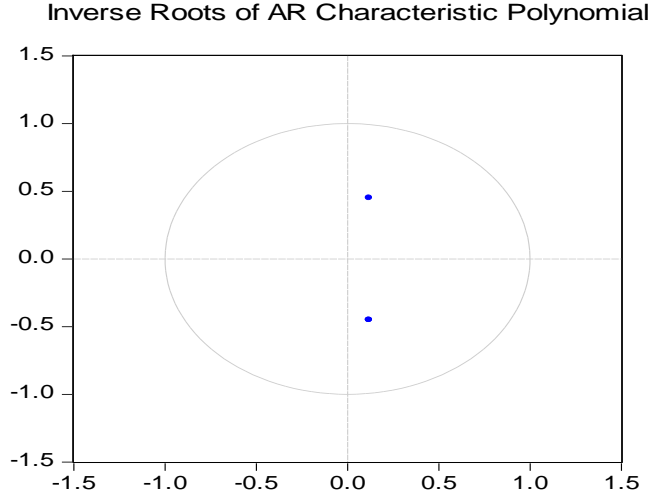
*The test is valid only for lags larger than the VAR lag order.
df is degrees of freedom for (approximate) chi-square distribution

المصدر: من إعداد الباحثان ، مخرجات برنامج Eviw8.

من الجدول أعلاه نلاحظ أن إحصائيات اختبار Ljung-Box غير معرفة إحصائيا خلال فترات التأخر من 3 إلى 12، حيث احتمال قبول فرضية وجود ارتباط ذاتي بين الأخطاء أكبر من 0.05 في كل التأخيرات، ومنه نستنتج أن بواقي النموذج لا ترتبط فيما بينها و هي موزعة توزيعا طبيعيا أي شوشرة بيضاء bruit bla، وهذا يعني أن نموذج أشعة الانحدار الذاتي مقبول و صالح لتفسير و تحليل العلاقة بين سعر النفط و أصول صناديق الثروة السيادية.

3-7- اختبار استقرارية نموذج VAR:

شكل رقم 3: اختبار استقرارية نموذج VAR.



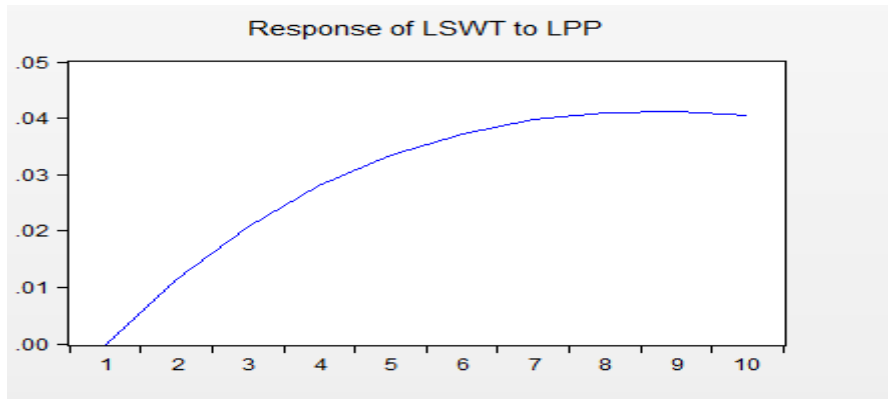
المصدر: من إعداد الباحثان ، مخرجات برنامج Eviws8.

نلاحظ من الشكل أعلاه، أن جميع المعاملات أصغر من الواحد بالإضافة إلى أن جميع الجذور تقع داخل دائرة الوحدة ، مما يعني أن النموذج لا يعاني من مشكلة في عدم ثبات التباين أو مشكلة في ارتباط الأخطاء .

3-8- اختبار استجابة رد الفعل Impulse Response Functions:

يسمح لنا تحليل دوال الاستجابة بقياس أثر المفاجئ لظاهرة معينة على متغيرات الأخرى، و يتطلب هذا الاختبار سلاسل زمنية مستقرة من نفس الدرجة، و يمكن توضيح من خلال الشكل التالي:

شكل رقم 4: اختبار استجابة رد الفعل.



المصدر: من إعداد الباحثان ، مخرجات برنامج Eviws8.

من خلال الشكل اعلاه ، الذي يقدر دوال الاستجابة الفورية الممتدة على 10 فترات ، فإن حدوث صدمة هيكلية إيجابية في أسعار النفط مقدر بانحراف معياري واحد سيكون لها أثر معنوي ايجابي لأصول الصناديق الثروة السیادیة على طول فترة الاستجابة يصل إلى 4% خلال الفترة العشرة من الاستجابة.

3-9- تحليل تفكيك التباين:

جدول رقم 8: نتائج تفكيك تباين خطأ التنبؤ للنموذج المقدر

Variance Decomposition of LSWT:			
Period	S.E.	LSWT	LPP
1	0.031059	100.0000	0.000000
2	0.047570	94.16769	5.832312
3	0.063181	85.89892	14.10108
4	0.078329	78.03764	21.96236
5	0.092793	71.35539	28.64461
6	0.106305	65.87415	34.12585
7	0.118670	61.41682	38.58318
8	0.129772	57.78770	42.21230
9	0.139564	54.82039	45.17961
10	0.148057	52.38393	47.61607

المصدر: من إعداد الباحثان ، مخرجات برنامج Eviw8.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ معظم التغيرات الحاصلة في أصول صناديق الثروة السیادیة تتعلق بصدمات المتغير نفسها ، بمساهمة قدرها 100 % خلال الفترة الأولى، ثم تأخذ في الانخفاض حتى تصل إلى نسبة تقدر ب52.38% خلال الفترة العشرة التي تلي الصدمة، كما نلاحظ تزايد نسبة تباين لصدمة سعر النفط في تفسير التغير في أصول صناديق الثروة السیادیة، حيث انتقل من نسبة تقدر ب5.83% خلال الفترة الثانية إلى نسبة تقدر ب47.61% خلال الفترة العشرة.

3-10- اختبار العلاقة السببية بين متغيرات الدراسة Granger Causality :

من أجل الكشف على العلاقة السببية بين متغيرات الدراسة سيتم إجراء اختبار Granger Causality، حيث في حالة القيمة الاحتمالية التي تكون أصغر من مستوى معنوية 5%، يتم رفض فرضية العدم و القائلة بعدم وجود علاقة سببية ومنه قبول الفرضية البديلة، أي وجود علاقة سببية بين متغيرات الدراسة.

جدول رقم 9: اختبار العلاقة السببية بين متغيرات الدراسة

Lags: 2

Null Hypothesis:	Obs	F-Statistic	Prob.
LSWT does not Granger Cause LPP	32	2.18369	0.1321
LPP does not Granger Cause LSWT		6.81807	0.0040

المصدر: من إعداد الباحثان، مخرجات برنامج Eviw8.

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن القيمة الاحتمالية أصغر من مستوى معنوية 5% ، أي أن سلسلة أسعار النفط تسبب في سلسلة أصول صناديق الثروة الاقتصادية.

نتائج البحث :

من خلال الدراسة نستخلص النتائج التالية:

-تفاعل العديد من العوامل الاقتصادية و السياسية ، أدت إلى انهيار أسعار النفط .

-رغم نمو الطالب العالمي، لكن لم يستطيع مسايرة النمو في العرض ، حيث يعتبر استغلال الغاز الصخري أهم عامل في ارتفاعه.

-زادت قرارات OPEC من حدة الأزمة ، من خلال تبني إستراتيجية الحفاظ على الحصص و عدم تخفيض سقف الإنتاج.

-زادت الظروف السياسية المتدهورة في مناطق الإنتاج في انخفاض أسعار النفط، من خلال ظهور سوق موازية، كما أدى وصول لاتفاق بين إيران و الولايات المتحدة الأمريكية حول الملف النووي الإيراني إلى زيادة إنتاج الإيراني و منه زيادة الكميات المعروضة من النفط.

- هنالك علاقة طردية بين أصول صناديق الثروة السيادية و أسعار النفط ، حيث كل تغير في أسعار النفط بوحدة واحدة يقابله تغير في نفس الاتجاه في الفترة المالية بالنسبة لأصول صناديق الثروة السيادية بقيمة تقدر ب 0.0797وحدة.

-هنالك علاقة طردية بين معلمة أصول صناديق الثروة السيادية و بقيمتها المؤخرة ، حيث كل تغير في أصول الثروة السيادية بوحدة واحدة يقابله تغير في نفس الاتجاه في الفترة المالية بقيمة 0.0403 وحدة.

-هنالك صدمة إيجابية بين سعر النفط و أصول صناديق الثروة السيادية.

-رغم عدم تأثر أصول الصناديق الثروة السيادية النفطية بشكل كبير في المدى القصير ، إلا أنها توقفت عن النمو ، حيث توقفت الدول المالكة لها في ضخ الفوائض النفطية نظرا لانهيار أسعار البترول.

-ساهمت إستراتيجية تنويع الاستثمارات لصناديق الثروة السيادية إلى تحقيق نسب مردودية عالية ، مما أدت إلى استقرار أصول هذه الصناديق رغم انهيار أسعار النفط .

مقترحات و حلول:

- نقتراح استثمار أصول صناديق الثروة السيادية في الأقتصاديات المحلية لهذه الدول من أجل تنويع اقتصاديتها و بتالي الخروج من التبعية لقطاع المحروقات ، و استخدام هذه الأموال لدعم التوازنات الكلية للدول النفطية كتقليص العجز في الميزانية العامة و تخفيض المديونية.

المراجع والإحالات:

- ¹ . OPEC Monthly Oil Market Report 2016, Review of 2015 outlook for 2016 , December 2015 , p3.
- ² . Organization Of Petroleum Exporting Countries:OPEC ، منظمة بلدان المصدر للبترول، وتضم الدول التالية: الجزائر، أنغولا، إكوادور، الغابون، إيران، العراق، الكويت، ليبيا، نيجيريا، قطر، الإمارات العربية المتحدة، السعودية، فنزويلا، اندونيسيا.
- ³ . Organisation for Economic Co-operation and Developmen:OECD ، منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، وتضم الدول التالية:أستراليا، النمسا، بلجيكا، كندا، الشيلي، جمهورية الشيك، الدانمرك، استونيا، فلندا، فرنسا، ألمانيا، اليونان، مجر، اسلندا، إسرائيل، إيطاليا، اليابان، ليتوانيا، لكسنبورغ، المكسيك، نيوزيلندا، هولندا، نرويج، بولونيا، برتغال، سلوفينيا، سلوفاكيا، كوريا الجنوبية، اسبانيا، السويد، سويسرا، تركيا، بريطانيا، الولايات المتحدة الأمريكية.
- ⁴ . تم اخذ 2004 كسنة أساس.
- ⁵ . BP Statistical Review of World Energy June 2015,p6.
- ⁶ . OPEC Monthly Oil Market Report 2016, Review of 2015 outlook for 2016 , December 2015 ,p10.
- ⁷ . هيئة الاستثمار الأوربية: <http://www.euroinvestor.fr/hangseng/> تاريخ الإبطلاع:2016/01/16. هيئة الاستثمار الأوربية: <http://www.euroinvestor.fr/hangseng/> تاريخ الإبطلاع:2016/01/16.
- ⁸ . الجنابي نبيل مهدي ، كريم سالم حسين، العلاقة بين أسعار النفط الخام وسعر صرف الدولار باستخدام التكامل المشترك و سببية Granger كلية الادارة والاقتصاد، جامعة القادسية، ص 07 . تاريخ التحميم: 2015/10/26: <http://www.freit.org/WorkingPapers/Papers/TradePolicyGeneral/FREIT293.pdf>
- ⁹ . تحتل فينزولا المرتبة الأولى باحتياطي يقدر ب300.9 مليار برميل، أي 17.7% من الاحتياطي العالمي، المرتبة الثانية العربية السعودية ب266.6 مليار برميل، أي 15.7% من الاحتياطي العالمي، المرتبة الثالثة كندا ب172.2 مليار برميل، أي 10.1% من الاحتياطي العالمي.
- ¹⁰ . GOVERNMENT PENSION FUND GLOBAL, Annual Report of 2013.2014,p9.
- ¹¹ . Abu Dhabi Investment Authority, Annual Report of 2013.2014,p8.
- ¹² . Alberta Heritage Savings Trust Fund, Annual Report of 2014.2015,p13.
- ¹³ . SAMA: Saudi Arabian Monetary Agency مؤسسة النقد العربي السعودي القابضة الخارجية
- ¹⁴ . BOURBONNAIS Régis , économétrie, dunod , 5eme édition , paris 2003 , p225.
- ¹⁵ . D.A.Dickey, W.A.Fuller., Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root, Econometrica, 1981, 49, pp. 1057-1072.
- ¹⁶ . تومي صالح ، مدخل لنظرية القياس الاقتصادي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1999 ص173.
- ¹⁷ . Bourbonnais Regis ,Op – Cit , P227.

تقدير دالة التحصيل الضريبي والتنبؤ لقيمه المستقبلية
- حالة الجزائر للفترة 1990 : 2020 -

*Estimation de la fonction de recouvrement des impôts et prévision de ses
valeurs futures*

- Le cas de l'Algérie pour 1990: 2020 -

د. محمد الهادي ضيف الله
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي / الجزائر
Difmh2008@hotmail.fr

د. هشام لبزة
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي/ الجزائر
hichamlebza@gmail.com

Received: 08/01/2017

Accepted: 28/02/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

لقد احتلت الضريبة موقعا بارزا في السياسة الاقتصادية للدولة لذا أصبحت وسيلة تدخل في الحياة الاجتماعية والاقتصادية، وأصبح التحصيل الضريبي إحدى أهم الوسائل المالية التي تمكن الدولة من التدخل في النشاطات الاقتصادية والإنتاجية وتوجيه هذه النشاطات إلى الوجهة السليمة. وخلصت هذه الدراسة بأن قيمة التحصيل الضريبي تصل إلى 4965.2 مليار دينار جزائري خلال سنة 2020 أي بنسبة ارتفاع قدرها 48.15% مقارنة بالسنة 2017. **الكلمات المفتاحية:** الضريبة، طرق التقدير، التحصيل الضريبي، مستقبل الضرائب.

Résumé:

L'impôt a été classé en bonne place dans la politique économique de l'Etat, de sorte qu'il est devenu un moyen d'intervention dans la vie sociale et économique, la perception des impôts et est devenu l'un des moyens financiers plus importants pour permettre à l'État d'intervenir dans les activités économiques et productives et diriger ces activités vers la destination appropriée.

L'étude a conclu à ce sujet que la valeur de la perception des impôts jusqu'à 4965.2 milliards dinars algériens au cours de l'année 2020, ce qui représente une augmentation de 48,15% par rapport à l'année 2017.

Mots-clés: impôts, méthodes d'estimation, la perception des impôts, l'avenir des impôts.

تمهيد:

لا يمكن تصور دولة يكون فيها الإلتزام بدفع دين الضريبة من قبل المكلفين كاملاً، بل إن دين الضريبة وتحصيله من المسائل المهمة، التي واجهت وتواجه الإدارة الضريبية، بل إنها من القضايا المعقدة، لما لها من أثر مباشر على الحصيلة الضريبية للخرزانة العامة، وإرتباط ذلك بالوضع الإقتصادي العام، إلى جانب ما تُحدثه من إنعكاسات في العلاقة بين المكلف والإدارة الضريبية، والتي قد تتفاقم لتدخل في مرحلة من مراحلها دائرة الخصومة القضائية سواء كان المكلف شخصاً عادياً أو إعتبارياً كالشركات والمؤسسات والهيئات، ولا ينشأ الدين الضريبي إلا بنشوء الواقعة القانونية¹، وسنتطرق في هذه الدراسة إلى كيفية تقدير وتحصيل الضريبة.

أولاً: قواعد تقدير الضريبة

يقصد تقدير الضريبة تحديد دين الضريبة، أي تحديد المبلغ الذي يتعين على المكلف دفعها، ولكي تحدد الإدارة الضريبية دين الضريبة يجب عليها أولاً أن تتحقق من أن كافة شروط فرض الضريبة تنطبق على شخص هذا المكلف بالتحديد. وتتمثل هذه الشروط في تحقق الواقعة المنشئة للضريبة، حصر المادة الخاضعة للضريبة وتحديد مقدارها وقيمتها².

1- الواقعة المنشئة للضريبة: يتولى القانون الذي يقرر فرض ضريبة معينة إلى تحديد القواعد العامة لها، أي الشروط العامة اللازمة لتطبيق الضريبة.

من ثم فإن دين الضريبة لا يتحقق بذمة شخص ما لمجرد صدور قانون الضريبة وإنما يتطلب الأمر أن يتحقق بالنسبة له الشرط الذي حدده قانون الضريبة، وهو ما يعرف بالواقعة المنشئة للضريبة، والتي تتمثل بحصول الدخل في نهاية السنة المالية بالنسبة لضريبة الدخل وتملك رأس المال الخاضع للضريبة بالنسبة للضريبة على رأس المال وعبور السلع للحدود بالنسبة للضريبة الجمركية.

تحديد لحظة نشوء الدين الضريبي في ذمة المكلف بالضريبة له أهمية كبرى من الوجهة القانونية، إذ تبدأ المواعيد القانونية في تلك اللحظة التي تبدأ فيها تحقق الواقعة المنشئة، كما أن العبارة بالسائد وقت تحققها ومن ثم فإن سعراً جديداً لا يسير بأثر رجعي، وإنما تستمر الدولة بتخصيص دين الضريبة على أساس السعر الذي كان سائداً وقت تحقق الواقعة المنشئة، كما أن التقادم الخاص بالضريبة يحتسب من لحظة نشوء دين الضريبة لتحقيق الواقعة المنشئة لها³.

ثانياً: طرق تقدير الضريبة

تقسم طرق التقدير إلى قسمين القسم الأول يرتبط بالبيئة وأداتها إقرار المحول أو إقرار يصدر عن من نقلت إليه مادة الضريبة، ومن ثم التقدير المباشر، والقسم الثاني يعتمد على التقدير الغير مباشر لمادة الضريبة إذ يستند في ذلك أكثر ما يكون إلى القرائن والدلائل.

1- التقدير المباشر: تلزم الإدارة الجبائية الممول بالإفصاح عن القيمة الحقيقية لمادة الضريبة بحيث يستند الإخضاع الضريبي والحال كذلك إلى الإقرار بدخل حقيقي يطابق الواقع، وقد يتقدم بالإقرار في هذه الحالة المكلف نفسه، كما قد يتقدم بالإقرار غير المكلف⁴.

1-1- التقدير بواسطة المكلف: حسب هذه الطريقة يلتزم المكلف بتقديم إقرار (تصريح) للإدارة الضريبية عن نتيجة أعماله كما هو مثبت في دفاتره ومستنداته.

تصطدم هذه الطريقة بإمكانية لجوء الممول للتقليل من قيمة المادة الخاضعة للضريبة المصرحة، بذلك يتهرب جزئياً من الضريبة، و عليه يخضع القانون تصريحات الممولين لرقابة الإدارة الضريبية للتأكد من صحتها. في هذا السياق يخول القانون الضريبي الجزائري لأعوان الإدارة الضريبية برتبة مراقب على الأقل، حق الإطلاع على محاسبة المكلفين، وطلب الكشوف المفصلة لدى الإدارات العمومية والخاصة عن المكلفين الذين هم محل رقابة ضريبية⁵.

2-1- التصريح المقدم من الغير: قد يكلف غير الممول في بعض الحالات بالإفصاح عن مادة الضريبة الخاصة بالمكلف، كما في حالة صاحب العمل الذي يقدم إقراراً عن المرتبات والأجور التي يدفعها لموظفيه، والناشر الذي يقدم إقراراً عن حقوق التأليف التي يدفعها للمؤلفين، والمستأجر الذي يقدم إقرار عن قيمة الإيجار المدفوع للمالك.

وينطوي هذا القرار على كثير من المزايا، أهمها القضاء على العديد من فرص التهرب؛ إذ أن مقدم الإقرار ليس من مصلحته إخفاء بعض عناصر مادة الضريبة، فضلاً عما قد يتعرض له من جزاءات لا تتعادل مع مصلحة ما ترجى له من وراء الإخفاء⁶.

3-1- مزايا التقدير المباشر: إن اعتماد أسلوب التقدير المباشر يحقق ما يلي⁷:

- تخفيف العبء عن الإدارة الضريبية في عملية التقدير.
- زيادة الحصيلات الضريبية وتحقيق العدالة النسبية للمكلف وخزينة الدولة.
- تنمية وتقوية جسور الثقة بين المكلفين والإدارة الضريبية.
- تبسيط إجراءات العمل داخل الدائرة وتخفيف العبء عن المكلف بحيث يقلل من الإجراءات الروتينية.
- تحمي المكلف من تحكم مصلحة الضرائب⁸.

2- التقدير غير المباشر: يتم فيها التقدير وفقاً لأمر خارجي تستند إليها الإدارة كدليل إجراء التقدير⁹، أي تقدر المادة الضريبية بصورة تقريبية طبقاً لدلائل أو قرائن معينة¹⁰.

2-1- التقدير بواسطة المظاهر الخارجية: حسب هذه الطريقة، ويتم تقدير قيمة وعاء الضريبة على أساس عدد من المظاهر الخارجية التي تعبر عن درجة يسر المكلف فيمكن مثلاً الاستدلال بالقيمة الإيجارية لسكن الممول، أو محل عمله، عدد العمال، وعدد السيارات التي يملكها... إلخ. تمتاز هذه الطريقة بالسهولة في تطبيق، والتقليل من حالات الغش والتهرب من دفع الضريبة خصوصاً وإذا أحسن إختيار المظاهر الخارجية.

ويعاب عليها أنها تؤدي إلى فرض الضريبة على أساس قد يبتعد عن الواقع كما أن تساوي المظاهر الخارجية، قد يؤدي إلى فرض ضريبة متساوية بالنسبة للأشخاص، وذلك بالرغم من اختلاف ظروفهم ودخولهم بالإضافة إلى أنه يمكن تجنب الضريبة باللجوء إلى التقليل من المظاهر الخارجية كأن يعتمد الأشخاص إلى نسب أملاكهم إلى أولادهم و أزواجهم... إلخ¹¹.

2-2- التقدير الجزافي: تقوم الدوائر المالية حسب هذه الطريقة بتقدير وعاء الضريبة بشكل إجمالي وتقريبي مستعينة بذلك بعدد من القرائن، مثلاً يتم تقدير الأرباح التجارية على أساس رقم الأعمال، وإن كان غالباً ما يتم تحديد وعاء الضريبة من خلال معطيات عامة دون البحث والتدقيق في حقيقة الدخل المتحقق وتفصيلاته. ويتمتع هذا الأسلوب بالبساطة والسهولة ولكن بالمقابل فإن هذا لهذا الأسلوب محاذيره حيث تفرض هذه الضريبة على إيراد مفترض ولا يقدر بشكل صحيح الدخل الحقيقي للمكلف مما يولد خلافات مستمرة بين المكلف والإدارة المالية¹².

2-3- التقدير الإداري: تقوم الإدارة الجبائية ذاتها بتحديد قيمة مادة الضريبة، معتمدة في ذلك على شتى العناصر التي تستطيع التعرف عليها، بما في ذلك إقرار يتقدم به الممول، يتضمن تاريخ حياته ودخوله الإجمالية... وغيرها من البيانات¹³.

ثالثاً: تحصيل الضريبة

يطلق مصطلح تحصيل الضريبة على مجموع العمليات التي تهدف إلى نقل مبالغ الضريبة من جيوب المكلف إلى صناديق الخزينة. وعلى ضوء هذا التعريف فإن مرحلة التحصيل تعتبر فيها الضريبة قد وصلت إلى آخر مراحلها، وأن كافة المراحل السابقة إنما كانت تهدف وتمهد إلى هذه المرحلة¹⁴.

1- مواعيد التحصيل: تحديد مواعيد تحصيل الضرائب أي تحديد الوقت اللازم للملائم للمكلف بدفع الضريبة حتى لا يكون هناك تعسفاً في إجراءات الإدارة الضريبية تؤدي بالمكلف بدفع الضريبة إلبالتهرب أو إلى الغش الضريبي، وتختلف مواعيد التحصيل على حسب إختلاف مصدر الضريبة:

- إذا كانت المادة الخاضعة للضريبة تتمثل في رأسمال فإن الوقت الملائم لدفعالضريبة يكون عند التنازل عنه سواء بالبيع أو بالوراثة وذلك لأن في هذا الوقت يتم إعادة تقدير رأسمال.
- وفي حالة ما تكون المادة الخاضعة للضريبة تتمثل في دخل الأفراد فإن الوقت الملائم يكون عند حصول الأفراد على أجورهم والتي تكون شهريا وكذلك عندإنفاقهم للدخل عن طريق إقتناء السلع والخدمات وعملية التحصيل تكون شهرية أو ثلاثية.
- وفي حالة ما تكون المادة الخاضعة للضريبة تتمثل في أرباح المؤسسات فالوقت الملائم يكون سنويا حسب القانون الجزائري، والتحصيل يكون على أربعة أقساط على أساس أرباح السنة الماضية. ويوجد القسط الخامس يدفع في السنة المقبلة يتمثل في تصفية الضريبة بمقارنة الربح الحقيقي خلال السنة ومجموع الأقساطالأربعة المدفوعة¹⁵.

2- الجهة المختصة في التحصيل: إذا كان التحصيل دين الضريبة في الوقت الحالي يتم بمعرفة موظفي الدولة، إلا أن الأمر لم يكن كذلك في الماضي. فكان تحصيل عدد كبير من الضرائب يتم عن طريق نظام الإلتزام، وبمقتضى هذا النظام يتعهد فرد أو هيئة بدفع مقدار الضريبة مقدما للدولة، ثم يتولى عملية التحصيل فيما بعد لحسابه الخاص، بمساعدة السلطات الإدارية له في هذا الشأن. حتى تم إلغاءه في منتصف القرن التاسع عشر. ولقد ألغي هذا النظام لعيوبه الكثيرة، التي تتلخص في أن الخزنة العامة لا تحصل على كل المبالغ من المكلفين، وإنما تحصل فقط على المبلغ الذي يدفعه لها الملتزم (الفرد أو الهيئة). بالإضافة إلى أن الدولة كانت تعطي للملتزم سلطات واسعة، وفي هذا الصدد، وكثير ما كان يسئ إستعمالها ويتحكم في الأفراد. ولهذا عدلت كافة

الدول عن هذا الأسلوب، وأصبحت تحصل الضرائب عن طريق الإدارات الضريبية والمالية¹⁶، ففي الجزائر مثلاً تتولى الإدارة العامة للضرائب، الإدارة العامة للجمارك عملية التحصيل¹⁷.

رابعاً: طرق التحصيل الضريبي وضمانته

طرق التحصيل الضريبي: لا شك أن هناك العديد من الإعتبارات والمتغيرات التي لا بد من أخذها في الحسبان عند إختيار أسلوب التحصيل لكل ضريبة على حدة¹⁸، يتم تحصيل الضريبة بعدة طرق أهمها:

1-1- التوريد المباشر: وذلك بقيام الممول بسداد قيمة الضريبة المستحقة عليه مباشرة إلى الإدارة من واقع الإقرار الذي يقدمه عن دخله أو ثروته. أو بعد إتمام الربط النهائي للضريبة و صدور قرار الربط الخاص بذلك ويقصد بربط الضريبة إحتساب قيمتها المستحقة للضريبة إما من خلال الضرائب النسبية أو التصاعديّة أو التنازلية.

1-2- الأقساط المقدمة: وفقاً لهذه الطريقة، يكون للممول من الخبرة ما يمكنه من تقدير قيمة الضريبة التي تستحق عليه في نهاية العام بطريقة تقريبية، ويكون لدى الممول من بعد النظر ما يجعله يقوم بتوريد المبالغ في شكل أقساط (شهرياً أو كل ثلاثة شهور) مقدّمة تحت حساب الضريبة.

ثم تتولى الإدارة الضريبية في نهاية العام إتخاذ إجراءات الربط و تحديد دين الضريبة. ثم تقوم بعملية التسوية على أساس ما دفعه من أقساط خلال السنة، فتطالبه بدفع ما تبقى عليه أو ترد له من قيمة الضريبة، أو ترحل هذا المبلغ كقسط مقدم تحت حساب الضريبة¹⁹.

1-3- الحجز من المنبع: كما تلجأ الإدارة بصدد تحصيل الضرائب إلى طريقة الحجز من المنبع التي تتميز عن غيرها من طرائق الجباية من ناحية لجوء الإدارة إلى تطبيقها في اللحظة التي يحصل فيها الممول على الدخل. فلا تنتظر لحين إنقضاء مدة على حصوله عليه بجانب غيره من الدخول الجديدة. الأمر الذي يؤدي إلى توريد الدولة تباعاً بحصيلة ضريبية مستمرة²⁰.

2- ضمانات تحصيل الضريبة: يتمتع القانون الضريبي بذاتية خاصة تميزه عن غيره من القوانين والتشريعات الأخرى وحتى يضمن تحصيل دين الضريبة تحصيلاً كاملاً غير منقوص وتوريده إلى الخزنة العامة، ولضمان حصول الدولة على مستحقاتها من الضرائب فقد أحاط المشرع هذا الحق بعدة ضمانات ومن أهم هذه الضمانات²¹:

- تقرير حق إمتياز لدين الضريبة على معظم الديون الأخرى. حيث يستوفى دين الضريبة قبل غيرها من الديون الأخرى ويكون للخزنة العامة حق التتبع للحصول على المبالغ المستحقة ضماناً للتحصيل²².
- إعطاء قانون لإدارة الضرائب و ضمانات ورتب لها حقوق للوصول إلى المادة الخاضعة للضريبة عن طريق الإطلاع على الوثائق والمستندات²³.
- تعطي التشريعات الضريبية للإدارة الضريبية سلطات توقيع الحجز على أموال المدين بدين الضريبة، في حقها أن توقع الحجز التحفظي وكذلك الحجز التنفيذي، وكذلك فإن القوانين والتشريعات الضريبية تقر عقوبات وجزاءات رادعة ضد كل مكلف يتخلف عن دفع الضريبة أو يتهرب منها²⁴.

- تقرير قاعدة "إدفع ثم إسترد" وبذلك لا يترتب على تقديم الأموال معارضة أو تظلم "شكوى، طعن" في ربط الضريبة وقت دفعها، إذ يجب على المكلف أن يدفع الضريبة أولاً، وإذا أراد أن يطعن فلا يؤثر على إلزامه بالدفع²⁵.

تعد كافة وسائل مكافحة التهرب الداخلي في نفس الوقت ضمانات لتحصيل الضريبة²⁶.

خامساً: الآثار الاقتصادية للضرائب

لابد من دراسة آثار الضرائب الاقتصادية للحكم على سلامة السياسة الضريبية القائمة أو المساعدة في رسم سياسة ضريبية جديدة، ومما تقدم يتضح أن تكون نتائج دراسة الضرائب الاقتصادية محل جدل بين العلماء و سنعرض فيما يلي جوانب الأنشطة الاقتصادية التي تتأثر بالضرائب.

1. أثر الضرائب على الإستهلاك والإدخار:

إن فرض الضرائب يؤدي إلى بشكل عام إلى تخفيض الإستهلاك، وخاصة إستهلاك أصحاب الدخل المحدودة، لأن إقتطاع جزء من دخولهم على شكل ضرائب يحد من قوتهم الشرائية، لأن الدخل المعد للإنفاق سوف ينخفض. نلاحظ هذا جلياً في الدول النامية، حيث تدني الدخل وإقتطاع جزء كبير من الدخل للإنفاق الإستهلاكي، إذ تصل هذه النسبة في بعض الدول إلى 90%. كما أن إستهلاك الأغنياء يتأثر من الضرائب ولكن بنسبة ضئيلة.

إلى جانب أثر الضرائب على الإستهلاك يوجد أثر على الإدخار، ولكن المتضرر من ذلك هم الأغنياء، لأن بإمكانهم أن يقطعوا جزء من دخلهم على شكل إدخار، فزيادة الضرائب يؤدي إلى تخفيض إدخارهم أما الفقراء فإن تأثيرهم يكون قليل جداً، لأن إدخارهم منخفض جداً.

وفيما يتعلق بالضرائب غير المباشرة، فيتوقف أثرها على نوع السلع التي تفرض عليها، فالسلع الكمالية يكون الإقبال عليها قليل لذا فإن تأثير الضرائب عليها يكون متدني، أما سلع الإستهلاك الجاري فإن أثر الضرائب عليها يكون محدود لأن الأفراد قد اعتادوا على إستهلاكها²⁷.

أثر الضرائب على الإستثمار: الإستثمار هو صافي الإضافة الحاصلة إلى مجمل ثروة المجتمع التي تتحقق إذ الم يستهلك الدخل الجاري (أي الإنتاج الجاري) بأكمله.

فالسياسة الضريبية تستطيع بشكل خاص المساهمة في تشجيع الإستثمارات وذلك بواسطة المزايا الضريبية التي تجذب الأفراد الذين لديهم القابلية للإستثمار إضافة إلى ضمان إستقرار النظام الضريبي على الأقل بالنسبة لبعض الضرائب لاسيما ضريبة الدخل، إضافة إلى أنه على القانون المحلي أن يشجع ضمان مثل هذا الإستقرار بواسطة التدخل بالإتفاقيات بين المستثمرين القادمين والسلطة العامة، فيمكن إيجاد نصوص تعفي جزئياً أو كلياً الأرباح التي يعاد إستثمارها مرة أخرى في نفس المنطقة وعلى العكس من ذلك قد تفرض ضريبة إضافية على الأرباح التي لم تستثمر مرة أخرى، ولكن يجب التنبيه إلى أن تقرير مثل هذه المزايا يجب أن يبنى على حرص شديد ودراسة حتى لا يتحمل الإقتصاد نتائجها مما ينعكس على كل السكان في الدولة بما فيهم الفقراء.

فكما تستخدم الضريبة في تشجيع بعض الإستثمارات، فإنها تستخدم أحياناً في معاقبة بعضها مثلاً لضرائب التي تفرض على المضاربات التي تكون في مجال العقارات بهدف الربح باعتبارها تعوق إقامة المساكن، وفرض ضرائب إضافية على الأرباح غير المعتاد إستثمارها.

2. أثر الضرائب على الإنتاج: إن الزيادة أو النقصان في حجم الإنتاج مرتبط بالضريبة، فتؤثر عليه نحو الأحسن أو نحو الأسوء، فإذا فرضت ضريبة منخفضة على الوحدات المنتجة فسيؤدي إلى انخفاض تكاليف الإنتاج وتحقيق ربح أكبر، أما إذا فرضت ضريبة عالية على الوحدات المنتجة مما يؤدي إلى ارتفاع تكاليف الإنتاج ثم يليه ارتفاع في الأسعار، ويكون تأثير الضريبة كما يلي:

1.3. تأثير الضريبة في المقدرة والرغبة في العمل: ويمكن أن تستعمل الضريبة من أجل تخفيض عزيمة المكلف فيقلص الإنتاج، أو تدفعه إلى بذل المزيد من العمل لتعويض ما إقتطعته الضرائب من دخله فتساهم في زيادة الإنتاج.

فإذا أدت الضريبة إلى إنقاص قدرة الأفراد على العمل فإنها تؤدي إلى إنخفاض كفايتهم الإنتاجية ومن ثم فإنها تضعف مقدرتهم على المساهمة في الإنتاج.

2.3. تأثير الضريبة على تحويل عوامل الإنتاج: تؤثر الضريبة في تحويل عوامل الإنتاج، وذلك بما تمنحه

من إمتيازات ضريبية كالإعفاءات الخاصة ببعض الفروع أو بعض أنواع الإنتاج أو من خلال زيادة الضغط الضريبي على فروع ومنتجات أخرى، وبحكم أن المستثمرين يعملون على تغطية أرباحهم فإن الفروع المعفاة من الضريبة والأقل وطأة ضريبية ستستقطبهم.

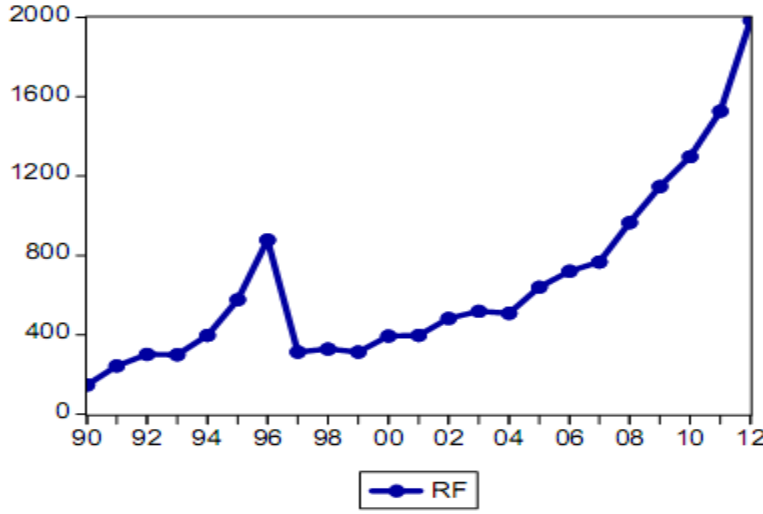
3.3. تأثير الضريبة على نفقات الإنتاج: إن زيادة الضرائب غير المباشرة يعني إزدياد نفقات الإنتاج، مما قد تتخفف الأرباح معه وهذا يعني التخفيض في دخول المنتجين، وبالتالي لا يشجعهم على زيادة الإنتاج، وكما يمكن للزيادة في الضرائب المباشرة أن تشجع الزيادة في الإنتاج ومن ثم الأرباح طمعا في تعويض الإقتطاعات الضريبية.

3. أثر الضرائب على الأسعار: إن فرض ضرائب جديدة يؤدي في المدى القصير إلى إنخفاض أسعار السلع والخدمات، لأن الطلب عليها يقل، فتتخفف الأسعار. وهذا لا يدوم طويلا لأن إنخفاض الضرائب تحدث إنخفاض في المدخرات وبالتالي إنخفاض الإستثمار والإنتاج مما يعني إنخفاض في عرض السلع والخدمات مما يؤدي إلى ارتفاع أسعارها²⁸.

سادساً: نمذجة قياسية لدوال التحصيل الضريبي

من المنهجية العلمية لأي دراسة قياسية (نموذج أو سلسلة زمنية) الإطلاع على تغيراتها عبر الزمن أو علاقتها مع ظاهرة أخرى مؤثرة ويعتبر أسلوب الملاحظة البيانية لمنحى التحصيل الضريبي أكثر الطرق إستعمالاً.

الشكل رقم (01): منحنى يمثل تطور التحصيل الضريبي في الجزائر للفترة من 1990-2012.



المصدر: من إعداد الباحثين إعتدماً على معطيات البنك الدولي WDI 2016. من المنحى أعلاه نلاحظ أن التحصيل الضريبي في إرتفاع مستمر مما يعني وجود مركبة الإتجاه العام، ويرجع السبب إلى النظام الضريبي المطبق خلال فترة الإصلاحات والتصحيح الهيكلي مع توجه نظام الإقتصاد الجزائري نحو إقتصاد السوق بداية من سنة 1994. ومن أجل إقتراح نماذج لمحاكاة هذا التطور تم الإعتداد على أربعة نماذج (خطي، لوغاريتمي، كسري، أسّي)، وبعد التقدير إستخرجت النتائج الإحصائية الملخصة في الجدول التالي:

الجدول رقم (01): أهم إحصاءات النماذج الأربعة المقدرة.

التأخيرات 29		كسري		لوغاريتمي		خطي		النموذج
A_2	A_1	α_1	α_0	β_1	β_0	β	α	
1.15	(-7.87)	(-887.12)	829.23	0.08	5.38	54.80	54.42	مقدرات المعلمات
10.82	(-0.10)	(-2.06)	7.16	7.87	40.16	6.27	0.48	إحصائية ستودنت المحسوبة
0.85		0.17		0.74		0.65		معامل التحديد
640048.4		3616342		2.31		1621312		RSS
117.13		4.27		62.02		39.36		إحصائية فيشر المحسوبة
13.29		15.02		0.71		14.17		معيار أكايك AIK
2.20		0.27		0.78		0.44		DW

المصدر: من إعداد الباحثين.

من الجدول أعلاه ووفق التقييم الإحصائي (معنوية المعلمات الفردية، معامل التحديد، مجموع مربعات البواقي، إحصائية DW) تم إختيار النموذج الرابع كأفضل نموذج بعد إجراء التعديلات عليه لدراسة التنبؤ لتغيرات التحصيل الضريبي والذي يكتب على الشكل التالي:

$$RF_t = 1.14RF_{t-1} \dots \dots \dots (01)$$

✓ التنبؤ بالتحصيل الضريبي لسنة 2016:

$$RF_{2016} = 1.14RF_{2015}$$

$$RF_{2016} = 1.14(1984.3)$$

$$RF_{2016} = 2262.10$$

✓ التنبؤ بالتحصيل الضريبي لسنة 2017:

$$RF_{2017} = 1.14RF_{2016}$$

$$RF_{2017} = 1.14(2262.10)$$

$$RF_{2017} = 2578.79$$

والجدول التالي يلخص مقادير الضريبة في الجزائر للفترة 2016-2020.

الجدول رقم (02): تقدير التحصيل الضريبي (2016-2020). الوحدة: المليار.

السنوات	2016	2017	2018	2019	2020
التحصيل الضريبي	2939.82	3351.40	3820.60	4355.4	4965.2

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على المعادلة رقم (01).

خاتمة:

ترتبط أهمية الضريبة بطبيعة دور الدولة في الإقتصاد لذا تطورت مكانة الضريبة مع تطور دور الدولة وأهدافها، فلما كان دور الدولة في الإقتصاد محدوداً ترتب عنه حياد السياسة الضريبية، أما في ظل الدولة المتدخلة أين إتسع نشاط الدولة ونطاق تدخلها فقد إحتلت الضريبة موقعا بارزاً في السياسة الإقتصادية للدولة لذا أصبحت وسيلة تدخلية في الحياة الإجتماعية والإقتصادية إما في عهد الدولة المعاصرة أين شهد التعايش بين تدخل الدولة وآليات السوق، فقد إحتلت الضريبة موقعا متميزاً إذ أصبحت أداة للضبط الإقتصادي وللتوجيه وأداة تحفيزية للإستثمار.

من خلال ما سبق تعتبر الضريبة وسيلة متميزة من بين وسائل السياسة المالية للدولة لما تتمتع به من مرونة وحساسية وقدرة على التأثير على الوقائع الإقتصادية والإجتماعي، حيث يتجسد دور وأهمية الضريبة في مختلف

الأهداف والآثار التي تحدثها ويتوقف ذلك على مدى فعالية النظام الضريبي. ويتوقع أن يرتفع التحصيل الضريبي إلى 4965.2 خلال سنة 2020 أي بارتفاع قيمته 48.15% مقارنة بالسنة 2017.

المراجع والإحالات:

- 1- فاضل مرشد حمدان محمود، المعالجة الضريبية لمعاملات المصارف الإسلامية، رسالة ماجستير في المنازعات الضريبية، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2005، ص75.
- 2- سوزي عدلي ناشد، المالية العامة "النفقات العامة- الإيرادات العامة- الميزانية العامة"، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، الإسكندرية، 2006، ص206.
- 3- عادل فليح العلي، المالية العامة والتشريع المالي الضريبي، الطبعة الأولى، دار حامد، الأردن، 2007، ص119.
- 4- يونس أحمد بطريق، النظم الضريبية، الدار الجامعية، 2001، ص59.
- 5- حميد بوزيدة، جباية المؤسسات "دراسة تحليلية في النظرية العامة لضريبة الرسم على القيمة المضافة دراسة نظرية وتطبيقية"، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2007، ص33.
- 6- يونس أحمد بطريق، النظم الضريبية، مرجع سبق ذكره، ص60.
- 7- فؤاد توفيق ياسين، المحاسبة الضريبية، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، 2005، ص303.
- 8- أحمد نور، مبادئ المحاسبة الضريبية "من الناحية التطبيقية"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1973، ص231.
- 9- سمر عبد الرحمان محمد الدحلة، النظم الضريبية بين الفكر المالي المعاصر و الفكر المالي الإسلامي "دراسة تحليلية مقارنة"، مرجع سبق ذكره، ص42.
- 10- يونس أحمد بطريق، النظم الضريبية، مرجع سبق ذكره، ص60.
- 11- حميد بوزيدة، جباية المؤسسات "دراسة تحليلية في النظرية العامة لضريبة الرسم على القيمة المضافة دراسة نظرية وتطبيقية"، مرجع سبق ذكره، ص31-32.
- 12- رنا أيب منذر، مفهوم الضريبة "تعريفها- أشكالها"، دبلوم الدراسات العليا، قسم الإدارة الهندسية و الإنشاء، جامعة دمشق، 2006، ص27.
- 13- يونس أحمد بطريق، النظم الضريبية، مرجع سبق ذكره، ص63.
- 14- حميد بوزيدة، جباية المؤسسات "دراسة تحليلية في النظرية العامة لضريبة الرسم على القيمة المضافة دراسة نظرية وتطبيقية"، مرجع سبق ذكره، ص35.
- 15- رمضان علاء، أثر التحفيزات الجبائية على الإستثمار في ظل الإصلاحات الإقتصادية- حالة الجزائر-، رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر، 2002، ص28-29.
- 16- سوزي عدلي ناشد، المالية العامة "النفقات العامة- الإيرادات العامة- الميزانية العامة"، مرجع سبق ذكره، ص207.
- 17- رمضان علاء، أثر التحفيزات الجبائية على الإستثمار في ظل الإصلاحات الإقتصادية- حالة الجزائر-، مرجع سبق ذكره، ص30.
- 18- حامد عبد المجيد دراز، وآخرون، مبادئ المالية العامة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص109.
- 19- حميد بوزيدة، جباية المؤسسات "دراسة تحليلية في النظرية العامة لضريبة الرسم على القيمة المضافة دراسة نظرية وتطبيقية"، مرجع سبق ذكره، ص36.
- 20- يونس أحمد بطريق، النظم الضريبية، مرجع سبق ذكره، ص80.
- 21- حميد بوزيدة، جباية المؤسسات "دراسة تحليلية في النظرية العامة لضريبة الرسم على القيمة المضافة دراسة نظرية وتطبيقية"، مرجع سبق ذكره، ص38.
- 22- سوزي عدلي ناشد، المالية العامة "النفقات العامة- الإيرادات العامة- الميزانية العامة"، مرجع سبق ذكره، ص212.
- 23- رمضان علاء، أثر التحفيزات الجبائية على الإستثمار في ظل الإصلاحات الإقتصادية- حالة الجزائر-، مرجع سبق ذكره، ص31.
- 24- حسام فايز أحمد عبد الغفور، العلاقة بين المكلف و الإدارة الضريبية و أثرها على التحصيل و الجباية، مرجع سبق ذكره، ص54.
- 25- حميد بوزيدة، جباية المؤسسات "دراسة تحليلية في النظرية العامة لضريبة الرسم على القيمة المضافة دراسة نظرية وتطبيقية"، مرجع سبق ذكره، ص38.
- 26- سوزي عدلي ناشد، المالية العامة "النفقات العامة- الإيرادات العامة- الميزانية العامة"، مرجع سبق ذكره، ص212.
- 27- طارق الحاج، المالية العامة، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، 1999، ص97-98.
- 28- طارق الحاج، المالية العامة، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، 1999، ص99.
- 29- تم الإعتماد على معياري AIK و Sh لإختبار أفضل تأخير P فوجدنا التأخير الأول كأحسن نموذج.

التدفقات الدولية لرؤوس الأموال كمصدر للتمويل في ظل انخفاض اسعار البترول
بالجزائر

*International flows of capital as a source of financing in light of the low
oil prices in Algeria*

د. مبارك بن زاير
جامعة طاهري محمد- بشار- / الجزائر
benzairmebarek@yahoo.fr

أ.عبد الوهاب بن زاير
جامعة طاهري محمد- بشار- / الجزائر
wahab.apolyoss@yahoo.fr

Received:09/01/2017

Accepted: 28/02/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

نفس نوعية الخط تآثر الاقتصاد الجزائري بشكل واضح بانخفاض أسعار البترول منذ منتصف سنة 2014، باعتبارها المصدر الرئيسي للتمويل، و لتجاوز هذه الازمة يسعى المشرفون على السياسة الاقتصادية بالجزائر الى استغلال مختلف البدائل المتاحة، و في ظل التفاعلات التي يشهدها العالم بين مختلف الكيانات الاقتصادية تعتبر التدفقات الدولية لرؤوس الاموال أداة مهمة يمكن الاعتماد عليها لتمويل النشاطات الاقتصادية.

ضمن هذا الاطار تهدف هذه الدراسة الى تسليط الضوء على مدى استفادة الاقتصاد الجزائري من التدفقات الدولية لرؤوس الاموال كمصدر للتمويل في ظل انخفاض اسعار البترول.

الكلمات المفتاحية: اقتصاد ريعي، انخفاض أسعار البترول، مصادر تمويل، تدفقات دولية لرؤوس الأموال.

Abstract:

Algeria's economy has been clearly affected by lower oil prices since mid-2014, as a major source of funding, to overcome this crisis, supervisors of economic policy in Algeria are trying to exploit the various alternatives available, in light of the global interactions among various economic entities, international capital flows are an important tool to finance economic activities.

Within this framework, this study aims to shed light the extent to which the Algerian economy has benefited from international capital flows as a source of funding in light of the low oil prices.

Key Words : *Rentier economy, Low oil prices, Sources of funding, International capital flows.*

تمهيد:

ظل البترول يتصدر قائمة التبادلات السلعية بين مختلف دول العالم منذ مطلع القرن العشرين باعتباره اهم مصدر للطاقة، و مازلت أسعاره تحضى بإهتمام بالغ من طرف الخبراء و المحللين الاقتصاديين خصوصا في الدول الريعية التي تعتمد عليه لتلبية حاجياتها التمويلية، و يعتبر البترول كمصدر أساسي لتوفير التمويل اللازم لدفع الحركية التنموية في الاقتصاد الجزائري مما يجعله بالضرورة عرضة لتقلبات أسعار هذه المادة التي تخضع للعديد من التأثيرات الاقتصادية وحتى السياسية، و من هنا كان تنوع مصادر التمويل ضرورة ملحة سعت السلطات الجزائرية الى تحقيقها منذ الاستقلال خصوصا في ظل المؤهلات التي يتميز بها الاقتصاد الجزائري سواء كانت طبيعية او بشرية.

ومما لا شك فيه أن بدائل التمويل لا تقتصر على المصادر الداخلية وحسب بل تتعداها الى المصادر الخارجية خصوصا في ظل الوتيرة المتزايدة التي تشهدها الحركة الدولية لرؤوس الأموال في إطار العولمة المالية. وذلك تحت الاشكالية التالية: ✓

إلى أي مدى تمكنت الجزائر من الاعتماد على التدفقات الدولية لرؤوس الأموال كمصدر للتمويل في ظل انخفاض أسعار البترول ؟
الهدف من الدراسة:

في ظل الانهيارات التي شهدتها أسعار البترول في الفترة الأخيرة تهدف هذه الدراسة الى تسليط الضوء على مدى استغلال الجزائر للتدفقات الدولية لرؤوس الأموال كمصدر تمويلي يمكن الاعتماد عليه خصوصا في ظل انخفاض أسعار البترول.

و للإحاطة بمختلف الجوانب المتعلقة بالإشكالية سيتم التطرق الى:
التدفقات الدولية لرؤوس الأموال، المفهوم و المكونات.

الأزمة البترولية و أثرها على الاقتصاد الجزائري.

التدفقات المالية الدولية كمصدر للتمويل ظل أزمة البترول بالجزائر.

1- التدفقات الدولية لرؤوس الأموال، المفهوم و المكونات.

لقد بلغ العالم اليوم درجة متقدمة من الحرية في انتقال رؤوس الأموال بين مختلف الأقطار الاقتصادية، مما دفع بهذه الأخيرة الى تكييف أنظمتها الاقتصادية لتؤهلها لاستقطاب هذه التدفقات الراس مالية و الاستفادة مما تتيحه من مزايا لعل أهمها هو توفير التمويلات اللازمة لمختلف النشاطات الاقتصادية.

1-1- تعريف التدفقات الدولية لرأس المال:

يعرف رأس المال الأجنبي بأنه انتقال الاموال من دولة تسمى الدولة الام الى دولة تسمى الدولة المضيف سواء كان هذا المال في صورة عينية أو نقدية و سواء كان لفترة قصيرة او لفترة طويلة وذلك بواسطة أفراد أو مؤسسات أو حكومات وذلك لقاء تملك جزء أو كل الاستثمارات في مشروع معين في صورة أسهم لهذا المشروع بهدف الحصول على أرباح أو كقرض في صورة سندات أو أدون خزانة بهدف الحصول على فائدة عالية، او فائدة ضئيلة في صورة قروض ميسرة أو تسهيلات موردين أو دون لقاء و ذلك في صورة منح أو اعانات لا ترد، ويمكن تقسيم رؤوس الأموال الأجنبية الى ثلاثة تقسيمات¹:

- استثمارات أجنبية: و تنقسم الى استثمارات اجنبية مباشرة و استثمارات اجنبية غير مباشرة.

- القروض الخارجية.

- المساعدات الاقتصادية وتنقسم الى: قروض ميسرة و منح و اعانات خارجية لا ترد.

كما ان علمية انتقال رؤوس الأموال الاجنبية بين البلدان تعني انتقال الحقوق و الديون بين هذه الدول، ويقصد برأس المال الأجنبي أي تدفق للموارد الاقتصادية خارج حدود الدولة صاحبة تلك الموارد ويشمل ذلك الاستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر و القروض و المساعدات².

و تتعدد مكونات التدفقات الدولية لرؤوس الأموال لتشمل: الاستثمارات الأجنبية المباشرة، الاستثمارات في المحافظ ضمن أسواق المال و تدفقات القروض على المدى القصير و المدى الطويل³.

ويبدو واضحا من خلال ما سبق ان التدفقات الدولية لرؤوس الاموال ترتبط ارتباطا وثيقا بالعولمة

الاقتصادية، و تشير العولمة الاقتصادية إلى الترابط المتزايد لاقتصاديات العالم نتيجة تزايد حجم

تجارة السلع و الخدمات و تدفقات رأس المال الدولي عبر الحدود والانتشار السريع للتكنولوجيات

مما يعكس التوسع المستمر لحدود الأسواق و التكامل المتبادل بينها⁴.

1-2- مكونات التدفقات الدولية لرؤوس الأموال:

✓ الاستثمار الاجنبي المباشر:

يعتبر الاستثمار الاجنبي المباشر مكونا رئيسيا ضمن التدفقات الدولية لرؤوس الاموال و يحتل مكانة مهمة عند الحديث عن التفاعلات الاقتصادية الدولية.

و قد عرفت الأونكتاد (مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية) الإستثمار الأجنبي المباشر على أنه علاقة طويلة الأجل في موجدات رأسمالية ثابتة في بلد مضيف، بحيث تعكس هذه العلاقة منفعة المستثمر الأجنبي الذي يكون له الحق في إدارة أصوله و الرقابة عليها، ويكون المستثمر شخصا طبيعيا أو معنويا⁵.

كما يعرف الاستثمار الأجنبي المباشر بأنه "الاستثمار بغرض الحصول على مصلحة دائمة في المؤسسات العاملة خارج اقتصاد المستثمر الأم". وتتكون علاقة الاستثمار الأجنبي المباشر من مؤسسة أم وشريك أجنبي يشكلان معا شركة متعددة الجنسيات. ولكي يعتبر الاستثمار استثمارا أجنبيا مباشرا يجب أن يتحكم المشروع الأم في 10% أو أكثر من الأسهم العادية أو قوة التصويت في الفرع الأجنبي⁶.

وترى بعض المؤسسات الدولية مثل صندوق النقد الدولي و المنظمة المشتركة للتنمية الاقتصادية أن الاستثمار الأجنبي لا يكون مباشرا الا اذا سيطر المستثمر الأجنبي على نسبة تتراوح بين: 25-50% من مجموع أسهم المشروع⁷.

و رغم كل ما يتيح الاستثمار الاجنبي المباشر من مزايا على رأسها نقل التكنولوجيا و توفير مناصب العمل الا ان ذلك لا يمنع من وجود بعض التحفظات المتعلقة بالدول التي تعتمد بشكل كبير على الاستثمارات الاجنبية لإرتباطه بشكل أساسي بالشركات المتعددة الجنسيات.

فغالبا ما رأت الدول النامية للاستثمار الأجنبية المباشرة على انه شكل من اشكال الاحتلال الاقتصادي، فالناقدون للاستثمار الاجنبي المباشر غالبا ما ركزوا على ان تلك الشركات تنشئ مجرد مراكز تجميع بالدول المضيفة تاركة الرقابة الادارية و البحوث و التطوير لكي تتم بالدولة الام⁸.

✓ الاستثمار الاجنبي غير المباشر:

تعتبر الاستثمارات الاجنبية غير المباشرة أحد اهم تجليات العولمة المالية كمظهر من مظاهر التفاعل بين مختلف الاقتصاديات نظرا لارتباطها بالأسواق المالية.

ويشير الاستثمار الاجنبي المباشر الى الاستثمار في محفظة من الأوراق المالية كالأسهم و السندات لتحقيق معدل ربح معين دون الحق في ادارة المشاريع و الرقابة عليها⁹.

و تتمثل الاستثمارات الاجنبية غير المباشرة في شراء الاسهم و السندات الحكومية في الدول النامية المضيفة من قبل اجانب، وتهدف هذه المشروعات الى تحقيق اقصى الأرباح دون ان يترتب عليها اشراف مباشر او اتخاذ قرارات من لدن هؤلاء الاجانب، وهناك صورة لهذه التدفقات و هي الاستثمار بالمحفظة، وغالبا ما يتجه هذا المصدر الى الدول التي لديها اسواق مالية متطورة نسبيا و اجهزة و ادوات للوساطة المالية¹⁰.

وعليه فان الاستثمار الاجنبي غير المباشر يتعلق بالأسواق المالية و منتجاتها من اسهم و سندات بمختلف انواعها و التي يقوم المستثمرون الاجانب بالمتاجرة فيها بغرض الربح دون أن يتعدى الامر الى مسألة ادارة المشروعات او الاشراف عليها.

و نستطيع القول بأن هذا الاستثمار الذي يتم في البورصة يحمل وجهين أولهما يتمثل بتوفيره لراس المال اللازم لعملية التنمية الاقتصادية من خلال البورصة التي تسهل انتقال الأموال، أما الثاني يمثل سلاحا قد يفتك بعملية التنمية من خلال عمليات المضاربة و خصوصا الأموال الساخنة في ظل صيغ التحرير المالي التي تغيب عنها الرقابة من قبل السلطات المختصة¹¹.

و من خلال ما سبق يبدو واضحا أن تطور حركية الاستثمارات الاجنبية غير المباشرة في اي اقتصاد يرتبط بالضرورة بمدى تطور اسواقه المالية، اذ أن هذه الأخيرة تعتبر الارضية الاساسية لنشاط هذا التدفق المالي الاجنبي.

✓ القروض الخارجية:

تحاول معظم الاقتصاديات الاعتماد على المصادر التمويلية الذاتية لتلبية متطلبات التنمية الاقتصادية ومختلف حاجياتها التمويلية، و نظرا لقلّة هذه المصادر او لسوء استغلالها خصوصا في الدول النامية يصبح خيار الاقتراض الخارجي حتمية لا مفر منها.

حيث تعرف القروض الخارجية بأنها تلك المقادير النقدية الاشكال الاخرى من الثروة التي تقدمها منظمة أو حكومة دولة لدولة أخرى بشروط معينة¹².

وتنقسم أنواع القروض حسب المدة الى: قروض قصيرة الأجل وهي التي تستحق الدفع خلال فترة أقصاها سنة، القروض متوسطة الأجل وهي التي تستحق الدفع من سنة خمس سنوات و أخيرا القروض طويلة الأجل و تكون فترة سدادها من خمس الى سبع سنوات¹³.

و يعتبر انسياب رؤوس الاموال الاجنبية هاما في توفير موارد النقد الأجنبي حتى لو توفر الادخار المحلي و ان انسياب الاموال من الخارج لا يمثل فقط اضافة الى الموارد المحلية المتاحة للاستخدام بل يتضمن هذا الانسياب امكانية زيادة كفاءة الموارد المحلية، فقد يترتب على هذا الانسياب تشغيل موارد كانت معطلة قد تؤدي الى رفع انتاجية الموارد المستخدمة فعلا¹⁴.

وقد ظهرت مشكلة المديونية و الديون الدولية في عقد السبعينيات و التي كان من شأنها أن تنتقل الى كافة بلدان العالم، و أصبحت المشكلة الدولية رقم واحد على قائمة المشاكل الاقتصادية اذ قام عدد كبير من الدول النامية بالاقتراض لزيادة الاستهلاك و الاستثمار في مشروعات مشكوك فيها حسب رأي البنك الدولي في تقرير التنمية لعام 1991 الذي كان تحت عنوان تحديات التنمية¹⁵.

✓ المساعدات الدولية:

و هي تدفقات من رؤوس الأموال تقدم بشروط ميسرة الى الدول النامية و خاصة غير النفطية منها التي تعاني من صعوبات في تحقيق تراكمات رأسمالية كافية عن طريق تجارتها الخارجية نظرا للمشاكل العديدة التي تجابهها، و يقصد بها المعونة الانمائية الرسمية و هي المساعدات التي لا يقل فيها عنصر الميسر (عنصر المنحة) عن 25 % مع استخدام سعر خصم يبلغ 10 %¹⁶.

II- الأزمة البترولية و أثرها على الاقتصاد الجزائري.

II-1 مكانة البترول اقتصاديا.

لعل أول بئر نفیطة هي التي حفرت في جنوب ايران عام 500 قبل الميلاد تقريبا، كما يعتقد أن الصينيين كانوا يستخرجون النفط بواسطة أنابيب الخيزران منذ القرن الثالث قبل الميلاد يعتبر النفط سعة استراتيجية بالغت الاهمية، ذلك باعتباره اهم مصدر للطاقة، ومنذ بدايات القرن العشرين الى يومنا هذا تحظى تقلبات اسعار البترول بأهمية كبيرة من طرف الخبراء الاقتصاديين و الدول المنتجة أو المصدرة لهذه المادة على حد سواء. و تتمثل أهمية البترول اقتصاديا فيما يلي¹⁷:

يعتبر عاملا من عوامل الانتاج الى جانب الارض، العمل، رأس المال و التنظيم و تعتبر الطاقة البترولية لحد الآن الأوفر و الأسهل. من الناحية الصناعية يمكن القول أن العملية الصناعية لا تستطيع الاستمرار بشكل منظم دون بترول فهو مصدر حرارة الطاقة المحركة و أساس الصناعة البتروكيمياوية. أهميته التجارية تكمن في كون البترول و منتجاته يشكلان سلعة تجارية دولية لها قيمة مالية ضخمة فالشركات الاجنبية تشتري من الاسواق العالمية أكثرية البترول المستخرج من البلدان النامية

أصبح البترول في قطاع الموصلات بمثابة شريان النقل الحديث و تقدر الكميات المستخدمة منه في قطاع الموصلات بحوالي 35 % من مجموع البترول المستهلك.

يبقى العامل الاقتصادي السبب الاهم وراء الحروب من بينها محاولة السيطرة على المناطق الغنية بالمواد الاولية التي يأتي البترول في مقدمتها.

وفيما يتعلق بأسعار البترول فإنه توجد العديد من الطرق لتحديد أهمها:

-سعر الإشارة: هذا النوع من الأسعار ظهر في فترة الستينات، حيث بعد ظهور الأسعار المتحركة إلى جانب المعلنة اخذ واعتمد سعر الإشارة في احتساب قيمة البترول بين بعض الدول البترولية المنتجة والشركات البترولية الأجنبية، من أجل توزيع أو قسمة العوائد البترولية بين الطرفين، إن سعر الإشارة عبارة عن سعر البترول الخام والذي يقل عن السعر المعلن ويزيد عن السعر المتحقق، أي انه سعر متوسط بين السعر المعلن والسعر المتحقق، إن هذا السعر أخذت به وطبقته العديد من البلدان البترولية، مثل ما تم بين الجزائر وفرنسا في 1965م.

- سعر الكلفة الضريبية: هو السعر المعادل لكلفة إنتاج البترول الخام مضاف إلى قيمة ضريبة الدخل والربح بصورة أساسية العائدة للدول البترولية المانحة لاتفاقيات استغلال الثروة البترولية، إذن هذا السعر يعكس الكلفة الحقيقية التي تدفعها الشركات البترولية لحصولها على برميل من البترول الخام، وهو في نفس الوقت يمثل الأساس الذي تتحرك فوqe الأسعار المتحركة في السوق فالبيع بأقل من هذا السعر يعني البيع بالخسارة¹⁸.

و نتيجة للتطورات التي شهدتها الساحة الاقتصادية ذات الصلة بقطاع المحروقات فانه توجد طريقة أخرى لتحديد سعر البترول هي:

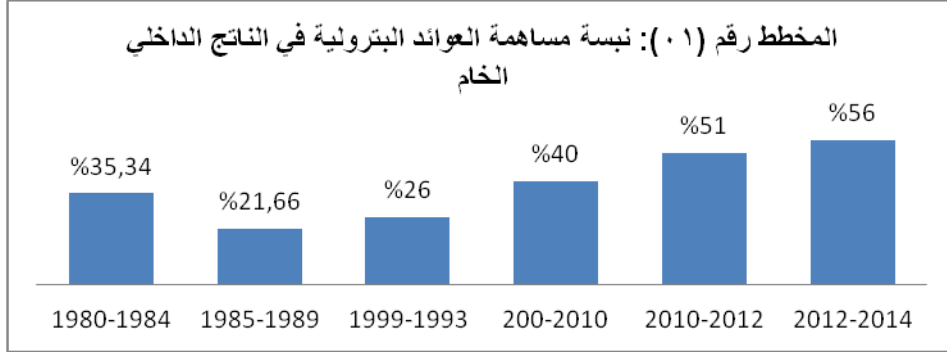
السعر الفوري أو الآني: هو سعر الوحدة البترولية المتبادلة أنيا أو فوريا في السوق البترولية الحرة، وهذا السعر مجسد لقيمة السلعة البترولية نقديا في السوق الحرة للبترول المتبادل بين الأطراف العارضة والمشتريّة وبصورة آنية¹⁹.

و نتيجة لوجود بعض الشركات المتعددة الجنسيات و الدول المصنعة على شكل تنظيم مشابه للكارتل التي تسيطر على أسعار البترول و تتحكم فيها، حيث كانت السبب الاساسي في انخفاض الاسعار في معظم الاحيان، وبناءا على مبادرة فنزويلا عقد اجتماع في بغداد بين 10 و 14 من شهر ديسمبر 1960 ضم ممثلي ايران، العراق، الكويت، المملكة العربية السعودية و فنزويلا، وتقرر من هذا الاجتماع التاريخي انشاء منظمة OPEC و هدفها الأول هو حماية مصالح الدول المنتجة وضمان دخل ثابت لها و تأمين التصدير الى الدول المستهلكة بطريقة اقتصادية منتظمة²⁰.

II-2 مكانة البترول في الاقتصاد الجزائري.

بدأ البحث عن البترول في الجزائر عام 1980، و قد اكتشف لأول مرة بكميات تجارية سنة 1949 في الجنوب الغربي من البلاد وبدأ الانتاج من هذه المنطقة عام 1953، وشهدت سنة 1956 أولى الاكتشافات الكبرى في حاسي مسعود في الصحراء الجزائرية حيث اكتشف حقل حاسي مسعود الذي بدأ الانتاج سنة 1957، وبعد أن نالت الجزائر استقلالها أمتت في 24 فبراير سنة 1971 51 % من اسهم شركتي البترول ايراب ERAP و شركة البترول الفرنسية²¹.

و المخطط التالي يوضح مساهمة العوائد البترولية في الناتج الداخلي الخام:



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات صندوق النقد الدولي

يعتبر الاقتصاد الجزائري اقتصادا ريعيا بامتياز و ذلك لاعتماده الكبير على البترول كمصدر اساسي للتمويل، و يبرز هذا من خلال المساهمة المعتبرة لقطاع المحروقات في الناتج الداخلي الخام الجزائري، حيث تساهم أموال الربع البترولي بقدر كبير جدا من الناتج الإجمالي الجزائري خصوصا بعد سنة 2010 وذلك راجع للتحسن الكبير الذي شهدته أسعار البترول وهي أيضا تغطي جزء كبير جدا من النفقات العامة للدولة إذ تذر على الخزينة العمومية أكثر من 12% من إجمالي إيراداتها السنوية، كما تلعب دور غير مباشر في دعم الأجور وتمويل الاستهلاك ودعم مختلف قطاعات الاقتصاد بمختلف أنواعها، كما أن صادرات المحروقات تحول دون تسجيل عجز عميق في ميزان المدفوعات الجزائري الذي تمثل أكثر من 19% من هيكل صادراته.

III- التدفقات الدولية لرؤوس الأموال كمصدر للتمويل في ظل انخفاض أسعار البترول.

يتعمد الاقتصاد الجزائري ومنذ الاستقلال على البترول كمصدر رئيسي للتمويل، هذا رغم المجهودات الحثية التي بذلتها السلطات للخروج من دائرة الاقتصاديات الريعية او النفطية.

III-1 الأزمة البترولية و أثرها على الاقتصاد الجزائري:

يتضمن الاقتصاد النفطي مجموع النشاطات الاقتصادية المتعلقة بإيجاد و انتاج و توزيع و استهلاك السلعة النفطية سواء كانت بصورة سلعية واحدة او متنوعة و متعددة²².

ومن هنا فان اطلاق صفة اقتصاد ريعي او نفطي على اي اقتصاد تقتضي لا تتوقف على انتاجه للنفط و تصديره و حسب بل تسوجب اعتماده بشكل مباشر و كبير على عوائد هذه المادة.

و يؤدي الاعتماد الكبير على العوائد النفطية الى مجموعة من الآثار السلبية هي²³:

الانكشاف الكبير امام الاقتصاديات الصناعية المتقدمة.

ان الفوائض المالية المتأتية بصورة فجائية نتيجة ارتفاع الأسعار ينجم عنه عنها استثمار غير مجدي لهذه الأموال التي غالبا ماتوظف في سندات و أدونات الخزينة لدول أجنبية.

تأثر الدخول النفطية بالتغيرات الطارئة على العملات الأساسية.

- تعرض الاقتصاديات النفطية الى ما يعرف بالتضخم المتبادل (التضخم المستورد).

لقد شهدت أسعار البترول ارتفاعا نوعيا مع مطلع الألفية الثانية استمر ما يقارب العقد من الزمن، حيث عاشت الدول المنتجة للبترول بصفة عامة و الجزائر بصفة خاصة بحبوحة مالية، اذ شكلت صادرات المحروقات خلال هذه الفترة 95 % من المجموع الكلي للصادرات و شكلت الجباية البترولية أكثر من 60% من إيرادات الميزانية العامة للدولة، غير أن الانهيار المفاجئ لأسعار البترول في النصف الثاني من سنة 2014 بنسبة تزيد عن 50 % أدى الى العديد من الآثار السلبية.

ان هذا الانخفاض الكبير لأسعار المحروقات جعل احتياطات الدول المنتجة للنفط تتآكل و تدخل ميزانيتها مرحلة العجز، وهي التي بنتها على اساس مرجعي يفوق 90 دولار للبرميل، و منها الجزائر التي تعتمد سعر مرجعي نظري بعيد كل البعد عن واقع ميزانيتها²⁴.

و في سنة 2015 انخفض متوسط سعر برميل البترول ب 47.1% من 100.2 دولار في 2014 الى 53.1 دولار في 2015، نجم عن هذا الانخفاض القوي تقلص في إيرادات صادرات المحروقات (33.08 مليار دولار في 2015 مقابل 58.46 مليار دولار في 2014)، و امتد هذا التأثير السلبي ليشمل الرصيد الكلي لميزان المدفوعات الذي سجل عجزا قدره 27.54 مليار دولار سنة 2015 مقابل عجز قدره 5.88 مليار دولار سنة 2014، و نتيجة لذلك انخفضت احتياطات الصرف ب 34.81 مليار دولار منتقلا من 178.94 مليار دولار نهاية 2014 الى 144.13 مليار دولار نهاية 2015²⁵.

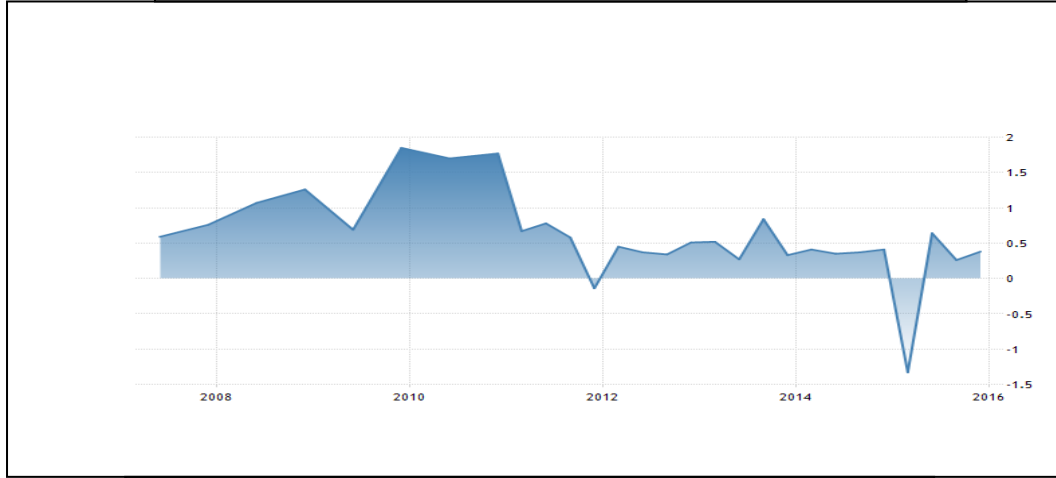
III-2 التدفقات الدولية لرؤوس الأموال كمصدر للتمويل في ظل انخفاض أسعار البترول.

و لمجابهة هذه الازمة قامت السلطات الجزائرية بالعديد من الاجراءات هدفها الاساسي توفير تعويض النقص في التمويل، ويتم ذلك من خلال الاستغلال الامثل لكل الموارد خارج المحروقات كأداة للتنويع الاقتصادي.

✓ الاستثمار الأجنبي:

و في هذا المجال يعتبر الاستثمار الاجنبي بنوعيه أداة مهمة للتنشيط الحركية الاقتصادية خصوصا في ظل العولمة الاقتصادية، حيث يعتبر الاستثمار الاجنبي المباشر وسيلة مهمة لنقل الخبرة خصوصا في القطاع الصناعي الذي يعتبر أحد اهم القطاعات المعول عليها خارج قطاع المحروقات، و المخطط التالي يوضح تطور الاستثمارات الاجنبية المباشرة في الجزائر.

المخطط رقم (02): تطور الاستثمار الاجنبي المباشر في الجزائر -



المصدر: من اعداد الباحثين بناء على موقع البنك الدولي

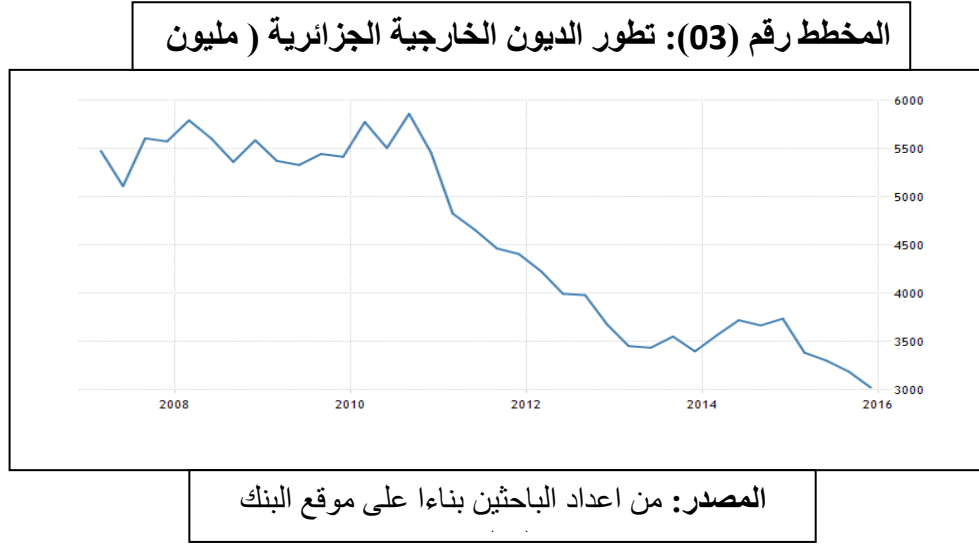
من خلال المخطط (02) الذي يمثل تطور الاستثمار الاجنبي المباشر في الجزائر نلاحظ مدى التطور الايجابي الذي شهدته تدفقات الاستثمارات الاجنبية المباشرة نحو الجزائر قبل الازمة البترولية خصوصا خلال سنة 2010 حيث بلغ مايقارب 1.8 مليار دولار و الجدير بالذكر ان تلك المرحلة شهدت تطورا ايجابيا لمعظم مؤشرات الاقتصاد الجزائري و ليس الاستثمار الاجنبي وحسب نظرا للوضع المريح المسجل لكن ما تلبث هذه التدفقات أن تتراجع و السبب الرئيسي يرجع للركود الذي شهدته الساحة الدولية من آثار سلبية ناتجة عن الازمة المالية لسنة 2008، رغم أن الاقتصاد الجزائري لم يعاني بشكل كبير من هذه الازمة بشكل مباشر لكن لا بد أن تبرز بعض الآثار السلبية خصوصا فيما يتعلق بالمتغيرات ذات الصلة بالساحة الدولية مثل الاستثمار الاجنبي المباشر.

وفيما يتعلق بالازمة البترولية الحالية فيلاحظ أنها قد أثرت وبشكل سلبي جدا على الاستثمار الاجنبي الذي سجل ادنى مستوى له سنة 2015 بمايقارب 1.5- مليار دولار و هو مؤشر سلبي جدا يدل على مدى ارتباط المتغيرات الاقتصادية الجزائرية بالبترول و استجابتها السريعة للتذبذبات التي تطرأ عليه، و يرجع سبب هذا الانخفاض ايضا الى ان الاستثمارات الاجنبية المباشرة تنشط وبشكل كبير في مجال المحروقات مثل التنقيب و الاستخراج، وما يحسب للسلطات الجزائرية هو تدارك الموقف حيث عملت على تحفيز العوامل الجاذبة للاستثمار الاجنبي المباشر خصوصا فيما يتعلق بالارضية القانونية²⁶- وان كان الجدل ما يزال قائم حول قاعدة 49% 51%- الأمر الذي سمح بعودة انتعاش الاستثمارات الاجنبية الواردة و بالتالي الاستفادة مما تقدمه من تمويل و انتعاش للحركة الاقتصادية ككل.

و يبقى الجزء الثاني ألا وهو الاستثمارات الاجنبية غير المباشرة الذي يعاني من ركود تام نتيجة غياب الاداة الاساسية المحركة لهذا النوع من الاستثمارات ألا وهي البورصة، فيورصة الجزائر تضم 05 شركات فقط و تسجل تغيير طفيف لا يكاد يذكر²⁷، هذا رغم الجهود المبذولة لتنشيط البورصة باعتبارها احد مصادر التمويل ان محليا او حتى دوليا و الاستفادة مما توفره من تمويل يساهم في الخروج من دائرة المحروقات.

✓ المساعدات و القروض الخارجية:

تلجأ معظم الدول الى العالم الخارجي عند حدوث صعوبات في توفير التمويل اللازم لتلبية الحاجيات الاقتصادية، وذلك اما عن طريق الاقتراض أو عن طريق المساعدات، لكن يتم الامر بحذر شديد نظرا لما يرافق تلك القروض من شروط و ارتباطات، و المخطط رقم (03) يوضح تطور الديون الخارجية الجزائرية:



من خلال المخطط رقم (03) و كصورة عامة يتضح لنا مدى الجهود التي بذلتها الجزائر قبل الازمة البترولية الحالية بغية القضاء على ديونها الخارجية و ذلك نابع من سياسة واضحة اندرجت ضمن الاهداف الاساسية للسياسة الاقتصادية الجزائرية نتيجة الأثار السلبية التي عانى منها الاقتصاد الجزائري بعد الازمة البترولية لسنة 1986 التي دفعت بالجزائر الى اللجوء الى المديونية الخارجية التي ارتفعت الى اكثر من 10 ملايين دولار ما بين 1985 و 1989 و تحمل تبعاتها المثلثة في شروط صندوق النقد الدولي خصوصا اعادة الهيكلة لتشكّل تلك المرحلة منعرجا حاسما لم يقتصر على الاطار الاقتصادي وحسب بل حتى السياسي و الاجتماعي، ومع الارتفاع المحسوس الذي سجلته اسعار البترول مع مطلع سنة 2000 بنسبة 38% تمكنت الجزائر من النخلص التدريجي من ديونها الخارجية حيث تم العمل الحثيث على القضاء عليها، ومع بداية الازمة البترولية الحالية سجلت الديون الخارجية وبعد ان اوشكت على الانعدام ارتفاعا قدره 3800 مليون دولار منتصف سنة 2015 الأمر الذي يوحى بمدى تأثير انخفاض اسعار البترول على مصادر التمويل، لكن ما تلبث السلطات الجزائرية النجاح في توفير مصادر تمويل بديل داخلية تمثلت في سندات الخزينة التي تم اصدارها لأجل ثلاث إلى خمس سنوات بفائدة تتراوح بين 5 و 5.75% و هو أمر يحسب للسلطات المالية الجزائرية.

وفيما يتعلق بالمساعدات الخارجية فرغم أن هذه الاخيرة تمنح بدون مقابل لكن غالبا ما ترتبط بالأمور السياسية و التنازلات مع أنها قد ترتبط بالكوارث الطبيعية مما يجعل التعامل معها اقتصاديا صعبا جدا و غير واضح.

خاتمة:

من خلال ما سبق يبدو واضحا الأثر السلبي الكبير الذي سببه انخفاض أسعار البترول في نقص التمويل في الاقتصاد الجزائري، و لتدارك الامر شرعت السلطات الجزائرية في العديد من المحاولات لايجاد مصادر بديلة تتكفل بتعويض النقص المسجل، و فيما يتعلق بالتدفقات المالية الدولية ودورها في توفير التمويل فإن أهم النتائج المتوصل اليها من خلال ماسبق نجد:

- تسبب انخفاض أسعار البترول في عدم استقرار واضح لكل المتغيرات الاقتصادية الجزائرية الداخلية منها أو الخارجية على حد سواء و هذا يدل على مدى اعتماد الاقتصاد الجزائري على البترول كمصدر اساسي للتمويل.
- تشكل الاستثمارات الاجنبية المباشرة مصدرا مهما ليس فقط لتوفير التمويل للحفاظ على الحركية الاقتصادية بل حتى لنقل الخبرة و تطوير بعض القطاعات التي تساهم في التنوع الاقتصادي خصوصا القطاع الصناعي، ولقد نجحت الجزائر في تدارك الخلل الذي لحق بهذا النوع المهم من التدفقات الدولية في المرحلة الاولى من الازمة البترولية عن طريق محاولة اعادة النظر في القوانين التي تتحكم فيه.
- يبقى الاستثمار الاجنبي غير المباشر غير مستغل بشكل يساهم في تعويض النقص المسجل في توفير التمويل جراء الازمة البترولية الراهنة، وذلك بسبب غياب المحرك الاساسي الذي يسهل هذا النوع من التدفق الدولي لرؤوس الاموال ألا وهو البورصة.
- رغم سعي الجزائر الى تفادي اللجوء الى الاقراض الخارجي غير ان الازمة البترولية الاخيرة ارغمتها الى اللجوء الى الاقراض ، لكن يحسب لها تدارك الموقف من خلال مجموعة من التدابير مثل اصدارها لسندات خزينة كمصدر تمويل داخلي بديل.

و تبقى مسألة تنويع الاقتصاد الجزائري والخروج من دائرة الاقتصاديات الريعية رهانا مستمرا رغم توفر الوسائل و البدائل و لتحقيق ذلك و جب الأخذ بعين الاعتبار التحولات التي شهدتها الساحة الاقتصادية متمثلة في الدرجة المتقدمة من التفاعل ضمن العولمة الاقتصادية.

المراجع والإحالات:

- 1- عصام عمر مندور، محددات الاستثمار الاجنبي المباشر في ظل المتغيرات الاقتصادية الدولية، دار التعليم الجامعي، مصر، الطبعة الأولى، 2010، ص 09.
- 2- إبراهيم موسى، قياس و تحليل أثر التدفقات المالية الدولية في التنمية الاقتصادية في بلدان مختارة خلال المدة 1990، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد التاسع عشر، سنة 2009، ص 13.
- 3 -Vincent Caupin, **Les pays émergents face aux flux (et reflux) de capitaux**, Éditions La Découverte, collection Repères, Paris, 2014,p58.
- 4 - Gao Shangquan, **Economic Globalization: Trends, Risks and Risk Prevention**, United Nations Department of Economic and Social Affairs ; 2000.p 03.
- 5 - UNCTAD, World Investment Reropt 2005 , **Transnational Corporations and Internationalisations Of R&D**, United Nation ,New York and Geneva , 2005, P297.
- 6 - Harrison G. Blaine, **Foreign Direct Investment**, Nova Science Publishers, New York, 2009, P 147.

- 7- علي عبد الفتاح أبو شرار، الاقتصاد الدولي نظريات و سياسات، درا المسيرة للنشر و التوزيع، الأردن، الطبعة الثانية، سنة 2010، ص 223.
- 8- رضا عبد السلام، محددات الاستثمار الاجنبي المباشر في عصر العولمة، المكتبة العصرية، مصر، الطبعة الاولى 2008، ص 93.
- 9- حازم بدر الخطيب، أهمية الاستثمارات الاجنبية في التنمية الاقتصادية و انعكاساتها، مجلة إقتصاديات شمال افريقيا، العدد 04، 2006، ص 95.
- 10- عرفان تقي الحسيني، التمويل الدولي، دار مجدلاوي للنشر، الاردن، الطبعة الثانية، 2002، ص 54.
- 11- حسن كريم حمزة، العولمة المالية و النمو الاقتصادي، دار صفاء للنشر و التوزيع، الاردن، الطبعة الأولى 2011، ص 112.
- 12 -G. Bannock, R. Naxter & R. Rees, The Penguin Dictionary of Ecomics, Penguin Book, Geat Britain 1972, P101.
- 13- حسين سيد محمد القاضي، ادارة الدين العام الخارجي -دراسة مقارنة- دار النهضة العربية، لبنان، 2002، ص 19.
- 14- طلال بابا، قضايا التخلف و التنمية في العالم الثالث، دار الطليعة، الطبعة الثالثة، ص 79.
- 15- غازي عبد الرزاق النقاش، التمويل الدولي و العمليات المصرفية، دار وائل للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية، الاردن، 2006، ص 194.
- 16 -Danny M. Liziger Tsira External Assistance, Journal of Finance and Development, Volume 21 1984 p. 622.
- 17- محمود موسى عثمان، الموارد الاقتصادية، منظور بيئي، دار المنطقة العمرانية، مصر، الطبعة الأولى، 1988، ص 87.
- 18- محمد أحمد الدوري، محاضرات في الاقتصاد البترولي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الأولى، 1983، ص 198.
- 19 -Jean Pierre Angelier , énergie internationale 1987-1988 , Economica ,1987, P 66
- 20- عبد القادر سيد أحمد، الأوبك ماضيها، حاضرها وأفاق تطورها، ديوان المطبوعات الجامعية، 1982، ص 75.
- 21- محمد خنتاوي، النفط و تأثيره في العلاقات الدولية، دار النفائس، لبنان، الطبعة الاولى، 2010، ص 91.
- 22- محمد أحمد الدوري، محاضرات في الاقتصاد البترولي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الأولى، 1983، ص 03.
- 23- مصطفى رشيد شبيحة، مشكل التضخم في الاقتصاد البترولي، الدار الجامعية، لبنان، 1981، ص 20.
- 24- راهم فريد، بوركاب نبيل، انهيار اسعار النفط: الأسباب و النتائج، المؤتمر الأول: السياسات الاستخدامية للموارد الطاقوية بين متطلبات التنمية القطرية و تأمين الاحتياجات الدولية، جامعة سطيف، يومي 08/07 أفريل 2015، ص 02.
- 25- تدخل محافظ بنك الجزائر أمام المجلس الشعبي الوطني، متاح على موقع بنك الجزائر على الرابط التالي:
http://www.bank-of-algeria.dz/pdf/interventiongouv_cnavril2017arabe.pdf
- 26- للمزيد حول مزايا الاستثمار الاجنبي المباشر في الجزائر أنظر:
<http://www.andi.dz/index.php/ar/faq/88-faqs/161-modalites-implantation-de-projets>
- 27 - http://www.sgbv.dz/ar/?page=ligne_societe (تصفح بتاريخ 2017/05/04)

دراسة تحليلية لواقع التسويق الإلكتروني عبر العالم

- دراسة بعض البلدان المختارة -

An analytical study of the reality of the e-marketing world

- A study of selected countries -

أ. بن بردي حنان

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي / الجزائر

Hanan.benbordi@gmail.com

Received: 10/01/2017

Accepted: 01/03/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

توشك أن تصبح منظومة التبادل الدولية عبارة عن سوق إلكتروني مكون من ملايين شاشات الكمبيوتر الموزعة على المستوى العالمي، فلقد غيرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجه عالم التجارة والأعمال وساهمت في تحقيق الوجود الفعلي للتسويق الإلكتروني. وقد اجمع المتابعون للنشاط التجاري والمهتمون بنوعية الوسائل المعتمدة في هذا النشاط أن المشهد التجاري الحالي يتميز بالتزايد المضطرد لاستخدام أحدث الوسائل الإلكترونية لتطوير هذا النوع الحديث من المبادلات التجارية، ولم يعد من الممكن التشكيك في مدى النجاح الذي حققته ولا تزال تحققه هذه التقنية، فقد شهدت هذه الأخيرة نموا هائلا وانتشارا واسعا في فترة وجيزة، وهذا ما يدل على المكاسب الكبيرة التي جاءت بها، وفي هذا الصدد فإن درجة إدراك هذه المكاسب تتفاوت من دولة إلى أخرى، فقد اقتصر الأثر الإيجابية لهذه التجارة على دول العالم المتقدم، أما الدول العربية فلا تزال مبتدئة في هذا المجال وتتمس الخطوات الأولى في هذا الاتجاه.

الكلمات المفتاحية: التسويق الإلكتروني.

Abstract:

Est sur le point de devenir le système d'échange international est une composante du marché électronique des millions d'écrans d'ordinateurs dans le monde entier distribués, il a changé le visage des TIC du monde des affaires et contribué à l'existence réelle de la mise en marché électronique. Les observateurs de l'activité commerciale et intéressés par la qualité des moyens adoptés à l'unanimité dans cette activité que le paysage commercial actuel se caractérise en augmentant de façon constante d'utiliser les derniers moyens électroniques pour développer ce type de commerce moderne, n'est plus possible de remettre en question l'ampleur du succès et continue de réaliser cette technologie, il a fait l'expérience la récente croissance phénoménale et généralisée dans la courte période de temps, et cela montre les grands gains qui sont sortis, et à cet égard, le degré de réalisation de ces avantages varient d'un État à l'autre, il a limité les effets positifs de ce commerce sur les pays développés et les pays arabes Yeh est encore un novice dans ce domaine et à tâtons les premiers pas dans ce sens.

Mots-clés: e-marketing.

تمهيد:

إن الإفرازات العلمية في عصر الشبكة الرقمية حددت مجموعة من الأفكار ونماذج علمية وعملية والتي من بينها التسويق الإلكتروني ،فهذا الأخير يعد واحد من بين أهم منتجات الفكر التقني الإلكتروني وما نتج عنه من نماذج إدارية وتقنية تهدف إلى تسهيل العمليات التجارية والتقليل من التكاليف ،فقد زادت أهمية التسويق الإلكتروني خصوصاً بعد سنة 1993 نظراً لانتشار الاستخدامات التجارية عبر الإنترنت ،وبالتالي فتح التسويق الإلكتروني آفاقاً جديدة في عالم التسويق ،ومن بين أهم ما جاء به التسويق الإلكتروني هو منح منظمات الأعمال فرصة استهداف المشترين بصورة فردية وعلية يمكن طرح التساؤل التالي :

الإشكالية : ما هو واقع التسويق الإلكتروني عبر العالم ؟ وأين تتموقع البلدان العربية من ذلك ؟
وبغية الإجابة على هذه الإشكالية ارتأينا طرح الفرضيات التالية :

الفرضيات :

تسعى دول العالم إلى تدعيم معاملاتها التجارية الكترونياً عبر التسويق الإلكتروني .
تسعى البلدان العربية إلى توثيق معاملاتها الكترونياً .

ومن أجل الإجابة على الإشكالية وتوضيح معالمها قمنا بالتطرق إلى المحاور التالية :

المحور الأول : التسويق الإلكتروني عبر العالم .

المحور الثاني: توقعات تطور حجم التسويق الإلكتروني B2C عبر العالم 2020/2014.

المحور الثالث: تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التجارة والتسويق.

المحور الرابع : تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التجارة والتسويق.

أولاً: التسويق الإلكتروني عبر العالم

ضمن هذا الجزء سيتم مناقشة مستوى التسويق الإلكتروني لعدد من الدول عبر العالم :

- **دولة قطر :** من خلال الجدول رقم (01) يتضح بان دولة قطر قد احتلت المرتبة الأولى من حيث نسبة الأشخاص المتسوقين عبر الإنترنت ب 34 %، وفي المقابل نجد أن من الأشخاص قد تخلوا على الشراء عبر الإنترنت ،حيث وبحسب هذه الدراسة قد وجد أن 30 % قد أرجعوا ذلك إلى عدم توفر خيار الدفع الإلكتروني قد كان سبباً رئيسياً وراء هجرتهم للتسوق عبر الإنترنت .بالرغم من تدني مستوى الإنفاق على الإنترنت على مستوى دولة قطر إلا أن نسبة الأشخاص المتسوقين عبر الإنترنت كانت مرتفعة وهذا راجع إلى ترسيخ ثقافة التسوق الإلكتروني لدى الأفراد وتوفر الإجراءات الحمائية والقانونية التي تحمي هذا النوع من التعاملات الإلكترونية .
- **دولة بولندا :** من خلال الجدول رقم (01) يتضح بان دولة بولندا قد احتلت المرتبة الثانية من حيث نسبة الأشخاص المتسوقين عبر الإنترنت ب 32 %، وفي المقابل نجد أن نسبة 42% من الأشخاص قد تخلوا على الشراء عبر الإنترنت ،حيث وبحسب هذه الدراسة قد وجد أن 32 % قد أرجعوا ذلك إلى ارتفاع مجموع التكاليف ،و 31 % منهم قد اعتبروا أن ارتفاع رسوم الشحن كان السبب وراء تخليهم على التسوق الإلكتروني ،أما 28 % و 26 % من الأشخاص قد أرجعوا سبب تخليهم على التسويق الإلكتروني إلى أنهم لا يريدون التسجيل للحصول على حساب وعدم توفر خيار الدفع الإلكتروني على التوالي.

- **دولة تركيا :** من خلال الجدول رقم (01) يتضح بان دولة تركيا قد احتلت المرتبة الثالثة من حيث نسبة الأشخاص المتسوقين عبر الإنترنت ب 31 %، وفي المقابل نجد أن نسبة 66% من الأشخاص قد تخلوا على

الشراء عبر الانترنت، حيث وبحسب هذه الدراسة قد وجد أن 32% قد ارجعوا ذلك إلى ارتفاع رسوم الشحن، و 31% منهم قد اعتبروا عدم توفر خيار الدفع الإلكتروني كان السبب وراء تخليهم على التسويق الإلكتروني، أما 23% من الأشخاص قد ارجعوا سبب تخليهم على التسويق الإلكتروني إلى ارتفاع التكاليف الإجمالية.

● **دولة الدانمارك :** من خلال هذه الدراسة، قد وصلت نسبة الأشخاص المتسوقين عبر الانترنت إلى 29%، وفي المقابل نجد أن نسبة 29% كذلك من الأشخاص قد تخلوا على الشراء عبر الانترنت، حيث وبحسب هذه الدراسة قد وجد أن 39% قد ارجعوا ذلك إلى ارتفاع تكاليف الشحن، و 38% منهم قد اعتبروا ارتفاع إجمالي التكاليف كان السبب وراء تخليهم على التسويق الإلكتروني، أما 31% من الأشخاص قد ارجعوا سبب تخليهم على التسويق الإلكتروني إلى غياب وسائل الدفع الإلكتروني و عدم الرغبة في التسجيل للحصول على حساب.

● **دولة ايطاليا :** من خلال هذه الدراسة، قد وصلت نسبة الأشخاص المتسوقين عبر الانترنت إلى 27%، وفي المقابل نجد أن نسبة 58% من الأشخاص قد تخلوا على الشراء عبر الانترنت، حيث وبحسب هذه الدراسة قد وجد أن 35% قد ارجعوا ذلك إلى ارتفاع رسوم الشحن، و 28% منهم قد اعتبروا ارتفاع إجمالي التكاليف كان السبب وراء تخليهم على التسويق الإلكتروني، أما 22% من الأشخاص قد ارجعوا سبب تخليهم على التسويق الإلكتروني إلى غياب وسائل الدفع الإلكتروني و عدم الرغبة في التسجيل للحصول على حساب.

● **دولة النرويج :** من خلال الجدول يتضح بان دولة النرويج قد احتلت المرتبة السادسة من حيث نسبة الأشخاص المتسوقين عبر الانترنت ب 26%، وفي المقابل نجد أن نسبة 69% من الأشخاص قد تخلوا على الشراء عبر الانترنت، حيث وبحسب هذه الدراسة قد وجد أن 33% قد ارجعوا ذلك إلى ارتفاع رسوم الشحن، و 31% منهم قد اعتبروا ارتفاع التكاليف الإجمالية كان السبب وراء تخليهم على التسويق الإلكتروني، أما 26% من الأشخاص قد ارجعوا سبب تخليهم على التسويق الإلكتروني إلى عدم رغبتهم في التسجيل للحصول على حساب.

● **دولة اسبانيا :** من خلال هذه الدراسة، قد وصلت نسبة الأشخاص المتسوقين عبر الانترنت إلى 26%، وفي المقابل نجد أن نسبة 69% من الأشخاص قد تخلوا على الشراء عبر الانترنت، حيث وبحسب هذه الدراسة قد وجد أن 44% قد ارجعوا ذلك إلى ارتفاع رسوم الشحن، و نسبة 35% منهم قد اعتبروا ارتفاع إجمالي التكاليف كان السبب وراء تخليهم على التسويق الإلكتروني، أما 26% من الأشخاص قد ارجعوا سبب تخليهم على التسويق الإلكتروني إلى غياب وسائل الدفع الإلكتروني و عدم الرغبة في التسجيل للحصول على حساب.

