

مجلة المالية والأسواق

مجلة اقتصادية نصف سنوية محكمة
تصدر عن مخبر ديناميكية الاقتصاد والتغيرات الهيكلية (دينامكس)
لجامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم.

د. محمد العيد أ. تادلاوتي يامنة	تأثير العولمة على مهنة التدقيق في الدول النامية
د. ولد محمد عيسى محمد محمود	آليات تحسين أداء الجامعات العربية في التصنيفات العالمية
أ. بن حمو عصمت محمد أ. الهروشي الخطاب	أهمية تقييم المؤسسات في نجاح مسار الخوصصة في الجزائر
أ. حابي عبد اللطيف أ. بلبية محمد	بيع المرابحة للامر بالشراء وحكمه في البنك الاسلامي
د. رمضان محمد أ. قوار الحبيب سعيد	المتغيرات القيادية للتعاملات المالية الموازية في الجزائر
Youcef Benhamouda	Le lien apprentissage, compétences et compétitivité au sein d'une organisation apprenante Approche par le knowledge Management
Ali Khaldi	Le marketing bancaire : le rôle de l'environnement physique dans les réseaux bancaires .



الرئيس الشرفي للمجلة
البروفيسور بلحاكم مصطفى
رئيس الجامعة

مدير المجلة ورئيس
التحرير:

الدكتور العيد محمد

مدير النشر:

الدكتور برينيس عبد القادر

مساعد رئيس التحرير:

د. رمضان محمد

د. ولد محمد عيسى محمد
محمود

للتواصل البريد الإلكتروني:
rjm2014@yahoo.fr

ISSN: 2392-5124

Septembre: 2014

N°: 01

Finance & marchés

سبتمبر : 2014

ردمك : 2392-5124

العدد : 01

مجلة: المالية و الأسواق

مجلة اقتصادية نصف سنوية دولية محكمة

تصدر عن: مخبر ديناميكية الاقتصاد الكلي والتغيرات الهيكلية (دينامكس) جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم

الرئيس الشرفي للمجلة : البروفيسور بلحاكم مصطفى - رئيس الجامعة

مدير المجلة ورئيس التحرير : الدكتور العيد محمد - مدير المخبر

مدير النشر : الدكتور برينيس عبد القادر - عميد الكلية

نائب رئيس التحرير : الدكتور رمضان محمد

الدكتور ولد محمد عيسى محمد محمود

الهيئة العلمية:

- | | |
|---|--|
| أ.د. دربال عبد القادر (جامعة وهران) الجزائر | أ.د. بابا عبد القادر (جامعة مستغانم) الجزائر |
| أ.د. بورحلة علال (جامعة سيدي بلعباس) الجزائر | أ.د. محبوب بن حمودة (جامعة الجزائر) الجزائر |
| أ.د. داني كبير معاشو (جامعة سيدي بلعباس) الجزائر | أ.د. قدي عبد المجيد (جامعة الجزائر) الجزائر |
| د.العيد محمد (جامعة مستغانم) الجزائر | أ.د. زيدان محمد (جامعة الشلف) الجزائر |
| د.رمضان محمد (جامعة مستغانم) الجزائر | أ.د. بندي عبد الله عبد السلام (جامعة تلمسان) |
| د. ولد محمد عيسى محمد محمود (جامعة مستغانم) | أ.د.مارك ارثر دياي (جامعة افري باريس) فرنسا |
| د.شريف طويل نور الدين (جامعة مستغانم) الجزائر | أ.د. بن عبد العزيز فطيمة (جامعة البليدة) الجزائر |
| د.عدالة العجال (جامعة مستغانم) الجزائر | أ.د. عامر عامر احمد (جامعة مستغانم) الجزائر |
| د.بكار بشير (جامعة مستغانم) الجزائر | أ.د. يوسف رشيد (جامعة مستغانم) الجزائر |
| د.زرواط فاطمة الزهراء (جامعة مستغانم) الجزائر | أ.د. عريف صلاح الدين (جامعة افري باريس). |
| د.عتو الشارف (جامعة مستغانم) الجزائر | أ.د.جبار محفوظ (جامعة سطيف) الجزائر |
| د.دواح بلقاسم (جامعة مستغانم) الجزائر | أ.د. بن بوزيان محمد (جامعة تلمسان) الجزائر |
| د.رفيق بشونودة (جامعة سيدي بلعباس) الجزائر | أ.د. طويل أحمد (جامعة تلمسان) الجزائر |
| د.احدادن عثمان (جامعة الجزائر) الجزائر | أ.د. عزي لخضر (جامعة المسيلة) الجزائر |
| د.حوشين كمال (جامعة بومرداس) الجزائر | أ.د. عبد الحفيظ بالعربي (جامعة الزيتونة،عمان) |

E-mail (REVUE) : rjm2014@yahoo.fr

E-mail (LABO) : labo.dynamo@gmail.com

Site (LABO) : dynamecs.univ-mosta.dz

مجلة: المالية و الأسواق

مجلة اقتصادية علمية متخصصة ، تشتمل على مساهمات علمية و بحثية لنخبة من أساتذة و باحثين في الاقتصاد من مختلف الجامعات الجزائرية والدولية و الهيئات العلمية. تعنى المجلة بتحليل أهم القضايا والسياسات و الأحداث الاقتصادية والمالية و ظروف الاسواق بشكل علمي محكم من طرف أساتذة متخصصين في الاقتصاد و المالية.

تتم المجلة بالبحوث التي لم يسبق نشرها او لم تكن موضوع عرض سابق في احد اللقاءات العلمية و لا تمثل جزءا من عمل قدم لنيل شهادة او درجة علمية معينة كرسالة الماجستير او اطروحة الدكتوراه. كما لا تعبر المقالات إلا على اراء اصحابها و لا تمثل بالضرورة المنحى الفكري للمجلة.

العدد 2014/01

ISSN 2392-5124

تصدر عن مخبر ديناميكية
الاقتصاد الكلي والتغيرات
الهيكلية (دينامكس)
جامعة عبد الحميد بن
باديس مستغانم

فهرس المقالات باللغة العربية

تأثير العولمة على مهنة التدقيق في الدول النامية

د. محمد العيد - أ. تـدلاوتي يامنة

[01]

آليات تحسين أداء الجامعات العربية في التصنيفات العالمية

د. ولد محمد عيسى محمد محمود

[25]

أهمية تقييم المؤسسات في إنجاح مسار الخصصة في الجزائر

أ. بن حمو عصمت محمد - أ. الهروشي خطاب

[51]

بيع المرابحة للأمر بالشراء وحكمه في البنك الإسلامي

حايي عبد اللطيف - بليية محمد

[71]

المتغيرات القيادية للتعاملات المالية الموازية في الجزائر

د. رمضاني محمد - أ. قوار حبيب السعيد

[99]

المقالات

باللغة العربية

تأثير العولمة على مهنة التدقيق في الدول النامية

د. محمد العيد

أستاذ محاضر قسم أ ، جامعة مستغانم

أ. تدلاوتي يامنة

أستاذة باحثة ، جامعة مستغانم

الملخص:

لقد فرض عصر العولمة تغيرات كثيرة في العديد من المجالات ، وتسابقت دول العالم لدخول الأسواق العالمية من أوسع أبوابها، وتشابكت الأنظمة المالية والنقدية لمختلف الدول، وتنافست بها القوى الفاعلة من أجل تحقيق مصالحها.

ولعل من أهم ما ساعد في انتشار العولمة، تزايد عدد وحجم الشركات العالمية المتعددة الجنسيات، وتزايد أنشطتها، مما شكل أهم تطور في الأعمال الدولية على المستوى العالمي، وهذه الشركات المتعددة الجنسيات كان هدفها تحقيق الأرباح دون الاكتراث بشرعية الأساليب والسياسات التي تتبعها، واتسعت فروعها ناهيك عن سيطرتها على نسبة كبيرة من الأسواق المالية والاندماج مع البنوك العالمية والاستثمار بها، وكل هذه التحولات أدت إلى تراجع دور الدولة مما أدى إلى اتساع دائرة المخاطر التي يمكن أن تتعرض لها، وبالتالي تزايد الطلب على قوائمها المالية من قبل المستثمرين والمستفيدين منها، وكنتيجة حتمية نتج العديد من الأزمات، وكحماية من هذه الاختيارات، تم تكثيف الجهود من أجل وضع مجموعة من القواعد والضوابط، وإلزامية تطبيقها من قبل المؤسسات والبنوك وكذا الأسواق المالية، وتمثلت هذه القواعد أساسا في مجموعة من المعايير الموحدة ذات خاصية التطبيق على المستوى العالمي.

الكلمات المفتاحية: التدقيق، العولمة، الأسواق المالية، الاستثمارات، الأزمات المالية، المعايير الدولية.

Résumé :

L'ère de la mondialisation a imposé de nombreux changements dans différents domaines, les pays du monde entier ont entamé une compétition pour entrer dans les marchés mondiaux par le biais de ses portes les plus larges, les systèmes financiers et monétaires des différents pays sont liés et entrelacés entre eux, en l'occurrence avec les acteurs performants dans le but de parvenir à réaliser leurs intérêts.

Peut-être le plus important de ce qui a contribué à la propagation de la mondialisation, c'est bien l'augmentation : du nombre, de la taille des entreprises multinationales, et de leurs activités, ce qui constitue le développement le plus important dans les affaires internationales au niveau mondial.

L'objectif primordial de ces entreprises multinationales est de réaliser des profits sans se soucier de la légitimité des méthodes et des politiques utilisées, ses filiales ne cessent de s'élargir et imposent leur contrôle sur une grande partie des marchés financiers et intègrent les banques à l'échelle mondiale dans le but d'y investir davantage.

Tous ces changements ont conduit à un déclin du rôle de l'état, ce qui a abouti à un cercle plus large de risques, et donc de la demande croissante pour ses états financiers par les investisseurs et de ses bénéficiaires, et comme résultat inévitable, il s'est produit un grand nombre de crises.

Dans le cadre d'une protection possible de ces crises, des efforts ont été déployés pour développer un ensemble de règles et de règlements, et leurs applications obligatoires par les entreprises et les banques ainsi que par les marchés financiers, ces règles sont essentiellement un ensemble de normes unifiées et d'une spécificité d'application à l'échelle mondiale.

Mots clés: audit, mondialisation, marchés financiers, investissements, crises financières, normes internationales.

المقدمة:

تعتبر عوامة الاقتصاد من أبرز مظاهر هذا العصر، فقد زادت الشركات متعددة الجنسية بشكل كبير في العقد الأخير من القرن العشرين، كما بدأت كثير من أسواق البورصة تأخذ شكل العالمية، بل انضم بعضها إلى منظمة عالمية واحدة هي المنظمة الدولية لهيئات أسواق الأوراق المالية International Organization of Securities Commission (IOSCO)، التي تشترط على أي سوق للبورصة تنوي الانضمام إليها، الالتزام بقواعد محددة ومعايير محاسبية موحدة إلى حد ما من قبل الشركات المسجلة استخدامها في تلك الأسواق، ليس هذا فحسب، بل لقد اتحدت أسواق البورصة في معظم دول السوق الأوروبية في معظم بلدان العالم متقدمة كانت أم بلدانا نامية.

ولهذا جاءت ضرورة التعرض لموضوع تأثير العوامة على مهنة التدقيق، نظرا لتأثيرها على المعايير المحاسبية بسبب ضرورة توحيد هذه الأخيرة لكي تحظى بالقبول وتكون مفهومة وواضحة وقابلة للاستيعاب من قبل مستخدمي التقارير المالية و من طرف المستثمرين.

إن إشكالية البحث تدور حول تأثير العوامة على المعايير المحاسبية الدولية بشكل عام، وبالتالي على التطبيقات المحاسبية ومهنة التدقيق على وجه الخصوص، وذلك في الدول النامية.

ومن خلال هذه الورقة البحثية تطرقنا إلى ستة محاور وهي:

- 1- مفهوم العوامة وتطورها؛
- 2- المعايير المحاسبية الدولية،
- 3- آثار العوامة على المعايير المحاسبية الدولية؛
- 4- انعكاسات تأثيرات العوامة على التطبيقات المحاسبية في الدول النامية؛
- 5- معايير التدقيق الدولية؛
- 6- تأثير العوامة على مهنة التدقيق من الجانب الاقتصادي.

1- مفهوم العولمة وتطورها:

أضحت العولمة ظاهرة متسارعة التطور لاسيما بعد تفكك الاتحاد السوفياتي وتغيرت خريطة العالم بعد أن كان السوفيات يشكلون قوة التوازن مع العثم الغربي، فبدأت مظاهر العولمة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية في التبلور شيئا فشيئا، ولعل هذا ما يستدعي التعرض لمفهوم هذه الظاهرة وتطورها.

1-1) مفهوم العولمة:

لا تزال العولمة كظاهرة ومفهوم أمرا يثير الجدل، ولذلك فإن وضع تعريف محدد ومتفق عليه لهذه الظاهرة لم يتم حتى الآن، و جوهر عملية العولمة يتمثل في سهولة حركة الناس والمعلومات والسلع بين الدول والتي يمكن تقسيمها على ست فئات: بضائع وخدمات، أفراد، أفكار ومعلومات، نقود، مؤسسات، وأشكال من السلوك والتطبيقات.

ويقرر روزنا بأنه إن كان من البكر وضع تعريف كامل للعولمة، فإنه مفهومها يقيم علاقة بين مستويات عدة للتحليل الاقتصادي، السياسي، الثقافي والإيديولوجي¹، كما تشمل إعادة تنظيم الإنتاج، تداخل الصناعات عبر الحدود، وانتشار أسواق التمويل ويعرفها عبيد بأنها القوى التي لا يمكن السيطرة عليها للأسواق الدولية والشركات متعددة الجنسية التي ليس لها ولاء ولأية دولة قومية، كما أنها تشتمل حرية حركة السلع والخدمات والأيدي العاملة ورأس المال والمعلومات عبر الحدود الوطنية والإقليمية².

أما صادق العظم في ورقته المقدمة إلى الندوة التي نظمتها في تونس المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم في نوفمبر 1996³، فيرى إلى أن العولمة هي "وصول نمط الإنتاج الرأسمالي عند منتصف القرن العشرين تقريبا إلى نقطة الانتقال من عالمية دائرة التبادل والتوزيع والسوق والتجارة إلى عالمية دائرة الإنتاج...، أي أن ظاهرة العولمة التي نشهدها هي بداية عولمة الإنتاج ورأس المال الإنتاجي... ونشرها في كل مكان مناسب وملامم خارج مجتمعات المركز الأصلي ودولة"، ثم

¹ يسين السيد، في مفهوم العولمة، المستقبل العربي، مركز الدراسات الوحدة العربية، العدد 218، فبراير، 1998، ص 6.

² عبيد نايف علي، المناظرة حول العولمة، شؤون الأوسط، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 221، يوليو، 1997، ص 28.

³ العظم صادق جلال، ماهي العولمة؟ ورقة بحثية قدمت إلى ندوة نظمتها المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم في تونس، في فترة من 17 إلى 21 نوفمبر، 1996، ص 8.

ينتهي إلى تقديم تعريف عام للعمولة بأنها " حقبة التحول الرأسمالي العميق للإنسانية جمعاء، في ظل هيمنة دول المركز وبقيادتها وتحت سيطرتها، وفي ظل سيادة نظام عالمي للتبادل غير المتكافئ." ويؤكد ما سبق الأطرش عندما رأى أن العمولة تعني بشكل عام اندماج أسواق رأس المال في حقول التجارة والاستثمارات المباشرة وانتقال الأموال والقوى العاملة والثقافة و التقنيات ضمن إطار من حرية الأسواق⁴ ، وتالياً خضوع العالم لقوى السوق العالمية، مما يؤدي إلى اختراق الحدود الوطنية وإلى الانحسار الكبير في سيادة الدولة، وتمثل الشركات متعددة الجنسية العنصر الأساسي في هذه الظاهرة، هناك أربع عمليات أساسية للعمولة هي: المنافسة بين القوى العظمى، الابتكار التكنولوجي، انتشار عمولة الإنتاج، والتبادل والتحديث.⁵

ومن بين وجهات النظر الايجابية الموجهة للعمولة في الفكر الغربي، نجد أن ماترين وولف الذي يعتبرها أنها عملية تحرر تاريخية من أسر الدولة القومية إلى أفق الإنسانية، ومن نظام التخطيط الصارم إلى نظام السوق الحرة، ومن الولاء لثقافة ضيقة ومتعصبة إلى ثقافة عالمية واحدة يتساوى فيها الناس والأمم جميعاً، وتحرر من التعصب لأيديولوجية معينة إلى انفتاح على معظم الأفكار والتحرر من كل الصور اللانهاية الناتجة عن التحيز المسبق لأمة أو دين أو أيديولوجية أو عرقية معينة إلى عقلانية العلم وحياء الثقافة.⁶

والجدير بالإشارة أن بعض الباحثين يفرق بين العمولة والعالمية، فالعالمية تعني تفتح على العالم وعلى الثقافات الأخرى واحتفاظاً بالخلاف الإيديولوجي، أما العمولة فهي تفي للآخر وإحلال للاختراق الثقافي محل الصراع الإيديولوجي⁷، كما يتم التفريق بينها وبين النظام الدولي الذي يعني التعاون بين دولة ودولة أو عدة دول، بينما العمولة تعاون بين جميع الدول والمؤسسات، وعليه فالعمولة ديناميكية جديدة تبرز داخل دائرة العلاقات الدولية من خلال تحقيق درجة عالية من الكثافة والسرعة في عملية انتشار المعلومات والمكتسبات التقنية والعلمية للحضارة . والتي

⁴ الأطرش محمد، العرب والعمولة ما العمل بشؤون الأوسط، مركز الدراسات الاستراتيجية والتوثيق، العدد 71، أبريل، ص 95.

⁵ محمود حسين الوادي وآخرون، العمولة وأبعادها الاقتصادية، طبعة أولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2010، ص 401-402.

⁶ غربي محمد، تحديات العمولة وآثارها على العالم العربي، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد السادس، جامعة شلف، الجزائر، ص22.

⁷ الجابري محمد عابد، العمولة والهوية الثقافية: عشر أطروحات، المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 228، فبراير، 1998، ص

يتزايد فيها دور العامل الخارجي في تحديد مصير الأطراف الوطنية المكونة لهذه الدائرة المندمجة وبالتالي لهوامشها أيضاً.⁸

كاختصار لمفهوم العولمة، يمكن القول بأنها ما هي إلا نتاج للتطورات الهائلة في مجال المعلومات والاتصالات والتقنيات، التي كان لها أكبر الأثر في تجسيد معالم النظام العالمي الجديد، ويمكننا إيجاز العوامل التي ساهمت في تعزيز اتجاهات العولمة في المجال الاقتصادي في ما يلي:

أ- التطورات الهائلة في مجال الاتصالات والمعلومات؛

ب- تعاظم دور الشركات العابرة للقارات؛

ج- السياسات الاقتصادية والتي تمثلت بالخصخصة؛

د- دور أجهزة الاقتصاد العالمي ومؤسساته، مثل صندوق النقد الدولي والبنك الدولي؛

هـ- بروز التكتلات الاقتصادية العملاقة، مثل التكتل الاقتصادي الأوروبي والنافتا والأوبك.

1-2) تطور العولمة:

تعود بدايات استخدام مصطلح العولمة إلى كتابين صدرا سنة 1970م، الأول لمارشال ماك لوجان "حرب وسلام في القرية الكونية" والثاني لبريزنسكي "أمريكا والعصر الالكتروني".⁹

أما عن التطور التلقائي فيذهب عبيد إلى أنه كما صنع الأقوياء التاريخ بكل ما يشتمل عليه من تقدم علمي وتقني وسيادة ثقافتهم السياسية ومفاهيمهم الاقتصادية، فإنهم يتحكمون اليوم بسيادة هذه القيم والسلوكيات إلى حد ما¹⁰، وإذا كان التاريخ في الماضي قد صنعته دولة أو إمبراطورية، فإن تاريخ اليوم تصنعه أكثر من دولة بنسب مختلفة توازي ما تمتلكه كل دولة من خدمات ومؤسسات متنوعة اقتصادية، مالية، عسكرية، إعلامية وثقافية وليس العالم بأجمعه ويخلص عبيد إلى استعارة قول جورد طاربيشي الذي يعد العولمة بمنزل "الظاهرة التاريخية لنهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين مثلما كانت القومية في الجوانب الاقتصادية والسياسية والثقافية ظاهرة نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين.

⁸ عبيد نايف، مرجع سابق، ص 28.

⁹ عتريس طلال، المناظرة حول العولمة، شؤون الأوسط، مركز الدراسات الإستراتيجية والتوثيق، العدد 71، أبريل، 1998، ص 4.

¹⁰ عبيد نايف، مرجع سابق، ص 29.

ويتفق روبرتسون مع هذا التصور لتطور العوامة عندما ذهب إلى نقطة البداية في نشأة هذه العوامة والتي تتمثل في ظهور الدولة القومية الموحدة منذ حوالي منتصف القرن الثامن عشر كبنية تاريخية وبدأ التجانس الثقافي بين مواطنيها، وبناء عليه صاغ روبرتسون نموذجاً لتطور العوامة وقسمه إلى خمس مراحل هي: ¹¹

1- **المرحلة الجينية:** استمرت في أوروبا منذ القرن الخامس عشر حتى منتصف القرن

الثامن عشر والتي شهدت نمو المجتمعات القومية وتعمقت الأفكار الخاصة بالفرد والإنسانية.

2- **مرحلة النشوء:** استمرت في أوروبا من منتصف القرن الثامن عشر حتى سنة

1870م إذ حدث تحول في فكرة الدولة المتجانسة صوب المفاهيم الخاصة بالعلاقات الدولية، فزادت الاتفاقيات الدولية ونشأت المؤسسات المتعلقة بتنظيم العلاقات والاتصالات بين الدول.

3- **مرحلة الانطلاق:** استمرت من سنة 1870م، حتى العشرينات من القرن العشرين

حيث ظهرت مفاهيم تتعلق بالهويات القومية والفردية بحيث تم إدماج عدد من المجتمعات غير الأوروبية في المجتمع الدولي وحدث تطور في عدد وسرعة الأشكال الكونية للاتصال وتمت المنافسات الدولية كالألعاب الأولمبية والمؤتمرات العلمية والثقافية.

4- **الصراع من أجل الهيمنة:** استمرت من العشرينات حتى منتصف الستينات من

القرن العشرين، بحيث نشأت صراعات كونية حول صور الحياة وأشكالها المختلفة، من أبرزها الحربين العالميتين، إلقاء القنبلة الذرية على اليابان، وبروز دور الأمم المتحدة.

5- **مرحلة عدم اليقين:** بدأت منذ الستينات وأفضت إلى اتجاهات وأزمات في

التسعينات، وفيها تم إدماج العالم الثالث في المجتمع العالمي وحدث غزو الفضاء وكان هذا بهبوط الإنسان على القمر، وشهدت هذه المرحلة نهاية الحرب الباردة، وانتشار أسلحة الدمار الشامل كالأسلحة الذرية والبيولوجية والكيميائية.. وتطور المؤسسات

¹¹ يسين السيد، مرجع سابق، ص 9-11..

الكونية والحركات العالمية، وزيادة الاهتمام بالمجتمع المدني العالمي والمواطنة العالمية وتدعيم نظام الإعلام الكووبي.

2- المعايير المحاسبية الدولية:

تعود فكرة تدويل المعايير المحاسبية الدولية إلى المؤشرات الدولية للمحاسبين وقد انعقد أول مؤتمر في مدينة لويس سنة 1904، ثم توالى المؤتمرات الدولية للمحاسبين لمناقشة وضع مهنة المحاسبة إجمالاً والمعايير المحاسبية خصوصاً.

يمثل المؤتمر الدولي التاسع المنعقد في باريس سنة 1967، أول محاولة جادة في تدويل المعايير المحاسبية، إذ تمخض عنه تشكيل هيئة عمل دولية، أوصت بتشكيل لجنة التعاون الدولي لمهنة المحاسبة international coordination committee for accounting profession (CCAP) وهذه الأخيرة أقرت إنشاء لجنة المعايير المحاسبية الدولية international accounting standards committee (IASC) في أبريل 1973، ومنذ إنشاء اللجنة وهي تعمل على إعادة وتطوير المعايير المحاسبية الدولية حتى وصل عدد المعايير التي أصدرتها في سنة 1999 إلى 39 معيار.

والواقع أن هذه اللجنة المتعلقة بالمعايير المحاسبية الدولية ليست الهيئة الوحيدة التي تعمل على إعداد مثل المعايير لتطبيقها على المستوى الدولي، فهناك هيئات تعمل على إعداد هذه المعايير سواء على المستوى الإقليمي أو الدولي، ويمكننا ذكر بعض الهيئات المساهمة في إعداد هذه المعايير باختصار.¹²

¹² محمود حسين الوادي وآخرون، مرجع سابق، ص 410.

وهناك العديد من الهيئات التي أسهمت في إعداد المعايير المحاسبية بغية تطبيقها على المستوى دولي أو إقليمي نذكر من بينها¹³:

1-2) الجماعة الأوروبية (EC) European Community :

تعود جذور إنشاء هذه الجماعة إلى سنة 1948، عندما تم إنشاء منظمة التعاون الاقتصادي الأوروبية organization for european economic cooperation لتنفيذ الخطة مارشال قصد إعادة بناء أوروبا بعد الحرب العالمية الثانية، وأدى التعاون بين هذه البلدان إلى إنشاء الجمعية الأوروبية للفحم والصلب european coal and steel community سنة 1952، التي أسهم نجاحها في إنشاء السوق الأوروبية المشتركة من قبل فرنسا، ألمانيا، إيطاليا، بلجيكا، هولندا، ولوكسمبورغ، في اتفاقية روما سنة 1957، ثم انضمت بريطانيا والدنمارك وإيرلندا، واليونان إلى السوق، بهدف تحقيق التكامل الاقتصادي بين أعضائها من خلال توحيد سياسات التعريفية الجمركية والتنسيق بين السياسات المالية والنقدية.

وقد اتجهت الجماعة نحو التنسيق بين المعايير المحاسبية المطبقة في البلدان الأعضاء شملت: طرائق عرض البيانات المالية للشركات في دولها، طرائق تقييم الأصول وغيرها، وأهم ما صدر عنها هو التوجيه الرابع الذي يعالج التنسيق في الحسابات الختامية للشركات، والتوجيه السابع الذي يعالج التنسيق في الحسابات الموحدة للشركات ويعاب على المعايير التي تضمنتها التوجيهات الصادرة عن EC من ناحية تركيزها على المحاسبة المالية فقط.

2-2) الأمم المتحدة: United Nations (UN)

إن نجاح تطبيق نظام الحسابات القومية للأمم المتحدة في العديد من بلدان العالم هو نتيجة تشجيع الأمم المتحدة لتحقيق مفهوم المحاسبة العالمية، وقد بدأ نشاط الأمم المتحدة في هذا الجانب سنة 1973، عندما تم تعيين مجموعة الأفراد المشهورين، بغية دراسة تأثير الشركات متعددة الجنسيات على التطور الاقتصادي والعلاقات الدولية.

في سنة 1997، تم إنشاء فريق الخبراء للمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ group of experts on international standards of accounting and reporting والذي ركز جهوده على

¹³ محمود حسين الوادي وآخرون، مرجع سابق، ص 411-412.

الشركات متعددة الجنسية فيما يتعلق بالمعلومات والسياسات المحاسبية، والمعلومات المالية المتعلقة بالفروع التي يجب الإفصاح عنها في البيانات المالية، إضافة إلى إعداد هذه البيانات على أساس الأجزاء، كما ركز الفريق على المعلومات المالية وغير المالية المتعلقة بالتوزيع الجغرافي لتلك الشركات، زيادة على الكشف عن العمالة والتشغيل، والإجراءات المتبعة للسيطرة على التلوث البيئي كذلك. وفي سنة 1982 تم إنشاء فريق الخبراء للمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ يضم دول افريقية، آسيوية، أوروبية، وأمريكية، ويسعى هذا الفريق إلى بحث القضايا المتعلقة بشؤون المحاسبة على المستوى الدولي، والمساهمة في وضع المعايير المحاسبية المحلية والإقليمية مع الأخذ في الاعتبار حاجات الدول النامية، وكذا السعي لتحقيق نوع من الإجمالي الدولي حول الممارسات المحاسبية أو وضع معايير محددة حول الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية.

وعلى الرغم من أن الأمم المتحدة قد تكون أفضل منظمة يمكنها وضع نظام محاسبي للسيطرة على عمليات الشركات متعددة الجنسيات من خلال إلزامها للبلدان المختلفة بإصدار تشريعات تلزم هذه الشركات بتقديم المعلومات المطلوبة للبلدان التي تعمل فيها، لكن تنتقد على أنها تركز على المحاسبة المالية من دون المحاسبة الإدارية، وكذا التركيز على المعايير المتعلقة بالإفصاح من دون القياس.

2-3 منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية:

Organization of Economic and Co-operation Development (OECD)

أنشئت هذه المنظمة بغية تشجيع النمو الاقتصادي والتوسع في التجارة الدولية، و في سنة 1976، تم وضع دليل الإفصاح عن المعلومات للشركات متعددة الجنسيات، وقد اقترح هذا الدليل العناصر الرئيسية للمعلومات التي ينبغي الإفصاح عنها في البيانات المالية للشركات متعددة الجنسيات، ومن هذه العناصر هيكل الشركة، القطاعات الجغرافية والأنشطة الرئيسية للشركة الأم، نتائج التشغيل والمبيعات والاستثمارات الجديدة في رأس المال على مستوى المناطق الجغرافية وعلى مستوى القطاعات الصناعية للشركة ككل، قائمة استخدامات وموارد الشركة،

مصاريف البحث والتطوير، سياسات أسعار التحويل، السياسات المحاسبية بما فيها السياسات المتبعة في إعداد البيانات المالية المجمعة.

وتسعى OECD لتحقيق التنسيق المحاسبي بالتركيز على المحاسبة المالية من دون المحاسبة الإدارية، واهتمامها بمشاكل البلدان الصناعية أكثر من غيرها، ولذا فهي أبعد من أن تطور معايير يمكن أن توجه لخدمة الدول النامية، فضلا عن تركيز المعايير التي تصدرها على الإفصاح من دون القياس.