● **دولة السويد :** من خلال الجدول رقم (01) يتضح بان دولة السويد قد احتلت المرتبة الثامنة من حيث نسبة الأشخاص المتسوقين عبر الانترنت ب 22%، وفي المقابل نجد أن نسبة 60% من الأشخاص قد تخلوا على الشراء عبر الانترنت، حيث وبحسب هذه الدراسة قد وجد أن نسبة 41% قد ارجعوا ذلك إلى غياب وسائل الدفع الإلكتروني، و 32% منهم قد اعتبروا عدم الرغبة في التسجيل للحصول على حساب كان السبب وراء تخليهم على التسويق الإلكتروني، أما 27% من الأشخاص قد ارجعوا سبب تخليهم على التسويق الإلكتروني

إلى ارتفاع رسوم الشحن وفي المقابل نجد أن 22 % من المستجوبين قد ارجعوا ذلك إلى ارتفاع التكاليف الإجمالية للتسويق الإلكتروني .

- **دولة هولندا :** من خلال هذه الدراسة، قد وصلت نسبة الأشخاص المتسوقين عبر الانترنت إلى 21 %، وفي المقابل نجد أن نسبة 51% من الأشخاص قد تخلوا على الشراء عبر الانترنت، حيث وبحسب هذه الدراسة قد وجد أن 39% قد ارجعوا ذلك إلى ارتفاع رسوم الشحن، و نسبة 35 % منهم قد اعتبروا ارتفاع التكاليف الإجمالية للتسوق الإلكتروني كان السبب وراء تخليهم على التسوق الإلكتروني، أما 26 % من الأشخاص قد ارجعوا سبب تخليهم على التسوق الإلكتروني إلى غياب وسائل الدفع الإلكتروني وفي المقابل نجد أن نسبة 23% من الأشخاص ارجعوا سبب هجرتهم للتسويق الإلكتروني إلى عدم الرغبة في التسجيل للحصول على حساب .
- **دولة ألمانيا :** من خلال هذه الدراسة يتضح بان دولة ألمانيا قد احتلت المرتبة ما قبل الأخيرة من حيث نسبة الأشخاص المتسوقين عبر الانترنت ب 19 %، وفي المقابل نجد أن نسبة 73% من الأشخاص قد تخلوا على الشراء عبر الانترنت، حيث وبحسب هذه الدراسة قد وجد أن نسبة 36 % قد ارجعوا ذلك إلى غياب وسائل الدفع الإلكتروني، و 31 % منهم قد اعتبروا ارتفاع التكاليف الإجمالية للتسويق الإلكتروني وارتفاع رسوم الشحن سببان رئيسيان لهجرتهم للتسويق الإلكتروني، حيث بالرغم من الاهتمام الكبير للدولة بالإتفاق على الانترنت واحتلالها للمرتبة الأولى إلا أن نسبة الأشخاص المتسوقين عبر الانترنت لم يتجاوز 19% وهذا راجع إلى غياب ثقافة التسويق الإلكتروني و ضعف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الدولة .
- **دولة فرنسا:** من خلال هذه الدراسة، قد وصلت نسبة الأشخاص المتسوقين عبر الانترنت إلى 19 %، وفي المقابل نجد أن نسبة 75% من الأشخاص قد تخلوا على الشراء عبر الانترنت، حيث وبحسب هذه الدراسة قد وجد أن 52% قد ارجعوا ذلك إلى ارتفاع رسوم الشحن، و نسبة 36 % منهم قد اعتبروا ارتفاع التكاليف الإجمالية للتسويق الإلكتروني كان السبب وراء تخليهم على التسوق الإلكتروني، أما 16 % من الأشخاص قد ارجعوا سبب تخليهم على التسوق الإلكتروني إلى غياب وسائل الدفع الإلكتروني وفي المقابل نجد أن نسبة 28% من الأشخاص ارجعوا سبب هجرتهم للتسويق الإلكتروني إلى عدم الرغبة في التسجيل للحصول على حساب . بالرغم من اهتمام الدولة بالإتفاق على الانترنت و احتلالها المراتب الأولى من حيث حجم الإنفاق على الانترنت غير أن هذا لم يكن مجدي للرفع من نسبة المتسوقين عبر الانترنت والرفع من حجم التسويق الإلكتروني، وهذا يرجع إلى ضعف التشريعات القانونية الحمائية لهذا النوع من التعاملات الإلكترونية وضعف ثقافة التسويق الإلكتروني في فرنسا .¹

ثانيا : توقعات تطور حجم التسويق الإلكتروني B2C عبر العالم 2020/2014.

من خلال الجدول رقم (02) يتضح لنا أنه هناك تطور كبير وواضح للتعاملات الرقمية في مجال B2C ما بين 2014 و توقعات 2020.

- خلال سنة 2014، وصل إجمالي حجم التسويق الإلكتروني في مجال B2C إلى 235 بليون دولار على مستوى العالم، حيث حظيت أوروبا الغربية بالرصيد الأكبر ب 73 بليون دولار، تليها آسيا ومحيط الهادي ب 71 بليون دولار، أما على مستوى شمال أمريكا فقد وصل حجم التسويق الإلكتروني إلى 67 بليون

- دولار ،أما بقيت دول العام فكان نصيب حجم التسويق الإلكتروني ضئيل جدا حيث لم يتجاوز 13 بليون دولار .وهذا يدل على بعد البلدان النامية على هذا النوع من التعاملات الإلكترونية.
- خلال سنة 2015، بلغ حجم التسويق الإلكتروني على مستوى العالم 308 بليون دولار بمعدل زيادة يقدر ب 73 بليون دولار مقارنة بسنة 2014، حيث لوحظ اهتمام كبير بالتسويق الإلكتروني في كل من آسيا والمحيط الهادي فقد وصل حجم التسويق الإلكتروني إلى 99 بليون دولار، تليها دول أوروبا الغربية ب 92 بليون دولار ،أما دول شمال أمريكا فلم يتجاوز حجم التسويق الإلكتروني 82 بليون دولار ،مما يدل على زيادة اهتمام هذه البلدان بالتعاملات الإلكترونية في مجال المبادلات التجارية، في حين أن دول إفريقيا والشرق الأوسط فلم يلاحظ أي تطور كبير على مستوى هذا النوع من التعاملات الإلكترونية حيث لم تتجاوز حجمها 8 بليون دولار ،من خلال هذه الإحصائيات يتضح بان دول إفريقيا والشرق الأوسط ليست لديها اهتمامات كبيرة بالتعاملات الإلكترونية في مجال التسويق ونقص الخبرة والدراسة الدقيقة والمفصلة بأهمية التسويق الإلكتروني ومساهمته الكبيرة في تطور العديد من الشركات و البلدان .
 - خلال سنة 2016، قدرت التوقعات الخاصة بحجم التسويق الإلكتروني B2C ب401 بليون دولار بمعدل زيادة يقدر ب166 بليون دولار مقارنة بسنة 2014، فقد وصل حجم التسويق الإلكتروني إلى 144 بليون دولار على مستوى دول آسيا والمحيط الهادي في حين وصلت إلى 112 بليون دولار و 98 بليون دولار في كل من دول أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية على التوالي، حيث يمكننا القول أن هذه الدول الثلاثة تهتم بهذا النوع من التعاملات الإلكترونية في مجال تعاملاتها التجارية ،أما بقية دول العالم فلم يتجاوز حجم التسويق الإلكتروني في مجال B2C إلى 22 بليون دولار وهذا قد يمكن إرجاعه إلى ضعف تكنولوجيا لمعلومات و الاتصال على مستوى هذه الدول .
 - خلال سنة 2017، قدرت التوقعات الخاصة بحجم التعاملات الإلكترونية B2C ب531 بليون دولار بمعدل زيادة يقدر ب 296 بليون دولار مقارنة بسنة 2014، فقد وصل حجم التسويق الإلكتروني إلى 218 بليون دولار على مستوى دول آسيا والمحيط الهادي ،في حين وصلت إلى 131 بليون دولار و 115 بليون دولار في كل من دول أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية على التوالي، وفي المقابل نجد أن دول الشرق الأوسط وإفريقيا لم يتجاوز حجم التسويق الإلكتروني 14 بليون دولار وهذا يدل على أن هذا النوع من دول العالم ما زالت بعيدة جدا على هذا النوع من التعاملات الإلكترونية .
 - خلال سنة 2018، قدرت التوقعات الخاصة بحجم التسويق الإلكتروني على مستوى العالم 677 بليون دولار ،بمعدل زيادة يقدر ب 442 بليون دولار مقارنة بسنة 2014، حيث بلغت تقديرات حجم التسويق الإلكتروني خلال هذا العام 299 بليون دولار بزيادة تقدر ب 228 بليون دولار مقارنة بسنة 2014، أما دول أوروبا الغربية ودول شمال أمريكا فقد وصل حجم التسويق الإلكتروني 156 بليون دولار و 133 بليون دولار على التوالي بزيادة تقدر ب 83 بليون دولار و66 بليون دولار على التوالي ،وفي المقابل نجد أن بلدان أمريكا اللاتينية و وأوروبا الشرقية ووسط آسيا لم تتجاوز فيها حجم التعاملات الإلكترونية B2C 37 بليون دولار .
 - خلال سنة 2019 ،وصلت تقديرات حجم التسويق الإلكتروني العالمي 827 بليون دولار ،بزيادة تقدر ب 592 بليون دولار مقارنة بسنة 2014 ،خلال هذه السنة قد احتلت دول آسيا والمحيط الهادي المرتبة الأولى من ناحية حجم تعاملات التسويق الإلكتروني ب 381 بليون دولار ،في حين أن دول أوروبا الغربية قد احتلت المرتبة الثانية ب 184 بليون دولار ،أما المرتبة الثالثة فقد كانت من نصيب دول شمال أمريكا ب

153 بليون دولار، وفي المقابل نجد أن بلدان أمريكا اللاتينية وأوروبا الشرقية لم تتجاوز فيها حجم تعاملات التسويق الإلكتروني 47 بليون دولار، في حين أن حجم التسويق الإلكتروني في دول إفريقيا والشرق الأوسط قدر بـ 22 بليون دولار بفارق يقدر بـ 359 بليون دولار مقارنة بدول آسيا والمحيط الهادي وهذا يعتبر فارق شاسع جدا بين هذين المجموعتين من الدول، والسبب الرئيسي وراء ذلك يعود إلى ضعف التطور التكنولوجي وغياب الثقافة الإلكتروني لدى مجتمعات البلدان النامية.

- قدرت سنة 2020، توقعات حجم التسويق الإلكتروني في العالم بـ 994 بليون دولار بزيادة تقدر بـ 759 بليون دولار مقارنة بسنة 2014، حيث قدرت حجم التعاملات الإلكترونية في مجال B2C بـ 476 بليون دولار على مستوى دول آسيا والمحيط الهادي، في حين أن دول شمال أمريكا و أوروبا الغربية وصل حجم التسويق الإلكتروني إلى 177 بليون دولار و 217 بليون دولار على التوالي، وفي المقابل نجد أن بلدان أمريكا اللاتينية لم يتجاوز فيها حجم التسويق الإلكتروني 53 بليون دولار، أما على مستوى دول وسط آسيا و أوروبا الغربية فقد قدر حجم التسويق الإلكتروني فيها بـ 45 بليون دولار، أما المرتبة الأخيرة كانت من نصيب دول إفريقيا والشرق الأوسط بـ 26 بليون دولار بمعدل زيادة يقدر بـ 21 بليون دولار مقارنة بسنة 2014 وبفارق يقدر بـ 450 بليون دولار مقارنة بدول آسيا والمحيط الهادي.

من خلال التحليل السابق لتوقعات تطور حجم التسويق الإلكتروني على مستوى العالم، نستخلص بان حجم التعاملات الإلكترونية في مجال B2C يتطور بوتيرة متسارعة جدا على مستوى دول آسيا والمحيط الهادي تليها دول شمال أمريكا و أوروبا الغربية، أما على مستوى بلدان أمريكا اللاتينية ووسط آسيا وأوروبا الشرقية فقد كان حجم التسويق الإلكتروني يتطور بوتيرة ضعيفة، في حين أن دول إفريقيا والشرق الأوسط كان حجم تطور التسويق الإلكتروني ضمنها يمضي بوتيرة ضعيفة جدا تكاد تكون معدومة.

ثالثا : واقع التسويق الإلكتروني ضمن البلدان العربية

في المنطقة العربية تسعى الشركات لتقديم الخدمات والمعاملات عبر الانترنت، مع تطور المشهد الرقمي في المنطقة وتزايد عدد مستخدمي الانترنت وتحسن شروط النفاذ، غير أن المنطقة مازالت غير متجانسة من حيث وضع الأعمال الإلكترونية فيها، بسبب تفاوت المستويات بين بلدان مجلس التعاون الخليجي ودول أخرى مثل الأردن ولبنان من جهة وباقي المنطقة من جهة أخرى.

1- البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعد البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال حجر الأساس في بناء مجتمع المعلومات وتحقيق الاندماج الرقمي. ولابد من توفرها كي يكون الوصول إلى خدمات المعلومات والاتصال شاملا ومستداما وذا كلفة معقولة، وشهدت هذه البنية الأساسية في المنطقة العربية تطورا سريعا مع ظهور الأجيال الجديدة من الشبكات النقالة، وتزايد سرعة الاتصال بالانترنت عبر الشبكات الثابتة والنقالة على حد سواء، ويعود هذا التطور إلى تطور سوق الاتصالات وازدياد المنافسة فيها. وفي ظل هذا الواقع الجديد ينبغي ان تواكب السياسات التي تضعها الوزارات والهيئات القائمة على قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال وذلك لتقديم خدمات تلبي المتطلبات المستجدة للمشاركين.

- ✚ تصنيف بلدان عربية مختارة و ترتيبها حسب مستوى النضج في مجال الاستراتيجيات والسياسات : يمكن تلخيص مستوى نضج بلدان عربية مختارة في مجال سياسات واستراتيجيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الفترة 2003-2013 حسب أربعة مستويات الجدول رقم(03) .
 - **المستوى الأول :** يترجم هذا المستوى غياب رؤية واضحة أو إستراتيجية وطنية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعدم وجود أية خطة تنفيذية ،وقصورها إن وجدت وقلة الشراكات بين القطاعين العام والخاص .
 - **المستوى الثاني :** وجود رؤية وإستراتيجية وطنية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ،مقابل عدم وجود أية خطط تنفيذية وقصورها إن وجدت ،وضعف الشراكات بين القطاعين العام والخاص .
 - **المستوى الثالث :** وجود رؤية إستراتيجية وطنية واضحة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وخطط تنفيذية فاعلة جدا ،وإبرام شراكات بين القطاعين العام والخاص بالإضافة إلى شراكات متعددة الأطراف .
 - **المستوى الرابع :** وجود رؤية وإستراتيجية وطنية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تتسمان بالوضوح ،وتوفر إدارة سياسية قوية لتنفيذها ،ووجود خطط تنفيذية فاعلة وجهود منسقة تؤدي إلى نتائج جيدة وإبرام العديد من الشراكات الناجحة بين القطاعين العام والخاص والشركات المتعددة الأطراف المتطورة.
- ✚ **انتشار الهاتف الثابت :**

يبين الجدول رقم (04) معدلات انتشار الهاتف الثابت في الدول العربية خلال السنوات 2003-2014، و يظهر أن معظم دول مجلس التعاون الخليجي كانت تسجل منذ ما قبل سنة 2003 معدل انتشار مرتفعا بين البلدان العربية وعلى مستوى العالم إلى حد ما ،بالمقابل بلغ هذا المعدل في نفس الفترة مستويات منخفضة في الجزائر والسودان والعراق والمغرب واليمن ،وذلك في ظل حالة الاحتكار التي كانت سائدة آنذاك ،و أطلقت جميع هذه الدول مشاريع لزيادة معدل انتشار الهاتف الثابت ،وتقليص الهوة بين معدلات الانتشار في المدن والأرياف ،وأخذت هذه المعدلات بالارتفاع تدريجيا وان ببطء في معظم الدول ،حتى وصلت إلى حالة من الاستقرار في الفترة ما بين عامي 2007 و 2009 وقد يرجع هذا الاستقرار إلى إشباع السوق أو إلى ظاهرة التحول إلى الهاتف النقال وأحيانا إلى السببين معا ،وبعد عام 2009،أخذت هذه المعدلات بالانخفاض نسبيا في الأردن والسودان ،بسبب ظاهرة الحلول بشكل رئيسي.وبقيت دول مجلس التعاون الخليجي في مقدمة الدول العربية في عام 2014 من حيث انتشار الهاتف الثابت ،رغم هبوط معدلات الانتشار فيها ،تليها الجمهورية العربية السورية ولبنان ،في المقابل ،بقيت هذه المعدلات منخفضة عموما في السودان والعراق واليمن ،حيث تعطلت الشبكات الثابتة بفعل الإهمال الناتج من الأوضاع الأمنية المتردية ، وفيما يتعلق بمعدلات النمو السنوي المركب CAGR على مدى السنوات 2003-2014 ،حقق المغرب واليمن والجمهورية العربية السورية أعلى معدلات النمو المركب الموجب .وبقيت معدلات الانتشار ضعيفة نسبيا في المغرب واليمن ،في حين كان هذا المعدل سالباً في أكثر من نصف دول المنطقة ،بما في ذلك دول مجلس التعاون الخليجي ،أما في السودان ومصر والأردن خصوصا فكان الانخفاض حاد نسبيا .

في عام 2015 لم يتجاوز المعدل الوسطي لانتشار الهاتف الثابت في الدول العربية 8% أي انه أدنى من المعدل العالمي ب البالغ 14.5% و كذلك أدنى من معدل الدول النامية .

انتشار الهاتف النقال

يبين الجدول رقم (05) معدلات انتشار الهاتف النقال في المنطقة العربية في الفترة ما بين 2003-2014، وقد بدأ عدد المشتركين في خدمات الاتصالات النقالة يتجاوز عدد المشتركين في خدمات الاتصالات الثابتة اعتباراً من عام 2002 في معظم دول المنطقة، وسجلت معظم دول مجلس التعاون الخليجي منذ عام 2003 معدلات انتشار مرتفعة على مستوى المنطقة العربية وأيضاً على مستوى العالم ككل، في المقابل كان هذا المعدل منخفض في دول أخرى، مثل الجزائر والسودان والجمهورية العربية السورية والعراق وليبيا واليمن .

وتسارع نمو ه الخدمات منذ عام 2005، بالتوازي مع تطور وانتشار خدمات الجيل الثالث 3G من الاتصالات النقالة، حتى تجاوزت معدلات الانتشار في الفترة 2007-2011 نسبة 100% في معظم دول المنطقة، وفي عام 2014 بقيت دول مجلس التعاون الخليجي في مقدمة الدول العربية من حيث معدل انتشار الهاتف النقال، يليها الأردن وليبيا، وكانت معدلات النمو السنوي المركب على مدى السنوات 2003-2014 موجبة في جميع الدول، ومرتفعة في العراق بوجه خاص بعد التراجع في الخدمات نتيجة تدهور الحالة الأمنية وسوء الإدارة، ومرتفعة نسبياً في الجزائر والسودان وليبيا واليمن .

وصل المعدل الوسطي لانتشار الهاتف النقال في عام 2015 في الدول العربية إلى 18.02 أي أعلى من المعدل العالمي البالغ 96.8% وقد سجل معدل النمو السنوي المركب لانتشار الهاتف النقال في المنطقة العربية نسبة 55% في الفترة ما بين 2005/2015.

انتشار الانترنت :

منذ عام 2003، بدأت كلفة الحواسيب الشخصية بالتأثير بشكل ملموس على انتشار خدمات الانترنت وكلفة الاتصال عبر الانترنت، حيث تصدرت دول مجلس التعاون الخليجي قائمة الدول العربية من حيث معدل انتشار الانترنت، في المقابل، أطلقت الدول الأخرى منها الأردن والجمهورية العربية السورية ولبنان واليمن ما عرف بمبادرات النفاذ المجتمعي، والتي تتضمن إنشاء مراكز للنفاذ في الأرياف والأكشاك وغيرها من اجل زيادة إمكانيات النفاذ إلى الانترنت، ونفذت دول أخرى، منها مصر مشاريع هدفها توفير الحواسيب في كل منزل بأسعار ميسرة، وسياسات هدفها إعفاء الحواسيب من الرسوم الجمركية، وكان لقلّة الوعي بأهمية الانترنت وتطبيقاتها في الأعمال والتعليم ومجالات أخرى إضافة إلى عدم توفر المحتوى العربي الملائم وصعوبة تعامل المستخدمين مع اللغات غير العربية، سبباً في ضعف معدلات الانتشار في البداية، إلا أنه نتيجة لانتشار الهواتف الذكية ووسائل الاتصال الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة، وتراجع استخدام الانترنت عبر الهاتف النقال مع اعتماد الحزمة العريضة الثابتة والنقالة وانتشار الشبكات المحلية اللاسلكية WLAN.

يبين الجدول رقم (06)، معدلات انتشار استخدام الانترنت في الدول العربية في الفترة 2003-2014، ويشير إلى أن الإمارات العربية المتحدة والبحرين و قطر و الكويت سجلت منذ عام 2003 معدلات انتشار مرتفعة على المستوى العربي والعالمي، في حين بقيت هذه المعدلات منخفضة في دول أخرى منها الجمهورية العربية السورية والعراق واليمن، و أخذ معدل نمو الانتشار بالارتفاع بحلول عام 2008، ذلك مع التزايد الملحوظ في أعداد مقدمي الخدمات، حتى وان تباينت هذه الأعداد من بلد إلى آخر، وبقيت دول مجلس التعاون الخليجي تحتل الصدارة من حيث معدلات انتشار الانترنت 2014، مع تراجع طفيف سجلته المملكة العربية السعودية مقارنة

بسائر دول المجلس، وكانت معدلات النمو السنوي المركب طيلة الفترة 2003-2014 موجبة في جميع الدول ومرتفع في السودان واليمن بوجه خاص .

لقد بلغ المعدل الوسطي لانتشار مستخدمي الانترنت في عام 2015 في الدول العربية نحو 37%، أي أدنى بقليل من المعدل العالمي البالغ 43.4%، وسجل معدل النمو السنوي المركب لانتشار مستخدمي الانترنت في المنطقة العربية 40% في الفترة من عام 2005 إلى عام 2015.

رابعا : تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التجارة والتسويق

ينقسم التسويق الإلكتروني تقليديا إلى نوعين أساسيين، هما التسويق الإلكتروني بين الشركات B2B والتسويق الإلكتروني بين الشركات والزبائن، وغالبا ما لا تتوفر إحصائيات رسمية ودقيقة صادرة عن البلدان العربية لقياس حجم التسويق الإلكتروني بنوعيه في المنطقة، أما المؤشرات العالمية فغالبا ما لا تكون وافية، ولا ترصد ما هو محلي مقابل ما هو دولي.

حجم التجارة الإلكترونية في المنطقة العربية :

خلال عام 2014 بلغ مجموع قيمة التجارة الإلكترونية فيما بين الشركات B2B : 9 مليار دولار أي ما يعادل 1.45% من مجموع الناتج المحلي الإجمالي لهذه البلدان والبالغ 620 مليار دولار، في المقابل بلغت قيمة سوق التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين B2C : 1.15 مليار دولار في العام نفسه، أي ما يعادل 0.18% من مجموع الناتج المحلي لهذه البلدان.

وفي عام 2006، قدرت قيمة السلع والخدمات غير المالية التي تم شراؤها أو بيعها بين الشركات B2B في بلدان مجلس التعاون الخليجي عبر القنوات الإلكترونية بنحو 24.742 مليار دولار بمعدل نمو يقدر ب 45.5% مقارنة بسنة 2005.

وبذلك تكون التعاملات الإلكترونية فيما بين الشركات B2B قد وصلت إلى نحو 3.45% من مجموع القيم الاسمية للنواتج المحلية الإجمالية في بلدان مجلس التعاون الخليجي البالغ 718 مليار دولار، مقابل 2.83% فقط قبل عام، وفيما يتعلق بباقي البلدان العربية لا توجد أرقام دقيقة لحجم التجارة الإلكترونية بين الشركات، غير أنها قدرت ب 3.5 مليار دولار في عام 2006، أما فيما يخص إجمالي قيمة التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين B2C في البلدان العربية في عام 2006 بلغت نحو 03 مليار دولار.

تبقى التجارة الإلكترونية في مجال B2C متواضعة في منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا، وهي لم تتجاوز 1.6% من إجمالي أنشطة التجارة الإلكترونية في العالم.

أظهرت الدراسة أن المملكة العربية السعودية تصدر المنطقة من حيث القيمة الإجمالية للتعاملات التجارية الإلكترونية، حيث انفق 4.3 مليون مستخدم نحو 3 مليارات دولار في تلك الفترة. أي بزيادة مقدارها 30% من الإنفاق لكل مستخدم للتجارة الإلكترونية مقارنة بالفترة 2007-2008، وفي مصر كان عدد مستخدمي التجارة الإلكترونية أقل من ذلك، حيث بلغ 3.9 مليون مستخدم أنفقوا 02.1 مليار دولار عام 2009². وأصدر الاتحاد

الدولي للاتصالات دراسة مشابهة في عام 2010 ، خلص فيها إلى أنّ 20 في المائة من مستخدمي الإنترنت في الأردن ولبنان، و 18 في المائة في مصر، قاموا باستخدام التجارة الإلكترونية.

وفي عام 2014 ، قدّرت سوق التجارة الإلكترونية في مجموعة مختارة من الدول العربية، هي الأردن والإمارات العربية المتحدة والكويت ولبنان ومصر والمملكة العربية السعودية، بقيمة 07 مليارات دولار ومن المتوقع أن تنمو هذه السوق لتبلغ قيمتها 13.4 مليار دولار بحلول عام 2020 وفي المقابل، بلغت قيمة إجمالي الإيرادات من مبيعات التجارة الإلكترونية في الولايات المتحدة 5.4 ترليون دولار في عام 2012 ، علماً أن المعاملات بين الشركات B2B هي التي شكّلت معظم هذه القيمة. ولم يصل أيّ من الدول العربية إلى المراتب العشر الأولى من حيث عائدات التجارة بين الشركات.³

➤ مبيعات التجارة الإلكترونية على مستوى العالم، (2014 – 2013)

في عام 2014 ، بلغت قيمة مبيعات التجارة الإلكترونية في جميع بلدان العالم، وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية، 1.471 مليار دولار. وتشير الدراسة إلى أنّ حصة منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا من تلك المبيعات هي الأدنى، وأنها ستبقى كذلك ولن تتجاوز نسبة 2.5 % بحلول عام 2018 (بحسب التقديرات).

في عام 2015 ، وضع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) مؤشر التجارة الإلكترونية بين المؤسسات التجارية والزبائن، كأداة جديدة لقياس جاهزية التجارة الإلكترونية فيما بين البلدان، ولتحديد أماكن قوتها وضعفها. ويستند المؤشر، المزمع إصداره بشكل سنوي، إلى أربعة مؤشرات فرعية، هي نسبة الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت؛ ونسبة الأفراد الذين يحملون بطاقات الائتمان؛ وعدد خوادم الإنترنت الآمنة؛ ونسبة السكان الذين يستلمون البريد في منازلهم. ومن شأن تحديد المتطلبات الأساسية للتجارة الإلكترونية تسليط الضوء على أوجه قصورها في المنطقة العربية.

وتبلغ هذه القيمة 67.4 في البحرين التي تتصدّر لائحة هذه البلدان وتحتلّ المرتبة 34 عالمياً، بحسب المؤشر. وقد يؤدي النقص في بيانات بعض المؤشرات الفرعية إلى إشكالية في تحديد القيمة الإجمالية للمؤشر. ففي حالة الإمارات العربية المتحدة وقطر، لم تتوفر قيمة مؤشر تسليم البريد إلى المنازل، مما أدى إلى تدني مرتبتهما بحسب المؤشر، بالرغم من ارتفاع النقاط التي نالتها في المؤشرات الفرعية الأخرى. وكان هذا الأمر لصالح دول أخرى مثل لبنان، الذي حلّ في المرتبة 51 ومصر، التي حلّت في المرتبة (بحسب المؤشر).

➤ مؤشر سهولة ممارسة أنشطة الأعمال 2014-2009

يتطلّب النظر إلى قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كقطاع اقتصادي عدم الاقتصار على دراسة الخدمات التي يقدمها، إنما أيضاً دراسة منتجاته وصناعاته وتأثيره العام على الاقتصاد إجمالاً. ولا يزال هذا القطاع، حسب تعريفه الشامل، حديث العهد وتتحكّم فيه الواردات بشكل رئيسي. ولا تزال الجهات الفاعلة فيه في المنطقة العربية لا تؤدي إلا دوراً محدوداً على المستوى العالمي، باستثناء بعض التجارب الناجحة. ويواجه بناء قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عموماً تحديات كبيرة تحول دون تطوره على الوجه المطلوب وتحوّله إلى قطاع ذي قدرة تنافسية. ومن هذه التحديات الافتقار، أحياناً، إلى التسهيلات والحوافز الحكومية كالحوافز الضريبية والقروض

المصرفية الميسرة؛ وعدم المساواة بين المناطق (الأرياف والمدن خصوصاً) على صعيد الخدمات؛ وعدم نزوح آليات التمويل؛ وعدم توفر البيئة المشجعة على ممارسة الأعمال؛ إضافة إلى القصور في تطوير البنية الأساسية والتنظيمية للقطاع. ويعاني القطاع الخاص في المنطقة العربية من سيادة احتكار القلة والاحتكار الثنائي في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

وبحسب دراسة أجراها البنك الدولي مع مؤسسة التمويل الدولية حول مؤشرات سهولة ممارسة الأعمال في عام 2012، تبين أن المنطقة العربية لا تزال بعيدة عن المسار العالمي المتجه إلى تنفيذ إصلاحات تنظيمية تهدف إلى تحسين بيئة الأعمال، وإلى منح التسهيلات لرواد الأعمال المحليين. فبالرغم من أن الدول العربية تمكنت عموماً من تحسين العمليات التنظيمية، لا سيما في إطار الأعمال ضمن الشركات الناشئة فالمؤسسات التي تُعنى بالشؤون القانونية وحماية المستثمر لم تحقق بعد الفعالية المطلوبة⁴.

وفي عام 2014، حلت الإمارات العربية المتحدة في المرتبة الأولى على مستوى المنطقة العربية حسب مؤشر سهولة ممارسة أنشطة الأعمال الصادر عن البنك الدولي، وتحسنت مرتبتها عالمياً من المرتبة 25 في عام 2013 إلى المرتبة 22 في عام 2014 وقد تراجعت القيمة التي سجلتها معظم الدول العربية حسب هذا المؤشر، وتحديداً الجمهورية العربية السورية والعراق اللتان تراجعتا بمقدار عشر مراتب. ويمكن ربط هذا التراجع بعدم الاستقرار السياسي، وبالقوانين والأنظمة التي تجعل إنشاء شركات الأعمال مهمة شاقة ولا تسهل استثمار الشركات الأجنبية في الأسواق المحلية. وبشكل عام، ما زالت هناك حاجة لتسريع إصلاح المؤسسات وهيكلية السوق، وإلى تحفيز القطاع الخاص العامل في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المنطقة، وتوفير مزيد من فرص العمل لرواد الأعمال الشباب⁵.

الخلاصة :

يعتبر التسويق الإلكتروني من منتجات سياسة العولمة ودعم فكرة العالم قرية واحدة، حيث أن دول العالم الآن في سباق للدخول إلى الاقتصاد الرقمي، وهذا ما تسعى أن تصل إليه الدول المتقدمة مثل الولايات المتحدة واليابان وغيرها من الدول، إلى جانب الدول المتقدمة نجد مجموعة من الدول المتخلفة والتي من بينها الدول العربية والتي تحتاج إلى الاستفادة من الخبرات العالمية واستغلال طاقاتها الإلكترونية من أجل اللحاق بركب العالم الرقمي.

من خلال الدراسة التي قمنا بها توصلنا إلى أنه سياسات واستراتيجيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضمن المنطقة العربية تنسم بجملة من نقاط القوة والضعف وهي :

- أوجه القوة:
- توفر القدرات اللازمة لدى معظم الدول العربية لوضع السياسات والاستراتيجيات الوطنية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحديثها.
- التعاون المكثف بين القطاعين العام والخاص في وضع تلك الاستراتيجيات
- أوجه الضعف :
- ضعف الربط بين وضع الاستراتيجيات وتطبيقها .

- افتقار أنظمة الرصد والمتابعة لتنفيذ الاستراتيجيات والخطط إلى المؤشرات العملية والبيانات الدقيقة ذات التوقيت المناسب والشفافية اللازمة لتقييم هذه الاستراتيجيات .
- عدم بلوغ التعاون بين الجهات الوطنية المعنية بتنفيذ الخطط والمشاريع .
- ضعف التناغم بين تلك الاستراتيجيات والأولويات الوطنية في معظم الدول العربية ، وضعف التعاون فيما بين الدول العربية عموماً .
- عدم تجانس منهجية العمل في القطاعات المختلفة المنفذة للاستراتيجيات وخطط العمل المنبثقة عنها وضعف التنسيق فيما بينها .

وللخروج من هذه المشاكل لابد من :

- تعزيز الانسجام بين الاستراتيجيات الوطنية والخطط التنفيذية من جهة والأولويات الوطنية والواقع الاقتصادي من جهة أخرى .
- إجراء مراجعة دورية للرؤية الوطنية لمجتمع المعلومات وللإستراتيجيات الخاصة بقطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ، من أجل ضمان انسجامها مع الأولويات الوطنية المستجدة .
- وضع المؤشرات اللازمة واستخدام أدوات المراقبة والقياس الدقيقة من أجل تقييم فعالية و اثر الإستراتيجيات الوطنية لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإستراتيجيات الخاصة بقطاعات معينة .

اختبار الفرضيات :

الفرضية رقم 01: تسعى دول العالم إلى تدعيم معاملاتها التجارية الكترونياً عبر التسويق الإلكتروني.

من خلال الدراسة اتضح لنا جلياً مدى اهتمام دول العالم عموماً والدول المتقدمة خصوصاً بالتعاملات الإلكترونية وتدعيمها لمختلف متطلبات التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، وذلك من خلال تدعيم وتطوير مختلف وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتسخيرها لخدمة مختلف أنواع الأعمال الإلكترونية.

الفرضية رقم 02: تسعى البلدان العربية إلى توثيق معاملاتها الكترونياً.

من خلال تحليل مؤشرات التسويق الإلكتروني عبر العالم العربي ، وصلنا إلى انه هذه الأخيرة لا تهتم بالقدر الكافي بالتسويق الإلكتروني وبالتالي فمعاملاتها لا تزال تخضع إلى الجانب الورقي التقليدي.

إن تطور الانترنت والتكنولوجيات المرافقة لها مكنت التسويق الإلكتروني من إدارة التفاعل بين منظمة الأعمال والمستهلك من أجل تحقيق المنافع المشتركة من خلال عمليات التبادل ، من جهة أخرى فان التسويق الإلكتروني تجاوز موضوع البيع إلى إدارة العلاقة بين المنظمة والمستهلك .

فالمنظمات العربية تسعى إلى التوسع في استخدام الانترنت كأداة أساسية لوظيفة التسويق لتزويد الزبائن المرتقبين بالسلع والخدمات والمعلومات التي يحتاجون إليها أدى إلى اهتمام المنظمات بوظيفة التسويق وإعطائها الصبغة الشمولية المتكاملة إذ أن وظيفة التسويق الإلكتروني تسهم في تحقيق التنسيق والتكامل مع وظائف المنظمة الأخرى كوظيفة الإنتاج والشراء والتخزين الخ.

ملحق الجداول والأشكال :

الجدول رقم (01) : نسبة الأشخاص المتسوقين عبر الانترنت

الدولة	نسبة الأشخاص المتسوقين عبر الانترنت	نسبة الأشخاص الذين تخلوا على التسوق عبر الانترنت
قطر	%34	
بولندا	%32	%42
تركيا	%31	%66
الدانمارك	%29	%29
ايطاليا	%27	%58
النرويج	%26	%69
اسبانيا	%26	%71
السويد	%22	%60
هولندا	%21	%51
المانيا	%19	%73
فرنسا	%19	%75

Source :www.paybal.com.2016/05⁶

الجدول رقم (02) : توقعات تطور حجم التسويق الإلكتروني B2C (بليون دولار) 2020/2014.

البلدان /السنوات	2014 / بليون دولار	2015 بليون دولار	2016 بليون دولار	2017 بليون دولار	2018 بليون دولار	2019 بليون دولار	2020 بليون دولار
بلدان الشرق الأوسط وإفريقيا	5	8	10	14	18	22	26
بلدان أمريكا اللاتينية	6	10	15	25	37	47	53
شمال أمريكا	67	82	98	115	133	153	177
آسيا والمحيط الهادي	71	99	144	218	299	381	476
أوروبا الغربية	73	92	112	131	156	184	217
وسط آسيا وأوروبا الشرقية	13	17	22	28	34	40	45
المجموع	235	308	401	531	677	827	994

source: global Cross Border B2C .e-marketing Market 2020, Jun 2015.(on line)

www.unctad.org.25/05/2016⁷

الجدول رقم (03) : تطور مستوى النضج في بلدان عربية مختارة في مجال سياسات واستراتيجيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

البلدان /السنوات	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015
الأردن	3	4	3	3	3	3	3
الإمارات العربية المتحدة	3	3	4	4	4	4	4
البحرين	2	4	4	4	4	4	4
تونس	-	-	-	-	-	3	3
الجمهورية العربية السورية	1	2	2	2	2	2	2
السودان	-	-	-	2	2	2	2
العراق	1	1	1	1	1	1	1
عمان	2	2	2	2	3	3	3
فلسطين	1	1	1	1	1	1	1

4	4	4	4	4	2	2	قطر
3	3	3	3	2	3	2	الكويت
3	2	2	2	2	2	1	لبنان
1	1	-	-	-	-	-	ليبيا
3	2	3	3	3	3	2	مصر
3	3	-	-	-	-	-	المغرب
4	3	3	3	3	2	1	المملكة العربية السعودية
2	2	2	1	1	1	1	اليمن
2.7	2.5	2.6	2.5	2.5	2.3	1.7	متوسط المنطقة

المصدر: الاسكو

الجدول رقم (04) : معدلات انتشار الهاتف الثابت في المنطقة العربية 2003-2014

البلدان /السنوات	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2014	معدل النمو السنوي المركب (بالنسب المئوية)
المغرب	4.12	4.45	7.81	11.24	11.12	8.86	7.42	5.49
اليمن	3.64	4.48	4.82	4.49	4.61	4.68	4.79	2.52
الجمهورية العربية السورية	13.94	15.98	17.65	18.41	19.67	20.22	18.13	2.42
فلسطين	7.11	9.47	9.36	9.41	9.30	9.32	9.09	2.26
الجزائر	6.30	7.57	8.74	7.08	8.10	7.98	7.75	1.90
العراق	4.56	4.07	4.75	5.47	5.63	5.63	5.60	1.89
لبنان	18.97	15.92	16.85	18.93	19.09	18.04	19.45	0.23
عمان	2.89	10.52	11.48	11.27	9.50	9.67	9.56	0.31-
البحرين	24.06	22.00	19.72	19.97	21.39	21.88	21.18	1.15-
المملكة العربية السعودية	15.33	15.57	15.42	15.57	16.69	16.97	13.36	1.25-
ليبيا	13.83	15.23	16.76	17.83	16.38	12.72	11.30	1.82-
تونس	11.82	12.51	12.39	12.16	11.32	9.29	8.54	2.91-
الامارات العربية المتحدة	33.71	29.81	23.90	20.47	20.45	22.32	22.26	3.70-
قطر	27.95	25.01	20.60	18.41	16.17	19.02	18.41	3.72-
الكويت	23.01	21.98	21.07	18.54	16.47	15.08	14.20	4.29-
مصر	12.58	14.48	15.13	13.43	10.98	8.31	7.57	4.51-
السودان	2.56	1.48	0.85	0.87	1.33	1.09	1.08	7.56-

7.98-	5.00	5.20	6.91	8.11	9.88	11.99	12.49	الأردن
-------	------	------	------	------	------	-------	-------	--------

المصدر : الاسكو استنادا إلى بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات 2015⁸

الجدول رقم (05) : معدلات انتشار الهاتف النقال في المنطقة العربية 2003-2014

البلدان /السنوات	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2014	معدل النمو السنوي المركب %
العراق	0.31	5.60	48.79	66.69	80.16	96.10	94.91	68.27
ليبيا	2.34	35.75	77.83	159.85	163.85	165.04	161.12	46.92
السودان	1.44	4.76	20.36	36.11	68.78	72.85	72.20	42.75
الجزائر	4.38	40.23	78.53	89.96	94.31	100.79	93.31	32.06
اليمن	3.54	11.31	20.53	37.40	50.07	69.01	70.06	31.18
مصر	8.35	18.99	40.54	72.10	105.08	121.51	114.31	26.86
الجمهورية العربية السورية	6.85	16.24	31.87	47.65	59.24	56.13	70.95	23.68
فلسطين	7.71	15.94	27.42	45.99	70.12	73.74	72.08	22.53
تونس	19.47	56.52	76.34	93.21	115.20	115.60	128.49	18.71
عمان	24.86	52.86	97.27	149.09	159.00	154.65	157.75	18.29
المملكة العربية السعودية	31.67	57.37	109.59	167.43	194.51	184.20	179.56	17.09
الأردن	26.59	59.89	84.37	97.30	111.16	141.80	147.90	16.88
المغرب	24.88	41.14	65.31	80.93	114.02	128.53	131.71	16.36
لبنان	21.56	24.92	30.44	56.28	77.19	80.56	88.35	13.68
الكويت	67.10	60.19	55.83	91.87	157.91	190.29	218.43	11.33
البحرين	57.39	87.22	108.10	117.66	131.01	165.91	173.27	10.57
قطر	57.03	87.29	109.70	124.60	120.48	152.64	145.76	8.91
الإمارات العربية المتحدة	88.22	109.29	133.36	138.27	131.40	171.87	178.06	6.59

المصدر : الاسكو استنادا إلى بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات 2015

الجدول رقم (06) : معدلات انتشار الانترنت في المنطقة العربية 2003-2014

البلد /السنوات	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2014	معدل النمو السنوي المركب %
السودان	0.54	1.29	8.66	-	17.30	22.7	24.6	41.56
اليمن	0.60	1.05	5.01	9.96	14.91	20.0	22.6	38.95
العراق	0.60	0.90	0.93	1.06	5.00	9.2	11.3	30.59
المغرب	3.35	15.08	21.50	41.30	46.11	56.0	56.8	29.33
فلسطين	4.13	16.01	21.18	32.23	41.08	46.6	53.7	26.25
عمان	7.26	6.68	16.68	26.80	48.00	66.5	70.2	22.92
لبنان	8.00	10.14	18.74	30.14	52.00	70.5	74.7	22.52
الجمهورية العربية السورية	3.40	5.65	11.50	17.30	22.50	26.2	28.1	21.17
الجزائر	2.20	5.84	9.45	11.23	14.00	16.5	18.1	21.13
المملكة العربية السعودية	8.00	12.71	30.00	38.00	47.50	60.5	63.7	20.76
مصر	4.04	12.75	16.03	20.00	25.60	29.4	31.7	20.60
تونس	6.49	9.66	17.10	34.07	39.10	43.8	46.2	19.52
ليبيا	2.81	3.92	4.72	10.80	14.00	16.5	17.8	18.23

16.16	44.0	41.0	34.90	26.00	20.00	12.93	8.47	الأردن
15.23	91.5	85.3	69.00	53.10	37.00	24.73	19.24	قطر
13.99	91.0	90.0	77.00	53.00	32.91	21.30	21.55	البحرين
12.10	78.7	75.5	65.77	50.80	34.80	25.93	22.40	الكويت
10.72	90.4	88.0	78.00	64.00	61.00	40.00	29.48	الإمارات العربية المتحدة

المصدر : الاسكو استناداً إلى بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات 2015

الجدول رقم (07) : حجم سوق التجارة الإلكترونية في المنطقة العربية 2014/2020.

البلد /السنوات	2014	2020
الإمارات العربية المتحدة	2.3	4.4
الأردن	0.21	0.4
الكويت	0.56	1.07
مصر	1.4	2.7
المملكة العربية السعودية	1.5	2.9
لبنان	0.28	0.53

المصدر :الإسكوا، استناداً إلى الموقع الإلكتروني⁹ http://marketing.payfort.com/mailshots/url/sop15/SOP15_Final_En.pdf

الجدول رقم(08) : مؤشر الأونكتاد للتجارة الإلكترونية بين المؤسسات التجارية والزبان، 2014

البلد	نسبة السكان الذين يستلمون البريد في منازلهم (بيانات 2012 أو أحدث البيانات المتوفرة)	نسبة حاملي بطاقات الائتمان (15 سنة فما فوق، 2011)	نسبة مستخدمي الانترنت (بيانات 2013 أو أحدث بيانات متوفرة)	خوادم الانترنت الأمانة	مؤشر الأونكتاد	الترتيب
البحرين	100	19.3	73.0	77.2	67.4	34
لبنان	100	11.4	52.0	67.6	57.7	51
الإمارات العربية المتحدة	0	30.0	85.0	79.8	48.7	66
مصر	99	1.4	44.1	47.2	47.9	68
قطر	0	32.3	69.3	78.3	45.0	73
تونس	93	4.3	21.0	60.1	44.6	74
المغرب	72	4.5	53.0	47.6	44.3	75
عمان	5	26.6	67.0	70.6	42.3	81
الجمهورية العربية السورية	85	2.8	24.3	30.6	35.7	87
الأردن	10	3.5	41.0	63.8	29.6	95
العراق	65	1.7	7.1	26.6	25.1	104
السودان	15	0.6	21.0	11.2	11.9	121
مقارنات إقليمية						
المنطقة العربية	53	11	46	55	41	
إفريقيا	27	4	13	43	22	
آسيا	60	14	34	57	41	
أمريكا اللاتينية	70	12	44	67	48	
الاقتصاديات الانتقالية	94	9	45	59	52	
الاقتصاديات المتطورة	98	42	79	90	77	

source: United Nations Conference on Trade and Development; (UNCTAD) (2015), Information Economy Report 2015¹⁰

الجدول رقم (09) : ترتيب بعض الدول العربية بحسب مؤشر سهولة ممارسة أنشطة الأعمال، 2014 – 2009

اسم البلد/ المرتبة	2009	2010	2012	2013	2014
الإمارات العربية المتحدة	37	40	26	25	22
المملكة العربية السعودية	12	11	22	44	49
قطر	39	50	40	45	50
البحرين	25	28	42	53	53
تونس	-	-	50	56	60
عمان	57	57	47	60	66
المغرب	-	-	97	68	71
الكويت	69	74	82	79	86
لبنان	109	113	115	102	104
مصر	99	94	109	113	112
الأردن	107	111	106	116	117
اليمن	104	105	143	135	137
فلسطين	133	135	135	139	143
الجزائر	-	-	152	147	154
العراق	166	166	165	146	156
السودان	153	154	-	153	160
الجمهورية العربية السورية	144	144	144	165	175
ليبيا	-	-	-	188	188

source: World Bank (2015), World Development Indicators, <http://data.worldbank.org/indicator/IC.BUS.EASE.XQ>¹¹

المراجع والإحالات:

1. Arab Advisor Group(2011) ,Saudi Arabia Internet User and ,E-Commerce Survey;2011. Survey ,2010. And, E-Commerce net User
2. Arab Advisor Group(2010) Egypt. Inter
- 3 .<http://marketing.payfort.com/mailshots/url/Sop15/>
4. <http://www.nic.sa/en/view> / <https://www.Dns.jo/statistiques>
5. <http://www.doingbusiness.5> Business/Documents/Special- org/~media/FPDKM/Doing%20
6. www.paybal.com.2016/05
- 7.global Cross Border B2C .e-marketing Market 2020, Jun 2015.(on line) www.unctad.org.25/05/2016
- 8.Escow.2015
- 9.http://marketing.payfort.com/mailshots/url/sop15/SOP15_Final_En.pdf
10. United Nations Conference on Trade and Development; (UNCTAD) (2015), Information Economy Report 2015.
11. World Bank (2015), World Development Indicators, <http://data.worldbank.org/indicator/IC.BUS.EASE.XQ>.

دور وكالات التصنيف الائتماني في حساب معدل كفاية رأس المال وفقا لمتطلبات لجنة بازل

The role of credit ratings in the basel capital adequacy proposals

أ.د. دربوش محمد الطاهر
جامعة عباس لغرور خنشلة / الجزائر
mtrdarbouche@yahoo.fr

أ. زرقان سهام
جامعة عباس لغرور خنشلة / الجزائر
sihem.zerkane@gmail.com

Received: 12/01/2017

Accepted: 02/03/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

يمثل موضوع كفاية رأس المال من أهم المواضيع على الساحة المصرفية لذلك تسعى السلطات الرقابية إلى البحث عن أفضل الطرق لحساب الحجم الأمثل لرأس المال الذي يجب الاحتفاظ به على مستوى البنوك لتغطية المخاطر، ومن أهم اللجان التي اهتمت بمعيار كفاية رأس المال لجنة بازل، وقد تطورت عملية حسابه وفقا لهذه اللجنة تبعا للتطورات الاقتصادية وذلك من خلال التعديلات التي شهدتها منذ إنشائها، ومن أهم ما جاءت به في هذا المجال الاعتماد على وكالات التصنيف في عملية تحديد الحد الأدنى لرأس المال، ويعتمد هذا الأسلوب على درجات التصنيف التي تقدمها هذه الوكالات.

الكلمات المفتاحية: وكالات تصنيف الائتمان، لجنة بازل، كفاية رأس المال.

Abstract:

The control authorities strive to achieve the best possible means to determine the appropriate volume of the capital that should be kept at the level of banking in order to cover risks among the most important panels which are interested in the criteria of capital adequacy we may mention the basle committee. The issue of capital adequacy accounts has developed according to the need of basle committee following the economic development, through the witnessed adjustments since it creation. Among the main issues in the field of capital adequacy account the reliance on the agencies of credit in the field of determining the lowest level of capital. That method depends on the degrees of the credit classification which is provided by the credit rating agencies.

Key Words : credit rating agencies, basle committee, capital adequacy.

تمهيد:

يعتبر النشاط المصرفي من أكثر الأنشطة تعرضاً للمخاطر في القطاع المالي وذلك نتيجة لانتشار العولمة وعمليات التوريق وزيادة التعامل بالمنتجات المالية عالية المخاطر، لذلك أصبح لزاماً على البنوك أن تتحوط لهذه المخاطر مستخدمة عدة أساليب من أهمها تدعيم رأس المال، وقد اتخذ معيار كفاية رأس المال أهمية بالغة منذ أن أقرته لجنة بازل وأصبح لزاماً على البنوك الالتزام به باعتباره معيار يعبر على متانة المركز المالي للبنوك ويقوي ثقة المودعين فيه، ونظراً لأهمية هذا المعيار فقد عملت لجنة بازل منذ نشأتها على وضع طرق وأساليب لتحديد الحد الأدنى المناسب لرأس المال لتحقيق سلامة ومتانة المركز المالي للبنوك، ومن أهم الطرق التي وضعتها لجنة بازل لحساب كفاية رأس المال هي الطريقة المعيارية والتي تعتمد بشكل أساسي على وكالات التصنيف الائتماني، حيث تعمل هذه الوكالات من خلال هذا الأسلوب وبناء على درجات التصنيف التي تقدمها بترجيح الأصول بأوزان المخاطر وفقاً لنوع التصنيف الائتماني المقدم من طرف هذه الوكالات، وبالتالي فهي تساهم بشكل كبير في تحديد كفاية رأس المال بشكل عملي وذلك من خلال اعتماد البنوك على التصنيفات التي تقدمها هذه الوكالات.

إشكالية البحث: يسعى هذا البحث للإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي:

إلى أي مدى تساهم وكالات التصنيف الائتماني في حساب كفاية رأس المال وفقاً لمقررات لجنة بازل؟

أهمية الموضوع: تتمثل أهمية الموضوع في التعرف على دور وكالات التصنيف الائتماني كأحد الجهات التي تعتمد عليها لجنة بازل في حساب كفاية رأس المال، حيث تساعد وكالات التصنيف الائتماني في تحديد أوزان المخاطر مقدمة بذلك مقياساً للجدارة الائتمانية للمدينين وهو ما يحقق مصداقية أكبر في حساب كفاية رأس المال، حيث تزايد دور وكالات التصنيف الائتماني والتي أصبحت تمثل وفقاً لهذه المقترحات اليد العليا سواء في عملية تقييم الدول أو البنوك أو الشركات.

أهداف الموضوع: يهدف هذا البحث إلى إبراز دور وكالات التصنيف في حساب كفاية رأس المال على مستوى البنوك وذلك وفقاً لما جاءت به مقررات لجنة بازل وذلك بعد التعرف على وكالات التصنيف الائتماني ومختلف درجات التصنيف الائتماني وأنواعه، بالإضافة إلى التعرف على أهم التحديات التي تواجه هذه الوكالات أثناء قيامها بدورها المتمثل في حساب كفاية رأس المال.

أقسام البحث: لمعالجة مشكلة البحث حاولنا حصرها والإجابة عنها من خلال المحاور الآتية:

- **المحور الأول:** نظرة عامة حول وكالات التصنيف الائتماني؛
- **المحور الثاني:** تطور مفهوم كفاية رأس المال حسب مقررات لجنة بازل؛
- **المحور الثالث:** حساب متطلبات رأس المال بالاعتماد على وكالات التصنيف الائتماني.

المحور الأول: نظرة عامة حول وكالات التصنيف الائتماني

أولاً: مفهوم التصنيف الائتماني وأهميته

بدأت عملية التصنيف الائتماني لأول مرة من طرف "جون مودي" سنة 1909 عندما صنف سندات شركة السكك الحديدية في الولايات المتحدة الأمريكية، ثم أنتشر التصنيف الائتماني بعد ذلك للحكومات والمؤسسات والسندات على نطاق واسع، وذلك من خلال دخول عدة شركات تعمل في مجال التصنيف الائتماني، حيث برزت شركة ستاندرد اند بورز للتصنيف الائتماني سنة 1916، كما ظهرت شركة فيتش سنة 1922، وانتشرت بعد ذلك صناعة التصنيف الائتماني وشركاتها.¹

ويعبر التصنيف الائتماني عن رأي محلل متخصص حول الجدارة الائتمانية للديون أو الإصدارات المالية، وذلك اعتماداً على المخاطر ذات العلاقة.²

أما وكالات التصنيف الائتماني فهي مؤسسات تجارية متخصصة تقوم بتقييم المخاطر المتعلقة بإصدارات الديون سواء للشركات أو الحكومات، وتعد قدرة المصدر على الوفاء بتسديد فوائد الدين والأقساط المترتبة عليه أهم مؤشر للجدارة الائتمانية التي تبني عليها التصنيفات من قبل هذه الوكالات، وعليه فإن وكالات التصنيف الائتماني تقوم بثلاث مهام رئيسية هي: توفير المعلومات وتقييم المستثمرين، تمكين المصدرين من الوصول إلى أسواق رأس المال، مساعدة المنظمين على التنظيم.³

وتتمثل أهمية الحصول على التصنيف الائتماني في: النفاذ إلى أسواق رأس المال، وبناء سمعة حسنة في السوق تنعكس على مختلف الأطراف المتعاملة فيه، مع تخفيض تكاليف التمويل، بالإضافة إلى التميز عن المنافسين.⁴

ثانياً: أنواع التصنيف الائتماني

تتعدد أنواع التصنيف الائتماني من خلال تقسيمها وفق عدة معايير (معايير الفترة الزمنية، معيار الأداة المصنفة، معيار طالب التصنيف)، إلا أن التركيز ينصب على نوعين من هذه التصنيفات هما التصنيف الائتماني السيادي، والتصنيف الائتماني للمصارف وهما كالآتي:⁵

1- التصنيف الائتماني السيادي: يعرف التصنيف الائتماني السيادي بأنه رأي وكالة التصنيف الائتماني في تقييم الحالة المستقبلية للمقدرة المالية السيادية ورغبتها في الوفاء بالتزاماتها المالية بشكل كامل وفي الوقت المحدد، وكلما حصل البلد على تصنيف ائتماني سيادي مرتفع كلما انخفضت احتمالات عدم الوفاء بالتزامات المالية في حال تعرض البلد للأزمات المالية والاقتصادية. وتستخدم وكالات التصنيف الائتماني معايير كمية وموضوعية لتحديد مخاطر الائتمان السيادية وإصدار درجة التصنيف الائتماني السيادي.

2- التصنيف الائتماني للمصارف: يعبر التصنيف الائتماني للمصارف عن رأي وكالة التصنيف الائتماني في مدى إمكانية دخول المصرف في صعوبات مالية، وبالتالي مدى احتياجه إلى الدعم والمساعدة المالية في المستقبل. وتبدأ خطوات إعداد التصنيف الائتماني للمصرف بقيام وكالة التصنيف بتحليل البيئة الاقتصادية والتشغيلية له ثم إعداد استبيان متعلق به، بعدها يتم عقد اجتماع مع الإدارة العليا للمصرف بهدف الحصول على معلومات عامة عن أنشطة المصرف المتنوعة ومناقشة البيانات المقدمة وتقييمها وتحليلها من أجل الوصول إلى النموذج المناسب لإجراء التصنيف الائتماني، عقب ذلك يتم إعداد مسودة التقرير وعرضها على المصرف لإجراء تعديلات مناسبة، بعدها توزع تلك التعديلات على لجان الائتمان التي تجتمع فيما بعد لتحديد درجة التصنيف الائتماني النهائية وإخطار المصرف بها رسمياً، ليتم نشرها بعد ذلك للمستثمرين والجمهور بمختلف وسائل الإعلام والأخبار الصحفية ومواقع الانترنت.

ثالثاً: درجات التصنيف الائتماني

تقوم وكالات التصنيف الائتماني بإصدار درجات للتصنيف الائتماني تعبر عن رأي المصدر ورغبته على مقابلة التزاماته المالية بشكل كامل وفي الوقت المحدد مثل الفوائد، ومبلغ التأمين وغيرها، ويعتمد المستثمرون على درجات التصنيف الائتماني بصفتها مؤشراً لمدى قدرتهم على استرجاع الأموال المستحقة لهم والتي قاموا باستثمارها. ونظير إجراء عمليات التصنيف تستخدم وكالات التصنيف الائتماني العالمية رموزاً في شكل

حروف أبجدية للدلالة على جودة الائتمان والتي تندرج ضمن نوعين من مستوى المخاطر الائتمانية هي درجة الاستثمار، ودرجة المضاربة.⁶

رابعا: أهم وكالات التصنيف العالمية

هناك نحو 150 وكالة تصنيف ائتماني تعمل في 32 دولة حول العالم، لكن اثنتين فقط من هذه الوكالات تحتكران 80% من سوق التصنيف العالمي، وهما وكالة موديز ووكالة ستاندر أند بورز، تليهما وكالة فيتش التي تسيطر على 14% من سوق التصنيف العالمي المقدره قيمته بنحو 250 مليار دولار، فيما تتنافس باقي الوكالات على حصة سوقية لا تزيد قيمتها على 6% من حجم السوق. وكثيرا ما أثار هذا الاحتكار الثلاثي لسوق وكالات التصنيف العالمية الكثير من علامات الاستفهام حول غياب المنافسة إلى حد أن الكونغرس الأمريكي بدأ مناقشة المسألة لتسهيل منح التراخيص لوكالات جديدة وإسقاط كل الحواجز أمام قيام المزيد من وكالات التصنيف الائتماني وللتقليل من السيطرة شبه الكاملة التي تتمتع بها وكالات موديز وستاندر أند بورز وفيتش، وإن كان الكثير من المراقبين يرون أن مجرد نشوء وكالات جديدة لن يقضي على نفوذ مثلث التصنيف الشهير، لأن معظم حكومات العالم تتعامل مع واحدة من هذه الوكالات الثلاث الشهيرة كأمر بديهي مفروغ منه.⁷

المحور الثاني : تطور مفهوم كفاية رأس المال حسب مقررات لجنة بازل

أولا: كفاية رأس المال حسب بازل 1

يقصد بمفهوم كفاية رأس المال مقدار رأس المال المناسب للهيكال المالي للمصرف، ومن المفترض أن رأس المال الممتلك يخدم أغراضا معينة، ومستوى رأس المال قد يصبح غير كاف إلى المدى الذي لا يخدم هذه الأغراض. ولقد جرى الاتفاق في إطار مباحثات لجنة بازل 1 على تقسيم رأس المال على شريحتين وذلك لتحقيق أهداف رقابية:⁸

- الشريحة الأولى: وتمثل رأس المال الأساسي؛ وتشمل رأس المال المدفوع المتمثل بالأسهم العادية والاحتياطات المعلنة؛

- الشريحة الثانية: وتمثل رأس المال المساند أو التكميلي؛ ويشمل احتياطات تقييم الموجودات ومخصصات الاحتياطات العامة لخسائر القروض، والقروض طويلة الأجل من الدرجة الثانية.

وتشترط توصيات لجنة بازل أن لا يزيد مبلغ رأس المال المساند عن 100% من مبلغ رأس المال الأساسي، وهكذا فإن معدل كفاية رأس المال حسب مقررات لجنة بازل 1 تكون كما يلي:⁹

رأس المال(الشريحة1+الشريحة2)

معدل كفاية رأس المال حسب بازل 1 = $\frac{\text{رأس المال(الشريحة1+الشريحة2)}}{8} \leq 8$

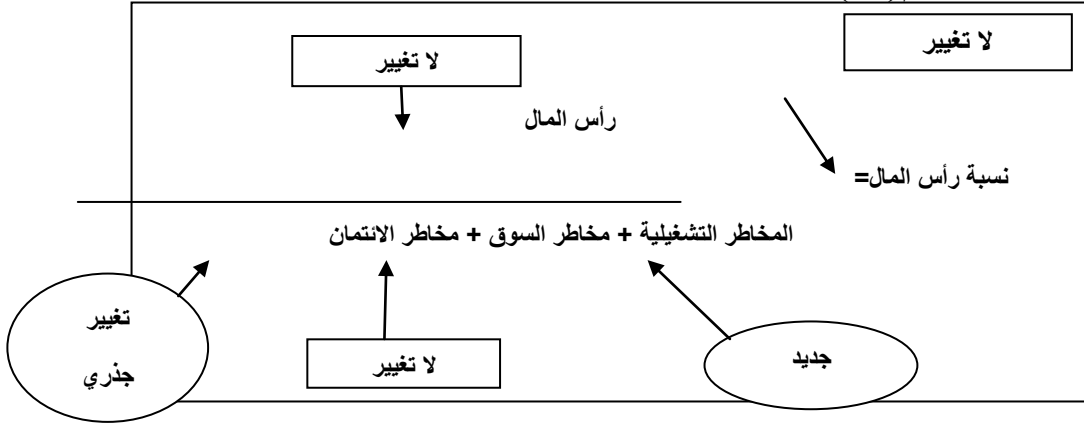
مجموعة التعهدات والالتزامات بطريقة مرجحة الخطر

ثانيا: كفاية رأس المال حسب بازل 2

رغم الايجابيات التي انجرت عن اتفاقية بازل 1، إلا أنه كان لها نقائص مما استوجب إعادة النظر فيها على مراحل وذلك منذ 1999 وإلى غاية 2006، حيث بدأ تطبيق اتفاقية بازل 2 مع بداية 2007، وقد جاءت هذه الاتفاقية بنظرة أشمل وأدق لمخاطر البنوك، كما دعمت رأسمالها بعناصر جديدة، فلقد غطت اتفاقية بازل 1

نوعين من المخاطر هما مخاطر الائتمان ومخاطر السوق، في حين غطت اتفاقية بازل 2 بالإضافة إلى المخاطر السابقة مخاطر التشغيل، مع اختلاف أساليب قياس مخاطر الائتمان في بازل 2 عن بازل 1.¹⁰ ولقد أدى إضافة مخاطر التشغيل إلى تغيير مقام نسبة كفاية رأس المال، وعليه يتم حساب معدل كفاية رأس المال طبقاً للمقررات الجديدة من خلال المعادلة الموضحة في الشكل رقم (01):

شكل رقم (01): معادلة كفاية رأس المال حسب مقررات بازل 2



المصدر: مفتاح صالح ورحال فاطمة، تأثير مقررات لجنة بازل 3 على النظام المصرفي الإسلامي، مداخلة مقدمة ضمن المؤتمر العالمي التاسع للاقتصاد والتمويل الإسلامي: النمو والعدالة والاستقرار من منظور إسلامي، تركيا، 9-10 سبتمبر 2013، ص: 6.

ثالثاً: كفاية رأس المال حسب بازل 3

بالرغم من توفر الحد الأدنى لرأس مال البنك وفقاً لمعيار بازل 2 إلا أن البنوك واجهت مشاكل تتعلق بتآكل رؤوس أموالها بسرعة بسبب الخسائر التي لحقت بها لعدم جودتها. 11 ومن أهم المستجدات التي جاءت بها اتفاقية بازل 3 فيما يخص المتطلبات الدنيا لرأس المال هي رفع كمية ونوعية الأموال الخاصة، حيث نصت مقررات بازل 3 على رفع وتحسين نوعية الأموال الخاصة في البنوك، وذلك لتعزيز قدرتها على امتصاص الخسائر والتحكم في التسيير في فترات الضغط، ولهذا تم إدخال تغييرات جوهرية على تعريف رؤوس الأموال الخاصة:¹²

الأموال الخاصة الصافية

نسبة كفاية رأس المال حسب بازل 3 = $\frac{\text{مخاطر الائتمان} + \text{مخاطر السوق} + \text{مخاطر التشغيل}}{\text{رأس المال}} \leq 8\%$

مخاطر الائتمان + مخاطر السوق + مخاطر التشغيل

وفقاً لنصوص الاتفاقية فإن الأموال الخاصة الصافية تتكون من:

ـ **الشريحة الأولى:** وهي قيمة الأسهم العادية والأرباح غير الموزعة، وتعتبر النواة الصلبة للبنك.

كما تتكون الشريحة الأولى من أية حقوق ملكية أخرى كالاحتياطات المعلنة، إضافة إلى أية أدوات مالية أخرى تستوفي شروط تصنيفها في هذه الشريحة وسميت بالشريحة الأولى الإضافية. ويتم الرفع التدريجي لما تمثله النواة الصلبة من قيمة المخاطر من 2% إلى حدود 4,5% مع بداية سنة 2015. أما ما تمثله الشريحة الأولى الإضافية من قيمة الأصول المرجحة بأوزان المخاطر فتنقل من 2% سنة 2012 إلى

1% سنة 2013 ثم 1,5% سنة 2014 لتبقى عند هذا المستوى. ووفقا لنصوص الاتفاقية فإن الشريحة الأولى يتم حذف بعض العناصر منها كشهرة المحل وبعض المساهمات في رؤوس أموال البنوك والمؤسسات المالية الأخرى...، والاتفاقية تحاول الوصول إلى رأس المال الفعلي الذي يمكن البنك من مواجهة الأزمات ويظهر الكفاية الفعلية لرأس المال. وبغرض مساعدة البنوك في إعادة تشكيل قواعدها الرأسمالية فقد راعت مبدأ التدرج في نسبة الاقتطاعات، حيث تبدأ من 20% سنة 2014 لتصل إلى 100% سنة 2018.

الشريحة الثانية: وتسمى بالأموال الخاصة المكتملة، وتضم احتياطات إعادة التقييم والمخصصات العامة لخسائر الديون...، وبشكل عام تحوي مختلف الأدوات المستعملة لجلب رأس المال المستوفاة للشروط المنصوص عليها في اتفاقية بازل 3. أما ما تمثله هذه الشريحة من قيمة الأصول مرجحة بأوزان المخاطر فإنها تنخفض بشكل تدريجي حتى تستقر عند 2% ابتداء من سنة 2015.

وبالتالي فإن بازل 3 ألغت الشريحة الثالثة لرأس المال التي كانت موجودة في بازل 2، كما وضعت قواعد أكثر صرامة في تعريف الأموال الخاصة وعملت على زيادة جودتها من خلال رفع نسبة النواة الصلبة.

المحور الثالث: حساب متطلبات رأس المال بالاعتماد على وكالات التصنيف الائتماني يعتبر هذا الأسلوب من أبسط الأساليب لحساب متطلبات رأس المال لتغطية مخاطر الائتمان، ويعتمد في تحديد أوزان المخاطر على التصنيفات الائتمانية لمؤسسات التصنيف الائتماني الخارجية المعترف بها، ولقد حددت مقررات لجنة بازل 2 معايير يجب أن تتوفر في وكالات التصنيف الائتماني بحيث تكون السلطات الرقابية الوطنية مسؤولة عن تحديد ما إذا كانت هذه الوكالات تستوفي هذه المعايير أو لا.¹³

أولا: أسباب الاعتماد على ترجيحات وكالات التصنيف الائتماني يعاني معيار كفاية رأس المال حسب بازل 1 من بعض جوانب الضعف، فعلى سبيل المثال لا يفرق المعيار بازل 1 بين المقترضين، فالمقترض الذي يتصف بتصنيف AAA يتطلب نسبة كفاية رأس مال تماما مثل المقترض المصنف BB بغض النظر عن الفرق في احتمالية عدم الدفع بين هذين المقترضين، وبالتالي من زاوية العائد على حقوق الملكية فإنه من غير المفضل الإقراض إلى العملاء الممتازين، أو الذين يتصفون بانخفاض درجة المخاطر وذلك لانخفاض العائد على قروضهم. كذلك فإن هذا الوضع قد يدفع بالبنوك إلى المراجعة بين الديون بحيث يتم توريق الديون الممتازة والاحتفاظ بالديون ذات الخطورة العالية في محفظة البنك، بمعنى أن نسبة رأس المال القديمة تساهم بطريقة غير مباشرة بالتوجه نحو الإقراض إلى العملاء غير الجديرين أو ذوي الخطورة العالية من أجل تحقيق عائد أكبر على أساس أنه كلما زادت المخاطر كلما زاد العائد.¹⁴

ثانيا: المعايير الواجب توفرها في وكالات التصنيف الائتماني وفقا لمقررات لجنة بازل حدد اتفاق بازل 2 مجموعة من الشروط والمعايير التي يجب أن تتوفر في وكالات التصنيف الائتماني حتى يمكن اعتمادها لقبول تصنيفاتها الائتمانية وتمثل هذه المعايير فيما يلي:¹⁵

- **الموضوعية:** يجب أن يكون أسلوب تحديد التقديرات الائتمانية متشددا ونظاميا وخاضعا لنوع من التحقق والتأكد استنادا إلى التجربة التاريخية، بالإضافة إلى أن التقديرات يجب أن تخضع إلى المراجعة المستمرة، وتستجيب إلى التغييرات في المركز المالي؛

- **الاستقلالية:** يجب أن تكون وكالة التصنيف الائتماني مستقلة، كما يجب أن لا تكون خاضعة للضغوط السياسية والاقتصادية التي قد تؤثر في التصنيف الذي تتوصل إليه، كما يجب أن تكون عملية التقييم متحررة من أي قيود قد تنشأ من مجلس الإدارة؛

- **الدخول الدولي/ الشفافية:** يجب أن تتاح هذه التقديرات لكل من المؤسسات المحلية والأجنبية، وأن الأسلوب العام المستخدم من قبل وكالة التصنيف الائتماني يجب أن ينشر علناً إلى الجمهور؛

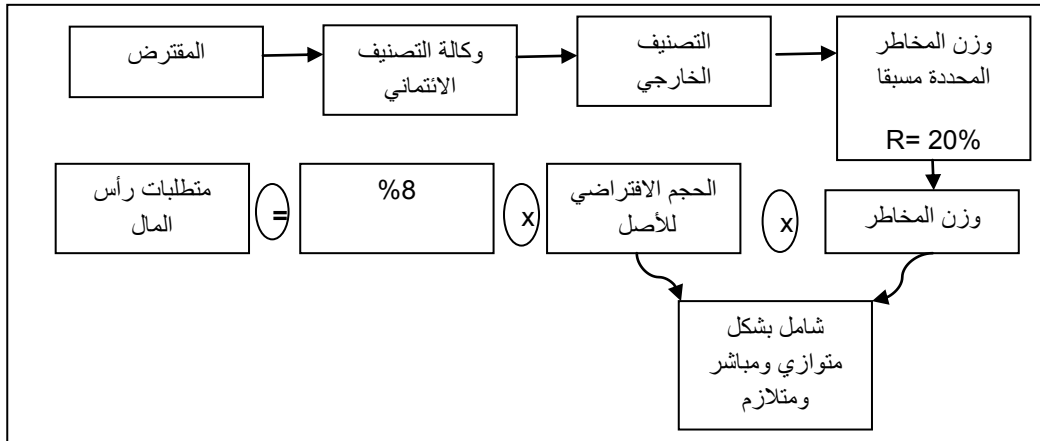
- **الإفصاح:** يجب أن تفصح وكالة التصنيف على المعلومات الآتية: أساليبها في التقدير، والنسب الفعلية للخسارة التي تحققت لكل شريحة تقدير، والتعديلات في التصنيف مثلاً: تحول تصنيف بمرتبة AA إلى تصنيف A عبر الوقت؛

- **المصدقية:** تُستمد المصدقية إلى حد ما من المعايير المشار إليها أعلاه، بالإضافة إلى أن اعتماد الأطراف المستقلة (المستثمرون والمصدرون والشركاء التجاريون) على التقديرات التي قدمتها وكالات التصنيف الائتماني من قبل هؤلاء هو دليل على مصداقية تقديراتها؛

- **الموارد:** يجب أن تمتلك وكالة التصنيف الائتماني الموارد الكافية التي تمكنها من إجراء التقديرات الائتمانية عالية الجودة.

ثالثاً: خطوات حساب معدل كفاية رأس المال وفقاً للأسلوب المعياري
يبين الشكل الآتي أهم المراحل التي من خلالها يتم حساب معدل كفاية رأس المال وذلك وفقاً للأسلوب المعياري المعتمد على وكالات التصنيف الائتماني.

الشكل رقم (02): خطوات حساب معدل كفاية رأس المال وفقاً للأسلوب المعياري



Source :Josef Christl & Kurt Pribil, "Guidelines on bank-widerisk management : Internal capital adequacy assessment process", Oesterreichische national Bank, Working paper, Vienna, February 2006, p : 38.

رابعاً: حساب متطلبات رأس المال لمخاطر الائتمان بالاعتماد على وكالات التصنيف الائتماني

يتم حساب متطلبات رأس المال لمخاطر الائتمان حسب بازل 2 بالاعتماد على وكالات التصنيف الائتماني وذلك وفقاً للطريقة المعيارية (الأسلوب النمطي)، وبموجب هذا المعيار يتم تصنيف المخاطر بالاعتماد

على وكالات التصنيف الائتماني العالمية وقد تم الإبقاء على مفهوم رأس المال الأساسي والمساند، وتم الإبقاء أيضاً على معدل كفاية رأس المال 8%، إلا أنه تم تعديل نظام الأوزان فلم تُعطى الأوزان وفقاً لفئة المقترض (القروض السيادية، المؤسسات، المصارف الأخرى) بل أصبحت تربط وزن المخاطر المعينة للقروض وفقاً لدرجات المخاطر لهذه القروض، والتي تحددها وكالات التصنيف وحسب معايير محددة فصلتها لجنة بازل. وفي إطار هذا الأسلوب فإن استخدام التصنيفات الائتمانية الخارجية يساعد على التمييز بين المخاطر الائتمانية وفئاتها: القروض السيادية، الالتزامات على المصارف الأخرى، الشركات، قروض الأفراد، القروض العقارية لأغراض سكنية، القروض العقارية لأغراض تجارية، وكل فئة من هذه الفئات لها وزن مخاطر ويعتمد الوزن الترجيحي لكل أصل ائتماني على التصنيف الائتماني للمقترض.¹⁶

ولتطبيق هذا الأسلوب يتم إتباع الخطوات الآتية:

تبويب الأصول؛

ترجيح الأصول بأوزان المخاطر.

تبويب الأصول: ويتم ذلك من خلال تقسيم المخاطر الائتمانية إلى فئات حيث يتم تبويب الأصول وفقاً لنوع الجهة المقترضة وذلك كما يلي: الحكومات والبنوك المركزية (الجهات السيادية)، البنوك، الشركات، منشآت القطاع العام غير الحكومة المركزية، المنشآت المالية، قروض برهن عقاري لأغراض تجارية، قروض برهن عقاري لأغراض سكنية، عملاء التجزئة.¹⁷

ترجيح الأصول بأوزان المخاطر: يتم ترجيح القروض بأوزان المخاطر البسيطة تبعا للتصنيف الائتماني للعميل الذي تمنحه وكالة التصنيف الائتماني وحسب تبويب التسهيل، وتتراوح أوزان المخاطر من صفر حتى 150%، وترتفع كلما زادت المخاطر أو تدنى مستوى التصنيف الائتماني للعميل، وفيما يلي عرض لكيفية تحديد هذه الأوزان:

- **الأوزان الترجيحية للمطالبات على الحكومات والبنوك المركزية (الجهات السيادية):** الخطر السيادي هو خطر مرتبط بالحقوق على المقترضين السياديين وبنوكهم المركزية الوطنية، فالقيم الموجودة في الجدول تمنحها وكالات التصنيف الائتماني، فالترجيح 0% يمنح لبنك التسويات الدولية وصندوق النقد الدولي والبنك المركزي الأوروبي والجالية الأوروبية، ولجنة بازل تقترح منح ترجيح 0% للبنوك الآتية: البنك الدولي لإعادة الإنشاء والتنمية والمؤسسة المالية الدولية، البنك الآسيوي للتنمية، وكذا البنك الإفريقي للتنمية والبنك الأمريكي للتنمية والبنك الأوروبي للاستثمار وبنك التنمية الإسلامي، وبنك التنمية لمجلس أوربا.¹⁸

الجدول رقم (01) : أوزان مخاطر المطالبات على الجهات السيادية

درجة التصنيف	AAA à AA-	A+ à A-	BBB+ à BBB-	BB+ à B-	أقل من B-	لا يوجد تصنيف
الترجيح	0%	20%	50%	100%	150%	100%

المصدر: موسى عمر مبارك أبو محييد، مخاطر صيغ التمويل الإسلامي وعلاقتها بمعيار كفاية رأس المال للمصارف الإسلامية من خلال معيار بازل 2، رسالة دكتوراه، قسم المصارف الإسلامية، كلية العلوم المالية والمصرفية، 2008، ص: 33.

- الأوزان الترجيحية للمطالبات على البنوك: بالنسبة للمطالبات على البنوك فقد حددت لجنة بازل خيارين على أن تختار السلطات الرقابية المحلية إحداهما، وما تجدر الإشارة إليه هو ضرورة ألا يكون الترتيب على المطالبات على البنوك أحسن من الترتيب المقدم للمطالبات على الحكومة التي يتواجد بها البنك، والجدول الآتي يوضح أوزان ترتيب المطالبات على البنوك.¹⁹

الجدول رقم (02) : أوزان مخاطر المطالبات على البنوك

درجة تصنيف الحكومة	AAA à AA ⁻	A ⁺ à A ⁻	BBB ⁺ à BBB ⁻	BB ⁺ à B ⁻	أقل من B ⁻	لا يوجد تصنيف
الترتيب (خيار 1)	%20	%50	%100	%100	%150	%100
درجة تصنيف البنك	AAA à AA ⁻	A ⁺ à A ⁻	BBB ⁺ à BBB ⁻	BB ⁺ à B ⁻	أقل من B ⁻	لا يوجد تصنيف
الترتيب (خيار 2)	%20	%50	%50	%100	%150	%50
الترتيب (خيار 2) مطالبات قصيرة الأجل	%20	%20	%20	%50	%150	%20

المصدر: أحمد قارون، مدى التزام البنوك الجزائرية بتطبيق كفاية رأس المال وفقا لتوصيات لجنة بازل، رسالة ماجستير، فرع دراسات مالية ومحاسبية معمقة، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2013/2012، ص:72.

-الأوزان الترجيحية للمطالبات على الشركات: الترتيبات على الشركات تطبق كذلك على مؤسسات التأمين، وعلى عكس البنوك يطبق على الشركات خيار واحد فقط، أما بالنسبة للشركات بدون علامة فلجنة بازل تعتبر حقوقها أنها ليست دائما ذات مخاطر جد عالية وبالتالي فترتيبها ب %150 يعتبر كعقوبة للبنوك المقرضة، وبالتالي يمكن في هذه الحالة للبنوك المقرضة أن تستعمل الترتيب نفسه يساوي %100 لكل الشركات، وهذا إن لم ترغب في استعمال التصنيف الخارجي بشرط أن تحصل على موافقة السلطات الرقابية.²⁰

الجدول رقم (03) : أوزان مخاطر المطالبات على الشركات

درجة التصنيف	AAA à AA ⁻	A ⁺ à A ⁻	BBB ⁺ à BB ⁻	أقل من BB ⁻	لا يوجد تصنيف
الترتيب	%20	%50	%100	%150	%100

Source :Maher Hasan, "The significance of Basel 1 and Basel 2 for the future of the Banking industry with special emphasis on credit information", Credit alliance régional meeting, Amman, 3-4 Avril 2002, p :10.

-الأوزان الترجيحية للمطالبات على منشآت القطاع العام غير الحكومة المركزية: مثل حكومات الأقاليم والسلطات المحلية، الأجهزة الإدارية المسؤولة أمام الحكومة المركزية أو الإقليمية، المنشآت التجارية المملوكة للحكومات المركزية. تعطى المطالبات في هذه الفئة طبقا للخيار الأول أو الثاني للبنوك دون استخدام المعاملة التفضيلية للمطالبات قصيرة الأجل.²¹

– الأوزان الترجيحية للمطالبات على عمليات التجزئة²²

مثل بطاقات الائتمان، القروض الشخصية، قروض لشراء السيارات.

- وزن مخاطر 75% بشروط:
 - موجه لأفراد أو مؤسسات صغيرة؛
 - مركز العميل لا يمثل أكثر من 0,2% من إجمالي قروض التجزئة بحد أقصى مليون أورو.
- إذا لم تتوفر الشروط السابقة تعامل معاملة الشركات:
 - وزن المخاطر للقروض المقدمة لتمويل عقارات بغرض الإسكان 35%؛
 - وزن المخاطر للقروض المقدمة لتمويل عقارات بغرض الإسكان ومر على تاريخ السداد 90 يوم ولم تسدد 100%؛
 - وزن المخاطر للقروض المقدمة لتمويل عقارات بغرض الاتجار 100%.
- القروض التي مر على سدادها 90 يوم:
 - وزن مخاطر 150% إذا لم يكون لها مخصص أو المخصص أقل من 20% من قيمة المركز القائم؛
 - وزن مخاطر 100% إذا كان قد كون لها مخصصات بأكثر من 20% من قيمة المركز القائم؛
 - وزن مخاطر 100% إذا كان قد كون لها مخصصات أكبر من 15% ويوجد لها ضمانات ولكن غير معترف بها كأحد وسائل التخفيف من مخاطر الائتمان؛
 - أرصدة السحب على المكشوف طالما في الحدود المسموح بها لا تعامل كمتأخرات لو تجاوز الحد المسموح به ويتم مطالبة العميل بالسداد وإن لم يسدد تصبح متأخرات.

وعليه فإن القيمة الدنيا للمتطلبات من رأس المال وفقا للجنة بازل 2 وبالاعتماد على تصنيفات وكالات التصنيف الائتماني الخارجي تكون كما يلي:

متطلبات رأس المال = الموجودات المرجحة بالمخاطر x 8%

= (الأصل * وزن المخاطر) x 8%

وهذا النظام لتقدير المخاطر يعني أنه مثلا في حالة أن يكون الطرف الآخر (المقترض) جهة سيادية، قدم لها المصرف تمويلا قدره 100 مليون دولار وهي مصنفة في مرتبة AAA إلى AA- فإنه ستنتم معاملة هذا التمويل (الأصل) على أنه خال من مخاطر العجز عن السداد، ولن يطلب من المصرف مقدم التمويل أي رأس مال مقابل ذلك. ولكن إن كان تصنيف هذه الجهة السيادية في مرتبة BB إلى B- فإن التمويل المقدم يتطلب حماية من رأس المال بنسبة 100% (أي أن يحتفظ المصرف بنسبة 4% من الأصل، 4 مليون دولار - رأس مال أساس، وبنسبة 8%، 8 مليون دولار إجمالي رأس مال نظير المخاطر المرتبطة بذلك الأصل). إن جاء تصنيف الطرف الآخر (الحكومة) عند مستوى B- ولأجل احتساب متطلبات رأس المال، فالأصل الناشئ بمبلغ 100 مليون دولار سيعامل على أنه يساوي 150 مليون دولار وستكون متطلبات رأس المال لمقابلة مخاطرة 8% من 150 مليون دولار.²³

وقد عملت اتفاقية بازل 3 على مراجعة بعض القضايا المتعلقة بالمخاطر ومنها:²⁴

تحاول الاتفاقية الأخذ بعين الاعتبار لكل المخاطر المادية التي يمكن أن تلحق بالبنك أثناء أداء نشاطه بما فيها مخاطر الأطراف المقابلة في عقود المشتقات، وقد بينت كيفية حسابها وخصصت جزءا من رأس المال لتغطيتها، وربطت ذلك بتعديل التصنيف الائتماني عند حدوث انخفاض في الملاءة الائتمانية للطرف المقابل؛ خصصت بازل 3 جزءا من رأس المال لتغطية المخاطر الناجمة عن عمليات التوريق والتوريق المعقد، بعدما أهملتها بازل 2، وذلك يتطلب من البنوك اهتماما أكبر بإجراء تحليلات أكثر صرامة على الائتمان، والجدول الآتي يبين النسب التي تم تخصيصها من رأس المال لتغطية مخاطر السندات بما فيها التوريق الذي أضافته بازل 3 وذلك بالاعتماد على تصنيفات وكالات التصنيف الائتماني:

الجدول رقم (04) : نسبة المتطلبات الرأسمالية للسندات (الوحدة %))

تتقيط السندات	فترة الاستحقاق المتبقية	الجهات السيادية	جهات أخرى	انكشاف التوريق
AAA إلى AA ⁻ ؛ A-1	≥ 1 سنة	0,5	1	2
	< 1 سنة > 5 سنوات	2	4	8
	≥ 5 سنوات	4	8	16
BBB ⁻ إلى A ⁺ ؛ A-2؛ A-3؛ A-3	≥ 1 سنة	1	2	4
	< 1 سنة > 5 سنوات	3	6	12
	≥ 5 سنوات	6	12	24

المصدر: حياة نجار، إدارة المخاطر المصرفية وفق اتفاقيات بازل -دراسة واقع البنوك التجارية العمومية الجزائرية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، 2014/2013، ص: 117.

إن نسبة رأس المال المخصصة لتغطية مخاطر السندات تتناسب بشكل عكسي مع تصنيف الأصل، فكلما تراجع التصنيف المعطى للسند ارتفعت نسبة متطلباته من رأس المال، أما متطلبات تغطية استثمارات التوريق فهي مرتفعة جدا مقارنة مع الجهات السيادية ومتطلبات الجهات الأخرى، وهذا يدل على أن التعامل في التوريق محفوف بمخاطر مرتفعة جدا.²⁵

خامسا: تحديات الاعتماد على وكالات التصنيف في تحديد متطلبات رأس المال يواجه تطبيق المنهج المعياري المرتكز على استخدام وكالات التصنيف الائتماني في حساب متطلبات رأس المال تحديات منها:

- قلة شركات التصنيف الائتماني المحلية، ويؤخذ عليها أن تقديراتها عادة تكون أكثر تساهلا من مؤسسات التصنيف الائتماني العالمية؛
- قد تضطر المصارف العربية وخاصة الصغيرة والمتوسطة والتي عادة لا تمتلك الإمكانيات التي تساعدها في وجود أنظمة تصنيف ائتماني داخلي، إلى الاعتماد في كثير من الأحيان على تقديرات مؤسسات التصنيف الائتماني الخارجية أو الهيئات الدولية، الأمر الذي يعتبر مكلف بالنسبة للدول العربية، وبالتالي ازدياد درجة مخاطر التعامل معها وضعف قدرتها في استقطاب مصادر التمويل الدولية.²⁶
- بالإضافة إلى تعقيد الأدوات المالية، ومحدودية النماذج الإحصائية، كما أنه غالبا ما تكون هذه المنتجات غير سائلة، وفي بعض الأحيان ليس لديها سعر سوقي، والمشكلة الإضافية هي: الاعتماد على بيانات فقيرة والإفراط في الثقة في أدوات رياضية بحتة.²⁷

وقد طرحت بعض الاقتراحات لمعالجة هذه العيوب بالفعل، ففي نوفمبر 2008 أنهت اللجنة الأوروبية صيغة لاقتراح يرمي إلى إدخال قواعد محددة لمؤسسات التصنيف، تشمل شروطاً لتسجيلها بالإضافة إلى استحداث معايير مشتركة لتنظيمها الداخلي للمنهجيات التي تتبعها وللكشف على السوق، كما بدأت تلك المؤسسات نفسها بإعادة النظر في منهجياتها لاسيما تلك المطبقة لتقييم المنتجات المركبة.²⁸

خلاصة

اكتسب موضوع كفاية رأس المال أهمية كبيرة في الفترة الأخيرة خاصة في ظل التطورات الاقتصادية المتلاحقة لذلك فقد حرصت كل من البنوك والسلطات الرقابية على البحث واستحداث أساليب لقياس كفاية رأس المال ويأتي على رأسها لجنة بازل التي ركزت منذ نشأتها على وضع أسلوب عملي وواقعي لحساب رأس المال، ومن أهم البدائل التي قدمتها لجنة بازل لحساب كفاية رأس المال هو الاعتماد على طرف خارجي لحساب كفاية رأس المال مما يمثل طرف خارجي مستقل يساعد ويسهل عملية القياس بمصادقية وموضوعية.

ومن خلال ما سبق فقد تم التوصل إلى جملة من النتائج:

- يعتمد المنهج المعياري لحساب الحد الأدنى لمتطلبات رأس المال على استخدام التصنيف الائتماني بحيث يتم تصنيف المخاطر لتشمل كل القروض الممنوحة، حيث تتضمن كافة المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها المصرف دون الاكتفاء بالمخاطر الائتمانية فقط وهو ما يوفر ضماناً لدقة قاعدة البيانات المستخدمة وتوفير عنصر الثقة بها؛
- تعتبر الطريقة المعيارية والتي تعتمد على مؤسسات التصنيف الخارجي الطريقة الأبسط في حساب متطلبات رأس المال من خلال إعطائها تصنيفات دقيقة لتقدير المخاطر؛
- يقلل أسلوب المنهج المعياري مخاطر التعثر وذلك بسبب خضوع القروض إلى تقييم طرف ثالث مستقل متمثل في وكالات التصنيف الائتماني؛
- تساعد عملية اللجوء إلى المنهج المعياري إلى تحسين أداء البنوك وذلك من خلال الشروط التي تفرضها حيث تشترط أنه لحصول البنك المدين على وزن مخاطرة أقل من 100% أن تطبق السلطة الرقابية للدولة المسجل بها ذلك البنك المبادئ الأساسية لتحقيق رقابة مصرفية فعالة؛
- هذا الإطار يؤدي إلى توحيد وتنميط طرق تحديد متطلبات رأس المال وجعلها أكثر عدالة؛
- تزايد دور مؤسسات التقييم الائتماني الخارجية، والتي سيكون لها وفقاً لهذه المقترحات اليد العليا سواء في عملية تقييم الدول أو البنوك أو الشركات وهو ما سوف يلقي بأعباء مالية على تلك الأطراف خاصة الشركات، حيث ستكون مجبرة على اللجوء لتلك المؤسسات لتقييمها حتى يمكنها الحصول على التمويل اللازم.

كما تم التوصل إلى التوصيات الآتية:

- تشجيع إنشاء وكالات تصنيف ائتماني محلية خاصة في الدول النامية وهذا لما تحققه من امتيازات والتي من أهمها التزام البنوك العمل وفقاً لمبادئ رقابية صارمة، حيث يستند تحديد أوزان المخاطر على التصنيف الائتماني للمدينين الذي تحدده وكالات تصنيف متخصصة في هذا المجال، والتي تنتشر في الدول المتقدمة خلافاً للوضع في الدول النامية، الأمر الذي يترتب عليه ارتفاع وزن مخاطر الالتزام على حكومات الدول النامية إلى 100% باعتبارها لم تخضع للتقييم من قبل وكالات التصنيف الائتماني بصرف النظر عن مدى جودة الالتزام من عدمه؛

- فتح المجال أمام بناء وكالات تصنيف ائتماني محلية حيث أنه من الأفضل أن يتم تقدير المخاطر من خلال مؤسسات تصنيف ائتماني محلية (أو إقليمية) في تلك الاقتصاديات؛
 - ضرورة توافر رقابة شديدة على أداء وكالات التصنيف العالمية والمحلية العاملة في السوق مع ترشيد منح تراخيص لإنشاء وكالات التصنيف الائتماني ووفق للمعايير والضوابط المحددة وذلك لزيادة فعاليتها في قيامها بنشاطها بمصادقية أكبر.
- المراجع والإحالات:

- ¹ Lawrence j.White, "Credit Rating Agencies and the Financial crisis : Less Regulation of CRAS is a better response" , Journal of International Banking Law and Regulation, Volume 25, Issue 4, 2010, p: 6-7.
- ² Jonathan katz & Emanuel Salina & Constantinos Stephanou, "Credit Rating agencies", Crisis response, N°: 08, the world Bank, October 2009, p: 1.
- ³ John Ryan, "The negative impact of Credit Rating Agencies and proposals for better regulation", working paper, Berlin, January 2012, p :6.
- ⁴ Hossein Asgharian, "Reformation of the credit rating industry-is there a need ?", Master thesis, Institution of business Studies, lunds university, Sweden, 2005, p :28.
- ⁵ مداني أحمد، دور وكالات التصنيف الائتماني في صناعة الأزمات في الأسواق المالية ومتطلبات إصلاحها، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 10، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، جوان 2013، ص ص: 56-57.
- 6 نفس المرجع السابق، ص : 55.
- 7 معهد الدراسات المصرفية، التصنيفات الائتمانية، إضاءات، العدد الرابع، الكويت، نوفمبر 2010، ص:2.
- 8 مصطفى كامل رشيد، مدى إمكانية استجابة المصارف العربية لمتطلبات لجنة بازل مع إشارة إلى العراق، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 67، 2007، ص: 238.
- 9 مفتاح صالح ورحال فاطمة، تأثير مقررات لجنة بازل 3 على النظام المصرفي الإسلامي، مداخلة مقدمة ضمن المؤتمر العالمي التاسع للاقتصاد والتمويل الإسلامي: النمو والعدالة والاستقرار من منظور إسلامي، تركيا، 9-10 سبتمبر 2013، ص: 4.
- 10 نفس المرجع السابق، ص: 6.
- 11 حسين سعيد وعلي أبو العز، كفاية رأس المال في المصارف الإسلامية "في الواقع وسلامة التطبيق"، مداخلة مقدمة ضمن المؤتمر الدولي الأول للمالية الإسلامية، كلية الشريعة، الجامعة الأردنية، 6-8/7/2014، ص: 29.
- 12 حياة نجار، إدارة المخاطر المصرفية وفق اتفاقيات بازل دراسة واقع البنوك التجارية العمومية الجزائرية، مذكرة دكتوراه علوم، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2013/2014، ص ص: 114، 115.
- 13 Basel committee on Banking supervision, "International convergence of capital measurement and capital standards", Bank for international settlements, A Revised framework , Juin 2006, p: 19.
- 14 شقيري نوري موسى وآخرون، إدارة المخاطر، المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان، 2012، ص: 271.
- 15 ميرفت علي أبو كمال، الإدارة الحديثة لمخاطر الائتمان في المصارف وفقاً للمعايير الدولية "بازل 2" دراسة تطبيقية على المصارف العاملة في فلسطين، مذكرة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2007، ص: 100.
- 16 نفس المرجع السابق، ص: 99.
- 17 موسى عمر مبارك أبو محييد، مخاطر صيغ التمويل الإسلامي وعلاقتها بمعيار كفاية رأس المال للمصارف الإسلامية من خلال معيار بازل 2، مذكرة دكتوراه، قسم المصارف الإسلامية، كلية العلوم المالية والمصرفية، 2008، ص: 32.
- 18 آيت عكاش سمير، تطورات القواعد الاحترازية للبنوك في ظل معايير لجنة بازل ومدى تطبيقها من طرف البنوك الجزائرية، مذكرة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012/2013، ص: 134.
- 19 أحمد قارون، مدى التزام البنوك الجزائرية بتطبيق كفاية رأس المال وفقاً لتوصيات لجنة بازل، مذكرة ماجستير، فرع دراسات مالية ومحاسبية معمقة، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012/2013، ص: 71.
- 20 آيت عكاش سمير، مرجع سابق، ص: 135.
- 21 موسى عمر مبارك أبو محييد، مرجع سابق، ص: 34.
- 22 سمير الخطيب، قياس وإدارة المخاطر بالبنوك منهج علمي وتطبيق عملي، منشأة المعارف، الاسكندرية، 2005، ص ص: 47، 48.
- 23 طارق الله خان وحبيب أحمد، إدارة المخاطر تحليل قضايا في الصناعة المالية الإسلامية، الطبعة الأولى، البنك الإسلامي للتنمية، جدة، 2003، ص ص: 109، 110.
- 24 حياة نجار، مرجع سابق، ص ص: 116، 117.
- 25 نفس المرجع السابق، ص: 117.
- 26 تهاني محمود محمد الزعابي، تطوير نموذج لاحتساب كفاية رأس المال للمصارف الإسلامية في إطار مقررات لجنة بازل -دراسة تطبيقية على البنك الإسلامي العربي والبنك الإسلامي الفلسطيني بقطاع غزة- ، مذكرة ماجستير، فرع محاسبة وتمويل، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2008، ص: 71.
- 27 معن البرازي، صيغ التمويل الإسلامي بين حسابات ظاهرة عدم اليقين والمخاطرة، مقال منشور على صفحة مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية: http://www.giem.info/article/details/ID/415#.Vg_hEux_Oko تاريخ الاطلاع عليه: 2015/08/03.
- 28 معن البرازي، صيغ التمويل الإسلامي بين حسابات ظاهرة عدم اليقين والمخاطرة، مقال منشور على صفحة مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية: http://www.giem.info/article/details/ID/415#.Vg_hEux_Oko تاريخ الاطلاع عليه: 2015/08/03.

دور بطاقة الأداء المتوازن في تقييم أداء المؤسسات الاقتصادية

The Role of Balanced Scorecard Card in Evaluating The Performance of Economic Enterprises.

أ. بن خليفة حمزة
جامعة ابن خلدون تيارت / الجزائر
hamza19870330@gmail.com

Received: 13/01/2017

Accepted: 05/03/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

إن بطاقة الأداء المتوازن هي عبارة عن نظام متكامل لقياس وتقييم الأداء للمؤسسات والذي يتكون من مجموعة من المقاييس المالية وغير المالية التي تبين نتائج تنفيذ الأداء وترابطها بإستراتيجية وأهداف المؤسسة المحددة من خلال أربعة أبعاد هي البعد المالي، بعد العميل، بعد العمليات الداخلية وبعد التعلم والنمو، ويمكننا إضافة أبعاد أخرى لحاجة وطبيعة أداء المؤسسة وإستراتيجيتها. ويهدف هذا التقييم إلى التعرف على مواطن القوة وتعزيزها، ومواطن الضعف ووضع الحلول اللازمة لها، ويعتبر هذا النموذج جديد في تقييم أداء المؤسسات الاقتصادية من الناحية المالية وغير المالية.

الكلمات المفتاحية: بطاقة الأداء المتوازن، الأداء، تقييم الأداء، المؤسسات الاقتصادية.

Abstract:

The Balanced Scorecard is an integrated system for measuring and evaluating the performance of the economic enterprises. It consists a set of financial and non-financial measures that show the results of the implementation of performance and relate them to the strategy and goals of the economic enterprise, which is defined through four dimensions : financial dimension, after the client; after internal processes, and after learning and growth. In addition, we can add some other demonision to the needs and the nature of the enterprises's performance and strategy . The objective of this assessment is to identify, strengthen the strengths, the weaknesses, and to find solution for it.

This model is new in the financial and non-financial performance assessing of Economic enterprises .

Keywords : *Balanced Scorecard, Performance, Performance evaluation, Economic enterprises.*

تمهيد :

لقد شهد العصر الحديث العديد من التطورات في العوامل والمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتي أدت إلى تزايد أهمية المعلومات المحاسبية التي تشكل العصب الحيوي في عملية تقييم الأداء ، ولغرض الإفصاح عن قيمة المعلومات المالية وغير المالية كان لابد من ظهور ما يعرف بطاقة الأداء المتوازن .

وبطاقة الأداء المتوازن هي عبارة عن نظام يعرض البيانات المالية المتاحة عن مؤسسة ما للحصول على معلومات تستعمل في عملية اتخاذ القرار وتقييم الأداء المالي وغير المالي للمؤسسات في الماضي والحاضر ، ويعتبر هذا النموذج جديد في تقييم أداء المؤسسات من الناحية المالية وغير المالية لتأثيرها على الأداء للمؤسسات الاقتصادية

ويمكن طرح التساؤل التالي : كيف يمكن تقييم أداء المؤسسات الاقتصادية باستخدام بطاقة الأداء المتوازن ؟

وللإجابة عن هذا التساؤل تم معالجة المحاور التالية :

المحور الأول : بطاقة الأداء المتوازن .

المحور الثاني : مفهوم الأداء، قياس وتقييم.

المحور الثالث : تقييم أداء المؤسسات الاقتصادية باستخدام محاور بطاقة الأداء المتوازن .

أولا : بطاقة الأداء المتوازن

1. مفهوم بطاقة الأداء المتوازن:

وضع فكرة الأداء المتوازن كل من (Kaplan & North) في عام 1990، حيث قاما بدراسة أجريت على 10 شركات لغرض اكتشاف طرق جديدة في قياس الأداء، وقد توصلت هذه الدراسة إلى إن المقاييس المالية للأداء غير كافية بمفردها لتقويم أداء منشآت الأعمال¹، وقد طور (Kaplan & North) في عام 1992 نموذجهما (BSC) كإطار يتضمن مقاييس غير مالية لقياس الأداء الاستراتيجي إلى جانب المقاييس المالية التقليدية بهدف إعطاء الإدارة العليا والإدارة التنفيذية نظرة متوازنة عن أداء المنشأة². ولقد عرفها كل من (R. Kaplan & D. Norton) بطاقة الأداء المتوازن هي : " نظام إداري يهدف إلى مساعدة المنشأة على ترجمة رؤيتها وإستراتيجياتها إلى مجموعة من الأهداف والقياسات الإستراتيجية المترابطة، حيث لم يعد التقرير المالي يمثل الطريقة الوحيدة التي تستطيع المؤسسات من خلالها تقييم أنشطتها ورسم تحركاتها المستقبلية"³. وهي أيضا⁴ " منهج لقياس الأداء يستخدم مجموعة من المقاييس المالية وغير المالية ذات الصلة بعوامل النجاح المهمة للشركة، ويدمج المقاييس المالية وغير المالية للأداء، وان هذا المنهج يساعد على إبقاء الإدارة مدركة وواعية لكل عوامل النجاح المهمة للشركة".

2. أهداف بطاقة الأداء المتوازن: هناك العديد من الأهداف نذكر منها⁵:

- توجه بطاقة الأداء المتوازنة شركات الأعمال تركيز اهتمامها على تحقيق رسالتها، بعد أن كان اهتمامها منصبا على المحور المالي فقط، وبالتالي أصبح الاهتمام بأداء الشركات على المدى البعيد والمدى القصير، بعد أن كان مقتصرًا على الأداء المالي الذي يقيس الأداء في المدى القصير ؛
- يمكن تطبيق بطاقة الأداء المتوازنة على كافة المستويات الإدارية، مما يتيح إمكانية التعلم الاستراتيجي، ووضع أولويات لكل مستوى إداري، وبما يوفر أداء اتصال توضح الأهداف الإستراتيجية لكل من يعمل في الشركة، بالإضافة إلى أن نظام بطاقة الأداء المتوازنة يوفر التوازن بين القياس والتقييم، حيث إن الأمور التي يصعب قياسها مالياً يمكن أن يكون لها تأثير كبير في استمرار الشركة أو فشلها ؛
- عملية وضع المقاييس وتحديدتها في بطاقة الأداء المتوازنة معقدة جدا، إضافة إلى صعوبة تحديد العدد الأمثل من المقاييس المستخدمة التي تظهر الأداء بشكل كامل .

3. مكونات بطاقة الأداء المتوازن:

تعتبر بطاقة الأداء المتوازن من الأدوات الحديثة في القيادة وفي قياس وتقييم الأداء وتمثل هذه الأبعاد في :

- ❖ **البعد المالي** : يعتبر هذا البعد هو المحصلة النهائية لكافة التغيرات والتحليل الذي يتم في الأبعاد الثلاثة الأخرى، حيث أن جميعها ينصب التحسن فيها في نهاية الأمر إلى تحسين موقف صافي ثروة المساهمين أو الملاك والتي قد تكون في شكل تعظيم ربحية السهم أو معدل عائد مرتفع على الأصول المستثمرة⁶.
- ❖ **بعد العملاء (الزبائن أو المستهلك)** : يركز هذا المنظور على قطاعات العملاء المستهدفة، ويقيس نجاح المنظمات في خدمة مختلف العملاء في هذه القطاعات، حيث ينعكس هذا المنظور على جميع الأنشطة والإجراءات الإدارية التي تلبي حاجات ورغبات العملاء وفقا لخطة البرامج للمنظمة، حيث إن نجاح أي منظمة يعتمد على وضع متطلبات وحاجات العملاء ضمن أهم أولويات المنظمة، لما يحمله هذا المنظور من أهمية كبرى تنعكس على نجاح المنظمة، وقدرتها على مواجهة منافسيها وبقائها⁷.
- ❖ **بعد العمليات الداخلية** : العمليات الداخلية تمثل قابلية الشركة على تحويل المدخلات إلى المخرجات المطلوبة بأقل التكاليف وتعتمد على كل المدراء والمستخدمين في الشركة لتحقيق أهدافها إذ أن المديرين بحاجة لمعرفة كيفية إدارة عمليات وأنشطة الشركة بصورة جيدة والمستخدمين يجب أن يتمتعوا بالمهارات المطلوبة في عملهم ومساعدة الإدارة في تحديد العمليات والأنشطة غير الفاعلة (التي لا تضيف قيمة) لعمل التحسينات التي تلبي حاجات العميل وتقليل التكاليف⁸.
- ❖ **بعد التعلم والنمو** : يحدد هذا المحور القدرات التي تنمو فيها المنشأة من أجل تحقيق عمليات داخلية عالية المستوى تخلق قيمة للعملاء والمساهمين، ويتحقق ذلك من خلال تطوير الموظفين وتعليمهم، وخلق بيئة سمتهها تنمية مبدأ التطوير الذاتي، وإتاحة الفرصة للموظفين للتقني والتطور، والحفاظ على الموظفين المؤهلين⁹.

ثانيا : مفهوم الأداء، قياس وتقييم.

1. مفهوم الأداء :

يعد الأداء مفهوما جوهريا وهاما بالنسبة لمنظمات الأعمال بشكل عام، وهو يمثل القاسم المشترك لاهتمام علماء الإدارة. ويكاد أن يكون الظاهرة الشمولية وعنصر محوري لجميع فروع وحقول المعرفة الإدارية بما فيها الإدارة الإستراتيجية، فضلا عن كونه البعد الأكثر أهمية لمختلف منظمات الأعمال والذي يتمحور حوله وجود المنظمة من عدمه. وعلى الرغم من كثرة البحوث والدراسات التي تتناول الأداء، إلا أنه لم يتم التوصل إلى إجماع أو اتفاق حول مفهوم محدد له، إن الاختلاف حول مفهوم الأداء ينبع من اختلاف المعايير والمقاييس التي تعتمد في دراسة الأداء وقياسه والتي يستخدمها المدراء والمنظمات¹⁰. وهناك عدة تعاريف نذكر واحد منها: "إن أصل كلمة أداء ينحدر إلى اللغة اللاتينية أين توجد كلمة PERFORMARE التي تعنى إعطاء كلية الشكل لشيء ما. وبعدها اشتقت اللغة الإنجليزية منها لفظة PERFORMANC التي تعني انجاز العمل أو الكيفية التي يبلغ بها التنظيم أهدافه"¹¹.

2. مفهوم عملية تقييم الأداء:

من البديهي أن تسبق عملية القياس مرحلة التقييم في المؤسسة ، لأن أي شيء عند تقييمه يجب أن يقاس أولا ثم تأتي مرحلة التقييم.

1.2 : قياس الأداء : هو " تحديد كمية أو طاقة عنصر معين. وغياب القياس يدفع المسيرين إلى التخمين

وإستخدام الطرق التجريبية التي قد تكون أو لا تكون ذات دلالة"¹² ، إذن قياس الأداء هو تحديد مقدار نتائج المؤسسة، وتعد عملية قياس الأداء المرحلة الأولى من عملية الرقابة المتمثلة في ثلاث مراحل أساسية هي : القياس، المقارنة، تصحيح الانحراف.

2.2 : تقييم الأداء : لكن قبل التطرق إلى تعريف تقييم الأداء يجب معرفة مفهوم التقييم أولا الذي هو: " عملية

إشراف ومراجعة من قبل سلطة أعلى بقصد معرفة كيفية سير الأعمال والتأكد من أن الموارد المتاحة داخل المنظمة تستخدم وفقا للخطة الموضوعة"¹³. أما عملية تقييم الأداء بصفة عامة بأنه قياس الأداء الفعلي ومقارنة النتائج المحققة بالنتائج المطلوب تحقيقها، وذلك بهدف قياس مدى النجاح في تحقيق الأهداف وتنفيذ الخطط الموضوعة من أجل اتخاذ الإجراءات الملائمة لتحسين الأداء"¹⁴.

3. المؤشرات التقليدية والحديثة لقياس وتقييم الأداء .

1.3 المؤشرات التقليدية لقياس وتقييم الأداء : هناك عدة أدوات منها .

❖ **التحليل المالي :** يقصد بالتحليل المالي "عملية تحويل الكم الهائل من البيانات والأرقام المالية التاريخية المدونة في القوائم المالية إلى كم اقل من المعلومات وأكثر فائدة لعملية اتخاذ القرارات"¹⁵. ويمكن أن نبين من أهم أهداف التحليل المالي بالنقاط الآتية¹⁶ :

- يوفر التحليل المالي مؤشرات كمية ونوعية تساعد المخطط المالي والمخطط الاقتصادي في رسم الأهداف المالية والاقتصادية والاجتماعية على مستوى منشأة الأعمال وعلى المستوى القومي، وبالتالي إعداد الموازنات التخطيطية والخطط السنوية اللازمة؛
 - يهدف التحليل المالي إلى تقوية ربحية المنشأة؛
 - تقويم قدرة المنشأة على الوفاء بالتزاماتها في الأجل القصير أو في الأجل الطويل.
- ❖ العائد على الاستثمار:

وهو من أكثر المؤشرات المالية التي يعول عليها في الحكم على أداء منشأة الأعمال في استغلال أموالها المستثمرة، حيث لا يمكن الاعتماد على نسبة الهامش في الحكم على ربحية المنشأة كون نسبة الهامش التي تعكس ربحية الدينار الواحد من المبيعات لا تكفي أساسا في ربحية المنشأة، كما أن الربح المتحقق من المبيعات سوف يكون قاصرا في التعبير عن كل الأداء بسبب تجاهله حجم المنشأة ذاتها، وقد تكون ربحية المبيعات (نسبة الهامش) مرتفعة إلا أنها لا تتناسب وحجم وطاقة الاستثمار المستخدم داخل المنشأة، وبسبب ذلك فإن الضرورة تقتضي ربط نسبة الهامش بمؤشرات أخرى معبرة عن حجم وطاقة المنشأة¹⁷.

2.3 الأدوات الحديثة المستخدمة في قياس وتقييم الأداء : هناك عدة أدوات منها .

❖ نموذج قياس النتائج ومحددات النتائج :

ويركز هذا النموذج على قياس أداء الوحدات الإستراتيجية التي تساهم في تحقيق الأهداف الرئيسية للوحدة وهناك نوعين رئيسيين من مقاييس الأداء وفق هذا النموذج وهما¹⁸:

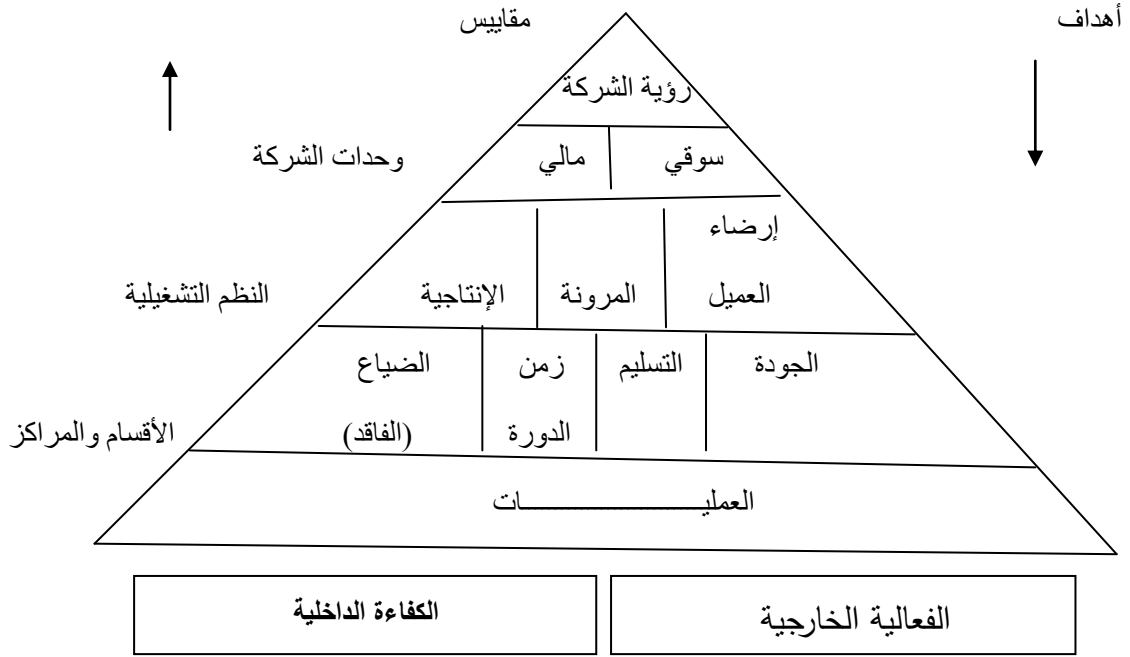
- ✓ المقاييس المرتبطة بنتائج أداء الوحدات الإستراتيجية وتتمثل بمقاييس الأداء المالي ومقاييس المنافسة المالية وغير المالية.
- ✓ المقاييس التي تركز على عوامل ومحددات نجاح الأداء وتشمل الجودة والمرونة والاستخدام الأفضل للموارد والحدثة

❖ نموذج هرم الأداء :

وهو نموذج اقترحه MC NAIR ET. AL وأطلقوا عليه هرم الأداء كمثال لنظام متكامل لتقويم الأداء وكما يظهر في الشكل، إذ يتم ترجمة أهداف الوحدة الاقتصادية من أعلى الهرم إلى أسفله وترجمة المقاييس من أسفل الهرم نحو الأعلى، وتستند عملية تحديد الأهداف على الرؤية الإستراتيجية للوحدة الاقتصادية¹⁹.

ويمكن تحقيق الترابط من خلال الهرمية في قياس الأداء، فالهرمية تحقق الترابط والموائمة بين الأهداف والاستراتيجيات من ناحية، وبين الأهداف والاستراتيجيات وبين ما تقوم به الأقسام والمستويات الإدارية المختلفة من ناحية أخرى، وتحقيق التوازن أيضا بين الأهداف القصيرة الأجل والتي تعمل على تحقيق الأهداف طويلة الأجل، وتوافر الهرمية في قياس الأداء يسهل من عملية قياس وتقييم الأداء²⁰.

شكل رقم 1 : هرم الأداء لـ (Mc Nair)



المصدر: عمر إقبال توفيق، دور بيئة التصنيع الحديثة على تطوير مقاييس الأداء — دراسة تطبيقية في الشركات الصناعية التمولية اليمنية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 5، العدد 15، 2009، ص 65.

ثالثا : تقييم أداء المؤسسات الاقتصادية باستخدام محاور بطاقة الأداء المتوازن .

تعد بطاقة الأداء المتوازن نموذج حديث تعتمد إدارة المؤسسات في قياس مستوى التقدم في الأداء باتجاه تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمؤسسات الاقتصادية، وتتكون هذه البطاقة من أربعة محاور أساسية وهي : المحور المالي، محور العملاء، محور العمليات الداخلية، ومحور التعلم والنمو، بالإضافة إلى محاور أخرى.

1. البعد المالي : يمكن تحسين الأداء المالي للشركة من خلال إتباع إستراتيجية نمو المبيعات و يمكن

تحقيقها من خلال تعميق العلاقة مع العملاء، ويتم ذلك من خلال تقديم خدمات ومنتجات جديدة

متنوعة، بالإضافة إلى جذب الكثير من العملاء الجدد، وكذلك دخول الأسواق الجديدة، والتركيز

على العملاء الأكثر ربحية للشركة جميعهم، وكذلك إستراتيجية نمو الإنتاجية وتعد من

الإستراتيجيات المهمة، ويمكن تحقيقها من خلال طريقتين هما تخفيض تكاليف الشركة، والاستغلال

الأمثل للأصول بكفاءة وفاعلية²¹.

وتختلف المقاييس المالية المعتمدة باختلاف المراحل التي تمر بها المنظمة والجدول التالي يوضح المقاييس

المالية المناسبة لإستراتيجية المؤسسة والمرحلة التي تمر بها.

جدول رقم 1 : تطويع المقاييس لتتناسب مع إستراتيجية وحدة النشاط وأساليب تحقيقها.

الأساليب المالية لتحقيق الإستراتيجية			المرحلة	إستراتيجية وحدة النشاط
استغلال الأصول	تحسين الإنتاجية	نمو الإيرادات ومزيج الخدمات		
— نسبة رأس المال المستثمر إلى المبيعات — نسبة تكلفة البحوث والتطوير إلى المبيعات		— معدل نمو المبيعات في القطاع — نسبة الإيرادات من المنتجات أو الخدمات الجديدة والعملاء الجدد	النمو	
— معدلات رأس المال العامل (دورة رأس مال العامل)؛ — معدلات العائد على رأس المال المستثمر؛ — معدلات العائد على رأس المال المستثمر (بالنسبة لفئات الأصول الرئيسية)؛ — معدلات استغلال الأصول.	— التكلفة بالمقارنة بالمنافسين؛ — معدلات تخفيض التكلفة. — التكاليف غير المباشرة (النسبة إلى المبيعات).	— النصيب من العملاء المستهدفين والحصة؛ — نسبة المبيعات من المنتجات الجديدة؛ — ربحية العميل وخط الإنتاج.	الاستقرار	
— فترة الاسترداد؛ — دورة التشغيل .	— تكلفة الوحدة (لكل وحدة مخرجات، لكل صفقة).	— ربحية العميل وخط الإنتاج؛ — نسبة العملاء غير المرشحين.	النضج	

Source : Kaplan and Norton, **op. cit.**, 1996, p 52.

2. بعد العملاء (الزبائن) : يتم قياس الأداء لهذا المنظور بما يأتي²²:

- ❖ رضا العميل : يمثل هذا المقياس درجة تلبية خدمات ومنتجات الشركة لحاجات العملاء، ويعد رضا العميل مؤشر جيد لمبيعات مستقبلية، ولتحقيق رضا العميل يجب أن تتضمن المنتجات والخدمات عدة مزايا منها:
 - المنتجات أو الخدمات التي تلبي حاجات العملاء من حيث الخصائص المميزة للخدمة أو المنتج مثل الشكل، الاعتمادية، القيمة والسلامة والأمان؛
 - هل العميل يستلم خدمات تعزيزية قبل وبعد البيع متضمنة التسليم في الوقت المحدد؛
 - سمعة الشركة (شهرتها) من حيث الوثوق بها وتلبية التزاماتها بدقة وسعر المنتج ونوعيته .
- ❖ الاحتفاظ بالعميل : يعني محافظة الشركة على عملائها حيث أن الكلفة تزداد خمس مرات للحصول على عميل جديد مقارنة بالاحتفاظ بالعميل الحالي، وان العملاء الذين تمت تلبية احتياجاتهم يجب أن يستمروا في الحصول على منتجات وخدمات الشركة تقاس في بعض الأحيان كنسبة مئوية للمبيعات أو تكرار شراء العملاء وان نسبة ولاء العميل (الاحتفاظ بالعميل) الأعلى تعتبر مؤشرا رئيسيا في أداء مبيعات المستقبل من المنتجات الجديدة.
- ❖ الحصة السوقية : يستخدم هذا المقياس لقياس حصة الشركة السوقية على أساس نسبة مبيعات الشركة إلى المبيعات الكلية للسوق. ويجب وضع خطة إستراتيجية شهرية أو فصلية أو سنوية للاحتفاظ بالعملاء

- المربحين والحصول على عملاء جدد في المستقبل وقد يقرر من خلال الخطة الاحتفاظ بالعملاء غير المربحين وذلك للمحافظة على احتمالية جعلهم مربحين في المستقبل .
- ❖ **اكتساب زبائن :** يعطي هذا الجانب مدلولاً عن الزبائن الذين تم اكتسابهم، من حيث أنواع وإعداد الزبائن الذين تم اكتسابهم؛ ومن حيث أسواق الزبائن الجديدة التي تم الوصول إليها وتغطيتها. يحدد النجاح في تبني إستراتيجية اكتساب الزبائن حجم ونوع برامج التسويق التي تقوم بها الشركة، ويرتبط هدف الاكتساب بعملية المقارنة بين المنافع والتكاليف التي ستتحملها هذه السياسة.
- ❖ **ربحية الزبون :** يعتبر مقياس ربحية الزبون، محدداً لمدى تحقيق النجاح في استراتيجيات الشركة المختلفة، وذلك لأن هدف إدارة الشركة في النهاية لا يتوقف عند القيام بأعمال، ونشاطات مختلفة تؤدي إلى تحقيق رضا الزبائن، واكتساب زبائن جدد والاحتفاظ بهم، وإنما تحقيق ربحية من هذه الأعمال والأنشطة، وذلك من خلال مفهوم تبادل المنافع، بحيث تقدم الشركة منتجات، وخدمات تشبع رغبات الزبائن، والذين بدورهم يقومون بدفع أثمان هذه السلع والخدمات²³.

أما عن المقاييس التي يجب مراعاتها في هذا المحور فقد تباينت تبعاً للسؤال المطروح عن هذا المحور:

كيف يجب أن يرانا عملاؤنا؟ وهذا السؤال يحتوي على جانب سلوكي أي رد فعل الزبون اتجاه المنظمة ويمكن أن نعطي بعض المقاييس المعتمدة، وذلك في الجدول التالي:

جدول رقم 2 : المقاييس الأساسية لمحور العملاء

الحصة السوقية	تحدد الحصة السوقية بـ : (عدد الزبائن، رقم الأعمال، حجم الشراء) لكل جزء سوقي
الاستحواد على زبائن جدد	يقاس بعدد الزبائن الجدد أي رقم الأعمال خاص بالزبائن الجدد
مدة الاحتفاظ بالزبائن	تقاس بالمدة التي عاشها الزبون وهو يشتري من عند المنظمة
إشباع رغبات الزبائن	تقاس بمستوى رضا الزبون عن سلع وخدمات المنظمة، وكذا الإشباع المنتظر تحقيقه للزبون
مردودية كل جزء سوقي	تقاس بالأرباح الصافية لكل زبون مقارنة بالتكاليف المقابلة

Source : R. Kaplan , D Norton, **Op, cit** ,P.34

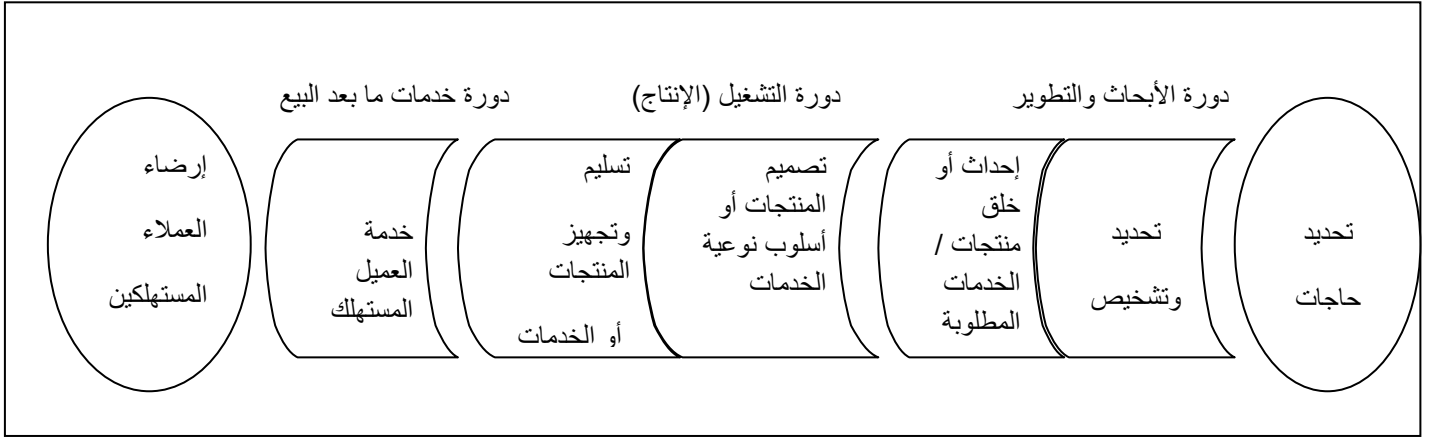
كل هذه المقاييس، يمكن من خلالها تقييم مساهمة العملاء في تحقيق أهداف المؤسسة، ولا تستطيع تحقيق النجاح إلا إذا استطاعت تحويل رضا الزبون إلى ولاء دائم، وبالتالي يصبح الزبون شريكا في المؤسسة.

3. **بعد العمليات الداخلية:** هي العمليات الداخلية التي تُعدّ مفتاحية للمؤسسة، حيث يتم عرض الأعمال المتميزة المقدمة للزبائن والمساهمين من أجل ضمان تحقيق الربحية²⁴.

بالإضافة إلى هذا فإن الأداء العام للمؤسسة مرهون بأداء سلسلة القيمة، وبالضبط مرهون بأداء العمليات الداخلية المسؤولة عن خلق القيم للزبائن والمساهمين.

ويمكن توضيح شكل سلسلة القيمة للعمليات المحدثه كما يلي :

شكل رقم 2 : سلسلة القيمة للعمليات الداخلية



Source : Kaplan and Atkinson, op cit, p 371.

يتبين من خلال الشكل، أن سلسلة القيمة للعمليات الداخلية تمر بثلاث مراحل (دورات) ، وهي²⁵:

- ✓ **مرحلة الإبداع والبحث والتطوير:** حيث يتم وفق هذه الدورة تحديد حجم منطقة السوق التي تستوعب المنتج أو الخدمة، ونوعية المستهلكين لها، ويتم بعدها إجراء دراسات السوق ثم تحدد وتوضع خطة للإنتاج ونوعية معدات الإنتاج والمدة الزمنية للإنتاج، وتتميز هذه المرحلة بكونها الأطول والأهم، لأنه بناء على دراسات السوق يتم تحديد متطلبات وعمليات هذه المرحلة، ويتم الإجابة في هذه المرحلة على سؤالين مهمين وهما: ما هي خصائص المنتج الذي سنقدمه إلى زبائننا؟ انطلاقاً من عمليات الإبداع، كيف يمكن التفوق على منافسينا، وذلك بتقديم المنتج قبلهم.
- ✓ **مرحلة الإنتاج (التشغيل):** حيث يتم تحديد التصميم المطلوب للمنتج أو الخدمة، وأسلوب الإنتاج ثم تجهيز المنتجات أو الخدمات التي تقدم إلى العملاء، ويتم تحديد التكاليف الخاصة بالإنتاج من مواد أولية وأجور وتكاليف أخرى.
- ✓ **مرحلة خدمات ما بعد البيع:** وهي المرحلة الأخيرة والتي تتركز فيها الأنشطة على تحديد طبيعة ونوعية المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء ما بعد عملية التجهيز، ويدخل ضمن هذه المرحلة المدة الزمنية المحددة لتقديم المنتجات وبرامج التعليم والتدريب التي تقوم بها المؤسسة لعملائها عن كيفية استخدام المنتجات أو الخدمات، بالإضافة إلى استقبال شكاوى العملاء والعمل على حلها ومعالجتها، وكذا معالجة العيوب والمرودات.

4. **بعد النمو والتعلم:** يركز هذا الجانب على القدرات والمهارات الداخلية الواجب تنميتها لتحقيق أهداف المنظمة في الأجل الطويل، حيث تتطلب المنافسة أن تعمل المنظمات باستمرار على تنمية قدراتها لتحقيق قيمة للعملاء والمساهمين، ولسد هذه الفجوة بين القدرات والمهارات الحالية والقدرات والمهارات المطلوبة لتحقيق أهداف المنظمة في الأجل الطويل، وذلك في ثلاث مجالات رئيسية وهي²⁶:

- ✓ الأفراد : من خلال سياسة الأجور والحوافز؛
- ✓ الأنظمة : تفعيل نظام المعلومات ؛
- ✓ الإجراءات التنظيمية : استثمار قدرات العاملين عن طريق التدريب وتنمية المهارات وتطوير الكفاءات وإدخال أنظمة المعلومات الحديثة، وتطوير الإجراءات التنظيمية، فيتوجب على كل عامل أن يبحث عن الابتكار والتحسين لكل جوانب العمل في المنظمة للحفاظ على المزايا التنافسية وتحسينها في المستقبل .

ويسعى هذا المحور إلى الإجابة عن سؤالين هما:

- هل للمؤسسة القدرة على التعلم والتميز؟
- كيف تقوي المؤسسة القدرة على التغيير والتحسين المستمر؟

وللإجابة عن هذين السؤالين، يجب أن يتكون هذا المحور من²⁷ :

- ❖ **ثقافة وتدريب الأفراد العاملين في الشركة** : يتم تحسين مهارات وثقافة العاملين من خلال إشراكهم في دورات تدريبية وتدفع الشركة حوافز لمن يهون هذه الدورات بنجاح. ويمكن قياس ثقافة وتدريب الأفراد بشكل نسبة مئوية لإنهاء العاملين الدورات التدريبية بنجاح والذي يعكس في تطوير المنتجات الحالية وخلق وإنتاج منتجات جديدة متميزة.
- ❖ **الاحتفاظ بالعاملين في الشركة** : يشير الاحتفاظ بالعاملين في الشركة إلى مدى إسهام العاملين فيها في تطوير رأس المال للشركة ويمثلون موجودات غير مالية ذات قيمة كبيرة لها. ويقاس الاحتفاظ بالعاملين بالنسبة المئوية للأشخاص الذين يغادرون الشركة إلى مجموع الأفراد العاملين في الشركة.
- ❖ **التطوير والتحفيز** : تقوم الشركة بخلق فرص جديدة لتطوير منتجاتها وتحسين خدماتها وهي تحاول ضرب المنافسين بالمنتجات الجديدة الذي يعني الإسراع بتلبية حاجات العملاء قبل أن يستطيع المنافسون أن يكونوا ردة فعل وبذلك تستطيع الشركة أن تلبى حاجات عملائها وتحقيق أرباح أكبر من المنافسين الآخرين. وتقوم الشركة بمكافأة الأفراد العاملين في الشركة الذين حققوا أداء مميزا في عملهم استنادا إلى نظام الحوافز في الشركة وتتعدد مقاييس التحفيز والتطوير منها معدل الوقت اللازم لتطوير المنتجات الجديدة وعدد المقترحات لكل مستخدم ونسبة المقترحات المنفذة.
- ❖ **قدرة نظم المعلومات** : يمثل توفير المعلومات المطلوبة من قبل العاملين في الشركة ويمكن أن يقاس بنسبة عدد العاملين في الخط الأمامي الذي هم على اتصال مباشر مع العملاء ويفحصون المعلومات ويوفرونها في الوقت المناسب ومدى أهمية هذه المعلومات التي يتم الحصول عليها من العملاء والمنافسين.

الخاتمة :

إن بطاقة الأداء المتوازن هي عبارة عن نظام متكامل لقياس وتقييم الأداء للمؤسسات والذي يتكون من مجموعة من المقاييس المالية وغير المالية التي تبين نتائج تنفيذ الأداء وتربطها بإستراتيجية وأهداف المؤسسة المحددة من خلال أربعة أبعاد هي البعد المالي، بعد العميل، بعد العمليات الداخلية وبعد التعلم والنمو، ويمكن إضافة أبعاد أخرى لحاجة وطبيعة أداء المؤسسة وإستراتيجيتها، ويعد هذا النموذج منهج تفكير متوازن وأداة عمل تنفيذية وإدارية، يمكن للمؤسسة في حال قامت باستخدامه من تحقيق أهدافها ومن تقييم أدائها وفق إطار متكامل من المقاييس بشكل متوازن وتوفير معلومات شاملة عن أدائها.

النتائج :

- إن نظام بطاقة الأداء المتوازن للتحقق من توازن كفاءة وفعالية الأداء وربط عملية التقييم بأهداف المؤسسة مع مراعاة الظروف الخاصة بكل مؤسسة لغرض اختيار ما يلائمها من مقاييس في مناظير الأداء المختلفة ؛
- إن تطبيق نظام بطاقة الأداء المتوازن يعد أداة لتقييم الأداء الشامل ولمختلف أقسام المؤسسة الاقتصادية؛
- تطبيق نظام بطاقة الأداء المتوازن يمكن المؤسسة من تشخيص نقاط القوة والضعف في أدائها بشكل واضح وشامل .

التوصيات :

- يجب على مسيري المؤسسات الاقتصادية استخدام الافتراضات التي يقوم عليها نظام بطاقة الأداء المتوازن للتحقق من توازن كفاءة وفعالية الأداء وربط عملية التقييم بأهداف المؤسسة مع مراعاة الظروف الخاصة بكل مؤسسة لغرض اختيار ما يلائمها من مقاييس في مناظير الأداء المختلفة ؛
- العمل على البناء السليم لأسس تقييم الأداء من خلال اعتماد المؤسسات الاقتصادية على مجموعة متكاملة و مترابطة من مقاييس الأداء المالية وغير المالية في عملية تقويم أدائها ودون الاقتصار على المقاييس المالية فقط وبالشكل الذي يمكن المؤسسة من تشخيص نقاط القوة والضعف في أدائها بشكل واضح وشامل؛
- يجب على جميع المؤسسات الاقتصادية تطبيق بطاقة الأداء المتوازن باعتبارها أداة لتقييم الأداء الشامل ولمختلف أقسام المؤسسة الاقتصادية ؛

المراجع والإحالات:

- ¹ Epstein, M. and Manzoni, J. **'Implementing corporate strategy** : from tableaux de bord to balanced scorecards', European Management Journal, 16 (2) : 190- 203 collected in Kanji, 1998, p155.
- ² جميل حسن النجار، **إثر تطبيق (BSC) على تعزيز المركز التنافسي الاستراتيجي** دراسة تطبيقية على قطاع المؤسسات المالية العاملة في قطاع غزة، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد 29، 2013، ص 348.
- ³ R. Kaplan , D. Norton , **" The balanced scorecard, measures that drive performance"** , Harvard business review, 1992 , P71.
- ⁴ طلال سليمان جريرة، **مدى تقييم الأداء باستخدام أبعاد بطاقة الأداء المتوازن في شركات الصناعات الغذائية المساهمة العامة في الأردن دراسة ميدانية**، مجلة دراسات العلوم الإدارية، المجلد 41، العدد 2، الأردن، 2014، ص 261.
- ⁵ أحمد يوسف دودين، **معوقات استخدام بطاقة الأداء المتوازن في البنوك التجارية الأردنية** (دراسة ميدانية)، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 9، العدد 2، الأردن، 2009، ص 9-10.
- ⁶ زياد عبد الحليم الذبيبة، **مدى تطبيق النظام المتوازن الأداء في المصارف التجارية اليمنية** (دراسة تطبيقية على المصارف التجارية اليمنية)، أبحاث اقتصادية إدارية، العدد 9، جامعة بسكرة، 2011، ص 144-145.
- ⁷ نعمة عباس الخفاجي، إحسان محمد ضمين ياغي، **التغير التنظيمي منظور بطاقة الأداء المتوازن**، دار الأيام، الأردن، 2015، ص 43.
- ⁸ Hilton, Ronald, Maher Micheal and Setto, frank, **" Cost management for Business Decision"**, Mc Graw-Hill,2000, P 44.
- ⁹ جميل حسن النجار، **مرجع سابق**، ص 352.
- ¹⁰ طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبحي إدريس، **الإدارة الإستراتيجية- منظور منهجي متكامل** - دار وائل للنشر، الطبعة 01، عمان، الأردن، 2007، ص 476-477.
- ¹¹ Abdellatif Khemakhem, **la dynamique du contrôle de gestion**, Dunod , 2 ed, Paris, 1976,P310.
- ¹² George R. Terry, Stéphan. G Franclin **les principes du management**. Ed economic , 8 ed Paris ,1985, p 493.
- ¹³ فارس رشيد البياتي، **محاسبة الأداء في المؤسسات الخدمية**، دار آيلة للنشر والتوزيع، الطبعة 01، عمان، 2008، ص 18.
- ¹⁴ زهوانى رضا، **دور وأهمية التكاليف البيئية في قياس وتقييم الأداء البيئي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، العدد 6، المجلد 1، جامعة الوادي، الجزائر، 2013، ص 46.
- ¹⁵ حمزة محمود الزبيدي، **التحليل المالي لأغراض تقييم الأداء والتنبؤ بالفشل**، دار الوراق، ط 2، الأردن، 2011، ص 39.
- ¹⁶ فائزة عبد الكريم محمد، **تقويم الأداء المالي في شركة التأمين العراقية**، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد الثامن، العدد 22، جامعة بغداد، 2013، ص 300.
- ¹⁷ حمزة محمود الزبيدي، **مرجع سابق**، ص 233.
- ¹⁸ سحر طلال إبراهيم، **تقويم أداء الوحدات الاقتصادية باستعمال بطاقة الأداء المتوازن** - دراسة تطبيقية في شركة زين السعودية للاتصالات، مجلة بغداد، كلية العلوم الاقتصادية، العراق، العدد 35، 2013، ص 353.
- ¹⁹ سحر طلال إبراهيم، **مرجع سابق**، ص 353.
- ²⁰ عمر إقبال توفيق، **دور بيئة التصنيع الحديثة على تطوير مقاييس الأداء** - دراسة تطبيقية في الشركات الصناعية التمويلية اليمنية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة تكريت - كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد 5، العدد 15، 2009، ص : 63 - 64 .
- ²¹ أحمد يوسف دودين، **مرجع سابق**، ص 7.
- ²² م يحي علي حمادي الموسوي، **استخدام بطاقة الأداء المتوازن في تقويم الأداء** (دراسة محاسبية في شركة بغداد للمشروبات الغازية من المنشآت الصناعية)، مجلة دراسات محاسبية ومالية، جامعة بغداد، المجلد 8، العدد 22، الفصل 1، 2013، ص 247.
- ²³ وحيد رثعان الختاتنة، منصور إبراهيم السعيدة، **مستوى إدراك مديري الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية لأهمية استخدام المقاييس غير المالية لبطاقة الأهداف المتوازنة في تقييم الأداء**، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 5، العدد 1، 2009، ص 9 - 10.
- ²⁴ Alian Burlaud et al , **Contrôle de gestion** , Vuibert , Paris, 2004, P187.
- ²⁵ R. Kaplan , D Norton , **Le Tableau de bord prospectif, pilotage stratégique** , Op, cit ,P.112 – 120
- ²⁶ Alian Burlaud et al , **Op, cit** , P187.
- ²⁷ م يحي علي حمادي الموسوي، **مرجع سابق**، ص 249.

مدى ملاءمة تطبيق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية

La pertinence d'appliquer le système de comptabilité financière aux PME algériennes

د. شرشافة الياس
جامعة سطيف 1 / الجزائر
Email : ilyes.charchafa@yahoo.fr

د. بالرفي تيجاني
جامعة سطيف 1 / الجزائر
Email : berregui@hotmail.com

Received: 13/01/2017

Accepted: 06/03/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

نفس نوعية الخط . في بيئة مثل البيئة الجزائرية حيث تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة النسبة الغالبة فإن الجزائر قامت بتطبيق نظام محاسبي مالي مستمد من معايير المحاسبة الدولية، حيث من شأن هذا التطبيق أن يشكل عبئا على هذه المؤسسات، وهو ما تم الوقوف عليه من خلال دراسة مدى ملاءمة تطبيق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية حيث تبين لنا من خلال الإطار النظري والدراسة الميدانية التي تمت على 14 مؤسسة بأن هذه الأخيرة تحتاج إلى محاسبة مالية خاصة بها، وأن تطبيق هذا النظام وبالرغم من أنه أدى إلى تحسين جودة المعلومة المحاسبية من وجهة نظر العينة إلا أن انعكاس ذلك لم يكن بالمستوى المطلوب من حيث تسهيل حصول هذه المؤسسات على التمويل اللازم، كما أنه يفرض على هذا النوع من المؤسسات الإفصاح عن معلومات بحجم يفوق ما يحتاجه مستخدمو قوائمها المالية.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، النظام المحاسبي المالي، الاحتياجات المحاسبية.

Résumé

Dans un environnement tel que celui de l'Algérie, où les petites et moyennes entreprises constituent le secteur le plus important, l'Algérie a mis en place un système comptable financier inspiré des normes comptables internationales, qui peut constituer un fardeau pour ces entreprises, chose confirmée à travers cette étude ayant trait à l'application du système comptable financier dans les petites et moyennes entreprises. À travers le cadre théorique et l'étude de terrain menée auprès de 14 entreprises, il a été constaté que ces dernières nécessitent une comptabilité spécifique à leur fonctionnement. L'application de ce système qui a conduit à l'amélioration de la qualité de l'information comptable du point de vue de l'échantillon en question, n'a pas facilité l'obtention du financement, mais a exigé de ces entreprises de fournir des informations dépassant les besoins de ces utilisateurs des états financiers.

Mots clé : les petites et moyennes entreprises, système comptable financier, les besoins comptables.

تمهيد:

إن التطورات التي صاحبت إعداد معايير المحاسبة الدولية في ما يخص إعداد وعرض القوائم المالية، جعلتها موجهة بالأساس لتلبية احتياجات مستخدمي القوائم المالية للمؤسسات المقيدة في البورصة أو المؤسسات التي تخضع للمساءلة العامة، حيث تتمتع هذه المؤسسات بعدد كبير من مستخدمي قوائمها المالية والذين يتواجدون في مختلف دول العالم ومن جميع الجنسيات والثقافات، ولم يصاحب هذا التطور اهتمام يماثله بالمؤسسات التي لا تخضع للمساءلة العامة حيث ووفقا لنطاق تطبيق المعايير المحاسبية الدولية فإن الم ص م ملزمة بتطبيق متطلبات المعايير المحاسبية بنفس درجة إلزام المؤسسات الخاضعة للمساءلة العامة، وهو ما طرح العديد من التساؤلات خاصة فيما يتعلق بتكلفة الالتزام بتطبيق هذه المعايير والمنفعة المتأتية من هذا الالتزام وهذا في ظل الخصوصيات التي تميز الم ص م عن المؤسسات الكبيرة.

وقد قطعت الجزائر شوطا كبيرا في مسار الإصلاحات التي شرعت فيها منذ التسعينيات من القرن الماضي، والتي توجت في الميدان المحاسبي بالاستجابة للمتطلبات المحاسبية الدولية وذلك من خلال تطبيقها للنظام المحاسبي المالي الذي يشكل تطبيقه تطبيقا للمعايير المحاسبية الدولية، وهذا تماشيا مع سياسة الانفتاح التي تنتهجها وتكيف اقتصادها مع متطلبات العولمة، غير أن غياب سوق مالية نشطة وغلبة المؤسسات التي لا تخضع للمساءلة العامة أي الم ص م على الاقتصاد الجزائري، قد يجعل من تطبيق النظام المحاسبي المالي بشكله الحالي عبئا على المؤسسات الغير خاضعة للمساءلة العامة، والتي بذلت الدولة برامج اقتصادية ضخمة من أجل تطويرها وتأهيلها لتمكينها من لعب دورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلد. وإنطاقا مما سبق ذكره تبلورت إشكالية هذه الدراسة، التي ارتأينا صياغتها في السؤال التالي: هل يعد تطبيق النظام المحاسبي المالي ملائما في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية؟

ويتم الإجابة على هذا السؤال من خلال الأسئلة التالية:

هل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في حاجة إلى محاسبة مالية خاصة بها؟

هل يشكل تطبيق النظام المحاسبي المالي عبئا على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية؟

ولأجل معالجة موضوع الدراسة تم تقسيم البحث إلى المحاور التالية:

المحور الأول: تطور النظرة المحاسبية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المحور الثاني: التوجه نحو تطوير أنظمة محاسبية خاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المحور الثالث: إشكالية تطبيق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

المحور الرابع: الدراسة الميدانية.

أهداف الدراسة تسليط الضوء على موضوع مهم جدا تم إهماله في عملية الإصلاح المحاسبي التي تقوم بها الجزائر من حيث عدم مراعاة الاحتياجات المحاسبية للم ص م، من خلال إبراز مدى ملاءمة تطبيق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أهمية الدراسة تستمد هذه الدراسة أهميتها من كون أن الجزائر قطعت أشواط عديدة في مسار تنمية اقتصادها والتكيف مع متطلبات العولمة من خلال برامج الإصلاح التي سطرته إلا أن ذلك لن يكون له مدلول ما لم تكمل هذه الإصلاحات بعضها البعض، ويعتبر الإصلاح المحاسبي من بين أهم هذه الإصلاحات، كما أن المحاسبة تعتبر من أهم أدوات ووسائل التنمية الاقتصادية والتي يمكن من خلالها تحقيق الفعالية، خاصة إذا تعلق الأمر بمحاسبة الم ص م والتي تشكل النسبة الغالبة في الاقتصاد الجزائري.

منهجية الدراسة: سيتم استخدام كل من المنهج الوصفي التحليلي: الذي سيتم استخدامه في وصف وتحليل البيانات المرتبطة بهدف الدراسة، وذلك من خلال الاعتماد على المراجع والدوريات العربية والأجنبية والدراسات ذات الصلة بالموضوع، لتغطية الجانب النظري من البحث، منهج دراسة الحالة: وهو المنهج الذي سيمكننا من دراسة مدى ملاءمة تطبيق النظام المحاسبي المالي في الم ص م الجزائرية، وهذا من وجهة نظر مسيري ومحاسبي هاته المؤسسات.

المحور الأول: تطور النظرة المحاسبية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أ- مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومميزاتها

- تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: سنحاول إبراز بعض هذه التعاريف بما يتناسب مع موضوع البحث.

- مجلس معايير المحاسبة الدولية: IASB عرف هذه المؤسسات من خلال معيار الإبلاغ المالي الدولي الخاص بالم ص م، بأنها كل مؤسسة لا تخضع للمساءلة العامة، وتقوم بنشر القوائم المالية ذات الغرض العام لمقابلة احتياجات المستخدمين الخارجيين، ولم يضع المجلس معايير كمية لتحديد حجم المؤسسة وإنما ترك الحرية في تحديدها لكل دولة وفق ما يناسبها.

- بيان ممارسة التدقيق الدولي IAPS¹: من وجهة نظر البيان الصادر فإن المؤسسة الصغيرة هي المؤسسة التي تتميز ب:

-وجود تركيز في الملكية والإدارة بين مجموعة صغيرة من الأفراد.

- تتمتع بخاصية أو مجموعة من الخصائص التالية: موارد دخل محدودة، حفظ سجلات غير متطور، أنظمة رقابة داخلية محدودة.

- فريق الخبراء الحكومي الدولي العامل المعني بالمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ ISAR²:

- المؤسسة المصغرة تشغل من 01 إلى 05 عمال لا تتطلب مسك دفاتر محاسبية وتكتفي بتسجيل بعض العمليات لإعداد سندات تقابل

بها الاستحقاق الضريبي، المؤسسة الصغيرة تشغل من 06 إلى 50 عامل تحتاج إلى نظام محاسبي ورقابي متطور دون الحاجة إلى معالجة

مواضيع معقدة، المؤسسة المتوسطة تشغل من 51 إلى 250 عامل وتحتاج إلى نظام محاسبي ورقابي فعال.

- المعهد الكندي للمحاسبين المعتمدين³: عرف الم ص م على أنها كل مؤسسة غير المؤسسات المقيدة في البورصة، التعاونيات، صناديق التقاعد، المؤسسات المالية، دون أن يعتمد على المعايير الكمية في التصنيف.

ب-مميزات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتمتع الم ص م بخصوصيات تميزها عن المؤسسات الكبيرة على مستوى كل من :

-الإدارة والتسيير: يتميز تسيير الم ص م بمركزية عالية تدور حول شخصية المسير المالك والذي يكون

عادة فرد أو مجموعة أفراد غالبا ما تربطهم الروابط العائلية فجنده يقوم بوظائف الإدارة والتنظيم والمحاسبة والتخطيط والتنسيق والرقابة والبيع والشراء مع تفاوت الأولوية في اتخاذ هذه الوظائف حسب خبرته ورغبته

واستعداده الشخصي للقيام بها،⁴ أما على مستوى القرارات الإستراتيجية فإن غالبية القرارات تعود إليه حيث يقرر لوحده ويفرض قراراته على المؤسسة،⁵ معتمدا على حدسه وخبرته دون الاحتكام إلى المعلومات المحاسبية ونماذج اتخاذ القرارات وهو ما قد يؤدي إلى الخلط بين الأهداف الشخصية وأهداف المؤسسة، كما تعاني الم ص م من ضعف التخصص الوظيفي لديها نتيجة للعدد الصغير من العمال بما يؤدي إلى تعدد مهام كل عامل فقد يجد نفسه يقوم بعمل بعيد عن مؤهلاته أو قدراته.

- العلاقات والتعامل: تتصف علاقات الم ص م بالشخصية بعيدا عن الرسمية فعلى المستوى الداخلي هي بعيدة عن ما تفرضه الهيكل التنظيمية في المؤسسات الكبيرة من ضرورة التعامل على أساس التدرج الوظيفي أو الالتزام باللوائح التنظيمية، فصغر حجم المؤسسة وقلة عدد العمال يؤدي إلى التقارب فيما بينهم حيث يكون هناك اتصال وإشراف وتوجيه مباشر من طرف صاحب العمل، وتساعد اللارسمية على تمتين العلاقات الاجتماعية بين الإدارة والعمال، أما على المستوى الخارجي فإن المسير المالك يكون علاقات شخصية بالعملاء عن طريق الاتصال المباشر معهم مما يسمح له بدراسة حاجياتهم وأذواقهم وتحليل هذه الاحتياجات ودراسة اتجاهات تطورها في المستقبل وبالتالي سرعة الاستجابة لأي تغيير في هذه الاحتياجات و الرغبات.⁶

- النشاط والتمويل: يتم اختيار النشاط الذي تمارسه الم ص م بما يتناسب مع قدرات ومؤهلات وخبرة أصحابها وما يتوافق مع رغباتهم وميولهم حيث غالبا ما يتم التخصص في منتج معين أو تقديم خدمة معينة وهو ما يؤدي إلى ارتفاع مهارة العامل وزيادة إنتاجيته وتقليل التكلفة، ويسمح لها التخصص بتقديم منتج ذو جودة عالية ما يجعلها تستجيب بشكل مباشر إلى أذواق واحتياجات المستهلكين، كما تتركز غالبية أنشطتها في منطقة جغرافية واحدة ما يسمح لها بمعرفة الاحتياجات المحلية وتكييف منتجاتها بما يتلاءم معها، وهي تعتمد في تأسيسها وتشغيلها على رؤوس أموال محدودة جدا في الغالب هي مدخرات فردية أو عائلية وهذا قد يرجع إلى سببين الأول يتعلق بصاحب المؤسسة ومدى استعداده لطلب التمويل الخارجي خاصة وأنه قد يؤدي إلى فرض قيود على حريته في التسيير، أما السبب الثاني فهو الصعوبات الكبيرة التي تضعها البنوك فيما يتعلق بالضمانات وارتفاع الفوائد على القروض الممنوحة وعدم قدرتها على إثبات كفاءتها وفعاليتها من خلال سجلاتها المحاسبية.

ج- الحاجة إلى تبسيط المعايير المحاسبية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لم تلقى الم ص م اهتماما كبيرا في الدراسات والتشريعات المحاسبية لدى مختلف الدول، حيث يكون التركيز على المؤسسات الكبيرة والمقيدة في البورصة في وضع وإصدار وتطوير المعايير المحاسبية التي تستهدف تحسين القياس والإفصاح المحاسبي.

- غاية المعايير المحاسبية: ينظر إلى المعيار في المحاسبة على أنه "المرشد الأساس لقياس العمليات والأحداث والظروف التي تؤثر على المركز المالي للشركة ونتائج أعمالها مع إيصال المعلومات إلى المستفيدين منها"⁷ وإصداره يتم عن طريق هيئة رسمية محاسبية، وتهدف المعايير المحاسبية بالدرجة الأولى تحسين القياس والإفصاح لدى المؤسسة من أجل الوصول إلى إعداد قوائم محاسبية تحتوي على معلومات ملائمة للأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة تساعدهم على اتخاذ قراراتهم الاقتصادية بكفاءة وفعالية وهو ما ينعكس على مستقبل المؤسسة من حيث إمكانية حصولها على التمويل والدعم اللازم للقيام بأنشطتها ومن ثم استمرارها، وحسب رأي هيئة المبادئ المحاسبية التابعة للمعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين في بيانها رقم 04 فإن مستخدمي البيانات المحاسبية يمثلون فئتين، فئة المستخدمين المباشرين وهم ملاك المؤسسة ومساهموها، الزبائن والموردون، إدارة المؤسسة، السلطات الضريبية، العاملون في المؤسسة، المستهلكون.

وفئة المستخدمين غير المباشرين وهم المحللون الماليون ومقدمو الاستثمارات، سوق الأوراق المالية، مشرعو القوانين، سلطات الإشراف أو التسجيل، الصحافة المالية ووكالات تقديم التقارير، الاتحادات التجارية، النقابات العمالية، المنافسون، الجمهور العام، الدوائر الحكومية الأخرى. وقد تم الاعتماد في التصنيف على معيار المنفعة حيث أن الفئة الأولى توفر لها المعلومات الواردة في التقارير المالية منفعة مباشرة على خلاف الفئة الثانية والتي تكون منفعتها غير مباشرة ذلك أنهم يقدمون النصيحة أو يمثلون الأطراف التي تأمل في أن يكون لها منفعة مباشرة، كما توجد فئات تمتلك القدرة على إلزام المؤسسات بتقديم معلومات معينة ومحددة، والإطلاع على تفاصيل أكثر مثل الضرائب والبنوك وأجهزة التخطيط، في مقابل فئات أخرى تكفي بما تقدمه المؤسسة من قوائم مالية تتضمن معلومات تقوم الإدارة بإعدادها وفق إطار محاسبي معين، وبالتالي فإن احتياجات مستخدمي القوائم المالية هي التي توفر الدافع لتقديم المعلومات المحاسبية، وقد شهدت السنوات الأخيرة تطورات كثيرة أهمها التوسع في تطبيق المعايير المحاسبية الدولية والذي تحركه عولمة الأسواق المالية والحاجة إلى تدويل الممارسات المحاسبية والتدقيقية بغية تحقيق التناسق والتناغم بتطبيق ذات المعايير والأسس المحاسبية بغض النظر عن جنسيتها، إلا أن المعايير المحاسبية الدولية وبعض المعايير الوطنية تستهدف تحسين قواعد الاعتراف والقياس المحاسبي للمؤسسات الكبيرة المقيدة في البورصة،⁸ دون مراعاة لطبيعة الم ص م المسؤولة أمام عدد قليل من المستخدمين والتي تعاني من العبء الثقيل الذي تشكله اشتراطات القوائم المالية الموضوعية بالأساس لخدمة الشركات ذات المسؤولية العامة.⁹

- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وحمل المعايير الزائدة عن الحد: إن قيام الم ص م بتطبيق نفس

المبادئ والمعايير التي تطبقها المؤسسات الكبيرة في إعداد ونشر البيانات المحاسبية قد أثار جدلا كبيرا في أوساط المحاسبين خاصة وأن هذه الأخيرة تعد قوائمها المالية في أغلب الأحيان لأغراض خاصة ومحددة كالإقتراض ودفع الضرائب وليس لأغراض النشر، وفي هذا الصدد نجد بأن المؤسسات ذات المسؤولية العامة قوائمها المالية توزع وتنتشر على مدى واسع وتكون متاحة لعدد غير محدود وفئات واسعة من المستخدمين في حين أن تداول القوائم المالية للمؤسسات التي ليس لديها مسؤولية عامة يكون عادة مقتصرًا على الملاك غير المشاركين في الإدارة والجهات الرقابية على المؤسسة والمؤسسات المقرضة مع تمتع هذه الأطراف بمعرفة جيدة بالمؤسسة وبقدرة على الدخول إلى أي معلومات إضافية تحتاجها، ويؤدي العدد القليل لمستخدمي القوائم المالية للمؤسسة وازدياد قدرتهم على الحصول على معلومات تزيد عن تلك الموجودة في القوائم المالية إلى انخفاض المنافع المستمدة من القوائم المالية، ويؤكد ذلك القسم 1100 "المفاهيم الأساسية للتقارير المالية" من كتيب التقارير التمايزية الصادر عن مجلس معايير المحاسبة الكندي الذي يرى أنه:

- كلما ازداد عدد الملاك وتوسعت الهوية بين الإدارة والملكية كلما ازدادت أهمية ومنفعة المعلومات المقدمة في القوائم المالية.

- كلما قل عدد مستخدمي القوائم المالية وازدادت قدرتهم على الحصول على معلومات تزيد عن تلك المقدمة في القوائم المالية كلما قلت أهمية المنافع التي تقدمها المعلومات الموجودة في القوائم المالية.

- كلما قل عدد مستخدمي القوائم المالية داخل المؤسسة وازدادت التكاليف الناتجة عن ضرورة مطابقتها لمتطلبات المحاسبة المالية فهناك احتمال كبير أن التكاليف الناتجة عن عرض المعلومات ضمن القوائم المالية تفوق المنافع المستمدة منها.

و هذه النتائج تتناسب وخصوصية الم ص م لذا فإن إلزامها بتطبيق نفس المعايير المحاسبية التي تطبقها المؤسسات الكبيرة يحملها عبئا ثقيلًا لا طاقة لها به وهو ما أدى إلى ظهور اتجاه قوي يدفع نحو ضرورة إعفاء

الم ص م من تطبيق اشتراطات معينة على أساس أن تكاليف الامتثال لهذه الاشتراطات تتجاوز المنافع العائدة من هذا الامتثال،¹⁰ يضاف إلى قلة مستخدمي قوائمها المالية افتقارها للموارد المالية والمادية والبشرية التي تمكنها من التطبيق الفعال لتلك الاشتراطات مما يضيف عبئا يكلف المؤسسة الكثير في ظل احتياجات خاصة ومحددة لمقابلتها فظهر مصطلح "حمل المعايير المحاسبية الزائدة عن الحد" في إشارة إلى عدم مراعاة القوانين والتشريعات لدى مختلف الدول لخصوصية الم ص م فيما يخص إلزامها بتطبيق نفس المحاسبة المطبقة في المؤسسات الكبيرة والمقيدة في البورصة، وفي هذا الصدد كشفت دراسة قامت بها لجنة شكلها المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين عن مجموعة من النتائج تؤكد حاجة الم ص م إلى معايير محاسبية خاصة بها تساعدها على إعداد ونشر بيانات محاسبية بتكلفة أقل والحصول على منافع أكثر ويمكن أن نلخصها فيما يلي:¹¹

- مع حقيقة وجود قواسم مشتركة كثيرة بين بنود المعلومات التي يحتاجها مستخدمو البيانات المالية للمؤسسات الكبيرة ومستخدمو البيانات المالية للمؤسسات الصغيرة إلا أن ذلك لا ينفي وجود فوارق متعددة بين احتياجات الفئتين.

- حدود ومدى الإفصاح وكذلك طبيعة المعلومات التي يتوجب الإفصاح عنها في البيانات المحاسبية تتحدد على ضوء مجموعة من العوامل مثل حجم المؤسسة، كلفة المعلومات، مستخدمو المعلومات، طبيعة القرار الذي تستخدم فيه.

وقد خلصت اللجنة إلى ضرورة تبسيط أساليب و إجراءات القياس والإفصاح حيث اقترحت اللجنة إتباع مجموعة من المبادئ المحاسبية أطلق عليها « LITTLE GAAP » تطبق على المؤسسات الصغيرة فقط من أجل تخفيض تكلفة التقارير المحاسبية التي تصدرها والسماح لها بالإفصاح الطوعي أو الاختياري ومن الأمثلة على بنود المعلومات المشمولة بهذا الإعفاء، المعلومات القسمية، المعلومات الخاصة بعقود الإيجار الرأسمالية، المعلومات الخاصة بالبيانات المعدلة بالتغير العام في مستوى الأسعار، المعلومات الخاصة بالتنبؤات المالية والمعلومات الخاصة بالمحاسبة الاجتماعية.

المحور الثاني: التوجه نحو تطوير أنظمة محاسبية خاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة عملت عدد من الدول والهيئات المحاسبية على التخفيف من عبئ الاشتراطات التي تفرضها المعايير المحاسبية وذلك بتطوير أنظمة محاسبية خاصة بهاته المؤسسات.

أ- على المستوى الوطني

- **بريطانيا:** أثارت فكرة معايير محاسبية خاصة بالم ص م في البداية جدلا واسعا بين معارض ومؤيد للفكرة فالمعارضون يرون أن وجود مجموعتين من المعايير قد يربك المهنيين ويعطي انطبعا للمهنيين ومستخدمي القوائم المالية بوجود صنف ذا جودة عالية وصنف آخر ذو جودة متدنية، بينما يرى المؤيدون أن وجود معايير خاصة بالم ص م يؤدي إلى تبسيط متطلبات إعداد القوائم المالية لهذه المؤسسات بالشكل الذي يجعل من المنفعة المتولدة من المعلومات المحاسبية تفوق تكاليف إعدادها، واستمر الأمر إلى غاية 1997 حين حسم مجلس معايير المحاسبة البريطاني أمره بإصدار مسودة معيار الإبلاغ المالي الخاص بالمؤسسات الصغيرة FRSSSE¹²، وقد صدر المعيار بشكله النهائي عام 2007 والموجه إلى المؤسسات التي تتوفر فيها خصائص محددة من طرف القانون، والهدف من المعيار هو حث المؤسسات التي تقع في نطاقه على توفير معلومات تلبي احتياجات مستخدمي القوائم المالية للسماح لهم باتخاذ قراراتهم الاقتصادية، ويحتوي المعيار على معايير

محاسبية مبسطة مقارنة بالمعايير الأخرى الموجودة والتي تطبق على المؤسسات الكبيرة واقترح معايير أخرى باشتراطات إفصاح وأساليب قياس أكثر تبسيطا لكل عنصر من عناصر القوائم المالية.

كندا: قام المعهد الكندي للمحاسبين المعتمدين عام 1999 بنشر تقرير بحث بعنوان الإبلاغ المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يهدف إلى محاولة التوصل إلى طريقة تمكن من تلبية احتياجات مستخدمي القوائم المالية للم ص م بفعالية والتعرف عن المدى الذي يمكن من خلاله الانحراف عن المبادئ المحاسبية المتعارف عليها عند إعداد القوائم المالية من أجل تلبية هذه الاحتياجات،¹³ في ظل قلة مستخدمي القوائم المالية لهذه المؤسسات وتركزهم بشكل رئيسي في البنوك، والتي يمكن أن تقبل قوائم مالية لا يتوافق إعدادها وفق المبادئ المحاسبية المتعارف عليها، وتم التأكيد على ضرورة أن تكون الم ص م ممثلة بنسبة مقبولة عن طريق خبراء بشؤونها في مجلس معايير المحاسبة الكندي تسمح لهم بالإشراف على التشريعات المحاسبية من أجل مراعاة احتياجات هذه المؤسسات فيما يخص الإفصاح عن المعلومات المالية عند التشريع،¹⁴ وقد تم اعتماد نموذج التقارير التمايزية أو التفاضلية ضمن إطار المبادئ المحاسبية المتعارف عليها وبدأ العمل بتطبيقه منذ سنة 2002، والذي تم إعداده على أساس التوفيق بين التكلفة والمنفعة التي تعود على المؤسسة نتيجة إعداد وعرض القوائم المالية حيث أن المعالجات التي تتم في هذا النموذج هي، معالجات اختيارية يمكن للمؤسسات على أساسها أن تختار من بين المعالجات المسموح بها المعالجة التي تلائمها،¹⁵ ويعمل النموذج على جعل المتطلبات اللازمة للإفصاح مناسبة للظروف مما يتيح للمؤسسة التي ليس لها مسؤولية عامة أن تعيد دراسة أهداف تقاريرها المالية وجعلها متوافقة مع احتياجات المستخدمين.¹⁶

هناك دول أخرى تشبه تجربتها كل من كندا وبريطانيا من حيث الجوهر أي تبسيط متطلبات المحاسبة بالنسبة للم ص م للتمكن من تلبية احتياجات مستخدمي التقارير المالية بأقل تكلفة والحصول على منافع أكثر لكن تختلف من حيث الطريقة فنجد أن¹⁷:

- أستراليا: كان خيارها قوائم مالية معدة وفق قواعد محاسبية للإفصاح ملائمة للقارئ غير المبادئ

المحاسبية المقبولة عموما PCGA من أجل تلبية احتياجات المستخدمين الحاليين والمحتملين وهو يقوم على أن كل قائمة مالية تسمح بالاستجابة لاحتياجات محددة معروفة من طرف الم ص م وشركائها في إطار علاقة تعاقدية متعددة وهذا الخيار لم يتم قبوله من طرف المعهد الكندي للمحاسبين القانونيين نتيجة عدم القدرة من حيث الزمن والمكان على إجراء المقارنة بين القوائم المالية بفعل تنوع القواعد والاحتياجات المحاسبية المطبقة.

- الولايات المتحدة الأمريكية: قام المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين باستخدام التقارير المالية ذات

الغرض العام معدة وفق مجموعة محددة من القواعد المحاسبية غير تلك المحددة في الإطار المفاهيمي ويتم تدقيق القوائم المالية المعروضة في إطار احترام مجموعة من القواعد الجوهرية (محاسبة الخزينة، القواعد الضريبية...) لكن تبقى هذه القواعد مفتقرة إلى معايير أو إقناع مما يجعل القوائم المعدة على أساسها بحاجة إلى إثبات أو برهان على صحتها.

ب- على المستوى الدولي

- مجلس معايير المحاسبة الدولية: في إطار سعيه نحو التحسين المستمر لمهنة المحاسبة ونظرا للأهمية

الكبيرة التي تتمتع بها الم ص م في

الاقتصاديات الوطنية والمشاكل التي تعاني منها جراء حمل المعايير المحاسبية الزائد عن الحد قام مجلس معايير المحاسبة الدولية منذ جويلية 2009 بإصدار معيار الإبلاغ المالي الدولي الخاص بالم ص م لتلبية الاحتياجات المحاسبية والتشريعية الدولية في ظل اتساع الم ص م, وعلى اعتبار أن هذا المعيار هو وثيقة قائمة بحد ذاتها من معايير الإبلاغ المالي الدولية فإنه لا يمكن بأي حال من الأحوال اعتباره أقل أهمية منها فهو يسعى لتوفير نفس المستوى من الجودة في المعلومات المحاسبية لتلبية الاحتياجات المختلفة لمستخدمي القوائم المالية للم ص م بالرغم من عددهم القليل بنفس الجودة التي تتميز بها المعلومات التي توفرها المؤسسات ذات المسؤولية العامة لمستخدمي قوائمها المالية بصفة عامة, لذلك فقد أصدر المجلس المعيار معتمدا على نفس المفاهيم الأساسية والمبادئ والتوجيهات الإلزامية التي تتعلق بالمعايير الكاملة, وقد عرفت AICPA معيار الإبلاغ المالي الدولي الخاص بالم ص م بأنه, تعديل وتبسيط لمعايير الإبلاغ المالي الدولية الكاملة موجه لتلبية احتياجات مستخدمي التقارير المالية للمؤسسات الخاصة والتخفيف من حمل المعايير الزائد عن الحد استنادا إلى مقاربة التكلفة-المنفعة, وهو وثيقة محاسبية دولية قائمة بذاتها ومعيار إبلاغ مالي يطبق على القوائم المالية ذات الغرض العام والقوائم الأخرى التي يتم إعدادها وعرضها من طرف المؤسسات التي تعرف في كثير من الدول تحت اسم الم ص م",¹⁸ لقد تم إعداد معيار الإبلاغ المالي الدولي على أساس ضرورة التمييز بين المؤسسات وفقا لطبيعة وعدد واحتياجات مستخدمي القوائم المالية لوجود اختلافات بين تلك التي تخضع للمساءلة العامة والمؤسسات التي لا تخضع لها, والأخذ بالتكلفة-المنفعة المتولدة من إعداد وعرض القوائم المالية حيث أن معايير الإبلاغ المالي الدولية الكاملة تشكل عبئا على الم ص م لاحتوائها على مواضيع وتوجيهات لا تتلاءم وخصوصية هذه الأخيرة وهذا العبء يتزايد كلما ازدادت متطلبات تطبيقها, ولقد لقي معيار الإبلاغ المالي الدولي الخاص تجاوبا كبيرا, فمنذ صدوره وحتى بداية 2011 قامت 73 دولة " أي ما يعادل 60% من الدول التي تتبنى معايير الإبلاغ المالي الدولية الكاملة والتي يقدر عددها ب 123 دولة وهي نسبة معتبرة تعكس مدى الأهمية الكبيرة للمعيار" إما بتبنيه أو تخطط لذلك.¹⁹

المحور الثالث: إشكالية تطبيق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية

مرت البيئة المحاسبية الجزائرية بثلاث أطر محاسبية, تمثلت أولاها في اعتماد المشرع الجزائري للمخطط المحاسبي العام الفرنسي عند الاستقلال, والذي تمت مراجعته سنة 1957 واستمرت الدولة في تطبيقه إلى غاية 1975 أين تم وضع أول مخطط محاسبي جزائري وهو المخطط المحاسبي الوطني والذي جاء لتلبية متطلبات المرحلة الاشتراكية آنذاك, وأمام النقائص التي رافقت هذا المخطط والتي أصبحت تشكل عبئا على المؤسسات الجزائرية في ظل عدم قدرة هذه الأخيرة على توفير معلومات محاسبية شفافة وموثوقة والتي أصبحت ضرورة ملحة بعد دخول الجزائر إلى اقتصاد السوق وانفتاحها على العالم, سعت السلطات الجزائرية إلى البحث عن بديل فعال يمكن من التكيف والاستجابة لمتطلبات العولمة عن طريق توفير إطار محاسبي يستجيب للمتطلبات المحاسبية الدولية في ظل انفتاح الجزائر على الخارج وتحريك اقتصادها وإنشاء البورصة, وما أنجر عن ذلك من ضغوطات مورست من طرف المستثمرين الأجانب والهيئات الدولية مثل البنك الدولي ومنظمة التجارة العالمية, وهو ما دفع بالمشرع الجزائري إلى الاعتماد على الإطار المحاسبي الدولي في تحقيق الإصلاح المحاسبي والمالي, وقد تجسد ذلك في صدور النظام المحاسبي المالي الذي يجسد تطبيقه تطبيقا لمتطلبات معايير المحاسبة الدولية, وتماشيا مع هذا التطور فقد صدرت مجموعة من القوانين تمهيدا لتطبيقه وتمثلت في:

-القانون رقم 07-11 الصادر بتاريخ 25/11/2007 المتضمن النظام المحاسبي المالي, قرار مؤرخ في 26 جويلية 2008 المحدد لقواعد التقييم والمحاسبة والكشوف المالية وعرضها وكذلك مدونة الحسابات وقواعد سيرها, قرار مؤرخ في 26 جويلية 2008 يحدد أسقف رقم الأعمال وعدد المستخدمين والنشاط المطبقة على الكيانات الصغيرة بغرض مسك محاسبة مالية مبسطة, المرسوم التنفيذي رقم 09-110 المؤرخ في 07 أفريل 2009 الذي يحدد شروط وكيفيات مسك المحاسبة بواسطة أنظمة الإعلام الآلي, التعليم الوزارية رقم 2 المؤرخة في 29 أكتوبر 2009 والمتضمنة أول تطبيق للنظام المحاسبي المالي في سنة 2010.

أ-دوافع تطبيق النظام المحاسبي المالي

- تقريب الممارسات المحاسبية الوطنية من الممارسات الدولية بما يسمح بالارتكاز على مرجعية تتماشى والتطورات الاقتصادية المتسارعة في الاقتصاديات الدولية.
- توفير معلومات تعكس بصدق وموثوقية الوضعية الحقيقية لنشاط المؤسسة.
- جذب المستثمرين الأجانب من خلال تدويل الإجراءات والمعاملات المالية والمحاسبية.
- تمكين المؤسسات الجزائرية من الولوج إلى الأسواق العالمية وتعزيز تنافسيتها من خلال إمكانية مقارنة أدائها مع أداء المؤسسات الأجنبية.

ب-تقديم النظام المحاسبي المالي: جاء النظام المحاسبي متضمنا ما يلي:

- إطار تصوري "مفاهيمي": يعرف مجال التطبيق, المبادئ والاتفاقيات المحاسبية, عناصر القوائم المالية.

- طرق تنظيم المحاسبة: وهي مجموعة من المتطلبات تنظم العمل المحاسبي بحيث يجب على الخاضع للنظام المحاسبي المالي أن يلتزم بها.
- قواعد تقييم والاعتراف بالخصوم والأصول والأعباء والنواتج: وقد تم التطرق إلى القواعد العامة للتقييم والقواعد الخاصة.

- عرض القوائم المالية: حيث تم إظهار القوائم المالية التي يجب على المؤسسة إعدادها والمتمثلة في, الميزانية "قائمة المركز المالي", جدول حسابات النتائج "قائمة الدخل", جدول سيولة الخزينة "قائمة التدفقات النقدية", جدول تغير الأموال الخاصة "قائمة تغيرات الأموال الخاصة", الملاحق.
وبجدد التأكيد هنا على أن النظام المحاسبي المالي يستمد إطاره المفاهيمي ومعالجته المحاسبية بدرجة عالية من التوافق مع معايير المحاسبة الدولية فيما عدا بعض القواعد التي يقترحها في فيما يخص²⁰ تنظيم ومسك الدفاتر المحاسبية ومدونة الحسابات وقواعد سير هذه الحسابات, وعدم تناوله للبنوك والتأمينات بعكس المعايير الدولية.

ج-إشكالية تطبيق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

مثلما رأينا في المحور الثاني فإن غالبية الدول وعلى رأسها الدول المتقدمة قد سارعت إلى أن يكون لمؤسساتها الصغيرة والمتوسطة محاسبة خاصة بها, وبمبسطة, تلبي احتياجات مستخدمي القوائم المالية بأكبر منفعة وأقل تكلفة, غير أن المشرع الجزائري أصدر نظام محاسبي مالي يستمد إطاره المفاهيمي ومعالجته المحاسبية بدرجة عالية من التوافق مع معايير المحاسبة الدولية وطبقه على جميع المؤسسات بما فيها الم ص م, واكتفى باستثناء المؤسسات المصغرة التي تتوفر فيها بعض شروط رقم الأعمال والنشاط وعدد العمال "أقل من

10 عمال" لتخضع لما يعرف بحاسبة الخزينة وهو ما يبين عدم أخذه بعين الاعتبار لخصوصية الم ص م والتي يمكن أن تحد من التطبيق الفعال للنظام المحاسبي المالي والتي يمكن أن نذكر أهمها في يلي:

- محدودية الموارد المالية والبشرية والمادية للم ص م والتي تجعل من تطبيق متطلبات النظام المحاسبي المالي أمرا مكلفا خاصة من ناحية تكوين الأفراد وهذا ما قد يفرض على المؤسسة التوجه نحو مكاتب المحاسبية الخارجية.

- ضعف تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستعملة في هذه المؤسسات, في مقابل تطلب النظام المحاسبي المالي لتكنولوجيا إعلام واتصال

- ضعف أنظمة التسيير في هذه المؤسسات وعدم تنوعها.

- نمط الإدارة المركزية السائد في هذه المؤسسات والذي تغلب عليه شخصية المالك التي تهيمن على جميع الوظائف الرئيسية مما ينعكس على ضعف نظم الحوكمة.

- عدم وجود مساءلة خارجية للإدارة وضعف الثقافة المحاسبية لأصحاب هذه المؤسسات وعدم رغبتهم في تنظيم الأمور المحاسبية.

✓ يضاف إلى ذلك خصوصية الاقتصاد الجزائري التي جعلت من تطبيق النظام المحاسبي المالي معقدا حتى بالنسبة للمؤسسات الكبيرة خاصة فيما يتعلق بغياب أسواق متخصصة تستعمل أسعارها كمرجعية للتقييم.

وعلى العموم فإن تطبيق النظام المحاسبي المالي الذي يستمد مرجعيته من الإطار المحاسبي الدولي في الم ص م سيؤدي بها إلى:

- التقيد بتطبيق متطلبات محاسبية كثيرة في ظل احتياجات محاسبية وموارد مالية ومادية وبشرية محدودة.

- تطبيق متطلبات تقنية أو تكنولوجية ذات التكلفة العالية, حيث يستلزم تطبيق هذا النظام استخدام أنظمة المحاسبة الالكترونية, وأنظمة المعلومات الداخلية والخارجية وأنظمة الاتصالات ذات التقنية العالية.²¹

- تحمل تكلفة مرتفعة في مقابل الخدمة المحاسبية نتيجة ارتفاع تكاليف تدريب وتكوين الإطارات والخبراء والمدققين المحاسبين, وهذا في ظل اللجوء إلى طلب الخبرات من الخارج لقلتها في الجزائر, وضرورة الاستمرار في عملية التكوين نتيجة التغير المستمر في متطلبات المعايير الدولية.

المحور الرابع: الدراسة الميدانية

أ- منهجية الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من فئتين هم مسيرو ومحاسبو الم ص م في ولاية سطيف, تم

تصميم استبيان للوقوف على مدى ملاءمة تطبيق النظام المحاسبي المالي في الم ص م الجزائرية من وجهة نظرهم, حيث تم توزيعه على 14 فرد شكلوا عينة الدراسة, وبهدف إبعاد أي غموض قد يكتنف الأسئلة الواردة ضمن استمارة الاستبيان فقد تم الاعتماد بشكل أساسي على المقابلة الشخصية عند تسليمه للمستجوبين, وتم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي SPSS في معالجة مختلف البيانات, وقد تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي والرابعي في بعض بنود الاستبانة, وتم وضع مقياس ترتيبي لإعطاء الوسط الحسابي مدلولاً باستخدام المقياس الترتيبي للأهمية وذلك للاستفادة منه عند تحليل النتائج كالتالي:

مقياس لتحديد درجة أهمية كل بند من بنود السؤال رقم 4 و 9 مقياس لتحديد درجة الأهمية النسبية ل X لكل بند من بنود السؤال رقم 4 و 9

الدرجة	درجة الأهمية	درجة الأهمية	الوسط الحسابي
1	على الإطلاق	غير موافق على الإطلاق	1.79-1.00
2	نادرا	غير موافق	2.59-1.80
3	أحيانا	غير متأكد	3.39-2.60
4	كثيرا	موافق	4.19-3.40
5	دائما	موافق تماما	5-4.20

الدرجة	درجة الأهمية	درجة الأهمية
1	على الإطلاق	غير موافق على الإطلاق
2	نادرا	غير موافق
3	أحيانا	غير متأكد
4	كثيرا	موافق
5	دائما	موافق تماما

ب- عرض وتحليل نتائج الاستبيان:

الخصائص الديموغرافية للعينة:

الخصائص	البيانات	النسبة المئوية
الشكل القانوني	فردية	35.71%
	شركة تضامن	7.14%
	شركة ذات مسؤولية محدودة	28.57%
	شركة مساهمة	28.57%
عدد العمال	من 10 إلى 49	71.42%
	من 50 إلى 250	28.57%
القطاع	الصناعي	35.71%
	الخدمي	42.85%
	التجاري	21.42%
استقلالية المؤسسة	مستقلة	92.85%
	فرع من مؤسسة جزائرية	7.14%
	فرع من مؤسسة أجنبية	0%

- مدى ملائمة تطبيق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية لمعرفة مدى ملائمة تطبيق النظام المحاسبي المالي في الم ص م الجزائرية سيتم وصف وتحليل إجابات

العينة بخصوص كل سؤال تم طرحه:

السؤال 1: لتسجيل الأحداث المالية والاقتصادية الناتجة عن نشاط المؤسسة تقومون باستخدام ؟

نظام محاسبي يدوي	نظام محاسبي محوسب	النظام اليدوي مع نظام محوسب
0%	28.57%	71.43%

يتضح بأن النسبة الغالبة 71.43 % تستخدم النظام اليدوي مع نظام محوسب, في حين أن نسبة 28.57% فقط يستخدمون نظام محاسبي محوسب , ما يفسر هذه النتيجة هو بساطة أنشطة هذا النوع من المؤسسات من جهة وعدم قدرته على تصميم برامج محاسبية محوسبة خاصة به لمحدودية مواردها المالية وعدم قدرتها على توظيف مختصين في هذا المجال, وهو ما يؤدي إلى الطلب على برامج محاسبية جاهزة في الغالب تتطلب التعديل والتطوير وخدمات الصيانة, ولتجنب ذلك تلجأ المؤسسة للنظام اليدوي إلى جانب النظام المحوسب .

السؤال 2: من هم المستخدمون الرئيسيون للقوائم المالية الخاصة بمؤسستكم ؟ (حدد ثلاثة على الأكثر)

إدارة المؤسسة	100%	هيئات الدعم الحكومية	7.14%
مصلحة الضرائب	78.57%	العملاء	0%
البنك أو المقرضون	71.43%	العمال	0%
المساهمون أو الشركاء	42.86%	المستثمرون المحتملون	0%

يرى أفراد العينة بأن المستخدمين الرئيسيين للقوائم المالية للمؤسسة هم على التوالي، إدارة المؤسسة وهذا بنسبة (100%)، ثم مصلحة الضرائب وهذا بنسبة (78.57%)، ثم البنك أو المقرضين وهذا بنسبة (71.43%)، في حين نجد بأن نسبة (42.86%) أي أقل من النصف ترى بأن المساهمين أو الشركاء من المستخدمين الرئيسيين لقوائمها المالية، تليها هيئات الدعم الحكومي بنسبة 7.14%.

السؤال 3: لتمكين مستخدمي القوائم المالية الخارجيين من الإطلاع على معلومات المؤسسة المالية، فإنكم تقومون ب:

إرسال القوائم المالية مباشرة إليهم.	عرض القوائم المالية على الانترنت	عرض القوائم المالية عليهم عند زيارتهم للمؤسسة.
100%	0%	14.28%

من الجدول يتضح بأن جميع المؤسسات تقوم بإرسال قوائمها المالية مباشرة إلى مستخدميها وهذا بنسبة 100%، كما أن نسبة 14.28% من المؤسسات تقوم بعرض قوائمها المالية على المستخدمين عند زيارتهم للمؤسسة، في حين بينت النتائج أن تمكين المستخدمين من الاطلاع على القوائم المالية من خلال العرض على الانترنت لا تدخل ضمن الممارسات المحاسبية لهذا النوع من المؤسسات حيث جاءت بنسبة 0%، وهو ما يبين عدم اهتمام أو حاجة هذه الأخيرة لنشر قوائمها المالية على الجمهور الواسع، ويفسر هذه النتيجة كون المؤسسة على علاقة واتصال مباشر مع المستخدمين الرئيسيين لقوائمها المالية.

السؤال 4: هل تقومون باستخدام القوائم المالية للمؤسسة من أجل؟

القياس بالمتوسط الضريبي	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	درجة الأهمية
4.9286	0.26726	دائما	
4.4286	0.64621	كثيرا	
3.0714	1.14114	أحيانا	
2.3571	1.44686	نادرا	
2.1429	1.40642	نادرا	
2.2143	1.52812	نادرا	
1.7857	1.18831	على الإطلاق	
1.7143	1.20439	على الإطلاق	

بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول استخدامهم للقوائم المالية من أجل التصريح الضريبي 4.9286 أي بشكل دائم ويفسر هذه النتيجة المتطلبات القانونية التي تفرض على المؤسسة تقديم قوائم مالية لمصلحة الضرائب من أجل التمكن من تحديد الربح الخاضع للضريبة وإلا تعرضت لمجموعة من العقوبات.

بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول استخدامهم القوائم المالية من أجل ضمان التسيير الفعال للمؤسسة 4.4286 أي أنهم يستخدمونها كثيرا لهذا الغرض، ويفسر هذه النتيجة حاجة مسير أو إدارة المؤسسة إلى المعلومات المالية خاصة فيما يتعلق باتخاذ قرار توزيع الأرباح أو تحديد الأجور والمكافآت ومقارنة أداء المؤسسة مع الفترات السابقة.

بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول استخدام القوائم المالية من أجل الحصول على القروض البنكية 3.0714 أي أن استخدامهم للقوائم المالية يتم أحيانا لهذا الغرض، ويفسر هذه النتيجة اشتراط البنك لمنح القروض أو الموافقة عليها، ضرورة الحصول على القوائم المالية التي تفيد خاصة في تقييم قدرة المؤسسة على التسديد في الآجال المحددة، كما أنه يلجا في نفس الوقت إلى مصادر أخرى غير مالية عند منح القروض.

بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول استخدام القوائم المالية من أجل مقارنة أدائها مع أداء المؤسسات المنافسة 2.2143, أي بشكل نادر, ويفسر هذه النتيجة عدم نشر هذا النوع من المؤسسات لقوائمها المالية إلا من خلال الاتصال المباشر ومع جهات يفترض فيها توخي السرية مع المعلومات المقدمة إليها, والاعتماد على مصادر أخرى غير القوائم المالية معظمها غير رسمية في جمع المعلومات عن المنافسين.

بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول استخدام القوائم المالية من أجل تسهيل المعاملات مع الموردين 2.1429, تسهيل المعاملات مع العملاء 2.3571, أي بشكل نادر لكلا الغرضين, فيما بلغ المتوسط الحسابي فيما يخص الاستخدام لتدعيم علاقات المؤسسة مع العمال 1.7143, أي عدم الاستخدام على الإطلاق للقوائم المالية في هذا الغرض, ويفسر هذه النتيجة التقارب فيما بينهم حيث يكون هناك اتصال مباشر بما يؤدي إلى الميل إلى اللارسمية في التعامل معهم وما يعكس عن ذلك من تمثين للعلاقات خاصة الاجتماعية منها.

بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول استخدام القوائم المالية من أجل جذب مساهمين لرأس مالها 1.7857, أي عدم الاستخدام على الإطلاق للقوائم المالية في هذا الغرض, ويفسر هذه النتيجة طبيعة وخصوصية هذا النوع من المؤسسات التي تغلب عليها الملكية العائلية وهي في الأساس ذات رأس مال مغلق لذلك فإن غالبية الشركاء إما من أفراد العائلة أو من الأصدقاء المقربين.

السؤال 5: هل ترى بأن إمكانية إجراء المقارنة بين أداء مؤسستك وأداء المؤسسات المنافسة لها يعد أمراً؟

مهم جدا	مهم	قليل الأهمية	عديم الأهمية	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري
57.14%	14.28%	28.57%	0%	3.1429	0.94926

بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة غالبية 3.1429 أي أن آراء العينة تتجه نحو اعتبار إمكانية إجراء المقارنة بين أداء المؤسسة وأداء المؤسسات المنافسة أمراً مهماً جداً.

السؤال 6: ما هو المستوى الذي تراه مهماً لإجراء هذه المقارنة؟

المستوى المحلي	المستوى الوطني	المستوى الدولي
71.43%	50.00%	7.14%

من الجدول يتضح بأن النسبة الغالبة 71.43% من أفراد العينة ترى بأن المستوى الأهم لإجراء المقارنة هو المستوى المحلي, ثم الوطني بنسبة 50%, في حين أن نسبة من يرون بأن المستوى الأهم لإجراء المقارنة هو المستوى الدولي هي 7.14% وهي نسبة ضعيفة جداً, وهو ما يمكن أن نرجعه إلى خصوصية نشاط المؤسسة الصغيرة والمتوسطة الذي يتركز في منطقة جغرافية واحدة في الغالب هي السوق المحلية, وفي أحسن الأحوال الأسواق المجاورة لها.

السؤال 7: لقد قامت الجزائر بتطبيق نظام محاسبي مالي مستمد من معايير المحاسبة الدولية, ما هي درجة إلمامك بهذا النظام؟

عالية	مقبولة	ضعيفة	معدومة
0	100%	0	0

من الجدول يتبين بأن درجة إلمام أفراد العينة بالنظام المحاسبي المالي مقبولة, وهذا ما يمكن أن نرجعه إلى مرور أكثر من 4 سنوات على تطبيقه والجهود التي بذلت من أجل تكوين الموارد البشرية في هذا الإطار.

السؤال 8: من واقع تطبيق مؤسستكم للنظام المحاسبي المالي, هل تتفقون مع العبارات التالية؟

درجة الأهمية	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	
موافق تماماً	0.57893	4.2143	1- إعداد القوائم المالية وفق النظام المحاسبي المالي يؤدي إلى توفير معلومات ذات جودة عالية.
موافق	1.22250	3.5714	2- يفرض النظام المحاسبي المالي على المؤسسة توفير معلومات بحجم يفوق ما يحتاجه مستخدمو القوائم المالية.

3-الكثير من متطلبات أو اشتراطات النظام المحاسبي المالي معقدة بحيث يصعب فهمها.	3.0714	1.09945	غير متأكد
4-استخدام القوائم المالية المعدة وفق النظام المحاسبي المالي يسهل على المؤسسة الحصول على التمويل اللازم لنشاطاتها.	3.0714	1.26881	غير متأكد
5-إعداد القوائم المالية وفق النظام المحاسبي المالي جعل المؤسسة تتحمل تكاليف معتبرة.	2.6429	1.00821	غير متأكد

- بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول الفقرة رقم الأولى 4.2143 أي أن أفراد العينة يوافقون تماما على أن إعداد القوائم المالية وفق النظام المحاسبي المالي يؤدي إلى توفير معلومات ذات جودة عالية, وهي نتيجة منطقية على اعتبار أن النظام المحاسبي المالي مستمد من معايير المحاسبة الدولية التي تضمن إعداد وتوصيل معلومات ذات جودة عالية, كما أن غالبية الدراسات قد وجدت أن تطبيق النظام المحاسبي المالي يؤدي إلى زيادة جودة المعلومات المالية .

بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول الفقرة الثانية 3.5714 أي أن أفراد العينة يوافقون على أن النظام المحاسبي المالي يفرض على المؤسسة توفير معلومات بحجم يفوق ما يحتاجه مستخدمو القوائم المالية, ويفسر هذه النتيجة طبيعة ومحدودية احتياجات مستخدمي القوائم المالية لهذه المؤسسات, فقد تبين لنا بأن مستخدمي القوائم المالية يتمثلون أساسا في إدارة المؤسسة, مصلحة الضرائب, والبنوك, وجميع هذه الفئات لديها القدرة على الحصول على معلومات خارج إطار القوائم المالية كما أنها تتمتع بمعرفة جيدة بالمؤسسة, فالبنوك تلجأ للاعتماد على مصادر أخرى للمعلومات في الغالب غير مالية مثل علاقة العميل مع البنك وسمعته, كما أن المستخدم الرئيسي والأول ضمن الإطار المفاهيمي للنظام المحاسبي المالي هو المستثمر أو المساهم وهو في حالة المؤسسة الصغيرة والمتوسطة المالك أو الشركاء ما يجعل من توفير معلومات لصالح المساهمين في إطار القوائم المالية ليس له ما يبرره, على اعتبار أن بإمكان المالك أو الشركاء الحصول على تلك المعلومات المالية من داخل المؤسسة من أجل تتبع عمليات المؤسسة أو مراقبتها كونهم يشكلون إدارة المؤسسة أو جزءا منها, وهو ما يجعل من الإفصاح المحاسبي للمساهمين زائد عن الحاجة.

بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول الفقرة الثالثة 3.0714 أي أن أفراد العينة غير متأكدين من أن الكثير من متطلبات أو اشتراطات النظام المحاسبي المالي معقدة بحيث يصعب فهمها, وعموما فإن اتجاه أفراد العينة هو نحو الموافقة لكن بتردد فيما يخص تعقيد متطلبات النظام المحاسبي المالي. وجاءت النتيجة على غير ما توقعنا لكن يمكن أن نفسرها بعدم تعمق هذه المؤسسات في تطبيق المتطلبات المحاسبية الجديدة حيث مازالت تكتفي بعملية تحويل بسيطة من حسابات المخطط المحاسبي الوطني إلى حسابات النظام المحاسبي المالي وفق برامج محاسبية معدة وجاهزة لهذا الغرض, وهو ما يمكن أن يؤثر بشكل سلبي على التطبيق السليم للنظام.

بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول الفقرة الخامسة 3.0714 أي أن أفراد العينة غير متأكدين أي موافقون وبشكل متردد مع أن استخدام القوائم المالية المعدة وفق النظام المحاسبي المالي يسهل على المؤسسة الحصول على التمويل اللازم لنشاطاتها, وهو ما يمكن أن نرجعه إلى توجه البنوك في الغالب لطلب معلومات خارج إطار القوائم المالية واعتمادها على مصادر أخرى غير مالية عند اتخاذ قرار منح القروض, حيث يفترض أن القوائم المالية المعدة على أساسه تعتبر الوسيلة الأهم لتلبية احتياجات البنوك.

بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول الفقرة الرابعة 2.6429 أي أن أفراد العينة غير متأكدين أي غير موافقين بشكل متردد حول أن إعداد القوائم المالية وفق النظام المحاسبي المالي يجعل المؤسسة تتحمل تكاليف معتبرة, وقد جاءت هذه النتيجة مفاجئة لنا على اعتبار أن أغلبية الدراسات حتى التي جرت في الدول المتقدمة قد بينت التكلفة الكبيرة التي تتحملها المؤسسة الصغيرة والمتوسطة من جراء تطبيق المتطلبات المحاسبية الدولية أو المتطلبات المحاسبية المطبقة على المؤسسات الكبيرة, لكن يمكن اعتبار هذه النتيجة مقبولة بالنظر إلى خصوصية الحالة الجزائرية, فالنظام المحاسبي المالي لم يتم إجراء أي تحيين له منذ أن طبق,

بالإضافة إلى قيام الجامعات بإدراجه ضمن مناهجها التكوينية وهو ما جعل المؤسسات تتجنب التكاليف التي يفترض أن تنتج من التكوين المستمر لمحاسبيها، يضاف إلى ذلك شبه مجانية البرامج المحاسبية المتوفرة في السوق الجزائرية والتي في الغالب مصدرها التقليد أو القرصنة، أضف إلى ذلك عدم قيام هذه المؤسسات بالنشر مما يجنبها التكاليف التي يمكن أن نتكبدتها من جراء المنافسة، وأيضا عدم العمل بالقيمة العادلة وهي الطريقة التي تأخذ الكثير من الوقت والجهد كل هذا يكون قد جنب المؤسسات الكثير من التكاليف ولو لبعض الوقت. النتائج والتوصيات:

من خلال الإطار النظري والدراسة الميدانية التي قمنا بها توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها:
أ- على المستوى النظري:

- 1- تعد احتياجات مستخدمي القوائم المالية للمؤسسات الكبيرة أو المقيدة بالبورصة من بين أهم العوامل التي ساهمت في إعداد معايير المحاسبة الدولية.
- 2- تطبيق المتطلبات المحاسبية الدولية بشكلها الكامل يشكل عبئا على الم ص م أمام قلة مستخدمي القوائم المالية ومحدودية إمكانياتها المالية والمادية والبشرية.
- 3- أدى الدور والأهمية الكبيرة التي تتمتع بها المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاديات الوطنية إلى تنامي الطلب على الصعيد الوطني والدولي حول ضرورة توفير معايير محاسبة مالية خاصة بها.
- 5- إعداد النظام المحاسبي المالي تم بالاستناد إلى الإطار المحاسبي الدولي وتطبيقه تم على جميع المؤسسات بما فيها الم ص م بالرغم من خصوصية هذه الأخيرة واختلاف احتياجاتها المحاسبية عن المؤسسات الكبيرة.