2-4) الاتحاد الدولي للمحاسبين (IFAC): International Federation of Accounts

استبدلت لجنة التعاون الدولي لمهنة المحاسبة بالاتحاد الدولي المحاسبين بناء على قرار المؤتمر الحادي عشر للمحاسبين المنعقد في ميونيخ سنة 1977، وذلك بهدف ترتيب المؤتمرات الدولية المستقبلية، وانجاز دليل لمهنة المحاسبة من النواحي الفنية والأخلاقية والتعليمية، ويسعى الاتحاد نحو تحقيق تعاون دولي في مهنة المحاسبة من خلال العمل على إيجاد معايير منسقة.

2-5) الاتحاد العربي للمحاسبين والمراجعين العرب:

تأسس في القاهرة سنة 1971، ثم تم نقله إلى بغداد سنة 1979، و هو يهدف إلى العمل على توحيد قوانين مهنة المحاسبة في الدول العربية (النظام الأساسي للاتحاد العام للمحاسبين والمراجعين العرب، مادة 4 فقرة 3 ومادة 27)، وقد أولى الاتحاد اهتماما بالمعايير المحاسبية من خلال المعهد العربي للمحاسبة والتدقيق، الذي أنشأ لجنة خاصة بالبحوث والمعايير قامت بدراسة إعداد معيار يعالج المخزون، كما شكل لجنة لإعداد معيار يعالج محاسبة التضخم سنة 1982، ولم يلحظ انتشار هذين المعيارين أو استخدامهما، كما تم تأليف لجنة لإعداد المعايير في ضوء المعايير الدولية، ولم يلحظ أثر ملموس يذكر لنشاط هذه اللجنة.¹⁴

2-6) لجنة المعايير المحاسبية الدولية IASC:

تعود نشأة IASC إلى المؤتمر العالمي العاشر للمحاسبة الذي تم انعقادها في سبتمبر عام 1972، في سبني بأستراليا، حيث اقترح لورد بنسون إنشاء هيئة دولية للمحاسبة¹⁵. وبعد

¹⁴ محمود حسين الوادي وآخرون، مرجع سابق، ص413-415.

¹⁵ طارق حماد عبد العال، موسوعة معايير محاسبية، الجزء الثاني: الإفصاحات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص4.

انعقاد مجموعة من الاجتماعات، نتج عن اجتماع في 29 جوان 1973، إنشاء منظمة دولية هي "لجنة المعايير المحاسبية الدولية" وهذا بمبادرة من هنري بنسون وبالموافقة من قبل ممثلي المنظمات المحاسبية المهنية لكل من أستراليا، كندا، فرنسا، ألمانيا، اليابان، المكسيك، هولندا، بريطانيا، أيرلندا والولايات المتحدة الأمريكية، وهذا بهدف وضع معايير محاسبية تلقى قبولا من طرف جميع الدول.¹⁶

في عام 2001 تم حل لجنة المعايير المحاسبية الدولية IASC وكان هناك 153 عضو في 112 بلد وفي شهر أبريل من نفس السنة غيرت تسمية لجنة المعايير المحاسبية الدولية IASC بالجلس الدولي للمعايير المحاسبية الدولية IASB ، هذا الأخير يقع بلندن وهو يحتوي أكثر من 100 دولة ممثلة من طرف المهنيين المحترفين في المحاسبة وكذا الصناعة المالية والتجارية والتعليم والخدمات العمومية.¹⁷

3- آثار العولمة على المعايير المحاسبية الدولية:

إن العولمة لا تختص فقط بعالم الأعمال والتجارة، وإنما ترتبط أيضا بعدد من القضايا الثقافية والاجتماعية والسياسية. بما أن المحاسبة تخص قطاع الأعمال ، فإننا نجد أن المحاسبة كمفهوم تقليدي تعرف بأنها " لغة الأعمال والتجارة"، وفيما نرى أن العالم يتجه نحو العالمية، حيث تتسارع حركة البضائع والخدمات ورؤوس الأموال عبر الحدود، فإن هناك حاجة ماسة إلى إيجاد الوسائل أمام قطاعات الأعمال، والجهات التي تنظم هذه القطاعات، وكذلك جمهور الأعوان لتسيير الإبلاغ عن المعلومات المالية الخاصة بالشركات وقطاعات الأعمال في لغة واضحة ومفهومة للجميع، ومن هنا تنشأ الحاجة إلى وضع معايير محاسبية عالمية موحدة، تمكن من دراسة التقارير المالية وسلامتها والاطمئنان إليها.

يمكننا اختصار العوامل الرئيسية التي أثرت تاريخيا على عملية وضع المعايير فيما يلي:¹⁸

1- النظام القانوني للبلد: نجد أن بعض البلدان يستند نظامها على القانون الروماني مثلا

فرنسا، ذلك أن المشرع نظم عمل الشركات من خلال قانون محدد يدعى

¹⁶ Walton Peter, la comptabilité anglo-saxonne la découvert , paris, France, 1996, p8.

¹⁷ www.iasb.org.

¹⁸ طلال أبو غزاله، نحو عولمة مهنة المحاسبة، ورقة بحثية ليومي 16-18 نوفمبر 1997، جامعة الإمارات العربية، العين، ص 5.

قانون الشركات، ويتضمن بنود مفصلة تحدد متطلبات الأعمال المحاسبية وإعداد الإقرارات، أما في البلدان الأخرى التي يستند نظامها القانوني على فكرة القانون العام لدى المملكة المتحدة فإن المشرع يركز على جملة القوانين التي اتخذت لحالات وقضايا معينة لمواجهة الحاجة المتغيرة.

في حين أن هذه القواعد المحاسبية في البلدان الأخرى يتم وضعها من قبل العاملين في مهنة المحاسبة في القطاع الخاص وفي أوروبا على وجه الخصوص يلعب إصدار التعميمات دورا كبيرا في عملية وضع المعايير.¹⁹

2- طبيعة وهيكل الملكية التجارية: هناك تباين واضح في التوجه نحو المعايير المحاسبية بين البلدان التي تشيع فيها ملكية الأسهم من قبل الجمهور، والبلدان التي تتركز فيها ملكية الشركات، فهي أيدي البنوك والمؤسسات المالية الأخرى، حيث أن باستطاعة البنوك في هذه الحالة الحصول على معلومات مفصلة، وبالتالي يقتصر عدد الأشخاص الآخرين الذين يطلعون على تقارير الحكومة بأشكالها المختلفة التي غالبا ما تكون حماية الحق العام وجمع الضرائب وتوجيه النشاط الاقتصادي، وفي مثل هذه البلدان تكون التقارير المالية موجهة نحو الحاجة للتقليل من التبعات الضريبية وليس نحو تقديم صورة كاملة وواضحة عن الوضع المالي للشركة، ومنه فإن البلدان التي لا تشيع ملكية الأسهم من قبل الجمهور فإن احتمال ضئيل في أن تكون قد عملت على تطوير معايير محاسبية تهدف إلى ضمان كون التقارير المالية تقدم معلومات موثقة ويكون بالطبع في الوقت المطلوب والمناسب.

3- النظام السياسي وميزان الملكية الفكرية بين القطاع العام والخاص: للشركات العمومية بطبيعة الحال دو مهم في التطور الاقتصادي، والتقارير المالية المعدة من طرف القطاع الخاص تختلف عن القطاع العام تبعا للحاجات المختلفة للذين يطلعون على المعلومات الواردة في التقارير، نجد أنه في القطاع العام، وفي البلدان التي يخضع الاقتصاد فيها لسيطرة الدولة المركزية، نرى أن التأثير الحكومي على

¹⁹ طلال أبو غزاله، مرجع سابق، ص 6.

عملية إرساء المعايير يكون أقوى منه في حال البلدان الأخرى، إذ يدخل ضمنها متطلبات الإبلاغ التي تهدف إلى إبراز جوانب التطور الاجتماعي والتطور الاقتصادي الشامل إلى جانب أوجه الإبلاغ ذات الطابع المالي.

4- مستوى التقدم الاقتصادي: في البلدان النامية تكون ملكية الشركات في يد عائلات

معينة وغالبا ما يكونون أفرادها في حالة يسر وثناء، بينما في المقابل نجد أنه الحكومة تملك عددا أكبر من الشركات، وفي الوقت نفسه إلى احتمال ضئيل في وجود عدد كبير من المحاسبين القانونيين الذين يزاولون المهنة ويعملون على تطوير الروح المهنية في المحاسبة، ولهذا نجد غياب الحاجة والمقدرة على إعداد تقارير مالية رفيعة المستوى.

5- النظام الضريبي: في بعض الحالات قد يكون للنظام الضريبي وما يرافقه من تشريعات

أثر لا يستهان به على تطوير معايير الإبلاغ المالي، مثال: الأسلوب المحاسبي الذي ينص على أن " الوارد أخيرا يصدر أولا" في الولايات المتحدة يستخدم فقط للأغراض الضريبية في حالة ورودها في التقارير المالية.

6- وجود مجمع محاسبة مهني: إن وجود هيئة محاسبية مهنية نشطة يساعد على تنظيم

متطلبات الامتحان والتسجيل فيها، وعلى العمل كنواة مهنية، وعقد المؤتمرات وإعداد المواد التعليمية وأنواع أخرى من الإصدارات، وأيضا تهيأ الجو المناسب للتعليم والأبحاث، وتشجع وتعزز تطوير معايير وممارسات محاسبية، وفي مثل هذه الظروف قد تجد الحكومة أنه من الأنسب لها من خلال جهازها التنظيمي، أن تعهد بمعظم الأعمال المتعلقة بإرساء المعايير إلى العاملين في مهنة المحاسبة، وعندما لا تكون المحاسبة قد بلغت مستوى من التطور يؤهلها للقيام بهذه الأدوار مجتمعة فقد يصبح من الضروري تزايد نسبة التدخل الحكومي في المهنة وفي الإجراءات التنظيمية.

7- طرح الأسهم في الأسواق الخارجية: إن الحاجة إلى جلب المستثمرين الأجانب،

تستدعي أن يكون في البلدان النامية نظام مقبول لتقديم إقرارات البيانات المالية،

وربما يكون حافزا أكبر على تطوير معايير محاسبية سليمة مما لو اقتصر الأمر على حاجات الشركات المحلية في البلد نفسه، نتيجة لذلك نرى أن المنظمة الدولية للجان الأوراق المالية هي عضو في مجلس إدارة لجنة معايير المحاسبة الدولية، كما أن لها القول الفصل في اعتماد المعايير المذكورة.²⁰

4- انعكاسات تأثيرات العولمة على التطبيقات المحاسبية في الدول النامية:

يمكن ملاحظة انعكاسات تأثير العولمة من خلال ملاحظة مدى التزايد في تطبيق IASC على التطبيقات المحاسبية للدول النامية من خلال استعراض المعايير المحاسبية في هذه الدول.

- انعكاسات تزايد تطبيق IASC على التطبيقات المحاسبية في الدول النامية:²¹

إن معظم الدول النامية استقلت من الاستعمار الأوروبي لاسيما بريطانيا وفرنسا، ورغم اختلاف هذه الدول من حيث المساحة الجغرافية أو عدد السكان أو الموارد الطبيعية أو درجة التطور السياسي والاجتماعي والاقتصادي، لكن ثمة خصائص تجمع بين معظمها فأغلبها دول زراعية ويقطن غالبية سكانها المناطق الريفية، وتعاني غالبيتها اختلال في توزيع الدخل والثروة وانخفاض عرض العملة الأجنبية، وتدني مستوى التعليم لمعظم السكان فضلا عن القيود المفروضة على الحريات الشخصية، أما صناعتها فهي في المتوسط بدائية .

ويعود قصور النظم المحاسبية في الدول النامية نتيجة تلبية متطلبات التنمية إلى خصائص النظم المحاسبية فيها والتي من أهمها: التبعية، التقلب، خضوع المهنة لهيمنة الجهات الرسمية، وضعف التعليم والتدريب المهني.

1- خاصية التبعية:

تتمثل إحدى خصائص المحاسبة في الدول النامية في تبعية المحاسبة في الدول المتقدمة والتي نجحت بدورها عن التبعية السياسية لتلك الدول خلال مدة استعمار الدول المتقدمة لها والتبعية الاقتصادية نتاجا لتعاظم النفوذ الاقتصادي للدول المتقدمة فيها.

²⁰ طلال أبو غزاله، مرجع سابق، ص 7.

²¹ محمود حسين الوادي وآخرون، مرجع سابق، ص 422-423.

وبالتالي كانت تطبيقات المحاسبة تابعة لأنظمة محاسبة الدول المستعمرة، وتبدو جوانب التبعية من حيث أن:

- أ- مناهج التعليم المحاسبي ما زالت في معظم البلدان النامية صورياً غير مطورة لمثلتها في الدول التي كانت قد استعمرتها.
 - ب- ضعف إمكانيات المهنة في الدول النامية يؤدي إلى اعتمادها غالباً على المعايير المتبعة في الدول المتقدمة من دون الأخذ في الاعتبار الاختلافات البيئية واختلاف أغراض المحاسبة وطبيعة مستخدمي المعلومات المحاسبية
 - ج- اعتماد المهنيين في تلك الدول يكون على الهيئات المهنية في الدول المتقدمة من حيث التأهيل والتدريب المهني، فالتنظيمات المهنية المحاسبية في تلك الدول تتبع ما هو سائد في أوروبا وغالبا بريطانيا.
 - د- أسهم وجود فروع لمعظم مكاتب المحاسبة الكبرى في الدول النامية في هيمنة المعايير والمفاهيم المحاسبية للدول المتقدمة على المحاسبة في الدول النامية، وذلك لكبر حجم المكاتب وإمكاناتها الكبيرة مقارنة بغالبية شركات المحاسبة في البلدان النامية.
 - هـ- تزايد النفوذ الاقتصادي للشركات متعددة الجنسية، مما مكنها من فرض أنظمتها المحاسبية على فرعها في الدول النامية، فالشركات المتعددة الجنسية تعد القناة الرئيسة لنقل المعلومات المحاسبية والتكنولوجيا بهدف إفادة البلدان النامية، لكن حقيقة هذا النقل هو خدمة مصالح الأعمال الدولية، فلقد كانت ولا تزال دوافع هذه الشركات هو توسيع أعمالها عبر الدول بغية تعظيم ثروة حملة الأسهم، كما تؤدي المساعدات الاقتصادية والقروض التي تقدمها المنظمات الدولية مثل البنك الدولي وصندوق النقد الدولي إلى نقل التطبيقات المحاسبية في البلدان المتقدمة التي تطلب بيانات دورية وفقاً للتطبيقات المحاسبية السائدة في هذه البلدان حتى يتم استيعابها.
- لقد أسفرت هذه التبعية عن عدم ملائمة النظم والمعايير المحاسبية في كثير من الجوانب لبيئة الدول النامية، فضلاً عن اشتغالها على جوانب قصور النظم المحاسبية في الدول المتقدمة.