ب- على المستوى التطبيقي:

6- هناك حاجة لتطبيق محاسبة مالية خاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، وذلك لـ:

- بساطة نظم المعلومات المحاسبية التي تستخدمها.

- قلة مستخدمي قوائمها المالية حيث يتمثلون أساسا في إدارة المؤسسة، مصلحة الضرائب والبنوك.

- بساطة ومحدودية الاحتياجات المحاسبية حيث تتمثل بالأساس في تلبية المتطلبات القانونية وإدارة المؤسسة والحصول على القروض، وهذا في ظل قدرة هذه الأطراف على الحصول واستخدام معلومات خارج إطار القوائم المالية.

- عدم إقدام المؤسسات على نشر قوائمها المالية للجمهور وتفضيلها للاتصال المباشر معهم نتيجة قلة وطبيعة ومحدودية احتياجات مستخدمي قوائمها المالية.

- عدم استخدام الم ص م لقوائمها المالية لإجراء المقارنة بين أدائها وأداء المؤسسات الأخرى إلا نادرا.

- عدم اهتمام الم ص م بإجراء المقارنة بين أدائها وأداء المؤسسات المنافسة لها خاصة على المستوى الدولي، ومن ثم عدم حاجتها إلى معلومات قبل المقارنة على المستوى الدولي.

7- يشكل تطبيق النظام المحاسبي المالي عبئا على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك لـ:

- عدم مراعاته لقلّة وطبيعة ومحدودية احتياجات مستخدمي القوائم المالية لهذه المؤسسات ما يجعل تطبيقه يؤدي بالمؤسسة لتوفير معلومات بحجم يفوق ما يحتاجه مستخدمي قوائمها المالية.

- بعض اشتراطات النظام المحاسبي المالي معقدة ويصعب فهمها وهذا أمام محدودية موارد الم ص م خاصة الموارد البشرية ذات الخبرة والمستوى التعليمي العالي والتي يتطلبها تطبيق هذا النظام وهو ما يمكن أن ينعكس سلبا على التطبيق السليم للنظام المحاسبي المالي.
- أن تطبيق النظام المحاسبي المالي المستمد من معايير المحاسبة الدولية أدى إلى زيادة جودة المعلومات المالية، إلا أن ذلك لم يكن له ذلك الانعكاس المنتظر من ناحية تسهيل حصول المؤسسة على التمويل اللازم لنشاطها.
- أظهرت لنا الدراسة الميدانية أن تطبيق النظام المحاسبي المالي لم يحمل المؤسسات تكاليف معتبرة غير أن المتأمل في تطور البيئة الجزائرية وتوجهها نحو التكيف مع المتطلبات الدولية سيدرك بأن هذا الوضع مؤقت.
- استنادا إلى الإطار النظري والدراسة الميدانية التي قمنا بها فإننا نوصي بما يلي:**
- أن يتم إعادة التفكير في نطاق تطبيق النظام المحاسبي المالي بحيث يتم الأخذ بعين الاعتبار خصوصية النسيج المؤسساتي في الجزائر .
- العمل على إعداد معايير محاسبية خاصة بالمؤسسة الصغيرة والمتوسطة تراعي خصوصياتها واحتياجاتها المحاسبية.
- إقامة مراكز تدريب وتكوين للقائمين على العمل المحاسبي بالم ص م بغرض تمكينهم من التطبيق السليم للمتطلبات المحاسبية سواء المبسطة إن وجدت أو الخاصة بالنظام المحاسبي المالي على اعتبار أن هذا النوع من المؤسسات هو بداية للمؤسسات الكبيرة.
- إقامة برامج ومبادرات لتوعية أصحاب الم ص م بأهمية تنظيم أمورهم المحاسبية والمكاسب التي تعود عليهم جراء ذلك.
- تعديل وإصدار قوانين وتشريعات تساعد الم ص م على الاندماج وتوسيع قاعدة الملاك التي تخلصها من سمة الملكية العائلية بما يؤدي إلى تسييرها وفقا للنظم الإدارية الحديثة.

المراجع والإحالات:

1. وليد زكريا صيام، تطبيق معيار الإبلاغ المالي الدولي الخاص في البيئة الأردنية، مجلة المدقق تصدر عن جمعية المحاسبين القانونيين الأدرنية، العدد 83-84، مارس 2010، ص 23.
2. ALFRED STETTLER, FRANCK MISSIONIER-PIERA, **" nouvelle directives de l'ISAR "**, l'expert comptable suisse, N° 12/03,2003, P 1068.
3. <http://www.icca.ca/recherche-et-recommandations/activites-de-recherche/publicationsrecentes/accounting/item12760.aspx>.
4. FREDERIC LE ROY, **spécificité, portée et limites des stratégies de rupture pour les pme : une étude de cas.** 7eme congres international francophone en entreprenariat et pme, Montpellier, 27-28-29 octobre 2004, p 4.
5. توفيق عبد الرحيم يوسف، إدارة الأعمال التجارية الصغيرة، دار صفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2002، ص 26.
6. حسن عبد الكريم سلوم، بتول محمد نوري، دور المعايير المحاسبية الدولية في الحد من الأزمة المالية العالمية، المؤتمر العلمي الدولي السابع حول تداعيات الأزمة الاقتصادية على منظمات الأعمال "التحديات-الفرص-الأفاق"، جامعة الزرقاء، الأردن، ص 12.
7. NATION UNIS, promotion de la transparence et de l'information financière : comptabilité des petites et moyennes entreprises, conseil de commerce et de développement, Genève, 2010, p1.
8. طارق عبد العال حماد، التقارير المالية، الدار الجامعية، 2006، ص 879.
9. طارق عبد العال حماد، مرجع سابق، ص 879.
10. محمد مطر، عبد الناصر نور، طبيعة وحدود الإفصاح عن المعلومات في البيانات المالية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم، المؤتمر العلمي المهني الدولي الثامن بعنوان الم ص م الحجم بين المحاسبة والتدقيق والدور الاقتصادي، جمعية المحاسبين القانونيين الأدرنيين، عمان، يومي 19/18 أكتوبر، 2008، ص 9.

¹¹. طارق عبد العال حماد, مرجع سابق , ص 191.

¹². <http://www.icca.ca/recherche-et-recommandations/activites-de-recherche/publications-recentes/accounting/item12760.aspx>

¹³. Conseil des normes comptables, **L'information financière des sociétés fermées**, document de travail, p64.

¹⁴. ALFRED STETTLER, franck missonier-piera, (2003), **op.cit**, P 1071.

¹⁵. CONSEIL DES NORMES COMPTABLE, **op.cit**, p7.

¹⁶. طارق عبد العال حماد, مرجع سابق, ص 896-897

¹⁷. BARDAA NADHEM, le system comptable des entreprises (1997) et les petites et moyennes entreprises, la revue comptable et financière, les éditions raouf yaiche, N°54 Tunisie, « 4eme trimestre » 2001, p5

¹⁸. http://www.ifrs.com/overview/IFRS_SMES/IFRS_SMES_FAQ.html

¹⁹. PAUL PACTER, why the world needs a separate standard for private companies , and why us does too, ifrs foundation, London, 2011, p4,13.

²⁰. نوي الحاج انعكاسات تطبيق التوحيد المحاسبي على القوائم المالية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية جامعة حسيبة بن بو علي-الشلف, 2008, ص 108.

²¹. كتوش عاشور, متطلبات تطبيق النظام المحاسبي الموحد (IAS/IFRS) في الجزائر, مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا-جامعة حسيبة بن بو علي-الشلف, العدد السادس-2009, ص 305, 306.

إدراك المستهلك الجزائري لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية

-دراسة ميدانية على عينة من المستهلكين المستخدمين لأجهزة الهواتف الذكية لمؤسسة كوندور بولاية غرداية-

Algerian customer perception for marketing characteristics and advantages throughout smartphones.

- A field study on users specimen of smartphones for condor's company in the southern province Ghardaia.-

ط.د. ثامر محمد البشير

جامعة غرداية / الجزائر

thameur.bachir @ univ-ghardaia.dz

د. هواري معراج

جامعة غرداية / الجزائر

houari@univ-ghardaia.dz

Received: 14/01/2017

Accepted: 06/03/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إدراك المستهلك الجزائري للخصائص والمزايا التي يوفرها التسويق عبر الهواتف الذكية، وذلك من خلال استقصاء آراء المبحوثين من المستهلكين المستخدمين لأجهزة الهواتف الذكية لمؤسسة كوندور الجزائرية بولاية غرداية. تم اختيار مجتمع الدراسة من المستهلكين الجزائريين، حيث تم في الاستقصاء أخذ عينة مكونة من 80 مستهلكا يستخدم أجهزة الهواتف الذكية لمؤسسة كوندور الجزائرية من ولاية غرداية، وتوصلت الدراسة إلى أنه يوجد تأثير ذو إحصائية لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية خاصة: احترام الخصوصية، سهولة الاستخدام، سرعة المعاملة، حرية الاختيار على العملية الإدراكية وتشجيع المستهلك الجزائري على التسويق عبر الهواتف الذكية من خلال التطبيقات التي توفرها أجهزة الهواتف الذكية لمؤسسة كوندور الجزائرية، إلا أن أكبر عائق وتحد يواجه المستهلك الجزائري في التسويق عبر الهواتف الذكية يبقى هو عدم توفر آلية الدفع الإلكتروني وهو ما لا يشجع المستهلك على ممارسة الشراء عبر الهواتف الذكية. وكذا غياب الآليات القانونية الحمائية والوقائية للمستهلك عبر الهواتف الذكية. وأوصت الدراسة بضرورة تسريع وإيجاد حلول عملية من خلال إصلاح المنظومة المصرفية الجزائرية، بما يساعد ويساهم في حل إشكالية الدفع الإلكتروني وهو ما ينعكس إيجابا على تحفيز السلوك الشرائي الإلكتروني من خلال الهواتف الذكية وكذا تكييف المنظومة القانونية والتشريعية وضرورة تحيينها وفق متطلبات العصر في ظل الانفتاح والتطور الكبير لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة. **الكلمات المفتاحية:** التسويق عبر الهواتف الذكية، الخصوصية، الدفع الإلكتروني، إدراك المستهلك.

Abstract:

Algerian customer perception for marketing characteristics and advantages throughout smartphones, a field study on users specimen of smartphones for condor's company in the southern province Ghardaia, The purpose behind the study is to know to what extent the algerian customers perceive the advantages and characteristics which marketing provides throughout smartphones. that's by an inquiry about customers specimen of Condor smartphones Algerian company in the southern province Ghardaia.

The study society was chosen among the algerian customers, where the inquiry has taken a specimen of eighty customers using condor smartphones algerian company from the southern province Ghardaia, The study realized that it exists an important impact for marketing characteristics and advantages by smartphones especialy: Privacy respect, easiness in use, fast application and free choice on perception operation, then encouraging the Algerian customer on marketing across smartphones throughout the application being provided by Condor Algerian company, Never the less, the big restraint and challenge wich faces the algerian customer in marketing by smartphones, is the improvised electronic payment mechanism, adding to that lawlessness in protecting and preventing customers across smartphones.

The study urges to find practical solutions, that is by reforming the algerian monitory system wich contributes to solve electronic payment problematic in a hand, and spread a positive impact on motivat in electronic buying behaviour by smart phones on the other hand. That need also to adapt the legislative system and restore it according to the contemporary needs and developing technologies, media and communications.

Key Words: marketing across smartphones. Privacy. Electronic payment. Customer perception.

تمهيد:

أصبح الحديث عن مستقبل التسويق عبر الهواتف الذكية أحد العوامل الرئيسية والأساسية في مستقبل التسويق والإعلان خلال الفترة المقبلة، يظهر ذلك واضحا عندما نعلم أن أصحاب العلامات التجارية يتواصلون مع 95% من مستخدمي الهواتف الذكية لاستعراض منتجاتهم وعروضهم التسويقية، وأن 9 من كل 10 مستخدمين يبحثون عبر الهواتف الذكية عن منتجاتهم قبل اتخاذ قرار الشراء، بينما يمثل أجهزة الهواتف الذكية أداة إعلانية سريعة حيث إن 90% من الرسائل الإعلانية يتم قرأتها في غضون 3 دقائق بعد تسلمها. مما ساهم في نمو إيرادات مبيعات الشركات، و تطوير وعصرنة أساليب التفكير الاستراتيجي في إدارة الحملات التسويقية، وكيفية الاعتماد على الهواتف الذكية في التواصل الدائم والفعال مع المستهلكين.

فقد توقع خبراء في التسويق الحديث نمو حصة الإنفاق على التسويق والإعلانات عبر الهواتف الذكية في دولة الإمارات العربية لتصل إلى 15% من إجمالي الميزانيات التي ستخصصها الشركات للإعلان في 2017، وأشار الخبراء إلى أنه بالرغم من حذر أصحاب العلامات التجارية في أسواق المنطقة العربية من زيادة حجم إنفاقهم على الإعلانات العام المقبل، في ظل الظروف الاقتصادية العالمية الراهنة؛ فإن الإنفاق على الإعلان عبر الهواتف الذكية سيتصدر أولويات الإنفاق في الميزانيات المخصصة للإعلان، والتي تصل حصة إجمالي الإعلانات الرقمية فيها إلى 35%، وهي نفس النسبة العالمية تقريبا، حسبما نشرته "البيان" الإماراتية، وتتوقع بيانات حديثة أن تصل حصة الإعلانات الرقمية من إجمالي الإنفاق على الإعلانات في دول الخليج إلى 33%، أو 1.5 مليار دولار في 2017.

إذ بات التسويق عبر الهواتف الذكية من أهم المكونات التسويقية؛ نظراً لانتشارها الكبير في الدولة، وتشير الدراسات إلى أن المبيعات التي ستم عبر القنوات الذكية المتنقلة ستكون مسؤولة عن توليد إيرادات في التجزئة بحوالي ملياري دولار في العالم بحلول 2020".

من ثم لا يمكننا اعتبار الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية مستقبلا استراتيجيا للتسويق الرقمي وحسب - وذلك لأنها بالفعل أصبحت واقعا ملموسا وحتمية تكنولوجية ومعرفية شائعة في الوقت الحالي وتنتشر بشكل أكبر يوميا. لذلك يعتبر فهم سلوك مستخدمي الهواتف الذكية وتحسين تجربتهم أمراً ضروريا في هذه المرحلة. فالتحول إلى الهواتف الذكية خلق علاقة كبيرة وجديدة و فرص تسويق جيدة للمسوقين الذين حققوا استفاد من هذه الوسيلة.

إشكالية الدراسة:

من هنا يتبادر إلى الذهن الإشكال المفاهيمي التالي : ما مدى إدراك المستهلك الجزائري لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية ؟

وذلك من خلال الاستعانة بالإشكاليات الفرعية التالية:

- كيف تؤثر خصائص ومزايا التسويق عبر الهواتف الذكية على سلوك المستهلك الجزائري؟
- هل تساعد التطبيقات الحديثة لأجهزة الهواتف الذكية في تحفيز المستهلك الجزائري للتسويق عبرها؟
- ما هي آفاق ومعوقات التسويق عبر الهواتف الذكية بالجزائر؟

هدف البحث :

يسعى هذا البحث إلى وضع الإطار العام لمعرفة مدى إدراك وانخراط المستهلك الجزائري في ظل الانفتاح والتطور التكنولوجي الكبير في منظومة التسويق الرقمي الحديث من خلال استخدامات أجهزة الهواتف الذكية ، ومدى تأهيله لمواكبة هذا التطور المتسارع للتقنيات المعرفية للتسويق الرامية إلى تقليص بعد الزمان والمكان افتراضيا ، وخلق ميكانيزمات للتسويق ما بعد الحداثة .

أهمية البحث

تتبع أهمية البحث في كونها تتناول موضوعا حديثا هاما ومؤثرا في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للأفراد والمجتمع ألا وهو التسويق عبر الهواتف الذكية ، ذلك لأنها أصبحت في عصرنا الحالي من الأشياء الأساسية ، وأصبح استخدامها يوميا أمر طبيعي ، وتستخدم في شتى مناحي و مجالات الحياة المختلفة، ومع ازدياد رقعة استخدام الهواتف الذكية بين المجتمعات ، لجأت الكثير من شركات التسويق والدعاية إلى استخدام الهواتف للترويج لخدماتها ومنتجاتها المختلفة بأكثر من طريقة وأساليب قادرة على جذب المستهلكين.

فرضيات البحث:

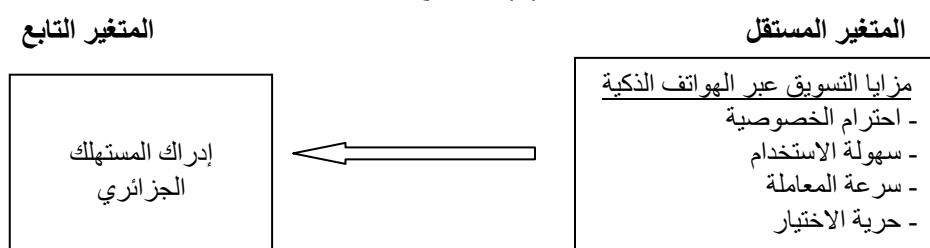
الفرضية الرئيسية H1: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية على ادراك المستهلك الجزائري.

وذلك بالاستعانة بالفرضيات الجزئية التالية :

- **الفرضية الجزئية الأولى H1-1 :** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاحترام الخصوصية في التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري
 - **الفرضية الجزئية الثانية H1-2 :** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسهولة الاستخدام في التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري
 - **الفرضية الجزئية الثالثة H1-3 :** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسرعة المعاملة في التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري
 - **الفرضية الجزئية الرابعة H1-4 :** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لحرية الاختيار في التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري
- الفرضية الرئيسية الثانية :** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات لمدى إدراك المستهلك الجزائري لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية تعزى إلى متغيرات (الجنس ، الفئة العمرية - المستوى التعليمي ، الدخل)

نموذج الدراسة:

الشكل (1) نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين

منهج الدراسة:

الغرض من الدراسة معرفة فيما إذا كان هنالك تأثير لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري ، ولإستكمال الهدف الذي تسعى الدراسة لتحقيقه، اتبعنا دراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، والتركيز على المسح الدراسة الميدانية للحصول على البيانات والمعلومات من مصادرها الرئيسية من خلال الاعتماد على استبانته تم تصميمها وفق الخطوات العلمية المعتمدة بهذا الشأن ومعالجة البيانات وتحليلها إحصائيا لاختبار الفرضيات قصد الوصول إلى استنتاجات تساهم في تحقيق التحسن والتطور.

- **المنهج الوصفي:** في معظم أجزاء البحث بتكوين القاعدة النظرية المستقاة من مختلف المراجع، ويعتبر الأسلوب الوصفي مناسباً لتقرير الحقائق والتعريف بمختلف المفاهيم ذات الصلة بالموضوع.

- **المنهج التحليلي:** لنتائج الدراسة الميدانية ومعرفة مزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري وتبيان مدى فعالية التطبيقات الابتكارية للهواتف الذكية لمؤسسة كوندور الجزائرية، وكذا المتعلقة بتحليل واقع التسويق عبر الهواتف الذكية وأهم العوائق والتحديات أمام استخدامات التسويق عبر الهواتف الذكية لمؤسسة كوندور الجزائرية، واستخلاص النتائج التي تخدم أغراض هذا البحث.

وقد استخدم الباحث مصدرين للمعلومات:

المصادر الثانوية: حيث اتجه الباحث في معالجة الإطار النظري للبحث إلى مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة بالموضوع، والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، و البحث والمطالعة في مواقع الانترنت المختلفة.

المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث لجأ الباحث إلى جمع البيانات الأولية من خلال الإستبانة كأداة رئيسية للبحث، صممت خصيصاً لهذا الغرض، وزعت على (80) مستهلك مستخدم لأجهزة الهواتف الذكية لمؤسسة كوندور الجزائرية بولاية غرداية.

أولاً: الإطار النظري و المفاهيمي (التسويق عبر الهواتف الذكية) :

1. تعريف الهواتف الذكية:

تُعرفُ الهواتف الذكية باللغة الإنجليزية بمُصطلح (Smart Phones) وهي عبارة عن مجموعة من الأجهزة الإلكترونية الحديثة، والتي تحتوي على خلايا تكنولوجية متطورة عن الخلايا التي كانت تُستخدم في النسخ القديمة من الهواتف الخليوية السابقة، كما تُعرفُ بأنها نسخة متطورة من الهواتف الخليوية، تساهم في توفير مجموعة من التطبيقات المتطورة، والتي تحوّل وسائل الاتصال القديمة إلى وسائل اتصال حديثة قادرة على تعزيز الربط بين الأفراد حول العالم، ومن التعريفات الأخرى للهواتف الذكية أنها: أجهزة رقمية مرتبطة بالتطور التكنولوجي، تجمعُ بين فكرة عمل الهواتف العادية، وأجهزة الحاسوب، ممّا يساهم في القيام بأكثر من نشاط، أو وظيفة في وقت واحد، لذلك تمّ وصفها بالأجهزة الذكية. ويمكن تعريفها أيضاً بكونها : هي هواتف محمولة – نقالة تحتوي على خواص متقدمة مقارنةً بمثيلاتها من الهواتف الخليوية الأخرى. كما يوجد بها ميزة تصفح الإنترنت ومزامنة البريد الإلكتروني وفتح ملفات الأوفيس وتشغيل الوسائط المتعددة وتحتوي على لوحة مفاتيح كاملة (Andrews, L., Drennan, J. and Russell-Bennett, R. 2012.p225)

2. تطور الهواتف الذكية :

يعودُ أول ظهور للهواتف الذكية إلى عام 1992م، والذي اخترعته شركة (IBM) لتكنولوجيا الحاسوب والأجهزة الرقمية، وقد احتوى على مجموعة من التطبيقات المتطورة التي لم تُعرف في السابق مثل: القدرة على إرسال واستقبال الرسائل الخليوية، وإرسال الرسائل البريدية عبر البريد الإلكتروني، كما تضمن وجود دفتر يحتوي على معلومات الاتصال بالأشخاص، وآلة الحاسبة، ومنبه، وبعض من الألعاب البسيطة. في عام 1996م طورت شركة نوكيا للاتصالات والأجهزة الإلكترونية فكرة الهواتف الذكية، لتصنع أول هاتف ذكي قادر على الربط بين خصائص الهاتف وجهاز الحاسوب ضمن جهاز إلكتروني واحد، اعتمد على فكرة توفير تطبيقات الحاسوب الرقمية في جهاز صغير الحجم مقارنةً بأجهزة الحاسوب، واحتوى على لوحة للمفاتيح لكي توفر للمستخدم القدرة على كتابة النصوص، والتعامل مع الحاسوب، كما تمت صناعة شاشة ذات جودة عالية لهذا الهاتف الذكي، واعتبر ذلك تطوراً مهماً جداً في عالم الاتصالات الرقمية. في مطلع الألفية الجديدة بدأت مجموعة من شركات الهواتف الخليوية والأجهزة الرقمية بصناعة هواتف ذكية أكثر تطوراً من الهواتف التي صنعتها شركة نوكيا، ممّا ساهم في تعزيز وجود الهواتف الذكية الحديثة في سوق الاتصالات، وخصوصاً بسبب

اعتمادها على أنظمة تشغيل رقمية مختلفة عن الهواتف السابقة، مما أدى إلى تطور قطاع صناعة الهواتف الذكية بشكل كبير.

ويمكن تلخيص أهم محطات تطور الهواتف الذكية كما يلي (مريم ماضي، 2013، ص63) :

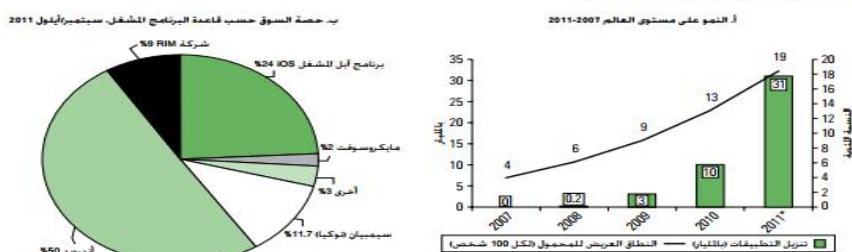
- في عام 1992 ظهر أول هاتف ذكي باسم سايمون Simon من إنتاج شركة IBM، ولم يقتصر دوره على تلقي المكالمات بل أكثر من ذلك بكثير، فقد كان من أدواره وضع الجداول الزمنية والتوقيت العالمي ودفتر العناوين والمفكرة والبريد الإلكتروني، وكان سعره 899 دولار تقريباً، وكان الجهاز الوحيد الذي يقوم بهذه المهام في الولايات المتحدة الأمريكية.
- في عام 1996 وأواخر التسعينات أطلقت نوكيا مجموعة من الهواتف الموجهة لرجال الأعمال، بدأت هذه المجموعة بجهاز نوكيا 9000، والذي كان خليط بين الهاتف والمساعد الرقمي PDAA، ثم تلي ذلك أجهزة نوكيا (9300-9210-9500)، وكان جهاز نوكيا 9210 من أولى الهواتف التي تستخدم نظم التشغيل مفتوحة المصدر.
- وفي عام 1997 كان في الواقع أول هاتف ذكي ويدعى بينلوب Penelope من شركة اريكسون Ericsson، حيث مهد الطريقة لشركة اريكسون لتطوير جهاز R3800 في وقت لاحق.
- في عام 2000 طورت شركة اريكسون هاتف بينلوب وأطلقت جهاز R380، ليتم تسويقه كأول هاتف ذكي يجمع بين الاتصال الصوتي ووظائف المساعد الرقمي واستخدام شاشة اللمس، وكان يعمل على نظام التشغيل سيمبيان Symbian OS.
- كان عام 2002 عاما مزدحما للهواتف الذكية، حيث ظهر جهاز PalmTreo P800 بالم تريو، من شركة سوني إريكسون، التي اندمجت حديثاً مع بلاك بيري وأضاف P800 العديد من الميزات الجديدة لسوق الهواتف الذكية، بما في ذلك مشغل MP3 وشاشة لمس ملونة.
- في عام 2005 جهاز الهاتف الذكي متعدد الوسائط ... سوني إريكسون إطلاق سلسلة N من الهواتف الذكية، تم تسويقها جميع أنحاء العالم، و N سلسلة مستمرة في التحسن والابتكار عاما بعد عام، وأصبحت وجهة مفضلة لرجال الأعمال.
- في عام 2007 ظهر جهاز أي فون من شركة أبل Apple iPhone، الذي أحدث ضجة في العالم، مما جعل شركة أبل تنشئ متجر لتطبيقاته المتنوعة واللامحدودة سواء التجارية أو المجانية، وأصبح مستخدمى الآي فون يتزايدون ويقدرون بالملايين.
- عام 2008 عام وصول الأندرويد Android وقد وضع كمنتج مفتوح المصدر ومدعوم من قبل Google و HTC، وإنترنت و عدد من الشركات الأخرى المؤثرة، كما يُصنف Android بالمستقبل لأنظمة التشغيل الذكي، وكان أول هاتف لاستخدام نظام التشغيل الجديد هذا النظام هو HTC ويعتقد أن هناك بالفعل أكثر من 70000 تطبيقات متاح يعمل بهذا النظام.
- في عام 2009 قامت العديد من الشركات بإنشاء مخازن التطبيقات الخاصة بها على شبكة الإنترنت، ومنها متجر Ovi من نوكيا، و متجر ويندوز لشراء تطبيقات الهواتف والبلاك بيري، وتطور في هذا العام أجيال الاتصالات حتى وصلت إلى الجيل الثالث G3.
- وفي عام 2010 أعلنت شركة أبل عن وصولها إلى 3 مليار تحميل من متجرها، وظهرت إصدارات عديدة من جهاز الآيفون حتى وصل إلى الإصدار الرابع.

3. خصائص الهواتف الذكية :

يمكن مقنتوها من إجراء الاتصالات الهاتفية، والاتصال بشبكة الإنترنت بوقت سريع جداً. توفر القدرة على استخدام التكنولوجيا الرقمية ثلاثية الأبعاد في تصميم الشاشة الخاصة بها. تحتوي على ذاكرة تخزين كبيرة، لحفظ العديد من أنواع الملفات. تعتمد على استخدام معالج حاسوبي رقمي يُسرّع من إجراء العمليات المنطقية في الهاتف. تتميز بوزنها الخفيف مقارنة بالهواتف السابقة. استخدامات الهواتف الذكية تستخدم الهواتف الذكية في المجالات الآتية: تطبيقات الاتصالات الرقمية المعتمدة على الإنترنت، مثل: برامج المحادثة الهاتفية، والمصورة. عمل مجموعات في برامج التواصل الاجتماعي. تنظيم الأعمال والنشاطات اليومية سواء في المنزل، أم العمل، أم في مكان الدراسة. مجال التصوير؛ إذ إنّ أغلب أنواع الهواتف الذكية تحتوي على كاميرات رقمية ذات جودة عالية. مجال الصوت والتسجيل، إذ تحتوي على وسائط متنوعة للتحكم بالأمر الصوتية (مريم ماضي، 2013، ص67).

- **التطبيقات الخاصة بالهواتف الذكية :** وهي برامج الكترونية تستقر بذاكرة الهاتف وتقوم بوظائف معينة مثل الدخول إلى المواقع¹ الالكترونية أو الإبلاغ عن موقع الهاتف النقال ووضعه، وأكثر التطبيقات شيوعاً هي الألعاب.
- **خدمة الدفع عبر الهاتف المحمول MPESA** بما يصل إلى نحو 20% من إجمالي الناتج المحلي الوطني (البنك الدولي 2010) حيث تعطي منظومته خدمة الدفع عبر الهاتف المحمول مثلاً جيداً باعتباره نموذجاً لنضم الاتصال المشترك لتطبيقات الهاتف المحمول من أجل التنمية؛
- **تطبيقات التصوير :** ظهر أول جهاز تجاري يحمل كاميرا تصوير في اليابان تحت اسم (J_sho4) الذي تم تطويره من طرف شركة (شارب) اليابانية وانطلق عليه وقتها MAIL SHA وتم تسويقه عام 1999 بواسطة PHONE_J تم في الو م أ عام 2002 لتنتشر هذه التكنولوجيا فيما بعد في العالم بأسره (بن يحي حميدة، 2014، ص54)
- **خدمة البلوتوث : BLUETOOT** وهو عبارة عن معيار اتصالات خاص بالاتصالات قصيرة المدى يهدف إلى ربط الأجهزة الالكترونية بعضها ببعض بطريقة لاسلكية وقد جاء كبديل B S U و A D N
- **تطبيقات التسلية :** تتيح أجهزة الهاتف النقال العديد من خدمات التسلية متمثلة أساساً في الألعاب، حيث باتت معظم الأجهزة عبارة عن محطات مصغرة الألعاب الالكترونية وتعتبر بمثابة طريقة سهلة وبسيطة لصنع تجربة مغامرة غير إن بعض هذه الألعاب لا يمكن تحويلها بسهولة إلى P A W النقال لكن تبقى بديلاً محمولاً لممارسة هذه الألعاب مع الآخرين في أي مكان إضافة إلى هذه الألعاب تطبيقات الموسيقى الخاص بالنقال PL M: MP3 وملفات AAC و الراديو FM ومسجل رقمي كما باتت تتيح الهواتف النقالة خدمات الترجمة الفورية، مشاهدة الأفلام السينمائية، حفظ المذكرات، التلفزيون النقال، الرنات

الشكل 02: تطبيقات المحمول: النمو وحصص السوق
عمليات تنزيل التطبيقات وانتشار خدمة المحمول ذات النطاق العريض بأحاء العالم، 2007-2011 (إلى اليسار) وحصص السوق حسب قاعدة البرنامج المشغل، سبتمبر/أيلول 2011 (إلى اليمين)



المصادر: مأخوذة عن آبل، وغوجل، ومجلة وايرلس إنتلجنس (الشكل 03) وعن غارنر 2012 (الشكل 03) - تقديرية.

4. أهم أدوات التسويق عن طريق الهواتف الذكية وكيفية استخدامها:

- التسويق باستخدام الرسائل القصيرة وتطبيقات المحادثة: ما تزال الرسائل القصيرة (SMS) تحتل مكانة عالية لدى الشركات كأداة تسويقية فعالة قادرة على جذب العملاء المستهدفين رغم عدم اقتناعي الشخصي بذلك ربما لأنني لست من محبي الرسائل المزعجة، ولكن الأرقام تقول إن 90% من الرسائل القصيرة تتم قراءتها خلال 3 دقائق من وصولها مقارنة بـ 22% لرسائل البريد الإلكتروني، كذلك عدد الرسائل القصيرة المرسله في عام 2013 بلغ أكثر من 10 تريليون رسالة قصيرة، كما إن معدل الضغط على محتوى الرسائل القصيرة الإعلانية (CTR) يصل إلى 19% مقارنة بـ 4% لرسائل الإيميل.

أما فيما يخص تطبيقات المحادثة والرسائل كـ Whatapp و Telegram وغيرها فالأرقام فيها مخيفة جدا، فقد بلغ عدد الرسائل اليومية المرسله على تطبيق واتس أب أكثر من 50 بليون رسالة يوميا وأكثر من نصف مليار مستخدم للبرنامج الشهير، فيما بلغ عدد مستخدمي تطبيق Line أكثر من 350 مليون مستخدم. وتقوم بعض الشركات وقطاعات التسويق بتطوير برامج قادرة على تحليل واستهداف مستخدمي هذه التطبيقات وتقديم العروض التسويقية بطريقة مناسبة للشريحة المستهدفة. (Al-alak, B.A.M. and Alnawas, I.A.M. 2010.p331)

- رمز الاستجابة السريعة QR code: يعتبر رمز الاستجابة السريعة أو كما يعرف بـ QR أحد الأدوات المهمة القادرة على ربط قنوات التسويق الحديثة بأدوات التسويق التقليدية مثل وضعها على غلاف منتج معين أو بطاقة عمل أو غير ذلك، وتتعدد استخدام هذه الأداة القادرة على استيعاب آلاف البيانات داخلها، ومن أهم استخداماتها وضعها في المنشورات التسويقية للحصول على تخفيضات معينة أو توجيه المستهلك إلى الموقع الإلكتروني الخاص بالشركة أو احد حساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي، كما يمكن استخدامها لتخزين أرقام معينة أو ربطها بخدمة خرائط قوقل أو حتى لعملية الدفع كما فعلت شركة ستاربكس والتي وفرت لعملائها في أحد فروعها آلية الدفع عن طريق QR فيما قامت بعض المتاجر في كوريا الجنوبية باستخدامها للتسوق من المتاجر الافتراضية الموجودة في محطات القطارات، وما يميز هذه الأداة أيضا القدرة على بنائها بشكل سريع وتحليل نتائجها عن طريق أدواتها المنتشرة في الانترنت مثل QRstuff وغيرها..

- تطوير مواقع متلائمة مع متصفحات الجوال Mobile web: تؤكد الكثير من الدراسات أن العلامات التجارية التي توفر نسخة لمواقعهم متوافقة من متصفحات الجوال تزيد عملية شراء منتجاتها بنسبة أكثر من

73% بحسب مركز نيسلون للأبحاث. فيما تبلغ نسبة السعوديون الذي يتصفحون المواقع الالكترونية من خلال هواتفهم الذكية إلى أكثر من 84% بحسب مركز iPosos للأبحاث. ومن خلال تجربة شخصية مع إحدى العلامات التجارية الخليجية ارتفعت إيراداتهم السنوية بنسبة تزيد عن 31% بمجرد تطوير موقعهم بطريقة تلائم متصفحات الجوال والهواتف الذكية. هذه الأرقام تؤكد على أهمية بناء موقع الكتروني متوائم مع متصفحات الجوال قبل البدء في اطلاق الموقع بشكله التقليدي. ولعل أشهر أدوات المساعدة لبناء نسخة لمواقع الجوال بشكل سريع وغير مكلف هي (Blue train mobile , dudamobile) والتي توفر حلول سريعة لبناء وتطوير مواقع تناسب كافة المتصفحات والعمل على تحليلها بشكل احترافي.

- تطبيقات الجوال Mobile App: واحدة من أهم قنوات التسويق على الهواتف الذكية نظرا لانتشارها الهائل وقدرتها على جذب المستخدم بعدة طرق مبتكرة وجذابة , وتشير بعض الدراسات بأن عدد مرات تحميل تطبيقات الجوال بلغ أكثر من 82 مليار تحميل خلال العام 2013 ومن المتوقع أن تتجاوز 200 مليار تحميل في العام 2017. وتتميز تطبيقات الجوال عن مواقع الجوال بقدرتها على تحسين تجربة المستخدم وسهولة متابعة سلوك المستهلك والقدرة على التفاعل معه وإيصال الرسائل التسويقية والتنبيهات للمستهلك بما يتواءم مع سلوكه اليومي وموقعه الجغرافي . كما تتميز تطبيقات الجوال بالربط مع خدمة تحديد الأماكن (LBS) وتقنيات الواقع المعزز (AR) التي تساهم في إكساب المستخدم تجربة فريدة كما فعلت شركة كوكاكولا عندما وفرت طريقة تسمح لعملائها بإرسال هدية افتراضية لأصدقائهم حول العالم ومشاركتهم هذه التجربة عبر تطبيقها على الجوال (داليا محمد عبد الله محمود حسن، 2009، ص17)

- الإعلانات ومحركات البحث Mobile Advertising and paid search: الأرقام تقول بان معدل الإنفاق على الإعلانات على الهواتف الذكية سيصل إلى أكثر من 36 مليار دولار في العام 2016 على مستوى العالم مع حصة مخجلة للعالم العربي لا تزيد عن 58 مليون دولار , بالرغم من الانتشار الهائل للهواتف الذكية في العالم العربي وتفاعل المستهلك العربي مع ذلك , فعلى سبيل المثال تصل نسبة الباحثين عن منتجات من خلال الهواتف الذكية في السعودية إلى 85% فيما تصل نسبة الذي يتخذون إجراءات بعد عملية البحث إلى أكثر من 77% بحسب ipsos. كما تصل نسبة الذي يجرون عملية بعد مشاهدتهم لإعلان عبر الهواتف الذكية إلى أكثر من 70% فيما تصل نسبة الذين يشاهدون الإعلانات على هواتفهم المحمولة إلى 93% في السعودية. من هنا تتجلى أهمية الإعلان عن طريق الهواتف الذكية سواء عن طريق الإعلانات التي تظهر على محركات البحث أو الإعلانات التي تظهر على تطبيقات الجوال من خلال أشهر أدواتها ك (google Admob , Apple iAd) أو شبكات الإعلان الخاصة بالجوال ك (admodainMobi).

- تطبيقات التواصل الاجتماعي وتقنيات تحديد الأماكن SoLoMo: آخر الأدوات الرئيسية المهمة هي ما يعرف بربط الجوال بتقنية تحديد الأماكن ومشاركتها على مواقع التواصل الاجتماعي او كما يعرف بـ (SoLoMo) . وتتميز هذه الأداة التسويقية بالقدرة على جذب عدد كبير من مستخدمي تقنية تحديد الأماكن في الهواتف الذكية (check-in) ومشاركتها على مواقع التواصل الاجتماعي، ولعل أشهر هذه الأدوات هو تطبيق Foursquare والذي بلغ عدد مرات استخدام خدمة تحديد الأماكن فيه أكثر من ثلاث مليار استخدام . وتتعدد استخدام هذه الأداة لجذب المستهلكين بعدة طرق مثلما تقوم بعض المقاهي والمطاعم بتوفير خصم وعرض معين لمن يقوم بذكر مكانه ومشاركته عبر مواقع التواصل أو توفير تجربة مميزة ومشاركتها مع الأصدقاء أو كما

قامت شركة Mini cooper للسيارات في السويد عندما أطلقت مسابقة لمن يستطيع اللحاق بسيارة ميني كوبر الافتراضية والفائز سيحصل على سيارة حقيقة وقد بلغ عدد المشاركين أكثر من 11 ألف مشارك خلال خمس ساعات فقط وقد تمت مشاركة هذه المسابقة لأكثر من 55 مليون شخص شاهدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي (Ajax Persaud, Irfan Azhar, 2012.p41).

ثانيا: تحليل البيانات و اختبار الفرضيات

1. اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

بينت نتائج الدراسة معاملات الارتباط بين محاور الدراسة كالتالي :

الجدول رقم (01): معاملات الارتباط بين محاور الدراسة

المحاور	معامل الارتباط	الدلالة المعنوية
احترام الخصوصية	0.745	.000
سهولة الاستخدام	0.898	.000
سرعة المعاملة	0.831	.000
حرية الاختيار	0.779	.000

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادا على معطيات البرنامج 20spss

الفرضية الرئيسية الأولى H1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري

- اختبار الفرضية الجزئية الأولى H1-1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاحترام الخصوصية في التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري

وسوف نستخدم اختبار كاي مربع للتحقيق من معنوية العلاقة بين متغيرات الدراسة، اختبار فرضيات الدراسة، وإثبات وجود علاقة ذات الدلالة الإحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين المتغيرات ومعرفة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لاحترام الخصوصية في التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري حيث استوفت شروط القيام بهذا الاختبار كونها موزعة توزيعا طبيعيا:

الجدول رقم (02): نتائج اختبار كاي مربع للفرضية الفرعية الأولى H1-1

تأثير احترام الخصوصية في التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري Test							
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7
Khi-deux	20,582a	19,445	21,629b	52,106b	18,579b	39,890b	34,516a
Ddl	3	3	4	4	4	4	3
Signification asymptotique	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادا على معطيات البرنامج 20spss

يتضح من نتائج التحليل الإحصائي، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ وهو ما يثبت وجود علاقة وبالتالي صدق الفرضية وقبولها بناء على النتائج فإنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ لاحترام الخصوصية في التسويق عبر الهواتف الذكية على

إدراك المستهلك الجزائري كما نلاحظ إن معامل الارتباط لمحور الأول بالنسبة للاستبيان 0.745 وبما انه قريب من الواحد يدل على مصداقية أجوبة أفراد عينة الدراسة، ومنه رفض الفرضية العدمية.

النتيجة: قبول الفرضية الجزئية الأولى H1-1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاحترام الخصوصية في

التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري

- اختبار الفرضية الجزئية الثانية H1-2 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسهولة الاستخدام في التسويق

عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري

الجدول (03): نتائج اختبار كاي مربع للفرضية الفرعية الثانية H1-2

	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13
Khi-deux	29,761a	36,896a	31,716a	23,588a	21,899a	47,669b
Ddl	3	3	3	3	3	4
Signification asymptotique	,000	,000	,000	,000	,000	,000

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادا على معطيات البرنامج 20spss

كما يتضح من نتائج التحليل الإحصائي لاختبار كاي مربع، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية (0,000) وهي أقل من مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ وبالتالي صدق الفرضية وقبولها بناء على النتائج فإنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لسهولة الاستخدام في التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري كما إن معامل الارتباط لمحور الأول بالنسبة للاستبيان 0.898 وبما انه قريب من الواحد يدل على مصداقية أجوبة أفراد عينة الدراسة ومنه رفض الفرضية العدمية كذلك.

النتيجة: قبول الفرضية الفرعية الثانية H1-2 توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$

لسهولة الاستخدام في التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري

- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة H1-3: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$

لسرعة المعاملة في التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري

الجدول رقم (04): نتائج اختبار كاي مربع للفرضية الفرعية الثالثة H1-3:

	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18
Khi-deux	21,998	57,624b	58,166b	29,655	59,302b
Ddl	2	4	4	3	4
Signification asymptotique	,000	,000	,000	,000	,000

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادا على معطيات البرنامج 20spss

كما يتضح من نتائج التحليل الإحصائي لاختبار كاي مربع، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية (0,000) وهي أقل من مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ وبالتالي صدق الفرضية وقبولها بناء على النتائج فإنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لسرعة المعاملة في التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري كما نلاحظ إن معامل الارتباط لمحور الأول بالنسبة للاستبيان 0.831 وبما انه قريب من الواحد يدل على مصداقية أجوبة أفراد عينة الدراسة ومنه ترفض الفرضية العدمية .

النتيجة: قبول الفرضية الفرعية الثالثة H1-3 توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$

لسرعة المعاملة في التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري

- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة H1-4: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لحرية الاختيار في التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري

الجدول رقم (05): نتائج اختبار كاي مربع للفرضية الفرعية الخامسة H1-4

	Q25	Q26	Q27	Q28	Q29	Q30
Khi-deux	39,049a	28,902a	29,749a	39,656b	27,198b	39,359b
Ddl	3	3	3	4	4	4
Signification asymptotique	,000	,000	,000	,000	,000	,000

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادا على معطيات البرنامج 20spss

كما تبين من نتائج التحليل الإحصائي لاختبار كاي مربع ، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية (0,000) وهي أقل من مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ وبالتالي صدق الفرضية وقبولها بناء على النتائج فإنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لحرية الاختيار في التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري، كما نلاحظ إن معامل الارتباط لمحور الأول بالنسبة للاستبيان 0.779 وبما انه قريب من الواحد يدل على مصداقية أجوبة أفراد عينة الدراسة ومنه ترفض الفرضية العدمية. النتيجة: قبول الفرضية الفرعية الرابعة H1-4: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لحرية الاختيار في التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري. ومما سبق نستنتج قبول الفرضية الرئيسية H1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية على إدراك المستهلك الجزائري

2. اختبار الفرضية الرئيسية الثانية H-2 :

يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات في مدى إدراك المستهلك الجزائري لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس ، الفئة العمرية - المستوى التعليمي ، الدخل).

تحليل الفروق بين المتوسطات

يهدف هذا الجزء إلى تحليل الفروق في المتوسطات بين أفراد العينة. والتي يمكن أن تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، الدخل، المستوى التعليمي)، وسيتم مناقشة الفرضية الرئيسية الثانية المتعلقة بهذا الجانب باستخدام أسلوب تحليل التباين (ANOVA)، بالاعتماد على مستوى الدلالة الإحصائية.

- **الجنس** : يبين الجدول رقم (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وتحليل التباين للفقرات

التي تقيس إدراك المستهلك الجزائري لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية بالنسبة للجنس. يبين التحليل في الجدول وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لإدراك المستهلك الجزائري لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية تعزى إلى الجنس، حيث أن مستوى الدلالة α كان أقل من (0.05). حيث كان المتوسط الحسابي للذكور (3.51) وللإناث (3.58)، مما يدل على أن الإناث أكثر إدراكاً من الذكور، وما قد يبرر ذلك قيام الإناث عادة بالشراء أكثر من الذكور، كما أن الإناث يقضون وقتاً أطول بالتسوق من الذكور.

جدول رقم (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الدلالة الإحصائية لفقرات إدراك

المستهلك الجزائري لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية حسب الجنس

مستوى الدلالة	قيمة ف	إناث	ذكور
---------------	--------	------	------

إدراك مزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	0.707	0.000
	3.51	0.70	3.58	0.71		

المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على معطيات البرنامج 20spss

- الفئة العمرية: يبين الجدول رقم (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وتحليل التباين للفقرات التي تقيس إدراك المستهلك الجزائري لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية بالنسبة للعمر. يبين التحليل في الجدول وجود فروقات ذات دلالة إحصائية إدراك المستهلك الجزائري لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية تعزى لمتغير العمر، حيث أن مستوى الدلالة α كان أقل من مستوى المعنوية (0.05)، حيث كان المتوسط الحسابي (3.53) للأعمار بين (30-44) وانحراف معياري (0.70)، ومتوسط حسابي (3.58) للأعمار بين (18-29) وانحراف معياري (0.66)، ومتوسط حسابي (3.53) للأعمار (45 فأكثر) وانحراف معياري (0.74). مما يدل على أن الفئة العمرية (18-29) أكبر إدراكاً لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية من باقي الفئات العمرية، والفئة العمرية (45 فأكثر) الأقل إدراكاً لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية من باقي الفئات العمرية، ويبرر ذلك أن الفئة العمرية (18-29) تكون على وعي أكثر من باقي الفئات، لمواكبتها للتطور التكنولوجي ورغبتها في التلاؤم مع متطلبات العصر الحديث.

جدول رقم (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الدلالة الإحصائية لفقرات إدراك

المستهلك الجزائري لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية حسب العمر

مستوى الدلالة	قيمة ف	45 فأكثر		44-30		29-18		إدراك مزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0.000	0.491	0.74	3.53	0.70	3.53	0.66	3.58	

المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على معطيات البرنامج 20spss

- الدخل: يبين الجدول رقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وتحليل التباين للفقرات التي تقيس إدراك المستهلك الجزائري لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية بالنسبة للدخل. تبين الأرقام في الجدول وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لإدراك مزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية تعزى لمتغير الدخل، حيث إن مستوى الدلالة α كان أقل من مستوى المعنوية (0.05). حيث كان المتوسط الحسابي الكلي (3.53) لفئة الدخل (15.000 دج فما دون) وانحراف معياري (0.69)، ومتوسط حسابي كلي (3.54) لفئة الدخل (15.001-40.000) وانحراف معياري (0.71)، ومتوسط حسابي كلي (3.56) لفئة الدخل (40.001-40.001) فأكثر) وانحراف معياري (0.67).

جدول رقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الدلالة الإحصائية لفقرات إدراك

المستهلك الجزائري لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية حسب الدخل

مستوى الدلالة	قيمة ف	40.001 دج فأكثر		15.001-40.000 دج		15.000 دج فما دون		إدراك مزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0.000	0.621	0.67	3.56	0.71	3.54	0.69	3.53	

المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على معطيات البرنامج 20spss

المستوى التعليمي: يبين الجدول رقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وتحليل التباين للفقرات التي تقيس إدراك المستهلك الجزائري لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية بالنسبة للمستوى التعليمي. يبين التحليل في الجدول وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لعنصر إدراك مزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، حيث أن مستوى الدلالة α كان أقل من مستوى المعنوية (0.05). حيث كان المتوسط الحسابي الكلي للمستوى التعليمي (3.45) وانحراف معياري كلي (0.72) لمستوى الثانوية فما دون، ومتوسط حسابي كلي (3.56) وانحراف معياري كلي (0.68) لمستوى بكالوريا/الليسانس، ومتوسط حسابي كلي (3.52) وانحراف معياري كلي (0.73) لمستوى الدراسات العليا. ويدل ذلك على أن فئة الدبلوم/البكالوريوس أكثر إدراكاً لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية من باقي فئات المستوى التعليمي.

جدول رقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الدلالة الإحصائية لفقرات إدراك المستهلك الجزائري لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية حسب المستوى التعليمي

مستوى الدلالة	قيمة ف	دراسات عليا		بكالوريا/الليسانس		ثانوية فما دون		إدراك مزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0.000	0.823	0.73	3.52	0.68	3.56	0.72	3.45	

المصدر: من إعداد الباحثان اعتماداً على معطيات البرنامج 20spss

ثالثاً: النتائج والتوصيات:

النتائج:

1. أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لمزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية (احترام الخصوصية، سهولة الاستخدام، سرعة المعاملة، حرية الاختيار) على إدراك المستهلك الجزائري
2. أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لفعالية مزايا وخصائص التسويق عبر الهواتف الذكية (احترام الخصوصية، سهولة الاستخدام، سرعة المعاملة، حرية الاختيار) للشركات الصناعية الجزائرية. حيث بينت النتائج أن الشركات وانطلاقاً من سعيها لتبني استراتيجيات تسويقية تنافسية حديثة أضحت ملزمة بالانفتاح على تكنولوجيا المعرفة الحديثة وتكييف حملاتها التسويقية باستخدام تكنولوجيا الهواتف الذكية لما لها من مزايا تنافسية لها تأثير كبير على إدراك وسلوك المستهلك الجزائري. كما تبين أن الشركات تحرص على تقديم منتجات من السهل الحصول عليها من جانب المستهلكين بأسعار مناسبة تتماشى وتطبيقات تكنولوجيا الهواتف الذكية، بما يعزز انطباعاً حسناً لدى المستهلك وهو ما يزيد من قدرتها التنافسية

التوصيات

- تعزيز ثقافة التسويق عبر الهواتف الذكية، وذلك من خلال تطوير المنظومة المصرفية الجزائرية وتفعيل أنظمة الدفع الإلكتروني باعتبارها العائق الأساسي أمام تطبيق التسويق عبر الهواتف الذكية بالجزائر بما يتلاءم مع ذلك.
- اهتمام الشركات الصناعية الجزائرية بتطوير وتشجيع التسويق عبر الهواتف الذكية من خلال تشجيع تطوير وتحديث البرامج والتطبيقات اللازمة لذلك مع ضرورة العمل على مراعاة توازن المصالح.
- العمل على إيجاد وتفعيل التسويق عبر الهواتف الذكية كحتمية تكنولوجية مع ضرورة تكييف المنظومة القانونية والتشريعية للحماية القانونية والتشريعية اللازمة للمستهلك عبر الهواتف الذكية خصوصاً والتسويق الإلكتروني عموماً.
- قيام الشركات الجزائرية بتكييف استراتيجياتها التسويقية الإلكترونية مع خصائص ومزايا التسويق عبر الهواتف الذكية وان تحتوي على برامج وتطبيقات لأجهزة الهواتف الذكية تحتوي على الإرشادات المطلوبة.

• ضرورة فهم ودراسة وتحليل المزايا والخصائص التي يوفرها التسويق عبر الهواتف الذكية باعتبار ذلك أحد أهم المرتكزات الهامة لضمان نجاح الشركة وديمومتها .

المراجع والإحالات:

1. أحمد عمر أبو الرب وآخرون، المشكلات السلوكية جراء استخدام الهواتف الذكية من وجهة نظر الوالدين في ضوء بعض المتغيرات ، مجلة الدولية للأبحاث التربوية، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العدد، 35، 2014
2. بن يحي حميدة ، دراسة أثر استخدام الهاتف النقال على سلوك المستهلك الجزائري دراسة حالة عينة من الطلبة ، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية تخصص : تسويق ، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس ، الجزائر ، 2013-2014
3. تيم كيللي ومايكل منجس، نظرة عامة المعلومات والاتصالات من التنمية وتعظيم الاستفادة من الهاتف المحمول، البنك الدولي للإنشاء والتعمير، 2012
4. داليا محمد عبد الله محمود حسن، اتجاهات الجمهور نحو الإعلانات عبر الهاتف المحمول في عصر العولمة دراسة مسحية على عينة من الجمهور، بحث مقدم في المؤتمر العلمي 15 لكلية الاعلام 7-9 جويلية 2009 جامعة القاهرة ، مصر
5. عادل محمود طريح، مرفت محمد السعيد، نموذج مقترح لتدعيم فرص قبول المستهلك المصري للتسويق عبر الهاتف المحمول- دراسة ميدانية -، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، مصر ، 2016
6. مريم ماضي، تأثيرات الهاتف النقال على أنماط الاتصال الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماجستير ، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012-2013
7. Ajax Persaud, Irfan Azhar, (2012). "Innovative mobile marketing via smart phones: Are consumers ready?", Marketing Intelligence and Planning.
8. Al-alak, B.A.M. and Alnawas, I.A.M. (2010). "Mobile Marketing: Examining the Impact of Trust, Privacy Concern and Consumers' Attitudes on Intention to Purchase," International Journal of Business and Management.
9. Andrews, L., Drennan, J. and Russell-Bennett, R. (2012). " Linking Perceived Value of Mobile Marketing with the Experiential Consumption of Mobile Phones. European Journal of Marketing.
10. Atkinson, Claire 2006. "Cell phone Advertising Off to Slow Start," available at www.adage.com/ news.cms?.
11. Bardhi, F., Rohm, A. J., and Sultan, F. (2010). Tuning in and tuning out: Media multitasking practices and experiences among Generation Y consumers. Journal of Consumer Behaviour.
12. Barnes, S. J. (2003). Location-based services: The state of the art. E-Service Journal.
13. Barnes, S. J., and Scornavacca, E. (2004). Mobile marketing: The role of permission and acceptance. International Journal of Mobile Communications.
14. Bauer, H. H., Barnes, S. J., Reichardt, T., and Neuman, M. M. (2005). Driving consumer acceptance of mobile marketing: A theoretical framework and empirical study. Journal of Electronic Commerce Research.

فاعلية نظم المعلومات في إدارة الأزمات
- دراسة نظرية-

Effectiveness of information systems in crisis management
- Theory study -

أ.د. محمد زرقون
جامعة ورقلة / الجزائر
Email: zergounemed@gmail.com

أ. عبد الحكيم شاهد
جامعة الوادي / الجزائر
Email : chahed.Hakim@gmail.com

Received: 17/01/2017

Accepted: 10/03/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

نجاح المنظمات اليوم يكمن في قدرتها على مواكبة التطورات، الأمر الذي يلزم عليها التكيف مع التغيرات البيئية، التي ينجم عنها الكثير من الأزمات التي تهدد كيانها وإستمراريتها وتطورها، فقدره المنظمات على رصد التغيرات البيئية يساعدها على التكيف معها، ومنه تصبح طريقة التعامل مع الأزمات أمر هين، ولكي تستطيع المنظمة التعامل مع الأزمات التي تعترضها أصبح لزاما عليها أن تعرف المؤشرات التي تنبئ بها قبل وقوعها والاستعداد لها بما يوفر لها من معلومات كافية ودقيقة ومخططة، تضمن وصولها إلى متخذ القرار في الوقت المناسب، لذلك وجب أن يكون نظام المعلومات قادرا على تزويد كل المستويات الإدارية من معلومات تكون مفيدة مما ينعكس بالإيجاب على إمكانية إدارة المنظمة للآزمات التي تواجهها .

الكلمات المفتاحية: نظم المعلومات، فاعلية نظام المعلومات، إدارة الأزمات .

Abstract:

The success of the organizations today lies in their ability to cope with developments, which requires them to adapt to environmental changes, which result in many crises that threaten their existence, continuity and development. The ability of organizations to monitor environmental changes helps them adapt to them. , And in order for the organization to deal with the crises it faces, it has to identify and prepare the indicators that it predicts before they occur and provide them with sufficient, accurate and planned information to ensure that they reach the decision-maker in a timely manner. Therefore, the information system must be able to The hands of all administrative levels of information to be useful, which is reflected positively on the possibility of the Organization's management of crises faced.

Key Words : Information Systems, Information System Effectiveness, Crisis Management.

تمهيد:

أصبحت الأزمات سمة أساسية للمنظمات المعاصرة في البيئية الديناميكية التي تشهد تغييرات متسارعة بثتى مجالات الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، فضلا عن اشتداد المنافسة والتحديات التي تواجه تلك المنظمات. وتؤثر على استمراريتها وتهدد بقاءها وقدرتها على المنافسة مما يعرضها للانهايار والزوال فالنجاح في إدارة الأزمات التي تتعرض لها المنظمات والتصدي لأهم المخاطر والتحديات المترتبة عليها يستند في جوهره على مجموعة من الدعائم الرئيسة يأتي في مقدمتها المعلومات، لذا لا بد أن تكون المعلومات احد العوامل الأساسية التي تقلل عدم التأكد وتزيد درجة الثقة في القرار لمواجهة تلك الأزمات والعمل على تقليل آثارها وتوفير إمكانية القضاء عليها قبل وأثناء حدوثها، ولتحقيق ذلك ينبغي أن تكون نظم المعلومات الإدارية قادرة على تقديم ما تحتاجه جميع المستويات الإدارية من معلومات مفيدة وتزويدها في الوقت المناسب، لذا أصبح نجاح نظم المعلومات الإدارية أمراً حيوياً لضمان الإدارة الناجحة للآزمات والتعامل معها.

أولاً: نظم المعلومات الإدارية وفعاليتها

تعد أنظمة المعلومات على مختلف أنواعها في غاية الأهمية بالنسبة للمنظمة كونها تمثل المركز العصبي لها، فمثلاً نظام المعلومات الإدارية يعمل على تقديم المعلومات الى مختلف المستويات الإدارية عند الحاجة لغرض ممارسة وظائفها، كذلك هو الحال بالنسبة لنظم المعلومات لمحاسبة ونظام المعلومات التسويقية وغيرها من النظم .

1. مفهوم نظام المعلومات الإدارية :

يعرف نظام المعلومات الإدارية بأنه (مجموعة من العناصر التقنية والبشرية والمادية والإدارية المتداخلة والمتفاعلة مع بعضها، والتي تعمل على جمع البيانات والمعلومات، ومعالجتها وتخزينها وبنها وتوزيعها لغرض دعم صناعة القرارات والتنسيق وتأمين السيطرة على المنظمة (قنديجلي والجانبى 2005).

- كما عرفه (Calter .1996) بأنه النظام الذي يعتمد على تكنولوجيا المعلومات في جمع واسترداد وخرن ومعالجة وتوزيع المعلومات المستخدمة في واحدة أو أكثر من العمليات الإدارية .

- ويعتمد (ماكليود 1990) ان نظام المعلومات الإدارية تعريفاً إجرائياً محدداً فهو يتكون من مجموعة من النظم الرسمية وغير الرسمية التي تمد الإدارة بمعلومات سابقة وحالية وتنبؤية في صورة شفوية أو مكتوبة أو مرئية للعمليات الداخلية للمنظمة ولعناصر البيئة المحيطة بها، بهدف دعم الإداريين وبخاصة المديرين، وذلك بإتاحة المعلومات الدقيقة والواضحة، وفي إطار الوقت المناسب لمساعدتهم في انجاز العمل والإدارة واتخاذ القرارات.

2. فاعلية نظام المعلومات الإدارية :

يمثل ميدان الفاعلية المفهوم الأوسع والشامل لأداء الأعمال، لذلك فان إيجاد تعريف محدد ودقيق متفق عليه يعد أمراً صعباً فقد أوضح (Robbins&Cenzo ,1995) ان الفاعلية تعني التأكد من أن استخدام الموارد

المتاحة قد أدى إلى تحقيق الغايات والأهداف المرجوة منها، أما فاعلية نظم المعلومات تشير الى مدى مساهمة نظام المعلومات في تحقيق الأهداف التنظيمية)

فاعلية نظام المعلومات فيعرفها (Tony & Yap ,1996) بانها تشير الى مدى مساهمة نظام المعلومات في تحقيق الأهداف التنظيمية وذلك بتقديمه لاحتياجات الإدارة من معلومات ،وقد استخدم الباحثون العديد من المؤشرات لقياس فاعلية نظام المعلومات الإدارية ويبين (السالم،وملكاوي .2004) ان هذه المؤشرات كمية ونوعية ،ويضيفان ان العديد من الباحثين لا يحدذ الأسلوب الكمي لوجود عوامل وسيطية وعوامل دخيلة تسهم في التأثير على المؤشرات المستخدمة لقياس فاعلية النظام،لذا يلجأ الباحثون الى استخدام الأساليب الكمية ،ويمكن قياس ذلك من خلال رضا المستخدمين، وحجم استخدام العاملين للمعلومات، وتقديم المعلومات حسب المستوى الإداري، وتمكين المديرين من الاستجابة لما يحصل من تغيرات، وضرورة المحافظة على امن وسرية المعلومات .

- رضا المستخدم: يشير الى مدى توفير المعلومات الضرورية للعاملين بالكمية والنوعية والوقت المناسب مع مراعاة ان تكون هذه المعلومات ممثلة للواقع الحقيقي بحيث تقلل من الغموض الذي يمر به متخذ القرار .

- حجم الاستخدام: ويشير الى مدى استخدام العاملين للمعلومات التي توفرها المنظمة عند الحاجة اليها، وذلك بتحديد وحدة متخصصة في ذلك وقيام الإدارة بمكافأة المستفيدين من هذه المعلومات .

- ملائمة النظام للمستويات الإدارية: اي إمكانية نظام المعلومات من توفير المعلومات بالشكل الذي يساعد المستخدمين للاستفادة منه كلاً حسب مستواه الإداري، وذلك من حيث العمومية والتفصيل وحفظها بالقرب من العاملين الذين هم بحاجة لها

- الاستجابة للتغيرات: ونعني وجود وحدة متخصصة قادرة على رصد وجمع المعلومات اللازمة عن كل ما يحصل من تغيرات في البيئة واحاطة العاملين بكل التطورات مما يمكنها من سرعة الاستجابة والتكيف مع البيئة .

- امن المعلومات: يشير الى الاحتياطات الوقائية التي تضعها المنظمة للحفاظ على سرية المعلومات وحمايتها .

ثانياً: إدارة الأزمات

1. مفهوم الأزمة :

عرف الباحثون والكتاب الأزمة تعريفات متعددة تبعا لاختلاف أبحاثهم ودراساتهم، ولتعدد أنواع الأزمات وتصنيفاتها، فهناك مجموعة من التعريفات التي وردت في هذا المقام من أهمها :-

ان الأزمة تعني في المعجم الوسيط: الشدة والقحط، اما في النجد فإن أصل الكلمة مشتق من زام زاماً زؤوما أي مات سريعا، هذا عن المعنى الاصطلاحي.

وعرف (فليبس) الأزمة بأنها حالة طارئة أو حدث مفاجئ يؤدي الى الإخلال بالنظام المتبع في المنظمة مما يضعف المركز التنافسي لها ويتطلب منها تحركا سريعا واهتماما فوريا وبذلك يمكن تصنيف أي حدث بأنه أزمة اعتمادا على درجة الخلل الذي يتركه هذا الحدث في سير العمل الاعتيادي للمنظمة .

مما سبق نستنتج أن الأزمة حالة أو حدث مفاجئ يحتمل ان يؤدي فيها التغيير في الأسباب الى تغير فجائي في النتائج، فهي حالة يفقد فيها متخذ القرار في المنظمة قدرته على السيطرة، وعليه فالأزمة هي موقف غير مستقر أو خطير متعلق بشؤون الأفراد والمنظمات ويكون لنتائجها تأثيرات خاصة على مستوى تلك الأطراف سواء كان ذلك بالسلب أو الإيجاب .

2. خصائص الأزمة :

اختلف مفهوم الأزمة بعض المفاهيم الإدارية والظواهر الإدارية ذات الأثر المشابه مما يؤدي الى الخطأ في التشخيص والذي غالبا ما يؤدي الى الأخطاء في المعالجة ومنها ما يتوجب علينا تحديد خصائص المواقف حتى يتعين علينا تسميتها أزمة وقد اتفق العديد من الكتاب (الخضري، اللوزي ..) في تحديد هذه الخصائص هي :

- التعقيد والتعدد في أسبابها وعواملها والقوى المؤيدة والمعارضة .
- المفاجئة واستقطاب المفاجئة من قبل الأفراد .
- نقص المعلومات وعدم وضوح الرؤيا لدى متخذ القرار .
- تشكل تهديدا لمصالح الكيان الإداري ولأهدافه واستقراره .
- تسبب ظهور أغراض سلوكية مثل التوتر واللامبالاة .
- تتطلب الأزمة اتخاذ قرارات سريعة وصائبة ولا تتضمن أي خطأ حتى لا يكون مجال لظهور أزمات جديدة أصعب من سابقتها .

3. إدارة الأزمات:

تشير إدارة الأزمات الى منهجية الإدارة في التعامل مع الأزمات في ضوء الاستعداد والمعرفة و الوعي والإدارة، والإمكانات المتوافرة والمهارات (الصيرفي، 2003)

كما تشير الى العمل الإداري المنظم للتعامل مع الأزمات وبشكل مخطط دون أن يؤثر ذلك على النشاط الاعتيادي للمنظمة (الدهان، 1992)،

فهي العملية التي تتكون من مجموعة من المراحل المرتبة منطقيا، والتي يجب على الإدارة الأخذ بها عند التعامل مع الأزمة، إبتداء بالشعور بإحتمالية حدوثها حتى الانتهاء منها، وذلك على العكس من الاعتقاد السائد لدى المنظمات بأن إدارة الأزمات هي فقط مجابهة الأزمات عند حدوثها وليس الاستعداد والتعامل معها قبل حدوثها .

فموضوع إدارة الأزمات من المواضيع الحيوية التي لها تأثير على حياة وبقاء المنظمة، لذا فقد تعددت الآراء حول مفهوم 'دارة الأزمات التي تختص بالتعامل مع الأزمة التي تشمل إدارة قبل حدوث الأزمة و'دارة ما بعد الأزمة .

وعرفها (Herrcrog 1995) بأنها (عملية الإعداد والتقدير المنظم للمشكلات المختلفة التي تهدد بدرجة خطيرة سمعة المنظمة وعملياتها وبقاؤها في السوق).

فإدارة الأزمات تشير الى التعامل المنهجي والمنظم مع الحالات الطارئة التي تواجه المنظمة وإدراك إدارة المنظمة أن ثمة مراحل تمر بها الأزمات التي تواجهها، مما يستوجب التعرف الى هذه المراحل للتعامل معها

بمنهجية مدروسة ومحكمة وقد أوضح كلا من (Pearson and Mitroff 1993) انه يمكن حصر هذه المراحل في النقاط التالية :

- إكتشاف إشارات الإنذار: ويشير هنا الى مرحلة ما قبل البداية الفعلية للآزمة،فقد تظهر بعض الأعراض التي تنبؤ على بدايتها،وهنا تتمكن المنظمة من معرفة احتمال وقوع الآزمة من خلال هذه الأعراض وبداية التخطيط لمواجهتها.
- الاستعداد والوقاية : وتشمل هذه المرحلة إجراءات وقرارات خاصة يمكن للمنظمة إتخاذها لتجنب وقوع الآزمة وذلك سعياً للتقليل من أضرارها،مع الاستمرار في بذل الجهود لمنع وقوعها.
- إحتواء الأضرار: وهي تلك الأنشطة التي تقوم بها الإدارة من اجل تقليل الآثار السلبية،محاولة امتصاص وإخماد الآزمة عن طريق الفهم والإدراك الواسع والمراجعة الدقيقة لأسبابها.
- إستعادة النشاط: وهي عودة إدارة المنظمة الى ممارسة أنشطتها المختلفة بعد حدوث الآزمة بصورة إعتيادية وذلك بعد الوقوف على أهم الأسباب التي أدت الى حدوثها وتجاوز أثارها السلبية .
- مرحلة التعلم :وهي مرحلة ما بعد الآزمة وانتهائها،وفيها تقوم الإدارة بتقويم الخطط والأساليب التي استخدمتها لمواجهة الآزمة،بهدف إستخلاص الدروس والعبر وتكوين الخبرات لمواجهة الآزمات المستقبلية .

ثالثاً:أهمية نظم المعلومات في إدارة الأزمات

أصبحت المعلومات اليوم تتحكم بصورة كبيرة في كافة مظاهر الحياة وتصوراتها ذلك أن ارتفاع مكانتها يزيد في قوة المنظمة وصمودها تجاه المنافسة،فالمعلومات أضحت ذات أهمية بالغة في كافة عمليات المنظمة وأنشطتها الإدارية بدءاً بتحديد الأهداف ووضع الاستراتيجيات والسياسات التي تمكنها من مجابهة التحديات والتهديدات،ويمكن الإشارة الى أهمية ودور المعلومات في معالجة الأزمات في الاتي(مهنا 2004) :

- أ- **تجنب المفاجئة:** ويقصد بها حدوث الآزمة أو إشارات تشير الى إمكانية حدوث أزمة،والتي تنجم عن قصور المعلومات أو عدم دقتها او عدم وصولها والحصول عليها في الوقت المناسب .
- ب- **سرعة إتخاذ القرار وتحقيق الأهداف:** فتوفير المعلومات الصحيحة والدقيقة في الوقت المناسب يساهم في تجاوز الحالات السلبية المعيقة لاتخاذ القرار.
- ت- **ضمان التوصل الى القرار السليم :** ينبغي أن يكون لمن يعمل في مجال المعلومات،فكرة لتقييم الحالات ذات العلاقة،فتوافر المعلومات واستمرارية تحديثها يضمن تغيير الفكرة وفقاً للمتغيرات التي تعد الأساس لاتخاذ القرار السليم .
- ث- **زيادة المرونة لمتخذي القرار لمواجهة الآزمة ومشكلاتها المحتملة:** إن تدفق المعلومات واستمراريتها خلال مراحل الآزمة يعد عاملاً في سرعة إتخاذ القرار المناسب وإدخال التعديلات عليه أو إتخاذ قرارات جديدة في الوقت المناسب بما يتوافق ومتطلبات الاستجابة لواقع التغيرات التي تطرأ على الآزمة وعلى المنظمة وبيئتها.
- ج- **تعظيم الإمكانيات والقدرات الخاصة بإدارة الآزمة:** حيث يوفر نظام المعلومات أفضل الإمكانيات المتاحة للحصول على مردود ايجابي لمواجهة الآزمة والتحكم في البدائل المتاحة خلال مراحل إدارة الآزمة .

دور نظم المعلومات في مواجهة الأزمات: يلعب نظام المعلومات دورا مهما في مواجهة الأزمات وذلك من خلال المراحل الآتية:

1- مرحلة ما قبل الأزمة: ويتمثل دور نظم المعلومات في هذه المرحلة من خلال الآتي

- المساهمة في تحديد السياسات العامة للمنظمة وأهدافها.
- المساهمة في إعداد التقديرات الخاصة بالمخاطر والتهديدات المحتملة للأزمة.
- المساهمة في تحديد الأزمات والتنبؤ بإمكانية حدوثها.
- بناء قواعد للمعلومات المناسبة لكل نوع من أنواع الأزمات التي تواجهها المنظمة .
- المساهمة في تحديد المؤشرات والشواهد التي تنبئ بحدوث الأزمة من خلال المعلومات المختلفة.
- المساهمة في إعداد فريق عمل لمواجهة الأزمة من ذوي الخبرة والتدريب في مجال إدارة الأزمات.

2- مرحلة حدوث او وقوع الأزمة: حيث يتمثل دور نظم المعلومات في هذه المرحلة في الآتي :

- الحفاظ على تدفق المعلومات لمراكز إدارة الأزمة في المنظمة لاتخاذ القرار المناسب لمواجهة رواد الفعل .
- تساعد في إمكانية توصل الخبراء والمستشارين وفقا للتخصصات المناسبة للأزمة .
- إن المعلومات تلعب دورا هاما وفاعلا في تعديل الخطط المعدة مسبقا لمواجهة الأزمات وتطورها.
- المشاركة في إعداد البدائل وتحديد البديل المناسب لاتخاذ القرار تجاه الأزمة.

3- مرحلة ما بعد الأزمة: ويتمثل دور نظم المعلومات في هذه المرحلة كالآتي:

- يمكن نظم المعلومات المنظمة من تحديث قاعدة المعلومات الأساسية لمراكز إدارة الأزمات المختلفة.
- المساعدة في تحليل الأزمة وأسباب حدوثها والخروج بالنتائج التي يمكن أن تستفاد منها لاحقا.
- المساعدة في تحديد الانحرافات الخاصة بمواجهة الأزمات وإمكانية تصحيحها لمواجهة الأزمات المستقبلية المشابهة .

الخاتمة:

يعد موضوع نظم المعلومات الإدارية من الموضوعات المهمة التي لا غنى عنها في عالم يتسم بكثرة المخاطر وشدة الأزمات، إذ أصبحت نظم المعلومات الإدارية في عالم اليوم ضرورية لإدارة الأزمات بشكل خاص والمنظمات بشكل عام، لما تقدمه من فرص لتحقيق التميز والمحافظة على البقاء، والتصدي للمخاطر والأزمات التي يمكن أن تواجهها.

في الوقت الذي أصبح فيه للآزمات أثارا سلبية قد تؤدي إلى إقصاء الكثير من المنظمات عن ممارسة أنشطتها بكفاءة وفعالية.

بصفة عامة المنظمات لا تستطيع أن تعمل في معزل عن المحيط الخارجي لها، فهي معرضة للعديد من الأزمات لدى ممارستها لأنشطتها لذا فإن موضوع إدارة الأزمات له أهمية خاصة نظرا لحالة عدم الاستقرار الاقتصادي، الأمر الذي تطلب من المنظمات بذل المزيد من الجهود في إدارة الأزمات والتنبؤ لها، وذلك ببناء نظم معلومات إدارية فعالة وتحديثها بصورة مستمرة.

المراجع والإحالات:

1. عامر قنديلجي وعلاء الدين الجنابي، نظم المعلومات الإدارية، ط1، دار المسيرة عمان، 2005.
2. اميمة الدهان، نظريات منظمات الأعمال، ط1، مطبعة الهندي، عمان، 1992.
3. محمد نصر مهنا، إدارة الأزمات (قراءة في المنهج)، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2004.
4. الصيرفي محمد عبد الفتاح، مفاهيم إدارية حديثة، ط1، الدار العلمية الدولية، عمان، 2003.
5. السالم مؤيد سعيد، نازم ملكاوي، اثر الخصائص الهيكلية في فاعلية نظام المعلومات: دراسة ميدانية في الشركات الصناعية الأردنية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد7، العدد1.
6. محسن أحمد الخضيرى، الخروج من المأزق، فن إدارة الأزمات، دار التوزيع والنشر الإسلامية، القاهرة، 2001.
7. موسى اللوزي، تطوير الفكر والأساليب في الإدارة، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
8. Robbin S. & Conzo, D, Fundamontal of management, Prentice Hall Inc .1995 .
9. Tong, J & Yap, C, Information System Effecteveness, aUsers Satisfaction Approach ,Infomation Processing and Management ,32(5) :601-610.
10. Pearson C and Mitroff I :Froom crisis prone. Topprepared :Aframawork for crisis Management .Acadomy of management Executive; 1993.

أثر وقف الفائض التأميني على الملاءة المالية لشركات التأمين التكافلي

-دراسة تطبيقية لشركة Pak-Qatar Takaful": للفترة (2011-2015).

The impact of the insurance surplus on the solvency of Takaful insurance companies

- Practical study of Pak-Qatar Takaful ": for the period (2011-2011).case-

ط.د. وفاء عيلان

جامعة سطيف 1 / الجزائر

Email : wafa.ghilan@gmail.com

Received: 20/01/2017

Accepted: 13/03/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

تهدف الدراسة إلى تحديد الآثار التي يحدثها وقف الفائض التأميني على الملاءة المالية لشركات التأمين التكافلي، ولصندوق وقف المشتركين، ولتحقيق هدف الدراسة، تم حساب نسب الملاءة المالية للشركة للفترة (2011-2015)، وقد أظهرت نتائج الدراسة عدم تأثير وقف الفائض التأميني على الملاءة المالية للشركة، وإن ما يتحقق بالشركة من عجز تأميني، فنتيجة عدم اتباعها لسياسة المخاطر المرتفعة في استثماراتها؛ حيث تعتمد في استثماراتها على الصكوك ثابتة العائد.

الكلمات المفتاحية: الفائض التأميني، الملاءة المالية، صندوق وقف المشتركين، نسب الملاءة المالية.

Abstract:

The objective of the study is to determine the effects of the Waqf of insurance surplus on the solvency of Takaful insurance companies, and the Participants Waqf Fund, In order to achieve the objective of the study, the Company's solvency ratios for the period 2011-2015 were calculated. And the company's insurance deficit, as a result of its failure to follow the high risk policy in its investments, It depends on its investments in Sukuk with fixed return.

Key Words : surplus insurance, solvency, Participant Waqf Fund, Financial Ratios

تمهيد:

يعد التأمين التكافلي من النشاطات الممارسة في الاقتصاد الحديث، التي تعتمد على التكافل ما بين مجموع المشتركين لتوزيع، وتفتيت الأخطار فيما بينهم، وتعويض المتضررين منهم، واستثمار اشتراكاتهم، وتوزيع الفائض التأميني عليهم على أسس متوافقة وأحكام الشريعة الإسلامية، ويقوم التأمين التكافلي في عملياته التأمينية على مجموعة من الأنماذج المختلفة في إدارة واستثمار اشتراكات شركات التأمين التكافلي؛ كما إن للوقف بعد تكافلي، ووجهة استثمارية، تنتج المنافع والإيرادات للجماعة والفرد، فهو يجمع بين الادخار والاستثمار الاقتصادي.

ولذلك فإن إنشاء وقف إسلامي هو إقامة لمؤسسة اقتصادية إسلامية تهدف للتنمية المستدامة، ومن أجل إبراز دور الوقف في المؤسسات المالية الإسلامية، وما تم اعتماده كنموذج الوقف في شركات التأمين التكافلي؛ تطلب وجود ملاءة مالية لشركة التأمين التكافلي تغطي ما يتم وقفه من فوائض، وبما لا يؤثر على العملية التأمينية والاستثمارية بالشركة، ولذلك فإن البحث يتطلب الإجابة على التساؤل التالي:

كيف يؤثر وقف الفائض التأميني على الملاءة المالية لشركات التأمين التكافلي؟

وللإجابة عن هذا التساؤل تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة محاور كما يلي:

المحور الأول: الفائض التأميني في شركات التأمين التكافلي؛

المحور الثاني: الملاءة المالية لشركات إعادة التكافل؛

المحور الثالث: دراسة أثر وقف الفائض التأميني على الملاءة المالية لشركة: Pak-Qatar Takaful

المحور الأول: الفائض التأميني في شركات التأمين التكافلي.

أولاً: مفهوم الفائض التأميني في شركات التأمين التكافلي.

يعرف الفائض التأميني بالفرق بين الإيرادات والمصاريف في صندوق التكافل عند نهاية السنة المالية، فإذا زادت الإيرادات عن المصاريف فالفائض التأميني موجب، وإذا كان العكس فالفائض التأميني سلبي، كما يتم احتساب الفائض التأميني باحتساب أموال صندوق المشتركين جميعه باعتباره وحدة واحدة؛ أو بالتفريق بين أشكال التأمين المختلفة، بمعنى أن تكون كل دائرة في شركة التأمين التكافلي مستقلة عن الدوائر الأخرى؛ وذلك بحكم أن كل شكل من أشكال التأمين له خصوصيته التي تميزه¹، ويتم حساب الفائض التأميني من خلال:²

● إجمالي الفائض التأميني: يمكن صياغته بالمعادلة الآتية:

إجمالي الفائض التأميني = الاشتراكات - (التعويضات المدفوعة + المستحقة + التعويضات تحت

التسوية) + المصاريف التسويقية والإدارية والتشغيلية + المخصصات والاحتياطات التقنية والقانونية).

● صافي الفائض التأميني: وهو أن يضاف إلى الفائض الإجمالي ما يخص المشتركين من عوائد الاستثمار

بعد خصم ما عليهم من مصاريف.

ويعد صافي الفائض التأميني حق كامل للمشاركين، بما أن التأمين التكافلي لا يقصد منه المساهمون الربح من صندوق التكافل، من خلال الفرق بين الاشتراكات التي يدفعها المشاركون، والتعويضات التي يدفعها صندوق التكافل، فالأموال التي زادت في صندوق التكافل هي فائض مالي يُستحق بالكامل للمشاركين باعتبار أخذ المساهمين لأجرتهم عن عمليات التأمين والربح عن العمليات الاستثمارية، ويتم صياغته بالمعادلة التالية:

صافي الفائض التأميني = إجمالي الفائض التأميني + عوائد الاستثمار.

ثانياً: أهمية الفائض التأميني، وطرق توزيعه.

1. أهمية الفائض التأميني:

يحقق الفائض التأميني لشركة التأمين التكافلي أهمية تأمينية وتسويقية كما يلي:³

- أ. تخفيض القيمة الفعلية للاشتراكات المدفوعة من قبل المشتركين: يعد حافزا للمشاركين لمواصلة التأمين لدى شركات التأمين التكافلي، مقارنة بشركات التأمين التجاري التي لا توزع الفائض، أو وفق طريقة عملها ما يسمى بالربح على المؤمن لهم بالشركة؛
 - ب. تقوية المركز المالي لصندوق التكافل: وذلك من خلال عدم توزيع الفائض التأميني، وتكوين مخصصات واحتياطات منه، لتوسيع الخدمات التأمينية، وزيادة العوائد المحققة من استثماره؛
 - ج. يمنع الصفة الاحتكارية للتأمين التجاري: يحقق توزيع الفائض التأميني نتائج مباشرة على شركات التأمين التكافلي، وعلى قدرتها التنافسية أمام شركات التأمين التجاري، بالإضافة إلى الحصول على التصنيف الجيد من هيئات التصنيف العالمية المعتمدة، من حيث قدرتها على مواجهة المخاطر المستقبلية؛
 - د. يرسخ فكر التأمين التكافلي لدى المشتركين: وذلك من خلال ما يحققه المشتركون من عوائد استثمارية، بالإضافة إلى ما يتحصلون عليه من تعويضات عن المخاطر المؤمنة؛ يؤدي إلى زيادة حصة اشتراكاتهم في شركة التأمين التكافلي لتوسيع الخدمة التأمينية التكافلية لدى شركات التكافل.
2. طرق توزيع الفائض التأميني في شركات التأمين التكافلي:
توجد عدة طرق لتوزيع الفائض التأميني ومنها ما يلي:⁴

- أ. الطريقة الأولى: على من لم يُعوض في حادثة مهما كانت نسبة التعويض: وتهدف هذه الطريقة إلى تحفيز المشترك إلى زيادة الحيطة والحذر من وقوع الضرر على الخطر محل التأمين، بالإضافة إلى تحقيق مبدأ المساواة بين مجموع المشتركين بالشركة.
- ب. الطريقة الثانية: على جميع المشتركين كل بنسبة اشتراكه: بحيث لا فرق بين مشترك استحق تعويضا، أو لم يأخذ شيئا من التعويض، وذلك لتحقيق مبدأ التبرع بين مجموع المشتركين.
- ج. الطريقة الثالثة: على المشتركين بعد حسم التعويضات المدفوعة لهم، فإذا كان مبلغ ما دُفع للمشارك في الصندوق أكبر من نصيبه في الفائض التأميني، ففي هذه الحالة لا يستحق شيئا من الفائض التأميني المحقق للفترة المالية.
- د. يحسب نصيب كل مشترك من الفائض التأميني المخصص للتوزيع بالعلاقة التالية:

الفائض المخصص للتوزيع * اشتراك التأمين لكل مشترك.

نصيب المشترك من الفائض التأميني =

إجمالي اشتراكات التأمين.

المحور الثاني: الملاءة المالية لشركات التأمين التكافلي.

أولا: مفهوم الملاءة المالية.

تمثل الملاءة المالية مدى قدرة شركة التأمين التكافلي أو شركة إعادة التكافل على أن تضمن وبشكل دائم مواردها الخاصة لدفع الالتزامات الناتجة عن أعمال التأمين التكافلي أو إعادة التكافل؛ معنى ذلك أن توفر القدرة المالية الدائمة لتسديد الكوارث ومواجهة التزاماتها تجاه المشتركين،⁵ وتقوم الملاءة المالية على مجموعة من القواعد، وتتمثل فيما يلي:⁶

- القواعد الخاصة بإعداد وتقييم المخصصات الفنية: ويقصد بها المخصصات التي ترتبط بطبيعة عمليات التأمين التكافلي والخصائص التي تميزها، وهي المبالغ التي يجب على شركة التأمين التكافلي وشركة إعادة التكافل اقتطاعها والاحتفاظ بها لمواجهة التزامات الشركة؛
- القواعد الخاصة بتمثيل تغطية المخصصات الفنية: ويقصد بها كيفية اختيار الأصول المناسبة المقابلة للمخصصات الفنية؛ بحيث يمكن تغطية هذه المخصصات عن طريق الاستثمارات مع مراعاة عوامل الشرعية، السيولة الضمان والمردودية؛

- القواعد الخاصة بتكوين هامش الملاءة: وذلك من خلال مبلغ معين من الدخل الإضافي لشركة التأمين التكافلي الخالي من أي التزامات؛ بحيث يسمح للشركة من ضمان ملاءتها لحماية مصالح المشتركين. ثانيا: المعادلة العامة لمتطلبات الملاءة المالية للتأمين التكافلي:⁷
- تتعرض شركات التأمين التكافلي لمجموعة من المخاطر، التي تؤثر على ملاءتها المالية، وذلك وفق ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (01): أنواع المخاطر في شركات التأمين التكافلي.

أنواع المخاطر	صندوق مخاطر المشتركين	صندوق المساهمين
مخاطر المخصصات والاحتياطيات:	زيادة المطالبات نتيجة أحداث عشوائية.	-
مخاطر إدارة التكافل:	سوء اختيار وتسعير وقبول المخاطر.	-
مخاطر الانتماء:	عدم قبض الأرباح واسترداد رأس مال الموجودات المستثمرة.	عدم قبض الأرباح واسترداد رأس مال الموجودات المستثمرة.
مخاطر السوق:	التقلبات الحاضرة والمستقبلية لقيم السوق المتعلقة بالموجودات.	التقلبات الحاضرة والمستقبلية لقيم السوق المتعلقة بالموجودات.
مخاطر التشغيل:	المخاطر القانونية لدى تأويل المحاكم لشروط العقد.	المخاطر التجارية للصندوق، الخسائر الناتجة عن سوء التصرف.
مخاطر السيولة:	تكاليف إضافية للحصول على أموال إضافية حسب اشتراك التأمين في السوق.	تكاليف إضافية للحصول على أموال إضافية حسب اشتراك التأمين في السوق.

1. معادلة متطلبات الملاءة المالية للتأمين التكافلي: يتطلب نظام التأمين التكافلي، توفر الحد الأدنى للملاءة المالية لصندوق المشتركين، وصندوق المساهمين، من أجل ضمان التعويضات اللازمة عن المطالبات عند تحقق المخاطر المؤمن عليها، وهذا ما توضحه المعادلات التالية:
- أ. معادلة متطلبات الملاءة بالنسبة لصندوق مخاطر المشتركين: تتضح بالعلاقة الرياضية التالية:

$$SR = RC_{PR} + RC_{UR} + RC_{CR} + RC_{MR} + RC_{OR}$$

SR = متطلبات الملاءة

RC_{PR} = مكونات مخاطر المخصصات والاحتياطيات

RC_{UR} = مكونات مخاطر التكافل

RC_{CR} = مكونات مخاطر الانتماء

RC_{MR} = مكونات مخاطر السوق

RC_{OR} = مكونات مخاطر التشغيل

- ب. معادلة متطلبات الملاءة بالنسبة لشركة التكافل:

$$CR = RCCR + RC_{MR} + RC_{OR}$$

CR = متطلبات رأس المال

RCCR = مكونات مخاطر الانتماء

RC_{MR} = مكونات مخاطر السوق

RC_{OR} = مكونات مخاطر التشغيل

المحور الثالث: أثر وقف الفائض التأميني على الملاءة المالية لشركة: Pak-Qatar Takaful.

أولاً: تعريف بشركة Pak-Qatar Takaful⁸

نُظمت الشركة قانونياً بباكستان في القوائم العامة المحدودة للشركات، وذلك في 15 مارس 2006، واستلمت الشركة شهادة سجل العمل في 16 أوت 2007، طبقاً للمادة 6 من قرار التأمين لسنة 2000 برأس مال التكافل العائلي 533 مليون روبية، والعامة للتكافل 307 مليون روبية، بإجمالي 840 مليون روبية، مكتب سجل الشركة يقع بالتوالي 203-205، في الجناح الاقتصادي بكراشي، ويمثل الالتزام بالتأمين التكافلي أهم نشاط للشركة. ومن أهداف الشركة في نشاط التكافل، كونت صندوق وقف للمشاركين، كما تقدم منتجات التكافل العام من التأمين التكافلي على السيارات، التأمين التكافلي البحري، التأمين التكافلي للممتلكات، التأمين التكافلي على المنازل، التأمين التكافلي للحج والعمرة، التأمين التكافلي على السفر، وتقدم منتجات التكافل العائلي.

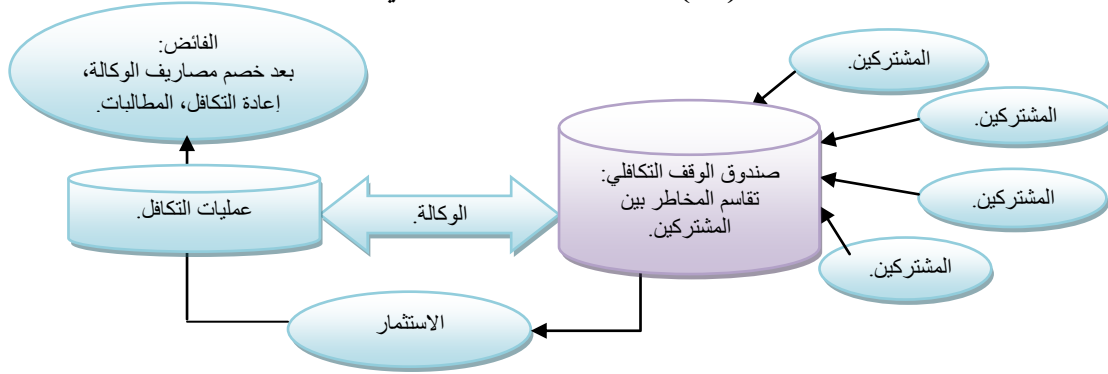
1. صندوق الوقف التكافلي بالشركة:

أنشأ صندوق وقف المشتركين بالشركة من اشتراكات المشتركين، ومبالغ الأموال للمساهمين لتنفيذ الأعمال التكافلية من خلال عقد الوقف التكافلي، يضع هذا العقد في نصه مجلس إدارة الوقف، ويسمح للشركة بإنشاء قواعد عند الحاجة خاصة بالعمل، دون القرب من أساسيات الإدارة بالشركة، كما يمكن للشركة أيضاً إنشاء عدة صناديق بتبرعات لأموال كبيرة، هذا الصندوق يصبح جزء من أساسيات الوقف، أي أنه يمكن تقسيمه إلى عدة أنواع من وثائق التكافل، والأخطار المغطاة، ويمكن تحويل أموال الصندوق الأساسي إلى الصناديق الجزئية في حالات العجز المالي، كما تُدير شركة باك-قطر تكافل عمليات التكافل بالصندوق الوقفي من خلال وكيل، أو متولي الوقف، ويتم الاستثمار من خلال المضاربة بأموال صندوق الوقف التكافلي، واستثمارها في مشاريع متفق مع أحكام الشريعة الإسلامية، مع الاتفاق على نسبة الربح المقتسم ما بين المضارب (بنك إسلامي، صناديق استثمارية إسلامية)، وبين المشتركين والأعضاء في صندوق الوقف التكافلي.

حيث لا يوجد نص بالحد الأدنى والأقصى للمبالغ الموقوفة لصندوق الوقف التكافلي، مع ذلك المبالغ المهمة منمنجة، ومطلوبة نوعياً لرأس مال الوقف، هذه المبالغ مؤمنة وتستثمر وفق أحكام الشريعة الإسلامية، وهي تمثل جزء من رأس مال المساهمين في الشركة. ويمثل رأس مال صندوق الوقف التكافلي ما قيمته 500.000 روبية. (أي 522.500.00 دج).

2. العلاقات التعاقدية في صندوق الوقف التكافلي بالشركة: لا توجد علاقة تعاقدية مباشرة ما بين الوكلاء، والمشاركين في الصندوق؛ بحيث أن الوكيل من يمثل صندوق الوقف التكافلي، والمشاركون أعضاء / مستفيدين في الصندوق، بينما علاقة الوكلاء، والمشاركين بالصندوق الوقف التكافلي علاقة مباشرة، كما يتم استثمار اشتراكات الصندوق بصيغة المضاربة مقابل نسبة من الربح إن تحقق، ويمكن تلخيص هذه العملية من خلال الشكل التالي:

الشكل (01): صندوق الوقف التكافلي.



3. الفائض والعجز في صندوق الوقف التكافلي بالشركة:

في نهاية السنة المحاسبية، وفي حالة تحقق فائض تأميني في صندوق الوقف التكافلي، وبعد دفع التعويضات وتسديد المصاريف، فإنه يُعد ملكاً للصندوق، ولا يلزم رد شيء منه للمشاركين لأنه خرج عن ملكهم باختيارهم، كما تسمح قواعد صندوق الوقف التكافلي للوكيل بتقرير الفائض الموزع على المشاركين، أو لا وفق أحكام الشريعة الإسلامية، ويمكن استعماله لإنشاء صندوق آخر، أو لإعادة التكافل، أو تكوين مؤونات تقنية للصندوق. أما في حالة عجز صندوق الوقف التكافلي عن الوفاء بالتزاماته تجاه المشاركين، يتم دفع قرض حسن من المساهمين يُسدّد من الفوائض المالية المستقبلية لصندوق الوقف التكافلي.

ثانياً: تحليل الملاءة المالية لشركة Pak-Qatar Takaful .

1. نسب الملاءة: تتضح من خلال النسب التالية:⁹

أ. هامش الملاءة: صافي الأصول / صافي الاشتراكات المكتتبة. (الوحدة: روبية).

الجدول (02): نسب هامش الملاءة بالشركة (الوحدة: روبية).

هامش الملاءة	صافي الاشتراكات المكتتبة	صافي الأصول	
69.34%	707.592.519	490.669.000	2013
77.83%	657.482.939	511.728.000	2014
134.57%	424.875.044	571.775.000	2015

يتضح من خلال الجدول ارتفاع في صافي الأصول خلال السنوات الثلاث على التوالي، مع أكبر ارتفاع في سنة 2015، مقارنة بسنة 2014 بنسبة 0.72%، مما يعني أن أصول الشركة أكبر من التزاماتها، وهذا ما يفسره ارتفاع هامش الملاءة لأكثر من 100%، مما يبين قدرة الشركة على الوفاء بالتزاماتها المالية في وقتها، وبطريقة منتظمة، دون المساس بأصول الشركة عند دفع الالتزامات للمشاركين، بمعنى لا يوجد تأثير سلبي لصيغة الوقف على العملية التكافلية بالشركة.

ب. نسبة الأصول الثابتة إلى الأموال الخاصة: (الوحدة: روبية).
الجدول (03): نسب الأصول الثابتة إلى الأموال الخاصة بالشركة (الوحدة: روبية).

النسبة	الأموال الخاصة	الأصول الثابتة	
%30.36	617.063.862	187.397.685	2011
%27.96	821.979.458	229.837.682	2012
%50.77	1.064.826.006	540.697.422	2013
%60.52	1.046.261.283	633.246.594	2014
%54.93	933.353.839	512.733.626	2015

يتضح من خلال الجدول ارتفاع نسبة الأصول الثابتة إلى الأموال الخاصة، وذلك مع ارتفاع قيم الأصول الثابتة، والأموال الخاصة، وكأعلى ارتفاع للقيم سنة 2014، مما يبين اعتماد كبير للشركة في تغطية أصولها الثابتة بأموالها الخاصة، وهذا ما يقابله ارتفاع مبالغ الاحتياطيات والتي قدرت بـ 546.261.283 روبية سنة 2014، مقارنة بالسنوات الماضية بالشركة، ولارتفاع حجم الاشتراكات المكتتبه، وما يقابله من ارتفاع لمبالغ المطالبات المسددة، مما يزيد من ثقة المشتركين بالشركة في تغطية المخاطر، وتسديد المطالبات إذا تعرضت الشركة لأزمات مالية.