2- خاصية التقلب:

تتصف النظم المحاسبية في تلك الدول بعدم الثبات بسبب التقلبات السياسية التي تشهدها، فعلى سبيل المثال، نجد أن في إندونيسيا التي كانت قد تبنت النموذج الهولندي في المحاسبة نتاجا لخضوعها للاستعمار، لم تلبث أن تحولت إلى النموذج الأمريكي بعد تغيير توجهاتها الاقتصادية من الاقتصاد المخطط إلى الاقتصاد المفتوح وتزايد اعتمادها على المساعدات المالية الأمريكية.

3- خضوع المهنة لهيمنة الجهات الرسمية:

ويعود ذلك إلى افتقار المهنة في تلك الدول للمقومات التي تجعلها قادرة على تطوير نفسها بنفسها، كذلك عدم وجود هيئات مهنية في بعضها، وهيمنة الجهات المذكورة يؤدي إلى إصدار المعايير المحاسبية بقوانين، مما يجعلها قليلة المرونة في الاستجابة للتغيرات البيئية، وبالتالي ينصب جل اهتمام المهنيين في تلك الدول نحو التحقق من اتفاق البيانات المالية مع القوانين أكثر من اهتمامهم بمراجعة الإفصاح الملائم لمستخدمي تلك البيانات و هنا نخص بالذكر المستثمرين والمقرضين²².

4- ضعف التعليم والتدريب المهني:

تعاني الدول النامية ضعفاً في التدريب المهني إذا يتم التركيز على الجانب الأكاديمي أكثر من التطبيقي نتيجة قلة المؤسسات التي تعنى بالتدريب وإعادة التأهيل، وقلة التعاون بين الجامعات وهيئات المهنة، إضافة إلى قلة تعاون الشركات وهيئات مع الجامعات في تدريب الطلاب أثناء مدة الدراسة.

لقد أشار تقرير الفريق المكلف من الاتحاد الدولي للمحاسبين لدراسة المحاسبة في الدول النامية أن التعليم المحاسبي في هذه الدول يعاني جوانب قصور كثيرة منها: عدم تحديد المحتوى النظري ومستوى التدريب الفني لبرامج التعليم المحاسبي بشكل دقيق، كما لا تتوافر نسخ منقحة

²² محمود حسين الوادي وآخرون، مرجع سابق، ص424.

للكتب والمجلات الأجنبية، زيادة على عدم وجود المكونين المؤهلين وان وجدوا فان أجورهم جد متدنية ولا تكفي لسد حاجاتهم وإشباع رغباتهم اليومية في الحياة، كما أن المواد التعليمية تقدم بلغة غير اللغة المحلية.²³

وبناء على ما سبق ذكره يمكننا القول أن مستوى التعليم والتدريب المهني في الدول النامية متواضع، ويركز على الجانب الأكاديمي أكثر من التطبيقي.

5- معايير التدقيق الدولية:

بالنسبة لمعايير التدقيق الدولية حسب الاتحاد الدولي للمحاسبين، وقد تضمنت 29 معيارا وهي كالآتي:²⁴

- 1- الهدف والمبادئ العامة التي تحكم تدقيق البيانات المالية؛
- 2- شروط ووسائل ارتباطات التدقيق؛
- 3- التخطيط؛
- 4- الاستفادة من عمل مدقق آخر؛
- 5- تقييمات الخطر والرقابة الداخلية؛
- 6- ضبط جودة العمل في التدقيق؛
- 7- قرائن الإثبات في التدقيق؛
- 8- التوثيق؛
- 9- الاستفادة من عمل المدقق الداخلي؛
- 10- الغش والخطأ؛
- 11- الإجراءات التحليلية؛
- 12- تقرير المدقق حول البيانات المالية؛
- 13- المعلومات الأخرى في وثائق تتضمن بيانات مالية تم تدقيقها؛

²³ محمود حسين الوادي وآخرون، المرجع نفسه، 425.

²⁴ حسين القاضي، حسين دحدوح، أساسيات التدقيق في ظل المعايير الأمريكية والدولية، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص 31-32.

- 14- التدقيق في بيئة أنظمة المعلومات الآلية؛
- 15- طرائق التدقيق بمساعدة الحاسوب؛
- 16- الجهات التابعة؛
- 17- الاستفادة من عمل الخبير؛
- 18- التدقيق بالعينات؛
- 19- تاريخ تقرير المدقق-الأحداث اللاحقة- اكتشاف حقائق بعد صدور البيانات المالية؛
- 20- القرارات الصادرة عن الإدارة؛
- 21- مبدأ الاستمرارية؛
- 22- تقارير خاصة لمدقق الحسابات؛
- 23- الأهمية النسبية ومخاطر عملية تدقيق الحسابات؛
- 24- تدقيق التقديرات المحاسبية؛
- 25- فحص المعلومات المالية المتوقعة.
- 26- إجراءات تدقيق السنة الأولى (الأرصدة الافتتاحية)؛
- 27- المعرفة بأعمال العميل؛
- 28- مراعاة القوانين والأنظمة النافذة لدى تدقيق البيانات المالية؛
- 29- المقارنات.

6- تأثير العولمة على مهنة التدقيق من الجانب الاقتصادي:

- التضخم وأثره على جودة التدقيق:

حيث أن التضخم له أثر كبير على التدقيق من حيث أن الدول التي بها معدلات تضخم عالية يركز أصحاب المؤسسات بها إلى تحقيق أعلى عائد وأحيانا يرتكبون مخالفات مالية وكسر كل القيم الأخلاقية لمهنة المحاسبة وينتشر في هذه المجتمعات الغش والتزوير²⁵ وذلك لأنه لا توجد قوانين تواكب العوامل العالمية وانحسار المال والأعمال في أيدي طبقة معينة من الأشخاص الذين يتمتعون أيضا برعاية من الدولة بحيث تسن القوانين الخاصة لهم قصد رعاية مصلحتهم في المقام الأول ولا توجد أسس أو قيود يتم الأخذ بها مع مراعاة عمليات التطور أيضا في الحسابان - .

الكساد والرواج وأثره على التدقيق:

هناك علاقة ارتباط ما بين الرواج الاقتصادي وانتعاش المهن حيث أن الرواج له أثر كبير على تنمية مهارات الأفراد وإعداد الدراسات والدورات والندوات والنشرات الدورية وكل ذلك يؤثر بالإيجاب على جودة عمليات التدقيق والمحاسبة وتبادل المعلومات بين الأطراف الأخرى.

- حجم المنظمات وتأثيره على التدقيق:

كلما زادت اقتصاديات الدول ظهرت التكتلات الاقتصادية وكذلك ظهور الشركات متعددة الجنسيات والشركات المساهمة التي تعتمد على رأس مال كبير نسبيا مقارنة بالمشروعات الصغيرة والفردية مما يستدعي اهتمام أكبر من جانب المدقق مما يحمله مسؤولية أكبر اتجاه الطرف الثالث ويعظم من المسؤولية وزيادة العمليات محل المراجعة مما يؤثر على حجم عينة الفحص، ولذلك تأخذ الشركة محل المراجعة طرقا وأسساً يتم بناء عليها اختيار المراجع أو المدقق وتطبيق المعايير الدولية التي تحكم هذه الشركات.

- الشكل الاقتصادي للشركات وتأثيره على التدقيق:

فمثلا هناك الشكل الحكومي، أو شركات القطاع الخاص، أو شركات قطاع الأعمال

²⁵ حسين حسين شحاتة، عمرو عادل فؤاد أمين، العوامل العالمية المؤثرة على مهنة المراجعة في ظل العولمة والسوق العربية المشتركة (2010)-

(2011)، <http://www.aliahmedali.com> تاريخ الاطلاع: 2014-04-15.

، والشكل القانوني للشركة يؤثر على جودة التدقيق واختيار المدقق.

- نوع النشاط وقطاع الأعمال وتأثيره على التدقيق:

فمثلا لا يكون جودة عمليات التدقيق لشركة مسجلة بالبورصة وتطرح سنداتها في اكتتاب عام لن يكون كحال التدقيق لشركة فردية أو شركة تضامن وغيرها

- حجم العمليات: ففي شركات متعددة الجنسيات تكون الشركات لها أكثر من 100 فرع مما

يؤثر على عينة الفحص واتساع الفجوة في التوقعات وكذلك تضامن المدقق في المسؤولية قبل مستخدمى القوائم والمتمثلة في أنشطة البورصة واعتماد كثير من الشعوب على عملياتها مما سوف تؤثر بالسلب على مستخدميها في حالة عدم استخدام المدقق بالأسس السليمة والمعروفة بين الدول العالمية والعربية كما حدث في الأزمة المالية العالمية.

- أتعاب المدقق وتأثيرها على التدقيق:

إن أتعاب المراجع لها أثر كبير على جودة التدقيق، فهناك علاقة طردية ما بين جودة التدقيق وأتعاب المدقق، فلو قمنا بدراسة عن جودة التدقيق وبذل المدقق العناية المهنية الكافية لوجدنا أنه كلما زادت أتعابه كلما زادت عينة الفحص وزادت أدلة الإثبات وإتباع أساليب أكثر للحصول على المعلومات وكان الإفصاح كافي وكان التقرير ملائم لمستخدميه فإذا كان تقرير المراجع غير سليم في تقديره لعمليات المؤسسة، سوف يؤثر ذلك على المستثمرين في البورصات وذلك تبعاً لوضع الأسواق العالمية وارتباطها ببعضها عن طريق البورصات والمستثمرين.

الخاتمة

تعتبر العولمة ظاهرة تاريخية، وقد أثرت كثيرا على الدول النامية، فهذه الأخيرة تواجه تحديات كبيرة على الصعيد الإيديولوجي، والسياسي، والاقتصادي والثقافي نتيجة هذه الظاهرة، فنجد أن هناك اتجاهات رافضة للعولمة بالكامل وأخرى تقبل العولمة من دون تحفظات إذ تعتبرها لغة العصر القادم وهي بطبيعة الحال تتجاهل سلبياتها، أما الاتجاهات الواقعية فهي تلك الاتجاهات النقدية التي تحاول فهم القوانين الحاكمة للعولمة.

من خلال بحثنا هذا استنتجنا أن هناك تأثيرات للعولمة على الجوانب الاقتصادية رغم سلبياتها على اقتصاديات الدول النامية، بحيث نجد تزايدا في الاستثمارات الأجنبية، أي أن هذه الدول تسعى إلى جذب الاستثمارات، كما تتزايد طلبات الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية، وتسعى تلك الدول إلى خصخصة الكثير من مؤسساتها العامة ومشاركة الشركات متعددة الجنسيات في مختلف المشاريع.

أما بالنسبة للمعايير المحاسبية والتي كان حل التركيز عليها في هذا البحث، فهي منتشرة وتنال القبول من مختلف الدول، في ظل تزايد تطبيق مفاهيم العولمة، ويبقى التساؤل مطروح حول ما إذا كانت هذه المعايير المحاسبية الدولية تتناسب مع وضعية الدول النامية، وهل تستطيع هذه الأخيرة مواكبة هذا التغير في هذا المسار و في ظل العولمة، أو يتوجب أن تكون لهذه الدول معايير محاسبية خاصة بما تتناسب مع وضعها الاقتصادي وبيئتها المحلية.

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية

أ- المؤلفات:

- 1- حسين القاضي، حسين دحدوح، أساسيات التدقيق في ظل المعايير الأمريكية والدولية، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 1999.
- 2- طارق حماد عبد العال، موسوعة معايير محاسبية، الجزء الثاني: الإفصاحات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
- 3- محمود حسين الوادي وآخرون، العولمة وأبعادها الاقتصادية، طبعة أولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2010.

ب- المقالات:

- 1- الأطرش محمد، العرب والعولمة ما العمل بشؤون الأوساط، مركز الدراسات الإستراتيجية والتوثيق، العدد 71، أبريل.
- 2- الجابري محمد عابد، العولمة والهوية الثقافية: عشر أطروحات، المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 228، فبراير، 1998.
- 3- عبید نايف علي، المناظرة حول العولمة، شؤون الأوساط، مركز دراسات الوحدة العربية، ع 221، يوليو، 1997.
- 4- عتريس طلال، المناظرة حول العولمة، شؤون الأوساط، مركز الدراسات الإستراتيجية والتوثيق، العدد 71، أبريل، 1998.
- 5- غربي محمد، تحديات العولمة وآثارها على العالم العربي، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد السادس، جامعة شلف، الجزائر.
- 6- يسين السيد، في مفهوم العولمة، المستقبل العربي، مركز الدراسات الوحدة العربية، العدد 218، فبراير، 1998.

ج- الندوات:

1- العظم صادق جلال، ما هي العولمة؟ ورقة بحثية قدمت إلى ندوة نظمتها المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم في تونس، في فترة من 17 إلى 21 نوفمبر، 1996.

د- الرسائل:

1- حسن علي حسن عنانزة وآخرون، أثر العولمة على اقتصاديات الدول الإسلامية، رسالة ماجستير، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة اليرموك، 2001.

ثانياً: المراجع باللغة الفرنسية

1- Walton Peter, la comptabilité anglo-saxonne la découverte, Paris, France, 1996.

مواقع الكترونية:

- 1- www.aliahmedali.com.
- 2- www.iasb.org.

آليات تحسين أداء الجامعات العربية في التصنيفات العالمية

د. ولد محمد عيسى محمد محمود

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

جامعة مستغانم

الملخص:

إن تحسين وتطوير صورة مؤسسات التعليم العالي ، سيجعل منها دوليا ومحليا مكان جذب وتفضيل بالنسبة للطلاب والأساتذة الباحثين ، وفي ظل اقتصاد قائم على المعرفة والانفتاح على المنافسة الدولية ، تخضع هذه المؤسسات لمختلف المقارنات والتقييمات، وفي هذا الإطار ظهر ما يعرف بالتصنيفات العالمية للجامعات.

وهناك أربع تصنيفات دولية تستحوذ على اهتمام وسائل الإعلام هي: تصنيف شنغهاي ، تصنيف كيو أس التايمز، تصنيف ويوميتريكس، تصنيف 4ICU الأسترالي. وفي هذا السياق جاءت هذه الدراسة التي تهدف إلى إلقاء الضوء على أهم آليات تحسين أداء الجامعات العربية في التصنيفات العالمية.

الكلمات المفتاح: المؤسسات، المنافسة الدولية، المعرفة، التصنيفات الدولية، الإعلام.

Résumé :

Pour les établissements d'enseignement supérieur, disposer d'une bonne image à l'international leur permet d'assurer un niveau suffisant d'attractivité pour les étudiants et les enseignants-chercheurs (nationaux et étrangers).

Dans une économie fondée sur la connaissance et sur l'ouverture à la concurrence internationale, les systèmes nationaux d'enseignement supérieur et de recherche sont de plus en plus soumis à des comparaisons et à des évaluations. C'est dans ce contexte que se développent les classements internationaux des établissements.

Les quatre classements internationaux qui captent le plus l'attention des médias sont le Times Higher Education World University Ranking , le Shanghai Academic Ranking of World Universities , le webometrics Ranking of World Universities et 4icu.org University Web Ranking .

A cet effet, la présente étude fait la lumière sur les Mécanismes d'améliorer la performance des universités arabes dans les classements internationaux.

Mots clés: établissements, concurrence internationale, connaissance, classements internationaux, médias.

المقدمة:

لقد نشأ تصنيف الجامعات بمفهومه العصري الحديث في بدايات القرن الماضي مع تقييم المدارس المميزة وتصنيفها وخريجيها، ثم تطور ليشمل الجامعات والمعاهد العليا وما تحمله من مؤشرات تميز، ثم دخلت عوامل المنافسة بينها في كيفية دعم ميزانيتها، وتم بناء المميزات التي تحصل عليها وفق ما تتمتع به من سمعة ناتجة عن علمائها وأبحاثهم واختراعاتهم وابتكاراتهم المتميزة، مثل هارفارد في أمريكا وكامبردج وأكسفورد في بريطانيا والسوربون في فرنسا وهكذا.

وأصبح البعض لا يرسلون أبناءهم للدراسة إلا في الجامعات المميزة لتضيف إليهم وإلى مكائنتهم، وهكذا إلى أن دخلت في المنافسة والتحدي العديد من الجامعات والمعاهد العليا، ومع ازدياد أعداد الجامعات والمعاهد والكليات في الغرب على وجه الخصوص أصبح التنافس على أشده ليس فقط في استقطاب الطلاب الأثرياء والمتميزين إليها، بل وكذلك الأساتذة والموظفين، وهكذا إلى أن نشأت هيئات وأجهزة مستقلة للحكم على تميز الجامعات وترتيبها، وأصبح الناس يسمعون ويقرؤون سنوياً تقارير عن أفضل عشر جامعات على مستوى أمريكا، وكذلك على مستوى العالم، ثم أصبح هناك تقييم للجامعات على مستوى أوروبا، ثم آسيا، ثم العالم، بل وظهرت تفاصيل في التقييم للكليات والبرامج، وأصبحت هذه التقييمات تنشر عبر وسائل الإعلام المختلفة، ومن خلال المواقع على الشبكات العالمية، وتلقى ردود أفعال تشبه جوائز نوبل.

والتصنيفات العالمية للجامعات باتت محط اهتمام وأنظار الدول والمؤسسات التعليمية والأكاديميين والباحثين والطلاب وكل المهتمين بالشأن التعليمي، إذ أصبحت تشكل أداة مهمة ومؤثرة، حيث تعزز المنافسة بين مؤسسات التعليم العالي، وتؤثر على وضع وصنع السياسات والقرارات التعليمية على المستويات العالمية والوطنية والإقليمية، فحسب دراستين منفصلتين أضحى لهذه التصنيفات قوة معتبرة لإحداث تغييرات في الجامعات، وذلك لرغبة الجامعات المتزايدة في الظهور إعلامياً، لما لذلك من أثر ملموس في إقبال الطلبة على التسجيل في الجامعات التي تظهر في مراتب متقدمة على قوائم التصنيفات.

أما عن أشهر التصنيفات العالمية فهي: تصنيف شنغهاي ، تصنيف كيو أس التايمز، تصنيف ويوميتريكس، تصنيف 4ICU الأسترالي، بالإضافة إلى بعض التصنيفات الأخرى.

ورغم استحابة الجامعات العربية وبشكل عام وان كان بدرجات متباينة ومتفاوتة للتقدم التكنولوجي خلال العقود الماضية، ورغم الجهود التي بذلتها لتطوير التعليم الجامعي العالي وما اشتملت عليه من إدخال نظام التعليم عن بُعد واستحداث نظام الانتساب الموجه واستخدام شبكة الانترنت في التعليم الجامعي، وتطوير تخصصات جديدة تتناسب مع حاجات سوق العمل، إلا أن الغالبية العظمى من هذه المؤسسات مازالت خارج التصنيف العالمي.

وانطلاقاً مما سبق يمكن صياغة إشكالية الموضوع في السؤال الجوهرى التالي: ماهي آليات ووسائل تحسين أداء الجامعات العربية في التصنيفات العالمية؟

وللإجابة على هذا الإشكال سيتم تناول الموضوع من خلال المحاور التالية:

أولاً: مفهوم التصنيف العالمي للجامعات.

ثانياً: معايير التصنيفات العالمية للجامعات.

ثالثاً: آليات النهوض بالتصنيف العالمي للجامعات العربية.

أولاً: مفهوم التصنيف العالمي للجامعات

يعرف التصنيف من ناحية علمية بأنه أسلوب لتنظيم مجموعة محددة من الأشياء التي قُومت من خلال معايير مختلفة مما يوفر وضعاً أكثر شمولية للأشياء ويجعل تنظيمها من الأفضل إلى الأسوأ مهمة أكثر سهولة¹.

ويقصد بالمعيار هنا تلك المواصفات اللازمة للتعليم الجامعي الجيد، الذي يمكن قبوله، وهي الضمان لجودته وزيادة فعاليته وقدرته على المنافسة في الساحة التربوية العالمية².

ويعرف التصنيف في إطار التعليم الجامعي بأنه طريقة لجمع المعلومات لتقويم الجامعات والبرامج والبحث والنشاطات العلمية لتوفير التوجيه لجامعات مستهدفة محددة، مثل الطلبة الذين أنهوا دراستهم المدرسية ويريدون الالتحاق بالجامعة، أو الطلبة الذين يريدون تغيير تخصصاتهم أو جامعاتهم، أو أعضاء من طاقم إدارة القسم أو الجامعة الذين يريدون معرفة نقاط قوتهم وضعفهم حتى يبقوا في وضع تنافسي.

إن ظاهرة تصنيف الجامعات هي ظاهرة أمريكية في الأساس³، وذلك عندما نشرت مجلة

US News & World Report أول تصنيف للجامعات الأمريكية سنة 1983.

وفي سنة 1993 نشرت صحيفة Times أول قائمة تصنيفية للجامعات البريطانية، وتتولى حالياً هذه الصحيفة وملحقها الأسبوعي للتعليم العالي:

The Times Higher Education Supplement، نشر هذه القوائم سنوياً، وتصدر صحف

بريطانية أخرى مثل: Financial Times, Daily Telegraph, Guardians

¹ - نادر أبو خلف، التعريف بتصنيف الجامعات وارتباطه بالتنوع، ورقة علمية أعدت لمؤتمر النوعية في التعليم الجامعي الفلسطيني الذي عقده برنامج التربية ودائرة ضبط النوعية في جامعة القدس المفتوحة في مدينة رام الله في الفترة الواقعة 3-2004/7/5، من على الموقع الإلكتروني:

<http://www.qou.edu>، تاريخ الإطلاع: 28/05/2014.

² - صالح هاشم وآخرون، دليل ضمان جودة البرامج الأكاديمية في كليات الجامعات العربية، اتحاد الجامعات العربية، الأمانة العامة، عمان، 1432هـ الموافق 2010، ص15.

³ - بشار حميض، التصنيفات العالمية للجامعات... دقيقة وعادلة؟، مجلة آفاق المستقبل، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، العدد 09، يناير/فبراير، 2011، ص54.

تصنيفات أخرى للجامعات البريطانية وتستقي جميع الصحف بياناتها من مصادر موثوقة مثل وكالة الإحصاء للتعليم العالي (HESA) ووكالات التمويل الوطنية ، ووكالة ضمان النوعية (QAA) .

ويوجد في ألمانيا حوالي 9000 برنامج مانح لدرجات علمية. وكانت مجلة Der Spiegel أول من بادرت لتصنيف الجامعات الألمانية سنة 1989 . وفي حقبة التسعينيات، ساهمت صحف أخرى في تصنيف مؤسسات التعليم العالي ، واقتصر بعض هذه الصحف على التصنيف حسب برنامج معين .

وبلغ عدد الجامعات في اليابان بموجب إحصاء 2002 حوالي 686 جامعة تمنح درجة البكالوريوس من بينها 99 جامعة حكومية ، و 75 جامعة عامة محلية ، و 512 جامعة خاصة ، وبلغ عدد طلبة الجامعات الذين يتلقون علومهم في الجامعات الخاصة 73.5% . وبدأ تصنيف الجامعات في اليابان سنة 1994 . وتقوم بهذه المهمة إحدى أبرز الصحف اليابانية وتدعى Asahi Shimbun .

واستشعرت روسيا الحاجة إلى تصنيف الجامعات وبدأ يظهر هذا التصنيف في وسائل الإعلام مثل صحيفة Career Journal . وفي سنة 2001 طرحت وزارة التربية الروسية نموذجاً تصنيفياً للجامعات يأخذ بعين الاعتبار الطلبة الذين يتقدمون بطلبات إلى مؤسسات التعليم العالي، والمشغلين المتوقعين لخريجي الجامعات.

و تتمثل أهمية التصنيفات العالمية للجامعات في إثراء إنتاج البحث العلمي في مختلف المجالات العلمية والتركيز على نوعية خريجي الجامعات ومستوياتهم العلمية، وزيادة المساهمات التي تقدمها الجامعات للمعارف الحديثة وحضور الجامعات على شبكة المعلومات الدولية وزيادة قدرتها على استخدام تقنية المعلومات والإنترنت والمشاركة في عملية الإصلاح والتطوير.

وقد أقيمت العديد من الندوات والمؤتمرات الدولية حول هذه التصنيفات، نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر، المنتدى العالمي الذي أقيم تحت عنوان «التصنيفات والمساءلة في مجال التعليم العالي: الأعراف الجيدة والسيئة»، والذي نظمته منظمة اليونسكو (منظمة الأمم المتحدة

للتربية والعلوم والثقافة)، والبنك الدولي، ومنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، في 16 و17 أيار/مايو 2011، وفي مقر اليونسكو بباريس، وذلك بحضور ما يزيد على 250 خبيراً في مجال التعليم العالي، بالإضافة إلى مسؤولين وممثلين عن مؤسسات التعليم الجامعي في العالم والمؤسسات العالمية المعنية بتصنيف الجامعات، بهدف إثارة منهجية هذه التصنيفات وأسباب تأثيرها وتبعاتها على سياسة المؤسسات والبحث في الأشكال الأخرى للمساءلة في مجال التعليم العالي⁴.

⁴ - صفات سلامة، التصنيفات العالمية للجامعات في منتدى عالمي بمنظمة اليونسكو: تثير تساؤلات كثيرة وفي حاجة لمعايير جديدة، جريدة الشرق الوسط اللندنية، الخميس 23 جمادى الثاني 1432 هـ 26 مايو 2011، العدد 11867، من على الموقع الإلكتروني:

ثانيا: معايير التصنيفات العالمية للجامعات.

هناك الكثير من التصنيفات العالمية للجامعات ، والتي يزيد أبرزها عن عشرة تصنيفات ، كما تتباين هذه التصنيفات وفقا لأهدافها أو شمولية معاييرها ومحدوديتها وسمعتها العالمية، وسوف يتم التركيز في هذه الدراسة على أهم وأشهر التصنيفات العالمية ، وذلك على النحو التالي:

- تصنيف كيو أس البريطاني (التايمز) : THE-QS
- تصنيف جامعة جياو تونغ شانغهاى (Shanghai Jiao Tong University)
- تصنيف ويوميتريكس (Webometrics).
- تصنيف 4ICU الأسترالي.

1 - تصنيف كيو أس البريطاني (التايمز) :

- times higher education - quacquarelli symonds (THE-QS)

يصدر هذا التصنيف عن المؤسسة البريطانية: (THE -QS) ،التي تأسست عام 1990- وهى شركة تعليمية مهنية - ولها مكاتب رئيسية في كل من لندن وباريس وسنغافورة ،وأخرى فرعية متفرقة في أنحاء العالم، وقد أصدرت أول قائمة تصنيفية لها عام 2005 بالشراكة مع مجلة التايمز البريطانية للتعليم العالي.

وتهدف هذه الشركة إلى رفع مستوى المعايير العالمية للتعليم العالي، والحصول على معلومات عن برامج الدراسة في مختلف الجامعات خاصة في تخصصات العلوم والتقنية، وعمل

مقارنة لأفضل 500 جامعة من بين 30000 جامعة حول العالم بغرض إصدار دليل للجامعات يساعد الطلاب و الشركات المهنية على معرفة أفضل الجامعات الدولية⁵.

كما يعمل تصنيف التايمز كيو إس العالمي للجامعات وموقعه الإلكتروني هو: (www.Timeshighereducation.co.uk) ، على تحديد الجامعات ذات المستويات التي ترقى من خلال أداؤها الوطني ورسالتها المحلية في مجتمعاتها إلى بلوغ مستوى عالمي، ومقارنتها وتحديد مرتبتها ضمن أرقى الجامعات العالمية⁶.

وحقق تصنيف التايمز كيو إس العالمي للجامعات شهرة دولية بين مؤسسات التعليم والبحث العلمي، وذلك من خلال اعتماده على معايير تقييمه تتناول الهيكلية البنوية لكل من هذه الجامعات. وما يميز هذا التصنيف أنه لا يتناول مؤشرات سطحية ، قد تخفي أكثر مما تبدي من الأوضاع المركبة داخل كل جامعة، بل يتعمق في تناوله تحليل مقومات هذه الجامعات إلى تقييم مستوى التعليم الذي تقدمه الجامعات المصنفة، وجودة بحوثها الأساسية والتطبيقية، وتوصيف قدرات خريجها في المراحل التعليمية الأساسية والعليا، بالإضافة أيضاً إلى موقعها الدولي.

وفي سبيل وضع هذه المعايير في شكل متغيرات يمكن قياس مؤشراتهما، حدد التصنيف أوزاناً لأدواته الرئيسة في تقييم الجامعات، كما يوضح ذلك الجدول التالي:

⁵ - عبد الرحمن بن أحمد صائغ، التصنيفات الدولية للجامعات (تجربة الجامعات السعودية)، المملكة العربية السعودية، وزارة التعليم العالي، المجلة السعودية للتعليم العالي، مجلة علمية متخصصة محكمة ، نصف سنوية، العدد الخامس رجب 1432، ص ص: 27-28 .

⁶ - تصنيف كيو إس البريطاني (التايمز) THE-QS ، من على الموقع الإلكتروني: <http://www.imamu.edu.sa>، تاريخ الإطلاع : 2014/04/25.

جدول رقم(1): معايير التاييمز لتصنيف الجامعات THE-QS

المؤشر	الوصف	النسبة
تقوم النظر	استطلاع آراء النظراء من الجامعات الأخرى	40%
معدل أستاذ /طالب	يعتمد مجموع النقاط على معدل أستاذ /طالب	20%
البحوث والإشارة العلمية	معدل النشر لكل عضو هيئة تدريس	20%
تقوم سوق العمل	استطلاع آراء جهات التوظيف	10%
الأساتذة الأجانب	نسبة أعضاء هيئة التدريس الأجانب للعدد الكلي	5%
الطلبة الأجانب	نسبة الطلبة الأجانب لمجموع الطلبة	5%

المصدر: عبد الرحمن بن أحمد صائغ، التصنيفات الدولية للجامعات (تجربة الجامعات السعودية)، مرجع سبق ذكره، ص 29.

2- تصنيف جامعة جياو تونغ شانغهاي:

Shanghai Jiao Tong University

يقوم معهد التعليم العالي التابع لجامعة جياو تونغ شانغهاي بالصين كل سنة⁷ بنشر لائحة لأحسن خمسمائة جامعة في العالم، ويتم إعداد هذه اللائحة اعتمادا على معايير موضوعية وبشكل مستقل من قبل فريق تابع للمعهد لغايات أكاديمية دون أي دعم مالي خارج مصادر المعهد ودون غرض تجاري.