ج. نسبة الأموال الخاصة إلى الأوراق المالية المستثمرة: (الوحدة: روبية).
الجدول (04): نسب الأموال الخاصة إلى الأوراق المالية المستثمرة بالشركة (الوحدة: روبية).

النسبة	الأوراق المالية المستثمرة	الأموال الخاصة	
%607.5	101.566.669	617.063.862	2011
%437	188.076.566	821.979.458	2012
%373.5	285.094.381	1.064.826.006	2013
%425	246.075.000	1.046.261.283	2014
%710	131.450.000	933.353.839	2015

يتضح من خلال الجدول انخفاض نسبة الأموال الخاصة إلى الأوراق المالية والتي تتركز في الصكوك الإسلامية ذات العائد الثابت والأقل مخاطرة للشركة، بعد سنة 2011، وذلك نتيجة لارتفاع مبالغ التعويضات المسددة، نتيجة ارتفاع تكاليف الحوادث عن تأمين السيارات، والتأمين الصحي بالشركة، لترتفع النسبة سنة 2015، وما قبلها انخفاض في الأموال الخاصة وفي الأوراق المالية المستثمرة، نتيجة لانخفاض مبالغ الاحتياطيات، وانخفاض مبالغ التعويضات عن الحوادث المؤمنة، مما يضمن للشركة استرداد جزء من أموالها المستثمرة في الأوراق المالية، لمواجهة مخاطر انخفاض القيمة السوقية للأوراق المالية.

د. نسبة كفاية الأموال الخاصة: (الوحدة: روبية).

الجدول (05): نسب كفاية الأموال الخاصة (الوحدة: روبية).

النسبة	إجمالي التعويضات	الأموال الخاصة	
329%	187.397.685	617.063.862	2011
357.6%	229.837.682	821.979.458	2012
197%	540.697.422	1.064.826.006	2013
165%	633.246.594	1.046.261.283	2014
182%	512.733.626	933.353.839	2015

يتضح من خلال الجدول ارتفاع نسبة كفاية الأموال الخاصة بالشركة سنتي 2011-2012، وذلك لارتفاع مبالغ الأموال الخاصة مقابل ارتفاع لمبالغ التعويضات والتي تتركز في تأمين السيارات والتأمين الصحي، مما يوفر هامش الأمان للمشاركين بالشركة، ويبين حالة اليسر المالي بها، لتتخفف النسبة سنة 2013-2014، ومع ارتفاع بنسبة 10 سنة 2015 مقارنة بسنة 2014، وذلك لارتفاع حجم التعويضات المسددة على المخاطر المؤمنة.

2. الفائض أو العجز المحقق بصندوق وقف المشتركين: (الوحدة: روبية).

الجدول (06): الفائض أو العجز المحقق بصندوق وقف المشتركين (الوحدة: روبية).

صافي الاشتراكات المحصلة (روبية)	الفائض أو العجز المحقق (روبية)	صندوق وقف المشتركين
171.213.550	(22.894.186)	2011
274.348.384	(7.382.871)	2012
426.432.000	عجز (10.683.939)	2013
506.242.000	عجز (13.141.744)	2014
373.518.000	فائض 15.096.565	2015

يتضح من خلال الجدول أن صندوق وقف المشتركين قد حقق عجزاً للسنوات الأربع الأولى على التوالي، وذلك نتيجة لارتفاع إجمالي المطالبات المسددة، والمصاريف الإدارية والتسويقية، مع تحقق للفائض سنة 2015 وبارتفاع قدره 15%، وذلك نتيجة انخفاض مبالغ المطالبات المسددة، وانخفاض المصاريف الإدارية والتسويقية، وانخفاض مصاريف صافي المطالبات، وإجمالي الاشتراكات المكتتبة، وارتفاع لهامش الملاءة المالية وتغطية المطالبات لسنة 2015، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (07): اشتراكات ومصاريف المطالبات بالشركة (الوحدة: روبية).

إجمالي الاشتراكات المكتتية	مصاريف إدارية وتسويقية	مصاريف صافي المطالبات	المطالبات المسددة	
330.471.928	123.195.000	136.142.072	156.355.498	2011
549.209.079	158.618.000	193.692.507	213.822.670	2012
1.028.986.000	258.027.000	457.403.235	447.430.662	2013
1.002.402.000	318.458.000	542.284.963	639.449.887	2014
701.709.000	257.026.000	412.733.626	529.609.097	2015

3. توزيع الفائض بالشركة: يوضحه الجدول التالي:

الجدول (08): توزيع الفائض بالشركة (الوحدة: روبية).

الاحتياطات	للمشركين	الأعمال الخيرية	توزيع مبلغ الفائض المتحقق
2.264.485	11.322.423	1.509.656	15.096.565

يتم توزيع الفائض المتحقق من العملية التأمينية التكافلية بصندوق وقف المشتركين بعد تغطية العجز المحقق في السنوات السابقة، بالنسب التالية: 10% في الأعمال الخيرية، 75% للمشركين، 15% احتياطات.

خاتمة:

إن إقامة التأمين التكافلي على أساس الوقف يعد نوعاً من التكافل، ومن أهم تطبيقات الوقف التي تسهم في تحقيق مقاصد الشريعة الإسلامية، حيث تنشئ شركة التأمين التكافلي صندوق الوقف بشخصية اعتبارية مستقلة، وذلك بعزل جزء من رأس مالها، مع اشتراكات المشتركين، بحيث يكون وقفاً على المتضررين في الصندوق حسب لوائح الصندوق، وعلى الجهات الخيرية؛ كما أن شركة باك-قطر تكافل تُدير صندوق الوقف التكافلي على أساس الوكالة بأجر محدد، مع تحمل مصاريف إدارية وتسويقية بنسبة 25-35%؛

ويتم توزيع الفائض التأميني في صندوق الوقف التكافلي بشركة باك-قطر تكافل، بعد دفع مبالغ القرض الحسن المدفوع من صندوق المساهمين لتغطية العجز المحقق في صندوق وقف المشتركين، على المستحقين من المشتركين بنسبة 75%، وتكوين احتياطات بنسبة 15%، وتوزيع جزء كصداقات بنسبة 10%؛

لا يؤثر وقف الفائض على الملاءة المالية لشركة التأمين التكافلي؛ وذلك لاستقلالية صندوق وقف المشتركين عن صندوق المساهمين بالشركة، كما بين تحليل نسب الملاءة المالية للشركة، قدرتها على مواجهة التزاماتها اتجاه مخاطر المشتركين،

تعتمد صيغة الوقف في التأمين التكافلي على المخاطر المنخفضة، وعلى الاستثمارات في الصكوك الإسلامية ذات العائد الثابت، مما لا يحفز إدارة المخاطر بالشركة؛

التوصيات:

- يقترح لتحسين عمل صندوق وقف المشتركين بشركات التأمين التكافلي ما يلي:
 - دعوة شركات التأمين التكافلي إلى اعتماد تطبيق إنشاء صندوق وقي للمتضررين من المشتركين، يتم إدارته واستثمار أمواله بصيغ صندوق التكافل نفسها، ليكمل للمشاركين باقي التعويضات، ويزيد حصتهم من الفائض، ومن ثم وقف جزءا منه في أوجه الخير حتى دون تصفيته؛
 - دعوة شركات التأمين التكافلي إلى التركيز على الإدارة الفعالة للوقف، التي تسهم في تنمية الصندوق الوقفي، وإبراز كفاءته في تنمية شركات التأمين التكافلي؛ حيث يُمكن تطبيق صيغة الوقف في التأمين التكافلي على رسملة شركة التأمين التكافلي؛ وذلك إذا اتبعت الشركة سياسة إدارة للمخاطر الجيدة؛
 - الاهتمام بتطوير منتجات التكافل بما يحقق مزايا تنافسية لشركات التأمين التكافلي؛
 - دعوة إلى تطبيق الوقف في التكافل العائلي الذي يحقق معنى الوقف الذري، ويُمكن من استثمار أمواله في استثمارات تحقق الاقتصاد الحقيقي، وتسهم في إيجاد فرص عمل تحقق العمالة الاقتصادية، وتُسهم في الناتج المحلي.

المراجع والإحالات:

- ¹ هيثم محمد حيدر: " الفائض التأميني في شركات التأمين الإسلامي"، مؤتمر التأمين التعاوني، أبعاده وأفاقه وموقف الشريعة الإسلامية منه، الأردن، 13_11 أبريل 2010 ، ص: 13 .
- ² سامر مظهر قنطقجي: "التأمين الإسلامي التكافلي -أسسه ومحاسناته- " شعاع للنشر والعلوم، سورية، 2008، ص: 13.
- ³ محمد عثمان شبير: "الفائض التأميني في شركات التأمين الإسلامية"، قطر، 2007، ص: 18 .
- ⁴ شعبان محمد البراوي: " الفائض التأميني في شركات التأمين التكافلي، وعلاقة صندوق التكافل بالإدارة"، ورقة مقدمة لمؤتمر الهيئات الشرعية لهيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية، المنامة، مملكة البحرين، 25_27 2010 ص: 8.
- ⁵ Muhaizan Ismail :” Determinations of financial performance :the case of general takaful and insurance companies in Malaysia ; international review of business ; reserch papaer ; november 2013 ; page :117.
- ⁶ عبد الكريم أحمد قندوز، خالد عبد العزيز السهلاوي: " هامش الملاءة المالية في شركات التأمين وإعادة التأمين السعودية"، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 38، المجلد العاشر، المملكة العربية السعودية، 2015، ص: 37.
- ⁷ Islamic Financial Services Board :” Standard on solvency requirement for Takaful (Islamic Insurance) Undertajng, December, 2010, page : 30-34.
- ⁸ Pak-Qatar Takaful : « Annual Repports : 2011-2012-2013-2014-2015 ».
- ⁹ عبد الحلیم القاضي: " تطوير نماذج الملاءة المالية لتقييم برامج إعادة التأمين"، مجلة آفاق جديدة للدراسات التجارية، السنة 7، العدد 1، جامعة المنوفية، كلية التجارة، مصر، 1995، ص: 23.

مساهمة مبادئ حوكمة المؤسسات في ترشيد القرارات المالية
- حالة المجمع الصناعي صيدال -

*La contribution des principes des institutions de Gouvernance d'entreprise de
rationalisation les décisions financière.*
- Cas Saidal -

د. نصير أحمد
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي / الجزائر
Ahmednecir79@gmail.com

د. بن عمر محمد البشير
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي / الجزائر
bachir.moh90@gmail.com

Received: 23/01/2017

Accepted: 14/03/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

تعد حوكمة المؤسسات من المصطلحات الأكثر شيوعا في العالم، لاسيما بين المؤسسات الكبرى و العملاقة، حيث تعمل هذه الأخيرة على ضبط القواعد والمبادئ والقوانين والإجراءات من شأنها أن تجعل منها مؤسسات رائدة، كما تساهم في ترشيد وضبط القرارات المتخذة، خلال عمليات تسيير المؤسسات بصفة عامة، هدفها الأسمى هو التأثير إيجابا أو سلبا على أداء المؤسسة ماديا وماليا، وتحقيق النمو الاقتصادي المطلوب، حيث نجد أن هذه المؤسسات أصبحت تهتم كثيرا بقياس أدائها اعتمادا على أسس ونظريات، ونماذج ومؤشرات قياسية وكذا معايير وأساليب تعرف من خلالها مستوى الأداء وجودته ضمانا لسيرها في الطريق الصحيح ووفق المنهج والأهداف المخططة من طرف أصحاب المصالح، والذي يعتبر من أسمى أهداف الأطراف المعنية، فمصلحة الجميع تقتضي وصولهم إلى الأهداف المسطرة والحفاظ على حقوق كل منهم دون المساس بحقوق بقية الأطراف. وعليه تكمن دراسة هذا البحث في إيجاد العلاقة بين مبادئ حوكمة المؤسسات وترشيد القرارات المالية المتخذة من قبل متخذي القرارات، وعمد الباحث في هذه الدراسة على برنامج SPSS 21

الكلمات المفتاحية: حوكمة المؤسسات، القرارات المالية، العلاقة بين مبادئ حوكمة المؤسسات وترشيد القرارات المالية.

Résumé: Les institutions les plus courantes dans la gouvernance terminologie mondiale, en particulier parmi les grandes institutions et géant, où celui-ci travaille à définir les règles, les principes, les lois et les procédures qui en feront les institutions de premier plan, et contribuent à la rationalisation et le contrôle des décisions prises lors de la conduite des institutions dans les opérations générales, son but ultime est d'avoir un impact positif ou négatif sur la performance de l'institution physiquement et financièrement, et de réaliser la croissance économique souhaitée, où nous constatons que ces institutions sont devenus très intéressés à mesurer leur performance sur la base des principes et des théories et des modèles d'indicateurs standards, ainsi que des normes et méthodes connaître à travers lesquelles le niveau de performance et d'assurance qualité Conseil Vu la bonne manière et conformément à l'approche et les objectifs prévus par les parties prenantes, qui est considéré comme l'un des objectifs les plus élevés des parties concernées, l'intérêt de tous à leur accès aux objectifs de la règle et de préserver les droits de tous, sans préjudice des droits du reste des parties. Par conséquent, l'étude de cette recherche est de trouver une relation entre les principes de gouvernance d'entreprise et la rationalisation des décisions financières prises par les décideurs, et délibérément chercheur dans ce programme d'étude SPSS 21.

Mots-clés: la gouvernance d'entreprise, les décisions financières, la relation entre les principes de gouvernance d'entreprise et la rationalisation des décisions financières.

تمهيد:

إن حوكمة المؤسسات وترشيده وضبط القرارات المالية المتخذة، خلال عملية تسيير المؤسسات بصفة عامة، هدفه الأسمى هو التأثير إيجاباً على أداء المؤسسة مادياً ومالياً، وتحقيق النمو الاقتصادي المطلوب، حيث نجد أن المؤسسة أصبحت تهتم كثيراً بقياس أدائها اعتماداً على أسس ونظريات، نماذج ومؤشرات قياسية وكذا معايير وأساليب تعرف من خلالها مستوى الأداء وجودته ضماناً لسيرها في الطريق الصحيح ووفق المنهج والأهداف المخططة من طرف أصحاب المصالح، والذي يعتبر من أسمى أهداف الأطراف المعنية، فمصلحة الجميع تقتضي وصولهم إلى الأهداف المسطرة والحفاظ على حقوق كل منهم دون المساس بحقوق بقية الأطراف، ومن خلال هذا الطرح يمكن صياغة المشكل الرئيسي لهذا المقال:

كيف يمكن لمبادئ حوكمة المؤسسات أن تساهم في ترشيده القرارات المالية؟
ولتحليل هذا الطرح قام الباحثان بتقسيم عناصر هذا المقال إلى أربع عناصر أساسية وهي:

أولاً. حوكمة المؤسسات

تعتبر حوكمة المؤسسات أحد أهم المواضيع الحديثة في المجال المالي والمحاسبي، وهذا على مستوى الإقتصاد الجزئي، ونظراً لما تمثله المؤسسات من عنصر أساسي لتنمية الإقتصاد الوطني وجب تنميتها والحفاظ عليها من الانهيار انطلاقاً من ضمان مصالح وأهداف كل الأطراف المتعاملة فيها ومعها. حيث يمكن التطرق في هذا العنصر إلى عدة نقاط منها.

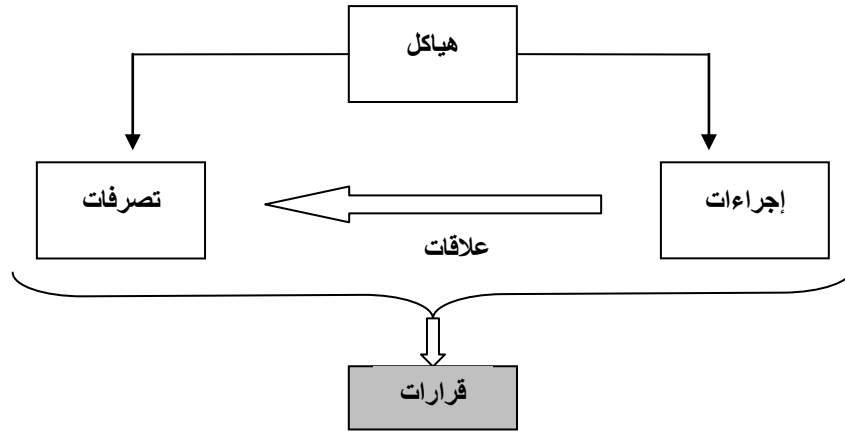
1.1 مفهوم حوكمة المؤسسات أهميتها وأهدافها

من خلال الدراسات التي قام بها العديد من الباحثين في مجال حوكمة المؤسسات، حيث تعددة مفاهيم حوكمة المؤسسات وأهمية وأهدافها في جميع المجالات، وبالتالي يمكن توضيح بعض هذه المفاهيم والأهمية والأهداف بشكل مختصر كما يلي:

1.1.1 مفهوم حوكمة المؤسسات

من خلال ما سبق ذكره فإن حوكمة المؤسسات لها عدة مفاهيم مختلفة نذكر من بينها:
إن مصطلح الحوكمة حديث في اللغة العربية، فبعد عدة محاولات ومشاورات مع عدد من خبراء اللغة العربية والاقتصاديين والقانونيين المهتمين بهذا الموضوع تم اقتراح مصطلح حوكمة المؤسسات¹، ويعني هذا المصطلح عملية التحكم والسيطرة من خلال قواعد وأسس الضبط بغرض تحقيق الرشد، وتشير كتب أخرى إلى أنها كلمة مشتقة من التحكم أو المزيد من التدخل والسيطرة ويرى آخرون أنها كلمة تعني لغويًا نظام مراقبة بصورة متكاملة وعلنية تدعيماً للشفافية و الموضوعية والمسؤولية²، والحوكمة أيضاً تتمثل في مجموعة القواعد الموجهة لمساعدة المسيرين في الالتزام بالتسيير بطريقة شفافة، وفي إطار هدف المساءلة على قاعدة واضحة على أن تساهم في ذلك كل الأطراف الفاعلة عبر نشاطات هؤلاء في مجال التسيير والتي لا تستبعد أي عنصر من النشاط الإنساني¹.

الشكل رقم (1): يوضح مفهوم حوكمة المؤسسات²



source: Frédéric georgel, IT gouvernance : management stratégique d'un système d'information, édition Dunod, paris, 2^{ème} édition, 2006, p :4

2.1.1.1 أهمية حوكمة المؤسسات

ويمكن إبراز وتوضيح أهمية حوكمة المؤسسات من عدة جوانب مختلفة نذكرها فيما يلي:³

1.1.2.1.1 أهمية حوكمة المؤسسات بالنسبة للمؤسسة

إن تطبيق مبادئ الحوكمة يساعد المؤسسات على خلق بيئة عمل سليمة تعين المؤسسة على تحقيق أداء أفضل مع توافر الإدارة الجيدة ولذا تكون القيمة الاقتصادية للمؤسسة أكبر، وبالتالي الوصول إلى أسواق المال.

2.2.1.1 أهمية حوكمة المؤسسات بالنسبة للمستثمرين وحملة الأسهم

تهدف حوكمة المؤسسات إلى حماية الاستثمارات من التعرض للخسارة بسبب سوء استخدام السلطة في غير مصلحة المستثمرين.

3.2.1.1 أهمية حوكمة المؤسسات بالنسبة لأصحاب المصالح الآخرين

تسعى حوكمة المؤسسات إلى بناء علاقة وثيقة وقوية بين إدارة المؤسسة والعاملين بها ومورديها ودائنيها وغيرهم، حيث تعمل على تحقيق أهدافها الإستراتيجية⁴.

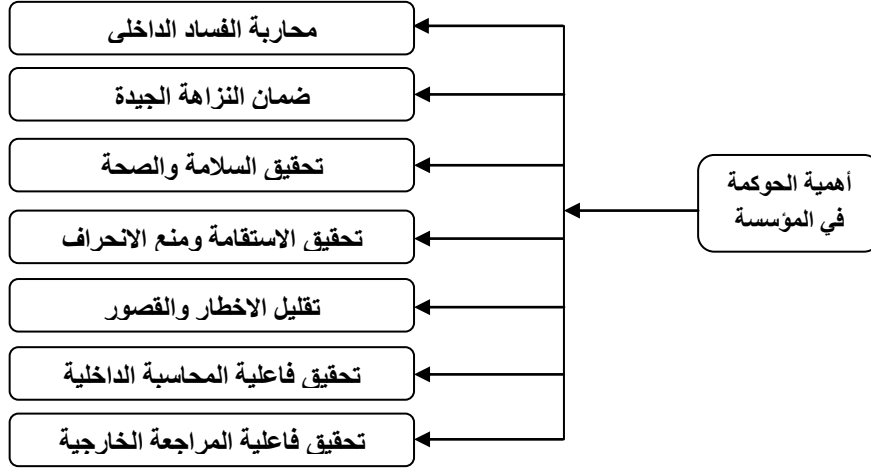
4.2.1.1 أهمية حوكمة المؤسسات بالنسبة للاقتصاد⁵

تسهم حوكمة المؤسسات في رفع مستوى كفاية الاقتصاد، لما لها من أهمية في المساعدة على استقرار الأسواق المالية ورفع مستوى الشفافية وجذب الاستثمارات من الخارج.

5.2.1.1 أهمية حوكمة المؤسسات في خلق القيمة

تهدف حوكمة المؤسسات حسب التعاريف السابقة أساسا على ضمان إتباع المديرين لأهداف خلق الثروة المحددة من طرف المساهمين، وتهتم الحوكمة بدرجة كبيرة بعلاقة المديرين والمساهمين وضمان مصالحهم، وبالتالي تزداد الثقة، وهي إشارة جيدة على الأداء المستقبلي لباقي الأطراف الأخرى¹، من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (2): يوضح أهمية الحوكمة في المؤسسة²

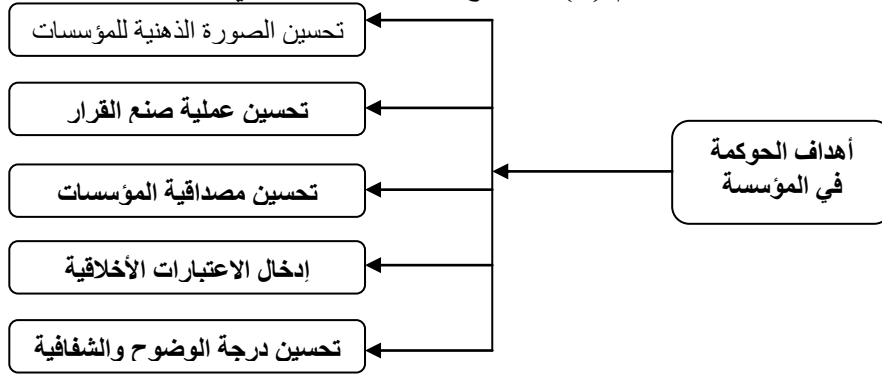


المصدر: محسن أحمد الخضري، حوكمة المؤسسات، ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2007، ص:58.

3.1.1. أهداف حوكمة المؤسسات

لحوكمة المؤسسات عدة أهداف يمكن تلخيصها في الشكل التالي³:

الشكل رقم (3): يوضح أهداف الحوكمة في المؤسسة.



المصدر: محسن أحمد الخضري، حوكمة المؤسسات، مرجع سابق، ص:21.

2.1. مبادئ حوكمة المؤسسات

يمكن التعرض لمبادئ حوكمة المؤسسات بشكل مختصر، نوجزها في النقاط التالي:

1.2.1. ضمان وجود أسس من أجل إطار فعال لحوكمة المؤسسات

تعتمد حوكمة المؤسسات في هذا الإطار على رفع مستوى الشفافية وكفاءة الأسواق المالية، حيث تمنح السلطة والموارد للسلطات الإشرافية والتنظيمية لتأدية مهامهم بكل مهنية وموضوعية⁴.

2.2.1. حفظ حقوق المساهمين والوظائف الرئيسية للملاك

وتشمل نقل أو تحويل ملكية الأسهم، وتسهيل مشاركة فاعلة للمساهمين عند اتخاذ القرارات كانتخاب أعضاء مجلس الإدارة. وتوضيح القواعد والإجراءات التي تحكم رقابة المؤسسات المساهمة في الأسواق المالية¹.

3.2.1. المعاملة العادلة للمساهمين

يجب أن يضمن إطار حوكمة المؤسسات المعاملة العادلة لجميع المساهمين.

4.2.1. دور أصحاب المصالح في حوكمة المؤسسات

يجب أن يأخذ إطار حوكمة المؤسسات بعين الاعتبار حقوق أصحاب المصالح التي وضعت بقانون أو اتفاقية، كما يجب الحصول على معلومات ملائمة في أي وقت².

5.2.1. الإفصاح والشفافية

يجب أن يضمن إطار حوكمة المؤسسات تحقيق الإفصاح الصحيح والشفافية في الوقت المناسب، ويعتبر أسلوب فعال يعزز تحليل الحسابات المالية للمؤسسة، ولهما صلة وعلاقة باتخاذ القرارات من قبل المستثمرين³.

6.2.1. مسؤوليات مجلس الإدارة

يجب أن يضمن إطار حوكمة المؤسسات التوجيه والإرشاد الإستراتيجي للمؤسسة، والرقابة الفعالة لمجلس الإدارة على إدارة الشركة ومحاسبة مجلس الإدارة عن مسؤولياتهم أمام المؤسسة والمساهمين، وكذلك أيضا يجب أن تتوفر لأعضاء مجلس الإدارة كافة المعلومات وفي الوقت المناسب كي تساعد على اتخاذ القرار⁴.

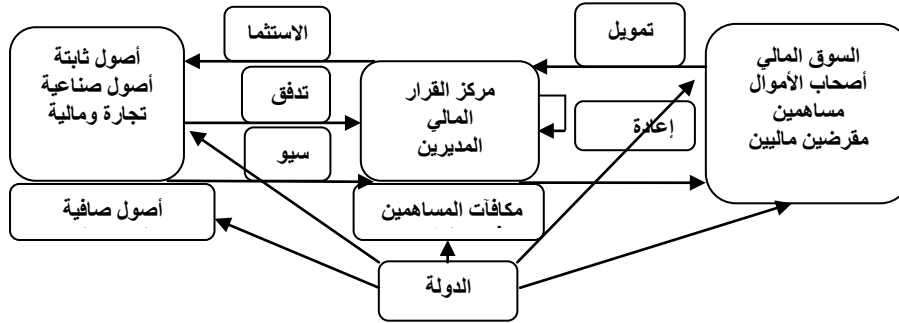
ثانيا. القرارات المالية في المؤسسة تعتبر عملية إتخاذ القرارات عملية تنابعة تخص الإدارة، ويمكن لإدراج عدة عناصر في النقاط التالية:

1.2. مفهوم القرارات المالية

هناك عدة مفاهيم للقرارات المالية في المؤسسة نذكر من بينها:

- القرار المالي هو عبارة عن كل قرار يوازن بين الحصول على الأموال وامتلاك أصول⁵. حيث تهدف هذه القرارات إلى تمويل الاستثمارات مع تحقيق أعلى ربح وبالتالي تعظيم قيمة المؤسسة. ويمكن تمثيل مفهوم القرار المالي في الشكل أدناه كما يلي:

الشكل رقم (4): يوضح القرار المالي في المؤسسة



Source: http://gestionfin.canalblog.com/docs/NG_chapitre_3_d_cision_de_financement.pdf (page consultée le 23/01/2014). P: 2.

- القرار المالي ونعني به الوضعية المالية للمؤسسة والذي يتميز بأنه غير قابل للتراجع عنه، إضافة إلى أنه يؤثر بشكل كبير على باقي الوظائف الأخرى في المؤسسة¹.

2.2. أهداف القرارات المالية في المؤسسة

تهدف القرارات المالية إلى تعظيم القيمة السوقية للمؤسسة، ومن هنا يمكن إدراج أهدافها كما يلي²:

1.2.2. هدف تعظيم ربح المؤسسة

إن الهدف العام هو تعظيم الربح أي تحقيق أعلى أرباح ممكنة وما زال هذا الهدف يحتل مكانة رئيسية في الفكر الاقتصادي على الرغم من كثرة الانتقادات الموجهة إليه والتي تشكك في سلامة تعظيم الربح كهدف رئيسي للمؤسسة.

2.2.2. هدف تعظيم القيمة أو تعظيم ثروة ملاك المؤسسة

إن تعظيم قيمة المؤسسة أو تعظيم ثروة الملاك هو أفضل معيار للحكم على القرارات الاستثمارية من وجهة نظر المستثمر أو المالك، وذلك لسببين هامين:

- هدف تعظيم الثروة يعد هدفا إستراتيجيا طويل الأجل يزيد من القيمة السوقية للأوراق المالية.
- هدف تعظيم الثروة يعطي أهمية خاصة للتوزيعات النقدية في المؤسسة يساهم في جذب مساهمين جدد.

3.2.2. هدف تعظيم العائد الاجتماعي

يمكن تحديدها في ما يلي:

- صعوبة تحديد الأفضل بالنسبة للمجتمع. وحساب التكلفة الاجتماعية أو قياس العائد الاجتماعي.
- صعوبة تحديد المصدر الذي تستمد منه حقها في توزيع المواد المالية لتحقيق المنافع الاجتماعية.
- قيام بعض المؤسسات بتحمل تكلفة أداء مسؤوليتها الاجتماعية، وعدم قيام البعض الآخر بذلك قد يجعل النوعية الأولى تتحمل تكلفة أو خسائر ملموسة والتوقف عن المساهمة الاجتماعية.

3.2. أنواع القرارات المالية في المؤسسة

نذكرها باختصار كما يلي:

1.3.2. القرارات الاستثمارية

تعتبر القرارات الاستثمارية في المؤسسة من بين أهم القرارات المالية وهي معقدة بسبب طبيعتها الاستثمارية، والغالب أن الإدارة المالية تلجأ لها في زيادة العائد على الاستثمار، من أجل تعظيم ثروة المؤسسة ومن ثم تعظيم ثروة الملاك³. ويعرف الاستثمار المالي عبارة عن عملية يتم من خلالها تنمية رصيد رأس المال أو الطاقة الإنتاجية للمشروع⁴.

2.3.2. القرارات التمويلية

تعتبر قرارات التمويل من أهم وأعقد القرارات في المؤسسة التي تمارسها الإدارة المالية، تلك القرارات متعلقة بتحديد وصياغة الهيكل التمويلي الأمثل للمؤسسة، يتمثل القرار التمويلي في عرض الأموال في المؤسسة⁵.

3.3.2. قرارات توزيع الأرباح

قرار توزيع الأرباح لا يقل أهمية عن قرار الاستثمار وقرار التمويل وهو توزيع أو احتجاز الأرباح لإعادة استثمارها وتشغيلها في المؤسسة، كما أن قرار التوزيع يكون له أثر كبير على أسعار الأسهم، هي تلك القرارات الخاصة بتوزيع أرباح حملة الأسهم¹.

ثالثا، عالية مبادئ حوكمة المؤسسات وترشيد القرارات المالية في المؤسسة ومن خلال ما سبق، يمكن دراسة الفعالية بين مبادئ حوكمة المؤسسات وترشيد قرارات المالية في المؤسسة، ومن هنا يمكن توضيحها في النقاط التالية:

1.3. فعالية مسؤولية مجلس الإدارة في ترشيد القرار المالي

إن المسؤوليات الأساسية لمجلس الإدارة هي تحديد إستراتيجيات المؤسسة واستيعاب القضايا والقوى و المخاطر التي تدفع أعمال المؤسسة، وتشكيل مجلس إدارة قوي ونشط يكون أغلبية أعضائه مستقلين هو المفتاح

الأساسي للوفاء بمهام مجلس الإدارة وتحقيق حوكمة فعالة²، يؤدي إلى التأثير على ترشيح القرارات في المؤسسة.

2.3. فعالية حقوق المساهمين في ترشيح قرار المالي

للمساهمين في الشركة المساهمة حقوق أخرى بجانب حقوقه المالية ويطلق عليها اسم الحقوق غير المالية لأنها تكفل للمساهمين المشاركة في اتخاذ القرارات المتعلقة بشؤون المؤسسة وضمان الرقابة على أعمال مجلس الإدارة عن طريق الاشتراك في مداورات الهيئة العامة والتصويت على القرارات المجمع اتخاذها في اجتماعاتها مما يضمن فعالية ترشيح واتخاذ قرارات المساهمين الذين هم مستثمرون للاطمئنان على أموالهم³.

3.3. فعالية الإفصاح والشفافية في ترشيح قرار المالي

على الرغم من وجود نظم متقدمة وجيدة للمحاسبة وإعداد التقارير، إلا أنه قد تقع المشاكل، وعندما يحدث ذلك تكون له آثار مالية كبيرة، كما يوضح الحاجة إلى معايير عالية الجودة للمحاسبة تدعم التقارير المالية، مما يساعد على ترشيح قرارات المالية والاستثمارية، وبالتالي فإن الإفصاح والشفافية يضمنان فعالية وترشيح القرارات المتخذة المستندة إلى معلومات صحيحة⁴.

4.3. فعالية دور أصحاب المصالح في ترشيح قرار المالي

إن الدور الأساسي لأصحاب المصالح هو عدم التعارض في ما بينها، ومن ثم الابتعاد عن الانتهازية والميول الشخصية في اتخاذ القرارات لصالحهم والاتفاق مع مجلس الإدارة وحقوق المساهمين في المؤسسة، وعليه يتم تفعيل هذا الدور للوصول إلى فعالية بين أصحاب المصالح وترشيح القرارات المتخذة في المؤسسة⁵.

رابعاً. تحليل العلاقة الإرتباطية بين المتغيرات يقوم الباحثان بتحليل العلاقة بين المتغيرين مبادئ حوكمة المؤسسات والقرارات المالية، وذلك بعد تحديد المتغير التابع والمتغير المستقل، عمد الباحث إلى طرح بعض الأسئلة وهي في شكل استبيان، حيث تم تحديد حجم العينة المدروسة قبل توزيع ونشر استمارة الاستبيان، حيث قمنا بتوزيع 150 استمارة على أفراد العينة، وبعد جمع استمارات الاستبيان الموزعة قمنا بعملية فرزها وتبويبها فتحصلنا على 117 استمارة صالحة للتحليل، وتم إدخالها في برنامج SPSS21، وفي ما يلي النتائج موضحة في الجدول رقم (1).

1.4. النموذج المقترح لدراسة

تم اقتراح نموذج للدراسة من قبل الباحثان، ويقسم الباحثان هذه الدراسة إلى المتغيرين التاليين:

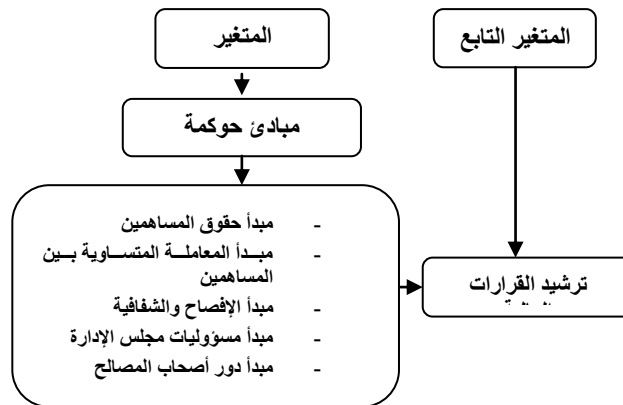
1.1.4. المتغير التابع

يتم تحديد المتغير التابع لهذه الدراسة وفقاً للمتطلبات المتوفرة حسب عنوان هذا المقال وهو القرارات المالية.

2.1.4. المتغير المستقل

ويتمثل في المبادئ الأساسية لحوكمة المؤسسات. وعليه يمكن اقتراح هذه النموذج من خلال الشكل أدناه:

الشكل رقم (5): النموذج المقترح



المصدر: من إعداد وتصور الباحث

2.4. فرضية النموذج

يرى الباحثان من خلال هذا النموذج أن يضعوا الفرضية المناسبة التي تحدد العلاقة بين المتغيرين مبادئ حوكمة المؤسسات وترشيده القرارات المالية داخل المؤسسة، حيث اعتمدنا على طرح السؤال الرئيسي الذي من شأنه أن يوصلنا إلى الإجابة على هذه الفرضية سواء كانت بالقبول أو الرفض كما يلي.

- وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مبادئ حوكمة المؤسسات وترشيده القرارات المالية في المجمع الصناعي صيدال عند مستوى معنوية 0.05، من خلال هذا الطرح، يمكن توضيح ذلك في الجدول أدناه كما يلي:

الجدول رقم (1): العلاقة الارتباط بين مبادئ حوكمة المؤسسات وترشيده القرارات المالية في المجمع الصناعي صيدال

الرقم	تطبيق مبادئ حوكمة المؤسسات	عدد أفراد العينة	ترشيده القرارات المالية	
			مستوى المعنوية	معامل الارتباط
1	مبدأ ضمان حقوق المساهمين	117	0.033	0.241
2	مبدأ المعاملة المتساوية للمساهمين	117	0.023	0.210
3	مبدأ مسؤوليات مجلس الإدارة	117	0.041	0.178
4	مبدأ الإفصاح والشفافية	117	0.047	0.168
5	مبدأ دور أصحاب المصالح	117	0.000	0.475

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج Spss21

3.4. النسب الإجمالية لمبادئ حوكمة المؤسسات

يمكن تحديدها في الجدول رقم (2) كما يلي:

معامل الارتباط الإجمالي		معامل الارتباط الجزئي		تقارب معامل الارتباط المجمع		معامل الارتباط	مستوى المعنوية	مبادئ حوكمة المؤسسات
1.031	% 103.10	0.2062	% 20.62	0.451	% 45.10	0.241	0.033	مبدأ ضمان حقوق المساهمين
						0.210	0.023	مبدأ المعاملة المتساوية للمساهمين
				0.346	% 34.60	0.178	0.041	مبدأ مسؤوليات مجلس الإدارة
						0.168	0.047	مبدأ الإفصاح والشفافية
						0.475	0.000	مبدأ دور أصحاب المصالح

المصدر: من إعداد الباحثين

من خلال الجدول رقم (1) أعلاه فإننا نلاحظ أن مبدأ ضمان حقوق المساهمين لديه علاقة ارتباط عكسية وضعيفة ذات دلالة إحصائية مع ترشيح القرارات المالية عند مستوى الدلالة يساوي 0.033 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 المعروف مسبقاً، ومعامل ارتباط يقدر 0.241، أما مبدأ المعاملة المتساوية للمساهمين ومسؤوليات مجلس الإدارة والإفصاح والشفافية لديهم علاقة ارتباط طردية موجبة وضعيفة ذات دلالة إحصائية مع ترشيح القرارات المالية عند مستويات الدلالة 0.023، 0.041، 0.047، على الترتيب، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 المعروف مسبقاً، ومعاملات ارتباط هذه المبادئ هي على الترتيب تقدر بـ: 0.210، 0.178، 0.168، أما بالنسبة لمبدأ دور أصحاب المصالح لديه علاقة ارتباط طردية موجبة ومتوسطة ذات دلالة إحصائية مع ترشيح القرارات المالية عند مستوى الدلالة يساوي 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 المعروف مسبقاً، ومعامل ارتباط يقدر 0.475، وحسب استنتاجات الجدول رقم (2) أعلاه فإن المجمع الصناعي صيدال يطبق مبادئ حوكمة المؤسسات بشكل ضعيف، أي عند حساب معامل الارتباط الإجمالي والذي يساوي %20.62 تبين أن هذه النسبة ضعيفة، مما يدل على أن المجمع يهتم ببعض المبادئ وينسب مختلفة، أما النسب الأخرى فهي تتحكم بها عوامل أخرى، وبالتالي حسب هذه النسبة فإن هذه الفرضية تدل على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تطبيق مبادئ حوكمة المؤسسات وترشيح القرارات المالية داخل المجمع الصناعي صيدال، وهو ما يثبت الفرضية أعلاه.

الخلاصة

من خلال هذا المقال إن عملية القرار واتخاذ القرارات من أكثر الموضوعات الإدارية تداولاً بالبحث والدراسة، شأنها في ذلك شأن الكثير من المفاهيم والمصطلحات المتداولة في إدارة الأعمال، وقد أكدها برنارد في أعماله بداية تحول الفكر الإداري نحو الاهتمام بموضوع إتخاذ القرار، رغم قدم هذه العملية في حد ذاتها، فقد اعتبرت هذه الأعمال أن إتخاذ القرار يعد ركيزة أساسية وجانباً هاماً في عمل المسير وأن الأداء يمكن تحليله إلى مجموعة من القرارات المتداخلة والمتشابكة، الأمر الذي دفع سيمون إلى اعتبار عملية إتخاذ القرار جوهر للعملية التسييرية، وما يقوم به المسير من مهام، إن هو إلا إتخاذ قرار، ليسهم بذلك في تغيير الفكر التسييري وحتى الفكر الاقتصادي أيضاً. ولهذا تسعى المؤسسة إلى ترشيح قراراتها المالية من خلال التطبيق الفعال لحوكمة المؤسسات وهذا ناتج عن ارتباط جملة من القواعد والمبادئ الموضوعية من طرف إدارة المؤسسة مما أدى بالمسير إلى تفعيل وترشيح هذه القرارات، وعليه فإن التطبيق الجيد والسليم للمبادئ حوكمة المؤسسات يؤدي إلى نفس النتيجة، أي فعالية مجلس الإدارة وحقوق المساهمين والمعاملة المتساوية بينهم والإفصاح

والشفافية ودور أصحاب المصالح كلها مرتبطة وتتابعية تؤدي إلى ترشيده القرارات المالية في المؤسسة بصفة عامة، سواء كانت هذه القرارات استثمارية أو تمويلية أو توزيعية.

المصادر والإحالات:

- 1- إبراهيم العيسوي، التنمية في عالم متغير: دراسة في مفهوم التنمية ومؤشراتها. دار الشروق، القاهرة، مصر، 2003، ص: 36.
- 2- أحمد يوسف عبد الوهاب، التمويل وإدارة المؤسسات المالية، عمان، الأردن، 2004، ص: 60.
- 3- أسعد حميد العلي، الإدارة المالية. الأسس العلمية والتطبيقية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص: 373.
- 4- تامر ناصر، القواعد المنظمة لحوكمة الشركات من منظور شباب الأعمال في مصر، مركز المشروعات الدولية، جويلية 2003، ص: 3.
- 5- جميل أحمد توفيق، الاستثمارات وتحليل الأوراق المالية، دار المعارف، مصر، 2000، ص: 9.
- 6- خلف بن سليمان السعودي، شركات الاستثمار في الاقتصاد الإسلامي، جامعة القاهرة، مصر، 1998، ص: 28.
- 7- خليل سفيان المناصير، القرارات المالية وأثرها في تحديد القرار الاستراتيجي، نفس المرجع السابق، ص: 39.
- 8- صديقي مسعود. دريس خالد، بتصرف "دور حوكمة الشركات في تحقيق شفافية المعلومات المحاسبية لترشيده قرار الإستثمار"، مداخلة بملتقى الحوكمة المحاسبية للمؤسسة واقع ورهانات وأفاق، جامعة أم البواقي، يومي: 7- 8 ديسمبر 2010، ص: 14.
- 9- عبد الوهاب يوسف أحمد، التمويل وإدارة المؤسسات الإدارية، دار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008، ص: 21.
- 10- عدنان بن حيدر درويش، حوكمة الشركات ودور مجلس الإدارة، إتحاد المصارف العربية، مصر، سنة 2007، ص: 13.
- 11- عدنان تايه النعيمي وياسين كاسب الخرشنة، أساسيات في الإدارة المالية، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2007، ص: 341.
- 12- عدنان تايه النعيمي وأرشد فؤاد التميمي، الإدارة المالية المتقدمة، دار اليازوري، الأردن، 2009، ص: 457.
- 13- عزي وآخرون، الحكم الرشيد وخصوصة المؤسسات، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 27، 2006، ص: 05.
- 14- عمر عبد الجعدي وآخرون، نظم المعلومات في الرقابة والتنسيق، دار المسيرة، عمان - الطبعة الأولى، الأردن، 2011، ص: 186.
- 15- فاروق إبراهيم الجاسم، حقوق المساهم في الشركة المساهمة، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2008، ص: 167.
- 16- فاطمة الزهراء طاهري عيساوي سهام، دور حوكمة الشركات في رفع من كفاءة السوق المالي، مداخلة في الملتقى الوطني حول: حوكمة الشركات كآلية للحد من الفساد المالي والإداري، يومي: 6- 7 ماي 2012، جامعة بسكرة، ص: 8.
- 17- قطب مصطفى سانو، الاستثمار أحكامه وضوابطه في الفقه الإسلامي، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص: 21.
- 18- لطفى أمين السيد أحمد، المراجعة الدولية وعولمة رأس المال، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، سنة 2005، ص: 695.
- 19- محسن أحمد الخضري، حوكمة المؤسسات، ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2007، ص: 58.
- 20- محمد حسن يوسف، محددات الحوكمة و معاييرها-مع إشارة خاصة لنمط تطبيقها في مصر، بنك الاستثمار القومي، مصر، جوان 2007، ص: 04.
- 21- محمد حسن يوسف، محددات الحوكمة و معاييرها-مع إشارة خاصة لنمط تطبيقها في مصر، بنك الاستثمار القومي، مرجع سابق، جوان 2007، ص: 05.
- 22- محمد صالح الحناوي و جلال إبراهيم العبد، الإدارة المالية مدخل القيمة واتخاذ القرار، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002، ص: 417.
- 23- محمد وسام المصري، صنع القرار المالي. محاضرات ماجستير، كلية الاقتصاد، قسم إدارة الأعمال، جامعة دمشق، سوريا، بدون سنة نشر، ص- ص: 4-3.
- 24- مصطفى حسن بسيوني السعدني، المسؤولية القانونية لمراجع الحسابات وبذل العناية المهنية في ضوء المعايير المصرية و الأمريكية و الدولية، ورقة بحثية مقدمة في المؤتمر الدولي بعنوان: متطلبات حوكمة الشركات وأسواق المال العربية، مصر، ماي 2007، ص: 77.
- 25- مفلح محمد عقل، مقدمة في الإدارة المالية والتحليل المالي، ط1، دار أجنأ دين للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 2006، ص: 29.
- 26- منير إبراهيم هندي، الفكر الحديث في التحليل المالي وتقييم الأداء، مدخل حوكمة الشركات، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2009، ص: 20.
- 27- نرمين أبو العطا، حوكمة الشركات... سبيل التقدم مع إلقاء الضوء على التجربة المصرية، إصدارات مركز المشروعات الدولية الخاصة، غرفة التجارة الأمريكية، واشنطن، 2003، ص: 2.
- 28- نظير رياض محمد الشحات، إدارة محافظة الأوراق المالية في ظل حوكمة الشركات، كلية التجارة، جامعة المنصورة، مصر، 2007، ص: 307.
- 29- محسن أحمد الخضري، حوكمة المؤسسات، مرجع سابق، ص: 21.
- 30- مركز المشروعات الدولية، نصائح إرشادية لتحقيق الإصلاح، أوت 2008، ص: 5.

- ³¹- Abdussalem Mahmoud Abu-Tapanjeh: The fundamental principals of corporate governance, organization of economic co-operation and development annotations, p:10
- ³² - Pierre conso, Farouk Hemici, Gestion financière de l'entreprise, 9^{ème} édition, Dunod, Paris, 1999, P-P: 438-440
- ³³- Charles Oman, Steven Fries et Willem Buiter, "LA Gouvernance D'entreprise dans les pays en développement, en transition et les économies émergentes", Centre de développement de l'OCDE, Cahier de politique économique N° 23, 2003, P:6.
- ³⁴ - Cadbury Committee, Report of the Committee on the Financial Aspects of Corporate Governance, 1^{ed}ition, Gee (a division of Professional Publishing Ltd), South Quay Plaza, London, Dec 1992, p :1
- ³⁵- Frédéric georgel, IT gouvernance : management stratégique d'un système d'information, édition Dunod, paris, 2^{ème} édition, 2006, p :4
- ³⁶- Pierre conso, Farouk Hemici, Gestion financière de l'entreprise, op.cit, p: 339.

مسؤولية محافظ الحسابات في كشف الغش والخطأ في القوائم المالية
-دراسة ميدانية بالجزائر-

*The responsibility of the auditor in the detection of fraud and error in
financial statements*
-A field study-

أ.د. سعيدي يحي
جامعة محمد بوضياف المسيلة / الجزائر
Email : yahiasaidi@yahoo.co.uk

مداح عبد الباسط
جامعة محمد بوضياف المسيلة / الجزائر
Email : meddah.abdelbassit@yahoo.fr

Received: 24/01/2017

Accepted: 14/03/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

هدفت الدراسة الى التعرف على مسؤولية محافظ الحسابات في كشف الغش والخطأ في القوائم المالية، وهذا من وجهة نظر محافضي الحسابات، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبيان وتوزيعه على عدد من المهنيين المزاولين للمهنة بالجزائر، حيث بلغ عدد أفراد العينة 54 فرد؛ وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج من بينها أن تقارير محافظ الحسابات تساهم بشكل كبير في الحد من الغش والخطأ، إضافة الى أن خبرة وكفاءة المدقق لها دور كبير في اكتشاف ممارسات الفساد المالي بصفة عامة والغش والخطأ بصفة خاصة بالمؤسسات الإقتصادية الجزائرية.
الكلمات المفتاحية: مسؤولية محافظ الحسابات، الغش، الخطأ، القوائم المالية.

Abstract:

The study aimed to identify the responsibility of the auditor in the detection of fraud and error in financial statements from the auditors' perspective. In order to achieve the objectives of the study a questionnaire was designed and distributed to a number of professional practitioners in Algeria, where the number of respondents was 76 people

The study came to many results, including tha the auditor's reports contributed significantly to the reduction of fraud and error, in addition to the experience and efficiency of the auditor which play an important role in the discovery of the various practices of financial corruption in general and fraud and error in particular in Algeria economic institutions

Key Words: responsibility of the auditor, fraud, error, the financial statements.

تمهيد:

يعتبر ظهور المراجعة و تطورها منذ بدايتها الأولى إلى ما هي عليه اليوم من الأمور الحتمية، بسبب التطور الحاصل في بيئة الأعمال و كبر المؤسسات وتشعب وظائفها، و لقد أدى ذلك إلى عدم قدرة المسيرين على مراقبة تسيير المؤسسة، مما أدى بهم إلى وجوب مراجعة الأعمال و المعاملات التي تقوم بها المؤسسات، والمراجعة تعتبر مسعى أو طريقة منهجية مقدمة بشكل منسق من طرف مهني يستعمل مجموعة من تقنيات إلى المعلومات والتقييم بغية إصدار حكم فني مستقل، استنادا على معايير التقييم، وتقدير مصداقية وفعالية النظام والإجراءات المتعلقة بالتنظيم.

ولقد سائر هذا التطور في مهنة المراجعة بروز العديد من المظاهر الاقتصادية التي يمكن من خلالها أن تبرز مظاهر الفساد المالي، كالغش والخطأ في القوائم المالية التي يراقبها ويفحصها محافظ الحسابات، وتنشأ عن هذه المصادقة التي يقوم بها محافظ الحسابات مسؤولية، باعتبار أن مختلف الأطراف ذات الصلة بالمؤسسات الاقتصادية يتخذون قراراتهم انطلاقا من لك التقارير المصادق عليها؛

وإن الجزائر كباقي الدول كانت لها جهد كبير في مكافحة الفساد المالي بصفة عامة والغش والخطأ بصفة خاصة من خلال جملة من إصلاحات والقوانين المعدة والمنظمة للمهن المكلفة بمراقبة المال، حيث خضت الجزائر خطوة من خلال استبدال قانون 91-08 ب قانون 10-01 المتعلق بتنظيم مهنة المحاسبة والمراجعة كما تم إصدار مراسيم تنفيذية تنص على هذا الهدف وهو الارتقاء بمستوى أداء المهنة

ومن هذا المنطلق فإن مزاولة مهنة محافظ الحسابات كان عليها أن تتلائم وتتكيف مع التطور الحاصل في الجانب الاقتصادي وكذا في الجانب القانوني من خلال العديد من القوانين والتي نشأت عنها مسؤولية كان لزاما على محافظ الحسابات ان يتحملها، ولقد اهتمت الكثير من الدراسات السابقة بدراسة مهنة محافظ الحسابات من عدة جوانب، حيث تناولت الدراسات دور محافظ الحسابات مع متغيرات أخرى، دور ربط ذلك بالغش والخطأ في القوائم المالية وعلى هذا الأساس قامت هذه الدراسة بالربط بين مسؤولية محافظ الحسابات والكشف عن الغش والخطأ في القوائم المالية، بهدف إبراز الدور الذي يلعبه محافظ الحسابات في الحد من كل منهما، وهذا من خلال الإجابة على الإشكالية الرئيسية للدراسة والتي تمحورت كما يلي:

الى أي مدى تساهم مسؤولية محافظ الحسابات في كشف الغش والخطأ في القوائم المالية؟

من خلال هذه الإشكالية نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- هل للرقابة التي يقوم بها محافظ الحسابات دور في الحد من الغش والخطأ في القوائم المالية؟
- هل لخبرة وكفاءة محافظ الحسابات دور في الحد من الغش والخطأ في القوائم المالية؟
- هل يتحمل محافظ الحسابات المسؤولية في حالة عدم كشف الغش والخطأ في القوائم المالية خلال عملية المراجعة.

الفرضيات:

- للرقابة التي يقوم بها محافظ الحسابات دور في الحد من الغش والخطأ في القوائم المالية.
- لخبرة وكفاءة محافظ الحسابات دور في الحد من الغش والخطأ في القوائم المالية.
- يتحمل محافظ الحسابات المسؤولية في حالة عدم كشف الغش والخطأ في القوائم المالية أثناء عملية المراجعة.

الدراسات السابقة: هناك عدد من الدراسات التي تناولت موضوع الدراسة، والتي نذكر بعضها في الجدول التالي:
الجدول رقم(01): الدراسات السابقة

السنة، العنوان، الكاتب	موضوع البحث
2009 <i>FRAUD AND ERROR. AUDITORS' RESPONSIBILITY LEVELS¹</i> Dan Ştirbu, Maria, Moraru Nicoleta Farcane Rodica,	تمحورت الدراسة حول مسؤولية المدقق في الكشف عن الغش والخطأ، وهدفت الدراسة الى معرفة تصورات مستخدمي التقارير المالية حول مسؤولية المدقق عن كشف الغش والخطأ، وتوصلت الدراسة الى ان الذين شملهم الاستبيان كانوا قلقين حول فيما يتعلق الغش في رومانيا، وكذلك أوضحت الدراسة أن تصورات المستجوبين حول الهدف الرسمي للتدقيق غير صحيح، حيث وضعوا توقعات كبيرة على واجبات المدققين اتجاه الغش والخطأ في القوائم المالية.
2005 <i>An exploratory study of auditors' responsibility for fraud detection in Barbados²</i> Philmore Alleyne Philmore Alleyne	قامت هذه الدراسة الاستطلاعية بدراسة تصورات المدققين ومستخدمي التقارير المالية عن مسؤولية المدقق عن الغش الذي لم يكتشفه وطبيعة ونطاق الغش في بربادوس، وقامت الدراسة على عينة مكونة من 43 فرد وكان اهم نتائجها أن هناك فجوة توقعات كبيرة حيث يرى المدقق أن كشف الغش من مسؤولية الإدارة، كما اشارت الدراسة الى ان الغش ليست القضية الأولى في بربادوس، وأن الشركات التي لديها قسم التدقيق الداخلي ونظام الرقابة الداخلية محكم وفعال ولجان تدقيق فعالة هي الأفضل في التعامل مع الغش والاحتيال والكشف عنها.
2006 <i>Increase your fraud auditing effectiveness by being unpredictable!³</i> Thomas E. McKee Thomas E. McKee	هدفت الدراسة الى ادخال عنصر عدم التنبؤ بإجراءات خطة التدقيق لغرض التوافق مع المعايير الأمريكية والدولية وقام الباحث بمراجعة معايير التدقيق وحالات تدقيقية وأدبيات أخرى في مجال التدقيق، وقام بوضع نموذج الكلفة المنفعة لتقييم قابلية عدم التنبؤ، كما قام الباحث بوضع 17 طريقة تزيد من عدم إمكانية قابلية التنبؤ بخطة التدقيق.
2006 <i>The auditor's assessment and detection of corporate fraud: some Canadian evidence⁴</i> Cormier & Lapointe	استهدفت الدراسة اختبار فاعلية مدخل تقدير الخطر في اكتشاف الغش المحاسبي، وذلك في ظل بيئة عمل لا يحكمها معايير مراجعة تلزم مراقبي الحسابات بمراعاة التحريفات الناتجة من حالات الغش المحاسبي بصورة مفصلة، وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج أهمها أن مراقبي الحسابات الذين يهتموا بعوامل خطر الغش التي ترتبط بشكل وثيق بعوامل خطر الغش في كل مراحل المراجعة وقيموا خطر الغش بشكل واضح يكونوا أكثر قدرة لاكتشاف الغش من غيرهم
2005 <i>Auditor Identification of Fraud Risk Factors and their Impact on Audit Programs⁵</i> Theodore J. Mock and Jerry L. Turner	استهدفت هذه الدراسة التحقق من تأثير تقديرات مراقبي الحسابات لخطر الغش الفعلي لعملائهم على برامج مراجعتهم، وذلك بعد صدور معيار المراجعة الدولي رقم 82 "مراجعة الغش في مراجعة القوائم المالية". حيث تم تجميع بيانات الدراسة من خلال عينة مكونة من 202 شركة خلال سنتين ماليين، وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج أهمها أن عدد وأنواع عوامل خطر الغش التي تم تحديدها في معيار المراجعة رقم 82 تختلف من عميل وأخر، ومن صناعة لأخرى، كما أتضح أن تغير برنامج المراجعة المخطط، قد يشمل كل التغيرات الآتية: طبيعة، محتوى، وقت المراجعة وفريق العمل، كما أن أحكام فريق المراجعة قد تتعدد وفق تقديرات المعيار رقم 82.
2008 <i>FRAUD: AN SMME PERSPECTIVE⁶</i> Suzette Viviers nand Danie venter	هدفت الدراسة الى معرفة تصورات وإدارة الغش لمالكي الشركات المتوسطة والصغيرة، وكانت أفكار المستجوبين تتفق على أن الغش هو مشكلة خطيرة وتزيد من مشاكل الشركات في جنوب افريقيا، واعتبرت السياسة الأخلاقية والرقابية تدابير مهمة لاكتشاف ومنع الغش
ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة	من خلال التمعن في الدراسات السابقة نجد أن هناك تبيان كبير في الأفكار والطرح للموضوع من جوانب مختلفة حول مسؤولية المدقق اتجاه الأخطاء أو الغش في القوائم المالية في البيئة محل الدراسة، وما يميز هذه الدراسة عن سابقتها أنها ستقوم بدراسة مسؤولية محافظ الحسابات في كشف الغش والخطأ في القوائم المالية مع التركيز على البيئة الجزائرية، وتقديم طرح واضح حول ما وصلت اليه مهنة المراجعة في الجزائر على غرار بلدان العالم.

المصدر: من اعداد الباحثين

أولا: الإطار النظري لمحافظة الحسابات في الجزائر

أدى كبر حجم المؤسسات وتنوع أعمالها، إلى تعقيد في العمليات المالية، ونظرا لأهمية تلك العمليات وأثرها على الأطراف ذات الصلة بالمؤسسات كان لا بد من فرض رقابة عليها، وهذا ما يعرف بالمراجعة، والتي يقوم بها محافظ الحسابات ويتحمل كامل مسؤوليته اتجاه الكيان والأطراف ذات الصلة عن الأعمال التي يقوم بها، ولمعرفة جوانب من مسؤولية محافظ الحسابات بجب تسليط الضوء على مجموعة النقاط والتي سنتناولها فيما يلي.

(1) عوامل تطور مسؤولية محافظ الحسابات: اهتمت معايير المراجعة الدولية بمسؤولية محافظ الحسابات أثناء قيامه بأعمال المراجعة والتدقيق للقوائم المالية للشركات، حيث أصر المعيار 240 والذي تناول مسؤولية مدقق الحسابات المتعلقة بالاحتيايل عند مراجعة البيانات المالية، ولقد أثير الكثير من الكلام حول مسؤولية محافظ الحسابات ومدى تحمله للمسؤولية الملقاة على عاتقه والتي عادة ما تكون ذات علاقة بالبيئة التي يعمل بها محافظ الحسابات، أما بالنسبة للبيئة التي يعمل بها محافظ الحسابات فان مسؤولية محافظ الحسابات تتأثر بظهور حالات الفساد المالي، إلى جانب نظرة المجتمع لعملية محافظ الحسابات والمسؤوليات الجسام التي يتوقعها المجتمع من محافظي الحسابات ومنظمي المهنة، فبينما نجد محافظ الحسابات والمهنة يقفون موقف مدافع عن محافظ الحسابات حول مسؤوليات وواجبات محافظ الحسابات كما يتصورونها ويفهمونها غير أن ذلك يخالف وجهة النظر المهنية والتي تعتبر مسؤولية محافظ الحسابات و القيام بإجراء الفحص لانتقادي المنظم للبيانات المالية بهدف إعطاء رأي فني محايد عن مدي دلالة وعدالة هذه البيانات وتمثيلها للوضعية الحقيقية للمؤسسة ويعتبر هذا الرأي حصيلة ما توصل إليه، وله آثار على كافة الأطراف ذات العلاقة التي تأخذ هذا الرأي بعين الاعتبار عند اتخاذ قراراتها المالية خاصة ما إذا قام باختبارات وإجراءات التدقيق بما يتفق مع القواعد المهنية المتعارف عليها وبذل العناية المهنية الكافية وضمن تقريره للحقائق والنتائج التي توصل إليها وبالتالي قد يكون قد قام بواجباته على الوجه السليم وأعفى نفسه من المسؤولية:⁷

(2) التطور التاريخي للمراجعة في الجزائر: عرفت الجزائر مهنة التدقيق في القرن العشرين حيث مورست هذه المهنة وفقا للقوانين الفرنسية مثل: قانون 1945/09/19 المتضمن تأسيس نقابة الخبراء المحاسبين والمحاسبين المعتمدين ولقد استمر العمل بهذا القانون حتى بعد الاستقلال، للعلم أن النصوص القانونية التي تسيير المحاسبة بشكل عام والرقابة بشكل أخص بالجزائر بقيت نفسها النصوص القانونية الفرنسية لغاية 1975، وذلك بالنسبة للشركات الخاضعة للقانون الخاص وهي السنة إلى صدر فيها القانون التجاري، في مقابل ذلك فانه بالنسبة للشركات الوطنية تم صدور قوانين تلزم الشركات الوطنية في ممارسة الرقابة على حساباتها في سنة 1970، ويمكن تلخيص المراحل القانونية التي مرت بها مهنة المراجعة في الجزائر في الجدول التالي:

الجدول 02: المراحل القانونية التي مرت بها مهنة المراجعة في الجزائر

التاريخ	أهم ما جاء به	التشريع
1969/12/31	تضمن قانون المالية لسنة 1970، والذي يحدد مهام وواجبات محافظي الحسابات بهدف التأكد من سلامة ومصداقية الحسابات	الأمر 107-69
1970/11/16	حدد بدقة واجبات والتزامات محافظي الحسابات أثناء تأدية مهامهم داخل المؤسسات العمومية، وهذا المرسوم وصف محافظة الحسابات كرقابة دائمة لتلك المؤسسات	المرسوم 173-70
1971/12/29	تعلق بالمحاسبين والخبراء المحاسبين وتنظيم كل مهنة حيث حدد اختصاص كل منهما، أما بخصوص محافظة الحسابات فاعهد بها المتفشية العامة للمالية التابعة لوزارة المالية	الأمر 82-71
1980/03/01	جاء هذا القانون من أجل إرساء آليات رقابية فعالة للشركات الوطنية بفعل إعادة الهيكلة والحد من الاختلالات وسوء التسيير	القانون 05-80
1988/01/12	هذا الأمر خاص بتوجيه المؤسسات الاقتصادية العمومية حيث أشار إلى كيفية ممارسة الرقابة على المؤسسات وتحسين أنماط تسييرها	الأمر 01-88
1991/04/27	تم جمع ثلاثة تنظيمات في هيئة واحدة مستقلة سميت بالمصف الوطني للخبراء المحاسبين ومحافظي الحسابات والمحاسبين المعتمدين، بعدما كانت المهنة تابعة للمراقبين الماليين التابعة لوزارة المالية	القانون 08-91
1992/01/13	إنشاء مجلس النقابة الوطنية للخبراء المحاسبين ومحافظي الحسابات والمحاسبين المعتمدين	المرسوم 20-92
1994/11/07	تحديد آتاعاب محافظ الحسابات، وتم تعديلها سنة 2006	القرار 132-94
1996/04/15	تم إصدار قانون أخلاقيات مهنة المراجعة والمحاسبة	المرسوم 136-96
1996/11/30	حدد هذا المرسوم كفاءات تعيين محافظي الحسابات في المؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري ومراكز البحث والتنمية وهيئات الضمان الاجتماعي والدواوين ذات الطابع التجاري وكذا الشركات العمومية غير المستقلة	المرسوم 431-96
1998/03/28	يحدد كفاءات نشر مقاييس تقدير الإجازات والشهادات التي تخول في ممارسة المهنة الخبير المحاسب ومحافظ الحسابات والمحاسب المعتمد	القرار 452-98
1999/03/24	تم من خلال هذا القرار الموافقة على الشهادات وشروط الخبرة المهنية لممارسة المهنة	القرار 425-99
2001/12/20	متتم ومعدل للمرسوم 20-92 الذي يحدد تشكيل مجلس النقابة الوطنية للخبراء المحاسبين ومحافظي الحسابات والمحاسبين المعتمدين ويضبط اختصاصاته وقواعد عمله	المرسوم 421-01
2011/01/27	التي تصب في إطار التغيير الجذري للسلطة التي تحكم هذه المهنة وإعادة توزيع الأدوار وتوضيح الصلاحيات	مجموعة مراسيم تنفيذية*

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على الجرائد الرسمية

(3) مفهوم ومهام محافظ: حسب المادة 22 من القانون 01-10 المؤرخ في 29/06/2010 هو كل شخص يمارس بصفة عادية وباسمه الخاص وتحت مسؤوليته مهمة المصادقة على صحة حسابات المؤسسات والهيئات وانتظامها ومدى مطابقتها للأحكام والتشريعات المعمول بها⁸، ولقد بين قانون 01-10 المهام الموكلة إلى محافظ الحسابات والتي ذكرت في المواد (23،24،25) وتتمثل فيما يلي:⁹

- يشهد بأن الحسابات السنوية منتظمة وصحيحة ومطابقة لنتائج عمليات السنة المنصرمة وكذا الأمر بالنسبة للوضعية المالية وممتلكات الشركات والهيئات.

- يفحص صحة الحسابات السنوية ومطابقتها للمعلومات المبينة في تقرير التسيير الذي يقدمه المديرون للمساهمين أو الشركاء حاملي الحصص.
- يبدي رأيه في شكل تقرير خاص حول إجراءات نظام الرقابة الداخلية المصادق عليها من مجلس الإدارة أو مجلس المديرين أو الميسير.
- يقدر شروط إبرام الاتفاقيات بين الشركة التي يراقبها والمؤسسات أو الهيئات التابعة لها أو بين المؤسسات والهيئات التي تكون فيها للقائمين بالإدارة أو الميسيرين للشركة المعنية مصالح مباشرة أو غير مباشرة.
- يعلم الميسيرين والجمعية العامة أو هيئة المداولة المؤهلة، بكل نقص قد يكتشفه أو اطلع عليه، ومن طبيعته أن يعرقل استمرار استغلال المؤسسة أو الهيئة.

4) **مسؤوليات الخبير المحاسبي ومحافظ الحسابات:** من خلال هذه النقطة سنتطرق الى مهام محافظ الحسابات والخبير المحاسبي، وتم إدراج الخبير المحاسبي هنا باعتبار أن القانون حول له أيضا القيام بأعمال المراجعة المالية في المؤسسات الاقتصادية، ولقد تضمن القانون 10-01 تحديد مسؤوليات كل من الخبير المحاسبي ومحافظ الحسابات في الفصل الثامن منه، وبالتحديد في المواد 59،60،61،62،63،64،65 والتي يمكن توضيحها في الجدول التالي:

الجدول رقم 03: مسؤوليات الخبير المحاسبي ومحافظ الحسابات¹⁰

المسؤوليات المشتركة	المسؤوليات الفردية	
<p>المادة 62: يتحمل الخبير المحاسبي ومحافظ الحسابات والمحاسب المعتمد المسؤولية الجزائية عن كل تقصير في القيام بالتزام قانوني</p> <p>المادة 63: يتحمل الخبير المحاسبي ومحافظ الحسابات والمحاسب المعتمد المسؤولية التأديبية أمام اللجنة التأديبية للمجلس الوطني للمحاسبة حتى بعد استقالتهم من مهامهم، عن كل مخالفة أو تقصير تقني أو أخلاقي في القواعد المهنية عند ممارسة وظائفهم</p> <p>وتتمثل العقوبات التأديبية التي يمكن اتخاذها وفق ترتيبها التصاعدي حسب خطورتها في:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. الإنذار 2. التوبيخ 3. التوقيف المؤقت لمدة أقصاها (06) أشهر 4. الشطب من الجدول 	<p>المادة 59: يتحمل محافظ الحسابات المسؤولية العامة عن العناية بمهنته ويلتزم بتوفير الوسائل دون النتائج.</p> <p>المادة 61: يعد محافظ الحسابات مسئولا تجاه الكيان المراقب، عن الأخطاء التي يرتكبها أثناء تأديته مهامه، ويعد متضامنا تجاه الكيان أو تجاه الغير عن كل ضرر ينتج عن مخالفة أحكام هذا القانون</p>	محافظ الحسابات
	<p>المادة 60: يعد الخبير المحاسبي والمحاسب المعتمد أثناء ممارسة مهامهما مسؤولين مدنيا تجاه زبائنهم في الحدود التعاقدية</p>	الخبير المحاسبي

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الجريدة الرسمية

5) **ضرورة تطور مسؤوليات محافظ الحسابات:** بداية يجب على ان نتفق على أن مسؤولية محافظ الحسابات يجب ان تتطور باستمرار، وان ذلك بمعنى آخر حتميا وهذا للأسباب التالية:¹¹

- أن حوكمة الأعمال انسحبت على حوكمة مهنة المحاسبة نفسها مما أدى إلى تفعيل مساهمة محافظ الحسابات الخاصة من جانب المسؤولين عن حوكمة المهنة خاصة الدولة والسلطة التشريعية والمنظمات المهنية.
- أن أداء محافظ الحسابات لخدمات أخرى بخلاف محافظ الحسابات التقليدية تبعة بالضرورة حتمية تحمله لمسؤولياته خاصة بهذه الخدمات الجديدة الأمر الذي أدى إلى توسيع نطاق مسؤولياته بالطبع؛

- إن مسألة محافظ الحسابات سواء على جودة عملية محافظ الحسابات نفسها أو عن كشف أي تحريفات في القوائم المالية أو أية خروج عن القوانين واللوائح كان لها مردودها الايجابي دوما على مستخدمي القوائم المالية وتقريره أصحاب المصلحة في المشروع؛
- أن عولمة وتدويل الأعمال صاحبه عولمة وتدويل بعض الخدمات المهنية لمحافظ الحسابات الأمر الذي أدى الطبع إلى توسيع نطاق مسؤولياته؛
- إن الطلب المتنامي على خدماته المهنية أدى إلى توسيع النطاق تشكيلة هذه الخدمات فأصبحت لا تقتصر على محافظ الحسابات التقليدية بل تشمل أيضا خدمات تقليدية مثل خدمات التوليد المهني ويترتب عن ذلك زيادة مسؤولياته بالطبع؛

6) محافظ الحسابات واهتمامه لتطوير مسؤولياته: بلا شك فإن محافظ الحسابات لديه الدافعية والاستعداد الارادي الاختياري لتطوير مسؤولياته المهنية والقانونية والأخلاقية، في مواجهة أهم متغيرات بيئة الممارسة المهنية خاصة ما تعلق منها بالحاجة لتوسيع نطاق مسؤولياته، لتشمل كشف والتقرير عن الغش والخطأ، وحتى نكون أكثر تركيزا يجب ان نقول ان محافظ الحسابات ليه الاستعداد لتطوير مسؤولياته وذلك للأسباب التالية:¹²

- أن يدرك أنه يمارس مهنة يجب أن يكون لها مردود اقتصادي واجتماعي بمعنى أنها يجب أن تساهم في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاستقرار الاقتصادي ورفاهية المجتمع ولن يتحقق ذلك إلا من خلال قبوله لتحديات توسيع نطاق مسؤولياته لتشمل الكشف والتقرير عن الفساد وغسل الأموال؛
- أنه يدرك جيدا أن قراره بقبول هذه المسؤوليات الجديدة له تكاليف ومنافعه، وأن هذه المنافع تفوق كثيرا تلك التكاليف الآن هذه المنافع ليست اقتصادية وإنما تشمل منافع نوعية لها مردودها المالي وعليه في أجل طويل بلا شك؛
- أنه يدرك أن هناك منافسين له في هذا المجال سوف يقتحمون مجال تخصصه المهني ومن هؤلاء المنافسون المحامون بالطبع خاصة من كانوا يشتغلون قبل المحاماة مناصب قانونية، رجال الشرطة مثل مباحث الأموال العامة أو كانوا ممن يتولون مناصب بالرقابة الإدارية؛
- أنه سبق له وأن قبل المساءلة عن كشف الغش كاستعداد طبيعي لنجاحه في المسائلة عن كشف الأخطاء ونجح في ذلك أيما نجاح ولذلك فهل عليه الآن أن يقتحم مجال المسائلة عن جرائم الفساد.

ثانيا: الغش والخطأ في القوائم المالية، الأسباب والمبررات وموقف محافظ الحسابات من ذلك.

سنتناول في هذا المبحث مفاهيم الغش والخطأ في القوائم المالية، والأسباب والدوافع المؤدية إليهما،

- 1) مفهوم الغش والخطأ في القوائم المالية:** يشتمل الغش أساسا على استخدام الخداع للحصول على مكاسب شخصية بطريقة غير امنية أو خلق خسارة للأخرين، ويشتمل مصطلح الغش أنشطة مثل السرقة، الفساد، الاختلاس، غسيل الأموال، الرشوة¹³، كما عرف الغش بأنه تعديل البيانات بغرض الحصول على منافع خاصة، أو تضليل طرف اخر والحيلولة بينه وبين الحصول على حقوقه المشروعة، أو تحميله بما يزيد عن التزاماته الحقيقية، أو الحصول على أصول وممتلكات الوحدة الاقتصادية لاستخدامها في أغراض خاصة¹⁴، ولقد أشار المعيار الدولي للتدقيق 240 إلى أن الغش يعني "فعلا مقصودا من قبل شخص أو أكثر في الإدارة وأولئك المكفون بالرقابة والموظفون، أو الأطراف الخارجية، ويتعلق هذا الفعل باستخدام الخداع من أجل الحصول على مصلحة غير عادلة أو غير قانونية، والتي ينتج عنه تحريف في التقارير المالية"¹⁵
- كما إن اختلاس الأصول هو نوع من الغش يتضمن سرقة بعض أصول الشركة، وفي العديد من الحالات، لا يتضمن الاختلاس مبالغ ذات أثر جوهري على القوائم المالية، ولكن من ناحية أخرى، فإن فقد الشركة لأصولها يعطي مؤشرا هاما لوجود قلق الإدارة حول هذه الظاهرة، ويسمى هذا النوع من الغش أحيانا بغش العاملين والموظفين لأنه عادة ما يتم في المستويات السفلى من الهيكل التنظيمي للشركة على الرغم من تورط الإدارة

العليا في بعض الحالات في مثل هذا النوع من الغش حيث أنها أكثر قدرة من الموظفين على إخفاء تلك الاختلاسات بشكل يصعب اكتشافه¹⁶، أما الخطأ فقد أشار معيار محافظ الحسابات الدولي 240 إلى أن الخطأ يعني تحريفات غير مقصودة في التقارير المالية مثل الخطأ في جمع البيانات أو في معالجته أو في تقرير محاسبي غير صحيح ناتج عن السهو أو تقييم خاطئ للحقائق، أو الخطأ في تطبيق المبادئ المحاسبية المتعلقة بالقياس أو الاعتراف،¹⁷ ومن خلال ما سبق نفهم بأن وقوع الخطأ نتيجة للسهو أي غير متعمد أما حالة وقوع الأخطاء المعتمدة فيصبح في هذه الحالة غش.

(2) أسباب ومبررات الغش والخطأ في القوائم المالية: إن السبب الجذري للغش والاختفاء المعتمدة في القوائم المالية هو الحاجات الفردية الى المال حقيقة كانت او تصور، ويمكن ان تنشأ الحاجة المالية من أي شيء في الحياة كالتنفقات الطبية، او لأسباب وظروف اجتماعية، أو شراء المواد الكمالية للتباهي كالسيارات، والأثاث، أو لغرض الانتقام، وإن معرفة تلك الأسباب وغيرها المؤدية الى وقوع عمليات الغش والخطأ في القوائم المالية تتطلب المزيد من الدراسات المعمقة في الموضوع من طرف الجهات الإشرافية والمختصة بذلك¹⁸

(3) مسؤولية مراقب الحسابات تجاه الغش والخطأ في القوائم المالية: تعتبر مسؤولية منع واكتشاف الغش هي مسؤولية الادارة والمسؤولين عن الحوكمة بشكل رئيسي بينما يعتبر مراقب الحسابات مسئولاً عن اكتشاف التحريفات الجوهرية بالقوائم المالية سواء الناتجة عن الخطأ او الغش، وتأتي تلك المسؤولية نتيجة امرين:¹⁹

- **مسؤولية المراجع تجاه القوائم المالية،** حيث تهدف عملية المراجعة الى الوصول الى تأكيد معقول بشأن خلو القوائم المالية من التحريفات الهامة والمؤثرة الناتجة عن الخطأ والغش، ورغم ذلك هناك تحريفات ربما لا يكتشفها المراجع نظرا للحدود الكامنة لعملية المراجعة وغالبا ما تكون هذه التحريفات ناتجة عن الغش وذلك لان عملية الغش يتم التخطيط لها بشكل معقد مع احتمال وجود تواطؤ وتخطي الادارة للإجراءات الرقابية، لذلك يحتاج المراجع لإجراءات فعالة لاكتشاف الغش.

- **محاولة تضيق فجوة توقعات المراجعة** من خلال سد جانب الطلب من المجتمع بشأن توقعاتهم بدور المراجع تجاه اكتشاف الغش الوارد بالقوائم المالية، وقد وضع Harold.F.D,& et.al,2009 عدة تفسيرات توضح دور المراجع بشأن الغش، حيث يأتي التوسيع في مسؤولية المراجع تجاهها كسبب رئيسي في فجوة توقعات المراجعة، ومن ثم توسيع دور المراجع يعني محاولة لتضييق تلك الفجوة. كما يجب على محافظ الحسابات عند التخطيط لإجراءات محافظ الحسابات وتنفيذها، وعند تقييم النتائج والإبلاغ عنها أن يأخذ في الاعتبار مخاطر وجود تحريف مادي في القوائم المالية ناتج عن الأخطاء والتصرفات غير القانونية ومنها:²⁰

1. تساؤلات حول استقامة وكفاءة إدارة المؤسسة ونزاهتها؛
2. حالات الاحتيال والغش المتورطة فيها الإدارة؛
3. التحريفات المادية الناتجة عن الأخطاء والتصرفات غير القانونية؛
4. التحريفات التي تشير إلى وجود نقاط ضعف مادية في نظام الرقابة الداخلية متضمنا تصميم وتشغيل عملية إعداد التقارير المالية للمنشأة.

كما أنه يجب على محافظ الحسابات عن القيام بمحافظه الحسابات اتخاذ الإجراءات التي يراها ضرورية للتأكد من قيام المؤسسة بالإفصاح المطلوب، وأن يطلب من إدارة المؤسسة القيام بإبلاغ كل من يتأثر في التحريف المادي للخطأ والغش على القوائم المالية، وكذا القيام بتعديل القوائم المالية بأسرع وقت مع تعديل تقرير بما يتلاءم مع الأخطاء

وعليه يمكن القول بأن مجال تحديد مسؤولية المحافظ في اكتشاف الأخطاء والغش، فإنه غير مسؤول عن منع الخطأ والغش، لكن يجب عليه بذل العناية المهنية الملائمة والتي تتطلب منه دراسة وتقييم نظام الداخلية وتحديد الإجراءات والاختبارات اللازمة وتوقيتها وبرنامج عمل محافظ الحسابات شامل يتضمن إجراءات إضافية إذا توقع محافظ الحسابات وجود تحريف مادي في الدفاتر والغش التي تم اكتشافها²¹

4) بعض الإجراءات التي يمكن أن يتبناها المراجع الخارجي لإخلاء مسؤوليته: هناك بعض الواجبات المفروضة على المراجع الخارجي بحكم طبيعة عمله، التي تتمثل بالقيام بعملية التخطيط وتقييم نظام الرقابة الداخلية وجمع الأدلة وتقييمها ومن ثم تنتهي بإبداء الرأي بالقوائم المالية من خلال إصدار تقرير موجه إلى الوحدة التي يقوم بمراجعتها، هذه العملية تفرض على لمراجع الخارجي بعض الواجبات الملزمة التي يجب على المراجع تنفيذها والتي يتحمل بعض المسؤولية التي يمكن أن تظهر إذا ما بدى قصور في اجراء عملية المراجعة، ومن جوانب المسؤولية التي يمكن أن يتعرض لها المراجع الخارجي مسؤوليته عن كشف الغش والخطأ في القوائم المالية، وهنا يمكن للمراجع الخارجي القيام ببعض الإجراءات والتي من خلالها يمكنه بها أن يخلي مسؤوليته أثناء عملية المراجعة وهي كما يلي:²²

- الحصول على المعلومات اللازمة لتحديد كخاطر الأخطاء الجوهرية بسبب الغش؛
- واجب النظر في احتمالية وجود الغش؛
- واجب ممارسة الشك المهني وتحديد عوامل خطر الغش؛
- زيادة الاهتمام بتقييم هيكل الرقابة الداخلة؛
- تعلم فن الاستماع؛
- تحديد العلامات التحذيرية؛
- واجب الإبلاغ عن المخالفات؛
- اجراء المناقشة (العصف الذهني) بين أعضاء الفريق المكلف بعملية المراجعة؛
- التحقق من أن الإدارة تقوم بالتحري عن العاملين؛
- تخطيط الإجراءات التحليلية؛
- وضع إجراءات تدقيقية لا يمكن التنبؤ بها.

5) موقف محافظ الحسابات في كشف ممارسات الغش والخطأ في القوائم المالية: إن الأطراف ذات الصلة بمحافظ الحسابات المستقل والمحايد ينتظرون منه اكتشاف الأخطاء وعمليات الغش التي يمكن ان تشوه المركز المالي للمؤسسة، كما أنهم يتوقعون منه أن يضمن تقريره الكفاية الفنية والنزاهة والاستقلالية والموضوعية، في مقابل ذلك فإن عملية المراجعة تعطي نتائج نسبية وليست مطلقة بأن التقارير المالية لا تحتوي على تحريفات واطفاء جوهرية، لكن رغم هذا فإن محافظ الحسابات يتحمل مسؤوليته أثناء كشف أي تحريفات او غش أو أخطاء، فعندما يواجه ظروفًا من الممكن أن تشير إلى وجود تحريف مادي في القوائم المالية ناتج عن غش أو خطأ أو تصرفات غير قانونية، فيجب عليه تنفيذ إجراءات لتحديد ما إذا كانت القوائم المالية محرقة ماديًا، ويعتمد التغيير في طبيعة وتوقيت ومدى الإجراءات لتحديد الواجب تنفيذها على حكم محافظ الحسابات فيما يتعلق بنوع الغش والخطأ أو التصرفات غير القانونية التي تشير إليها الظروف، وكذا احتمال حدوث هذا الخطأ أو التصرفات غير القانونية بشكل مادي على القوائم المالية، وكذا احتمال تأثير هذا الخطأ أو التصرفات غير القانونية بشكل مادي على القوائم المالية، ولا يمكن أن يفترض محافظ الحسابات أن حالة الغش أو الخطأ أو التصرفات غير القانونية هي حدث منفصل²³، كما يجب على محافظ الحسابات أن يحصل على إقرارات مكتوبة من إدارة المؤسسة بخصوص أنها تعترف بمسؤولياتها في انجاز وتشغيل نظم المحاسبة والضبط الداخلي مصممة واكتشاف الخطأ أو الغش أو التصرفات غير القانونية. وأنها تعتقد أن آثار التحريفات في القوائم المالية غير المصححة التي تم تجميعها من قبل محافظ الحسابات خلال عملية محافظ الحسابات هي غير مادية على

القوائم المالية، كما يتأكد من انها أفصحت للمراجع عن نتائج تقييمها لخطر أن تكون القوائم المالية قد تحتوي على تحريف مادي كنتيجة للغش²⁴

ثالثا: الدراسة التطبيقية

1. **منهجية الدراسة:** من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على الأسلوب الميداني والذي يتناسب مع طبيعة الدراسة، من أجل اختبار الفرضيات الموضوعية حيث نتكلم في البداية على منهجية الدراسة التي تضمنت أساليب جمع البيانات والمجتمع وعينة الدراسة، وأساليب التحليل الإحصائي المستخدمة.
- **مجتمع الدراسة:** اقتصر مجتمع الدراسة على فئة المهنيين ممن يمتنون مهنة المراجعة فقط وذلك راجع إلى طبيعة الموضوع الدراسة لأنه يتطلب آراء من هم في ميدان حتى يمكن الوصول إلى الأهداف المرغوبة، ومعرفة مدى وعيهم بالمسؤولية الملقاة على عاتقهم.
- **عينة الدراسة:** يتكون الفئة الدراسية من ممارسين لمهنة المراجعة، حيث بلغ عدد الاستثمارات الموزعة 90 وقد عمل الباحث على الحصول على نسبة استجابة عالية وذلك من خلال الاتصال المباشر بالمبحوثين، وبعد عملية دراسة الاستثمارات المسترجعة والتي بلغ عددها 78 تم إلغاء استمارتين منهم لعدم صلاحيتهم للدراسة، لتصبح عينة الدراسة مكونة من 76 استبانة.
- **إجراء اختبار صدق وثبات أداة الدراسة Cronbach Alpha:** إن عملية قياس الصدق والثبات من العمليات المهمة التي يضعها الباحث في الحسبان عندما يقوم بعملية جمع البيانات حول أداة البحث، ويقصد بها اختبار مدى خلو الاستبيان من الأخطاء غير المنتظمة التي تشوب القياس فالثبات يعني دقة البيانات، والنتائج المتحصل عليها موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 04: اختبار Cronbach Alpha لمحاور الاستبيان

المحور	معامل Cronbach Alpha	معامل الصدق
المحور الأول	0.932	0.965
المحور الثاني	0.899	0.948

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول السابق والذي يبين فيه معاملات ألفا كرو نباخ لمحاور الاستبيان حيث سجلنا أن قيمه كانت أكبر من 0.6 والتي تمثل القيمة المرجعية لمعامل ألفا كرو نباخ وهذا يدل على أن عبارات المحاور ثابتة ومستقلة.

2. عرض وتحليل نتائج الدراسة.

بداية سيتم تناول النقاط المتعلقة بخصائص العينة محل الدراسة، من خلال تحليل خصائص العينة محل الدراسة وإسقاط الضوء على مختلف الخصائص الديموغرافية، مثل، العمر، الوظيفة... الخ

1.2 **تحليل خصائص العينة:** الجدول التالي يوضح أهم خصائص العينة المستهدفة من خلال عرض وصفي لعينة الدراسة، وتبويب البيانات المتحصل عليها من أدوات الدراسة.

الجدول رقم 05: توزيع العينة حسب العمر.

النسبة	العدد	الفئة
1. الخبرة المهنية		
18.51%	10	أقل من 5 سنوات
29.62%	16	من 5 إلى 10 سنوات
33.33%	18	من 11 إلى 15 سنة
18.51%	10	أكثر من 15
100,0	54	Total

2. المؤهل العلمي		
شهادة مهنية	3	5.55%
ليسانس	17	31.48%
ماجستير	20	37.03%
الدكتوراه	14	25.92%
Total	54	100,0

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات SPSS.

لقد اختلفت عينة الدراسة ودرجة الخبرة للعينة المدروسة ما بين المهنيين كما هو موضح في الجدول (05) الذي يبين أن أكبر نسبة سجلت للفئة الذين تتراوح خبرتهم ما بين 11-15 سنة، بما يعادل نسبة 33.33%، ثم تليها الفئة التي تتراوح خبرتهم ما بين 05 و 10 سنوات، بما يعادل نسبة 29.62%، ثم تلتها الفئة التي تتفوق خبرتهم 15 سنة، وكذا من تقل خبرتهم عم 05 سنوات بنفس نسبة 18.51%؛

كما وضع الجدول خصائص عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي، حيث تنوعت عينة الدراسة من حيث المؤهل المهني حيث نجد أن أكبر نسبة سجلت كانت لحملة شهادة الماجستير ب: 20 بما يعادل نسبة 37.3% ثم يليها حملة شهادة الليسانس ب 17 فرد بما يناسب 31.48%، ثم تلتها فئة حملة شهادة الدكتوراه ب 14 فرد أي بما يناسب 25.92%، وفي المرتبة الأخيرة حملة الشهادة المهنية ب 3 أفراد بنسبة 5.55% ويرجع هذا الاختلاف إلى التنوع في عينة الدراسة من حيث الشهادات المهنية المحمولة من طرفهم.

2.2 اختبار فرضيات الدراسة:

من خلال هذا العنصر نهتم بتحليل نتائج الدراسة الميدانية المتحصل عليها من أدوات الدراسة، وسنحاول تقييم الفرضيات الموضوعية أول البحث من أجل إثباتها أو نفيها.

- اختبار الفرضية الأولى (المحور الأول): للرقابة التي يقوم بها محافظ الحسابات دور في الحد من الغش والخطأ في القوائم المالية،
- اختبار الفرضية الأولى (المحور الثاني): لخبرة وكفاءة محافظ الحسابات دور في الحد من الغش والخطأ في القوائم المالية.
- اختبار الفرضية الأولى (المحور الثالث): يتحمل محافظ الحسابات المسؤولية في حالة عدم كشف الغش والخطأ في القوائم المالية خلال عملية المراجعة، ويمكن تلخيص نتائج المحاور الثلاثة في الجدول التالي:

الجدول رقم 06: نتائج اختبار الفرضية الأولى.

الرقم	الفقرة	الانحراف	المتوسط	t	sig	الدلالة	القرار
للمراقبة التي يقوم بها محافظ الحسابات دور في الحد من الغش والخطأ في القوائم المالية							
المحور الأول	01	قيام محافظ الحسابات بأعمال الرقابة ضروري لكشف مظاهر الغش والخطأ في القوائم المالية	0.450	3.280	17,477	,000	دال
	02	مصادقة محافظ الحسابات على مخرجات المؤسسات يزيد من مصداقيتها	0.830	3.90	16,354	,000	دال
	03	اعمال المراجعة كافية لكشف مظاهر الغش في القوائم المالية	1.250	3.21	5,758	,000	دال
	04	إن استقلالية محافظ الحسابات تعزز قدر الثقة في القوائم المالية	1.360	3.85	10,450	,000	دال
	05	تعطي المراجعة معلومات تفيد بوجود عمليات غش مالي في المؤسسة حالة وجودها	0.998	3.110	09,260	,000	دال
	المجموع		3.450	45.62			
خبرة وكفاءة محافظ الحسابات ودورها في الحد من الغش والخطأ في القوائم المالية.							
المحور الثاني	01	إن ممارسي الغش المالي أكثر دراية وإطلاع على الممارسات المحاسبية من محافظ الحسابات	0.970	3.650	11.250	,000	دال
	02	التعاون بين محافظي الحسابات يسهل في كثير من الأمور كشف عمليات الغش والخطأ في القوائم المالية	0.640	4.510	14,549	,000	دال
	03	إن بذل العناية المهنية من طرف محافظ الحسابات ضروري لكشف كل مظاهر الغش في القوائم المالية	1,149	3,247	14,588	,000	دال
	04	تراكم عمليات المراجعة خلال السنوات توفر الخبرة الكافية للمراجعة بما يؤهله لكشف كل مظاهر الفساد المالي	0,795	3,950	16,668	,000	دال
	05	تواكب محافظ الحسابات مع المعايير الدولية للمراجعة يسهل من التأقلم مع كل التغيرات الغير متوقعة	0,932	3,260	12,318	,000	دال
	المجموع		3.890	48.56			
تحمل محافظ الحسابات المسؤولية في حالة عدم كشف الغش والخطأ في القوائم المالية خلال عملية المراجعة							
المحور الثالث	01	يتحمل محافظ الحسابات المسؤولية العامة عن العناية بمهنته ويلتزم بتوفير الوسائل دون النتائج.	1,149	3,250	7,990	0.000	دال
	02	يعد محافظ الحسابات مسؤولا مدنيا تجاه زبائنه في الحدود التعاقدية	0,795	4,890	4,131	0.000	دال

03	يعد محافظ الحسابات مسنولا تجاه الكيان المراقب، عن الأخطاء التي يرتكبها أثناء تأديته مهامه، ويعد متضامنا تجاه الكيان أو تجاه الغير عن كل ضرر	0,932	4,590	2,381	0,000	دال
04	يتحمل محافظ الحسابات المسؤولية الجزائية عن كل تقصير في القيام بالتزام قانوني	4,131	3,890	4,131	0,000	دال
05	يتحمل محافظ الحسابات المسؤولية التأديبية أمام اللجنة التأديبية للمجلس الوطني للمحاسبة حتى بعد استقالتهم من مهامهم، عن كل مخالفة أو تقصير تقني أو أخلاقي في القواعد المهنية عند ممارسة وظائفهم	2,381	3,560	2,381	0,000	دال
المجموع			4.120	39.56		

المصدر: مخرجات spss

➤ بالنسبة للمحور الأول: من خلال قراءة الجدول أن متوسط العبارات ككل والمقدر (3.450) أي أن للرقابة التي يقوم بها محافظ الحسابات دور في الحد من الغش والخطأ في القوائم المالي، وان دراسة عبارات المحور نجد أن هناك تفاوت بين وجهات النظر لأفراد العينة المدروسة حول الرقابة التي يقوم بها محافظ الحسابات ودورها في الحد من الغش والخطأ في القوائم المالية، ومن خلال قراءة نتائج الجدول نجد أن جل عبارات المحور الأول تحصلت على تأييد مقبول، أي أن قيام محافظ الحسابات بأعمال الرقابة ضروري لكشف مظاهر الغش والخطأ في القوائم المالية، كما أن مصادقة محافظ الحسابات على مخرجات المؤسسات يزيد من مصداقيتها، وأن اعمال المراجعة كافية لكشف مظاهر الغش في القوائم المالية.

ومن خلال المحور الأول من الجدول والذي قد بين نتائج التحليل الاحصائي باستخدام اختبار (t) فان للرقابة التي يقوم بها محافظ الحسابات دور في الحد من الغش في القوائم المالية حيث كانت الفقرات ذات دلالة إحصائية sig أقل من 0.05، والقيمة المطلقة ل (t) المحسوبة في كل الفقرات أكبر من القيمة الجدولية (1.68)، وقد بلغت القيمة المطلقة للمحور الثاني (45.62) و هي أكبر من القيمة الجدولية، و هي قيمة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 وحسب قاعدة القرار المعتمدة في بداية الفرضية، فانه يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة بمعنى أنه: للرقابة التي يقوم بها محافظ الحسابات دور في الحد من الغش في القوائم المالية.

➤ بالنسبة للمحور الثاني: من خلال قراءة الجدول أن متوسط العبارات ككل والمقدر (3.890) بأن لخبرة وكفاءة محافظ الحسابات دور في الحد من الغش والخطأ في القوائم المالية، وان دراسة عبارات المحور نجد أن هناك تفاوت بين وجهات النظر لأفراد العينة المدروسة حول لخبرة وكفاءة محافظ الحسابات دور في الحد من الغش والخطأ في القوائم المالية، ومن خلال قراءة نتائج الجدول نجد أن جل عبارات المحور الأول تحصلت على تأييد قوي أي أنه لخبرة وكفاءة محافظ الحسابات دور في الحد من الغش والخطأ في القوائم المالية، وأن ان ممارسي الغش المالي أكثر دراية وإطلاع على الممارسات المحاسبية من محافظ الحسابات، كما أن التعاون بين محافظي الحسابات يسهل في كثير من الأمور كشف عمليات الغش والخطأ في القوائم المالية، وأن تواكب محافظ الحسابات مع المعايير الدولية للمراجعة يسهل من التأقلم مع كل التغيرات الغير متوقعة

ومن خلال المحور الثاني من الجدول والذي قد بين نتائج التحليل الاحصائي باستخدام اختبار (t) فان لخبرة وكفاءة محافظ الحسابات دور في الحد من الغش والخطأ في القوائم المالية حيث كانت الفقرات ذات دلالة إحصائية sig أقل من 0.05 والقيمة المطلقة ل (t) المحسوبة في كل الفقرات أكبر من القيمة الجدولية (1.68)، وقد بلغت القيمة المطلقة للمحور الثاني (48.56) و هي أكبر من القيمة الجدولية، و هي قيمة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 وحسب قاعدة القرار المعتمدة في بداية الفرضية، فانه يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة بمعنى أنه: لخبرة وكفاءة محافظ الحسابات دور في الحد من الغش والخطأ في القوائم المالية

➤ بالنسبة للمحور الثالث: من خلال قراءة الجدول أن متوسط العبارات ككل والمقدر (4.120) أي أنه يتحمل محافظ الحسابات المسؤولية في حالة عدم كشف الغش والخطأ في القوائم المالية خلال عملية المراجعة، وان دراسة عبارات المحور نجد أن هناك اتفاق بين وجهات النظر لأفراد العينة المدروسة حول مدى تحمل محافظ الحسابات المسؤولية في حالة عدم كشف الغش والخطأ في القوائم المالية خلال عملية المراجعة، ومن خلال قراءة نتائج الجدول نجد أن جل عبارات المحور الأول تحصلت على تأييد قوي أي أنه يتحمل محافظ الحسابات المسؤولية في حالة عدم كشف الغش والخطأ في القوائم المالية، وأنه يتحمل المسؤولية العامة عن العناية بمهنته ويلتزم بتوفير الوسائل دون النتائج، كما أنه يعد مسؤولاً مدنياً تجاه زبائنه في الحدود التعاقدية، وأنه يعد مسؤولاً تجاه الكيان المراقب، عن الأخطاء التي يرتكبها أثناء تأديته مهامه، ويعد متضامناً تجاه الكيان أو تجاه الغير عن كل ضرر، كما أنه يتحمل المسؤولية الجزائية عن كل تقصير في القيام بالتزام قانوني ويتحمل المسؤولية التأديبية أمام اللجنة التأديبية للمجلس الوطني للمحاسبة حتى بعد استقالته من مهامهم، عن كل مخالفة أو تقصير تقني أو أخلاقي في القواعد المهنية عند ممارسة وظائفهم

ومن خلال المحور الثالث من الجدول والذي قد بين نتائج التحليل الإحصائي باستخدام اختبار (t) فإنه يتحمل محافظ الحسابات المسؤولية في حالة عدم كشف الغش والخطأ في القوائم المالية خلال عملية المراجعة حيث كانت الفقرات ذات دلالة إحصائية sig أقل من 0.05 والقيمة المطلقة ل (t) المحسوبة في كل الفقرات أكبر من القيمة الجدولية (1.68)، وقد بلغت القيمة المطلقة للمحور الثاني (39.56) وهي أكبر من القيمة الجدولية، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 وحسب قاعدة القرار المعتمدة في بداية الفرضية، فإنه يتم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة بمعنى أنه: يتحمل محافظ الحسابات المسؤولية في حالة عدم كشف الغش والخطأ في القوائم المالية خلال عملية المراجعة.