ويتمثل الهدف الأصلي لهذا التصنيف في تحديد مركز الجامعات الصينية قصد العمل على تضيق الفجوة بينها وبين ما يسمّى بجامعات النخبة العالمية، لذلك سعت الكثير من الجامعات الصينية إلى صياغة أهدافها الإستراتيجية وفق جامعات النخبة؛ قَصَدَ تحسين ترتيبها ضمن مختلف التصنيفات الأكاديمية في العالم.

إن المعايير الموضوعية التي يستند إليها هذا التصنيف تجعل أهميته غير محصورة في الجامعات الصينية فقط، بل يمكن أن تستفيد منه أي جامعة في العالم، ولاسيما أنه يعد أشهر التصنيفات الأكاديمية وأشملها على الإطلاق، لذلك تسعى كل جامعات العالم إلى احتلال موقع متميز ضمنه حتى تضمن سمعة علمية عالمية.

ويعد تصنيف شانغهاي والذي صدر أول تصنيف منه عام 2003، وموقعه الإلكتروني (www.arwu.org)، دراسة أكاديمية سنوية مفصلة تصنف فيها الجامعات ومؤسسات التعليم العالي في جميع دول العالم وفق أربعة معايير أكاديمية تعتمد بشكل رئيسي على الإنجازات العلمية، والبحوث المنشورة في مجالات محكمة و عدد الاقتباسات المرجعية منها، والجوائز العالمية ونوعية البرامج، و حجم المؤسسة التعليمية فيما يخص الإنجازات نسبة إلى عدد أعضاء الهيئة التدريسية، و غير ذلك من عناصر التعليم الجامعي و البحث العلمي⁸.

⁷ - سعيد الصديقي، الجامعات العربية وتحدي التصنيف العالمي: الطريق نحو التميز، مجلة رؤى إستراتيجية، دورية علمية فصلية محكمة يصدرها مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، المجلد الثاني، العدد 6، ابريل 2014، ص 11.

⁸ - زياد سعيد العاني، الجامعات العربية و أرقى جامعات العالم (دراسة لواقع التعليم العالي و البحث العلمي في الجامعات العربية)، من على الموقع الإلكتروني:

http://informatics.gov.sa، تاريخ الإطلاع: 2014/05/03.

ويشمل هذا التصنيف أكثر من 2000 جامعة في العالم، ولا ينشر في ذلك التصنيف سوى 500 جامعة الأولى في العالم، وباستناده على معايير موضوعية، اعتبر مرجعا تتنافس الجامعات العالمية على احتلال موقعا بارزا فيه، وتشير إليه كأحد أهم التصنيفات العالمية للجامعات ومؤسسات التعليم العالي.

ويقوم في الخطوة الأولى على فحص 2000 جامعة في العالم من أصل ما يقرب من 10000 جامعة مسجلة في اليونيسكو، ولديها المؤهلات الأولية للمنافسة، وفي الخطوة الثانية يتم تصنيف 1000 جامعة منها، وتخضع مرة أخرى للمنافسة على مركز ضمن أفضل 500 جامعة، وتنشر نتائج هذا التصنيف في شهر سبتمبر من كل عام.

ومما يدل على حيادية هذا التصنيف وعدم تحيزه أن جامعة تايوان الوطنية احتلت مراكز أفضل بكثير من جامعات الصين الشعبية.

وعلى الرغم من شهرة هذا التصنيف ، إلا أنه لم يسلم من الانتقاد بسبب إيمانه الكبير بنسبة 30 % على الإنجازات الفردية أي الخريجين وأعضاء هيئة التدريس الذين نالوا جوائز نوبل وأوسمة فيلدرز⁹.

⁹ - رياض عزيز هادي، الجامعات(النشأة والتطوير - الحرية الأكاديمية - الاستقلالية)، سلسلة ثقافة جامعية، مركز التعلم والتطوير المستمر، جامعة بغداد، المجلد الثاني، العدد الثاني، 2010، ص25.

الجدول رقم (2): المعايير الأساسية لتصنيف شنغهاي

النسبة	الوصف	المعيار
10%	الخريجين الفائزين بجائزة نوبل وميداليات فيلدز	جودة التعليم
20%	أعضاء هيئة التدريس الفائزين بجائزة نوبل و ميداليات فيلدز	جودة هيئة التدريس
20%	الاستشهاد بأبحاثهم في واحد وعشرون (21) تخصصاً علمياً	
20%	المقالات المنشورة في مجالات الطبيعة و العلوم	مخرجات البحث
20%	المقالات الواردة في دليل النشر العلمي الموسع ودليل النشر للعلوم الاجتماعية.	
10%	نصيب الفرد من الأداء الأكاديمي للمؤسسة.	نصيب الفرد من الأداء
100%		المجموع

المصدر: سعيد الصديقي، الجامعات العربية وتحدي التصنيف العالمي: الطريق نحو التميز، مرجع سبق ذكره، ص 13.

3- تصنيف ويبوميتريكس: Webometrics

هو نظام عالمي لترتيب الكليات والجامعات في 8750 مؤسسة تعليم عال من 200 دولة حسب شهرة الموقع، ويصدر كل ستة أشهر، حيث يتم عمل هذا التصنيف في الشهر الأول والسابع من كل سنة.

ويهدف هذا التصنيف بالدرجة الأولى إلى حث الجهات الأكاديمية في العالم لتقديم مألديها من أنشطة علمية تعكس مستواها العلمي المتميز على الانترنت، والتصنيف عبارة عن نسخة تجريبية أولية ليس الهدف منها تقييم الجامعات حسب الجودة أو المكانة العلمية لكل جامعة، وإنما هو

بمثابة المؤشر لالتزام الجامعات بالاستفادة من الانترنت لعرض مآلدلها لكي تتم الاستفادة منه من قبل الآخرين.

وإذا أرادت أية جامعة إحراز تقدم في هذا الترتيب فإن عليها أن تعيد النظر في محتوياتها على الإنترنت لتتناسب مع مكانتها العلمية وستجد أن مركزها في التقييم قد تغير إلى الأفضل في التصنيفات التالية .

ويقيس تصنيف «ويبومتريكس الإسباني»، وموقعه الإلكتروني (www.webometrics.info)، أداء الجامعات من خلال مواقعها الإلكترونية وشهرتها على شبكة الإنترنت ومدى تمثيلها للنشاط الأكاديمي للجامعة، من خلال معايير: حجم صفحات موقع الجامعة الإلكتروني، ومعيار الرؤية ويقصد به عدد الروابط الخارجية ومنها البحوث العلمية التي لها رابط على موقع الجامعة، ومعيار الملفات الغنية ويقصد به عدد الملفات الإلكترونية بمختلف أنواعها والمنتمة لموقع الجامعة عبر محركات البحث، ومعيار الأبحاث ويقصد به عدد الأبحاث والدراسات والتقارير المنشورة إلكترونياً تحت موقع الجامعة.

الجدول رقم (3): المعايير الأساسية لتصنيف ويبو ماتريكس

المعيار	الوصف	النسبة
الحجم	حجم الموقع	20%
مخرجات البحث	الملفات الثرية	15%
	علماء جوجل	15%
الأثر	الرؤية للرابط	50%

المصدر: عبد الرحمن بن أحمد صائغ، التصنيفات الدولية للجامعات (تجربة الجامعات السعودية)، مرجع سبق ذكره، ص 27.

- وبتفحص تصنيف الويبومتريكس Webometrics، يلاحظ أنه ركز على التالي¹⁰:
- 1- حجم الموقع على الإنترنت، أي حجم الصفحات المنشورة بواسطة الجامعة على الإنترنت من خلال محركات البحث: Google, Yahoo
 - 2- سهولة الاستخدام لمواقع الجامعات التي يتم الحصول عليها من خلال العدد الكلي للروابط الإلكترونية الخارجية الفريدة المستلمة بواسطة موقع كل جامعة.
 - 3- الملفات الثرية لبيانات ومعلومات الجامعة، وذلك بعد التقييم الأكاديمي، وحجم، ونوع الملفات المختلفة المنشورة.
 - 4- تقديم الإرشاد والتوجيه لمؤسسات التعليم العالي.
 - 5- مساعدة الطلاب الوافدين لمعرفة سمعة الجامعة، وليس الهدف هو ترتيب للجامعات من حيث برامجها أو جودة التعليم أو الخدمات التي تقدمها.
 - 6- مصدر الترتيب من الموقع .

4- التصنيف الاسترالي الخاص بالمواقع الإلكترونية:

4international colleges & universities (4 ICU)

وهو تصنيف عالمي استرالي ، يشبه تصنيف الويب ماتريكس الأسباني، ولكن يهتم بقياس مدى شهرة المواقع الإلكترونية للجامعات التي نالت الاعتراف أو الاعتماد الأكاديمي من منظمات أو هيئات دولية ، ويعلم هذا التصنيف كل ستة أشهر، ويطلب من كل الكليات والجامعات المشاركة في التصنيف إضافة وتحديث بياناتها شهرياً، و يحتوي هذا التصنيف على 9000 كلية وجامعة يتم تصنيفهم وفقاً لشهرة موقعها الإلكتروني على شبكة الإنترنت لدى 200 دولة ، ويهدف هذا التصنيف إلى ترتيب الكليات والجامعات العالمية وفق شهرة وجاهزية الموقع الإلكتروني للجامعات بشكل تقريبي،، ويعتمد التصنيف على ثلاثة مقاييس موضوعية

¹⁰ - أحمد صادق عبد المجيد، حقيقة المعايير العالمية لتصنيف الجامعات، المنهل، مجلة للآداب والعلوم والثقافة

من على الموقع الإلكتروني:

http://www.al-manhalmagazine.com ، تاريخ الإطلاع : 2014/06/05.

ومستقلة على شبكة الإنترنت مستخلصة من ثلاث محركات بحث وهي ¹¹ Google, Yahoo, Alexa

وهذه المحركات هي الأشهر على شبكة الإنترنت.

وتتضمن البيانات المطلوب إضافتها و تحديثها ما يلي ¹²:

- معلومات عامة عن اسم الجامعة والموقع والهاتف الجامعي.
- الاعتماد الأكاديمي الذي حصلت عليه الجامعة أو الكلية.
- الاشتراك في الاتحادات الدولية للجامعات.
- المراحل الدراسية ومجالات الدراسة للجامعة في التعليم العالي.
- معلومات أخرى عن أعضاء هيئة التدريس، الخدمات العامة، الإسكان، الحرم الجامعي، البرامج الدولية، التقويم الأكاديمي الربحية أو عدم الربحية، طرق تسجيل الطلاب للدراسة، التعليم عن بعد، المنح الدراسية، المكتبة.

¹¹ - جامعة ديالي، قسم البعثات والعلاقات الثقافية، أبرز التصنيفات الدولية، وزارة التعليم العالي، العراق، 2013، من على الموقع الإلكتروني:

<http://scr.uodiyala.edu.iq>، تاريخ الإطلاع : 2014/06/10.

¹² - ميسون دشاش، أبرز الترتيبات و التصنيف العالمية للجامعات، مديرية التقويم والاعتماد، وزارة التعليم العالي، سوريا، آذار 2013، من على الموقع الإلكتروني:

www.accreditation-syria.net، تاريخ الإطلاع : 2014/06/15.

ثالثاً: آليات النهوض بالتصنيف العالمي للجامعات العربية.

تعتبر الجامعات مركز إشعاع حضاري لأي مجتمع من المجتمعات، وهي بمثابة محور الارتكاز الذي تدور حوله أهداف الجامعة وسياساتها واستراتيجياتها وخطط عملها. والجامعات تؤدي دوراً مهماً ومميزاً وشاملاً في ممارسة البحث العلمي؛ لأن البحث العلمي الآن يعتبر من أهم أركان الجامعات، وهو مقياس ومعيار مستواها العلمي والأكاديمي، والجامعة في الوقت نفسه المكان الأول والطبيعي لإجراء البحوث وذلك لأسباب كثيرة أهمها:

- وجود عدد كبير من الاختصاصيين من أعضاء هيئة التدريس.
- وجود عدد من مساعدي البحث والتدريس وطلبة الدراسات العليا.
- توفر مستلزمات عديدة للبحث مثل المختبرات والإمكانات والأجهزة والأدوات لإجراء - القياسات الموضوعية والدقيقة.
- توفر مصادر جمع البيانات اللازمة للبحث العلمي.

وتتوفر البلدان العربية على مئات الجامعات والكليات، منها ما هو حكومي ومنها ما هو خاص، وشهدت مسيرة التعليم العالي في العقود الأخيرة تبايناً في المستويات العلمية لهذه الجامعات، حيث استطاعت بعض هذه الجامعات وخاصة السعودية منها، الحصول على تصنيفات مقبولة إلى حد ما ضمن قوائم التصنيف العالمي للجامعات العربية، وإن كان لا يزال العدد الأكبر من هذه الجامعات العربية خارج المنافسة العالمية.

و قد سطر مجلس ضمان الجودة والاعتماد للجامعات العربية، التابع لإتحاد الجامعات العربية جملة من الأهداف للنهوض بالمستويات العلمية للجامعات العربية، وتمثل هذه الأهداف في الآتي¹³:

- 1- المساهمة في تطوير منظومة التعليم الجامعي والعالي في الوطن العربي، وفق معايير معتمدة.
- 2- تعميم ثقافة الجودة والاعتماد.

¹³ - اتحاد الجامعات العربية، مجلس ضمان الجودة والاعتماد للجامعات العربية، من على الموقع الإلكتروني:

<http://www.aaru.edu.jo>، تاريخ الإطلاع : 2014/05/13.

- 3- إعداد معايير ومرجعيات ومؤشرات لضمان الجودة والاعتماد .
 - 4- مساعدة الجامعات في بناء قدراتها المؤسسية وتطويرها في مجال ضمان الجودة والاعتماد.
 - 5- إجراء البحوث ذات العلاقة بضمان الجودة والاعتماد .
 - 6- إجراء عمليات الاعتماد المؤسسي والبرامجي للجامعات الأعضاء الراغبة في ذلك .
 - 7- التعاون مع المؤسسات والهيئات و المنظمات المحلية والعربية والدولية المعنية.
- ورغم الجهود المبذولة للنهوض بالبحث العلمي في الجامعات العربية ، فقد كشفت بيانات تصنيف شنغهاي الأخير لعام 2013 ، وهو الأهم على الإطلاق والأكثر شمولاً، ظهور جامعتين فقط هما: جامعة الملك فهد للبترول والمعادن وجامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية السعوديتان ، ضمن قائمة «500» جامعة الأولى في التصنيف، لأنه يعترف فقط بـ«500» جامعة باعتبار أن أي جامعة خلف هذا الرقم تعتبر غير منافسة.
- فيما أظهر تصنيف التايمز«كيو إس العالمي» البريطاني لعام 2014 ، جامعتين عربيتين هما جامعة الملك عبد العزيز وجامعة الملك سعود من المملكة السعودية ، ضمن قائمة الأربعمئة جامعة الأولى، وذلك بترتيب«351- 400».
- وحسب تصنيف ويوما تريكس الصادر في فبراير 2014، فلم تظهر أي جامعة عربية ضمن قائمة أفضل «200» جامعة، حيث ظهرت جامعة الملك سعود في المرتبة 288 عالمياً، تبعتها جامعة القاهرة في المرتبة 299 ثم جامعة الملك عبدالعزيز في المرتبة 667 عالمياً، وجاءت جامعة الملك فهد للبترول والمعادن في المرتبة 845 عالمياً.
- أما في التصنيف الاسترالي 4ICU الخاص بالمواقع الإلكترونية لعام 2014، فقد ظهرت جامعة عربية وحيدة هي جامعة الملك سعود في المركز «192» على مستوى الجامعات العالمية، وذلك ضمن قائمة أفضل «200» جامعة عالمية.

وترجع أسباب ضعف تصنيف الجامعات العربية عالمياً إلى ضعف نشاطات البحوث العلمية في هذه المؤسسات، والذي يرجع بدوره إلى أسباب عديدة نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر ما يلي¹⁴:

- إن وظيفة البحث العلمي في الجامعات العربية لا تزال تحصل على أولوية متدنية ، بالرغم من أن قوانين تنظيم هذه الجامعات تنص على أن البحث العلمي يعتبر من الوظائف المهمة لهذه الجامعات .
- ضعف حجم الإنفاق على هذا النوع من النشاطات، نظراً لقلّة المخصصات المالية لهذا القطاع في الجامعات ، مما أدى إلى عدم توافر الإمكانيات اللازمة للنهوض بالبحث العلمي في شتى المجالات .
- النقص في أعضاء هيئة التدريس المؤهلين، الناتج أساساً عن هجرة الأدمغة والكفاءات.
- الانفصال التام بين الجامعات والمؤسسات الإنتاجية في المجتمع ، مما أدى إلى عدم دراية الجامعات بالمشكلات المختلفة الموجودة في المجتمع العريض .
- عدم توافر الفنيين ومساعدتي البحث المؤهلين لمجالات البحث العلمي .

¹⁴ - يوسف بن محمد عبد الكريم الثويني، واقع التعليم الجامعي في المملكة العربية السعودية وتوقعاته المستقبلية، من على الموقع الإلكتروني:

جدول رقم (4): تصنيفات عالمية لبعض الجامعات العربية

اسم الجامعة / التصنيف	التايمز	شانغهاى	ويومتركس	الاسترالي
	عام 2014	عام * 2013	شهر 2014/2	عام 2014
جامعة الملك سعود	400 – 351	200 – 151	288	192
جامعة القاهرة	-	500 – 401	299	-
جامعة الملك عبد العزيز	400 – 351	300 – 201	667	-
جامعة الملك فهد للبترول والمعادن	-	400 – 301	845	-
جامعة عين الشمس	-	-	1302	-
جامعة النجاح	-	-	1340	-
جامعة الإسكندرية	-	-	1363	-
جامعة المنصورة	-	-	1397	-
الجامعة الأمريكية بالقاهرة	-	-	1520	-
الجامعة الأردنية	-	-	1633	-
جامعة بير الزيت	-	-	1765	-
جامعة الملك عبد الله	-	500 – 401	-	-

المصدر: إعداد الباحث اعتمادا على تصنيفات المواقع الالكترونية التالية لعام 2014:

www.webometrics.info

www.shanghairanking.com

www.timeshighereducation.co.uk

www.4icu.org

تاريخ الإطلاع: 2014/06/27.

* تنشر نتائج هذا التصنيف في شهر سبتمبر من كل عام.

وهناك حزمة من الآليات التي تساعد على تحسين أداء الجامعات العربية في مجالات البحث والتطوير العلمي، وبالتالي النهوض بمستويات تصنيفها عالميا، و تتمثل هذه الآليات في النقاط التالية:

- 1- تشجيع أعضاء هيئة التدريس على البحث العلمي الجديد والمبتكر والتأليف وإعطائهم الحوافز المادية والمعنوية وتسهيل أمامهم الترقيات العلمية.
- 2- توفير وسائل البحث العلمي من الكتب والدوريات الحديثة ومتابعة ما يصدر في البلدان العربية والعالم من الجديد من الكتب والمراجع والإحصاءات الجديدة.
- 3- الانفتاح على الاشتراك في المجالات العلمية العربية والأجنبية وتوفيرها للجامعات بشتى التخصصات.
- 4- عقد اتفاقات مع دور النشر العربية والعالمية عبر المراسلة ومع مراكز البحوث العربية والعالمية للحصول على الكتب الحديثة والدوريات ومعرفة ما يصدر في العالم.
- 5- إقامة المؤتمرات والندوات العلمية ولو بأقل التكاليف ولو بالموارد الشخصية وبالأقل ندوة في العام الواحد وجعل الدعوات مفتوحة للباحثين من داخل الجامعة وخارجها لتنوع التخصصات والأفكار.
- 6- تشجيع الأساتذة على المشاركة في المؤتمرات العربية والدولية من اجل تبادل الخبرات في المجال العلمي والاستفادة من هذه التجمعات العلمية بين المتخصصين، لأن رقي الأستاذ الجامعي في اختصاصه ينعكس بالضرورة على الطالب الجامعي والمحاضرة العلمية.
- 7- تشجيع هيئات التدريس في الجامعات العربية على التأليف والترجمة والنشر، فالمتعارف عليه عربيا وعالميا أن الأساتذة المتخصصين بعد سنوات من التأليف والتدريس في مادة ما يقومون بنشر كتبهم من اجل فائدة طلبتهم ثم نقل تجاربهم إلى الجامعات الأخرى الوطنية والخارجية.
- 8- متابعة الجامعات لأعضاء هيئة التدريس عندها من حيث ضرورة أن يكون قد أنجز بحثا خلال العام الجامعي، فنحن نعلم بان الجامعات معاملة لإنتاج الفكر والمعرفة الأرقى في المجتمع ولا تكفي المحاضرة من اجل تطوير الأستاذ والمؤسسة الجامعية أو الطالب الجامعي،

بل ضرورة وضع قانون - وهو يطبق في بعض الجامعات العربية - كأن يطالب كل أستاذ سنويا بتقديم للجامعة كحد أدنى بحث أو بحثين في اختصاصه .

9- يجب أن تكون العلاقة بين مؤسسات التعليم الجامعي ومواقع الإنتاج والاقتصاد في المجتمع هي علاقة تعاون متبادل¹⁵ ، حيث تقدم الجامعات خبراتها وخططها التكنولوجية والمعرفية لدعم وتعزيز مواقع الإنتاج والاقتصاد، وبالمقابل تستفيد الموارد المادية والدعم المالي المتوفر في مؤسسات الإنتاج والاقتصاد من أجل زيادة مواردها وتطويرها .

وتؤكد الدراسات نجاح هذا التوجه في عدد من دول العالم ،حتى أن بعض الشركات الصناعية والإنتاجية والتجارية الكبرى في العالم تقوم بإنشاء جامعات وكليات خاصة بها، تعهد إليها مهمة إعداد المتخصصين والفنيين التي تتطلبها برامج الإنتاج فيها، ومن هنا أصبح التوجه الآن إلى دمج الدراسة الجامعية بالعمل معاً في آن واحد، وهو ما أصبح يعرف بالتعليم العالي التعاوني.

10- إنشاء مركز التقويم الأكاديمي في كل جامعة وكلية من كليات تلك الجامعة ذلك لمربرات الآتية¹⁶ :

أ. هيئات الاعتماد الأكاديمي الدولية تشترط وجود نظام فعال للتقويم في المؤسسة التعليمية كي تنال الاعتماد لذا نحن بحاجة إلى مثل هذه المراكز.

ب. تقديم بيانات لتلك الهيئات الدولية مما يساعد على اختصار الزمن في نيل الاعتماد الأكاديمي أو الاعتماد المؤسسي.

¹⁵ - زياد بركات ، أحمد عوض، واقع دور الجامعات العربية في تنمية مجتمع المعرفة: من وجهة نظر عينة من أعضاء هيئة التدريس فيها، 2011 ، ص 31، من على الموقع الإلكتروني:

<http://www.qou.edu/arabic/researchProgram/researchersPages>.

تاريخ الإطلاع: 2014/05/11.

¹⁶ - حيدر حاتم فالح العجرش ، تصور مقترح لتحسين واقع التقويم في الجامعات العربية كوسيلة لضمان جودتها ، شعبة ضمان الجودة في كلية التربية الأساسية ، جامعة بابل ، العراق ، من على الموقع الإلكتروني:

<http://iso.uobabylon.edu.iq> ، تاريخ الإطلاع: 2014/05/07.

ج.المساعدة في إعداد الأهداف والمخرجات التعليمية للأقسام العلمية في كليات الجامعة، مما يساعد على تجاوز المشاكل التي تواجه تلك الأقسام في إعداد مخرجات تعلم تتناسب مع معايير الاعتماد الأكاديمي .

د.تقويم الكليات والأقسام العلمية فيها بهدف الارتقاء بأدائها وتطويرها في ضوء المعايير

العالمية

11- الأخذ بأسباب العلم والتكنولوجيا مع الحفاظ على ثوابتنا وهويتنا، والتمسك بمورثاتنا الثقافية التي تتواءم وروح العصر، وهناك تجارب بعض البلدان التي كانت حتى القرنين الماضيين تشابهنا واقعاً حضارياً وارتقت حالياً إلى مصاف الدول المتقدمة (اليابان والصين وكوريا الجنوبية وسنغافورة) جديدة بالاحتذاء والتقييس¹⁷ .

¹⁷ - عبد الرحيم محمد خبير، منظومة التعليم في العالم العربي في عصر الرابعية التكنولوجية، من على الموقع الالكتروني:

<http://www.sudanile.com>، تاريخ الإطلاع: 2014/05/15.

الخاتمة

تسعى الجامعات في الوقت الحالي إلى تحقيق مزيد من التميز وتنمية الدورين الأكاديمي والبحثي، والاستمرار في إتباع أساليب أكثر حداثة وتطوراً لتحسين مستوى المخرجات والوصول إلى معايير الجودة العالمية، وتعزيز قدرة الخريجين على المساهمة في النهوض بالمجتمع وقدرة الأساتذة على الابتكار والإبداع والبحث والتطوير، وزيادة إمكانات البحث العلمي والتقني وتطويره لمقتضيات مسيرة التنمية، وهو ما تكشف عنه التصنيفات العالمية للجامعات، حيث توفر بيانات مفيدة، من شأنها تمكين المؤسسات من السير قدماً إلى الأمام والتخطيط لتغييرات تضمن تحسناً حقيقياً ومستداماً في النوعية

وتكمن أهمية التصنيفات العالمية للجامعات فيما يلي:

- الثراء في إنتاج البحث العلمي في مختلف المجالات العلمية.
- التركيز على نوعية خريجي الجامعات ومستوياتهم العلمية.
- زيادة المساهمات التي تقدمها الجامعات للمعارف الحديثة.
- حضور الجامعات على شبكة المعلومات الدولية وزيادة قدرتها على استخدام تقنية المعلومات والإنترنت.
- المشاركة في عملية الإصلاح والتطوير.

وفي هذا الإطار على الجامعات العربية الاستفادة من هذه التصنيفات ومعاييرها الأساسية، كأحد أساليب القياس والتعرف على مستوى جودة أداء المؤسسة التعليمية وجوانب القصور والنقص، التي في حاجة إلى مزيد من التطوير في ضوء رسالتها وأهدافها وأولوياتها الأساسية، وحيث أن تعزيز وتطوير البحث العلمي في الجامعات العربية ضرورة ملحة في الألفية الثالثة في ظل عصر العولمة والتكنولوجية والمعلوماتية من أجل اللحاق بركب الدول المتقدمة، وإقامة منظومات جامعية علمية تصب في مصلحة النهوض بالجامعات أولاً ثم خدمة المجتمع ثانياً، لأن الجامعة كما هو معروف منذ القدم تخلق الحراك العلمي في المجتمع.

قائمة المراجع :

- 1- نادر أبو خلف ، التعريف بتصنيف الجامعات وارتباطه بالنوعية، ورقة علمية أعدت لمؤتمر النوعية في التعليم الجامعي الفلسطيني الذي عقده برنامج التربية ودائرة ضبط النوعية في جامعة القدس المفتوحة في مدينة رام الله في الفترة الواقعة 3-5/7/2004، من على الموقع الإلكتروني:
- http://www.qou.edu ، تاريخ الإطلاع : 28 /05/2014.
- 2- صالح هاشم وآخرون، دليل ضمان جودة البرامج الأكاديمية في كليات الجامعات العربية أعضاء الاتحاد، اتحاد الجامعات العربية، الأمانة العامة، عمان، 1432هـ الموافق 2010.
- 3- بشار حميض، التصنيفات العالمية للجامعات... دقيقة وعادلة؟ ، مجلة آفاق المستقبل، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، العدد 09، يناير/فبراير، 2011.
- 4- صفات سلامة ،التصنيفات العالمية للجامعات في منتدى عالمي بمنظمة اليونيسكو: تثير تساؤلات كثيرة وفي حاجة لمعايير جديدة، جريدة الشرق الوسط اللندنية، الخميس 23 جمادى الثاني 1432 هـ 26 مايو 2011 العدد 11867، من على الموقع الإلكتروني:
- www.aawsat.com ، تاريخ الإطلاع : 30 /04/2014.
- 5- تصنيف كيو اس البريطاني (التايمز) THE-QS ، من على الموقع الإلكتروني:
- http://www.imamu.edu.sa ، تاريخ الإطلاع : 25 /04/2014.
- 6- سعيد الصديقي، الجامعات العربية وتحدي التصنيف العالمي: الطريق نحو التميز، مجلة رؤى إستراتيجية، دورية علمية فصلية محكمة يصدرها مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، المجلد الثاني ، العدد 6، ابريل 2014.
- 7- تصنيف ويومتركس الاسباني ، من على الموقع الإلكتروني:
- www.webometrics.info
- تاريخ الإطلاع : 27 /06/2014.
- 8- تصنيف التايمز «كيو إس العالمي» البريطاني، من على الموقع الإلكتروني:
- www.timeshighereducation.co.uk
- تاريخ الإطلاع : 27 /06/2014.

- 9- تصنيف شنغهاي الصيني ، من على الموقع الالكتروني:
www.shanghairanking.com
تاريخ الإطلاع: 2014/06/27.
- 10- التصنيف الاسترالي ICU4، من على الموقع
www.4icu.org
تاريخ الإطلاع: 2014/06/27.
- 11- عبد الرحمن بن أحمد صائغ، التصنيفات الدولية للجامعات (تجربة الجامعات السعودية)، المملكة العربية السعودية ، وزارة التعليم العالي، المجلة السعودية للتعليم العالي، مجلة علمية متخصصة محكمة نصف سنوية، العدد الخامس رجب 1432.
- 12- زياد سعيد العاني، الجامعات العربية و أرقى جامعات العالم (دراسة لواقع التعليم العالي و البحث العلمي في الجامعات العربية)، من على الموقع الالكتروني:
http://informatics.gov.sa، تاريخ الإطلاع: 2014/05/03.
- 13- رياض عزيز هادي، الجامعات (النشأة والتطوير- الحرية الاكاديمية- الاستقلالية)، سلسلة ثقافة جامعية، مركز التعلم والتطوير المستمر، جامعة بغداد، المجلد الثاني، العدد الثاني، 2010.
- 14- أحمد صادق عبد المجيد، حقيقة المعايير العالمية لتصنيف الجامعات، المنهل، مجلة للآداب والعلوم والثقافة من على الموقع الالكتروني:
http://www.al-manhalmagazine.com، تاريخ الإطلاع: 2014/06/05 .
- 15- جامعة ديالي، قسم البعثات والعلاقات الثقافية، أبرز التصنيفات الدولية، وزارة التعليم العالي، العراق، 2013، من على الموقع الالكتروني:
http://scr.uodiyala.edu.iq، تاريخ الإطلاع: 2014/06/10
- 16- ميسون دشاش، أبرز الترتيبات و التصانيف العالمية للجامعات، مديريةية التقويم والاعتماد، وزارة التعليم العالي، سوريا، آذار 2013، من على الموقع الالكتروني:
www.accreditation-syria.net، تاريخ الإطلاع: 2014/06/15 .