الخاتمة:

من خلال هذه الدراسة والتي تناولنا فيها موضوع مسؤولية محافظ الحسابات في الكشف عن الغش والخطأ في القوائم المالية، والدور الذي يلعبه محافظ الحسابات في إضفاء الثقة والمصداقية على مخرجات المؤسسات الإقتصادية، وهذا من خلال ابداء الرأي فني محايد حولها من خلال التأكد من مطابقتها للمبادئ المحاسبية المعمول بها والمقبولة وتعبيرها عن الوضعية المالية للمؤسسة.

ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استمارة استبيان مكونة من ثلاث محاور تناولت فرضيات الدراسة، وتم توزيعها على المهنيين المزاولين للمهنة بالجزائر، حيث بلغ عدد المستجيبين 54 فرداً، تفاوتت أعمارهم وخبراتهم ومؤهلاتهم حيث تم التعرف من خلال هذه الدراسة على مسؤولية محافظ الحسابات في الحد من الغش والخطأ في القوائم المالية.

• نتائج البحث: من خلال الدراسة توصلنا الى مجموعة من النتائج نوجزها فيما يلي:

- مهنة المراجعة له أهمية كبيرة في إضفاء الثقة على مخرجات المؤسسات الإقتصادية؛
- يتحمل محافظ الحسابات المسؤولية المدنية والجزائية والتأديبية عن الأعمال التي قام بها بالمؤسسة؛
- ان توفر الخبرة والكفاءة مهم جدا لكشف عمليات الغش والخطأ في القوائم المالية؛
- يعتبر كل من التأهيل العلمي والعملية والمعرفة بمعايير المراجعة المتعارف عليها نقاط إيجابية في كفاءة محافظ الحسابات.

• الاقتراحات: يمكن طرح بعض المواضيع التي من شأنها أن تساهم في إثراء هذا الموضوع ومن بينها نذكر:

- اليات مكافحة الغش والاحتيال المالي في المؤسسات الاقتصادية؛
- التكامل بين المراجع الداخلي والخارجي ودوره في مكافحة صور الفساد المالي؛
- دور محافظ الحسابات في الحد من الفساد المالي؛
- محافظة الحسابات بين مراجعة الفساد وفساد المراجعة؛
- الأساليب الحديثة في اكتشاف الفساد المالي؛
- مسؤولية المراجعة في حماية الاقتصاد الوطني من كافة ممارسات الفساد المالي.
- وإذا كان من المتفق عليه أن المسؤولية القانونية لمحافظ الحسابات تمثل الحد الأدنى لما يتحمله من مسؤوليات، وان المسؤولية المهنية قد تكون أخطر من المسؤوليات القانونية، وأن القواعد الأخلاقية تدعم وفاء المهنة بمسؤولياتها الاجتماعية، فإنه ينبغي إجراء اختبارات عملية لقواعد السلوك المهني في الجزائر، وإجراء الدراسات الأكاديمية اللازمة لبحث وتطوير هذه القواعد وهذا لتطوير الممارسة المهنية.

المراجع والإحالات:

- ¹ Dan Stirbu, Maria Moraru, Nicoleta Farcane , Rodic Blidisel and Adina Popa **Fraud and Error: Auditor Responsibility Levels**, Annales universitatis Apulensis Series Oeconomica, 11(1), 2009.
- ² Philmore Alleyne and Michel Howard, **An exploratory study of auditors' responsibility for fraud detection in Barbados** , Managerial Auditing Journal, Volume 20 issue3, 2005.
- ³ Thomas E. Mckee, Norway Bergen And Johnson City, **Increase Your Fraud Auditing Effectiveness by being Unpredictable**, Managerial Auditing Journal, Vo.21, No.2, 2006.
- ⁴ Cormier, Denis and Lapointe-Antunes, Pascale, **(The auditor's assessment and detection of corporate fraud: some Canadian evidence**, International Journal of Accounting, Auditing and Performance `Evaluation, Volume 3, N2, 2006.
- ⁵ Theodore J. Mock and Jerry L. Turner, **Auditor Identification of Fraud Risk Factors and their Impact on Audit Programs** ”, International Journal of Auditing, Volume 9, Issue 1, 2005.
- ⁶ Suzette Viviers and Danie venter, **FRAUD: AN SMME PERSPECTIVE**, (2008). SAJESBM NS Volume 1, Issue 1, 2008.

7 المصدر:

- شيرين مصطفى الحلو، المسؤولية المهنية لمدققي الحسابات في اكتشاف الغش والخطأ في القوائم المالية، رسالة ماجستير في الحاسبة والتمويل غير منشورة، قسم المحاسبة والتمويل، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2012، ص28.
- عبد الوهاب نصر علي؛ مسؤولية مراقب الحسابات عن كشف الغش والفساد وغسل الأموال، دار الجامعية الإسكندرية، 2011. (ص ص10-13).

* المراسيم المقصودة هي المراسيم رقم 24،25،26،27،28،29 الصادرة بتاريخ 2011/01/27.

⁸ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 42 الصادرة بتاريخ 11 يوليو 2010، ص7.

⁹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 42، مرجع سابق، ص7.

¹⁰ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 42، مرجع سابق، ص10(المواد 59،60،61،62،63).

¹¹ عبد الوهاب نصر علي، مرجع سبق ذكره، ص10.

¹² مرجع نفسه، ص11.

¹³ Helenn Doody and Technical Information Service, **Corporate fraud, Chartered Institute of Management Accountants**, Topic Gateway Series No.57, may- 2009, p1

¹⁴ محمد سمير الصبان، محمد الفيومي، **المراجعة بين النظرية والتطبيق**، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر، 1990، ص135.

¹⁵ شيرين مصطفى الحلو، مرجع سبق ذكره، 2112، ص19.

¹⁶ عبد الوهاب نصر علي، مرجع سبق ذكره، 2011، ص35.

¹⁷ حسين أحمد دحدوح، حسين يوسف القاضي، **مراجعة الحسابات المتقدمة الإطار النظري والإجراءات العلمية**، ط1، دار الثقافة، عمان، 2009، ص178.

¹⁸ عماد صالح نعمة، **موقف المدقق تجاه مسؤولية الإهمال في كشف الغش**، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 09، العدد 29، 2013، ص216.

¹⁹ عيد محمود ابوزيد عبد الناصر، دور اداء مراقب الحسابات لاستشارات ادارة المخاطر كأحد خدمات بخلاف التأكد في زيادة فاعلية عملية الكشف والتقرير عن الغش، بحث مقدم للمؤتمر الدولي الاول للمحاسبة والمراجعة، جامعة بنى سويف، 2013، ص14-15.

²⁰ slavin n.s, **the elimination of scater in determining the auditor's statutory liability**, the accounting review .April 1977 p368-360

²¹ شرين مصطفى الطلو، مرجع سبق ذكره، 2112، ص 36-37.

²² عماد صالح نعمة، مرجع سبق ذكره، ص 219.

²³ الهواري محمد نصر واخرون، دراسات متقدمة في المراجعة -المشكلات المعاصرة في المراجعة "الإطار العلمي للمشكلات العملية"، مكتبة دعم الطالب الجامعي، القاهرة، الطبعة الأولى، 2008، (ص ص574-575)

²⁴ مرجع نفسه، ص574-575 (بتصرف)

تحليل الوضعية المالية للمؤسسة الاقتصادية باستخدام القيمة الاقتصادية المضافة

(دراسة حالة مجمع صيدال للسنوات 2012-2015)

Analyse de la situation financière de l'institution économique en utilisant la valeur ajoutée économique (L'étude de cas du Complexe Sidal pour les années 2012-2015)

د. زيدي البشير

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي / الجزائر

zebidi73@gmail.com

Received: 25/01/2017

Accepted: 14/03/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

لقد ركزت هذه الدراسة على تسليط الضوء على أهمية المؤشرات الحديثة على رأسهم القيمة الاقتصادية المضافة (EVA) والتي تعد واحدة من الأدوات الفعالة لتقييم الأداء المالي للمؤسسات الاقتصادية، رغم تعدد المؤشرات التقليدية والتي تهدف في مجملها إلى رفع أداء المؤسسات من خلال الكشف عن مستواه، ومن ثم المساعدة على اتخاذ القرارات المناسبة، لأن تحديد الأرباح الصافية التي يمكن أن تحققها المؤسسات الاقتصادية لم يعد في الوقت الراهن مؤشر كافيا في تحديد قيمتها، حيث يمكن أن تخفي عدة نقائص، ولعل من أهم هذه المؤشرات تلك المبنية على منظور خلق القيمة، باعتبار أن هذا الأخير يعد الهدف الذي يرضي الأطراف المهتمة بالمؤسسة، خاصة المساهمين منهم حسب ما جاء به الفكر المالي.

الكلمات المفتاحية: القيمة الاقتصادية المضافة (EVA)، المؤشرات، التقييم، الأداء المالي.

Abstract:

This study focused on highlighting the importance of modern indicators led economic value added (EVA), which is one of the effective tools to evaluate the financial performance of economic institutions, in spite of multiple traditional indicators, which aims in its entirety to raise the performance of the institutions through detection level, and thereby helping to make the appropriate decisions, because determining the net profits that can be achieved by economic institutions is no longer at the moment sufficient indicator in determining the value, where you can hide a number of shortcomings, and perhaps the most important of these indicators are those based on the perspective of value creation, as this the latter is a goal that satisfies the institution interested parties, including private shareholders as stated by financial thought.

Key Words : economic value added (EVA), indicators, evaluation, and financial performance.

تمهيد:

يعتبر موضوع تقييم الأداء المالي، أحد المواضيع الهامة بنسبة للمسيرين والباحثين على حد سواء، باعتباره يعكس النتيجة المنتظرة من وراء كل نشاط وهو يمثل دافع أساسي لاستمرارية ووجود المؤسسات، والتي تهدف إلى تحقيق نتائج مرضية حتى يتسنى لها البقاء في عالم تسوده المنافسة الشرسية والعولمة المالية. وتهدف عملية تقييم الأداء المالي إلى تشخيص الوضعية المالية للمؤسسة ومقارنة الأداء الفعلي لأنشطة الشركات لتحديد الانحرافات عن الأهداف المحددة، ومعرفة أهم المشاكل والبحث عن أسبابها وضرورة إجراء عملية التقييم الدوري ومحاولة اقتراح قرارات تصحيحية، وقياس الأداء المالي يتم بالمؤشرات التقليدية أو باستعمال مؤشرات الأداء المبنية على القيمة في تشخيص وضعية المؤسسة، والوقوف على أداؤها. فهذه المؤشرات من شأنها أن تساعد المسيرين بالدرجة الأولى في كشف وضعية مؤسستهم على عدة مستويات، والرشادة في اتخاذ القرارات السليمة. ومن هنا ظهر مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة كأداة حديثة لقياس وتقييم الأداء المالي نظرا للانتقادات التي وجهت إلى مختلف المؤشرات التقليدية من حيث اعتمادها على التقدير وتأثرها باختلاف الطرق المحاسبية. وعلى هذا الأساس سنتضمن هذه الدراسة ثلاث محاور، وهما:

أولاً: ماهية تقييم الأداء المالي؛

ثانياً: القيمة الاقتصادية المضافة (EVA) كمؤشر حديث لتقييم الأداء المالي؛

ثالثاً: تقييم الأداء المالي لمجمع صيدال باستخدام مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة (EVA)

أولاً: ماهية تقييم الأداء المالي

لمعرفة الصورة الحقيقية للأداء المالي للمؤسسة وتبيان مستوى النجاح أو الفشل عليها أن تمر أولاً بالتحليل المالي ومن ثم تقييم الأداء المالي، حيث أجمع معظم الباحثين على أن تقييم الأداء المالي يعتمد على التحليل المالي، ويعد هذا الأخير من أحد الأدوات المهمة لدراسة البيانات التي تحتويها القوائم المالية.

1. مفهوم تقييم الأداء المالي: لكي تقف أي إدارة على نقاط القوة والضعف وعلى الفرص المتاحة والمعوقات التي يمكن أن تواجهها كان لا بد لها من تقييم أداءها وخاصة الأداء المالي باعتباره يزود الإدارة بمعلومات لسد الثغرات والمعوقات التي قد تظهر مستقبلاً.

ويقصد بتقييم الأداء المالي بتقديم حكماً ذو قيمة عن إدارة الموارد الطبيعية والمادية المتاحة، لإدارة المؤسسة، وبالطريقة التي تشبع رغبات أطرافها المختلفة، ويعتبر تقييم الأداء المالي للمؤسسة قياساً للنتائج المحققة أو المنتظرة في ضوء معايير محددة سلفاً.

وبتعريف آخر: "كذلك عند تقييم أي مشروع من الناحية الإدارية لا بد أن يرافقه تقييم آخر هو التقييم المالي من أجل التأكد من احتياجات المشروع وإمكانية تغطية نفقاته، وتقدير الإيرادات السنوية المتوقعة، وعلى اعتبار أن عملية التقييم هنا تأخذ صفة مالية بحتة يطلق عليها عملية التقييم المالي"³.

من التعاريف السابقة تم التوصل إلى أنّ عملية التقييم تهدف أساساً إلى تحسين وتطوير الأداء المالي في المؤسسات، من خلال معرفة المعوقات والانحرافات ومظاهر الضعف التي تسفر عنها عملية التقييم، ومعرفة أسبابها من أجل الوصول إلى الطرق الكفيلة بعلاجها لمنع حدوثها في المستقبل، بحيث يفترض من خلال التقييم محاولة الإجابة على الأسئلة التالية⁴:

- ما مستوى الأداء المالي الحالي؟
- هل يمكن تحسين مستوى الأداء المالي الحالي وتطويره؟
- كيف يمكن ذلك؟

2. أهمية تقييم الاداء المالي: تتمثل أهمية تقييم الاداء المالي فيما يلي:

- عملية تقييم الاداء المالي تساعد في تحديد المسؤولين عن الانحرافات بين الاداء المالي المخطط والاداء المالي المحقق؛
- تقييم الاداء يظهر التطور الذي حققته المؤسسة خلال مسيرتها سواء نحو الأفضل أو نحو الأسوأ؛
- نظام التقييم يوفر معلومات لمختلف المستويات الإدارية في المؤسسة، لأغراض التخطيط والرقابة، واتخاذ القرارات المستندة على حقائق علمية وموضوعية؛
- اكتشاف التغيرات التي لها تأثير في أنشطة المؤسسة، واكتشاف القرارات الخاطئة فوراً لاتخاذ الإجراءات التصحيحية في الوقت المناسب.

3. خصائص تقييم الاداء المالي: يتصف الاداء المالي بالخصائص التالية:

- تعتبر وظيفة من الوظائف الإدارية ولا يمكن أن تكون منفردة بذاتها، لأن وجودها مرهون بوجود وظائف الإدارة الأخرى؛
- عملية تقييم الاداء المالي تتعلق بالمستقبل؛
- مراعات مبدأ التكلفة والعائد، أي لا بد أن يحقق نظام تقييم الاداء عائد أكبر من التكلفة؛
- تتصف عملية تقييم الاداء بالمرونة أي أن تكون المؤشرات المستخدمة مناسبة لنشاط المؤسسة؛
- تعتبر عملية مستمرة وتشمل كل مراكز المسؤولية في المؤسسة وكل أوجه النشاط؛
- الوضوح والعدالة في تقييم الاداء؛
- تكون مرتبطة بأهداف المؤسسة، ويتم استخدامها بصورة منتظمة ومستمرة.

4. تطور عملية تقييم الاداء المالي: إن اختيار مقياس الاداء المالي من أهم الصعوبات التي تواجه المؤسسات، حيث تلعب مقاييس الاداء الدور الرئيسي في تطوير الخطط الاستراتيجية، وكيفية انجاز الأهداف التنظيمية، وتحفيز ومكافأة الإدارة. وتعتمد مقاييس الاداء المالي في أساسها على النسب المالية، حيث كان ينظر لها على أنها وسيلة لقياس كفاءة وفعالية العمل داخل المؤسسة.

إلا أن المتغيرات الاقتصادية والتطورات السريعة لمنشأة الأعمال الحديثة أدت للكشف عن قصور مقاييس الاداء التقليدية في اعطاء صورة متكاملة عن الاداء بمختلف أبعاده، وقد تمثل هذا القصور بصفة أساسية في عدم قدرة مقاييس الاداء التقليدية، وفي مقدمتها النسب المالية، من عدم القدرة على الكشف عما إذا كانت جهود الإدارة قد ساهمت بالفعل في تعظيم ثروة الملاك أم لا، فمثلا نسب الربحية لا تأخذ بعين الاعتبار تكلفة الأموال المستخدمة لتحقيق تلك الربح، ولا المخاطر التي تتعرض لها تلك الربحية، أي لا تأخذ في الحسبان معدل العائد الذي يطلبه الملاك، ولا يمكن قياس وتقييم أداء المؤسسات، سواء في الأجل القصير أو الطويل، وبالتالي لم تكن تهتم بالتوجهات الاستراتيجية للمؤسسات ودعم قدراتها التنافسية، وعلى العكس فالقيمة الاقتصادية المضافة تراعى كل هذه الاعتبارات. وهذا ما أدى بالمؤسسات للتوجه نحو تطوير أساليب تقييم الاداء المالي كمحاولة لتطوير وتحديث نفعية التقارير المالية تلبية احتياجات مستخدمي المعلومات المالية.

ثانيا: القيمة الاقتصادية المضافة (EVA) كمؤشر حديث لتقييم الاداء المالي

إن تبني منهج القيمة الاقتصادية المضافة أصبح في بعض الوحدات إطارا لإعادة بناء نظم القياس والتقييم المالي، من أجل إدارة أكثر فعالية لمصالح حملة الأسهم، وإيجاد تخطيط قائم على تحقيق القيمة وتعظيم ثروة المستثمر وتغيير سمات ثقافة الوحدة.

1. مفهوم القيمة الاقتصادية المضافة: يرجع الفضل في ظهور القيمة الاقتصادية المضافة (Economic Value Added) للباحثين جول سترن Joel Stern وزميله جى بنيت ستوارتس G.Bennett Stewart, حيث كانا يعملان لحساب شركة سترن ستوارت Stewart Stern للاستشارات سنة 1982, ويقوم هذا المفهوم على أن كفاءة الإدارة تقاس بمدى قدرتها على تحقيق الأرباح تزيد عن تكلفة الأموال المستثمرة, بغض النظر عن مصدرها أي سواء كان مصدرها الملاك أو المقرضون, وعندما تكون الربحية تفوق تكلفة الأموال نكون أمام خلق أو إضافة لثروة الملاك, أما لو كانت تكلفة الأموال أكبر من الأرباح, فإننا نكون أمام تبيد للثروة, وإذا كان الأساس في مكافأة الإدارة هو مدى قدرتها على تحقيق إضافة إلى ثروة الملاك, فإننا بذلك نكون قد وضعنا الإدارة والعاملين في زورق واحد مع حملة الأسهم, لكي يصبح تحقيق مصلحة الملاك, هو في ذاته تحقيق لمصلحة إدارة المؤسسة, وفي ذلك تفعيل للأساسيات حوكمة الشركات⁷.

ويعد مقياس القيمة الاقتصادية المضافة (EVA) من أكثر المقاييس انتشارا برغم من شيوع مفهوم القيمة المضافة في الفكر الاقتصادي, وقد عرفه سترن ستوارتس Stern – Stewart بأنه "مقياس للإنجاز المالي لتقدير الربح الحقيقي, ومرتبطة بتعظيم ثروة المساهمين على مدى الوقت وهو الفرق بين صافي الربح التشغيلي المعدل بعد الضرائب وتكلفة رأس المال المملوك والمقترض"⁸.

كما عرفه باحثون بأنه: "مقياس محاسبي لأداء التشغيل الجاري وهو يمثل الدخل المتبقي بعد حصول المستثمرين على الحد الأدنى من العائد المطلوب الذي يعرضهم عن المخاطر التي يواجهونها نتيجة استثمار أموالهم في الوحدة"⁹.

مما سبق نستنتج أن القيمة الاقتصادية المضافة (EVA): هي عبارة عن صافي الربح المتبقي بعد خصم كافة التكاليف التي تحملتها الوحدة وإجراء التسويات أو التعديلات التي تراها الوحدة ملائمة لها.

2. أهمية القيمة الاقتصادية المضافة: للقيمة الاقتصادية المضافة دورا هاما في تقييم الأسهم بقيمتها العادلة, وتكمن هذه الأهمية فيما يلي¹⁰:

- يوضح هذا المعيار التحسن المستمر والفعلي لثروة المساهمين؛
- مقياس حقيقي للأداء المالي والإداري؛
- معيار لنظام الحوافز والتعويضات لمسيري الشركات؛
- معيار لقياس النمو الحقيقي لربحية الشركة في المدى الطويل؛
- مؤشر لتعظيم سعر السهم في السوق المالي؛
- تعتبر وسيلة لسد الفجوات التي تحدثها المبادئ المحاسبية؛
- وسيلة للحد من مشكلة الوكالة من خلال تقريب اهتمامات المدراء وحملة الأسهم؛
- أداة للمفاضلة بين الفرص الاستثمارية المتوقعة؛
- أداة لتقييم عملية اتخاذ القرارات الإدارية والمالية؛
- معيار يخلق لغة مشتركة لجميع العاملين في الشركة في مجال الرقابة والمتابعة.

3. التعديلات والتسويات المقترحة لحساب القيمة الاقتصادية المضافة: يتميز مدخل القيمة الاقتصادية المضافة (EVA) في حسابه عن غيره, حيث يعيد النظر في محددات تكلفة التشغيل, إذ يتعامل مع التكاليف من منظور الربح الاقتصادي الذي يركز على مفهوم التدفقات النقدية, ليس كربح المحاسبي الذي يركز على مفهوم الاستحقاق, فالديون المشكوك فيها مثلا وفقاً للمفهوم المحاسبي يتم خصم قيمتها عن السنة من الإيرادات التشغيل في نفس السنة, أم مفهوم الربح الاقتصادي ينص على أن لا تخصم من الإيرادات طالما لم يتم إعدام تلك الديون

بالفعل. كذلك الربح الاقتصادي يفرض خصم نفقات الحملة الإعلانية بالكامل من إيرادات السنة، إذ يخصم ما يخص تلك السنة فقط¹¹.

وهناك عدة تعديلات تتطلبها القيمة الاقتصادية المضافة (EVA) والتي اقترحها ستيرن ستيوارت - Stern Stewart نذكر منها:

- مخصص ضرائب الدخل المؤجلة؛
- مخصص تقادم المخزون؛
- إهلاك شهرة المحل؛
- رسملة الموجودات غير الملموسة؛
- نفقات إعادة الهيكلة؛
- المنح الحكومية ومكافآت نهاية الخدمة وتقييم الالتزامات الطارئة.

ويوجد تعديلات أخرى تخص التضخم والمشروعات المشتركة وترجمة العملة ونماذج السداد المؤجلة والتأجير التشغيلي ومخصصات الضمان.

4. **إيجابيات القيمة الاقتصادية المضافة:** يمكن أن نبين ونستخلص مصادر القوة الأساسية التي تتمتع بها القيمة الاقتصادية المضافة، فيما يلي¹²:

- تقيس العوائد الاقتصادية لإجمالي رأس المال المستثمر؛
- تعترف بصورة صريحة بتكلفة رأس المال سواء المملوك أو المقترض؛
- ترتبط بشكل وثيق بالقيمة وبثروة حملة الأسهم، وتوجه إدارة المؤسسة إلى الأداء الذي يؤدي إلى زيادة العائد لحملة الأسهم؛
- تعمل على تخفيض مشاكل الوكالة من خلال تحفيز المسيرين وتشجيعهم على التصرف ملاك كأنهم ملاك للمؤسسة؛

تؤدي إلى تطابق أهداف المسيرين مع أهداف حملة الأسهم والمؤسسة ككل؛

5. **خطوات حساب القيمة الاقتصادية المضافة:** لحساب القيمة الاقتصادية المضافة يجب إتباع الخطوات التالية: حساب التكلفة الوسطية المرجحة لرأس المال CMPC (تكلفة رأس المال) حيث تعرف على أنها المردودية الأدنى الواجب تحقيقها من مشروع استثماري، وتعتبر تكلفة رأس المال عنصر مهم في المجال المالي فهي المعيار الأمثل للمفاضلة بين البدائل الاستثمارية والمحدد الرئيسي لقيمة المؤسسة. ويتم حسابها وفق العلاقة التالية¹³:

$$K0 = KD . (D/D+CP) + Kcp . (CP/ D+CP)$$

K0: التكلفة الوسطية المرجحة لرأس المال؛

KD: تكلفة الديون؛

D: الديون؛

Kcp: تكلفة الأموال الخاصة؛

CP: الأموال الخاصة.

حساب القيمة الاقتصادية المضافة EVA حيث تحسب وفق العلاقة التالية:

$$EVA = (ROCI - CMPC) . CI$$

حيث:

ROCI: العائد على رأس المال المستثمر.

CMPC: تكلفة رأس المال.

CI: رأس المال المستثمر.

ثالثا: تقييم الأداء المالي لمجمع صيدال باستخدام مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة (EVA) بعد التطرق للجانب النظري، سنقوم في هذا المحور بحساب القيمة الاقتصادية المضافة (EVA) خلال السنوات 2012 إلى غاية 2015 بالاعتماد على مختلف القوائم المالية بهدف تقييم الأداء المالي لمجمع صيدال للتعرف على إمكانية المجمع على خلق قيمة للمساهمين. ولحساب القيمة الاقتصادية المضافة (EVA) لمجمع صيدال يجب إتباع الخطوات التالية:

1. حساب تكلفة الأموال الخاصة Kcp: تحسب تكلفة الأموال الخاصة وفق علاقة مردودية الأموال الخاصة كالتالي:

$$\text{تكلفة الأموال الخاصة Kcp} = \text{النتيجة الصافية (RN)} / \text{الأموال الخاصة (CP)}$$

والجدول الموالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (01): تكلفة الأموال الخاصة Kcp لمجمع صيدال خلال الفترة (2012 - 2015)

البيان	2012	2013	2014	2015
النتيجة الصافية	1965160951.44	2658147326.76	738097348.86	609333773.22
الأموال الخاصة	14746506012.33	16748436102.49	3936167895.59	4603745255.09
Kcp	0.133	0.158	0.187	0.132

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية لمجمع صيدال

2. حساب تكلفة الإستدانة (KD): تحسب تكلفة الإستدانة وفق العلاقة التالية:

$$\text{تكلفة الإستدانة (KD)} = \text{النتيجة المالية} / \text{الإستدانة الصافية}$$

الإستدانة الصافية (DN) = الخصوم غير الجارية + خزينة الخصوم - خزينة الأصول - التوظيفات المالية والجدول الموالي يوضح عملية حساب الإستدانة الصافية (DN) قبل حساب تكلفة الإستدانة (KD).

الجدول رقم (02): يوضح قيم الإستدانة الصافية (DN) لمجمع صيدال خلال الفترة (2012 - 2015)

البيان	2012	2013	2014	2015
الخصوم غير جارية	6341404296.71	5008200602.57	645024435.93	6114121846.37
خزينة الخصوم	1468524539.53	732016536.52	16230964.48	16701226.99
خزينة الأصول	7153519481.26	5413372987.30	1731489139.20	1600603673.86
التوظيفات المالية	18642816.89	2018559989.19	00.00	00.00
DN	637766538.1	1691715837-	1070233739-	4530219400

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية لمجمع صيدال

ويتم حساب تكلفة الإستدانة (KD) من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (03): تكلفة الإستدانة (KD) لمجمع صيدال خلال الفترة (2012 - 2015)

البيان	2012	2013	2014	2015
النتيجة المالية	124338803.55-	147696864.44-	16538454.75-	50654372.91-
الإستدانة الصافية	637766538.1	1691715837-	1070233739-	4530219400
KD	-0.1949597	0.08730595	0.015453124	-0.01118144

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية لمجمع صيدال

1. حساب التكلفة الوسطية المرجحة لرأس المال KD: وتحسب وفق العلاقة التالية:

$$KD = K_{cp} \times CP / (DN + CP) + KD \times (1 - IS) \times DN / (DN + CP)$$

حيث:

KD: التكلفة المتوسطة المرجحة لرأس المال؛

KD: تكلفة الإستدانة؛

Kcp: تكلفة الأموال الخاصة.

الجدول رقم (04): التكلفة الوسطية المرجحة لرأس المال K₀ لمجمع صيدال خلال الفترة (2012 - 2015)

البيان	2012	2013	2014	2015
Kcp	0.133	0.158	0.187	0.132
CP	14746506012.33	16748436102.49	3936167895.59	4603745255.09
DN	637766538.1	1691715837-	1070233739-	4530219400
DN+CP	15384272550	15056720265	2865934157	9133964655
CP/(DN+CP)	0.958544251	1.112356198	1.37343277	0.50402486
KD	-0.1949597	0.08730595	0.015453124	-0.01118144
(1- IS)	0.81	0.81	0.81	0.81
DN/(DN+CP)	0.041455749	-0.112356198	-0.373432773	0.49597514
KD	0.120939803	0.16780669	0.252157659	0.062039251

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية لمجمع صيدال

2. حساب العائد على رأس المال المستثمر (ROCI): لكي يتم حساب العائد على رأس المال المستثمر ROCI

يجب حساب رأس المال المستثمر CI بالعلاقة التالية:

رأس المال المستثمر CI = الإستثمارات العينية (INVE) + الإحتياج في رأس المال العامل (BFR)

الإحتياج في رأس المال العامل (BFR) = (الأصول الجارية- خزينة الأصول) - (الخصوم الجارية - خزينة الخصوم)

ويتم حساب الإحتياج في رأس المال العامل (BFR) من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (05): الإحتياج في رأس المال العامل (BFR) لمجمع صيدال خلال الفترة (2012 - 2015)

البيان	2012	2013	2014	2015
أجارية-خ الأصول	11394237751	11358901156	1802827074	2068108551
خ جارية- خ الخصوم	7464710646	7610920131	1625384084	1288196544
BFR	3929527105	3747981025	177442990.1	779912008

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية لمجمع صيدال

أما رأس المال المستثمر (CI) يتم حسابه من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (06): رأس المال المستثمر (CI) لمجمع صيدال خلال الفترة (2012 - 2015)

البيان	2012	2013	2014	2015
BFR	3929527105	3747981025	177442990.1	779912008
INVE	11454745444.91	11308739239.87	8493711166.71	8354052646.97
CI	15384272550	15056720265	8671154157	9133964655

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية لمجمع صيدال

وبعد حساب رأس المال المستثمر (CI) سيتم حساب العائد على رأس المال المستثمر ROCI وفق العلاقة التالية:

العائد على رأس المال المستثمر ROCI = النتيجة العمليانية RO / رأس المال المستثمر CI

ومن خلال الجدول التالي نستطيع تطبيق العلاقة السابقة.

الجدول رقم (07): الإحتياج في رأس المال العامل (BFR) لمجمع صيدال خلال الفترة (2012 - 2015)

البيان	2012	2013	2014	2015
RO	2522169350.7	2946399282.02	960942073.94	792902510.88
CI	15384272550	15056720265	8671154157	9133964655
ROCI	0.163944661	0.195686659	0.11082055	0.086808143

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية لمجمع صيدال

3. حساب القيمة الاقتصادية المضافة (EVA): وفي آخر مرحلة يتم حساب القيمة الاقتصادية المضافة وفق

العلاقة التالية:

$$EVA = (ROCI - CMPC) \times CI$$

حيث :

EVA : القيمة الاقتصادية المضافة

ROCI : العائد على رأس المال المستثمر

CMPC : التكلفة المتوسطة المرجحة لرأس المال

CI : رأس المال المستثمر

ومن خلال الجدول التالي نستطيع تطبيق علاقة حساب القيمة الاقتصادية المضافة EVA.

الجدول رقم (08): حساب القيمة الاقتصادية المضافة EVA لمجمع صيدال خلال الفترة (2012 - 2015)

البيان	2012	2013	2014	2015
ROCI	0.163944661	0.195686659	0.11082055	0.086808143
CMPC	0.120939803	0.16780669	0.252157659	0.062039251
CI	15384272550	15056720265	8671154157	9133964655
EVA	661598456.4	419780894.2	-1225555860	226238184.1

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الجدول رقم 06 و 07



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على جدول رقم (08)

من خلال الشكل أعلاه يظهر لنا أن مجمع صيدال لم يستطع التحكم في خلق قيمة خلال فترة الدراسة حيث كانت القيمة الاقتصادية المضافة EVA في تناقص مستمر تقريبا، وكانت أفضل قيمة اقتصادية مضافة خلال فترة الدراسة هي سنة 2012 تقدر بـ: 661598456.4 أم سنة 2013 إنخفضت نسبيا إلى 419780894.2 أم الانخفاض الأكبر كان سنة 2014 حيث كانت القيمة الاقتصادية المضافة سالبة بـ: -1225555860، حيث نلاحظ أن هناك إنخفاض كبير في رأس المال المستثمر، أما سنة 2015 فنلاحظ إرتفاع في القيمة الاقتصادية المضافة حيث قدرت بـ: 226238184.1 أي أفضل من سنة 2013 و2014.

وفي الأخير نستنتج أن مجمع صيدال خلال فترة الدراسة كان مستوى الأداء المالي غير مرضي.

الخاتمة

لقد وجد تقييم الأداء المالي الكثير بالاهتمام من قبل الباحثين حول إثبات فاعليته لتحقيق نتائج أفضل، ويعود ذلك الاهتمام إلى توسع الأسواق المالية وتزايد تداخلها وتأثرها بالأوضاع الاقتصادية، وتبعاً لذلك توجه مختلف الباحثون إلى ضرورة اكتشاف أدوات قياس تتأثر بالتقلبات الاقتصادية وتساعد المؤسسة على تحسين لأدائها من خلال اتخاذ القرارات المالية المناسبة ومن أبرز هذه المؤشرات مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة EVA، لأن المنهج التقليدي للتحليل المالي الذي يعتمد على النسب المالية وأسلوب المقارنات وتحليل التغيير والاتجاه لا يمكن الوصول من خلاله إلى استنتاجات مطلقة، بسبب حالات عدم التأكد التي تتخلل نتائجها، كونها تتميز بالسكون وتعبر عن فترة معينة من نشاط الشركة، ولا تمكن المحلل المالي أو المستثمر للتنبؤ بالمستقبل المالي للشركات، لذا يمكن الاعتماد على مجموعة من الأدوات والأساليب الحديثة سواء كانت كمية أو نوعية، كما أن نتائج هذه الدراسة تكون جيدة بقدر جودة المعلومات المستعملة في إعداد البيانات المالية الخاصة بالشركات، خاصة وأنه كثيراً ما يعمل المحللون الماليون في بيئة تتسم بشح في المعلومات أو أنها تتميز بعدم الدقة، وبالتالي سيكون هناك تأثير على مصداقية نتائج دراستهم.

ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث نذكر ما يلي:

- تعد مقاييس الأداء المالي التقليدية قاصرة في إمداد إدارة الشركة بالمعلومات الكافية ولا يمكن الاعتماد عليها بسبب تركيزها على الجانب المالي فقط وإهمال الجوانب الأخرى وأهمها التشغيلي.

- ان القيمة الاقتصادية المضافة تقدم المعلومات الضرورية إلى جهات عدة لإدارة الشركة حول مساهمة كل عامل من عوامل الإنتاج في الدخل المتحقق خلال الفترة المالية وبالنسبة للعاملين في الشركة فأنها تمدهم بمقدار الأجور والمكافآت التي حصلوا عليها مقابل مساهمتهم في العملية الإنتاجية إضافة للمعلومات التي تقدمها للجهات الحكومية وأهمها هيئة الضرائب وأجهزة التخطيط لمساعدتها في إعداد حسابات الدخل القومي
- ان القيمة الاقتصادية المضافة تمثل حصيلة جهود متنوعة من قبل أطراف متعددة لها علاقة ومرتبطة بمصالح الشركة كما تبين كيفية توزيع الدخل بين هذه الجهات.
- يؤدي استخدام مدخل القيمة الاقتصادية المضافة للتخلص من التناقضات التي تنشأ من جراء استخدام الشركة مقاييس أداء مختلفة مثل ربحية السهم العادي ومعدل العائد الداخلي وفترة الاسترداد.

المراجع والإحالات:

- 1 محمد نجيب دبایش، طارق قدوري، دور النظام المحاسبي المالي في تقييم الأداء المالي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الوطني حول: واقع وأفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي، يومي 05-06 ماي 2013، ص 07.
- 2 السعيد فرحات جمعة، الأداء المالي لمنظمات الأعمال، دار المريخ للنشر، الرياض، 2000، ص 38.
- 3 أديب برهوم وآخرون، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 29، العدد 2، 2007، ص 83.
- 4 أديب برهوم وآخرون، مرجع سابق، ص 84.
- 5 غدير محمود المهدي، استخدام مؤشرات تقييم الأداء المالية التقليدية و القيمة الاقتصادية لقياس التغير في القيمة السوقية للأسهم، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة، 2014، ص 21.
- 6 نيفين عبد القادر حمزة ابراهيم حال، استخدام مدخل القيمة الاقتصادية المضافة في تقييم الأداء المحاسبي للشركات، رسالة ماجستير، جامعة بورسعيد، 2014، ص 37.
- 7 منير إبراهيم هندي، الفكر الحديث في التحليل المالي وتقييم الأداء "مدخل حوكمة الشركات"، مطبعة الدلتا، الإسكندرية، 2009، ص 346.
- 8 مقبل علي أحمد علي، دراسة لنموذج القيمة الاقتصادية المضافة كأداة مكملة لأدوات تقويم أداء الشركات الصناعية والتعديلات المقترحة لاحتسابها، جامعة الموصل، بدون سنة نشر، ص 04.
- 9 نفس المرجع السابق، نفس الصفحة.
- 10 بن مالك عمار، المنهج الحديث للتحليل المالي الأساسي في تقييم الأداء، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2011، ص 102.
- 11 منير إبراهيم هندي، مرجع سابق، ص 348.
- 12 غدير محمود المهدي، مرجع سابق، ص ص (52-53).
- 13 إلياس بن ساسي، يوسف قريشي، التسيير المالي (الإدارة المالية) دروس وتطبيقات، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، جامعة الجزائر ورقلة، 2011، ص 38.

سياسة الاستثمار في الجزائر - آفاق وتحديات -

The policy of investment in Algeria -Prospects and Challenges-

أ. زينات أسماء

جامعة الجزائر 03 / الجزائر

zinet-isma@live.fr

Received: 28/01/2017

Accepted: 17/03/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

نظرا للتحويلات الاقتصادية التي شهدتها العالم مؤخرا ، و المتمثلة في تنامي وتيرة العولمة أصبح لزاما على الجزائر ان تعمل على تعزيز قدرات الاقتصاد الوطني من اجل تحقيق الاندماج التدريجي مع الاقتصاد العالمي ، و ذلك من خلال انتهاز سياسة اقتصادية للاصلاحات الهيكلية و اتخاذ اجراءات و تدابي اقتصادية و قانونية واجتماعية تساهم في خلق بيئة محفزة للاستثمار سواء كان محلي او اجنبي ، كما تسمح هذه الاجراءات بإبراز الفرص الاستثمارية و المزايا المتاحة ، و ضمن هذا الاطار فقد عملت الجزائر منذ تسعينات القرن الماي على اعادة هيكلة اقتصادها تماشيا مع التحويلات التي طرأت على الساحة الدولية بدأ بالمرسوم التشريعي 93-12 المؤرخ في 5 اكتوبر 1993 المتعلق بترقية الاستثمار ، ومع مطلع الألفية اعتمدت الجزائر على انشاء مجموعة من الهياكل الادارية ترمي لمساندة و تطوير مشاريع الاستثمار وذلك بموجب الامر 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 والمتعلق بتطوير الاستثمار.

و بالرغم من الجهود المبذولة و المكرسة لترقية و تشجيع الاستثمارات المحلية و الاجنبية ، إلا أن حجم الاستثمارات المسجلة في البلاد لم تكن تتناسب بأي حال من الاحوال مع مستوى الطموحات و مستوى الفرص الاستثمارية الهائلة التي تتوفر عليها الجزائر.

Abstract:

Thanks to the Recent Economic Transformations in the World, and the growing pace of Globalization it is necessary for Algeria to strengthen the capacity of the national economy in Order to achieve the gradual integration with the global economy, economic policy through structural reforms ; economic measures and actions; and legal and social contributes to creating a stimulating environment for investment whether local or foreign. It also allows these actions to highlight Investment opportunities and benefits available, and within this framework it may Since the early 1990s Algeria worked on restructuring its economy in line with the Transformations that have occurred in the international arena. Algeria began with the legislative decree 93-12 of 5 May 1993 on the promotion of investment. During the beginning of the Millennium ,Algeria creates a set of administrative structures designed to support the development of investment projects under 01-03 dated 20 August 2001 on investment development.

Despite efforts devoted to promote and encourage both local and Foreign Investment, However the Investment recorded in the country did not correspond to the expectations and level the enormous investment opportunities that are available on Algeria.

تمهيد:

تتزايد أهمية الاستثمار خاصة في الآونة الأخيرة فهو يلعب دوراً أساسياً في الحياة الاقتصادية باعتباره عاملاً محددًا في النمو الاقتصادي وتطوير الإنتاجية، ولذلك سعت الدولة الجزائرية، في محاولة لتحسين مناخها الاستثماري إلى وضع وتبني الاستراتيجيات والسياسات الكفيلة بتحقيق الأهداف المسطرة، من خلال الشروع في الإصلاحات الاقتصادية المتفق عليها وما انجر عنها من إصلاحات مست الجهاز المصرفي. إضافة إلى مختلف قوانين الاستثمار وسياسات حوصصة المؤسسات العمومية، أو من حيث توفير الظروف الملائمة لقيام الاستثمارات كتدعيم البنى التحتية للبلد وإنشاء الهيئات التي تعمل على تبسيط إجراءات توطين الاستثمارات أمام المستثمرين الأجانب.

لكن ورغم كل هذه الجهود المبذولة تبدو الحصيلة الجزائرية من الاستثمارات الأجنبية والمحلية ضعيفة إضافة إلى تصدرها المراتب الأخيرة في مختلف المؤشرات المتعلقة بتقييم المناخ الاستثماري التي تصدرها هيئات عالمية وإقليمية.

هدف الدراسة : تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مناخ الاستثمار في الجزائر قصد معرفة العوامل التي تقف أمام تطور الاستثمار وتقديم الاقتراحات المناسبة لتحسين الظروف الملائمة لتنشيط الاستثمار في الجزائر .

أهمية الدراسة : يكتسي هذا البحث أهميته من كون النشاط الاستثماري حديث الساعة على الساحة الوطنية ، سواء لدى الخبراء الاقتصاديين أو لدى صناع القرار نتيجة انخفاض أسعار البترول في أواخر سنة 2014 ما حتم على الدولة الاهتمام أكثر بالنشاط الاستثماري حيث أصبح ضرورة لا بد منها .

إشكالية الدراسة : تتمحور إشكالية هذه الدراسة :

هل توفر الإطار التشريعي المحفز كافي لتطوير الاستثمار في الجزائر؟ وما هي أبرز العراقيل التي تواجهه؟

خطة البحث : ومن أجل معالجة إشكالية البحث سنتطرق إلى المحاور الأساسية التالية :

- **واقع سياسة الإستثمار في الجزائر** وسنعالج من خلاله مؤهلات ومميزات مناخ الاستثمار في الجزائر وكذا الإطار القانوني و التنظيمي الذي ينظم الاستثمار في الجزائر .
- **معوقات الإستثمار في الجزائر** وذلك من خلال التطرق إلى المشاكل الاقتصادية والمالية ومشاكل إدارية وأخرى تنظيمية التي تعيق الاستثمار في الجزائر.
- **آفاق الإستثمار في الجزائر** وذلك باقتراح جو ملائم لمناخ الاستثمار من خلال بعض الحلول المقترحة لمعالجة المشاكل أو المعوقات التي تحد من الاستثمار في الجزائر .

أولا : واقع سياسة الإستثمار في الجزائر

تبنت الحكومة الجزائرية منذ مطلع 1990 مجموعة من الإصلاحات في نفس الوقت هيكلية ومؤسسية تهدف إلى إعادة ، وبعث التوازنات الإقتصادية الكلية ، والتمويلية ، كما تهدف إلى التنظيم ، والتحكم في عملية

التحول إلى اقتصاد السوق ، وليبرالية الاقتصاد الوطني ، بدءاً برفع الإحتكار عن التجارة الخارجية ، وإدخال الإصلاحات على قوانين الإستثمار ، وبعث الهيكل ، و الأجهزة اللازمة لتطوير وتنمية الإستثمار في الجزائر .

1- مؤهلات مناخ الاستثمار في الجزائر: يرتبط مناخ الاستثمار بمجموعة من العوامل التي تخص موقعاً

محدداً ، والتي تحدد شكل الفرص والحوافز التي تمكّن من الاستثمار على نحو منتج وخلق فرص عمل وتوسيع نطاق عملها ، فهو يعتبر من المفاهيم المركبة لأنه يتعلق بجوانب متعددة ، بعضها متعلق بمدى توفر منشآت البنية التحتية و لنظم القانونية والأوضاع السياسية ، والبعض الآخر بالمؤسسات والسياسات التقنية والتنظيمية⁽¹⁾ ، إلا أن الدولة الجزائرية كغيرها من الدول الأخرى تعمل جاهدة على تشجيع الاستثمار في الجزائر مانحة العديد من الحوافز والإمتيازات من أجل تحسين أوضاعها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية التي من شأنها جذب قدر كافي من المشاريع وتوطينها لديها من خلال برامج الإنعاش الاقتصادي عن طريق دعم النمو خلال الفترة الممتدة من 2001 إلى 2014 والذي تزامن باعتماد مبلغ ضخم قدر ب 432 مليار دولار ضمن إطار برامج الإنعاش الاقتصادي التي تعزز من خلالها الاستثمار العمومي بهدف تحقيق تنمية مستدامة وتوفير بيئة ملائمة لتحفيز الاستثمارات الخاصة المحلية والأجنبية عن طريق الفرص الإستثمارية الكبيرة التي تم استحداثها نتيجة لمختلف برامج الإنعاش الاقتصادي .

و يعتبر الشرط الأول لدخول الاستثمار لأية دولة توفير الحد الأدنى المقبول للقدرة على اتخاذ القرارات الاقتصادية في المستقبل بما يضمن سلامة المشروع وحماية مصالحه ، فلما كانت الجزائر واحدة من الدول التي تسعى إلى تحسين أوضاعها الاقتصادية فإنها اتخذت عدة تدابير منها فتح الباب أمام الشركات الأجنبية للاستثمار في القطاعات المختلفة نظرا لتمتعها على كثير من المؤهلات والعناصر ، بحيث لديها موقع جغرافي مميز يتوسط بلدان المغرب العربي وعلى مقربة من بلدان أوروبا الغربية فضلا على ما تملكه من ثروة من الموارد البشرية.

كما تتوفر الجزائر على قاعدة صناعية كبرى تم بناءها خلال عقود سابقة والتي هي بحاجة إلى استثمارات من أجل الزيادة في الإنتاج بهدف اكتفاء السوق المحلي ثم التصدير ، كما تمتلك الجزائر موارد طبيعية متنوعة أهمها إحتياطي هام من البترول والغاز والمعادن المتنوعة . كل هذه المؤهلات تضع الجزائر في مقدمة الدول المتوفرة على أساسيات ومتطلبات الاستثمار التي تعمل على تشجيع وترقية الإستثمار المحلي والأجنبي .

لذلك نجد أن مناخ الإستثمار في الجزائر يتطور ولكن بوتيرة أقل مقارنة مع الدول الأخرى المستقطبة للاستثمارات الأجنبية المباشرة. فالجزائر عملت في السنوات الأخيرة على زيادة قدرتها الإنتاجية على مستوى الطاقة (الغاز والنفط) وكذلك زيادة قدرتها التوزيعية ، وعليه كانت بحاجة ماسة إلى جذب أكبر عدد من الإستثمارات الأجنبية المباشرة في هذا القطاع ، مما يستوجب عليها بتعديلات في قانون المحروقات حتى يكون محفزاً قوياً لجلبها، فالجزائر تملك طاقات وقدرات هائلة في مجال الاستثمارات⁽²⁾ ، وشروط استقطاب الإستثمار فيها متوفرة ، إذ نلمس شروط الإستقرار السياسي ، كما تم تحديد السياسات التنموية وتنفيذ برامج الإنعاش الاقتصادي ، لاسيما تطوير البنيات القاعدية وإنشاء إطار قانوني ، ومؤسساتي لتنفيذ تلك السياسات التنموية ، كما أنها تتميز بكبر سوقها ، وتتوفر على فرص استثمارية معتبرة ناتجة عن برنامج الاستثمارات العمومية خلال الفترة (2010-2014)، يقوم هذا البرنامج على تحسين التنمية البشرية ودعم تنمية الاقتصاد الوطني وتشجيع إنشاء مناصب الشغل ، وتطوير اقتصاد المعرفة ، ومواصلة تطوير المنشآت القاعدية الأساسية وتحسين الخدمة العمومية إضافة على توفرها لفرص قطاعية في مجال الخدمات كالبنوك والتأمين والوساطة المالية ، الإتصالات والسياحة ، وكذا مجال الصناعة الغذائية والكيميائية والبتر وكيميائية ، والصيدلية،

والصناعات الخفيفة المختلفة والميكانيك ، فضلا عن مجال البناء والأشغال العمومية والمعادن والفلاحة . كما تتوفر الجزائر على بنية تحتية جيدة، فهي تملك شبكة واسعة لتوزيع الكهرباء . أما فيما يخص الموانئ والمطارات فإنها تحتوي على 11 ميناء متعدد الخدمات من ضمنها مينائين للنفط و31 مطار مفتوح للطيران المدني ، ناهيك عن توفرها على موارد طبيعية خاصة البترول و الغاز ، إضافة إلى موارد أخرى كالفوسفات والزنك ، والحديد واليورانيوم (3) .

2- الإطار التشريعي لسياسة الإستثمار في الجزائر: يهدف قانون الإستثمار بالأساس إلى تجميع ضمانات وحوافز عن طريق تلك القوانين العديدة في قانون واحد يهدف إلى توحيد تعامل المستثمرين مع جهة واحدة ، وذلك لتحرير الإستثمار من القيود والمعوقات الإدارية والإجرائية .

2-1 الإطار القانوني للإستثمار في الجزائر: لقد كان هدف الدولة الجزائرية بعد الاستقلال مباشرة هو التأكيد على فكرة الإستقلال الإقتصادي ، وبالتالي كانت الأولوية للإستثمار الوطني العمومي، وذلك بتدخل الدولة في جميع مجالات الإقتصاد الحيوية بإستثمار أموالها واحتكار التسيير والمراقبة وإنشاء المؤسسات العمومية وجعل هذه القطاعات غير مفتوحة للرأسمال الأجنبي إلا إذا كانت في شكل شركات مختلطة وبشروط ، ويعود هذا لتخوف الدولة من هيمنة الرأسمال الأجنبي على الإقتصاد الوطني ، الشيء الذي ظهر بشكل واضح في القانون الصادر في سنة 1963 (قانون رقم 277/63 الصادر بتاريخ 1963/7/26) ، وقانون الإستثمارات الصادر في سنة 1966 (أمر رقم 284/66 المؤرخ في 1966/6/15) أين تبنت الجزائر موقفاً حذراً من الإستثمار الأجنبي ، حيث تميزت من جهة بدعوة المستثمرين الأجانب للإستثمار في الجزائر ، ومن جهة أخرى تحديد المجالات المفتوحة للإستثمار حتى يتسنى للدولة فرض رقابتها على الإستثمار، كما اتسمت هذه المرحلة بطابع الرقابة الإدارية للدولة على الإستثمارات الأمر الذي جعل جل الإستثمارات الأجنبية التي أنجزت في تلك الفترة تمت في إطار الشركات المختلطة ، بعدما تم تأسيس 38 شركة مختلطة ، ثم قانون سنة 1982 (قانون رقم 11 /82 المؤرخ في 1982/8/24) المتعلق بالإستثمار الإقتصادي الخاص الوطني ، ثم قانون سنة 1988 (قانون رقم 25/88 المؤرخ في 1988/7/12) والذي يتعلق بتوجيه الإستثمارات الإقتصادية الخاصة الوطنية ، ثم قانون النقد والقرض 90-10 المؤرخ في 1990/4/14 والذي هو عبارة عن قانون خاص بالنظام البنكي والنقدي الجزائري ، وهو ليس قانون خاص بالإستثمار ولكن يتضمن بعض الأحكام المتعلقة بالإستثمارات الأجنبية في إطار تنظيم سوق الصرف وحركة رؤوس الأموال وخلافاً للقوانين الإستثمار السابقة، فإن قانون 90-10 جاء بتنظيم جديد للإستثمارات الأجنبية مع إبقاء نظام الرقابة ومبدأ الترخيص ولكن في صورة مغايرة، حيث أوكل مهمة فحص طلبات الإستثمار الأجنبي إلى هيئة نقدية وبنكية هي مجلس النقد والقرض وخول لبنك الجزائر مسؤولية مراقبة البنوك التجارية في توزيع القروض ، إضافة إلى محاربة التضخم ، وكذا إلغاء التمييز بين القطاعين العام والخاص (4)، هذا ما تمخض عنه المرسوم التشريعي 93-12 المؤرخ في 5 أكتوبر 1993 المتعلق بترقية الإستثمار والذي جاء لتشجيع الإستثمارات الوطنية والأجنبية على حد سواء ، وقد جاء هذا القانون في فترة خاصة، بعد إبرام الجزائر لاتفاق مع صندوق النقد الدولي من أجل إعادة هيكلة الإقتصاد الوطني وتحقيق التفتح على السوق العالمية وتحرير التجارة الخارجية . لكن بالرغم من المبادئ المشجعة التي تضمنها قانون الإستثمار لسنة 1993 إلا أنه فشل في استقطاب رؤوس الأموال الأجنبية حيث لم يتم إستثمار سوى مبلغ 50 مليون دولار من بين 40 مليار دولار المصرح بها لدى الوكالة في الفترة الممتدة ما بين 1993 و 2000 ،

لذا صدر الأمر الرئاسي رقم 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 والمتعلق بتطوير الإستثمار الذي قام بتعزيز المبادئ التي كرسها قانون 12-93 ، حيث أصبح بموجبه تدخل الدولة لا يتم إلا بهدف تقديم لإمميزات التي طلبها المستثمر وذلك عن طريق الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار ANDI من خلال الشباك الوحيد الذي أنشأته لهذا الغرض ، كما أكد هذا القانون على ضمان تحويل رأس المال والأرباح وإمكانية اللجوء إلى التحكيم الدولي في حالة نشوب خلاف بين الأطراف المتعاقدة ، و بموجب القانون 12/93 والأمر الرئاسي رقم 03-01 أصبح مجال الإستثمار وكل ما يتعلق به واضح المعالم حيث اشتمل على مايلي :

أ- ميدان التطبيق (المجال) : المادة الأولى من المرسوم التنفيذي 12/93 تستبعد المجالات المخصصة صراحة للدولة أو لفروعها ، أو لأي شخص معنوي معين صراحة بموجب نص تشريعي ، فهي تطبق على الإستثمارات الوطنية الخاصة والإستثمارات الأجنبية التي تنجز ضمن الأنشطة الاقتصادية الخاصة بإنتاج السلع أو الخدمات .

ب- أن يكون الإستثمار موضوع تصريح خاص بالإستثمارات لدى الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار على أن يخص التصريح مايلي ⁽⁵⁾ :

- التصريح بهوية المستثمر ؛
- التصريح بهيكل الإستثمار وتجهيزاته ؛
- التصريح بطبيعة النشاط الممارس؛
- التصريح بعدد مناصب الشغل المزمع إحداثها ؛
- التصريح بخصائص الأرض المطلوبة ؛
- التصريح بالتكنولوجيا المستخدمة ؛
- التصريح بمكان إقامة المشروع ... الخ ؛

ج- الضمانات القانونية وتتلخص فيما يلي ⁽⁶⁾:

- المساواة بين الأشخاص الطبيعيين والمعنويين الأجانب والجزائريين بحيث يتمتعون ببعض الحقوق والإلتزامات فيما يتصل بالإستثمار مع الإحتفاظ بأحكام الاتفاقية المبرمة بين الدولة الجزائرية والدول التي يكون هؤلاء الأشخاص من رعاياها ؛

- لا تطبق المرجعات أو الإلغاءات التي قد تطرأ في المستقبل على الإستثمارات المنجزة في إطار المرسوم التشريعي ، إلا إذا طلب المستثمر ذلك صراحة ⁽⁷⁾ ؛

- لا يمكن أن تكون الإستثمارات المنجزة موضوع تسخير عن طريق الإدارة ، ماعدا الحالات التي نص عليها التشريع المعمول به ؛

- كما تنص المادة 41 المرسوم التشريعي 12-93 على أنه يعرض أي نزاع بين المستثمر الأجنبي والدولة الجزائرية ، إما بفعل المستثمر ، وإما بفعل نتيجة لإجراء اتخذته الدولة الجزائرية ضده ، على المحاكم المختصة إلا إذا كانت هناك إتفاقية ثنائية أو متعددة الأطراف أبرمتها الدولة الجزائرية ، تتعلق بالصلح أو التحكيم أو اتفاق خاص ينص على شرط التحكيم أو يسمح للأطراف بالاتفاق على إجراء الصلح باللجوء إلى تحكيم خاص .

كما خصت الإستثمارات وفقاً لهذا القانون بعدة امتيازات تختلف تبعاً للنظام الذي تنتمي إليه وقد تم التمييز بين ثلاثة أنظمة هي كالاتي :

- **النظام العام** : وقد كانت الإمتيازات الممنوحة للمستثمرين تتوزع بموجبه على كامل فترة انجاز المشروع الإستثماري وكذا فترة إستغلاله وتخص إعفاءات ضريبية وجمركية وبعض الامتيازات المتعلقة بالضمان الاجتماعي⁽⁸⁾؛

- **النظام الخاص** : وقد كانت الإمتيازات الممنوحة بموجبه تخص الإستثمارات في المناطق الواجب ترفيتها أو بعض المناطق وأقر المشرع بمجموعة من الإمتيازات الإضافية للمستثمرين في هذه المناطق كتكفل الدولة جزئياً أو كلياً بمساهمات أرباب العمل في الضمان الاجتماعي وإمكانية تنازلها عن الأرض التابعة للأمالك العمومية لصالح المستثمر⁽⁹⁾ ؛

- **نظام المناطق الحرة** : ويشمل الإستثمارات المنجزة في المناطق الحرة المزمع إنشاؤها ، وتكون هذه الإستثمارات موجهة أساساً إلى التصدير ، حيث تعد العمليات التجارية بين المنطقة الحرة والمؤسسات الموجودة في التراب الوطني من عمليات التجارة الخارجية ، وتعفى تلك الاستثمارات من جميع الضرائب والرسوم والاقتطاعات ذات الطابع الجبائي و شبه الجبائي و الجمركي⁽¹⁰⁾ .

كما أن ما جاء به الأمر رقم 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الإستثمار هو استحداث نشاطات جديدة وتوسيع القدرات الإنتاجية أو إعادة هيكلة رأس مال المؤسسات العمومية الجزائرية والمساهمة فيه، والجديد في هذا القانون :

- المساواة بين المستثمرين المحليين والأجانب ؛
- إلغاء التمييز ما بين القطاع العام والخاص ؛
- إنشاء شبك وحيد لا مركزي لدى وكالة وطنية لتطوير الاستثمارات (AND) (والتي كانت سابقاً وكالة ترقية ومتابعة الاستثمار (APSI) وهي تضم كل الهيئات ذات العلاقة بالاستثمار وإصدار تراخيص، وقد فتحت لها فروعاً عبر كامل ولايات الوطن وتتوي فتح فروع أخرى في الخارج ، وهي تتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلال المالي ؛
- إضافة إلى ذلك فقد أبرمت الجزائر وانضمت إلى عدة اتفاقيات ثنائية ودولية منها :
- اتفاقية ثنائية لحماية الإستثمارات وتشجيعها مع الولايات المتحدة الأمريكية وإتحاد الإقتصاد البلجيكي اللوكسمبرغي وإيطاليا ورومانيا وإسبانيا ؛
- اتفاقية ترقية وضمان الاستثمار لتفادي الإزدواج الضريبي وإرساء قواعد التعاون المتبادل في ميدان الضرائب على الدخل بين بلدان المغرب العربي ؛
- اتفاقيات منع الإزدواج الضريبي مع عدد معتبر من الدول ؛

وأخيراً قانون رقم 06-19 مؤرخ في 3 أوت 2016 يتعلق بترقية الاستثمار وينص على ترتيب الإمتيازات حسب قطاع النشاط .

ويشير هذا القانون إلى أن النظام الوطني لتشجيع الإستثمار يجب أن يعاد بناؤه بطريقة تناسب الإمتيازات حسب السياسة الإقتصادية المنتهجة من طرف الحكومة وهذا بتبسيطه مع تسريع الإجراءات ، كما ينص على وضع آليات لمختلف أجهزة التشجيع الموجودة مع إقرار قاعدة تتمثل في استفادة المستثمر من التشجيع الأكثر

امتيازاً في حال وجود امتيازات من نفس النوع ، والذي يتضمن أيضاً دعم قطاع الصناعة بامتيازات خاصة من خلال تخفيض أكبر للحقوق الجمركية لكن هذه الامتيازات لا يتم تطبيقها إلا إذا كان النشاط ذا فائدة اقتصادية أو يتمركز في الجنوب أو الهضاب العليا.

كما يوضح القانون أن هذه الامتيازات التي أقرت في قطاع الصناعة ستدمج مع تلك التي خصصت لقطاعي السياحة والفلاحة حيث تكون هناك امتيازات إضافية إلى جانب تلك الموجهة للنشاطات ذات الصيغة الاقتصادية والاجتماعية وذات الأهمية التي تتمركز في مناطق تسعى الحكومة إلى جعلها مناطق انتشار، وفي هذا السياق يراجع نص القانون تعليمة الامتيازات والتحفيزات في ثلاثة مستويات هذا ويتعلق الأمر بالامتيازات المشتركة بالنسبة لكل المستثمرين المؤهلين (إعفاءات ضريبية و جمركية و إعفاء من الرسم على القيمة المضافة...) وامتيازات إضافية لنشاطات متميزة (الصناعة والفلاحة والسياحة) وامتيازات استثنائية للمستثمرين الذين يشكلون أهمية خاصة للاقتصاد الوطني (11).

أما عن كيفية منح الإمتيازات المشتركة فيشير النص إلى أن ذلك يكون بصفة آلية دون المرور على المجلس الوطني للإستثمار، وفي حال عدم إمكانية تطبيق قاعدة الآلية يحدد النص إلزامية وجوب الدراسة واتخاذ القرار من مجلس الإستثمار لمنح هذه الامتيازات للمشاريع التي تتجاوز حد 5 مليار دج مقابل 2 مليار دج سابقاً (12).

كما ألغى القانون الإجراء الحالي للتصريح بالإستثمار وطلب الامتيازات والملف الإداري وتعويضها بوثيقة وحيدة للتسجيل تمنح الحق في الحصول على كل الامتيازات، لكن بالمقابل على المستثمر احترام آجال انجاز مشروعه الذي يجب أن يسجل في وثيقة التسجيل.

وينص القانون على إزالة كل العراقيل التي تقف في وجه الإستثمار كمنع المستثمرين الوطنيين باستيراد العتاد المستعمل في وقت يمكن للأجانب إستيراد ذات العتاد في إطار نظام القبول المؤقت. ويجب أن يتم تجديد هذا العتاد الذي يتم إدخاله في إطار الإيجار الدولي ، من جهة ثانية يحد هذا القانون من التقليل من رأسمال الشركات الأجنبية التي تستفيد من حق تحويل مداخلها ومنتجات التصفية والتنازل وهذا من خلال اشتراط مساهمة دنيا للحصول على هذا الحق.

ويؤكد هذا القانون بأن أي نزاع قد ينشأ بين مستثمر أجنبي والدولة الجزائرية سواء كان مصدره المستثمر أو إجراء اتخذته الدولة سيحال على الهيئات القضائية المخولة إقليمياً إلا في حالة وجود اتفاقيات ثنائية أو دولية أو وجود بند في عقد يسمح للطرفين اللجوء إلى تحكيم خاص (13).

2-2 - الإطار المؤسسي للإستثمار في الجزائر: في مجال تدعيم الإطار القانوني للإستثمار تم إنشاء هيكل إدارية ترمي لمساندة وتطوير مشاريع الإستثمار وفي هذا الإطار تم إنشاء :

أ- وكالة ترقية ومتابعة الإستثمارات **APSI** بموجب المرسوم التشريعي رقم 93-05 المؤرخ في أكتوبر 1993 التي تحولت بموجب الأمر الرئاسي رقم 03-01 في 20 أوت 2001 إلى وكالة وطنية لتطوير الإستثمارات **ANDI** وهي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري في خدمة المستثمرين الوطنيين والأجانب وهي تتولى المهام التالية (14) :

- ترقية الإستثمارات وتطويرها ومتابعتها ؛
- تقدم كل الخدمات الإدارية والمعلومات المتعلقة بالإستثمار سواء للمقيمين أو غير المقيمين وتبلغهم بقرار القبول أو الرفض للإستثمار المرغوب والمزايا والحوافز المطلوبة وهذا في مدة أقصاها 30 يوما من تاريخ إيداع الطلب ؛
- تتولى المؤسسة مهمة منح المساحات العقارية للإستثمار الصناعي ، السياحي والخدماتي وهذا الأمر في غاية الأهمية لأن منح العقارات كان يتم بصفة غير منسقة وفي غاية التعقيد ؛
- إنشاء صندوق لدعم الإستثمارات تتكفل بإدارته الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار يمول الإمتيازات الملكية الخاصة أو الاستثنائية ، والتشريع الجديد يسمح بإمكانية التنازل أو نقل الملكية للإستثمار ؛
- تسهيل القيام بالإجراءات التأسيسية للمؤسسات وتجسيد المشاريع بواسطة خدمات الشبايبك الوحيدة اللامركزية ؛
- تسيير المزايا المرتبطة بالإستثمار ؛
- التأكد من إحترام الإلتزامات التي تعهد بها المستثمرون خلال مدة الإعفاء ؛
- المشاركة في تطوير وترقية مجالات وأشكال جديدة للإستثمار ؛

ب- **المجلس الوطني للإستثمار (CNI)** : تأسس بموجب الأمر رقم 01-03 جهاز استراتيجي لدعم تطوير الإستثمار يشرف عليه رئيس الحكومة ، ويكلف المجلس بالمسائل المتصلة بإستراتيجية الاستثمار وسياسة دعم الاستثمارات (15) .

ج- **الشباك الوحيد المركزي (G.U)** (16) : بموجب الأمر 01-03 المتعلق بتطوير الإستثمار أنشأ شباك وحيد على مستوى كل ولاية ضمن الوكالة الوطنية لترقية الاستثمار وذلك من أجل التخلص من المتاعب البيروقراطية وتسهيل الإجراءات الإدارية أمام المستثمرين المحليين والأجانب ويشمل الممثلين المحليين للوكالة والإدارات و الهيئات العمومية المعنية بالاستثمار .

د- **الوزارة المنتدبة لدى رئيس الحكومة المكلفة بالمساهمة و ترقية الإستثمار (MDPPI)** : وتضطلع بالمهام التالية :

- تنسيق الأنظمة المرتبطة بتحضير وتجسيد برامج الخصخصة ، اقتراح استراتيجيات ترقية وتطوير الإستثمار، و بموجب هذه القوانين والهيكل والهيئات أصبح مجال الاستثمار والامتيازات التي وفرها المشرع الجزائري في هذا الميدان أكثر وضوحا .

ثانيا : معوقات الاستثمار في الجزائر: من أبرز عوائق الاستثمار في الجزائر مايلي :

1- الحاكمية وبطئ تطبيق الإصلاحات الاقتصادية: تتجلى ولحد اليوم سيطرة القطاع العام والاقتصاد الممرکز والمخطط ، حيث نجد القطاع العام مازال يقوم بدور هام في الإقتصاد وبشكل ملحوظ ، أما برنامج الخصخصة مازال يعرف بطء كبير حيث أن القسط الأوفر من السوق مازال مسيطر عليه من طرف البنوك العمومية (حولي 94%) وكذلك الهياكل القاعدية وبعض الصناعات مازلت مسيطر عليها من طرف القطاع العام على الرغم من ضعفها ، وهو ما يشكل عائق أمام الاستثمار المحلي والأجنبي (17) .

2- مشاكل إقتصادية ومالية: من خلال الدراسة التي أجراها البنك الدولي⁽¹⁸⁾، تؤكد أن النتائج التي وصل

إليها رؤساء المؤسسات الاقتصادية في الجزائر FCE الذين يعتبرون أن العوائق المالية هي أكبر العوائق التي يعترضون إليها فمنهم من اعتبر المشكل الأول يكمن في صعوبة التمويل ، خاصة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة نظرا لعدم تمكنها من توفير الضمانات الكافية كما تواجه المؤسسات بصفة عامة صعوبة التزود بالمواد الأولية نظرا للعراقيل والإجراءات الجمركية الخاصة بالإستيراد ، بالإضافة إلى ندرة بعضها وارتفاع أسعارها . كما تمثل مشكلة العقار نسبة 12.9% من عوائق الإستثمار لارتفاع أسعاره في المدن الكبرى التي تتركز فيها أغلب الإستثمارات نظرا لتعدد الإجراءات الإدارية مما يعطل حصول المستثمرين على عقود ثابتة الملكية الضرورية لطلب الحصول على التمويل ، كما يرتبط بمشكل العقار مشكلة تهيئة المناطق الصناعية و تزويدها بالمرافق الأساسية لانطلاق المشروع بدءاً من (الكهرباء، الماء ، الغاز، الهاتف) .. الخ

ويرجع مشكل العقارات الصناعية لعدم كفاية الأراضي في المناطق الصناعية ، بالإضافة لارتفاع أسعارها ، كما أن غياب سوق عقاري فعال أدى لوجود الكثير من المضاربات حول العقار الصناعي بالإضافة للكثير من المشاكل البيروقراطية كتقل الإجراءات الإدارية وتعدد الهيئات التي تقدم الملفات⁽¹⁹⁾ .

3- مشكلات ذات طابع إداري و تنظيمي: تتميز الإجراءات الإدارية بالتعقيد وتعدد القوانين والأنظمة

المتضاربة أحيانا ، وكثيرة التغير مما يقلل شفافيتها بالإضافة إلى عدم كفاءة بعض العاملين في الإدارة وتباطؤهم في أداء مهامهم وهو ما رسخ إنطباعا سيئا لدى المستثمرين وعليه يمكن إجمال أهم المعوقات الإدارية و التنظيمية في ما يلي:

- تداخل الصلاحيات بين الهيئات وعدم القدرة على تحديد المسؤوليات بدقة⁽²⁰⁾ .
- تعقد وبطئ الإجراءات الإدارية ، حيث أن عملية تسجيل مؤسسة تتطلب 18 إجراء ، و93 يوما (في المتوسط) ، و220 يوم للحصول على رخصة البناء⁽²¹⁾ .
- صعوبة توفير الخدمات الأساسية للمستثمرين مثل الماء، الكهرباء، الغاز، خطوط الهاتف ، قنوات الصرف الصحية كما هو مبين في الجدول رقم (01) .
- البيروقراطية والفساد ، حيث أصبحت من أسباب انتشار الجريمة و تشويه سمعة البلد ، فضلا عن كونها أداة لتقليص حجم و فعالية الإستثمار و بالتالي إبطاء معدل التنمية⁽²²⁾ .

الجدول رقم 01 : المراحل و الإجراءات اللازمة لإنشاء مشروع استثماري في الجزائر لسنة 2016
مقارنة بتونس و كوريا الجنوبية

بيانات مؤشر سهولة الاعمال	الجزائر	تونس	جمهورية كوريا
الترتيب في مؤشر سهولة اداء الاعمال (189 دولة)	163	75	4
بدأ النشاط التجاري (الترتيب)	145	91	17
عدد الإجراءات	12	9	3
الوقت اللازم (بالأيام)	20	11	4
استخراج تراخيص البناء (الترتيب)	119	57	28
عدد الإجراءات	17	17	10
الوقت اللازم (بالأيام)	220	93	28
الحصول على الكهرباء (الترتيب)	130	38	1
عدد الإجراءات	5	4	3
الوقت اللازم (بالأيام)	180	65	18
تسجيل ملكية الاصل العقاري (الترتيب)	161	90	41
عدد الإجراءات	10	4	7
الوقت اللازم (بالأيام)	55	39	6.5

المصدر: www.doingbusiness.org

كما يضاف إلى جملة العوائق وجود إقتصاد موازي غير رسمي مهم يتجلى في سلع دون حقوق جمركية وكذلك الدفع دون فاتورة ودون إتباع الطرق القانونية للدفع ، مما أغرق السوق بسلع ذات أسعار تنافسية بالإضافة لعدم دفعه الضرائب واستعمال الأيدي العاملة غير مغطاة من صندوق الضمان الاجتماعي .
أما في مجال التجارة الدولية تتميز عمليات التصدير والاستيراد بطول مدة الإجراءات والوقت المستغرق مع ارتفاع التكاليف مقارنة مع تونس وجمهورية كوريا كما هو مبين في الجدول رقم (02) .

الجدول رقم 02 : مؤشرات عن التجارة الدولية للجزائر مقارنة بتونس و جمهورية كوريا لسنة 2016

بيانات مؤشر سهولة الأعمال	الجزائر	تونس	جمهورية كوريا
التجارة عبر الحدود الدولية (الترتيب)	178	91	32
الوقت اللازم للتصدير: الإمتثال للشروط و المتطلبات المستندية (ساعات)	149	3	1
الوقت اللازم للاستيراد : الإمتثال للشروط و المتطلبات المستندية (ساعات)	249	27	1
الحصول على الانتماء (الترتيب)	174	127	42
حماية المستثمرين الأقلية (الترتيب)	174	112	10
دفع الضرائب (الترتيب)	170	103	25

المصدر: www.doingbusiness.org

ثالثا : آفاق الاستثمار في الجزائر

إن الإمكانيات التي تتوفر عليها الجزائر من إقتصادية ومالية وبشرية توفر لها الإمكانية في تحقيق مناخ استثماري ملائم ، بشرط أن يحسن توظيف هذه الإمكانيات .

1- الإطار العام لمناخ الاستثمار الجيد : لقد حدد الخبراء على مستوى منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية القواعد الأساسية التي يجب أن تعمل البلدان النامية على تحقيقها من أجل تحسين مناخ الاستثمار ، ورفع القدرة التنافسية للشركات المحلية وتتمثل هذه القواعد بالإضافة إلى تحقيق الإستقرار الإقتصادي الكلي والقدرة على التنبؤ السياسي والإستقرار الإجتماعي واحترام دولة القانون ، والتي تعتبر الشروط المسبقة والضرورية لتهيئة المناخ الاستثماري ، ولكن هذه العناصر غير كافية بحيث لا بد من توفر عناصر أخرى تم استخلاصها من الممارسات الجيدة للبلدان الأعضاء في منظمة التعاون والتنمية الإقتصادية (OCDE) ومن بلدان أخرى غير أعضاء ، وتقوم هذه العناصر على ثلاثة مبادئ أساسية هي كالآتي⁽²³⁾ :

- ضرورة انسجام السياسات الخاصة بترقية الاستثمار : فنظرا للتداخل بين مختلف المجالات المتعلقة بمناخ الإستثمار ، مثل معايير تحرير وحماية الإستثمار ، لأن لها مجالا واسعا يشمل المستثمرين المحليين والمستثمرين الأجانب ، والمستثمرين في الشركات الكبرى وفي المؤسسات الصغيرة؛
- أهمية ضمان الشفافية في وضع و تنفيذ السياسات والقوانين : لأن تحقيق الشفافية من شأنه تقليص حالة عدم التأكد والخطر الذي يحيط بالقرار الاستثماري ، كما أنها تساهم في تقليص تكلفة المعاملات المرتبطة بالاستثمار وتشجيع الاتصال بين الإدارات العمومية والقطاع الخاص ، فالشفافية تسمح بخلق مناخ تسوده الثقة بين المستثمرين والسلطات العمومية ؛
- ضرورة التقييم الدوري والمستمر لأثار السياسات المتخذة على تطور مناخ الاستثمار : أي أن الهدف هو تحديد على أي مدى تتطابق السياسات العمومية مع معايير الممارسة الجيدة والمتعلقة بالمعاملة المنصفة لكل المستثمرين (الأجانب أو الوطنيين) مهما كان حجمهم (مؤسسات صغيرة أو كبيرة) وخلق الظروف الحسنة للإستثمار، أخذًا بعين الاعتبار المصالح العامة للمجتمع .

2- التوصيات المقترحة لمعالجة مشاكل الاستثمار في الجزائر

- دعم الاستقرار الإقتصادي الكلي : ويظهر ذلك من خلال تحقيق معدلات متزايدة ومرتفعة لنمو الناتج المحلي الحقيقي ، وهو ما يعبر عن موقف الاقتصاد الكلي ، أو تلاقي التقلبات العنيفة في سعر الصرف والتي يكون لها أثر كبير وسلبي على تدفق الاستثمار بأنواعه ، خاصة فيما يتعلق بالتقدير السليم لجدوى المشروعات والأرباح المحولة ، كما يؤكد ذلك اتجاه معظم تدفقات رأس المال الأجنبي ومنها الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الدول المتقدمة بالدرجة الأولى ، ثم إلى الدول النامية التي تملك برنامجا لإستقرار الإقتصاد الكلي وإصلاح الهيكل الإقتصادي ، والتي حققت أيضا معدلات نمو مرتفعة⁽²⁴⁾ .
- تعزيز الإنفتاح الإقتصادي و الإندماج الإقليمي والدولي : يتطلب تعزيز الإنفتاح الإقتصادي للدول العربية عدد من الإجراءات يتمثل أهمها في مايلي :

- أ- إصلاح هيكل التعريفية الجمركية وإزالة التشوهات المتمثلة في كثرة عدد فئات التعريفية الجمركية ؛
- ب- تقليص الحواجز غير الجمركية من رسوم الخدمات ورسوم الفحص و الرقابة النوعية و غيرها ؛
- ج- تحسين الكفاءة الأساسية المادية من طرق ومباني ومطارات ووسائل نقل الإتصالات و الكهرباء ؛

د- تحسين معايير الاختبار والمعاينة والتوثيق ، بحيث تتفق مع المعايير العالمية ، بالإضافة إلى إشراف القطاع الخاص في أسس التطوير .

- **تهيئة البيئة التشريعية والقانونية والمؤسسية :** وفيما يتعلق بتهيئة البيئة التشريعية والقانونية المشجعة للإستثمار ، فعلى الجزائر أن تعمل على تعزيز كفاءة الإطار التشريعي من خلال الحد من تعددية القوانين والتشريعات المنظمة للإستثمار (قانون الشركات ، قانون تشجيع الإستثمار ، قانون الضرائب... الخ) ، وذلك لتحقيق الشفافية والوضوح أمام المستثمرين من خلال قانون موحد للإستثمار ، ورفع القيود المتعلقة بالأنشطة والقطاعات غير المسموحة للمستثمرين الأجانب و كذلك تبسيط الإجراءات والرسوم ومنع الاحتكار وحماية الملكية الفكرية وبراءة الاختراع .

أما فيما يتعلق بتطوير الإطار المؤسسي والتنظيمي في الجزائر : فيجب ضمان التسيير الجيد والحوكمة مثل كفاءة القطاع العام ودرجة الفساد وفرص سيادة القانون ، وهذا يتطلب اتخاذ مجموعة من الإجراءات لتطوير الأداء المؤسسي باعتباره عنصراً فعالاً في جذب المستثمرين الأجانب :

- استحداث هيئات ومكاتب ولجان متخصصة لجذب الإستثمار والإشراف عليه سواء كان محلياً أو إقليمياً أو أجنبياً ، وتقديم خدمات ما بعد الإستثمار و تذليل الصعوبات التي تواجه المستثمرين ، بالإضافة إلى تبسيط الإجراءات الإدارية وإصدار التراخيص بأقصى سرعة في جميع المؤسسات المرتبطة بالنشاط الإستثماري ؛
- إنشاء محاكم متخصصة للفصل في المنازعات المتعلقة بقضايا الإستثمار والتجارة وحقوق الملكية الفكرية ؛
- العمل على تطوير قاعدة بيانات فعلية تشمل على فرص الإستثمار المتاحة ؛

- **تحسين النظام الضريبي و الإدارة الضريبية :** على الرغم من الإعفاءات الضريبية التي توفرها الأنظمة الضريبية إلا أنها لا توفر مواقع تنافسية في جذب الإستثمارات على العموم مقارنة بدول أخرى متطورة أو سائرة في طريق النمو ، بسبب تصميم نظمها الضريبية الذي لا يتسم بالوضوح والشفافية ، وفي مايلي عرض لأهم السياسات المقترحة بشأن تطوير النظام الضريبي والإدارة الضريبية (25) :

أ- **الحوافز الضريبية :** ونذكر فيها مايلي :

- ترشيد استخدام الإعفاءات الضريبية وربطها بالأولويات الاقتصادية مع التركيز على الصناعة باعتبارها نشاطاً ديناميكياً هاماً لتطوير القطاعات الأخرى ؛
- تقديم نظام للحوافز مبسط إدارياً يقلل من عدد الضرائب و يعتمد على الأسعار النسبية ويوسع الأوعية الضريبية؛
- التيسير على المستثمرين في مجال دفع الضرائب على الدخل ؛

ب- **الحوافز المالية غير الضريبية :** ونذكر في مايلي :

- الإستفادة من تجارب بعض الدول في منح علاوات للإستثمار بحيث تمثل نسبة من نفقات المشروع ؛
- مساهمة الدولة في إعداد دراسات الجدوى ، ودعم المستثمرين عن طريق توفير العقارات والأراضي في بعض المناطق أفضل من منحهم إعفاءات ضريبية ؛

- السماح بمعدلات إهلاك متسارعة لمعدات المصانع عند إحتساب الضرائب على الأرباح الصناعية للإسراع بعملية التحديث التكنولوجي ؛

- الآليات التقنية والإعلامية والإدارية : تعتبر الآليات التقنية والإعلامية والإدارية من بين العوامل المساعدة على بلوغ الفكرة الإستثمارية وتجسيدها في الميدان وتتمثل بالخصوص في مايلي :

- في وضع خريطة إلكترونية إستثمارية للتنمية في الجزائر وهو موقع إلكتروني على الأنترنت للتعريف بجميع الفرص الإستثمارية والأنشطة الإقتصادية المقترحة للإستثمار مع كل الحوافز والمساعدات التي تكون على عاتق الدولة ؛

- العمل على عصرنة وتقريب الإدارة من المستثمر ومحاربة كل أشكال الفساد الإداري من الابتزاز والعرقلة المقصودة بغرض الحصول على الرشوة ؛

- تكفل الدولة أو الحكومة بالتهيئة والهياكل القاعدية والبنية الأساسية ، وإيجاد مناطق للنشاط الإستثماري من مدن صناعية ومناطق أخرى الخ .

الخاتمة :

إن سيرورة الإنتقال من إقتصاد إشتراكي إلى إقتصاد السوق فرض على الدولة الجزائرية مع بداية التسعينيات إنتهاج سياسة إقتصادية للإصلاحات الهيكلية ، هذه السياسة سمحت باستعادة التوازنات الإقتصادية الكبرى وسمحت أيضا بتحرير التجارة ، إلا أنه وحسب المؤسسات الدولية لم يرتفع حجم الإستثمار المحلي و الأجنبي الوارد إلى الجزائر وهو ما يؤكد أن تحقيق الإستقرار الإقتصادي واستعادة التوازنات الكلية إذا كان يعتبر شرطا ضروريا مسبقا لتهيئة البيئة المشجعة لجذب الإستثمار الأجنبي ، فإنه لا يعتبر إلا مرحلة أولى فقط يجب أن ترافقها عوامل أخرى لا تقل عنها أهمية، وقد تعتبر هي العوامل الحاسمة في تحسين مناخ الإستثمار ،حيث يتطلب تدخلا حكوميا يهدف إلى توفير البيئة الإقتصادية المستقرة وتهيئة البنية التشريعية المشجعة على الإستثمار ، ويتحقق ذلك من خلال إقامة مؤسسات تشرف عليها الحكومة لضمان احترام المنافسة وتعمل على تحسين أنظمة الحكم ومحاربة الفساد ، أي المؤسسات التي تؤدي إلى تقليص تكلفة المعاملات التي تقصد المناخ الإستثماري ، ويتمثل دور هذه المؤسسات في تحقيق الإطار التنظيمي المناسب للإستثمار من خلال وضع الأطر التنظيمية المحفزة له وتطوير عمل مؤسسات لترويج الإستثمار من أجل تحسين صورة الجزائر لدى المستثمر الأجنبي وإقناعه بجذوى الإستثمار فيها .

إن القيام بالترويج للإستثمار يجب أن يستند على أربعة أسس هي كالاتي :

- بناء صورة جيدة للبلد ؛
- تحسين الخدمات المقدمة للمستثمرين المحتملين ؛
- استهداف بعض المستثمرين ؛
- استهداف بعض القطاعات المراد تطويرها ضمن إستراتيجية شاملة للتنمية الإقتصادية

إن القيام بالترويج الجيد للفرص الإستثمارية لن يكون له أي معنى قبل التأكد من تحسن مناخ الإستثمار وتخفيف العوائق التي يتعرض لها المستثمرون الحاليون ، لذلك يجب على متخذي القرار في مختلف مراكزهم ، العمل على تدليل العقبات التي يتعرض لها المستثمرون وتبسيط إجراءات إنشاء المؤسسات من خلال القيام بإصلاحات مؤسساتية شاملة تتحقق فيها المعايير المحددة من طرف المؤسسات دولية النشاط والهيئات والمنظمات الدولية، مع ضرورة تكييف هذه السياسات مع خصوصيات البيئة المحلية .

المراجع والإحالات:

- 1- محمد داودي ، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر "دراسة قياسية"، مجلة التنمية السياسية الاقتصادية ، المعهد العربي للتخطيط ، الكويت ، المجلد الثالث عشر ، العدد الثاني، 2011 ، ص 8 .
- 2- محمد داودي ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 9-12 .
- 3- تقرير مناخ الاستثمار في الجزائر لسنة 2010 ، استثمر في الجزائر ، الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ، الجزائر ، 2010 ، ص ص 9-16 .
- 4- منصورى الزين ، واقع و آفاق سياسة الاستثمار في الجزائر ، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا ، العدد 2 ، جامعة الشلف ، 2005 ، ص 129
- 5- المادة 4 من المرسوم التشريعي رقم 93-12 مؤرخ في 5 اكتوبر 1993 يتعلق بترقية الاستثمار
- 6- المادة 38 من المرسوم التشريعي 93-12 مرجع سبق ذكره
- 7- المادة 39 من المرسوم التشريعي 93-12 مرجع سبق ذكره
- 8- المواد 17،18،19 من المرسوم التشريعي 93-12 مرجع سبق ذكره
- 9- المادة 22 من المرسوم التشريعي 93-12 مرجع سبق ذكره
- 10- المادة 28 من المرسوم التشريعي 93-12 مرجع سبق ذكره
- 11- المواد 12،13 من القانون 09-16 المؤرخ في 3 اوت 2016 و يتعلق بترقية الاستثمار
- 12- المادة 14 من القانون 09-16 ، مرجع سبق ذكره
- 13- المادة 24 من القانون 09-16 ، مرجع سبق ذكره
- 14- المواد 6 ، 7 ، 8 ، و المواد 21 و 22 من الأمر 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلقة بتطوير الاستثمار
- 15- المادة 18 من الأمر 03-01 و المعدلة بالمادة 12 من الأمر 08-06 المؤرخ في 15 جويلية 2006 و المتعلقة بتطوير الاستثمار
- 16- المواد من 23 إلى 27 من الامر رقم 03-01 ، مرجع سبق ذكره
- 17- منصورى الزين ،تشجيع الاستثمار و أثره على التنمية الاقتصادية، الاردن ، در الراية للنشر و التوزيع ، 2012 ، ص 172
18-World bank ,Algeria Investement Climat Assessment ,juin 2003 p9
- 19- بعداش مسيكة ، غربي فوزية ، الإصلاحات في قانون الاستثمار الجزائري (1988-2001) و تأثير ذلك على مناخ الاستثمار ، مجلة علوم الاقتصاد و التسبير و التجارة ، عدد 5 ، 2006 ص ص 43-44 .
- 20- حيث أن هناك تداخلا بين المجلس الوطني للاستثمار CNI و الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار ANDI فيما يخص منح المزايا و الحوافز للمستثمرين من جهة ،وبين الوزارة المنتدبة لدى رئيس الحكومة المكلفة بالمساهمة و ترقية الاستثمار (MDPPI) ، بالإضافة إلى ذلك فإنه في حالة حدوث نزاع يحق للمستثمر أن يقدم صغنا قضائيا ، أو لدى رئيس الحكومة أو لدى (MDPPI) وان بدت هذه الخيارات ايجابية فإنه توجي بوجود ضبابية و عدم التنسيق بين الهيئات المعنية
- 21-Banque Mondiale, « **Doing Busines** », (en ligne), www.worldbank.org/doingbusines.2003, (page consultée le 12-04-2004).
- 22- Paolo Mauro, « corruption and growth », **Quarterly Journal of Economic**, vol.110, N°:3, August 1995, p. 681-682
- 23- OCDE ,Initiative del'OCDE pour un investissement au service du développement ,réunion du conseil de l'OCDE au niveau ministeriel ,11 Avril 2006 ,p87 .
- 24- هيل عجمي جميل ، الاستثمار الأجنبي المباشر الخاص في الدول النامية ، الإمارات ، مركز الدراسات و البحوث الإستراتيجية ،دراسات استراتيجية ، العدد22، 1999، ص37
- 25 - مركز المعلومات و دعم اتخاذ القرار ، تجارب دولية لتحسين مناخ الاستثمار ، القاهرة ، 1998 ، ص ص 31-32.

أهمية التسويق الدولي في تحديد البدائل الاستراتيجية لاقتحام الأسواق الدولية
The importance of international marketing in identifying strategic alternatives to break into international markets

د. حكيم بن جروة
جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - / الجزائر
Email : Pdr.Hakim@yahoo.fr

أ. محمد بن حوجو
جامعة محمد بوضياف - المسيلة - / الجزائر
Email : Habibben2011@yahoo.fr

Received:28/01/2017

Accepted: 18/03/2017

Published:03/09/2017

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد ومعرفة مدى أهمية التسويق الدولي في تحديد البدائل الاستراتيجية لاقتحام الأسواق الدولية، لاسيما وأن هذا الأمر أصبح من بين الأمور التي يجب وضعها في أولويات أهداف أي مؤسسة، خاصة وأن العولمة جعلت جميع أسواق العالم ميدانا مفتوحا لأي مؤسسة ومجالا واسعا لاكتشاف الفرص التسويقية واستغلالها فالأسواق المحلية لم تعد تفي بالغرض وقد تكون فيها أحيانا منافسة شرسة لا يمكن للمؤسسة أن تحقق فيها أهدافها. إلا أن المهمة ليست أمرا هينا بل هي في غاية الصعوبة فالأسواق الدولية تتسم بالتعقيد وتتطلب دراسة وإحاطة بجميع المتغيرات القانونية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والتنافسية... الخ، إضافة إلى ضرورة توفير الإمكانيات اللازمة لاسيما رؤوس الأموال والكفاءات والخبرة التسويقية، كما تلعب الإستراتيجية دورا مهما في اقتحام الأسواق الدولية من خلال تحديد أجزاء سوق المؤسسة بدقة ووضع المزيج التسويقي الذي يلبي حاجات ورغبات المستهلك بطريقة أفضل من المنافسين.
الكلمات المفتاحية: تسويق دولي، إستراتيجية، الأسواق الدولية...

Abstract:

This study aims to identify and know the importance of international marketing in identifying strategic alternatives to break into the international markets, especially as this has become one of the things that must be placed in the priorities of the objectives of any institution, especially as globalization has made all markets in the world an open field for any institution Marketing and exploitation, local markets are no longer adequate and may sometimes be fierce competition in which the organization cannot achieve its objectives. But the task is not easy, but it is very difficult International markets are complex and require study and briefing all the variables of legal, social, cultural, economic and competitive ... Etc, in addition to the need to provide the necessary capabilities, especially capital and competencies and marketing expertise, and the strategy plays an important role in breaking into International markets by carefully identifying the parts of the enterprise market and developing a marketing mix that best meets the needs and desires of the consumer.

Key Words: International marketing, strategy, international markets.

تمهيد:

تعرف المؤسسات اليوم على اختلاف أنشطتها تحولات وتطورات كبيرة تشمل كلا من طرق التسيير والإدارة وممارسة مختلف الوظائف المالية والتسويقية وغيرها، وقد كان ذلك نتيجة التغير الحاصل في بيئة العمل بفعل التقدم التكنولوجي الكبير في مجال الاتصالات والنقل وسيادة مفاهيم اقتصادية واجتماعية تدعو للتفاعل المشترك وإسقاط الحدود السياسية والقيود التجارية أو ما يعرف بظاهرة العولمة، والتي أدت بدورها إلى ظهور بيئة دولية تتسم بالكثير من التعقيدات، إلا أنها من جهة أخرى تتيح للمؤسسة الكثير من فرص الاستثمار وتمنحها حرية أكبر في اختيار أسواقها حسب إمكانياتها وأهدافها، بعدما أصبح من اليسير تجاوز عاملي المكان والزمان نتيجة لما حصل من ثورة حقيقية في مجال الاتصالات والنقل، وهو ما أدركته المؤسسات بشكل جيد حيث أصبحت تعمل جاهدة من أجل إيجاد فرص حقيقية لها في الأسواق الدولية، بالإضافة إلى ذلك فإن الواقع يشير إلى أن الدخول في مجال التسويق الدولي والسعي لاقتحام الأسواق الدولية أصبح حتمية تفرضها العولمة واقتصاد السوق، حيث صارت المؤسسة التي يقتصر نشاطها على الأسواق المحلية دون الأسواق الدولية مهددة بالفشل بسبب عدم قدرتها على مواجهة المنافسة المتأتية من المؤسسات الأجنبية خاصة وأن نشاط هذه الأخيرة اتسع بشكل رهيب إلى درجة تطورها إلى ما يعرف بالمؤسسات المتعددة الجنسيات، والتي أصبحت تشكل بمفردها قوة حقيقية قادرة على إضعاف اقتصاد دولة بكامله فما بالك بمؤسسة محلية لم ترقى بعد إلى درجة التعامل مع عدة أسواق وتلبية حاجات ورغبات المستهلكين في أسواق دولية مختلفة.

إن اشتداد حدة المنافسة في الأسواق المحلية والدولية في الوقت الراهن وتعدد حاجات ورغبات المستهلكين واختلافها من سوق لآخر وتشابك المتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية والثقافية... الخ وديناميكية البيئة التسويقية الدولية أدى إلى تزايد أهمية الإستراتيجية التسويقية ودخولها في العديد من مجالات النشاط الاقتصادي باعتبارها أحد أهم الجوانب التي تعتمد عليها المؤسسة في مواجهة المنافسة لتحقيق ميزة تنافسية والتصدي للتحولات البيئية السريعة كما يتم من خلالها تحقيق الغايات والأهداف التي تسعى إليها المؤسسة في أسواقها، ولا يكون لها ذلك إلا في إطار تحديد أهداف واضحة تشير وتركز على خط واحد باتجاه أهداف المؤسسة الكلية باستهداف المستهلكين بفاعلية أكبر مما يفعله المنافسون وتطوير عناصر المزيج التسويقي لإنجاز إستراتيجية تسويقية فعالة.

أولا: الإطار العام للدراسة:

إن تخلي الجزائر عن الاقتصاد المخطط، بعدما تأكد فشله طيلة ربع قرن من التبنى والاعتناق - منذ الاستقلال إلى نهاية الثمانينيات من القرن الماضي - وتوجهها إلى اقتصاد السوق من أجل تحقيق ما عجز عنه الاقتصاد السابق من نمو اقتصادي ورفاهية وازدهار وضعها أمام تحدي كبير في مواجهة كافة التغيرات الناجمة عن اقتصاد السوق حيث أن من مستلزمات هذا الأخير إزالة الحواجز والعقبات أمام حرية التجارة والإنتاج والتبادل وهو ما قامت به الجزائر فعلا من خلال قيامها بـ : فتح المجال للقطاع الخاص وتشجيعه، إبرام اتفاقية الشراكة الأوروبية والإتحاد الأورو متوسطي وسعيها الدؤوب للانضمام للمنظمة العالمية للتجارة (OMC)، وتشجيعها الكبير للمستثمرين الأجانب لدخول السوق الجزائرية والعمل على خلق بيئة عمل مناسبة، وأصبح القطاع الخاص كمزاحم قوي للقطاع العام أمرا حاصلا، وتدفع السلع الأجنبية بكثافة وغزارة أمرا واقعا، ودخول المؤسسات الأجنبية في صيغ شراكة أو أشكال استثمارية مباشرة أو غيرها غدا أمرا مستحبا، الأمر الذي أوجب حالات من المنافسة والمزاحمة غير المألوفة في الاقتصاد الوطني .

1. مشكلة الدراسة: في ظل هذه البيئة الجديدة والتي لم يتعود عليها كل من المنتج والمسير الجزائري تبدو أهمية التفكير في الوسائل الجديدة التي تساهم ليس فقط في إحداث عملية التكيف مع هذه البيئة الجديدة وإنما أيضا في احتلال موقع تنافسي مرضي تقوي به المؤسسة الجزائرية نفسها على البقاء والاستمرار وتساهم بدورها في بناء اقتصاد وطني قوي، فإن التسويق بصفة عامة والإستراتيجية التسويقية بصفة خاصة في هذا المناخ الجديد تعد أهم سلاح وأبرز أداة للمقاومة والمنافسة والبقاء والاستمرار، وضرورة ملحة من أجل أن تكون المؤسسة في طليعة المؤسسات، لذلك فإن من المحاور الأساسية التي تعمل في ظلها الإستراتيجية التسويقية البحث عن الفرص التسويقية واستغلالها وتحديد القطاعات السوقية التي يمكن خدمتها والتي قد تتواجد في الأسواق الدولية، كما أن أهمية الإستراتيجية التسويقية في نجاح المؤسسة في اقتحام الأسواق الدولية ينبع من كونها المنهج أو الوسيلة التي من خلالها تتحقق الأهداف وبواسطتها يتم تلبية حاجات ورغبات المستهلكين على أحسن وجه وبطريقة أفضل من المنافسين، ومن خلال كل ما سبق ذكره يمكننا معالجة الدراسة من خلال طرح الأسئلة التالية:

ما مدى اعتماد المؤسسة على إستراتيجية التسويق في اقتحام الأسواق الدولية؟ وما هي الفوائد المرجوة من الإستراتيجية التسويقية في اقتحام الأسواق الدولية؟ وما هي البدائل الإستراتيجية المعتمدة لديها؟

2. أهمية الدراسة: إن الواقع الاقتصادي الذي تعيشه الجزائر اليوم يثير الكثير من الشكوك والمخاوف حول مستقبل البلاد ومستقبل مؤسساتها ومدى قدرتها على الصمود في وجه المنافسة الشرسة المتأتية من مؤسسات العالم المتقدم التي غزت أسواق العالم بمختلف السلع والخدمات بفعل اقتصاد السوق والانفتاح الاقتصادي والعولمة، وفي وقت تحتاج فيه أي مؤسسة حتى تكون ناجحة إلى مسيرين أكفاء يدركون أهمية الإستراتيجية التسويقية ويدركون ضرورة الدخول في عمليات التسويق الدولية من أجل تحقيق أهدافهم وخدمة أسواق المؤسسة وتلبية احتياجاتها بكفاءة عالية نجد مؤسساتنا تفتقد إلى ذلك، حيث لم تولي هذه الأخيرة اهتماما حقيقيا للإستراتيجيات التسويقية ولا اهتماما بالتسويق الدولي في حين يعتبر ذلك في الوقت الحالي من أهم الجوانب التي يجب أن تعطى لها الأولوية خاصة في ظل بيئة دولية تتميز بالتغير وعدم التأكد، ومن منطلق أهمية الإستراتيجية التسويقية والتسويق الدولي نتجلى لنا أهمية هذه الدراسة من خلال إظهار وإبراز الدور الذي يمكن أن تلعبه الإستراتيجية التسويقية في اقتحام الأسواق الدولية.

3. هدف الدراسة: انطلاقا من الأسئلة المطروحة في سابقا، فإن هذه الدراسة تهدف إلى الوصول إلى جملة من الأهداف نوجزها فيما يلي:

- التعرف على مختلف المفاهيم التي تتعلق بالتسويق الدولي؛
- الوصول إلى صورة متكاملة عن إستراتيجية التسويق ومعرفة كيفية تحديدها وتنفيذها ومتابعتها؛
- محاولة إظهار خصوصية إستراتيجية التسويق في مجال التسويق الدولي، خاصة وأن إستراتيجية التسويق تتأثر جدا بالبيئة التسويقية الأمر الذي يميز إستراتيجية التسويق في بيئة دولية عنه في بيئة محلية؛
- التعرف على الإستراتيجيات التسويقية التي من الممكن إتباعها من طرف المؤسسة وأهم الأشكال المتبعة لاقتحام الأسواق الدولية؛
- المساهمة في تحسين أداء المؤسسات الجزائرية وزيادة كفاءتها في ممارستها التسويق الدولي.

4. فرضيات الدراسة: بناء على أسئلة الإشكالية المطروحة في الدراسة، فقد تم صياغة الفرضيات التالية:

- يرتبط توجه المؤسسة لاقتحام الأسواق الدولية بتحقيق أهدافها في البقاء والنمو؛

- من خلال الإستراتيجية التسويقية يمكن حشد كافة إمكانيات المؤسسة وتوجيهها بما يخدم أهداف المؤسسة ويلبي حاجات ورغبات المستهلكين في الأسواق الدولية؛

- يتم تحديد البدائل الإستراتيجية المناسبة لاقتحام الأسواق الدولية من خلال أنشطة التسويق الدولي.

5. منهجية وأدوات الدراسة: بهدف معالجة موضوع الدراسة والإجابة على الإشكالية وإثبات صحة الفرضيات تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتبر المنهج الأنسب لمعالجة لهذا الموضوع وذلك بالتطرق إلى كافة المفاهيم المتعلقة بموضوع الدراسة، أما فيما يتعلق بالأدوات المستخدمة فتتمثل في القيام بالمشح المكتبي وذلك من أجل الإحاطة بكافة المفاهيم الضرورية لإجراء هذه الدراسة، وقد تم الاعتماد على مجموعة من المراجع المتنوعة تمثلت في الكتب باللغتين الفرنسية والعربية، رسائل ماجستير ودكتوراه، مجلات ومواقع الإنترنت... الخ.

ثانيا: الإطار النظري للدراسة:

1. التسويق الدولي وتأثيره على الأنشطة التسويقية للمؤسسة: لقد تطور التسويق من التطبيقات والممارسات المحلية إلى الدولية وذلك بفعل العولمة، وأصبحت الأسواق الدولية تمثل فرصا أمام العديد من المؤسسات للنمو والتوسع من خلال العمل في هذه الأسواق وإشباع حاجات المستهلكين ورغباتهم فيها، لذلك قد تختلف الأسواق الدولية بطبيعة الحال عن الأسواق المحلية وهو ما يؤثر على الأنشطة التسويقية ويفرض على المؤسسات فهم جيد للتغيرات التي قد تطرأ في أنشطتها التسويقية.

1.1 تعريف التسويق الدولي: تعددت تعريفات التسويق الدولي المقدمة من طرف مختلف الباحثين والمتخصصين، وقبل أن نتطرق إلى هذه التعاريف تجدر الإشارة إلى أن التسويق الدولي ليس نشاطا حديثا بل هو قديم جدا وتمثلت جذوره بمختلف الصور والأشكال في التفاعل والتبادل التجاري بين مناطق ودول وقارات العالم المختلفة، أما باعتبار التسويق الدولي نشاطا معاصرا فهو راجع إلى ما احتواه من أساليب وطرق واستراتيجيات جديدة أفرزتها بيئة المنافسة الحاصلة في أسواق العالم المختلفة أي أن التسويق الدولي أصبح ذو إطار متكامل منذ فترة قصيرة، وساهمت في ذلك العديد من العوامل أهمها التقدم التكنولوجي الكبير وثورة الاتصالات... الخ، وعليه فمن أهم تعريفات التسويق الدولي نذكر: تعريف كوتلر Kotler للتسويق الدولي بأنه: "إستراتيجية التموضع التي تتخذها المؤسسة حيال المنافسين وفي أكثر من سوق خارجي، وبما يحقق تأثير فاعل على إجمالي المنافسة التسويقية العالمية"¹، كذلك يعرفه ستانتون Stanton بأنه: "عبارة عن نشاط كوني ينطلق من إستراتيجية كونية لمزيج تسويقي عابر للحدود الإقليمية، يتناغم ويتفاعل مع قدرات استهلاكية خارج نطاق حدود المشروع الوطني، يهدف إلى إشباع الحاجات والرغبات من خلال طرح سلع أو خدمات تتناسب مع هذه الحاجات والرغبات"²، كما يعرف التسويق الدولي بأنه: " أداء الأنشطة التجارية التي تساعد على تدفق سلع المؤسسة وخدماتها إلى المستهلكين في أكثر من دولة واحدة"³، ويشير كتيرا Catoria أيضا إلى أن: "التسويق الدولي يشمل الأنشطة المتعلقة بتحديد حاجات ورغبات المستهلكين في أكثر من سوق مستهدفة مع العمل على إشباع تلك الحاجات والرغبات بإنتاج وتوزيع السلع والخدمات التي تتلاءم معها"⁴، وهو أيضا "ذلك النشاط من الأعمال الذي يركز على عناصر تخطيط تطوير المنتج، التسعير والتوزيع والترويج وخدمة المستهلك النهائي (أو المستخدم الصناعي) من المنتجات (السلع والخدمات) التي تلبى طلباته واحتياجاته في أكثر من دولة واحدة"⁵، ومن خلال قراءة التعاريف السابقة يمكن استخلاص ما يلي:

- يمثل التسويق الدولي في حقيقته نشاط استراتيجي تنتهجه المؤسسة في الدخول للأسواق الدولية عبر ما تقدمه من منتجات مختلفة تلبي حاجات ورغبات المستهلكين، ويحقق لها ميزة تنافسية ويجعلها ذات مكانة على مستوى العالم؛

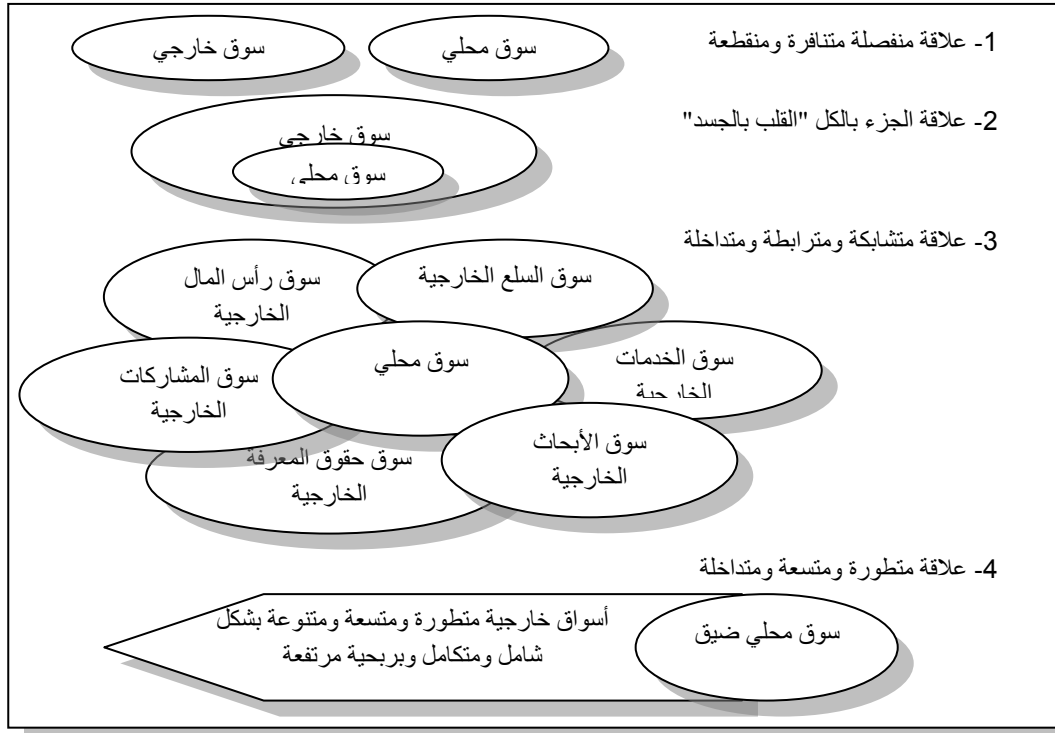
- معظم التعاريف ركزت على ممارسة أنشطة التسويق في أكثر من دولة واحدة كشرط أساسي لكي نقول عن مؤسسة أنها تعمل في إطار التسويق الدولي ويؤدي هذا الشرط إلى خلق الكثير من التغييرات في طبيعة عمل المؤسسة حيث أن العمل في أكثر من دولة واحدة يعني وجود العديد من الفوارق تحدها بيئة كل دولة وتتمثل في الفوارق الاقتصادية والسياسية والقانونية والثقافية والتكنولوجية... الخ والتي لها بالغ الأثر في تحديد سياسات واستراتيجيات المؤسسة؛

- يهدف التسويق الدولي إلى اكتشاف وتحديد حاجات المستهلكين ورغباتهم في مختلف الأسواق الدولية والعمل على إشباعها والذي يتطلب:

- دراسة الأسواق الحالية والمتوقعة من أجل اكتشاف الفرص التسويقية واستغلالها؛
- تخطيط السلع والخدمات التي تتلاءم مع حاجات ورغبات المستهلكين أو المستخدمين في الأسواق الخارجية؛
- توزيع السلع والخدمات من خلال قنوات التوزيع الدولية الملائمة؛
- الترويج الجيد لمنتجات المؤسسة بتوفير المعلومات الضرورية عن المنتج؛
- تسعير المنتجات بطريقة تعكس القيمة والمنفعة التي تحققها للمستهلكين وتحقق عائداً مناسباً للمؤسسة؛
- ضرورة تكامل الأنشطة التسويقية الدولية فلا بد على المؤسسة أن تمارس أنشطتها التسويقية الدولية في إطار متكامل لكي تستطيع تحقيق أهدافها، فعلى سبيل المثال تستطيع المؤسسة تخفيض أسعار منتجاتها في سوق ما نظراً لحدة المنافسة أو من أجل اكتساب حصة تسويقية وتعوض ذلك من خلال ما تحققه من أرباح معتبرة في سوق آخر.

2.1. السوق المحلي والسوق الدولي (الخارجي): ينظر البعض إلى السوق المحلي باعتباره الأساس القاعدي الذي ترتكز عليه العملية الإنتاجية، أي كان هدفها ومحورها ونشاطها، فالسوق المحلي هو المؤشر الدال ابتداءً على إمكانيات النجاح ذلك أن الأساس الاستيعابي للسوق المحلية هو قاعدة التطور الحقيقي، حيث لا تصدير للخارج دون تحقيق الإشباع الكامل للسوق المحلية وأن اعتبارات هذا الإشباع وارتقائه لا يجب أبداً أن تقل جودته عن اعتبارات الجودة التي تقدم للسوق الخارجية، وأن الارتقاء بالسوق المحلية وإمكانياتها الاستيعابية سوف يسهم بفاعلية في فتح أسواق صادرات جديدة، حيث سيعتمد المستهلك الأجنبي إلى الوصول للسوق المحلي للشراء سواء بشكل فردي، أو بشكل جماعي أو للتعاقد على ما تنتجه الدولة من منتجات ثبتت جودتها وفعاليتها، ولعل هذا ما يشاهد فعلاً في أسواق الدول المتقدمة التي يتم داخلها فعلاً التصدير للخارج، وعقد الصفقات الدولية، في حين أن البعض يرى أن التوجه للسوق الخارجي مباشرة لا يرتبط أبداً بأي إشباع للسوق المحلي وأن علينا أن ننتج للتصدير بصرف النظر عن مدى حاجة السوق المحلي للسلع المصدرة، بل أنه يمكن تقليص الإشباع المحلي من أجل كسب صفقة تصديرية ودون أي اعتبار عما يمكن أن يحدثه هذا من تأثير اجتماعي أو اقتصادي أو سياسي على السوق المحلي وعلى المستهلك فيها، ووفقاً لهذه النظرة تتحدد طبيعة ومحتوى ومضمون العلاقة بين السوق المحلي والأسواق الدولية، فهل هي علاقة ترابط وتفاعل بين كل منهما يؤثر ويتأثر بالآخر، أم هي علاقة انفصام وتنافر ولا تأثير لأي منهما على الآخر، أم هي علاقة تداخل وتشابك وتحابك،⁶ وهو ما يظهره الشكل التالي:

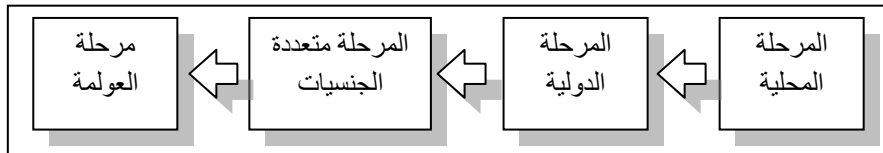
الشكل رقم 01: علاقة السوق المحلي بالسوق الدولي



المصدر: محسن أحمد الخضيرى، التسويق: في ظل عدم وجود نظام معلومات، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1996، ص: 74

3.1. تحول التسويق باتجاه العولمة: إن التقدم التقني المتواصل في وسائل النقل والاتصالات من أعمار صناعية ونظم استقبال وغيرها أدى إلى امتداد نشاط العديد من المؤسسات إلى مختلف الأسواق العالمية، وهو ما أثر على التسويق الذي تطور مفهومه بتطور نشاط المؤسسة نحو العالمية والشكل الموالى يوضح تطور مفهوم التسويق باتجاه العولمة:

الشكل رقم 02: المراحل التطورية للتسويق باتجاه العولمة



المصدر: محمد فريد الصحن، طارق طه أحمد، إدارة التسويق: في بيئة العولمة والانترنت، دار الفكر الجامعي للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2007، ص: 284

من الشكل السابق يتبين لنا بأن المراحل التطورية للتسويق باتجاه العولمة مرت بالمرحلة المحلية التي تشير إلى تلك المرحلة التي اقتصر فيها الأسواق المحتملة والجهود التسويقية والإنتاجية للمؤسسات على منطقة جغرافية داخل الدولة التي تعمل بها كل مؤسسة وقد استدعى التحول من هذه المرحلة إلى المرحلة التالية توافر استجابات إيجابية لدى المؤسسات نحو تطوير أنشطتها وتبني إستراتيجيات للنمو والتوسع في الأسواق الدولية، تليها المرحلة الدولية والتي غطت فيها الجهود التسويقية والإنتاجية للمؤسسات مختلف مناطق الدولة التي تعمل بها كل مؤسسة، وهو ما عرف بمدخل التغطية المحلية المتعددة، كما امتدت أيضا تلك الجهود بصورة محدودة لتشمل بعض الأسواق في دول أخرى وبالتالي ظهر التبادل الدولي القائم على الجهود المنفرد لكل مؤسسة، لتأتي بعدها المرحلة المتعددة الجنسيات والتي كثفت فيها المؤسسات من جهودها التسويقية في العديد من دول

العالم، وأنشأت لها فروع أو وحدات تنظيمية في دول مختلفة واعتبرت تلك المؤسسات متعددة الجنسيات، فالمركز الرئيسي غالباً في الدولة الأم والفروع منتشرة في دول متعددة، لتنتهي بمرحلة العولمة والتي تمثلت في انهيار الحدود بين الأسواق العالمية وأصبح العمل والتنافس يتم في سوق مفتوح ومتداخل، وظهر مفهوم الإدارة الدولية (الذي يعني إدارة أنشطة الأعمال التي تمتد في أكثر من دولة) وباتت العديد من المؤسسات الكبرى مثل SONY اليابانية- IBM الأمريكية - BMW الألمانية - تمتد جهودها الإنتاجية والتسويقية ووحداتها التنظيمية في مختلف دول العالم وأصبح مثلاً " بنك طوكيو الياباني " يعد من أكبر البنوك العاملة في الولايات المتحدة الأمريكية متخطياً بذلك العديد من البنوك الأمريكية الوطنية وبالتالي يمكن تعريف التسويق العالمي بأنه ممارسة الأنشطة التسويقية من منظور أن السوق المحتمل للمؤسسة يتجاوز حدود السوق المحلي ليشمل كل أنحاء العالم بمعنى أن الأنشطة الإنتاجية والفرص التسويقية المتاحة للمؤسسات أصبحت في ظل العولمة تتجاوز حدود السوق المحلي لكل مؤسسة و على المؤسسات إدارة أنشطتها طبقاً لهذا الواقع العملي.⁷

4.1. أهمية التسويق الدولي: إن التطور والنمو الذي وصل إليه التسويق الدولي وما نشاهده اليوم من مظاهر العولمة الاقتصادية كحرية تدفق رؤوس الأموال والسلع والخدمات ما هو إلا نتيجة للمنافع المحققة من ورائه، حيث نجد أن جميع الأطراف المساهمة في التسويق الدولي قد تستفيد من ذلك وليس بالضرورة استفادة كل طرف ستكون على حساب الآخر من هنا تبرز أهمية التسويق الدولي كإطار عام لتحقيق أهداف العديد من الأطراف وهو ما سنحدده أكثر من خلال العناصر التالية:⁸

- توفير السلع المختلفة والانتفاع من الخدمات في أكثر من سوق خارجي وبخاصة تلك الأسواق التي يتعذر عليها إنتاجها ولأسباب مختلفة، وبالتالي فالأهمية الأولى ستكون في تجاوز عامل المكان لتوفير المنتجات ولمختلف بقاع العالم؛
- إسهام التسويق الدولي ومن خلال المنتجات الجديدة أو المطورة في خلق حالة من التطور والرقى الاجتماعي وبخاصة للدول الأقل تقدماً للتفاعل مع ما هو جديد في دول وأسواق العالم المختلفة؛
- الكثير من المؤسسات عندما تحقق نجاحاتها في الأسواق الدولية لا يسجل لها فحسب بل يسجل أيضاً للدولة التي تنتمي إليها وبالتالي فإن الكثير من الدول أخذت مكانة اقتصادية وسمعة كبيرة من خلال مؤسساتها العاملة في الأسواق الدولية ومن أبرز الأمثلة على ذلك الـ.م.أ ، اليابان، كوريا؛
- تمكين المؤسسات من الاستفادة من اقتصاديات الحجم من جراء الاتساع في السوق وهذا ما سينعكس إيجابياً على تخفيض تكاليف الإنتاج للوحدة الواحدة، ويزيد من قدرة المؤسسات على اعتماد إستراتيجية القيادة في التكلفة، إضافة إلى إمكانية تخفيض الأسعار مما يجعل المنتجات في متناول أعداد كثيرة من المستهلكين؛

بالإضافة إلى:⁹

- قد تلجأ الدولة إلى تشجيع رجال الأعمال من أجل توسيع أعمالهم في الأسواق الدولية مما يؤدي إلى توفير قدر مناسب من العملات الأجنبية وتحقيق العجز في ميزان المدفوعات؛
- يحقق التسويق الدولي للمؤسسات مزايا تنافسية وذلك من خلال تهيئة أساليب وتقنيات إنتاجية ذات تكلفة منخفضة الاستفادة من المواقع الجغرافية القريبة من مصادر المواد الأولية والأيدي العاملة ذات الأجور المنخفضة؛
- قد يتطلب النظام الضريبي في بعض الدول توزيع الفائض في الأسواق الدولية لتجنب دفع ضرائب عالية؛
- قد يكون العائد على الاستثمار في التسويق الدولي أعلى من التسويق المحلي كما يمكن أن تتاح للمؤسسة فرصة الاستفادة من فروق الأسعار وأسعار الصرف كأحد دوافع التسويق الدولي؛

■ في حالة تشبع السوق المحلي فهناك العديد من أسواق المنتجات التي وصلت إلى مرحلة التشبع مما أدى إلى ظهور نوع من الضيق على المستوى المحلي، الأمر الذي ألزم بعض المؤسسات البحث عن أسواق جديدة لتصريف منتجاتها ، وتمثل الأسواق الدولية في هذه الحالة البديل الأمثل ، خاصة تلك التي لازالت في مراحل نموها الأولى؛

كما تتجلى أهمية التسويق الدولي أيضا فيما يلي:¹⁰

■ إطالة دورة حياة منتج المؤسسة فكما هو معروف أن أي منتج له دورة حياة تتمثل في أربع مراحل وهي- مرحلة الظهور، النمو، النضج، التدهور- فعندما تصل منتجات المؤسسة إلى مرحلة التدهور في أسواقها المحلية وأرادت أن تكسبها دورة حياة جديدة فالأجدر بها أن تبحث عن أسواق دولية أخرى أو تفتح أسواق دولية جديدة أو تقوم بتطويرها؛

■ الطلب التلقائي فقد تكتشف المؤسسة وجود طلب في الخارج على منتجاتها من خلال تظاهرة تجارية، أو عند طلب معلومات عبر البريد أو لقاء ممثلي المؤسسات فعليها إذا التصرف بعقلانية للحصول على الزبائن في الخارج واغتنام هاته الفرصة؛

■ تحقيق استقرار في حجم المبيعات عن طريق تصريف الفائض من الإنتاج والتغلب على التذبذب الحاصل في الطلب على منتجاتها في الأسواق المحلية، كما أن العمل في أكثر من سوق واحدة يسهل على المؤسسة مواجهة التغيرات التي قد تحدث في أحد أسواقها؛¹¹

■ قد تواجه المؤسسة معوقات بيئية متعددة تمنعها من ممارسة أعمالها في السوق المحلية كارتفاع حدة المنافسة مقارنة بأسواق دولية أخرى أو وجود قيود قانونية... الخ.¹²

كما يؤدي التسويق الدولي إلى إمكانية زيادة الأرباح والنمو من خلال استغلال الفرص التي قد تظهر في الأسواق الدولية، بل في حقيقة الأمر يجب على المؤسسة أن تبحث وتعمل على اكتشاف الفرص التسويقية أو حتى خلقها من خلال قيامها بالبحوث التسويقية اللازمة.

5.1. اقتحام الأسواق الدولية وأشكال تصنيفها: إن اختيار المؤسسة للشكل الذي تقتحم به الأسواق الدولية مهم جدا، إذ أن الخطأ في اختيار الشكل المناسب ينعكس سلبا على نجاح المؤسسة في تلك الأسواق، ويكلفها الكثير في حالة ما إذا أرادت تغيير شكل الدخول أو حتى الانسحاب من السوق، لذا فعلى المؤسسة أن تولي اهتماما خاصا لقرار اختيار شكل الدخول وتدرك ضرورة وجود توافق بين أهدافها وإمكانياتها والطريقة التي تختارها لاقتحام الأسواق الدولية فضلا عن توفر الظروف البيئية المناسبة للعمل، وعلى العموم هناك عدة تقسيمات لأشكال اقتحام الأسواق الدولية فمن الممكن تقسيمها إلى نوعين رئيسيين وهما الاستثمارات المباشرة والاستثمارات غير المباشرة حيث يوجد الكثير من الفروق بين هذين النوعين من الاستثمار، كما يمكن تصنيف أشكال اقتحام الأسواق الدولية على أساس محاور أخرى غير التي ذكرت ومن بين هذه المحاور نذكر:¹³

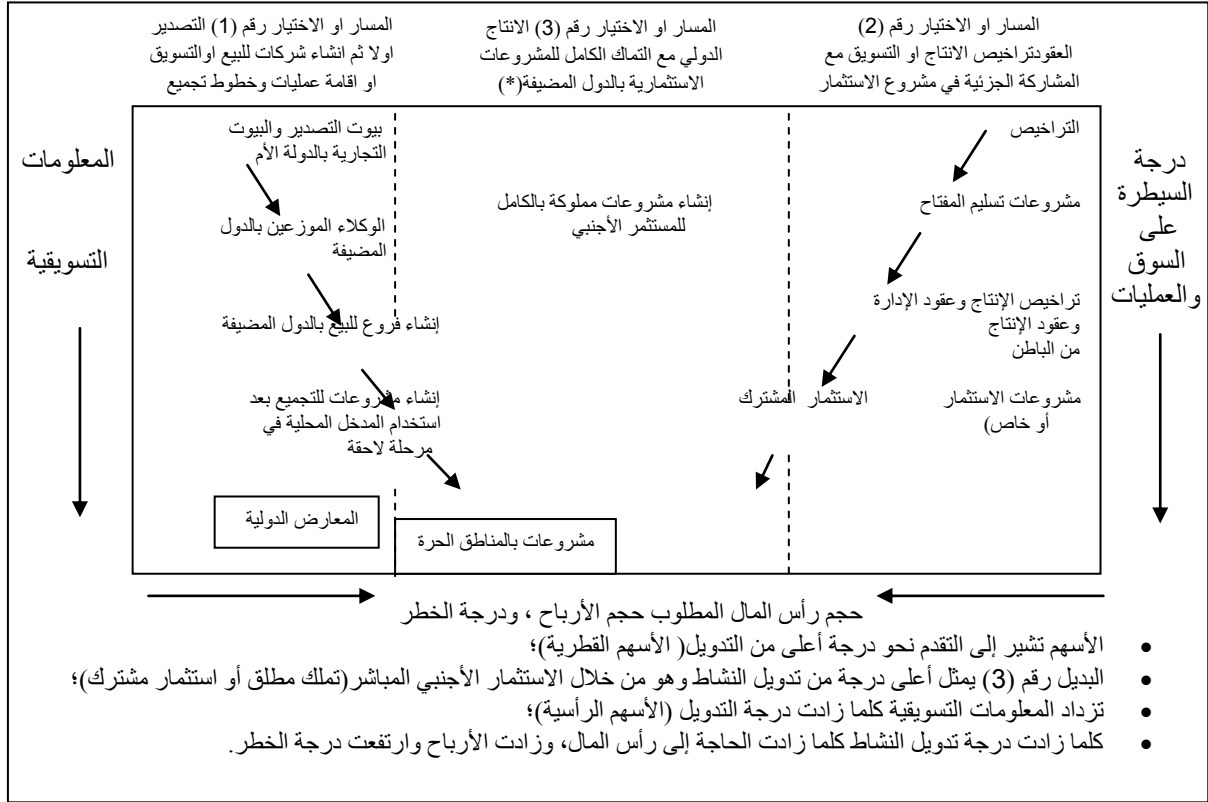
■ التقسيم على حسب طبيعة النشاط الوظيفي للمؤسسة، حيث يمكن تصنيف الاستثمارات مثلا إلى الاستثمار الخاص بالإنتاج الدولي، أو التسويق الدولي؛

■ التقسيم طبقا لملكية النشاط مثل الاستثمارات المملوكة ملكية مطلقة، والجزئية، وتلك التي لا تنطوي على تملك الطرف الأجنبي لمشروعات الاستثمار؛

■ التقسيم على حسب دولية النشاط الإنتاجي والتجاري.

ويمكن عرض تتابع أشكال اقتحام الأسواق الدولية المتاحة للمؤسسة من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 03: أشكال اقتحام الأسواق الدولية



المصدر: عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2002، ص: 363.

2. إستراتيجية التسويق كقاعدة لنجاح المؤسسة في اقتحام الأسواق الدولية: تعتبر إستراتيجية التسويق إحدى الركائز الأساسية للمؤسسة عند اقتحامها للأسواق الدولية، حيث تعتمد الإستراتيجية التسويقية أساسا على تحليل البيئة الخارجية لتحديد الفرص التسويقية في الأسواق الدولية وتجنب التهديدات من جهة وتحليل البيئة الداخلية للوقوف على إمكانيات المؤسسة ونقاط ضعفها لتحديد ما يمكن أن تقدمه من خدمات ومنتجات في الأسواق الدولية، كما يتم من خلال إستراتيجية التسويق الدولي اتخاذ قرارات هامة ومصيرية بالنسبة للمؤسسة، كاتخاذ القرار بالتوجه للأسواق الدولية واختيار الأسواق المستهدفة بعد إجراء تقسيم السوق وتحديد المزيج التسويقي الذي تخدم به المؤسسة أسواقها، وتعد مهمة صعبة نظرا لتعدد متغيرات البيئة الدولية واختلافها من دولة لأخرى.

1.2 الإستراتيجية الدولية: إن نجاح المؤسسة في الأسواق الدولية يتطلب وضع إستراتيجية تسويقية محدد والتي هي في الأساس خطة تتيح لأي مؤسسة توجيه أنشطتها بما يتناسب ويتوافق مع أهدافها ورسالتها، وقيل تحديد مفهوم الإستراتيجية الدولية وجب الإشارة إلى الإستراتيجية والتي هي في الأساس ترجع إلى الكلمة اليونانية "strategos" والتي تتكون من كلمتين هما "stratos" وتعني الجيش، "agos" وتعني أقود، وبالتالي يصبح معنى "strategos" قيادة الجيش، وقد ارتبط مفهومها بالخطط المستخدمة في إدارة المعارك وفنون المواجهة العسكرية ليمتد إلى مجال الأعمال، حيث كانت الانطلاقة الأولى ما قامت به مدارس الإدارة وعلى رأسها كلية هارفرد للإدارة "harvard busnss school" من توظيف المتقاعدين من الجيش الأمريكي عقب نهاية الحرب العالمية الثانية والاستفادة من خبراتهم ومعارفهم العسكرية واستغلالها في حقل الأعمال، لتظهر

على إثر ذلك العديد من المصطلحات التي هي في الحقيقة خليط بين الأبجديات العسكرية والإدارة كحرب الأسعار، الحصص السوقية... الخ،¹⁴ وعليه فالإستراتيجية تعني المسار المنتهج لوضع خطة عمل تسمح للمؤسسة بتنمية ميزتها التنافسية،¹⁵ ويعرفها porter بأنها: عملية خلق وضع متفرد للمؤسسة، ذي قيمة لعملائها من خلال تصميم مجموعة أنشطة مختلفة عما يؤديه المنافسون،¹⁶ ومنه فإن الإستراتيجية تشير إلى مجموعة من القرارات التي تتخذها المؤسسة والمتعلقة بكيفية تخطيط مسار عملها وهذا بتحديد أهدافها المستقبلية على المدى البعيد، إضافة إلى تحديد مختلف الأنشطة التي تنوي القيام بها في الوقت الحالي والمستقبلي، وذلك بالاعتماد على معظم الفرص المتاحة لها من أجل التكيف التام مع البيئة المحيطة بها.

ومن خلال ربط الإستراتيجية بالتسويق يمكن القول بأن إستراتيجية التسويق تعبر عن: الأسواق المستهدفة والاتجاه الذي يجب إتباعه والحاجات التي يجب تلبيتها لخلق وضعية تنافسية يمكن الدفاع عنها، متلائمة مع الإستراتيجية العامة للمؤسسة في هذه الأسواق، بالإضافة إلى كل ما يتعلق بسلوك المشتري وقرار استهداف معين،¹⁷ وهي تعبر أيضا عن الإستراتيجية التي يتم بها تخصيص المواد وتوزيعها واستخدامها لتحقيق هدفين وهما تحليل المستهلك، وتحليل المنافسين، كإشباع حاجات ورغبات المستهلكين، وخلق ميزة تنافسية للمؤسسة،¹⁸ واستنادا لما تم سرده يتضح لنا بأن إستراتيجية التسويق حسب ما قُدم لها من تعاريف تشترك في مجموعها في أربع نقاط أساسية يدور محتواها حول: **تحديد أهداف المؤسسة؛ تقسيم السوق؛ تحديد الفئة المستهدفة؛ تحديد مكانة أو وضعية المنتج؛** بالإضافة إلى عنصر خامس والذي يتمثل في **دراسة وتحديد المنافسة مع القيام بالبحث عن الميزة التنافسية للمؤسسة.**

إذن فلا بد لإستراتيجية التسويق أن تكون منبثقة وفقا لمتغيرات أساسية يسعى واضعها إلى تحقيق غايات وأهداف يعتمد نجاحها على مدى وعي وإدراك الأشخاص القائمين عليها بهذه الأهداف، بالإضافة إلى أن تقسيم السوق سيؤدي إلى تحديد ومعرفة الفئة المستهدفة من قبل المؤسسة بمعرفة حاجياتهم وكيفية تلبيتها، والذين يوجه لهم المنتج ومحاولة ترسيخه لدى المستهلك من خلال تحديد مكانته ثم القيام بدراسة منافسيها ومحاولة إيجاد ميزة تنافسية يمكن من خلالها الحفاظ على المستهلك وهذا بالطبع لن يتم إلا من خلال استخدام إستراتيجية تسويقية مناسبة، وعليه فالإستراتيجية التسويقية تنشق كباقي الاستراتيجيات الأخرى من الإستراتيجية الكلية للمؤسسة، وتتناغم معها بالاعتماد على تحليل الموقف (تحليل وتدقيق العوامل الداخلية للكشف عن مواطن القوة والضعف في الوحدات الوظيفية للشركة، وتحليل وتدقيق البيئة بمكوناتها المستهلكون، الاقتصاديون، الحكومة، المنافسة، التكنولوجيا)، وذلك لتحديد الفرص السوقية والتهديدات، وبالتالي فإستراتيجية التسويق هي: الخطط العريضة لتحقيق أهداف رئيسية.¹⁹

2.2. أبعاد الإستراتيجية الدولية: من خلال ما تم عرضه فيما يخص تعريف الإستراتيجية والإستراتيجية التسويقية سيكون من اليسير إدراك وفهم الإستراتيجية الدولية من جميع النواحي حيث تعرف الإستراتيجية الدولية بأنها: هي خطة طويلة الأجل تعكس رؤية المؤسسة لما يجب أن تكون عليه في المستقبل في إطار علاقتها بالسوق الدولي وبيئته بمتغيراتها المختلفة من ناحية ومواردها المختلفة من ناحية أخرى،²⁰ كما تعرف أيضا بأنها: توجه تفكيري/عملي مشتق من السياسة العامة للمؤسسة يقوم بتوجيه الخيارات الجغرافية للمؤسسة،²¹

للإستراتيجية الدولية مجموعة من الأبعاد والتي تتضمن في مجملها اتخاذ مجموعة من القرارات ذات التأثير الكبير على مستقبل المؤسسة وعلى طريقة ممارستها لأنشطتها في الأسواق الدولية، ويمكن حصر أبعاد الإستراتيجية الدولية في العناصر التالية:²²

- **تحديد نمط دخول المؤسسة للأسواق الدولية:** ويقصد به المفاضلة بين مختلف الأشكال المتاحة لاقتحام الأسواق الدولية وتحديد الأنسب منها للمؤسسة؛
 - **اختيار مراكز نشاط المؤسسة في الأسواق الدولية:** تعتمد المؤسسة التي تعمل على المستوى الدولي في اختيار مراكز نشاطها على ظروف كل سوق حيث أن قرار اختيار مراكز النشاط يخضع لقانون الميزة النسبية للأسواق فنقوم مثلا باختيار فرنسا مركزا للبحوث واليابان مركزا للتطوير والجزائر للحصول على المادة الخام وإسبانيا مركزا للتجميع، وقد ساعد في ذلك التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات والنقل.
 - **تصميم منتجات عالمية حيث تسعى العديد من المؤسسات التي تعمل على المستوى الدولي إلى تصميم منتجات تسوق لجميع أنحاء العالم نظرا للفوائد المترتبة على ذلك كالأستفادة من اقتصاديات الحجم وعلى الرغم من أن هناك صعوبة في ذلك نظرا لاختلاف أذواق المستهلكين من دولة إلى أخرى إلا أنه بفعل العولمة نلاحظ أن العديد من المؤسسات استطاعت تنميط منتجاتها على المستوى الدولي ومن أمثلة ذلك " كوكاكولا، IBM، benton لملابس الشباب"... الخ؛**
 - **تطوير برامج تسويقية دولية** ويقصد بذلك استخدام المؤسسة لنفس الأسلوب أو المحتوى لتطوير واحد أو أكثر من عناصر المزيج التسويقي في الأسواق الدولية وهذا لا يعني أن يشمل التنميط كافة عناصر المزيج التسويقي وإنما ينبغي أن يتسم البرنامج بالمرونة؛
 - **القيام بتحركات تنافسية على نطاق دولي** ويقصد بذلك التكامل بين نشاطات المؤسسة عبر الدول بدلا من التحرك في بلد واحد كاستخدام الأرباح المحققة في بلد معين لدعم النشاطات التي تقوم بها المؤسسة في بلد آخر، أو مهاجمة المؤسسات الدولية في أسواقها المحلية حتى تتخفف قدرتها التنافسية في عملية دخول الأسواق الدولية.
- 3.2. التخطيط الإستراتيجي لنشاط التسويق الدولي:** تمثل الإستراتيجية التصميم العام للسياسات والبرامج التي تستهدف الوصول إلى غاية محددة وهي كأسلوب عمل لا يمكن تصميمها إلا في الواقع الذي ستنفذ فيه والذي يشمل كل من الفرص المتاحة والقيود المفروضة حاليا ومستقبليا وكذا الموارد والإمكانيات المتاحة للمؤسسة والتي يمكن توفيرها، كما يرتبط تصميم الإستراتيجية بالأهداف المحددة إرتباطا متبادلا بمعنى أنه يتم التخطيط للإستراتيجية والأهداف في نفس الوقت أو على الأقل لا يجب رسم أو تحديد أحدهما في عزلة عن الآخر وتسمى العملية المتضمنة للقرارات حول الأهداف والإستراتيجيات بالتخطيط الإستراتيجي والذي هو رد فعل لكل من نقاط الضعف والقوة في أداء المؤسسة وللتحديات والفرص الموجودة في البيئة ولتطوير مجالات التميز والتنافس للمؤسسة في المستقبل،²³ أما فيما يتعلق بالتخطيط الإستراتيجي في مجال التسويق الدولي فلا يخرج هو الآخر عن مفهوم التخطيط الإستراتيجي إلا أنه يتميز بالتشابك والتنوع نظرا لما يميز بيئة التسويق الدولي عن البيئة المحلية، ويمكن عرض مختلف مراحل التخطيط الإستراتيجي لنشاط التسويق الدولي من خلال مايلي:²⁴
- **مرحلة تحليل واختيار الأسواق بحسب أهداف وإمكانيات المؤسسة:** لابد على المؤسسة في هذه المرحلة أن تحقق إنسجام بين كفاءتها، منتجاتها، ثقافتها، أهدافها ومميزات مختلف أسواقها، وتحافظ على ذلك مهما كانت درجة تغلغلها في الأسواق الدولية؛
 - **مرحلة تكيف أنشطتها:** تهدف هذه المرحلة إلى قياس درجة تكيف مختلف عناصر المزيج التسويقي (منتج، سعر، توزيع، ترويج)، فهل يجب أن يشمل التكيف كافة عناصر المزيج التسويقي أو جزء منه مع قياس تكلفة تعديله؛
 - **مرحلة إعداد الخطة التسويقية:** وتتم على ضوء ما تم التوصل إليه في المرحلتين السابقتين؛

■ **مرحلة التنفيذ والرقابة:** وتتطلب وضع عملية رقابية جد رفيعة نظرا لتعدد نشاط التسويق الدولي تتضمن مقارنة ما تم إنجازه وما كان مخططا له بالإضافة إلى إنشاء نظم دقيقة تسمح بتقييم الإنحرافات وتصور الحلول الصحيحة لذلك.

4.2. بدائل الإستراتيجية الدولية: وتتلخص في: ²⁵

■ **التخصص:** تتمثل هذه الإستراتيجية في تركيز جهود المؤسسة حول سوق معين أو منتج محدد ومن تتبع هذه الإستراتيجية يجدها تقوم على إستخدام أحد الميزات التنافسية المتمثلة إما ميزة التكلفة الأقل مما يسمح لها بإعطاء أسعار تنافسية تؤهلها للحصول على حصة في السوق الدولية أو التميز بالمنتج حيث أن المنتج يمكن تمييزه عن باقي المنتجات المتوفرة في السوق وذلك مع الأخذ بعين الإعتبار ما يتوقع الزبائن من المنتج بالإضافة إلى وظيفته الأساسية؛ القيمة التي سيجدها المستهلك أكثر مما كان ينتظر وذلك بتحديد عوامل التحفيز المحتملة لجذب المشتري والتي يوفرها السوق الدولي، وتكون غير متوفرة عند منافسيه وهذه الإضافات مع ما يتوقعه المستهلك تشكل فعلا التميز لمنتج المؤسسة؛ عند اختيار عنصر التميز يجب مراعاة أن يكون هذا التميز غير قابل للتقليد بسرعة؛

■ **النمو بالتنوع:** تلجأ المؤسسات إلى استراتيجيات النمو بالتنوع بصفة عامة، إذا كان القطاع الصناعي التي تشتغل فيه غير واعد مستقبلا من ناحية النمو والربحية، وهذا قد يحدث إما بسبب كون المنافسة في وضعية قوية، أو أن السوق في مرحلة التدهور، كما أن وصول السوق إلى مرحلة التدهور معناه ان الطلب على المنتج في السوق ككل وصل إلى مراحل الأخيرة، والمستهلك ام يعد في حاجة إليه مثلما كان عليه في مراحل الأولى، ومنه فالتنوع يعني دخول المؤسسة إلى السوق بمنتجات جديدة وليس مجرد التطوير للمنتجات الحالية، والمنتج الجديد قد ينتمي إلى نفس خط المنتجات الحالي، وقد لا ينتمي إلى هذا الخط، بل إلى خط منتجات آخر جديد ومن هنا يكون أمام المؤسسة بديلان للنمو التنويعي، يمكن الإستفادة منها عن طريق إستراتيجيات مختلفة؛

■ **التنوع المركز:** المؤسسة التي تتبع هذا التنوع المركز تعمل على تقديم منتج جديد له علاقة ترابط بنشاطاتها الحالية، أي يرتبط معها مثلا إستعمال نفس التكنولوجيا في الإنتاج، كما أن المؤسسة تستفيد من مشاركة الموارد الخاصة من طرق وخبرة تسويق المنتجات الحالية، كما أن التنوع المركز لا يخرج عن نطاق تخصص المؤسسة حيث ان المنتجات الجديدة تتوافق مع المنتجات الموجودة من قبل، فمثلا مؤسسة تشتغل في قطاع الآلات الكهرومنزلية وتنتج آلات لغسل الملابس، يمكنها أن تضيف منتج جديدا يتمثل في غسالة أطباق، فهذا المنتج الجديد بالنسبة للمؤسسة يتوافق والمنتجات الموجودة من قبل من ناحية تكنولوجيا الإنتاج والتوزيع، ويستفيد من طرق تسويق باقي المنتجات، أما الهدف من هذا التنوع فهو جذب مجموعات مستهلكين جدد وتوسيع السوق؛

■ **التنوع المختلط:** في التنوع المختلط تدخل المؤسسة نشاطات جديدة لا ترتبط بنشاطاتها الحالية، لا من الناحية التكنولوجية ولا التسويقية، حيث أن السوق والمستهلكين المحتملين مختلفين، كما أن هذه الإستراتيجية تركز على تقديم منتجات جديدة لاحتياجات وفئات جديدة من المستهلكين، كما ينظر إليها على أنها معقدة وبها مخاطر كبيرة تتطلب موارد مالية وبشرية معتبرة، وبالرغم من المخاطر والانتقادات الموجهة لاستراتيجية التنوع المختلط، إلا أن هناك الكثير من المؤسسات التي تتبعها بغرض تحقيق بعض الاهداف كتحقيق التوازن الإقتصادي للمؤسسة مع تغطية بعض الجوانب التي تتعرض لها المؤسسة مع منتجاتها الحالية، والإستفادة من المجالات الأخرى المتعددة والمتنوعة في البيئة الخارجية حيث لا مانع من تعدد وتنوع مجالات العمل طالما كانت هناك إمكانيات مالية وإدارية مع الرغبة لذلك من جانب أصحاب المؤسسة.

5.2. التوسع الدولي: تعد سياسة التوسع الدولي بديلا إستراتيجيا أساسيا في التسويق الدولي، حيث تقدم الأسس اللازمة لإتخاذ القرارات المتعلقة بشأن عناصر المزيج التسويقي الدولي، وترتبط قضايا إستراتيجية التوسع الدولي بكيفية تحديد وتحليل المؤسسة للأسواق الخارجية وتحديد عدد الأسواق المحتمل التعامل معها وكذلك الخصائص المطلوبة في تلك الأسواق التي يتم إختيارها .

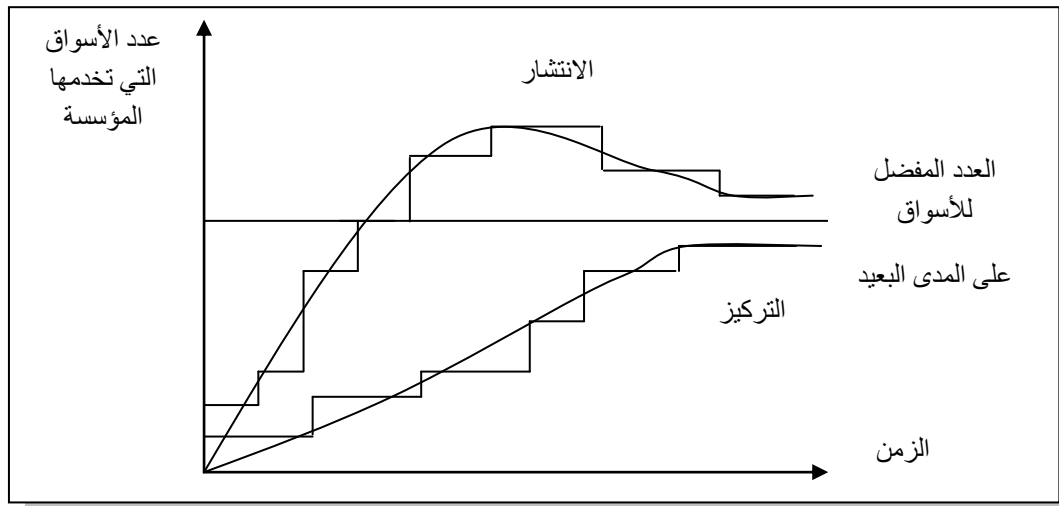
1.5.2. إجراءات إختيار السوق الدولي: هناك طريقتان أساسيتان لإختيار الأسواق الدولية وهما طريقة التمدد وطريقة التقلص:²⁶

■ **طريقة التمدد:** بشكل عام تبدأ هذه الطريقة بإختيار نقطة البداية إما من السوق المحلية أو من صميم السوق الدولية الحالية، ويعتمد إختيار السوق عبر الزمن على أوجه التشابه من سوق لآخر من حيث العوامل السياسية، الإجتماعية، الإقتصادية أو الطبيعة الثقافية وغيرها، وهكذا تمتد أعمال المسوق الدولي من سوق لآخر وبعدها من التعديلات على المنتج وباقي الوضائف التسويقية الأخرى وفي هذه الحالة تكون الأسواق القريبة" أي الجيران" الإختيار الأول وذلك للدرجة العالية من التشابه ومن أمثلة ذلك: منطقة شمال إفريقيا وتضم (الجزائر، مصر، ليبيا، المغرب وتونس)، الشمال الأمريكي الذي يتكون من (الو.م.أ، كندا والمكسيك)، الخليج العربي ويتكون من (السعودية، الإمارات العربية المتحدة، الكويت، قطر، عمان والبحرين)؛

■ **طريقة التقلص:** عند إستعمال طريقة التقلص "الإنقباض" فإن الإختيار الأفضل للسوق يبدأ من المجموع الكلي لعدد الأسواق الدولية، والتي بالنهاية تقسم إلى مجموعات إقليمية على أسس إقتصادية، لغوية، أو أية أسس أخرى، وهذه الطريقة تتضمن عملية غربلة منتظمة لجميع الأسواق والتي تؤدي بالنهاية إلى حذف فوري للأسواق غير الواعدة والتحري أكثر عن تلك الأسواق الواعدة .

2.5.2. إستراتيجيات التوسع الدولي: إن من أهم البدائل الإستراتيجية للتوسع السوقي الدولي نجد إستراتيجية التركيز وإستراتيجية الإنتشار، فإستراتيجية التركيز وصفت بأنها نمو بطيء في عدد الأسواق المتاحة للمؤسسة، غير أن إستراتيجية الإنتشار تمثل نموا متسارعا في عدد الأسواق المتاحة في بداية عملية التوسع، وعلى العموم يمكن تقديم توضيح لكل من إستراتيجية التركيز والإنتشار من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 04: إستراتيجيات التوسع الدولي



المصدر: محمد بن حوحو، دور إستراتيجية التسويق في اقتصاد الأسواق الدولية- دراسة حالة مؤسسة التمور والمنتجات الغذائية والفلاحية - SODAPAL -، (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2008)، ص: 97.

6.2. البدائل الإستراتيجية لاقتحام الأسواق الدولية واختيار التوقيت المناسب لها الدولية: تتعدد البدائل الإستراتيجية لاقتحام الأسواق الدولية، وكل بديل منها مرتبط بمزيج تسويقي يتفق مع الأهداف التي تتبناها المؤسسة عند عرض منتجاتها لأول مرة في السوق الدولية، ويتوقف نجاح أي بديل من البدائل الإستراتيجية بإختيار التوقيت المناسب لإقتحام السوق الدولية المستهدفة حيث ترجع العديد الدراسات عوامل فشل المؤسسة في الأسواق الدولية الى سببين هما: **الخطأ في إقتحام الأسواق الدولية من حيث المبدأ، أو الإختيار الخاطئ لتوقيت دخول هذه الأسواق،** وفي حقيقة الأمر نجد أن هناك علاقة تكاملية بين كل من السببين فلا يمكن للمؤسسة أن تنجح في تصميم إستراتيجية فعالة لإقتحام الأسواق الدولية دون أن تقترن هذه الإستراتيجية بتوقيت مناسب لدخول هذه السوق، كما أن إختيار المؤسسة للتوقيت المناسب لدخول الأسواق الدولية لا يكفي وحده إذا كان هناك خطأ في تصميم إستراتيجية الإقتحام للأسواق الدولية.

1.6.2. الإستراتيجيات البديلة لدخول الأسواق الدولية: أمام المؤسسة مجموعة من البدائل الإستراتيجية لاقتحام الأسواق الدولية نذكر من أهمها مايلي:²⁷

■ **إستراتيجية الدخول الحذر:** وفق هذه الاستراتيجية تسعى إدارة المؤسسة إلى اختبار مدى قدرة منتجها على تحقيق أعلى إيرادات في وقت قصير دون أن تتحمل تكاليف مرتفعة وبذلك تكون المخاطر التي تواجهها المؤسسة في حدها الأدنى ، وعادة ما تلجأ المؤسسة إلى أحد الموزعين في السوق الدولية للقيام بكافة المهام التسويقية الخاصة بمنتج المؤسسة على أن يكون وكيلاً للمؤسسة خلال فترة التعاقد مع تحمل مصاريف الترويج – والتي عادة ما تكون في حدود ميزانية محدودة للغاية – كما يحق للوكيل تحديد منافذ التوزيع المناسبة التي تضمن سرعة تصريف منتج المؤسسة بأقل تكاليف ممكنة وبناء على النتائج التي سيحققها منتج المؤسسة خلال الفترة الأولى له في السوق الدولية تستطيع المؤسسة أن تقرر مدى قدرة منتجها على منافسة المنتجات الأخرى مستقبلاً حيث يتم بعد ذلك تصميم مزيج تسويقي تتخلى فيه المؤسسة عن الحذر الذي التزمته في بداية عرض منتجها في تلك السوق وبالتالي يكون سعر المنتج مرتفع نسبياً وكذلك ميزانية الترويج وتكاليف التوزيع؛

■ **إستراتيجية إتباع القائد:** عادة ما تلجأ المؤسسة لهذه الإستراتيجية عندما تكون غير قادرة أو ليس لديها الرغبة في الدخول في منافسة مع المؤسسات الأخرى المتواجدة في السوق الدولية وذلك إما بسبب ضعف إمكانياتها مقارنة بإمكانيات المنافسين الآخرين أو لتأكدتها من أن منتجها لا يتمتع بميزة تنافسية واضحة ومدركة لدى المستهلك الأجنبي تجعله يفضل منتجها منذ بداية عرضه في الأسواق على المنتجات المنافسة الأخرى، وفي هذه الحالة تصمم المؤسسة مزيجها التسويقي بشكل يشبه المزيج التسويقي الذي تتبعه المؤسسة القائدة في السوق الدولية وبذلك فإن سعر منتجها يكون هو نفسه سعر منتج المؤسسة القائدة أو مقارباً له، كما يتم أيضاً توزيع المنتج في نفس المناطق البيعية التي تعرض فيها المؤسسة القائدة منتجها، كذلك قد تستخدم المؤسسة نفس عناصر المزيج الترويجي التي تستخدمها المؤسسة القائدة سواء كانت وسائل لتثقيف المبيعات أو للبيع الشخصي أو وسائل إعلانية، وتستهدف المؤسسة من إتباع المؤسسة القائدة على ذلك النحو إلى عدم الدخول في مواجهة مع منافسين آخرين في بداية عرض منتجها حيث قد تكون هذه المواجهة في غير صالحها مما قد يؤدي إلى فشل المنتج وهو في مرحلة التقديم من دورة حياته في السوق الدولية؛

■ **إستراتيجية القائد الخاسر:** وفق هذه الإستراتيجية تدخل المؤسسة في مواجهة مع المنافسين الآخرين في السوق الدولية منذ البداية وتعتمد في ذلك على عنصر السعر حيث تحدد سعراً لمنتجها أقل من أسعار جميع المنافسين مع احتفاظ منتجها أيضاً بمستوى جودة لا يقل عن مستويات جودة المنتجات المنافسة ويصاحب ذلك الأمر ترويج مكثف وتوزيع على نطاق واسع يشمل كافة المناطق البيعية حتى التي قد يهملها المنافسون أو يفضلون عدم دخولها لضيق نطاق السوق فيها، ويطلق على هذه الإستراتيجية مصطلح القائد الخاسر لأن

المؤسسة قد تعرض منتجاتها بسعر أقل من تكلفة إنتاجها مما يعرضها إلى تحمل خسائر لفترات طويلة الأجل نسبيا وهي بذلك تسعى إلى خروج أكبر عدد من المنافسين في السوق حتى تضمن أكبر حصة تسويقية لمنتجاتها . وما أن تتأكد المؤسسة من ثبات حصتها التسويقية يمكنها أن ترفع سعر منتجها إلى المستوى الذي يعوض لها الخسائر التي لحقت بها في الماضي، وهي نفس الإستراتيجية التي اتبعتها المؤسسات اليابانية الخاصة بالسيارات عند دخولها للسوق الأمريكية حيث كانت تتحمل بعض هذه المؤسسات خسائر وصلت إلى 1500 دولار في السيارة الواحدة واستمر تحملها لهذه الخسائر فترة زادت عن ثماني سنوات إلا أنها بعد ذلك تمكنت من تعويض هذه الخسائر برفع أسعار منتجاتها وكذلك أسعار قطع الغيار الخاصة بالسيارات حيث استطاعت هذه المؤسسات مجتمعة الحصول على حصة تسويقية وصلت إلى حوالي 80% من إجمالي المبيعات في السوق الأمريكي.

2.6.2. إختيار توقيت دخول الأسواق الدولية: هناك مبادئ عامة يمكن الإلتزام بها عند إختيار التوقيت المناسب لدخول الأسواق الدولية من أهمها نذكر:²⁸

■ **تهيئة المستهلك الأجنبي:** إذ لا بد من تهيئة المستهلك في الأسواق الدولية قبل الدخول وذلك لتقبل المؤسسة، وقد تكون هذه التهيئة طبيعية كأن تكون لدى المستهلك الأجنبي رغبات غير مشبعة أو هناك شكاوى من بعض العيوب في المنتجات المتواجدة في السوق الأمر الذي يوجد الفرصة والوقت المناسب لدخول السوق الدولية وعرض منتجات تتفادى عيوب المنتجات المنافسة وتشبع رغبات المستهلك، وقد تكون تهيئة المستهلك بواسطة المؤسسة ويتم ذلك من خلال البرنامج الترويجي المكثف الذي يصاحب عرض المنتج في السوق الدولية لاقتناع المستهلك بمميزات المنتج مقارنة بالمنتجات الأخرى المنافسة؛

■ **التعرف على إتجاه السياسة الحكومية في الدولة الأجنبية:** وذلك من أجل الإستفادة من المميزات التي قد تتيحها فإذا كان إتجاه حكومة الدولة الأجنبية نحو إصدار بعض القرارات التي تقدم مميزات لتشجيع إستيراد منتج المؤسسة فإنه من الأفضل للمؤسسة أن توجّل توقيت دخولها لأسواق هذه الدولة إلى حين صدور مثل هذه القرارات والإستفادة من المميزات التي قد تتيحها؛

■ **مراعاة الظروف المناخية للدولة الأجنبية:** قد تفرض الظروف المناخية في الدول الأجنبية دخول المؤسسة إلى هذه الأسواق في أوقات معينة دون غيرها فمثلا قد تضطر المؤسسات التي تصدر للدول المطلة على نهر الدانوب الذي يتجمد في فصل الشتاء إلى دخول هذه الأسواق مبكرا وقبل حلول فصل الشتاء وذلك لضمان سهولة شحن البضائع وعدم تأخير عرضها عند بداية موسم الطلب عليها؛

■ **مراعاة توافق أوقات الإنتاج مع أوقات الطلب:** في بعض الحالات قد يكون وقت إنتاج المنتج في الدولة المصدرة يتفق مع أوقات الطلب عليه في الدول المستوردة الأمر الذي يعطيها ميزة تفضيلية عن بقية الدول المصدرة الأخرى التي يتأخر موعد إنتاج منتجها عن وقت الطلب عليه وتظهر أهمية هذا المبدأ بالخصوص في السلع الزراعية.

خلاصة

أصبحت الأسواق الدولية تمثل هدفا أساسيا بالنسبة للمؤسسات تسعى لاقتحامها في ظل منافسة شديدة وفي ظل بيئة معقدة وديناميكية خاصة مع زيادة العولمة والانفتاح الاقتصادي، وفي سبيل التصدي لكافة الصعوبات التي قد تواجه المؤسسة في ذلك ومحاولة تذليلها يجب امتلاك مجموعة من الأسلحة في مقدمتها الإستراتيجية التسويقية، هذه الأخيرة التي تستلزم دراسة جيدة لعناصر ومتغيرات البيئة الدولية وباستمرار والعمل على تحقيق ميزة تنافسية لتلبية حاجات ورغبات المستهلكين المختلفة في الأسواق الدولية بطريقة أفضل من المنافسين .

ومن خلال هاته الدراسة التي هدفت إلى إبراز الدور الكبير الذي يمكن أن يكون لإستراتيجيات التسويق الدولي في اقتحام المؤسسة للأسواق الدولية ومدى إدراك المؤسسات لهذه الأهمية، في وقت تحتاج فيه الجزائر لمؤسسات اقتصادية قوية قادرة على الصمود في وجه المنافسة الدولية الشرسة، وبعد إجراء هذه الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج يمكن عرضها فيما يلي:

■ تزايد أهمية التسويق الدولي مع زيادة العولمة وانفتاح الأسواق الدولية على بعضها، والذي أصبح يتيح الكثير من الفرص التسويقية للمؤسسة ويفتح لها العديد من الأفاق في تحقيق أهدافها، إلا أنه قد يشكل من ناحية أخرى تهديد بالنسبة للمؤسسة إذا لم تكن في مستوى المنافسة الدولية؛

■ تعدد وتشابك المتغيرات البيئية في الأسواق الدولية أكثر منها في الأسواق المحلية، إضافة إلى اختلافها من دولة إلى أخرى؛

■ هناك العديد من أشكال اقتحام الأسواق الدولية المتاحة أمام المؤسسة، تختلف فيما بينها حسب درجة التزام المؤسسة بالعمل في هذه الأسواق ويتم المفاضلة بينها بتفاعل متغيرات كثيرة أهمها أهداف المؤسسة وإمكانياتها؛

■ يجب تحديد أهمية الأسواق الدولية بالنسبة للمؤسسة ومقارنة ذلك بالسوق المحلية للتمكن من تحديد الإمكانيات الواجب حشدها وتسخيرها لاقتحام الأسواق الدولية؛

■ هناك علاقة طردية بين حجم نشاط المؤسسة في الأسواق الدولية ومستوى الخطورة وتحقيق الأرباح؛

■ تقوم المؤسسة باختيار الأسواق الدولية واختيار طريقة خدمتها من خلال إستراتيجيات التوسع الدولي؛

■ يتطلب تصميم و تنفيذ إستراتيجية فعالة للأسواق الدولية للمؤسسة معلومات كافية ودقيقة عن الأسواق، المنافسين، المستهلكين وهي مهمة في غاية الصعوبة تتطلب نظام معلومات قوي جدا وتتطلب تكاليف باهظة، وهو ما تتجنبه الكثير من المؤسسات خاصة الصغيرة منها؛

■ أي مؤسسة ترغب في التوجه نحو الأسواق الدولية تواجه مجموعة من القرارات يمكن حصرها في ما يلي: قرار الدخول في التسويق الدولي من عدمه، القرار حول اختيار الأسواق الدولية (تحديد الفرص)، القرار حول كيفية دخول الأسواق، القرار حول المزيج التسويقي؛

■ تشير الفرضية الأولى إلى أن توجه المؤسسة للأسواق الدولية يرتبط بتحقيق أهدافها في البقاء والنمو كنظرية إستراتيجية في ظل العولمة والمنافسة الدولية، وبعد معالجة الموضوع تم التوصل إلى صحة هذه الفرضية حيث أن نمو المؤسسة لا يمكن أن يتوقف عند حدود السوق المحلية هذه الأخيرة التي أصبحت سوقا لمختلف المؤسسات العالمية وبالتالي قد لا تمثل فرصة للمؤسسة التي تقتصر نشاطها في السوق المحلية وبالتالي هناك ضرورة للتوجه للأسواق الدولية، إضافة إلى أن نمو المؤسسة مرتبط مباشرة ببقائها.

■ وتشير الفرضية الثانية إلى أنه من خلال الإستراتيجية التسويقية يمكن حشد كافة إمكانيات المؤسسة وتوجيهها بما يخدم أهداف المؤسسة ويلبي حاجات ورغبات المستهلكين في الأسواق الدولية، ومن خلال الدراسة اتضح أن الإستراتيجية التسويقية هي الركيزة الأساسية التي من خلالها يمكن تحديد الأسواق بدقة وتحديد حاجات ورغبات المستهلكين وكيفية تلبيتها وبالتالي إمكانية استغلال كافة إمكانيات المؤسسة لتحقيق أهدافها.

■ وتشير الفرضية الثالثة إلى أن تحديد البدائل الاستراتيجية المناسبة لاقتحام الأسواق الدولية يتم من خلال أنشطة التسويق الدولي، وبعد معالجة الموضوع توصلنا إلى صحة هذه الفرضية حيث أن تحديد الاستراتيجية التسويقية المناسبة (المزيج التسويقي) لخدمة الأسواق الدولية وتحديد شكل الدخول واستراتيجية التوسع الدولي يتم من خلال أنشطة التسويق الدولي والمتمثلة أساس في دراسة جميع مكونات السوق الدولي والقيام بتشخيص جيد للبيئة الخارجية للمؤسسة وكذا تشخيص جيد للبيئة الداخلية للتوصل إلى قرارات مناسبة بشأن عملية التسويق الدولي.

- في ضوء ما تم التوصل إليه من نتائج هذا البحث يمكن تقديم الاقتراحات والتوصيات التالية:
- على المؤسسات أن تولي اهتماما أكبر للأسواق الدولية، وتدرك أهمية ذلك بالنسبة لها وبالنسبة للاقتصاد والوطني؛
 - أن تسعى المؤسسة لاقتحام الأسواق الدولية بطريقة مدروسة ومن خلال إستراتيجية تسويقية محددة وواضحة لا بطريقة عشوائية؛
 - مراعاة الاختلافات بين الأسواق الدولية من أجل تقديم مزيج تسويقي يتلاءم مع حاجات ورغبات المستهلك في كل سوق؛
 - تخصيص جانب من الأموال لتأهيل المؤسسات غير الاقتصادية كالإدارات والجمارك والبلديات لتشجيع الاستثمار والتصدير.

المراجع والإحالات:

- 1 - ثامر البكري، التسويق (أسس ومفاهيم معاصرة)، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص: 257.
- 2 - بشير عباس العلاق، قحطان بدر العبدلي، إدارة التسويق، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999، ص: 374.
- 3 - فؤاد مصطفى محمود، التصدير والاستيراد علميا وعمليا، ط: 03، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1993، ص: 233.
- 4 - Cateora, International marketing, how wood, 7th edition, 1990, p : 15.
- 5 - هاني حامد الضمور، التسويق الدولي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص: 19.
- 6 - محسن أحمد الخضير، التسويق في ظل عدم وجود نظام معلومات، ط: 01، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1996، ص: 73-72.
- 7 - محمد فريد الصحن، طارق طه أحمد، إدارة التسويق : في بيئة العولمة والانترنت، دار الفكر الجامعي للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2007، ص: 285-284.
- 8 - ثامر البكري، مرجع سبق ذكره، ص: 275-276.
- 9 - محمد بن حوحو، دور إستراتيجية التسويق في اقتحام الأسواق الدولية- دراسة حالة مؤسسة التمور والمنتجات الغذائية والفلاحية - SODAPAL- (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2008)، ص: 31-32.
- 10 - François david, marketing international, dunod, 3^{eme} édition , 2000, pp : 29-30.
- 11 - هاني حامد الضمور، مرجع سبق ذكره، ص: 33.
- 12 - توفيق محمد عبد المحسن، التسويق وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط1، 2003، ص: 347.
- 13 - عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2002، ص: 364.
- 14 - A dayan et all, manuel de gestion ,Vol 1 ,edition ellipess ,Paris ,France ,1999, p: 130.
- 15 - R. durand , guide de managment stratégiqie : 99 concept clé, edition dunod .paris .france ,2003, P: 127.
- 16 - عبد العزيز صالح بن حبتور، الإدارة الإستراتيجية (إدارة جديدة في عالم متغير)، ط: 01، عمان، الأردن، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2004، ص: 35.
- 17 - لعلاوي عمر، دراسة الإستراتيجية التسويقية للمؤسسة العمومية الاقتصادية في محيط تنافسي، أطروحة دكتوراء دولة غير منشورة، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، 2004، ص: 28.
- 18 - عبد السلام أبو قحف، نبيلة عباس، علاء الغرباوي، التسويق، الإسكندرية، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2006، ص: 51.
- 19 - نظام موسى سويدان، شفيق إبراهيم حداد، التسويق مفاهيم معاصرة، ط: 04، عمان، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2006، ص: 37.
- 20 - عبد السلام أبو قحف، السياسات والأشكال المختلفة للاستثمارات الأجنبية ، مؤسسة شباك الجامعة، مصر، 1989، ص: 144.
- 21 - Charles . Croué, Marketing international, 2eme édition, De Boeck, université Bruxelles, 1994, P: 218.
- 22 - محمد بن حوحو، مرجع سبق ذكره، ص: 71.
- 23 - أحمد ماهر، دليل المدير خطوة بخطوة في الإدارة الإستراتيجية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1999، ص: 24.
- 24 - Alain Ollivier et all, le marketing international que sais-je ?,1^{er} édition ,presse universitaire de France, Paris , 1990, p: 111.
- 25 - محمد بن حوحو، مرجع سبق ذكره، ص: 74-73.
- 26 - المرجع نفسه، ص: 96.
- 27 - عصام الدين أمين أبو علفة، التسويق الدولي، إتجاهات تسويقية معاصرة، (ط: 01، الإسكندرية، مصر، حورس الدولية للنشر والتوزيع، 2003)، ص: 234.
- 28 - المرجع نفسه، ص: 239-237.

دور المناخ التنظيمي في تدعيم السلوك الإبداعي لدى موظفي كلية الاقتصاد بجامعة الشلف

The role of the organizational climate in supporting the creative behavior of the staff in the Faculty of Economics, University of Chlef

د. زروخي فيروز

جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف / الجزائر

fairouzma@yahoo.fr

Received: 02/02/2017

Accepted: 18/03/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

يعد العقل البشري المصدر الأساسي للإبداع الأمر الذي يحتم على المؤسسات التي تسعى لتحقيق التميز و الريادة في بيئة الأعمال الاهتمام به، و توفير المناخ المناسب السليم و المحفز على الإبداع و الابتكار و البحث عن مختلف الآليات أو السبل التي تسهم في إطلاق قدرات رأسمالها البشري.

و من خلال هذه الدراسة حاولنا دراسة دور و أهمية المناخ التنظيمي السائد بكلية الاقتصاد بجامعة الشلف بأبعاده (القيادة، الدعم والتحفيز تدفق المعلومات و الاتصال المشاركة في اتخاذ القرار الانتماء التنظيمي) في تبني و تدعيم السلوك الإبداعي و خلصت الدراسة إلى أنه توجد علاقة بين بعدي تدفق المعلومات و الاتصال بالكلية و كذا بعد الانتماء التنظيمي في تدعيم السلوك الإبداعي بينما نمط القيادة السائد بالكلية و غياب المشاركة في اتخاذ القرار عدم فعالية سياسة التحفيز تلك العوامل لم تكن محفزة أو مدعمة على الإبداع بالمؤسسة محل الدراسة.

الكلمات المفتاحية: المناخ التنظيمي، السلوك الإبداعي كلية الاقتصاد بجامعة الشلف، القيادة، المشاركة في اتخاذ القرار التحفيز الانتماء التنظيمي.

Abstract:

The human mind is the primary source of creativity. It is imperative that organizations seeking excellence and entrepreneurship in the business environment pay attention to it, provide the right climate, stimulate creativity and innovation, and search for various mechanisms or ways that contribute to the release of human capital capabilities.

In this study, we tried to study the role and importance of the prevailing organizational climate in the Faculty of Economics at the University of Chlef in its dimensions (leadership, support, motivation, flow of information and communication involved in decision-making organizational affiliation) in adopting and reinforcing creative behavior. The flow of information and communication to the faculty and so on after organizational affiliation in the promotion of creative behavior while the dominant leadership style of the college and the absence of participation in decision-making ineffective policy of motivation those factors were not motivated or supported by creativity in the institution under study.

Key Words : Organizational Climate, Creative Behavior, Faculty of Economics, University of Chlef, Leadership, Participation in Decision Making, Organizational Stimulation.

تمهيد:

تتميز بيئة الأعمال المعاصرة بالتعقد و الديناميكية و عدم الغنى، نقول معقدة نتيجة التداخل في الاعتمادية بين مختلف الوظائف و الأنشطة، الديناميكية نتيجة التغير السريع و الدائم في حاجات و رغبات الزبائن الأمر الذي يفرض على المؤسسات الاستمرار في ابتكار و تطوير منتجات جديدة للمنافسة لإرضاء هؤلاء الزبائن أما عدم الغنى فيتعلق هذا العامل بعدم توفر الموارد في البيئة التي تنشط فيها المؤسسة نتيجة للمنافسة الشديدة من أجل الحصول على هذه الموارد.

ففي ظل هذه البيئة المعقدة و الديناميكية و غير الغنية، لم تعد الأشكال التقليدية في إدارة المؤسسات قادرة على النجاح و الاستمرار و أصبحت غير قادرة على الصمود في بيئة الأعمال المعاصرة و التي يعتبر التغيير فيها حقيقة ثابتة، و عليه فالمؤسسات أصبحت أكثر حاجة للبحث عن مختلف السبل أو الطرق التي تمكنها من البقاء و الاستمرار من خلال تركيزها على مواردها سواء المادية أو البشرية.

و نحن في دراستنا هاته سنركز على الموارد البشرية باعتبارها أهم أصول المؤسسة باعتبارها مصدرا للإبداع مصدرا للتميز و حتى يتحقق هذا يجب توافر المناخ التنظيمي المناسب فهو يشير إلى مختلف الظروف و المتغيرات الداخلية بالمؤسسة إذ لا بد من الارتقاء به، حتى يكون محفزا للسلوك الإبداعي لدى الموظفين بمختلف المؤسسات.

أهمية الدراسة.

من خلال هذه الدراسة سنحاول وضع مقاربة تحلل العلاقة بين المناخ التنظيمي و إبراز دوره أو أهميته في تدعيم و تنمية السلوك الإبداعي لدى الموظفين، فالمناخ التنظيمي حظي باهتمام العديد من الباحثين خاصة في مجال السلوك التنظيمي، و ذلك نظرا لتأثيره على العديد من المتغيرات المتعلقة بسلوك الأفراد و في مقدمتها سلوكهم الإبداعي.

أهداف البحث:

نظرا لدور المناخ التنظيمي في تدعيم و تبني السلوك الإبداعي فإن البحث يهدف إلى:

- توضيح مفهوم المناخ التنظيمي، أهميته، أبعاد قياسه.
- التعرف على انطباعات و تقييم الموظفين للمناخ التنظيمي السائد بكلية الاقتصاد بجامعة الشلف.
- تقييم مستوى السلوك الإبداعي السائد في الكلية.
- تحديد علاقة و دور المناخ التنظيمي في تدعيم السلوك الإبداعي لدى موظفي كلية الاقتصاد بجامعة الشلف.

مشكلة البحث.

يقاس نجاح المؤسسات بالعديد من المتغيرات، من بينها المناخ السائد في تلك المؤسسات، فهو يعبر عن جو العمل العام داخل المؤسسة و الذي له تأثير كبير على مستوى الأداء الذي تقدمه الموارد البشرية بها. فالتعرف على المناخ التنظيمي السائد بالمؤسسة يساعدها على تبني سياسات من شأنها تعزيز النواحي الإيجابية و تصويب النواحي السلبية، و الارتقاء بمستوى الأداء حتى إلى درجة التميز يعد كذلك محفزا لسلوكيات الأفراد خصوصا الإبداعية منها.

و نحن و من خلال هذه الدراسة سنحاول تقييم المناخ التنظيمي السائد بكلية الاقتصاد بجامعة الشلف من وجهة نظر الموظفين، و محاولة إبراز دوره أو أهميته في تدعيم و توجيه سلوكهم الإبداعي إلى ما هو أفضل من هنا تتمثل مشكلة دراستنا في السؤال الرئيس التالي:

ما مدى مساهمة المناخ التنظيمي السائد بكلية الاقتصاد بجامعة الشلف في تدعيم السلوك الإبداعي لدى الموظفين؟

و يندرج ضمن هذه الاشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مستوى تقييم الموظفين للمناخ التنظيمي السائد بكلية الاقتصاد بجامعة الشلف؟

- ما مستوى السلوك الإبداعي السائد بالكلية؟

- ما مدى وجود علاقة بين أبعاد المناخ التنظيمي و أبعاد السلوك الإبداعي بالمؤسسة محل الدراسة؟
فرضيات الدراسة.

من أجل معالجة الاشكالية تم طرح الفرضية الرئيسية التالية:

توجد علاقة ارتباط بين أبعاد المناخ التنظيمي و أبعاد السلوك الإبداعي عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$) من وجهة نظر موظفي كلية الاقتصاد بجامعة الشلف.

و تنقسم هذه الفرضية إلى خمس فرضيات فرعية على النحو التالي:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نمط القيادة و السلوك الإبداعي.

- تساهم عملية التحفيز بالكلية في تدعيم السلوك الإبداعي لدى الموظفين عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$).

- يساهم تدفق المعلومات و فعالية الاتصال بالكلية في تدعيم السلوك الإبداعي لدى الموظفين عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$).

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عملية اتخاذ القرار و أبعاد السلوك الإبداعي.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الانتماء التنظيمي و أبعاد السلوك الإبداعي.
الإطار النظري للدراسة.

قسم البحث في شقه النظري إلى قسمين على النحو التالي:
أولا: المناخ التنظيمي.

في ظل بيئة الأعمال التي تتسم بالديناميكية و شدة التعقد أصبحت المؤسسة تسعى جاهدة إلى مواكبة مختلف التطورات و المستجدات و يتضح ذلك من خلال بحثها المتواصل عن مختلف السبل التي تمكنها من التحول من الوضع الحالي إلى وضع مستقبلي يكون أحسن من أجل البقاء و الاستمرار و لتحقيق ذلك لابد من تحسين بيئة العمل الداخلية أولاً، أي ضرورة توفير مناخ تنظيمي سليم مساند و يساعد على دفع و تحفيز الموارد البشرية بالمؤسسة من أجل العمل في ظروف ملائمة و دون ضغوط.

1- مفهوم المناخ التنظيمي:

ظهر مصطلح المناخ التنظيمي في مطلع الستينات من القرن الماضي حيث حظي باهتمام العديد من الباحثين في ميدان السلوك التنظيمي و قدمت له العديد من التعاريف نوجز البعض منها فيما يلي:
يعبر المناخ التنظيمي عن الخصائص التي تتميز بها البيئة الداخلية للعمل و التي تتصف بدرجة من الثبات النسبي بحيث يؤثر في سلوك العاملين و اتجاهاتهم و أدائهم.¹

كما يشير إلى البيئة الاجتماعية أو النظام الاجتماعي الكلي لمجموعة من العاملين في التنظيم الواحد و هذا يعني الثقافة، القيم، العادات و الأعراف الأنماط السلوكية، المعتقدات الاجتماعية و طرق العمل المختلفة التي تؤثر على الفعاليات و الأنشطة الانسانية و الاقتصادية داخل المؤسسة.²

كما يعرف المناخ التنظيمي على أنه مجموعة من الخصائص و الصفات التي تتصف بها المؤسسة و تجعلها تختلف عن غيرها من المؤسسات و ذلك من خلال خلق بيئة تنظيمية و أسلوب ملائم يوجه للعاملين داخل المؤسسة و يكون لهذه الصفات أو الخصائص تأثير في سلوك العاملين فيها، مما يدفعهم إلى العمل على تحقيق أهدافها.³

الملاحظ على التعاريف السابقة أنها تركز على خصائص البيئة الداخلية للعمل و التي لها تأثير مباشر على سلوك العاملين و على اتجاهاتهم و مستوى أداءهم سواء بالإيجاب أو السلب. أي أن المناخ التنظيمي يشير إلى مختلف العادات، القيم، الثقافة، الأنماط السلوكية و التي تعكس بدورها انطباعات العاملين حول المؤسسة و حول فلسفة الإدارة العليا و ممارساتها المختلفة. و عليه فالمناخ التنظيمي هو مجموعة الخصائص التي تميز البيئة الداخلية للعمل، و التي يمكن إدراكها و ملاحظتها من خلال الطريقة التي تتعامل بها المؤسسة مع أعضائها و محيطها.

2- أبعاد المناخ التنظيمي:

تباين الباحثون المختصون بدراسة المناخ التنظيمي حول الأبعاد أو العناصر المكونة له، و سبب ذلك التباين راجع بالدرجة الأولى إلى طبيعة و خصائص البيئات التي تمت فيها الدراسة، إلا أنه هناك مجموعة من الأبعاد التي اتفق الكتاب حولها و هي الأبعاد أو العناصر التي اعتمدها الباحثة في نموذج الدراسة و هي على النحو التالي:

* القيادة:

تعد الفلسفة الانسانية للقادة و المشرفين أو الرؤساء بصفة عامة، و طريقة تعاملهم مع المرؤوسين و ما يتفرع عنها من أساليب الاتصال و الدعم و التحفيز عاملا هاما في إشاعة الثقة و المشاركة و الانتماء للمؤسسة مما يشجع على البقاء و العطاء عكس النمط الاستبدادي أو الأوتوقراطي الذي يحد من المشاركة و يشيع الخوف و الملل لدى العاملين.⁴

فالقيادة تعد بمثابة القلب النابض للعملية الإدارية، إذ لا تقتصر على إصدار الأوامر و التعليمات للمرؤوسين بل تتعداها إلى حفزهم و رفع روحهم المعنوية، تحقيق الاستقرار النفسي لهم، دعم أفكارهم الإبداعية من أجل تحقيق الأهداف المخطط لها.

* الدعم و التحفيز:

لكي يشعر الموظفون بأهميتهم في المؤسسة يجب أن يشعروا بالدعم و التأييد من رؤسائهم و هذا من شأنه أن يزيد من ثقة الموظف بالمؤسسة و بالتالي يزيد من مستوى انتمائه التنظيمي و التزامه. فتوفير نظام للحوافز العادل يشجع الموظفين على تحمل المسؤولية و البحث عن تحقيق نتائج أداء أفضل مما يؤدي إلى المنافسة بين الموظفين نحو تحمل أفضل للمسؤولية و الكفاءة و الإبداع.

*تدفق المعلومات و الاتصال:

العنصر الثالث الذي لا يقل أهمية هو الاتصال وتدفق المعلومات وتداولها والمشاركة الفاعلة بها عبر مستويات المؤسسة جميعها، وتعد المعلومة سلاحاً هاماً يعتمد عليه الموظف في عملية اتخاذ القرار وفي حل مشاكل العمل ومشاكل المستهلكين. فدون المعلومة الصحيحة أو المعلومة المتجددة لا يمكن للعامل التصرف بحرية واقتدار لأنه و ببساطة، يفتقر للمعلومة التي تمنحه ثقة بالتصرف الصحيح دون خوف أو تردد من أن تصرفه قد يكون خطأ.⁵

فالالاتصال الفاعل في المؤسسات الناجحة يعزز في تلك المؤسسات مبدأ الإبداع و هو اتصال ذو اتجاهين يتيح للعاملين فرص إبداء الرأي و تبادل الأفكار و الآراء و المعلومات.

*المشاركة في اتخاذ القرار.

من العوامل الهامة التي تؤدي إلى رفع الروح المعنوية للعاملين و تزيد من مستوى انتمائهم التنظيمي هو إتاحة الفرصة لهم لاتخاذ بعض القرارات المرتبطة بعملهم، كما أن المشاركة في اتخاذ القرار تؤدي إلى تحسين العلاقات بين الموظفين أنفسهم، و بينهم و بين مرؤوسيهم، كما تزيد من دافعيتهم للإبداع و التطور.

*الانتماء التنظيمي:

يشير الانتماء التنظيمي إلى ذلك الاستثمار المتبادل بين الفرد و المؤسسة باستمرار العلاقة التعاقدية بينهما، يترتب عليه أن يسلك الفرد سلوكا يفوق السلوك الرسمي المتوقع منه، و المرغوب فيه من جانب المؤسسة التي يعمل لصالحها، و رغبة الفرد إلى بذل المزيد من الجهود الإضافية و القيام بأعمال تطوعية و تحمل مسؤوليات إضافية.⁶

ثانيا السلوك الإبداعي.

يلعب العنصر البشري في المؤسسة دورا هاما في تحقيق أهدافها فالتركيز عليه بتوفير بيئة العمل الملائمة و تحفيزه و تدريبه على مختلف الطرق و الأساليب الهادفة لتحقيق أفضل مستويات الأداء حتى يصبح هذا المورد مصدرا للإبداع مصدرا للتميز.

1- مفهوم الإبداع و السلوك الإبداعي:

إن تعريف الإبداع شأنه شأن تعريف العديد من المفاهيم الإدارية و السلوكية و النفسية يختلف باختلاف الهدف و المجال الذي يستخدم فيه التعريف. فالإبداع هو تشخيص المشكلات و إيجاد حلول مناسبة لتجاوزها بأسلوب جديد عبر ترتيب الأفكار المتاحة في صيغة جديدة.⁷

كما يعرف الإبداع على أنه التطبيق الناجح لتصور، اكتشاف و اختراع مع اعتباره نتيجة مفسرة بإرادة التغيير وليس للمصادفة.⁸

و هو عملية توليد و تبني و تنفيذ الأفكار أو الممارسات الجديدة داخل المؤسسة.⁹

بينما يشير مفهوم السلوك الإبداعي إلى أنه سلوك متجه نحو التغيير لأنه يتضمن خلق منتجات، أفكار إجراءات أو عمليات جديدة.¹⁰

و هو التصرف المميز الذي يمارسه الفرد أو الجماعة في موقع العمل ليس بالضرورة أن ينجم عنه نتائج أو خدمات أو سلع جديدة، وقد يكون هذا السلوك إبداعا في حد ذاته عندما يمارسه الفرد لأول مرة في المؤسسة.¹¹ وعليه فالإبداع ينتج عنه منتج، فكرة، إجراء غير مألوف، أما السلوك الإبداعي فهو تصرف أو سلوك متجه نحو التغيير لكن لا يشترط أن ينتج عنه بالضرورة ذلك الشيء غير المألوف.

2- أبعاد السلوك الإبداعي:

تشير إلى تلك المحددات أو القدرات الواجب توافرها في الشخص حتى نقول أنه مبدع و هي كثيرة و متعددة، و قد اعتمدت الباحثة في دراستها على الأبعاد التالية:

* القابلية للتغيير:

أي مدى استعداد الفرد لمناقشة أمور العمل بصراحة مع رؤسائه و حثهم على التغيير عن طريق إيجاد طرق جديدة في العمل.

* الطلاقة:

و هي تشير لمدى قدرة الفرد على خلق الأفكار بغزارة و طرحها بشكل يفوق المتوسط العام و في فترة زمنية محددة.¹²

* روح المجازفة:

تشير إلى مدى قبول الفرد و ميله و شجاعته في القيام بأعمال إبداعية ذات مخاطر غير عادية.

* القدرة على حل المشكلات و اتخاذ القرارات:

تشير إلى قدرة الفرد على فهم و تحديد مشكلات العمل، من خلال تحليل عناصر المشكلة و فهمها و استبعاد مختلف العلاقات الموجودة بين عناصرها، سعيا لإيجاد حلول لها بشكل يمكنه من اتخاذ قرارات تخص مجال عمله.

* منهجية الدراسة:

* مجتمع و عينة الدراسة:

تمثل مجتمع دراستنا في الموظفين الإداريين بكلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير بجامعة الشلف، وزعت عليهم استمارات الاستبيان و كان عددهم 48 موظفا، استرجعت كل الاستمارات الموزعة و كانت 46 استمارة قابلة للمعالجة الإحصائية.

* بناء أداة القياس و ثباتها.

اعتبر الاستبيان من أهم المصادر المعتمد عليها للحصول على المعلومات المتعلقة بالجانب التطبيقي من الدراسة، تضمنت استمارة الاستبيان ثلاث أجزاء الجزء الأول يتعلق بالبيانات الأولية، الثاني متعلق بأبعاد المناخ التنظيمي و الجزء الأخير متعلق بالتغير التابع للدراسة و هو أبعاد السلوك الإبداعي لدى موظفي الكلية.

أما عن ثبات أداة الدراسة فكانت قيمة الثبات (0.612) لذا يمكن القول أن البيانات التي تم الحصول عليها تخضع لدرجة اعتمادية عالية.

*أساليب المعالجة الإحصائية.

- تم الاعتماد على البرامج التطبيقية الإحصائية في مجال العلوم الاجتماعية لتفريغ البيانات و تحليلها، و ذلك من خلال إتاحة خمس احتمالات للإجابة (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة).
- الوسط الحسابي و الانحراف المعياري لتحديد الأهمية النسبية لاستجابات أفراد عينة الدراسة تجاه محاور وأبعاد أداة الدراسة.

- معامل ألفا كرونباخ لتحديد معامل ثبات أداة الدراسة.

- نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار تأثير عناصر المتغير المستقل على المتغير التابع.

- تحليل التباين الأحادي لاختبار فرضيات الدراسة.

* عرض و تحليل نتائج الدراسة:

سنوضح فيما يلي النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية بعد استخدام برنامج SPSS في عملية التحليل الإحصائي و استخدام الأساليب الإحصائية الملائمة، على النحو التالي:

1- عرض و تحليل النتائج المتعلقة بأبعاد المناخ التنظيمي.

حيث تم تلخيص نتائج الإجابات في الجدول التالي:

الجدول 1: أبعاد المناخ التنظيمي.

الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
يتعامل المسؤول المباشر مع الموظفين بعدل و مساواة	3,63	,997	مرتفع
يعطي المسؤول المباشر الموظفين الحرية في إنجاز مهامهم	3,67	1,012	مرتفع
هناك تعاون و ثقة بين المسؤول المباشر و الموظفين	4,00	1,011	مرتفع
يفوضني رئيسي في العمل بعض من صلاحياته	3,24	1,303	متوسط
القيادة	3.635	1.08075	مرتفع
يمدني رئيسي بالدعم اللازم بما يساعدني على الأداء الوظيفي الفعال	3,59	1,257	مرتفع
يوفر لي رؤسائي الاستقرار الوظيفي	3,50	1,049	مرتفع
يشجعني نظام المكافآت المطبق لتطوير ذاتي	2,43	1,186	منخفض
يتم مكافأة الأفكار الجديدة التي يتم اقتراحها لتطوير الأداء	2,1957	,95730	منخفض
الدعم و التحفيز	2.9289	1.11233	متوسط
تتوافر بالكلية وسائل اتصال فعالة	3,13	1,572	متوسط
يتوافر بالكلية نظام معلومات فعال	2,91	1,189	متوسط
تتميز التعليمات و الإجراءات في الكلية بالوضوح	3,30	1,113	متوسط
يطلعني رئيسي على المعلومات الحديثة التي ترد للإدارة و يشاركني في الشؤون المهمة للكلية	3,4130	1,08681	مرتفع
تدفق المعلومات و الاتصال	3.18825	1.2402	متوسط
تتم صياغة الأهداف بطريقة جماعية	3,39	3,044	متوسط
يحرص الرؤساء على إشراك الموظفين في اتخاذ القرارات المتعلقة بالعمل	3,00	3,077	متوسط
يهتم الرؤساء في العمل بالاقترحات و المبادرات التي أتقدم بها	2,7609	1,05798	متوسط

متوسط	1,26185	3,0870	يلجأ الرؤساء إلى المشاورات قبل اتخاذ القرارات لمعرفة نتائجها و آثارها
متوسط	2.11021	3.05947	المشاركة في اتخاذ القرار
مرتفع جدا	5,206	4,54	وظيفتي الحالية تتيح لي فرصة استغلال أقصى طاقاتي و إمكانياتي في العمل
مرتفع	1,000	4,02	أشعر بالاعتزاز و الفخر بالانتماء للكلية التي أعمل بها
مرتفع جدا	4,49154	4,2174	قيمي الشخصية تتوافق و الثقافة السائدة في الكلية
مرتفع	4,57677	3,8261	لا مانع لي من استبدال عملي بعمل آخر خارج الكلية
مرتفع	3.81858	4.15087	الانتماء التنظيمي
متوسط	1.87241	3.3925	المناخ التنظيمي

المصدر: مخرجات الحاسوب مع إعادة التنظيم.

من الجدول أعلاه نلاحظ أن مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة لأبعاد المناخ التنظيمي السائد بكلية الاقتصاد بجامعة الشلف كانت متوسطة و جاءت بوسط حسابي (3.3925) و بدرجات متفاوتة وفق الترتيب التالي:

أولاً: الانتماء التنظيمي بوسط حسابي (4.15)

ثانياً: القيادة بوسط حسابي (3.63)

ثالثاً: بعد تدفق المعلومات و الاتصال بوسط حسابي (3.18)

رابعاً: بعد المشاركة في اتخاذ القرار بوسط حسابي (3.05)

خامساً: بعد الدعم و التحفيز بوسط حسابي (2.92)

2- عرض و تحليل النتائج المتعلقة بأبعاد السلوك الإبداعي.

جاءت نتائج الإجابات ملخصة في الجدول التالي.

الجدول 2: أبعاد السلوك الإبداعي.

مستوى الاستجابة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
مرتفع جدا	,79885	4,3696	تحتاج الكلية إلى التغيير المتجدد في أساليب و طرق العمل
مرتفع جدا	4,40070	4,5217	أقترح أساليب جديدة لأداء العمل حتى و إن كان هناك احتمال فشلها
مرتفع	,75884	4,0435	لا أتأثر بالأفكار التقليدية و إنما أحاول أن أتميز في أداء عملي
مرتفع	6,11962	4,1957	تشجع الكلية التغيير و تدعم الأفكار و الممارسات الجديدة
مرتفع جدا	3.0195	4.28263	القابلية للتغيير
مرتفع	,97033	3,7609	أستطيع أن أعبر عن أفكارني بطريقة يفهمها الجميع
مرتفع جدا	6,07016	4,3261	أتمسك بمواقفي حتى في حالة عدم وجود اتفاق مع رؤسائي في العمل
مرتفع	,84213	4,0435	أعبر عن أفكارني و مقترحاتي الجديدة بثقة
مرتفع	,85607	3,9783	لدي القدرة على التفكير السريع في مختلف ظروف العمل
مرتفع	2.18467	4.0272	الطلاقة
مرتفع	1,03092	3,7826	أمتلك الشجاعة للقيام بأعمال جديدة خارج نطاق تخصصي
مرتفع	,76896	4,1739	مستعد لتحمل نتائج ما أقوم به من أعمال و قرارات
مرتفع	1,09456	4,0435	أرفض ما هو خاطئ و إن كان شائعا في الكلية
مرتفع جدا	7,72098	4,8261	أرغب العمل في فريق تسوده روح المخاطرة
مرتفع	2.65385	4.20652	روح المجازفة و المخاطرة
مرتفع جدا	,54062	4,4130	حينما تواجهني مشكلة في عملي أحاول إيجاد حل لها
مرتفع	,52933	4,1739	لدي القدرة على فهم و تحديد مشكلات العمل

مرتفع	,71863	3,8043	أخط لمواجهة مشكلات العمل قبل حدوثها
مرتفع	,62632	4,0870	أحرص على معرفة جوانب القصور و الضعف في عملي
مرتفع	0.60373	4.11955	القدرة على حل المشكلات و اتخاذ القرارات
مرتفع	2.11544	4.15897	السلوك الإبداعي

المصدر: مخرجات الحاسوب مع إعادة التنظيم.

من خلال الجدول أعلاه و بناء على إجابات أفراد العينة المستجوبة، فإن إدراكهم لأبعاد السلوك الإبداعي التي تم التطرق لها كانت في الغالب بدرجة مرتفعة بوسط حسابي عام قدر بـ (4.15) و كانت هناك استجابة مرتفعة جدا لبعد القدرة على التغيير بوسط حسابي قدر بـ (4.25).

و بناء على ما ورد في الجدول فإن أبعاد السلوك الإبداعي جاءت مرتبة وفقا لما يلي:

أولا: بعد القابلية للتغيير بوسط حسابي قدر بـ (4.28)

ثانيا: بعد روح المجازفة و المخاطرة بوسط حسابي قدر بـ (4.20)

ثالثا: بعد الطلاقة بوسط حسابي قدر بـ (4.02)

رابعا : بعد القدرة على حل المشكلات و اتخاذ القرارات بوسط حسابي قدر بـ (3.80)

* اختبار فرضيات الدراسة:

تم اختبار مدى قبول أو رفض فرضيات الدراسة من خلال نموذج الانحدار البسيط و اختبار التباين الأحادي و ذلك على النحو التالي:

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ارتباط بين أبعاد المناخ التنظيمي و أبعاد السلوك الإبداعي عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0,05)$ من وجهة نظر موظفي كلية الاقتصاد بجامعة الشلف.

و لاختبار هذه الفرضية تم تقسيمها إلى خمس فرضيات فرعية على النحو التالي:

الفرضية الفرعية الأولى:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نمط القيادة و السلوك الإبداعي.

و لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F) : One Way Anova كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول 3: اختبار التباين الأحادي بين متوسط نمط القيادة و السلوك الإبداعي.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمة F الجدولية	معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة
الانحدار	1,029	1	1,029	1,342				0.253
الخطأ	33,727	44	0,767	4.0617		0.172	,0300	
المجموع	34,756	45	/					

المصدر: مخرجات الحاسوب مع إعادة التنظيم.

يتضح من الجدول أعلاه أنه هناك علاقة ارتباط موجبة إلا أنها ضعيفة بين نمط القيادة السائد بكلية الاقتصاد بجامعة الشلف و بين أبعاد السلوك الإبداعي كما يتضح كذلك أن نمط القيادة يساهم بما نسبته 3% في تدعيم السلوك الإبداعي لدى موظفي الكلية.

كما تشير نتائج الجدول أعلاه أن مستوى الدلالة يساوي 0.253 (أكبر من 0.05)، كما أن قيمة F الجدولية أكبر من قيمتها المحسوبة، هذه النتائج تقضي رفض الفرضية الأولى و قبول الفرضية العدمية.

الفرضية الفرعية الثانية:

تساهم عملية التحفيز بالكلية في تدعيم السلوك الإبداعي لدى الموظفين عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$).
و لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F) One Way Anova كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول 4: اختبار التباين الأحادي بين متوسط عناصر الدعم و التحفيز و أبعاد السلوك الإبداعي.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة المحسوبة F	قيمة F الجدولية	معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة
الانحدار	,996	1	,9960	1,299	4.0617	0.169	,0290	0.261
الخطأ	33,759	44	0,767					
المجموع	34,756	45	/					

المصدر: مخرجات الحاسوب مع إعادة التنظيم.

يتضح من الجدول أعلاه أن سياسة التحفيز بالمؤسسة تساهم بما نسبته 2 % في تدعيم السلوك الإبداعي و هي نسبة ضعيفة جداً، كما تشير نتائج الجدول أعلاه أن قيمة F الجدولية أكبر من قيمتها المحسوبة و عند مستوى الدلالة البالغ 0.261 و هذه النتائج تقتضي رفض الفرضية الفرعية الثانية و قبول الفرضية العدمية.

الفرضية الفرعية الثالثة:

يساهم تدفق المعلومات و فعالية الاتصال بالكلية في تدعيم السلوك الإبداعي لدى الموظفين عند مستوى دلالة (

$$\alpha \leq 0,05$$

و جاءت نتائج اختبار هذه الفرضية ملخصة في الجدول التالي:

الجدول 5: اختبار التباين الأحادي بين متوسط عناصر تدفق المعلومات و الاتصال و أبعاد السلوك الإبداعي.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة المحسوبة F	قيمة F الجدولية	معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة
الانحدار	4,891	1	4,891	7,206	4.0617	0.375	0.141	0.010
الخطأ	29,864	44	0,679					
المجموع	34,756	45	/					

المصدر: مخرجات الحاسوب مع إعادة التنظيم.

تشير نتائج الجدول أن سياسة الاتصال بالكلية تساهم في تدعيم السلوك الإبداعي لدى الموظفين بنسبة 14 % ، كما تشير كذلك النتائج المبينة أعلاه أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية و عند درجة حرية (1-44) و مستوى الدلالة البالغ 0.01، هذه النتائج تقتضي قبول الفرضية الفرعية الثالثة.

الفرضية الفرعية الرابعة:

توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين عملية اتخاذ القرار و أبعاد السلوك الإبداعي.

و كانت نتائج اختبار هذه الفرضية ملخصة في الجدول التالي:

الجدول 6: اختبار التباين الأحادي بين متوسط عناصر اتخاذ القرار و أبعاد السلوك الإبداعي.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمة F الجدولية	معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة
الانحدار	1,971	1	1,971	2,646	4.0617	0.238	0.057	0.111
الخطأ	32,784	44	0,745					
المجموع	34,756	45	/					

المصدر: مخرجات الحاسوب مع إعادة التنظيم.

يتبين لنا من الجدول أعلاه أنه هناك علاقة ارتباط موجبة بين المتغيرين، فالمتغير المستقل و المتمثل في المشاركة في اتخاذ القرار يفسر ما نسبته 5% من التغير الحاصل في المتغير التابع و المتمثل في السلوك الإبداعي.

كما تشير النتائج أن قيمة F المحسوبة أقل من قيمتها الجدولية و عند مستوى الدلالة البالغ 0.111 هذه النتائج تقتضي رفض الفرضية الفرعية الرابعة و قبول الفرضية العدمية.

الفرضية الفرعية الخامسة:

توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الانتماء التنظيمي و أبعاد السلوك الإبداعي.

و لاختبار هذه الفرضية تم استخدام كذلك اختبار (F): One Way Anova كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول 7: اختبار التباين الأحادي بين متوسط عناصر الانتماء التنظيمي و أبعاد السلوك الإبداعي.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمة F الجدولية	معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة
الانحدار	,0234	1	,0234	5.759	4.0617	0.315	0.099	0.049
الخطأ	30,733	44	0,698					
المجموع	34,756	45	/					

المصدر: مخرجات الحاسوب مع إعادة التنظيم.

يتضح من الجدول أعلاه أن المتغير المستقل و المتمثل في بعد الانتماء التنظيمي يساهم في تدعيم السلوك الإبداعي لدى موظفي كلية الاقتصاد بجامعة الشلف بنسبة 9.9% .

كما تبين النتائج أعلاه أن قيمة F المحسوبة أكبر من قيمتها الجدولية و عند مستوى الدلالة البالغ 0.049 هذه النتائج تقتضي قبول الفرضية الفرعية الخامسة.

مناقشة نتائج الدراسة:

من خلال التحليل الإحصائي توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن توضيحها كما يلي:

1- النتائج الخاصة بمستوى تقييم الموظفين للمناخ التنظيمي السائد بكلية الاقتصاد بجامعة الشلف:

- بينت نتائج الدراسة أن مستوى استجابات المبحوثين لأبعاد المناخ التنظيمي جاءت متوسطة و سبب ذلك راجع لمجموعة من العوامل أهمها: غياب الدعم و التحفيز، غياب المشاركة في اتخاذ القرار، عدم الاهتمام بالاقترحات و المبادرات المقدمة من طرف المرؤوسين، غياب نظام معلومات و وسائل اتصال فعالة.

- كما أظهرت النتائج أن الأبعاد المكونة للمناخ التنظيمي السائد بكلية الاقتصاد في جامعة الشلف و وفقا لمتوسطاتها الحسابية جاءت مرتبة كما يلي: بعد الانتماء التنظيمي، بعد القيادة، بعد تدفق المعلومات و الاتصال، بعد المشاركة في اتخاذ القرار، بعد الدعم و التحفيز.

2- النتائج الخاصة بمستوى السلوك الإبداعي لدى موظفي كلية الاقتصاد بجامعة الشلف من وجهة نظرهم:

- أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى استجابات الموظفين لأبعاد السلوك الإبداعي جاءت مرتفعة نسبيا، فالموظفين بالكلية على وعي بضرورة التغيير، و تدعيم الأفكار و الممارسات الجديدة، كما لهم قابلية للمخاطرة و المجازفة مع تحمل نتائجها، يملكون قدرة على فهم و تحديد مشكلات العمل مع الحرص على مواجهتها.

- كما جاءت أبعاد السلوك الإبداعي مرتبة حسب وسطها الحسابي وفقا لما يلي: بعد القابلية للتغيير، بعد روح المجازفة و المخاطرة، بعد الطلاقة، بعد القدرة على حل المشكلات.

3- النتائج الخاصة باختبار فرضيات الدراسة:

- تم نفي الفرضية الأولى و الثانية و الرابعة، حيث أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباط موجبة إلا أنها ضعيفة جدا بين كل من المتغيرات المستقلة التالية: بعد القيادة، بعد الدعم و التحفيز، بعد المشاركة في اتخاذ القرار بينها و بين المتغير التابع و المتمثل في السلوك الإبداعي، كما أن مستوى الدلالة جاء أعلى من مستوى الدلالة المستخدم (0.05) هذا ما جعلنا نرفض تلك الفرضيات و نقبل بالفرضية العدمية.

- كما تم تأكيد صحة الفرضية الثالثة و الخامسة، إذ تبين أنه هناك أثر لكل من بعد تدفق المعلومات و الاتصال و بعد الانتماء التنظيمي في تدعيم و تنمية السلوك الإبداعي حيث فسر هذين البعدين 14 و 9.99 على التوالي من التباين الحاصل في المتغير التابع.

التوصيات:

بعد مناقشة و تحليل نتائج الدراسة نقترح التوصيات التالية:

- منح الدعم و التحفيز الكافي للموظفين بشكل يساهم في تنمية أفكارهم و سلوكياتهم الإبداعية.
- إعطاء الموظفين درجة عالية من الاستقلالية و منحهم المزيد من الصلاحيات.
- توفير مناخ تنظيمي محفز على الإبداع.
- الحرص على تفويض السلطة و على مشاركة الموظفين في اتخاذ القرارات.
- الحرص على تشجيع التغيير و دعم الممارسات الجديدة.
- إعطاء أهمية للعمل الجماعي، خصوصا في حل المشكلات و التخطيط لها قبل حدوثها.
- ضرورة العمل في جو يسوده التعاون و الثقة بين المسؤول المباشر و الموظفين.
- الحرص على توفير الاستقرار الوظيفي لدى موظفي الكلية.
- الحرص الدائم على اقتراح أساليب جديدة لأداء العمل.

المراجع والإحالات:

- 1 محمد ذيب المبيضين، محمد أحمد الطراونة، أثر التمكين الإداري في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في البنوك التجارية الأردنية، دراسات في العلوم الإدارية، الأردن، الجامعة الأردنية، المجلد 38، العدد2، 2011، ص 486.
- 2 العميان محمود، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، ط6، عمان، دار وائل، 2013، ص 305.
- 3 العدوان، ياسر و آخرون، تقييم المدراء للمناخ التنظيمي السائد في المراكز الصحية الشاملة في اقليم الشمال في الأردن، دراسة ميدانية تحليلية، مجلة جامعة دمشق، مجلد 24، العدد 2، ص 408.
- 4 الكبيسي عامر، السلوك التنظيمي، التنظيم الإداري الحكومي بين التقليد و المعاصرة، ط2، الدوحة، مطابع دار الشرق، 1998، ص660.
- 5 يحي سليم ملحم، التمكين كمفهوم إداري معاصر، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2009 ص61.
- 6 سارة نبيل، مفهوم الانتماء التنظيمي و الولاء التنظيمي و علاقتهما بالرضا الوظيفي، مقال على الموقع الإلكتروني <https://hrdiscussion.com> تاريخ الاطلاع: 2016/10/11.
- ⁷ Amabile, Treesam, Assessing The War Environment For Creativity, Academy Of Management Journal, vol. Vol. 39, No01, 1998, p 77.
- ⁸ OLIVIER BADOT et autres , dictionnaire du Marketing , Paris: Economica , 1999, P 131.
- ⁹ Krright- Turvey, influencing employce innovation through structural empowerment initiatives : the need to feel empowered, entrepreneurship theory and practice, 2006, p315.
- ¹⁰ Spreitzer, G.M , Social structural characteristics of of psychological empowerment, USA, Academy of Management, vol 39, Issue 2, 1996, p 486.
- 11 محمد ذيب المبيضين، محمد أحمد الطراونة، مرجع سابق، ص 486.
- 12 محمد فلاق، بناقله دور، مداخلة بعنوان أثر التمكين الإداري في إبداع الموظفين، دراسة حالة لمجموعة الاتصالات الأردنية، ص 09، مقال على الموقع الإلكتروني: iefpedia.com/arab/wp-content/uploads تاريخ الاطلاع: 2016/10/11

الزراعة العربية و تحديات الأمن الغذائي

Arab agriculture and the challenges of food security

د. خلف الله فهيمة

جامعة قالمة / الجزائر

Email : khalfa.eco@gmail.com

Received: 05/02/2017

Accepted: 24/03/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

تعتمد معظم الدول العربية على القطاع الزراعي في توفير المنتجات الغذائية وخلق فرص العمل لفئات واسعة من السكان، بالإضافة إلى مساهمته في توفير العملات الصعبة و بالتالي تمويل برامج التنمية، ويعيق تخلف القطاع الزراعي مسيرة التنمية في القطاعات الأخرى، لهذا فان تنمية هذا القطاع يجب أن تحتل مكانة متميزة في التوجهات التنموية العربية، خاصة بعد تزايد السكان وزيادة الطلب على السلع الغذائية.

Abstract:

Most Arab countries depend on the agricultural sector to provide food products and create job opportunities for large segments of the population, in addition to its contribution to the provision of hard currency and thus financing development programs. The agricultural sector is hindering development in other sectors. A prominent place in the Arab development trends, especially after the growing population and increased demand for food commodities

تمهيد:

تعاني الدول النامية من عجز في غذائها يتمثل في قصور الإنتاج الغذائي المحلي عن تغطية الطلب المحلي على الغذاء وذلك نتيجة العديد من المعوقات والمشكلات. إن الاقتصاد العربي يعاني بشكل عام من انكشافه على العالم الخارجي، ومشكلة الغذاء من مؤشرات هذا الانكشاف إذ انه يعاني من فجوة غذائية حادة حتى صار استيراد الغذاء يستنزف الدخل القومي بفعل ما يعانيه القطاع الزراعي من تواضع نسب مشاركته في الناتج المحلي الإجمالي، فالأمن الغذائي يعتبر احد أهم القضايا الأساسية في البلدان العربية التي تتسم بالحساسية حيث أن مشكلة الغذاء تمثل وسيلة ضغط خطيرة على الدول النامية.

المحور الأول: الوضع الغذائي العربي:

إن الموارد الطبيعية الهامة كوفرة الأراضي القابلة للزراعة والمياه والظروف المناخية المساعدة، عوامل تلعب دورا مهما في عملية التوسع الإنتاجي. فالإنتاج الغذائي يعتمد إلى حد كبير على الظروف الطبيعية، إلا أن الدول العربية تعاني من عجز كبير في معظم السلع الغذائية في الوقت الذي تمتلك فيه كافة مقومات الاكتفاء الذاتي، إذ تمتلك ما يقارب 198 مليون هكتار من الأراضي الصالحة للزراعة، كما تعد العمالة في القطاع الزراعي بنحو 31 مليون عامل بما يمثل 36% من إجمالي القوى العاملة العربية بالإضافة إلى الموارد المائية والسلمية المتوفرة، فتمتلك الدول العربية سواحل بحرية يبلغ طولها 28 ألف كلم ورصيف قاري تبلغ مساحته حوالي 600 كلم²، بالإضافة إلى ثروة حيوانية هائلة تقدر كمية المواد الغذائية المتاحة لاستهلاك سكان الدول العربية البالغ عددهم حوالي 272 مليون نسمة سنة 1999² بنحو 196 مليون طن³ من المنتجات الغذائية المختلفة منها نحو 37 مليون طن منتجات حيوانية. ويستخدم من هذه الكميات نحو 24 مليون طن في صورة علف⁴، أي أن الكميات المتاحة للاستهلاك تقدر بنحو 172 مليون طن من المنتجات الغذائية المختلفة بمتوسط 633 كغ للفرد سنويا. حيث يحصل الفرد العربي على نصف ما يحصل عليه الفرد الأوروبي والأمريكي من البروتينات والدهون الحيوانية، وهو ما يشير إلى نقص الغذاء العربي في مصادر البروتين الحيواني وإلى أهمية الإنتاج الحيواني في الأمن الغذائي العربي.

و يمكن كذلك بيان أهمية الإنتاج الحيواني في الأمن الغذائي العربي من استعراض فاتورة استيراد المواد الغذائية للمنطقة العربية في عام 1999 بنحو 17.471 مليار دولار أمريكي منها 4.761 مليار دولار منتجات حيوانية (لحوم، بيض، أسماك، ألبان ومشتقاتها) تمثل نسبة 27.3% من جملة قيمة الواردات الغذائية للمنطقة العربية.

أولا: العوامل المؤثرة في أزمة الغذاء

يشكل تدهور معدلات الاكتفاء الذاتي العربي خطرا على الأمن الغذائي الذي يمثل أحد المكونات الأساسية للأمن القومي من منظوره الاقتصادي، حيث اتجه طموح معظم الدول النامية منذ الاستقلال لتحقيق التنمية نحو التصنيع باعتباره مرادفا للتقدم، ما نتج عنه إهمال التنمية الزراعية والتركيز على إنشاء بعض الوحدات الصناعية.

1- **العوامل الديموغرافية:** شهد حجم السكان تسارعا ملحوظا بمعدل بلغ تقريبا حوالي 3% سنويا عام 2000، وهو معدل يفوق متوسط معدلات نمو الانتاج الزراعي في نفس الفترة، مما أدى إلى اختلالات على مستوى عرض وطلب الغذاء، كما أدت الهجرة الريفية إلى المدن إلى تزايد كبير لسكان المدن وحرمان القطاع الزراعي في المناطق الريفية من اليد العاملة.

2- **العوامل الطبيعية:** رغم الامكانيات الطبيعية الهائلة التي تحظى بها الدول العربية من مساحة قابلة للزراعة تبلغ حوالي 197 هكتار، إلا أنها لم تفلح بعد في إشباع حاجيات مواطنيها من إنتاج أراضيها. فقد أدى عدم كفاية مصادر المياه وسوء استغلالها والميل نحو الانتقال من الزراعة المطرية إلى الزراعة المروية، إلى تزايد سريع للطلب على المياه وخاصة الجوفية⁵ مما عمق مشكلة الغذاء. بالإضافة إلى ندرة الموارد الطبيعية أصلا، فإن للتصحر والجفاف والتحويلات التي يعرفها المناخ ودور الانسان في الاستنزاف اللاعقلاني للخيرات الطبيعية وتدمير البيئة دورا كبيرا في استفحال أزمة الغذاء في الدول العربية⁶.

3- اتجه طموح الدول العربية منذ حصولها على الاستقلال من أجل تحقيق التنمية، إلى التصنيع باعتباره مرادفا للتنمية والتقدم، وقد تركزت النسبة من الاستثمارات في القطاعات الأخرى على حساب القطاع الزراعي، باعتباره قطاعا غير مولد للنمو. مما أدى إلى تعبئة الموارد المالية وتكثيف الجهود للنهوض بالاستثمارات في القطاع الصناعي، وذلك على حساب القطاعات الأخرى وخاصة الفلاحة⁷.

ثانيا: أبعاد الأزمة الغذائية:

تطورت الازمة الغذائية في الدول العربية تبعا لمعدلات نمو الانتاج والطلب الاستهلاكي على المنتجات الغذائية، حيث أن أزمة الغذاء في المنطقة قد وصلت إلى حد حرج يتجلى في تنامي الاعتماد على المصادر الخارجية، وتدهور نصيب الفرد من الناتج الزراعي، وتراجع مساهمة القطاع الزراعي في الناتج المحلي، وقد أدى ضعف أداء القطاع الزراعي إلى زيادة الواردات من السلع الغذائية لتلبية حاجيات مواطني الدول العربية من الأغذية الضرورية وليس لتحسين نوعيتها.

الفجوة الغذائية العربية:

تتصف الفجوة الغذائية العربية بالتذبذب من سنة إلى أخرى بسبب التغير في الإنتاج الزراعي، وحجم الاستهلاك وتقلبات الأسعار العالمية للسلع الغذائية. وأصبح تمويل استيراد الغذاء يستنزف جزءا لا يستهان به من الدخل العربي.

وهناك عجز في معظم السلع الغذائية في الدول العربية، وتعتبر الحبوب وخاصة القمح من أهم السلع الغذائية المستوردة، إذ تمثل نسبة وارداتها حوالي 50% من الواردات الغذائية وهو ما يعادل ما قيمته حوالي 6 مليارات دولار سنة 1999. كما تستورد الدول العربية ثلثي احتياجاتها من السكر وأكثر من نصف احتياجاتها من الزيوت وحوالي ثلث المتطلبات من اللبن والبقوليات. وتبلغ مسبة الاكتفاء الذاتي من الخضار والفواكه حوالي 100% وترتفع هذه لتسمح بإنتاج فائض للتصدير بالنسبة للأسماك.

جدول رقم 1: تطور الفجوة الغذائية العربية للسلع الغذائية الرئيسية. (بالمليون دولار).

البيان	1990	1995	1996	1997	1998	1999	الاكتفاء الذاتي 1999 (%)
الإجمالي	11.7	11.524	13.26	12.643	13.432	11.888	
الحبوب والدقيق	5.552	5.942	6.733	6.148	5.943	5.861	50.1
القمح	2.383	2.87	3.842	2.0853	3.201	2.625	49.2
الشعير	706	745	908	1.114	647	889	33.5
الأرز	847	936	792	1.045	999	974	77.2
الذرة الشامية	699	797	1.125	1.009	1.047	1.347	37
البطاطا	22	87	45	57	85	112	99.9
السكر المكرر	1.911	1.190	1.636	1.644	1.44	1.323	33.9
بقوليات	188	360	349	1.644	1.44	1.323	33.9
الزيوت والشحوم	1.128	1.554	1.35	928	1.69	1.002	44.7
الخضر	203	120	268	201	1.35	150	98.6
الفواكه	182	20	262	153	475	154	98.4
اللحوم	1.192	978	1.462	1.538	1.58	1.577	84.3
اللبن السائل	2.036	2.82	1972	2.05	2.298	2.058	72.5
البيض	86	81	40	36	39	46	96.3
السمك	436	890	857	306	441	666	107.8

المصدر: التقرير الاقتصادي العربي الموحد، سبتمبر/أيلول 2001، ص 281.

فالأمن الغذائي الذي يعني قدرة المجتمع على تأمين احتياجاته الاستهلاكية من السلع الغذائية الأساسية بإنتاجها محليا أو باستيرادها من الخارج ليس هو تحقيق الاكتفاء الذاتي الذي غالبا ما يعني إنتاج كافة الاحتياجات الغذائية الأساسية محليا، وإنما يتعداه إلى تأمين مصادر الحصول على الغذاء محليا أو دوليا.

وهنا ينبغي الإشارة إلى بعض الحقائق المتصلة بالوضع:

- ان التركيب السلعي للواردات الغذائية العربية يعكس أهمية السلع الضرورية للحياة والتي يصعب الاستغناء عنها أو التقليل من حجمها الاستهلاكي بسهولة الا بقدر طفيف، مثل الحبوب التي تعتبر سلعة حساسة في نظام المستهلك.
- طبيعة الأسواق الغذائية العالمية التي تحتكرها مجموعة قليلة من الدول والشركات متعددة الجنسية، وما تمتلكه هذه القوى من امكانية التأثير في هذه الاسواق والتحكم في اسعار السلع الغذائية واستخدام الغذاء كسلاح ضغط من هذه الاطراف المهيمنة.

- ضعف القدرة التفاوضية للدول المستوردة للغذاء بسبب تعاملها منفردة مع القوى الفاعلة في الاسواق الغذائية الدولية وضعف هامش المساومة نتيجة حساسية الغذاء ودوره في الاستقرار السياسي.

الجدول رقم 2: العجز الغذائي في بعض المناطق في العام 2010.

العجز	الطلب	الإنتاج	الأقاليم الفرعية
27804	77654	49850	الاتحاد المغربي
16027	88081	72045	شمال شرق افريقيا
42054	41811	17754	شبه الجزيرة العربية
20064	56729	26665	غرب اسيا
21834	878935	157101	اسيا الوسطى
(الفائض) 4955	102515	107470	تركيا
99883	545723	440885	اجمالي 2010
64936	364595	299659	اجمالي 1995

المصدر: منظمة الأغذية والزراعة، 2010.

المحور الثاني: تحليل أسباب فشل السياسات الزراعية في تحقيق الامن الغذائي العربي.

أولا: تطور السياسات الزراعية العربية:

تتجسد السياسات الزراعية في منظومة متكاملة من الاجراءات والتشريعات التي تسنها الدولة بغية تحقيق اهداف محددة تتضمنها الخطط التنموية الزراعية. هذه الاهداف غالبا ما ترمي الى تشجيع زيادة الانتاج لتحقيق الامن الغذائي، وبذلك تحقيق أقصى درجة من الاكتفاء الذاتي. وقد مرت هذه السياسات في تطورها بمراحل مختلفة، ويمكن التمييز بين سياسات زراعية ذات طابع اشتراكي وسياسات زراعية ذات طابع ليبرالي. اذ تركز السياسات الزراعية الاشتراكية على دور البنى الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية التي يفرد بها كل بلد. وترتكز هذه السياسات على محو التفاوت في ملكية الارض والقضاء على استغلال الحيازات الكبيرة. أما الاتجاه الثاني في هذه السياسات فيتبنى اعتماد آليات السوق ويرمي الى القضاء على التدخلات من طرف الادارة واعتبارها ضارة بوجه عام، وتعمل بالتالي على نزع كل اشكال الرقابة على الاسعار. وظلت هذه الثنائية تحكم السياسات الزراعية العربية من الخمسينات حتى الثمانينات، حتى مالت السياسات لصالح السياسات الليبرالية. ونتيجة لضعف الاداء الزراعي والتكلفة الباهضة للتدخل الحكومي والتحول العام في النماذج السياسية في المنطقة العربية ثم اتباع سياسات موجهة نحو السوق. وتم تنفيذ سياسات واصلاحات زراعية متدرجة الى ان شهدت نقلة نوعية في بداية التسعينات تمثلت في تحرير التجارة الزراعية في معظم الاقطار العربية. حيث اتسمت الاصلاحات الزراعية في البلدان العربية التي تنتهج نظاما ليبراليا بتدخلات بسيطة على شكل حوافز للمستثمرين الذين تتطابق مشاريعهم مع اهداف الاصلاح الزراعي، وتتميز الاصلاحات الليبرالية عن الاشتراكية بانها لا تمارس نزع الملكية. وقد طبقت هذه الاصلاحات في كل من السعودية، الاردن، المغرب وتونس.⁸

ثانيا: أسباب فشل السياسات الزراعية:

لم تنجح سياسات الإصلاح الزراعية لضعف البنى التحتية لوسائل النقل والتخزين. ولعدم العناية بمعايير الجودة وضعف القدرة التنافسية للمنتجات الزراعية العربية. ولنقص المختصين في التسويق الزراعي اضافة الى عدة اسباب اهمها:

1- **ضعف الكفاءة الاقتصادية في تطبيق السياسات الزراعية:** تبين المؤشرات ان الإصلاحات الزراعية سواء ذات الطابع الاشتراكي او الليبرالي لم تحقق تقدما يذكر في زيادة المساحات المزروعة، فلم تزد الا بحوالي 0.2% سنويا. أما على مستوى الطلب على الغذاء فقد بلغ في السبعينات 4.6 % مقابل نمو الانتاج ب 1.8 % أما في النصف الثاني من السبعينات وأوائل الثمانينات فقد بلغ الطلب 6 % مقابل 2.5 % للانتاج⁹. ويرجع ذلك للعوامل التالية:

2- **سوء ادارة القطاع الزراعي:** عدم وجود اساس تنظيمي سليم بحكم مشروعات التنمية الزراعية وخاصة اساليب ادارتها ومستوى كفاءتها تصبح المشروعات عاجزة عن استيعاب اهداف السياسات الزراعية. ولهذا فان كفاءة المشاريع الزراعية تتوقف على حسن الاداء الاداري حيث عانت الدول العربية التي طبقت اصلاحات اشتراكية من مشاكل ادارية في مزارع الدولة والجمعيات التعاونية نتيجة للبيروقراطية.

3- **اعطاء الاولوية للاهداف السياسية:** يؤدي الاهتمام بالأهداف السياسية على حساب الأهداف الاقتصادية الى تراجع الكفاءة الاقتصادية للمشاريع الزراعية.

4- **فشل سياسات البحث والارشاد الزراعي في تحقيق اهدافها:** بذلت جهود لا يستهان بها في هذا المضمار واسست معاهد مختصة في البحث الزراعي، الا انها لم تصل الى تحقيق اهدافها المرجوة و ذلك نتيجة لـ:

- ضعف التنسيق بين مؤسسات الارشاد الزراعي وهيآت البحث الزراعي.
 - ضعف الاستثمار في البحوث الزراعية وتدني انتاجية النشاط البحثي، اذ ان حجم الاستثمارات في ميدان البحوث الزراعية في البلدان النامية تصل الى 0.5 % من الناتج المحلي الزراعي.
 - عدم دراسة مواضيع البحث الزراعي واخيارها على اساس علمية وكذلك عدم توظيف نتائجها.
 - عدم استقرار السياسات الزراعية، كان عاملا اساسيا في عدم استقرار الارشاد الزراعي.
- 5- **ضآلة الاستثمارات في المجال الزراعي:** فحصة القطاع الزراعي العربي من اجمالي الاستثمارات ضئيلة وكذلك عجز مؤسسات الاقراض الزراعي عن القيام بواجباتها فالزراعة الحديثة، لكي تحقق انتاجية عالية فانها تحتاج الى استثمارات رأسمالية.

ثالثا: سبل ضمان الأمن الغذائي العربي.

و تتمثل سبل ضمان الأمن الغذائي العربي في:¹⁰

- تصحيح توزيع الناتج القومي العربي لصالح الفلاحين فقطاع التجارة و النقل يستحوذان على حصص ضخمة منه.

- زيادة الانتاج الزراعي كما و كيفا حتى يستطيع الاستجابة لمقتضيات الاستهلاك من المواد الغذائية خاصة مع الزيادة الهائلة في عدد السكان.

- ترشيد استخدام الموارد المائية و استغلال المخزون الاجمالي للمياه الجوفية المقدر بأكثر من 14 ألف مليار متر مكعب زيادة على حسن تخزين مياه الامطار السنوية عن طريق السدود و ذلك من أجل زيادة الزراعة المسقية.

- تعزيز التكامل الاقتصادي العربي في المجال الزراعي لتحقيق الامن الغذائي، فنحن نعيش توزيع غير متكافئ للموارد الزراعية العربية و التكامل يساعد على حسن استغلالها و الاستفادة منها.

- تدعيم السياسة السعرية باعتبارها أحد أدوات السياسة الاقتصادية البالغة الاهمية، لكنها في الدول العربية لا تستغل في تسريع التنمية، فالاسعار التي تتشكل في الاسواق العربية للسلع الزراعية لا تخضع لأية استراتيجية للتنمية الاقتصادية.

- تعزيز قدرات الاستحواذ على التكنولوجيا الزراعية عن طريق الاهتمام بالتقدم العلمي و التوسع في المكننة الزراعية و تبني أساليب الري الحديثة، و تصنيع وسائل الانتاج الزراعي ذلك أن الدول العربية تعمل بالاساس على استيراد وسائل الانتاج.

- الضمان الاجتماعي و الصحي للفلاحين و الضمان ضد الجفاف و الكوارث الطبيعية فالزراعة العربية تعتمد في معظمها على الامطار التي لا تنتظم في هطولها و تمر حالات جفاف تهدد المحصول الزراعي و الفلاح معا.

خاتمة:

على البلاد العربية وهي لديها أراضي صالحة للزراعة هنا وهناك الالتفات إلى زراعة القمح والحبوب في بلادهم بحيث يؤمنون غذاء الناس، وأن يحرروا أنفسهم من الاعتماد على استيراد الغذاء، وأن ينتجوا احتياجاتهم بأنفسهم في بلادهم بالتضامن المتبادل ومشاركة بعضهم البعض. وكثيرا ما تكلمنا عن التأمين الغذائي، والتضامن العربي، والاكتفاء الذاتي، وينذرنا القحط والجفاف بالمزيد من انعدام الامن الغذائي لذلك على الدول العربية الاهتمام بالتكامل الزراعي و الاستفادة من مواردها الزراعية المتوفرة و استغلالها الاستغلال الامثل.

المراجع والإحالات:

1. مجلة الوحدة الاقتصادية العربية، سنة 2000، ص 99.
2. المنظمة العربية للتنمية الزراعية، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية، المجلد (20)، الخرطوم، ديسمبر 1999.
3. لكميات المتاحة للاستهلاك عبارة عن محصلة كل من الإنتاج المحلي والواردات والصادرات لكافة الاستخدامات النهائية سواء الغذائية العلفية أو الصناعية وذلك بافتراض ثبات المخزون.
4. المنظمة العربية للتنمية الزراعية: أوضاع الأمن الغذائي العربي لعام 1999، الخرطوم يوليو 2000.
5. منى رحمة، "السياسات الزراعية في البلدان العربية"، سلسلة أطروحات الدكتوراه (36)، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، بيروت، 2000، ص 13.
6. محمد المختار ولد مليل، "جامعة الدول العربية والتجمعات الإقليمية العربية"، أطروحة دكتوراه في العلوم السياسية، جامعة تونس المنار، أغسطس/ آب 2002، ص 172.
7. عبد القادر الطرابلسي، "مشكلة الغذاء في الوطن العربي، في دراسات في التنمية العربية: الواقع والآفاق"، سلسلة كتب المستقبل العربي رقم 13، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، بيروت، 1998، ص 348.
8. منى رحمة، "السياسات الزراعية في البلدان العربية"، سلسلة أطروحات الدكتوراه (36)، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، بيروت، 2001، ص ص 91-135.
9. محمود علايلة وآخرون، "الأمن الغذائي العربي، ضمن الأمن الغذائي العربي، منتدى الفكر العربي، عمان 1986.
10. عبد القادر رزيق المخادمي، "الأزمة الغذائية العالمية- تبعات العولمة الاقتصادية والتكامل الدولي"-، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2009، ص 142.

تبني المسؤولية الاجتماعية كأحد متطلبات الصيرفة الإسلامية
تجربة مجموعة البركة المصرفية

*The adoption of social responsibility as one of the requirements of
Islamic banking
The experience of Al -baraka Banking Group*

د. مهاوات لعبيدي

جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي - / الجزائر
Email : labidi_mehaouat39000@yahoo.fr

د. العمري أصيلة

جامعة محمد خيضر بسكرة / الجزائر
Email : acilalamri@gmail.com

Received: 05/02/2017

Accepted: 25/02/2017

Published: 03/09/2017

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أهمية وحتمية تبني المصارف الإسلامية لمبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية من خلال التزامها بالمشاركة في بعض الأنشطة والبرامج والأفكار الاجتماعية لتلبية المتطلبات الاجتماعية للأطراف المترابطة به وعدم الإكتفاء بتحقيق العوائد المالية، ومن أجل تحقيق هذه الهدف تم اختيار مجموعة البركة المصرفية التي تبنت برنامجا خاصا للمسؤولية الاجتماعية وأقامت لجنة خاصة بها تابعة لمجلس إدارتها. وقد خلصت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: التمويل بالقرض الحسن يعتبر أهم متطلبات تبني المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية بالإضافة إلى رعاية ودعم المشاريع التعليمية والاجتماعية، وتحسين الظروف المعيشية للمجتمع، كما أن مجموعة البركة المصرفية تعتبر المسؤولية الاجتماعية جزءا لا يتجزأ من فلسفة المجموعة ورؤيتها، وقد ظهر ذلك من خلال توافق مبادئ المسؤولية الاجتماعية مع أحكام الشريعة الإسلامية والأخلاق الإسلامية التي تعمل المجموعة وفقا لمبادئها.

الكلمات المفتاحية : المصارف الإسلامية، المسؤولية الاجتماعية ، القرض الحسن .

Abstract:

This study aims to identify the importance and inevitability of Islamic banks' adoption of the principles and dimensions of social responsibility through their commitment to participate in some social activities, programs and ideas to meet the social requirements of the related parties and not only to achieve financial returns. In order to achieve this objective, Social responsibility and established its own committee of the Board of Directors.

The study concluded that the financing of the loan is considered the most important requirement for the adoption of social responsibility in Islamic banks, in addition to sponsoring and supporting educational and social projects and improving the living conditions of the society. Al Baraka Banking Group regards social responsibility as an integral part of the Group's philosophy and vision. , And this has been demonstrated by the compatibility of the principles of social responsibility with the provisions of Islamic law and Islamic ethics that the group operates according to its principles..

Keywords: Islamic banks, social responsibility, loan Hassan.

تمهيد:

في ظل تعاقب الأزمات المالية العالمية والتي كانت تثبت في كل مرة فشل المصارف التقليدية، مما ساعد على تطور الصيرفة الإسلامية في البلدان الإسلامية ، وهذا لتماشيتها مع مبادئ الشريعة الإسلامية السمحاء خاصة في مجال التعامل بالربا، وكذلك نظراً لدورها في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، إلا أن هذا استمرار تطورها في الصيرفة الإسلامية يتطلب حتمية اهتمامها بالمسؤولية الاجتماعية، فلا يجب أن تسعى المصارف الإسلامية فقط لتحقيق العوائد المالية ، بل من المهم مراعاة حاجات ورغبات العاملين والمجتمع بكافة عناصره من خلال تقديمها لخدمات تلبي احتياجاته، بما يتماشى مع أحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية.

إشكالية البحث:

مما سبق تبرز معالم الإشكالية الرئيسية التالية:

ماهو واقع تبني مجموعة البركة المصرفية لمسئوليتها الاجتماعية؟

أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث من أهمية تبني المصارف الإسلامية لمسئولياتها الاجتماعية من أجل استدامة تطورها من خلال تقديمها لخدماتها مصرفية ومالية وفقاً لأحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية.

أهداف البحث:

نسعى من خلال هذا البحث تحقيق العديد من الأهداف نذكر منها:

- إبراز أهمية المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية.
- التعرف على متطلبات تبني المصارف الإسلامية لمسئوليتها الاجتماعية.
- التعرف على البرامج التي تعتمد عليها مجموعة البركة المصرفية لتحمل مسئوليتها الاجتماعية.

هيكلية البحث:

من أجل الإجابة على الإشكالية الرئيسية ارتأينا تقسيم موضوع البحث إلى المحاور التالية:

المحور الأول: أساسيات حول المسؤولية الاجتماعية

المحور الثاني: أساسيات حول المصارف الإسلامية

المحور الثالث: المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية

المحور الرابع: تجربة مجموعة البركة المصرفية في مجال تبني المسؤولية الاجتماعية

المحور الأول: أساسيات حول المسؤولية الاجتماعية

أولاً: تعريف المسؤولية الاجتماعية

تعرف المسؤولية الاجتماعية على أنها: "تلك الممارسات التي تهدف إلى إدماج الانشغالات الاجتماعية البيئية والأخلاقية في الأنشطة التجارية"¹

وتعرف كذلك على أنها: "التزام المؤسسة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وإتاحة فرص العمل"²

و المنظمة العالمية للمعايرة تعتبر المسؤولية الاجتماعية بأنها: " نشاطات للمنشأة لتحمل المسؤولية الناجمة عن أثر النشاطات التي تقوم بها على المجتمع والمحيط لتصبح نشاطاتها منسجمة مع منافع المجتمع والتنمية المستدامة ، تركز المسؤولية الاجتماعية على السلوك الأخلاقي ، احترام القوانين و الأدوات الحكومية وتدمج مع النشاطات اليومية للمؤسسة"³

ثانيا: أبعاد المسؤولية الاجتماعية

تتمثل أبعاد المسؤولية الاجتماعية في النقاط التالية:⁴

- **المسؤولية اتجاه المجتمع:** وتتجسد في انجاز المشاريع الأساسية، تقديم الهبات والتبرعات، توفير فرص العمل لأفراد المجتمع، المساهمة في دعم الأنشطة الثقافية والحضارية
- **المسؤولية إتجاه حماية المستهلك:** من خلال إحترام الأسعار، المقاييس والأوزان، النقل والتخزين، توفير مواد التعبئة والتغليف بالمعايير القانونية.
- **المسؤولية الأخلاقية:** وتتجسد من خلال تناسق أهداف الشركة مع أهداف المجتمع، عدم إحتكار المنتجات، وجود دليل عمل أخلاقي للمؤسسة، تشجيع العاملين على الإبلاغ عن الممارسات السلبية
- **المسؤولية تجاه البيئة:** وهذا من خلال الإلتزام بالتشريعات البيئية، الإقتصاد في استخدام الموارد الإقتصاد في استخدام مصادر الطاقة، تجنب مسببات التلوث، آلية التخلص من النفايات، المساهمة في اكتشاف مصادر جديدة للمواد الخام والطاقة.

ثالثا: مؤشرات تقييم المسؤولية الاجتماعية

يوجد أربعة مؤشرات أساسية يتم من خلالها تقييم المسؤولية الاجتماعية:⁵

- **مؤشر الأداء الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة:** ويشمل جميع تكاليف الأداء بخلاف الأجر الأساسي الذي تقدمه المؤسسة للعاملين فيها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية أو نوع أو طبيعة أعمالهم وتقوم المؤسسة بالالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق و تعميق حالة الولاء وانتماء العاملين كالاهتمام بحالتهم الصحية وتدريبهم وتحسين وضعهم الثقافي والاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة خدماتهم و ما إلى ذلك.
- **مؤشر الأداء الاجتماعي لحماية البيئة:** ويشمل كافة تكاليف الأداء الاجتماعي المضحي بها لحماية المحيط الذي تعمل المؤسسة داخل نطاقه الجغرافي حيث تحاول جاهدة رد الأضرار عن البيئة والمحيط والمتولدة من أنشطتها الصناعية، وهذه تشمل على تكاليف حماية تلوث الهواء والبيئة البحرية والمزروعات والأعشاب الطبيعية و تلوث المياه و ما إلى ذلك.
- **مؤشر الأداء الاجتماعي للمجتمع:** ويتضمن كافة تكاليف الأداء التي تهدف إلى إسهامات المؤسسة في خدمة المجتمع مشتملة بذلك على التبرعات والمساهمات للمؤسسات التعليمية والثقافية والرياضية والخيرية ثم تكاليف الإسهامات في برامج التعليم و التدريب الاجتماعي و مشاريع التوعية الاجتماعية.
- **مؤشر الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج:** وتشمل كافة تكاليف الأداء التي تنصب في خدمة المستهلكين حيث تتضمن تكاليف الرقابة على جودة الإنتاج و تكاليف البحث والتطوير ثم تكاليف ضمانات المتابعة ما بعد البيع و تدريب و تطوير العاملين وغيرها من الخدمات التي تحقق حالة الرضا عن المنافع المتأتية من المنتجات والخدمات المقدمة إلى المستهلكين.

المحور الثاني: أساسيات حول المصارف الإسلامية

أولاً: تعريف المصارف الإسلامية

لقد تعددت التعاريف المقدمة للمصرف الإسلامي يمكن ذكر البعض منها كمايلي:

1- هو: "مؤسسة مالية تعمل في إطار إسلامي تقوم بأداء الخدمات المصرفية كما تباشر أعمال التمويل والاستثمار في مجالات مختلفة في ضوء قواعد وأحكام الشريعة الإسلامية، بهدف غرس القيم المتمثلة في الأخلاق الإسلامية في مجال المعاملات المالية والمساعدة في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية من تشغيل الأموال بقصد المساهمة في تحقيق الحياة الكريمة للشعوب الإسلامية."²

2- هو: "مؤسسة مصرفية هدفها تجميع الأموال والمدخرات من كل من لا يرغب في التعامل بالربا(الفائدة) ثم العمل على توظيفها في مجالات النشاط الاقتصادي المختلفة وكذلك توفير الخدمات المصرفية المتنوعة للعملاء بما يتفق مع الشريعة الإسلامية ويحقق دعم أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع."³

3- هو: "المصارف التي تعمل وفقاً لآلية مصرفية تحدد إطارها الفلسفة الإسلامية."⁶

4- هو: "مؤسسة مالية مصرفية لتجميع الأموال وتوظيفها في نطاق الشريعة الإسلامية بما يخدم مجتمع التكافل الإسلامي وتحقيق عدالة التوزيع."⁷

5- هو: "منشأة عرضها الرئيسي تجميع المدخرات والقيام بمنح القروض بالإضافة إلى بعض الأعمال الأخرى المرتبطة بهذه الأغراض."⁸

ثانياً: أهداف المصارف الإسلامية

من بين الأهداف التي تسعى المصارف الإسلامية إلى تحقيقها ما يلي:⁹

1- إحياء المنهج الإسلامي في المعاملات المالية والمصرفية: حيث تهدف المصارف الإسلامية إلى إحياء المنهج الإسلامي في المعاملات المالية والمصرفية من خلال:

- الالتزام بالقواعد والمبادئ الإسلامية في المعاملات المالية والمصرفية.
- تقديم البديل للإسلامي للمعاملات البنكية التقليدية لرفع الحرج عن المسلمين.
- الدعوة إلى تطبيق الشريعة الإسلامية في المعاملات المصرفية والمالية من خلال التزامها هي أولاً، ثم النصح والإرشاد لأفراد المجتمع باتباع السلوك الإنساني في استثمار وتوظيف أموالهم.
- تنمية القيم العقائدية والأخلاقية في المعاملات وتثبيتها لدى العاملين والمتعاملين معها

2- تحقيق آمال وظموحات أصحاب المصرف والعاملين به : أي أن المساهمين في المصرف الإسلامي يقومون باستثمار أموالهم في الحلال وبالأسلوب الشرعي، إضافة إلى أن العاملين بالمصرف يقومون بأعمال يحرصون فيها على مراعاة أحكام الشريعة الإسلامية، ويمكن للمصارف الإسلامية أن تحقق هذا إذا تمكنت من الوصول إلى:

- قدر مناسب من الأرباح للمساهمين.
- موقف معزز في السوق المصرفية وبالتالي تكوين سمعة طيبة عند المصرف، وتحقيق الانتشار الجغرافي لوحداته، والعمل على زيادة عدد المتعاملين معه.

- تنمية الكفاءات والمهارات الإدارية لمديري وموظفي المصرف حتى يتمكنوا من الاستمرار في تقديم خدماته وتطويرها.

3-تحقيق التنمية الاقتصادية : تساهم المصارف الإسلامية في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال :

- تحريك الطاقات الكامنة في المجتمع للوصول إلى أقصى إنتاجية ممكنة، بما يكفل التغيير المنشود في الشرع، ولا شك أن تحريك الطاقات الكامنة في المجتمع أيا كان نوع هذه الطاقات (بشرية، مادية ...) فإنه نوع من التغيير في المجتمع الذي تنشده المصارف الإسلامية كهدف من أهداف المشروع الإسلامي
- تشجيع الاستثمارات ومحاربة الاكتناز من خلال إيجاد فرص وصيغ عديدة للاستثمار تتناسب مع الأفراد والشركات، أي إيجاد البدائل لأولئك الذين يرفضون التعامل بالربا .
- إلغاء الفوائد الربوية، وتخفيض تكاليف المشاريع وهذا ما يؤدي إلى تشجيع الاستثمار وبالتالي خلق فرص عمل جديدة، انخفاض معدل البطالة، وزيادة الدخل الوطني.
- العمل من أجل بقاء رؤوس الأموال داخل الوطن، وبالتالي يزداد الاعتماد على الموارد والإمكانيات الذاتية الأساسية التي توظف داخل البلدان الإسلامية.

4- تحقيق التكافل الاجتماعي : تهتم المصارف الإسلامية بتحقيق التكافل الاجتماعي، بين أفراد المجتمع بمختلف

الطرق المشروعة، مثل صناديق الزكاة التي تمول عن طريق موارد متعددة، أهمها الزكاة المفروضة شرعاً على رأس مال المصرف وأرباحه، وكذلك أموال الزكاة المتأتية من أصحاب حسابات الاستثمار والذين يفوضون البنك في إخراجها من أرصدهم نيابة عنهم، وكذا الزكاة التي يتلقاها من غير عملائه والذين يدفعونها إلى البنك الإسلامي ويفوضونه في توزيعها، هذا إلى جانب الصدقات والتبرعات التي يتلقاها من الأفراد والمنظمات.

المحور الثالث: المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية

أولاً: تعريف المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية

تعرف المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية على أنها: "التزام البنك الإسلامي بالمشاركة في بعض الأنشطة والبرامج والأفكار الاجتماعية لتلبية المتطلبات الاجتماعية للأطراف المترابطة به والمتأثرة بنشاطه سواء بداخله أو خارجه بهدف إرضاء الله والعمل على تحقيق التقدم والوعي الاجتماعي للأفراد بمراعاة التوازن وعدالة الاهتمام بمصالح مختلف الفئات"¹⁰

وتعرف كذلك على أنها: "التزام تعبدية أخلاقي يقوم على أثره القائمون على إدارة المصارف الإسلامية بالمساهمة في تكوين وتحسين وحماية رفاهية المجتمع ككل ورعاية المصالح والأهداف الاجتماعية لأفراده عبر صياغة الإجراءات وتفعيل الطرق والأساليب الموصلة لذلك، بهدف رضا الله سبحانه وتعالى والمساهمة في إيجاد التكافل والتعاون والتقدم والوعي الاجتماعي، وفي تحقيق التنمية الشاملة"¹¹.

فالمصارف الإسلامية كمنظمة اقتصادية واجتماعية ومالية ومصرفية تهدف إلى تعبئة أموال ومدخرات الأفراد والمنظمات و توجيهها نحو الاستثمار لخدمة المجتمع و تحقيق الرفاهية له و تنميته، مما يجعل لها ميزة عن غيرها من المؤسسات و المنظمات الأخرى"¹².

حيث أصبحت المصارف الإسلامية مجبرة على تحمّل مسؤوليتها الاجتماعية أكثر من وقت مضى، ويبرز هذا التوجه من خلال تقنين العمل الاجتماعي فيها، ومن أمثلة ذلك إصدار هيئة المحاسبة والمراجعة مؤخرًا لـ 13 معيار، تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية من: التزامات الشركاء (العملاء) ورفاه العاملين، والصدقات والبيئة..... الخ¹³.

ثانياً: أنشطة المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية

تتلخص أهم الأنشطة والمجالات التي يتبناها المصرف الإسلامي للوفاء بمسؤوليته الاجتماعية ما يلي:¹⁴

1- أنشطة ومجالات المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين: تتمثل في:

- السماح للمساهمين بمتابعة أعمال البنك والاطلاع على البيانات المطلوبة
- العمل على تنمية حقوق الملكية باستمرار
- تحقيق المركز التنافسي المناسب للبنك
- تطوير مجالات الاستثمار وإعدادها
- تطور نصيب البنك من حجم الودائع الكلي في الاقتصاد

2- أنشطة ومجالات المسؤولية الاجتماعية للمصرف تجاه العاملين: تتمثل في:

- الاهتمام بنظام وخطط المعاشات
- إعداد برامج الرعاية الصحية للعاملين
- الاهتمام بنظام الحوافز والمكافآت المتبع في البنك
- نشر روح التعاون والترابط بين العاملين
- ملائمة بيئة العمل بما يتعلق بالأثاث ومعدات العمل
- ملائمة العمل فيما يتعلق بالتهوية والإضاءة

3- أنشطة ومجالات المسؤولية للمصرف تجاه المتعاملين معه : تتمثل في:

- تقديم الخدمة للمتعاملين في المكان المناسب لهم
- تيسير سياسات وإجراءات تقديم الخدمات للمتعاملين
- العمل على تحقيق رضا المودعين عن العائد المحقق
- الاهتمام بمقترحات وآراء المتعاملين
- تيسير أداء الخدمات في الوقت المناسب للمتعاملين
- المحافظة على سلامة الخدمات المقدمة

4- أنشطة ومجالات المسؤولية الاجتماعية للمصرف تجاه المجتمع:

- التوسع في إنشاء لجان وصناديق تمويل النشاطات المجتمعية التابعة
- إنفاق مصاريف هذه الصناديق بما يعود بالنفع على المجتمع والمصرف على أفضل وجه
- بيان الجهات والأجهزة الاجتماعية التي يساهم المصرف في إنشائها وتمويلها.

5- أنشطة ومجالات المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية تجاه المجتمع:

- التوسع في إنشاء لجان وصناديق الزكاة التابعة للمصرف
- بحث الحالات المستحقة للقروض الحسن
- إنفاق مصاريف الزكاة على أفضل وجه
- بيان الأغراض منح البنك للقروض الحسنة
- بيان الجهات والأجهزة الاجتماعية التي يساهم المصرف في إنشائها وتمويلها.

المحور الرابع: تجربة مجموعة البركة المصرفية في مجال تبني المسؤولية الاجتماعية

أولاً: التعريف بمجموعة البركة المصرفية

تعتبر مجموعة البركة المصرفية من رواد العمل المصرفي الإسلامي على مستوى العالم حيث تقدم خدماتها المصرفية المميزة إلى حوالي مليار شخص في الدول التي تعمل فيها.

وتقدم بنوك البركة منتجاتها وخدماتها المصرفية والمالية وفقاً لأحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية في مجالات مصرفية التجزئة، والتجارة، والاستثمار بالإضافة إلى خدمات الخزينة، هذا ويبلغ رأس المال المصرح به للمجموعة 1.5 مليار دولار أمريكي، كما يبلغ مجموع الحقوق نحو 2.1 مليار دولار أمريكي.

وللمجموعة انتشاراً جغرافياً واسعاً ممثلاً في وحدات مصرفية تابعة ومكاتب تمثيل في خمسة عشر دولة، حيث تدير أكثر من 650 فرع في كل من: تركيا، الأردن، مصر، الجزائر، تونس، السودان، البحرين، باكستان جنوب إفريقيا، لبنان، سوريا، العراق والمملكة العربية السعودية، بالإضافة إلى مكاتب تمثيل في كل من إندونيسيا وليبيا.¹⁵

ثانياً: برامج مجموعة البركة المصرفية الخاصة بتبني المسؤولية الاجتماعية

يعتمد برنامج البركة للمسؤولية الاجتماعية على أربع برامج أساسية، تتمثل فيما يلي:¹⁶

1- برنامج البركة للعمل الخيري

ركز هذا البرنامج على النقاط التالية:

1-1- التعليم

يعد التعليم من أهم الأنشطة الفعالة والحيوية في برنامج البركة للعمل الخيري يبلغ إجمالي المساهمة في قطاع التعليم 7,013 ألف دولار أمريكي، حيث بالإمكان تصنيف الجهود المبذولة في قطاع التعليم إلى ثلاث فئات رئيسية:

تمويل المؤسسات التعليمية الجديدة: حيث أنفق بنك البركة الجزائر حوالي 3,427 ألف دولار أمريكي في مجال تمويل المؤسسات التعليمية الجديدة وفي المجال عينه أنفق بنك البركة باكستان المحدود ما يعادل 58 ألف دولار أمريكي.

تمويل مشاريع البنية التحتية في المؤسسات التعليمية القائمة: في 2015، قدمت مجموعة البركة إسهاماً مالياً بقيمة 948 ألف دولار أمريكي في إطار مساهمات من بنك البركة الجزائر والأردن وجنوب أفريقيا في بلدانهم.

برنامج البركة للمنح الدراسية للطلبة الموهوبين والمحتاجين والذي يأتي تمثيلاً مع مبدأ التوزيع العادل للفرص بين الجنسين:

إن برنامج المنح الدراسية بات يحظى بشعبية كبيرة في كل من تونس وسورية ولبنان وتركيا والأردن وباكستان. حيث بلغ إجمالي المساهمات

الداعمة لتلك الجهود 2,007 ألف دولار أمريكي.

1-2- تنمية المجتمع

تعد تنمية المجتمع بمثابة إحدى الأنشطة الحيوية الأخرى في إطار برنامج العمل الخيري، ويحظى بالمرتبة الثانية في الجهود المبذولة في هذا المضمار، حيث أن جميع وحدات مجموعة البركة تساهم بفعالية في هذا البرنامج، وتشمل تنمية المجتمع تمويل المشاريع التي توفر خدمات السكن والرعاية الصحية بأسعار مقبولة وأي

شكل من أشكال التنمية التي تعود بالمنفعة للمجتمع. بلغ إجمالي المساهمات في هذه الفئة 5,848 ألف دولار أمريكي.

1-3- الفنون والثقافة والآداب

تحظى الفنون والثقافة والآداب بأهمية متكافئة في بنوك البركة، كما أن بعض تلك البنوك قد شاركت بمساهمات في تلك الفئة تبلغ في مجملها 138 ألف دولار أمريكي.

1-4- العمل البحثي والأدبي

باعتبارها مجموعة مصرفية رائدة، فإن مجموعة البركة تهدف إلى الإسهام في ترويج العمل البحثي في الشريعة الإسلامية والتمويل والعمل المصرفي، فقد ساهمت وحدات مجموعة البركة كل من سورية وتركيا والجزائر في هذا المجال بإجمالي مساهمات بلغت 612 ألف دولار أمريكي.

1-5- برامج الشباب والرياضة

يعد هذا المجال من المجالات الأخرى الهامة التي يشارك فيها بنك البركة بصورة فعالة من أجل دعم برامج الشباب والرياضة، حيث بلغ إجمالي مساهمات البنك في هذه الفئة ما يربو على 17 ألف دولار أمريكي ساهم بها ثلاث فروع لبنك البركة في عدد من بلدان العالم.

1-6- البيئة والاستدامة

تعتبر البيئة والاستدامة من الأمور التي يوليها بنك البركة جل الرعاية والاهتمام انطلاقاً من إيمانه بأهمية البيئة والطاقة المستدامة، وقد شارك ثلاثة فروع فقط لبنك البركة في هذا النشاط، إلا أن تلك المساهمات قد ساعدت مجتمعاتها بصورة فعالة، وبلغ إجمالي تلك المساهمات 32 ألف دولار أمريكي.

1-7- خدمات ذوي الاحتياجات الخاصة

في إطار حرص مجموعة البركة على تقديم الرعاية المتساوية للجنسين، يوفر البنك خدمات لذوي الاحتياجات الخاصة ضمن برنامج البركة للأعمال الخيرية، وقد بلغ إجمالي مساهمات المقر الرئيسي لمجموعة البركة في البحرين والأردن وجنوب أفريقيا في هذا المجال نحو 93 ألف دولار أمريكي.

2- القرض الحسن

يعتبر القرض الحسن أحد أهم الأركان الأساسية ضمن برنامج البركة للمسؤولية الاجتماعية، وقد قامت مجموعة البركة المصرفية (المكتب الرئيسي) وبنوك البركة في البحرين ومصر وجنوب أفريقيا والسودان ولبنان والأردن والجزائر وباكستان بتمويل هذا البرنامج بإجمالي مساهمات بلغت 35,598 ألف دولار أمريكي في 2015.

3- برنامج الفرص الاقتصادية والاستثمارات الاجتماعية

يعتبر برنامج الفرص الاقتصادية والاستثمارات الاجتماعية هو ثالث برنامج في تقرير البركة للمسؤولية الاجتماعية. وقد تم تخصيص 2,023,904 ألف دولار أمريكي لعام 2015 تجاه برنامج الفرص الاقتصادية والاستثمارات الاجتماعية لجميع فروع مجموعة البركة المصرفية. ويضم هذا البرنامج القطاعات الفرعية التالية:

3-1- تنمية المجتمع

تعتبر تنمية المجتمع ركناً محورياً ضمن برنامج البركة للمسؤولية الاجتماعية ويتضمن التمويل والاستثمار في المشاريع التي تدعم السكن الاقتصادي، ومجالات الرعاية الصحية وغيرها من الأنشطة المرتبطة بها. وقد

ساهمت وحدات البركة في السودان والأردن وباكستان ولبنان وجنوب أفريقيا في هذا البرنامج بإجمالي 79,903 ألف دولار أمريكي.

3-2- المشاريع متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة

المشاريع متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة هي ثاني قطاع فرعي يندرج ضمن برنامج الفرص الاقتصادية والاستثمارات الاجتماعية، وتنقسم إلى القطاعات التالية لضمان التعرف على نوع التمويل الموجه لهذه المشاريع:

التوزيع حسب طرق التمويل

تشمل أطر التمويل كلاً من المضاربة، والمشاركة، والمرابحة، والسلام، والإجارة، والمقاولات. حيث بلغ إجمالي التمويل نحو 998,541 ألف دولار أمريكي.

التوزيع حسب القطاعات الاقتصادية

تشتمل القطاعات الاقتصادية التي أولتها المجموعة قدراً عالياً من التركيز على كلاً من مجال الزراعة والبستنة والقطاع الصناعي والتصنيع، والخدمات، والإنشاءات والعقارات، والقطاع التجاري، والسياحة، والنقل والحرف والصناعات التقليدية، إلى جانب غيرها من القطاعات الأخرى. وبلغ إجمالي إسهام مجموعة البركة نحو تلك المشاريع 998,541 ألف دولار أمريكي.

3-3- الصناعات المحلية

ترتكز إستراتيجية على الاهتمام بتطوير ودعم الصناعات المحلية كمايلي:

التوزيع حسب طرق التمويل: تشمل أطر التمويل كلا من المضاربة، والمشاركة، والمرابحة، والسلام، والإجارة والاستصناع، والمقاولات، وقد بلغ إجمالي المساهمات 902,814 ألف دولار أمريكي.

التوزيع حسب القطاعات الاقتصادية: تشتمل القطاعات الاقتصادية التي أولتها مجموعة البركة قدراً عالياً من التركيز كلاً من الزراعة، والبستنة، والقطاع الصناعي والتصنيع، والخدمات، والقطاع التجاري، والأغذية، والسياحة، والنقل، والإنشاءات وغيرها من القطاعات الأخرى. حيث بلغ إجمالي إسهام مجموعة البركة لدعم وتطوير مشاريع الصناعات المحلية 902,814 ألف دولار أمريكي.

3-4- الصناعات الأخرى

دعمت مجموعة البركة القطاعات الصناعية الأخرى لاسيما الصناعات شبه الثقيلة، والزراعة، والصادرات، والواردات على النحو الآتي:

التوزيع على حسب طرق التمويل: تشمل أطر التمويل كلا من المضاربة، والمشاركة، والمرابحة، والسلام، والإجارة، حيث بلغ إجمالي المساهمات 42,646 ألف دولار أمريكي التي تم استخدامها في الأردن.

التوزيع حسب القطاعات الاقتصادية: تشتمل القطاعات الاقتصادية التي أولتها مجموعة البركة قدراً عالياً من التركيز كلا من الزراعة، والبستنة، والقطاع الصناعي، والخدمات، والقطاع التجاري، والاستيراد، والتصنيع. تعد الأردن الوحدة الوحيدة المندرجة تحت فئة التوزيع حسب القطاعات الاقتصادية لهذه الصناعات، وقد أظهرها إجمالي 42,646 ألف دولار أمريكي.

4-برنامج البركة للالتزام الزمني

تعد المسؤولية الاجتماعية جزءاً من الثقافة المؤسسية لمجموعة البركة، ولتعزز هذه القيمة المشتركة، يخصص كل بنك من البنوك الـ 12 التابعة للمجموعة عدداً معيناً من الساعات كل عام للمساهمة في برنامج المسؤولية

الاجتماعية. وبدءا من المشاركة في الأنشطة الخدمية في المجتمع، وصولا إلى الإسهام المالي أو النوعي للمبادرات التي تضيف قيمة إلى المجتمع، فإن مجموعة البركة المصرفية تحرص على تعزيز التواصل مع مجتمعاتها، وقد بلغت ساعات الالتزام الزمني سنة 2012، 1217 ساعة، وبلغت سنة 2013، 1940 ساعة، و2794 ساعة سنة 2014، لتصل سنة 2015 إلى 2894 ساعة.

ثالثا: أهداف مجموعة البركة المصرفية في مجال المسؤولية الاجتماعية 2016-2020

لا تعد المسؤولية الاجتماعية برنامجا فرعيا بالنسبة لمجموعة البركة المصرفية، بل إنها تشكل جزءا لا يتجزأ من فلسفة المجموعة ورؤيتها الطموحة، حيث يتركز جوهر أعمالها على المساهمة الفعالة في تحقيق رفاهية المجتمعات التي تعمل فيها، فخلق تأثير إيجابي مستدام يعد هدفا استراتيجيا للمجموعة، لذا فهي تقيس حجم نجاحها بإسهاماتها الاقتصادية والاجتماعية الحقيقية التي تضيفها إلى المجتمع، لإيمانها بأن العمل الجيد يعني تحقيق الرفاهية للجميع.

وتتعامل المجموعة مع جميع أنشطتها ليس فقط بهدف تلبية احتياجات مجموعتها ومساهمتها وموظفيها وعملائها، بل أيضا برؤية مشتركة تسعى إلى تحقيق النمو والتنمية الاجتماعية على المدى البعيد، ويتحقق ذلك من خلال دعم المشاريع التعليمية والاجتماعية، والأهم من ذلك من خلال الاستثمارات في مشاريع تساهم في تعزيز الاقتصاد الحقيقي.

حيث سطرت مجموعة البركة المصرفية أهدافا تخص المسؤولية الاجتماعية للفترة 2016-2020 ويمكن تلخيصها فيما يلي: ¹⁷

- خلق 50 ألف فرصة عمل: حيث تسعى المجموعة إلى خلق 50 ألف فرصة عمل في المجتمعات التي تعمل بها، وذلك من خلال تمويل مشاريع جديدة ودعم المشاريع القائمة للعملاء.
- التمكين من خلال التعليم: تلتزم مجموعة البركة بتحسين الطرق التي تسفر عن تحقيق مستويات عالية الجودة من التعليم، مع تقديم إسهامات مالية سخية للمؤسسات التعليمية العامة والخاصة في المجتمعات التي تعمل بها. وتم تخصيص له مبلغ 191 مليون دولار أمريكي.
- تحسين الرعاية الصحية: تؤمن المجموعة أن توفير الرعاية الصحية عالية الجودة أحد الحقوق الأساسية للإنسان، وتحرص على تقديم الدعم المالي لمزودي خدمات الرعاية الصحية، بما في ذلك المستشفيات المتخصصة مثل مستشفيات السرطان والسكري والأطفال. وخصص له مبلغ 434 مليون دولار أمريكي.
- تقديم حلول اجتماعية مبتكرة: سوف تتضافر جهود مجموعة البركة مع العملاء الذين يشتركون معها في رؤيتها الطموحة لمسؤوليتها الاجتماعية، مع تفضيل التعاون مع العملاء القادرين على إضافة المزيد من فرص العمل، وخلق فرص اقتصادية، وإنجاز أعمالهم بما يعزز الأهداف العالمية. وتواصل المجموعة تطوير أهدافها كل عام ومتابعة مدى التقدم الذي حققته بشكل دوري. وقد خصص لهذه المبادرات مبلغ 10 مليون دولار أمريكي.
- الاستثمار في الثروة البشرية: يسعى برنامج البركة للمسؤولية الاجتماعية إلى تطوير وتقييم التأثيرات الاجتماعية لأعمال المجموعة على المستويين المحلي والتشغيلي، والاستثمار وتقديم الدعم للأعمال التي تهدف إلى تعزيز المسؤولية الاجتماعية، فضلا عن متابعة والإشراف على تطور عمليات التمويل متناهي الصغر والبرامج المالية داخل المجموعة، حيث تحرص مجموعة البركة أيضاً على دعم

المؤسسات المحلية الاقتصادية والتعليمية ومراكز التميز، وتشجيع الأعمال الفنية والأدبية والعلمية في قطاع الخدمات المصرفية الإسلامية، إلى جانب تمويل وتشجيع المواهب المحلية، وتعزيز البرامج الهادفة إلى دعم الأهداف العالمية.

- **التعاون من أجل تحقيق الصالح العالمي:** أعلنت الأمم المتحدة في سبتمبر 2015 عن الأهداف العالمية للتنمية المستدامة، وهي عبارة عن سلسلة مكونة من 17 هدفاً طموحاً تم إعدادها بغرض إنهاء الفقر ومحاربة عدم المساواة والظلم والتعامل مع التغيرات المناخية بحلول عام 2030 كما وافقت الجمعية العمومية للأمم المتحدة على 169 هدفاً آخراً يتم ربطها بالأهداف العالمية، على أن تكون تلك الأهداف متغيرة وتتطلب التعاون بين مختلف الحكومات والمؤسسات الدولية والمشاريع

خاتمة:

من خلال ما تناولناه في البحث الذي ركز على أهمية تبني المصارف الإسلامية لمبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية والذي تطرقنا فيه لتجربة مجموعة البركة المصرفية في هذا المجال، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج.

نتائج البحث:

تتلخص أهم نتائج البحث فيما يلي:

- يعتبر تفعيل آلية التمويل بالقرض الحسن أحد أهم متطلبات تبني المسؤولية الاجتماعية في المصارف الإسلامية.
- من أهم أشكال تبني المصارف الإسلامية للمسؤولية الاجتماعية رعاية ودعم المشاريع التعليمية والاجتماعية، وتحسين الظروف المعيشية ونوعية الحياة في المجتمعات المحلية، وكذلك الوفاء بالتزاماتها تجاه المجتمع.
- تعتبر مجموعة البركة المصرفية من أوائل المصارف الإسلامية التي اعتمدت على برنامج للمسؤولية الاجتماعية، حيث اعتبرت المجموعة أن ركائز المسؤولية الاجتماعية هي مبادئ بديهية تتوافق مع المبادئ العامة التي تعمل وفقها المجموعة والتي تتخذ من الشريعة الإسلامية مرجعاً أساسياً.
- لا تعد المسؤولية الاجتماعية برنامجاً فرعياً بالنسبة لمجموعة البركة المصرفية، بل إنها تشكل جزءاً لا يتجزأ من فلسفة المجموعة ورؤيتها الطموحة، حيث يتركز جوهر أعمالها على المساهمة الفعالة في تحقيق رفاهية المجتمعات التي تعمل فيها
- تركز مجموعة البركة المصرفية على تبني المسؤولية الاجتماعية في مجال التمويل من خلال تقديم مصارف المجموعة التمويل للشركات التجارية بشكل رئيسي على أساس بيع التقسيط أو الإجارة أو المشاركة في رأس المال، وبهذه الطريقة تقوم المصارف والمودعون بالاشتراك في المخاطر المالية مع العملاء المستفيدين من التمويل، ويشارك الجميع في جني أرباح الاستثمار.
- تتجنب مجموعة البركة المصرفية دفع الفوائد الربوية في علاقاتها مع المودعين والعملاء من الأفراد والشركات، حيث يحرم الإسلام دفع أو أخذ الفوائد الربوية، وبدلاً من ذلك تقوم الوحدات المصرفية التابعة لها بقبول الودائع على أساس الاستثمار، وبموجب ذلك يشارك المودعون البنك في النتائج الفعلية التي تحققها استثماراتهم.

المراجع والإحالات:

- ¹Alain Chveau, Jean Jaques, **L' entreprise responsable**, Paris, 2003, p29
- ²طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، ط3، دار وائل، عمان، 2010، ص49
- 3 Michel Capron et Françoise Quairel-Lanoizelée; la responsabilité d'entreprise; éditions la découverte Paris; 2007; p 23
- 4فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وإنعكاساتها على رضا المستهلك(دراسة تحليلية لأراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية)، أطروحة دكتوراه، جامعة المستنصرية، اليمن، 2003، ص4.
- 5 زين يونس، العمري أصيلة،
- 6 إرشيد ، محمود عبد الكريم، الشامل في عمليات المصارف الإسلامية ، ط2، دار النفائس ، عمان ، 2007، ص37
- 7 محمود حسين الوادي، حسين محمد سمحان، المصارف الإسلامية (الأسس النظرية والتطبيقات العملية)، دار المسيرة ، عمان، 2007، ص 45.
- 8 مصطفى كمال السيد طایل، القرار الاستثماري في البنوك الإسلامية ،المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006، ص67.
- 9 سليمان ناصر، عبد الحميد بوشرمة، متطلبات تطوير الصيرفة الإسلامية في الجزائر، مجلة الباحث، العدد 7، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2009-2010، ص 307
- 10- عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الاستراتيجية في البنوك الإسلامية، المعهد الإسلامي للبحوث لتدريب، جدة، 2004، ص 421
- 11- محمد صالح علي عياش، المسؤولية الاجتماعية للمصارف الإسلامية .. طبيعتها وأهميتها ، البنك الإسلامي للتنمية، جدة، 2010.
- 12 كامل صكر القيسي، دور المؤسسات المصرفية الإسلامية في التنمية الاجتماعية، إدارة البحوث بدائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري، دبي، 2008 ص 18.
- 13هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية، المعايير الشرعية الصادرة عن هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية، معايير الضبط، رقم (07) المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات"، متاحة على الموقع الإلكتروني الخاص بالهيئة: www.aaofii.com
- 14نسيم حسن أبو جامع، فاطمة زكريا وافي، دور البنوك في فلسطين بإثراء المسؤولية المجتمعية وانعكاسها على أدائها المالي، 2016
- 15 www.albaraka.com.
- 16 تقرير برنامج البركة للمسؤولية الاجتماعية ، ص ص 40-42، متاحة على الموقع الإلكتروني الخاص بالمجموعة www.albaraka.com.
- 17 تقرير حول أهداف مجموعة البركة المصرفية في مجال المسؤولية الاجتماعية خلال الفترة 2016-2020، متاحة على الموقع الإلكتروني الخاص بالمجموعة www.albaraka.com

Analytical Approach to Reinsurance in Algeria, as An Emerging Market

Dr Okba Nécira

Mohamed khidder, Biskra ; Algeria

Okba_necira@yahoo.fr

Nesrine Bouzaher

Mohamed khidder, Biskra ; Algeria

nesrinebouzaher@yahoo.fr

Received: 10/02/2017

Accepted: 29/03/2017

Published: 03/09/2017

Abstract:

The financial aspect of the Algerian economy is part of all sectors that have undergone great changes these two last decades; the goal is to enable economic mechanisms for real growth. Insurance is an indispensable tool for stabilizing these mechanisms.

Therefore the national economy needs to develop the insurance market in order to support the investments, externally and internally; it turns out that reinsurance is one of the area which could prove their performance in several markets mainly emerging ones.

The expansion of reinsurance in the domestic market is the preoccupation of this work, focusing on factors that could enhance the demand of reinsurance in the Algerian market.

this work will be based on an analytical research of the economic contribution of the reinsurance and its collusion with insurance market, then it will be necessary to provide an overview of the product in the national emerging market, finally we will try to investigate on the factors that could enhance the demand in the national reinsurance market so as to determine the potential of Algeria in this area.

Keywords: Algerian reinsurance data, Demand trend of Algerian reinsurance, Reinsurance, Reinsurance market

ملخص:

الجانب المالي للاقتصاد الجزائري هو جزء من جميع القطاعات التي شهدت تغييرات كبيرة في هذين العديدين الماضيين؛ والهدف هو تمكين الآليات الاقتصادية للنمو الحقيقي. والتأمين أداة لا غنى عنها لتحقيق الاستقرار في هذه الآليات.

ولذلك يحتاج الاقتصاد الوطني إلى تطوير سوق التأمين من أجل دعم الاستثمارات، حلفاء خارجيين ومدربين؛ اتضح أن إعادة التأمين هي إحدى المجالات التي يمكن أن تثبت أدائها في عدة أسواق بالأساس الناشئة منها.

إن التوسع في إعادة التأمين في السوق المحلية هو الانشغال في هذا العمل، مع التركيز على العوامل التي يمكن أن تعزز الطلب على إعادة التأمين في السوق الجزائري.

وسوف يستند هذا العمل على بحث تحليلي للمساهمة الاقتصادية لإعادة التأمين وانها التوافق مع سوق التأمين، ثم سيكون من الضروري تقديم لمحة عامة عن المنتج في السوق الوطنية الناشئة، وأخيرا سنحاول التحقيق في العوامل والتي يمكن أن تعزز

الطلب في سوق إعادة التأمين الوطنية من أجل تحديد إمكانات الجزائر في هذا المجال.

الكلمات المفتاحية: بيانات إعادة التأمين الجزائرية، اتجاه الطلب من إعادة التأمين الجزائرية، إعادة التأمين، سوق إعادة التأمين

I. Introduction:

Economic and social conditions -- involving liberalization, privatization and demonopolisation, are stimulating the demand for insurance as the corporate sector needs indemnification in case of major losses and consumers look for protection of their assets in a period of crises; and since reinsurance is therefore insurance for insurers; it's globe-spanning activity is not only permitted risks to be spread more effectively, but also provided international experience. This has improved the protection offered by reinsurance, and contributed indirectly to improving the circle funding.

We need to understand the function and the dynamics of such emerging national market, in order to predict change process in the right way, focusing on the shifts that must be done, in the Algerian area.

Study objectives

The first objective in this dissertation is to demonstrate the benefits of reinsurance as financial instrument.

The second objective is to define the high light of the Algerian experience in reinsurance industry.

With emphasis on the activity of, the most important company in terms of market share, Central Company of Reinsurance (CCR).

The third objective is to demonstrate the elements of the demand expansion for reinsurance products in the national economy and study the relationship between the expansions of private investment that would lead subscription premium toward higher rates.

This research will focus on three critical questions:

How can we define the economic role of the re-insurance process contained by economy structure?

What is the status of reinsurance as an emerging market in the national economy?

What is the contribution of the factors that would enhance the demand for reinsurance in the Algerian economy?

Method:

The paper describes the contribution of reinsurance in economic structure, and elucidates the articulation of reinsurance in Algerian market. The paper provides also an analysis of the contribution of private investment in the reinsurance market expansion, in Algerian area.

II. The economic role of reinsurance.

Reinsurance is therefore insurance for insurers. Reinsurance allows direct insurers to free themselves from the part of a risk that exceeds their under- writing capacity, or risks which, for one reason or another, they do not wish to bear alone; the reinsurer's clients and business associates are insurance companies or other reinsurers, so there is economic necessity for reinsurance.

A. The Utility of Reinsurance.

Traditionally, insurance companies have used the reinsurers for the following reasons ^[1].

- Capping Large Risks «Homogeneous Retention».

The insurer cannot keep his own account claims reaching millions of currency units so these risks are typically ceded to reinsurers in order to homogenize the community retained risks.

-Increased Subscription Capacity: When an insurance company decides to take out major risks, it could endure as long as the risks are very important to retain for its own account. This is why it may be considered more appropriate by the insurer to sell a portion of the risk to a reinsurer. Reinsurance allows insurers to increase their underwriting capacity.

- Facilitating Access to New Branches: The Reinsurer helps to start in the branches unknown by the insurer or to distribute the weight of particularly dangerous risks.

-.Cash relief: Upon the occurrence of a major disaster, the insurance company may have liquidity problems. The Reinsurer provides a solution by immediately available to the ceding liquidity and the cash call.

-Technical support: Reinsurers generally have experience and expertise of a sometimes inaccessible to insurance companies. The risks rating, medical underwriting life insurance and pricing for large industrial risks may be difficult or costly for an insurer that is rarely confronted with this type of risk. The Reinsurer Will provide solutions through experience and his mastery of non-standard risks.

-The introduction of new insurance products is made possible by the reinsurers.

The Reinsurer may also provide services in terms of prevention or disaster management, training of employees transferor or the actuarial analysis.

B. The Impact of Reinsurance on Direct Insurer

The reinsurer enhances in many ways the value of the services a direct insurer provides to his clients^[2]

– The reinsurer reduces the probability of the direct insurer’s ruin by assuming his catastrophe risks.

– He stabilizes the direct insurer’s balance sheet by taking on a part of his risk of random fluctuation, risk of change, and risk of error.

– He improves the balance of the direct insurer’s portfolio by covering large sums insured and highly exposed risks.

– He enlarges the direct insurer’s underwriting capacity by accepting a proportional share of the risks and by providing part of the necessary reserves.

– He increases the amount of capital effectively available to the direct insurer by freeing equity that was tied up to cover risks.

– He enhances the effectiveness of the direct insurer’s operations by providing many kinds of services, for example, by:

- compiling and presenting underwriting data from sources around the world;
- assessing and evaluating special risks;
- offering consultation in loss prevention;
- providing loss adjustment support;
- performing actuarial work;
- training members of the ceding company's staff;
- helping ceding companies to invest their capital, to recruit managerial staff, find cooperation partners, arrange mergers, etc

C. Consequences for The Reinsurer.

Mainly, therefore, the reinsurer is offered highly exposed risks, catastrophe risks and other severe or hazardous business. It is the reinsurance company's task to come as close as possible to the client's wishes in providing cover, while at the same time structuring and safeguarding its own reinsurance portfolio to achieve a technical balance, not to mention making a profit^[3].

The reinsurer thus seeks to balance his portfolio by spreading his activities over many countries (geographical distribution) and throughout all branches of the insurance business.

He keeps his probability of ruin low through:

- Exposure and accumulation control together with a suitable acceptance and underwriting policy.
- Maintaining long-term client relationships, to achieve compensation in time;
- Underwriting, when possible, the more balanced portions of the direct insurer's business (eg motor third-party and personal third-party liability, house contents and plate glass insurance),
- Further reinsuring (retroceding) those risks which exceed his own capacity.

III. The Algerian reinsurance market, what data?

In addition, the international reinsurance market is overcapitalized and that is more so the case in the MENA region where there is significant competition between the international reinsurers, who are paying increased attention to the MENA, as well as existing and new regional capacities, conventional and Retakaful, that are hungry for growth.

This excess capacity, both on the reinsurance side as well as the direct side (given the increase in number of local insurers), is having a negative effect on original rates as well as the combined ratios of proportional treaties. It is evident that many direct insurance companies are struggling to grow due to the fierce competition in their local markets and many companies are now actively seeking growth in neighboring countries either through establishing subsidiaries. Accepting foreign inward facultative business or through acquiring shares in or taking over competing companies (united insurance brokers ltd 2001).^[4]

Moving forward, it will be interesting to observe whether the direct insurance market goes through a wave of mergers and acquisitions which is becoming an appealing option to shareholders as a venue of growth and as a way to save on the reinsurance cost through economies of scale when buying a joint cover for a number of subsidiaries.

While markets are slowly recovering from the impact of the financial crisis and most lines of business are steadily growing, Engineering and Cargo business are not recovering at the same pace in some territories given the drop in international trade as well as a slow-down in construction projects ^[5].

A. The Legislative Framework and Regulatory Reinsurance in Algeria

The business of insurance and reinsurance in Algeria is under the supervision of Ministry of Finance at the Department of Insurance that includes three aspects of control and supervision, namely: regulatory (Editor Department of Regulation), the control room (Sub Branch Analysis), and control on site (Under Control Department). In what follows we will present the main rules that govern this activity ^[6]

- Laws Governing the Algerian Insurance Sector:

The legislation passed 95-07 January 25, 1995, is considered the text founder of the current configuration of the insurance industry. It was supplemented and amended by Ordinance 06-04 of 20 February 2006.

- Authorization of insurance and / or reinsurance companies: In granting approval of reinsurance companies, regulation has clarified the conditions that leaders and workers must justify.

In its paragraph 10.2 of Article cited in fixed principals that the company proposes to follow with regard to reinsurance, including (the level retention in line with its financial capacity, in terms of reinsurance List the qualities and reinsurers with which it intends to develop business relationships).

Note: The minimum share capital for corporations exercising all classes of insurance and reinsurance including assignment.

reinsurance abroad, must not be lower than 450 million dinars.

-Compulsory Transfer: Insurance companies are required under regulations force to sell a portion of the premiums to the central reinsurance company (CCR), for all the branches and as follows: 10% for transportation risks (Marine hull), industrial hazards (chemical and petrochemicals), etc.; 5% risk^[7] of transport (air and shipping departments); 5% for other risks.

-Minimum rating of the reinsurer selected:

The reinsurance placements abroad, should be made with a minimum rating of BBB with the

exception where the State Algeria is a shareholder; either directly or indirectly; in the capital of reinsurer.

B. Analysis of Reinsurance Activity in Algeria.

business of insurance continues to grow in Algeria. Indeed, the turnover by companies instead increased from 53.8 DA billion in 2007 to 67.8 billion A in 2008, a trend rate of 26%. However, the reinsurance premiums ceded, progressed by 43%, from 17 billion DA in 2007 to 24.2 billion in 2008. most companies have seen an increase in reinsurance. In fact, the total amount of reinsurance ceded the entire market reached 24.2 billion DA in 2008, Premiums ceded represent 36% of sales in the market in 2008, the downward trend in this ratio observed since 6 years is bullish^[8]

TABLE I
THE CEDED PREMIUMS AND PRODUCTION IN THE ALGERIAN MARKET FOR REINSURANCE FROM 2003 TO 2008 (U: MILLIONS DA)

Years	production	Primes	primes/production
2003	31 311	10804	35%
2004	35 758	12208	34%
2005	41 620	13428	32%
2006	46 474	15528	33%
2007	53 789	17018	32%
2008	67 884	24255	36%

Source : Boureghoud Bilal. « La Réassurance Techniques Et Marches». Colloque international : Les sociétés d'Assurances Takaful et les sociétés d'assurances Traditionnelles Entre la Théorie et l'Expérience Pratique. Université Ferhat Abbas .Avril 2011.p 27.

C. The Central Company of Reinsurance, The Leading Company in Algeria.

The central company of reinsurance, established by public authorities in 1973, was from the beginning, granted the state monopoly in the field of reinsurance However in 1995, the monopoly was lifted and the insurance market was opened to private capitals both local and international. After this operation, the ministry of finance decided the obligatory cession, through which, each insurance company shall cede part of its reinsurable portfolio to the CCR The activities, they include all forms of reinsurance and business for this reason; it has business relationship with all the Algerian insurance companies and also with several reinsurers and brokers throughout the world. The professional ties with those markets are important both on national and international scale;

Which owes the CCR a Brand Image. On the other hand CCR enjoys shareholdings with foreign companies such as MED RE .AFRICA RE .ARAB RE AWRIS in which CCR is an active member of the syndicate. Thanks to its importance and to the quality of its relationship, CCR takes part nowadays in all the institutions (whether in the Arab World, Africa or Asia) which govern Reinsurance in those continents. CCR is also member of the Technical Commissions of the reinsurance pools such as (Arab Pool Marine and Non Marine, African Pool Aviation and Fire, Asian Pools Non marine and Aviation) and an active member in the Executive Commission of FAIR^[9].

TABLE II
THE BASIC INDICATORS OF THE ACTIVITY OF THE COMPANY'S CENTRAL REINSURANCE FROM 2008
TO 2011 (U: MILLIONS DA)

Years	2008	2009	2010	2011
TurnOver	10 021	9 043	9 813	13 509
Retrocession Cost	4 314	2 921	3 910	5 975
Retention	5 706	6 122	5 903	7 534
Paid Losses	5 214	3 561	3 230	3 218
Recoveries From retrocession	2 712	2 380	928	410
Reinsurance Margin	1 137	858	1 710	2 186
Premiums	19536	23759	26274	28037
Net Result	611	590	1 197	1 773
Equities	7 572	15 001	16 046	17 811
Technical Reserves	1 051	827	1 091	1 600
Total Balance sheet	23 398	29 804	34 479	38 739

Source : Central reinsurance company. Annual report.2012.

The increase in CCR's (Algeria's national reinsurer) legal cession to 50% has had a significant impact on the market dynamic. International reinsurers and brokers have seen their lead and/or following lines/orders on Algerian direct insurers' treaties reduced to cater for CCR's share. In addition, CCR now controls a significant share of the market which was reflected in the 2011

IV. The expansion analyses of the national reinsurance market.

The volume of investments affects the size of reinsurance within the national economy. Investment Projects and private institutions represent the size of the request primarily on products of insurance companies, which is forced to secure itself with reinsurance companies. And from here, the growth volume of investments is an indication of the trend towards the reinsurance market expansion and growth shares of the company through increased premiums.

Based on this analysis, we will try to prove the orientation of the national market for reinsurance to expand and increase, through the growing volume of small and medium institutions, and that is the kind of basic institutions in industrial sectors in Algeria.

A. The Demand Trends in The Algerian Reinsurance Market.

The construction of a system for risk insurance within the national economy represents a strategic support to the growth process; the general trends of the market insurance and re-insurance must be adjusted, by encouraging factors that will drive the demand in this market, towards the increase, and this in order to ensure the climate of effective financial performance.

The Analysis of demand trends increase for reinsurance in Algeria, can limit the range of determinants that play an important role in improving the indicators of the insurance market nationally:

Population distribution:the Total Population 37.100.000 million with an Annual population growth (%) 2.4%.

-The demographic data, may represent a new source of prosperity: about 5 percent of the population is over 65 years old, 30 percent is younger than 14 years, these indicators show the large human capitalization that Algeria has^[10]

- The emergence of a new middle -educated class, more aware of their insurance needs, created an effective demand.

-The absence of a natural demand for insurance product requires with the course of time, the use of smart tools to market and win new business.

Benefits granted to investments. The general direction of the Algerian investment device is summed up in the following formula: More investment is of interest to the national economy, will be the most significant benefits that will be granted. These benefits vary depending on the location and nature of the investment. They are organized into three regimes^[11].

-The general scheme concerning current investment projects located outside the areas to be developed.

-The regime of areas to be developed (or derogatory) concerning current investment projects located in areas to be developed.

- The regime of the Investment Agreement For investment projects of particular importance for the national economy.

Benefits Under The general Scheme

Installation phase of the project:

- Exemption from TVA on goods and services not excluded,
- Exemption from customs duties on imported equipment not excluded,
- Exemption from transfer tax on real estate purchases.

Operating Phase:

- Exemption for three years, the Tax on Company Profit (IBS).
- Exemption for three years, the tax on professional activity (TAP) Benefits under the plan of development areas.

Installation phase of the project:

- Exemption from TVA on goods and services,
- Exemption from customs duties on imported equipment,
- Exemption from transfer tax on real estate acquisitions,
- Registration fee at a reduced rate (0/00) for incorporation and the capital increases.
- Possibility of partial or total care of the state spending on infrastructure projects necessary for the implementation of the investment.

Operating Phase:

- Exemption for ten years, the Tax on Company Profit (IBS)
- Exemption for ten years, the Tax Professional Activity (TAP)
- Exemption for ten years, the Land Tax (TF)
- Ability to provide other benefits (carry over losses and depreciation periods).

Benefits Under The Plan of The Convention

The investments under this scheme can benefit from all or some of the following benefits:

Installation phase of the project (five years maximum):

- Exemption of duties, taxes, charges, and other taxes on all goods and services imported or purchased locally,
- Exemption from transfer tax on real estate acquisitions and legal advertisements
- Exemption from registration fees,

-Exemption from Land Tax (TF).

Operational phase (for ten years or less):

-Exemption from Tax on Company Profit (IBS)

-Exemption from Tax on Professional Activity (TAP).

Benefits Additional to Investment in Areas of Particular Importance for The National Economy.

The taxation of investment:

IBS: Tax on company profits. All limited companies are subject to this tax .the tax on profits made in Algeria, it' rate is 25%, it is reduced to 12.5% if profits are reinvested. This rate is among the lowest in North Africa.

TAP: Tax on business activity. This tax, paid annually, affects the turnover, excluding TVA .it's amount is calculated taking into account reductions of 30-50% set by decree .the tax is 2% deductible from taxable income.

TVA: Value Added Tax. Sales by companies are subject to the payment of the TVA included in the sale price of products. This tax is deductible; however, the principle of deduction is framed by substantive conditions. Actually, there are two TVA rates, a normal rate of 17% and a reduced rate of 7%. The tax is the real and the tax may not be recoverable, even partially.

TF: Property tax, the base of this tax shall be the rental value of the property tax rate imposable .The property tax on house property is 3%, while for undeveloped properties in a non-urbanized area, it is 5 .In% urbanized area, it varies between 5 and 10% depending on the surface. Un abatement rate of 2% per year^[12].

The financial market.

The scholarship could be a player in stimulating investment, but it will wait for the reform of the Algerian financial market lead. This supported by the United Nations Program for Development (UNDP) project is expected to define the parameterization of the financial market, including the role of market and its work with the investment. Beyond a study phase, the project will be implemented through the modernization of financial market information systems, harmonization of the regulatory framework with international financial practices and the promotion of titles stock in financial institutions ^[13]

It will nevertheless be more transparency, as the investor, whether domestic or international, will not take the risk, if not the comfort of reliable financial information. On this last point the recent implementation of the new accounting law in line with international standards and the combined effect of the reform of the accounting profession should provide more quality information of listed companies.

The changes will not be outdone in the financial sector including that of insurance.

The insurance market reveals new players, as more accessible and new investors could migrate, as the market will remain attractive. 2012 saw the operating profit of the division of health insurance and non-life insurance activities imposed by new regulations, following which some insurance companies have spun their job of insuring people^[14].

Moreover, the process of revising the system of solvency of insurance companies should take the form to join up to standard in relation to new solvency rules applied internationally. It should be apparent from the review of the application of specific solvency margins for each line of insurance. Finally on a more practical level, lobbying insurers should have paid off by the abolition of the tax domicile of 3% on reinsurance transactions while this tax will remain in effect for other services imports.

These measures of the reforms, have contributed significantly to the development of private investments and this is reflected in the increase in the revenues of the private sector, formed mainly of small and medium enterprises, as shown in TABLE III.

TABLE III
EVOLUTION OF INVESTMENTS IN TERMS OF THE NUMBER OF SMES TOTAL REVENUE OF THE PRIVATE SECTOR FROM 2009 TO 2013 (U: MILLIONS DA).

	2009	2010	2011	2012	2013
Number of SMES	408155	578300	607000	660000	687000*
Revenues of the private sector	4352972	5259032	6400605	6780804	7947411*

Source:(review of the department. Industry in Algeria.n03.2012).*The statistical information of the SME Bulletin.2013.

B. Analysis of The Correlation Between Reinsurance Market and The Volume of Private Investment in Algeria.

The volume of investments affects the growth of the size of reinsurance within the national economy. Investment Projects and private institutions representing the size of the request primarily on products which push insurance companies to insure themselves with reinsurance companies.

And from here, the growth of the size of private enterprise in all its forms in the economy is an indication of the trend towards the reinsurance market expansion and growth shares of the company through increased subscribed premiums.

Based on this analysis, we will try to prove the orientation of the national market for reinsurance to expand and increase market share through the growing volume of small and medium institutions, which represent the common form of projects in Algeria.

The calculation of the correlation coefficient between Number of SMES in algeria and premiums in central company of reinsurance.

The variable X represents the growth of Number of SMES.

The variable Y represents the premiums in central company of reinsurance as leading Reinsurance Company in Algeria. The study spread from2009 to 2013

TABLE IV
THE CALCULATION OF THE CORRELATION COEFFICIENT BETWEEN NUMBER OF SMES IN ALGERIA AND PREMIUMS IN CENTRAL COMPANY OF REINSURANCE FROM2009 TO2013.

	2009	2010	2011	2012	2013
X Number of SMES	408155	578300	607000	660000	687000
Y premiums in central company of reinsurance (million DA)	23759	26274	28037	32328	34956

Source: TABLE II and TABLE III

$r = 0.89$.

The correlation coefficient is positive, so we have a positive relationship. This means when Number of SMEs increases (or decreases) the values of the premiums in central company of reinsurance tend to go in the same direction. If one decreases, so does the other in a predictable manner.

The correlation coefficient is equal to 0.89 so there is a strong relationship between the variables. We are able to predict what will happen to the values of CCR premiums based on the knowledge we have about the Number of SMEs.

The Coefficient of Determination $r^2=79.21\%$, this signifies that 79.21% of variations scored on CCR premiums is directly related to variations of Number of SMEs.

The calculation of the correlation coefficient between revenues for the private sector in Algeria (million DA) and the net result of central company of reinsurance(CCR).

The variable X: represents revenues for the private sector in Algeria. The variable Y represents the net result in central company of reinsurance, as leading reinsurance company in Algeria . The study spread from 2009 to 2013.

$r = 0.98$.

The correlation coefficient is positive, so we have a positive

TABLE V
THE CALCULATION OF THE CORRELATION COEFFICIENT BETWEEN REVENUES FOR THE PRIVATE SECTOR IN ALGERIA (MILLION DA) AND THE NET RESULT OF CENTRAL COMPANY OF REINSURANCE(CCR) FROM 2009 TO 2013..

	2009	2010	2011	2012	2013
X revenues for the private sector in Algeria(million DA)	4352972	5259032	6400605	6780804	7947411
Y The net result of CCR(million DA)	590	1198	1773	2023	3328

Source: TABLE II and TABLE III

relationship. This means when revenues for the private sector in Algeria (or decreases) the values of the net result in central company of reinsurance tend to go in the same direction. If one decreases, so does the other in a predictable manner.

The correlation coefficient is equal to 0.98 so there is a strong relationship between the variables. We are able to predict what will happen to the values of CCR net result based on the knowledge we have about the revenues for the private sector in Algeria

The Coefficient of Determination $r^2=96.04\%$, this signifies that 96.04% of variations scored on CCR premiums is directly related to variations of Number of SMEs.

Analyses.

It is clear from correlation coefficients calculated, that the premiums subscribed with reinsurance companies in Algeria is moving towards the increase, and this is due to the factor underlying demand

represented in the volume of private investment, both in terms of the number of private institutions, or in terms of the size of the revenue generated by the private sector in the national economy.

Where the higher the size of the investments is, the greater the demand for reinsurance is.

This analysis proves the expansion of the reinsurance market in Algeria, representing a factor of stability and ensuring more of the agent's economists and activists, especially private investors, and growth of the re-insurance is a creation of capital, which will feed the investment process in itself.

Conclusion:

The study of the reinsurance market as an emerging market within the national economy shows the important role they play in ensuring effective distribution of risk among the various institutions, investment funds and supports the growth process.

In this context, the Algerian market for re-insurance system emerging would achieve acceptable results through regulatory measures adopted by the national economy, and appears the company's control central for re-insurance on the national market and the accumulated experience gained by the company in this industry locally and internationally.

The analysis of the mechanics of the expansion of the demand for reinsurance through the study of the correlation coefficients between market indicators (net result and premiums subscribed in the company's Central Reinsurance) and between the growth of private investment, setting trends expansion of this market and the acquired effectiveness of reinsurance in the national economy.

References

- [1] BOUREGHOUD Bilal. « La Réassurance Techniques Et Marches». Colloque international : Les sociétés d'Assurances Takaful et les sociétés d'assurances Traditionnelles Entre laThéorie et l'Expérience Pratique. University Ferhat Abbas .Avril 2011.p 27
- [2] Swiss reinsurance company review.1996.p:13
- [3] Dennis Sugrue and Trupti Kulkarni. "Global Reinsurance Highlights review". Standard & Poor's. a reactions publication.2011 Edition.pp30-31
- [4] United insurance brokers ltd review .2001.www.uibgroup.com
- [5] Information bulletin .Aonbenfield 2013.
- [6] BOUREGHOUD Bilal. « La Réassurance Techniques Et Marches». Colloque international : Les sociétés d'Assurances Takaful et les sociétés d'assurances Traditionnelles Entre laThéorie et l'Expérience Pratique. Université Ferhat Abbas .Avril 2011.p 32
- [7] Mohamed Lezoul. « La situation Actuelle du Secteur Des Assurances en Algérie, Quelles Sont Les Alternatives ? ».Colloque international : les sociétés d'assurances takaful entre la théorie et l'expérience pratique. Université Sétif, Algérie. Avril 2011.p p16-19.
- [8] Annual report of insurance business - Insurance Board - Ministry of Finance Algerians, 2010.
- [9] Central Reinsurance Company. annual report.2008.p03
- [10] Taoufik CHEDDAD. "L'assurance islamique ou Takaful : A-t-elle un avenir en Algérie ?". Colloque international : Les sociétés d'Assurances Takaful et les sociétés d'assurances Traditionnelles Entre laThéorie et l'Expérience Pratique. Université Ferhat Abbas .Avril 2011.p 06
- [11] http://www.made-in-algeria.com/data_5/even_detail.php?id=6526 25/02/2014
- [12] <http://executive-magazine.com/getissue.php?issue=153>. 10/04/2014
- [13] Review of the department. Industry in Algeria.n03.2012.www.mipmepi
- [14] Review of the department. Industry in Algeria.n03.2012.www.mipmepi