- 17- اتحاد الجامعات العربية، مجلس ضمان الجودة والاعتماد للجامعات العربية، من على الموقع الالكتروني:
<http://www.aaru.edu.jo>، تاريخ الإطلاع : 2014/05/13 .
- 18- يوسف بن محمد عبد الكريم الثويني، واقع التعليم الجامعي في المملكة العربية السعودية وتوقعاته المستقبلية، من على الموقع الالكتروني:
<http://www.dr-saud-a.com>، تاريخ الإطلاع : 2014/05/19.
- 19- زياد بركات ، د. أحمد عوض، واقع دور الجامعات العربية في تنمية مجتمع المعرفة : من وجهة نظر عينة من أعضاء هيئة التدريس فيها، 2011 ، ص 31، من على الموقع الالكتروني:
<http://www.qou.edu/arabic/researchProgram/researchersPages>.
 تاريخ الإطلاع: 2014/05/11 .
- 20- حيدر حاتم فالح العجرش ، تصور مقترح لتحسين واقع التقويم في الجامعات العربية كوسيلة لضمان جودتها ، شعبة ضمان الجودة في كلية التربية الأساسية ، جامعة بابل ، العراق، من على الموقع الالكتروني:
<http://iso.uobabylon.edu.iq> ، تاريخ الإطلاع: 2014/05/07.
- 21- عبد الرحيم محمد خبير، منظومة التعليم في العالم العربي في عصر الرابعية التكنولوجية، من على الموقع الالكتروني:
<http://www.sudanile.com>، تاريخ الإطلاع: 2014/05/15.

أهمية تقييم المؤسسات في إنجاح مسار الخصخصة في الجزائر

أ.بن حمو عصمت محمد

أ.الهروشي خطاب

جامعة مستغانم

الملخص:

عندما يتعلق الأمر بالخصخصة، فإن موضوع التقييم يصبح بالغ الأهمية ؛ حيث يستمد هذه الأهمية من المكانة الخاصة التي حظيت بها إستراتيجية الخصخصة في الجزائر في السنوات الأخيرة.

فبمجرد أن يتخذ القرار ، تخضع المؤسسات العمومية موضوع الخصخصة إلى عملية التقييم التي يفترض أن تتم على مرحلتين متكاملتين هما على الترتيب: التشخيص و اختيار طرق التقدير الأكثر ملائمة للواقع الذي يكشف عنه التشخيص ثم تقييم المؤسسة .

لكن كون عمليات التقييم تمت في السابق من وجهة نظر محاسبية قاصرة ، أي باستخدام طرق التقييم لوحدها دون الأخذ بعين الاعتبار واقع المؤسسة الذي كان يفترض أن يتم الكشف عنه بواسطة التشخيص ، فقد أدى ذلك إلى ابتعاد عملية التقييم وبالتالي سعر التنازل عن القيمة الحقيقية للمؤسسة.

الكلمات المفتاحية: الخصخصة، المؤسسات العمومية، عملية التقييم، التشخيص، القيمة الحقيقية.

Abstract:

when it comes to the issue of privatization , evaluation becomes of a great importance which is delivered by the strategy of privatization in Algeria in the last decade.

Once the decision is taken, public institutions subjects the issue of privatization to the subject of evaluation that is devided into two phases complementary phases that are respectively the diagnosis and estimation methods that are selected so as to fit best to the real situation of the institution.

However, the fact that, in the past, the assessment processes took place from the perspective of an accounting deficient, that is using the methods of evaluation alone without taking into account the reality of the institution that was supposed to be detected by the diagnosis, led to the decrease of the real value of the institution.

Key words: privatization , public institutions, evaluation, diagnosis, real value

المقدمة

إن التوجه نحو الخصخصة في الجزائر جاء في خضمّ توجه عالمي كبير ضم أكثر من مئة دولة دفعت إليه الجهات المانحة وعلى رأسها صندوق النقد والبنك الدوليين ضمن ما يُعرّف بـ "توافق واشنطن"¹. وقد تزامن ذلك مع تعرض الجزائر في نهاية الثمانينات إلى أزمة اقتصادية - أزمة المحروقات سنة 1986 - كانت شديدة الوطأة على الاقتصاد، وخصوصاً من ناحية انهيار سعر صرف الدينار، ارتفاع المديونية وضعف معدل النمو الاقتصادي على مدى عدة سنوات. إضافة إلى ضعف أداء القطاع العام. وبالتالي وكغيرها من الدول التي شهدت أزمات اقتصادية ناجمة عن تفاقم الإنفاق العام والتضخم و تراكم المديونية ، كانت الخيارات محدودة ، فلم يكن هناك بديل عن الانصياع للمؤسسات الدولية التي تطلّبت قدرًا عاليًا من التقشف في الإنفاق، وتحرير الأسواق و خصوصاً الخصخصة.

وبالتالي ظهر التقييم كمفهوم يفرض نفسه للدور المحوري الذي يلعبه في إنجاح سياسة الخصخصة. وقصد الإلمام بمختلف جوانب هذه الدراسة، برزت أهمية الإجابة على السؤال الجوهرى التالي ماهو المسار الذي مرت به إستراتيجية الخصخصة في الجزائر، و ما مدى قصور طرق التقييم المعتمدة في ذلك ؟

¹ سمي كذلك نظرا لكونه ضم ثلاث هيأت مقرها واشنطن.

1- تعريف الخوصصة:

الخوصصة هي عبارة عن مجموعة من السياسات المتكاملة التي تهدف الاعتماد الأكبر على آليات السوق ومبادرات القطاع الخاص و المنافسة من اجل تحقيق التنمية و العدالة الاجتماعية² كما تم تعريف الخوصصة في الامر رقم 04-01 في 20 أوت 2001، المتعلقة بالتنظيم والتسيير وخصوصة المؤسسات العمومية الاقتصادية.

حسب مضمون القانون 04-01، "تحدد الخوصصة أية صفقة تؤدي إلى التحويل إلى أشخاص أو أشخاص معنويين ذوي القانون الخاص في المؤسسات العمومية، كما في ملكية:

- كل أو جزء من رأس مال الشركات التي تملكها الدولة بشكل مباشر أو غير مباشر أو من طرف أشخاص معنويين ذوي القانون العمومي ، ببيع الأسهم، أو حصص من رأس المال أو الاشتراك في زيادة رأس المال؛
- الأصول التي تشكل وحدة استغلال مستقلة للشركات التابعة للدولة."³

كما يمكن تعريفها على أنها فلسفة اقتصادية حديثة ذات إستراتيجية لتحويل عدد كبير من القطاعات الاقتصادية و الخدمات الاجتماعية التي لا ترتبط بالسياسة العليا للدولة من القطاع العام إلى القطاع الخاص أو هي علاقة تعاقدية بين الدولة و القطاع الخاص و ذلك بإدخال الخبرة الإدارية لهذا القطاع في أنشطة المنشآت العامة وإدارتها وفقا لطريقة تسيير المنشأة الخاصة.⁴

2- المبررات النظرية لخوصصة المؤسسات الجزائرية:

يمكن تقسيم تبريرات تبني الجزائر برنامج الخوصصة إلى قسمين :

- **مبررات مستوى الاقتصاد الجزئي :** على مستوى الاقتصاد الجزئي سوف نحاول شرح تفوق فاعلية المنشآت الخاصة على المنشآت العامة وذلك بالتطرق إلى بعض الدراسات

² شهاب حمد شيهان ، إشكالية الخصخصة و انعكاساتها في رفع كفاءة الأداء الاقتصادي، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية و الادارية ، العدد 2، 2008، ص 03

³ الجريدة الرسمية رقم 62 بتاريخ 24 أكتوبر 2001

⁴ -حالد حمدي حمدون المشهداني ، الخصخصة وأثارها في معدلات التضخم وانعكاساتها على معدلات النمو الاقتصادي ، دار وائل لنشر الأردن، 2013، ص 14

التي حاول من خلالها الاقتصاديين معرفة العلاقة بين طبيعة حقوق الملكية ومفهوم فاعلية المنشأة، ويمكن تلخيص هذه الدراسات كما يلي:

جدول رقم (1): دراسات مقارنة بين نتائج المنشآت العمومية والخاصة

مقارنة بين نتائج المنشآت العمومية والخاصة في القطاع الصناعي التركي خلال الفترة 1963-1976	1982	كرجر (krueger) وتونس (tuncer)	رغم أن متوسط نسبة النمو للإنتاجية العامة للعوامل بالمنشآت العامة (2.65) أعلى بكثير من نسبة النمو للمنشآت الخاصة (1.84)، فلقد أظهرت 10 منشآت خاصة من 14 منشأة فعالية أكبر فيما يتعلق برأس المال واستعمال العمل بوحدة المنتج من نظيرتها بالقطاع العام .
مقارنة بين نتائج المنشآت العمومية و الخاصة في القطاع الصناعي التنزاني خلال الفترة 1970-1975 .	1981	كيم (kIM)	بالقطاع الخاص المخرجات الخام (المنتجات الخام) بوحدة رأس المال والفائض كنسبة للقيمة المضافة أعلى بنسبة 14.4% و 7.7% من القطاع العام. لدى المؤسسات الخاصة فائض عملي، بينما تكبدت المنشآت العمومية خسائر كبيرة.
مقارنة نتيجة المصانع (المطاحن ميلز) الاندونيسية العمومية و الخاصة.	1982	هيل: HILL	كانت نتائج المنشآت العمومية غير مرضية في معظم الحالات . مع فشل القطاع العام في تسجيل مدا خيل كافية لتغطية التكاليف.
مقارنة بين نتائج المنشآت العمومية و الخاصة في البلدان النامية.	1984	كيرك: KIRK	كانت نتائج المنشآت العمومية غير مرضية في معظم الحالات . مع فشل القطاع العام في تسجيل مدا خيل كافية لتغطية التكاليف.
مقارنة بين نتائج المنشآت العمومية و الخاصة العاملة في مختلف القطاعات من الاقتصاد البريطاني (1971-1980).	1982	بيرك: PYRKE	اظهرت المنشآت العمومية بكل النشاطات نتيجة ضعيفة بمفهوم استعمال الموارد اقل مرد ودية .

Source : Nacer-Eddine SADI «La Privatisation Des Entreprises Publiques en Algérie , Objectifs ,Modalités et Enjeux.2005.P 75

من الدراسات السابقة نلاحظ ضعف فعالية المنشآت العمومية و ذلك بسبب من العوامل

التي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- الوضعية الاحتكارية التي تعمل فيها المنشآت العمومية

- التغطية الدائمة من طرف حكومات الدول للعجز والأزمات المالية بالمنشأة العمومية لتجنيبها الإفلاس.

- تعدد الأهداف في المنشأة (الاقتصادية و الاجتماعية) التي تساعد تبرير الأخطاء المرتكبة من طرف المسيرين.

• مبررات مستوى الاقتصاد الكلي :

ليست مشكلة طبيعة الملكية المنشأة وغياب التحفيز في تسيير المنشأة العامة هي العوامل الوحيدة التي أدت إلى الاهتمام بعملية الخوصصة بل تمت عوامل خارجية تتمثل في أزمة المديونية (ارتفاع نسبة الديون الخارجية) كما هو مبين في الجدول :

جدول رقم (2) :الديون الخارجية للجزائر من 1980-1997 (الوحدة مليار دولار)

1980	1982	1983	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1997
17.05	14.97	14.32	16.51	20.56	24.60	25.04	25.44	26.58	31.06

المصدر:المعلومات الخاصة ببنك الجزائر

مقارنة نسبة الديون الخارجية سنة 1987 (24.6 M\$) و سنة 1980 (M \$ 17.05) نلاحظ انه تمت ارتفاع بنسبة 44%، وهذا الارتفاع متواصل إلى أن يصل إلى مستوى (M 31.06\$) سنة 1997 أي معدل ارتفاع مقارنة مع سنة 1980 يقدر ب 82%.⁵ إن هذا الارتفاع الكبير في نسبة الديون الخارجية قلل من ثقة المؤسسات المالية الدولية في قدرة الجزائر على تسديد ديونها وفرضت عليها تطبيق مجموعة من الإصلاحات الهيكلية و التي يعد برنامج خوصصة المؤسسات العمومية من أهم مكوناتها.

3- مسار الخوصصة في الجزائر:

⁵ HOUCINE BENISSAD ; ALGERIE : RESTRUCTURATIONS ET REFORMES ECONOMIQUES (1979-1993) ; OPU ; 1994 ; P147

لقد تم تطبيق برنامج الخصخصة في الجزائر سنة 1995 بواسطة صدور أول نص أمر 95-22 في 26 أوت 1995 تم تعديله بواسطة نص أمر ثاني 97-12، الصادر في 19 مارس 1997⁶، حيث تمت نقل ملكية عدد معتبر من المؤسسات الحكومية، ويمكن تلخيص مسار هذا البرنامج في الجدول التالي :

جدول رقم (3): المؤسسات التي تم خصصتها في الفترة: 1995-2003

المكتسبات	تقنية الخصخصة المستعملة	نسبة رأس المال الذي تم خصصته	مجال النشاط	المؤسسة التي تم خصصتها
المكتسبات المالية من العملية.	الاعتماد على البورصة	20%	السياحة.	فندق الاورسي
المكتسبات المالية من العملية.	لا اعتماد على البورصة	20%	كيمياء صيدلانية.	سيدال
المكتسبات المالية من العملية.	لا اعتماد على البورصة	20%	صناعة غذائية	سظيف ERIAD
50 مليار دينار بغرض تطوير المنشأة .	المساهمة في رأس المال	70%	صناعة الحديد و الصلب	الحجار SIDER
استثمار تطويري للمنشأة+ الماركة.	المساهمة في رأس المال	60%	لوازم التنظيف	ENAD

SOURCE: ANDREFF WLADIMIR, " Reformes, libéralisation, privatisation en Algérie". Confluences Méditerranée, 2009/4 N 71 ,P51.

إن عدد المنشآت الحكومية التي تم خصصتها في هذه المرحلة (8 سنوات) هو 5 مؤسسات و هي نسبة جد ضعيفة.

⁶ HAMAMDA MOHAMAD TAHAR ; PRIVATISATION DES ENTREPRISES PUBLIQUE EN ALGERIE. ; GEOECONOMIE ; 2011 ; P 139.

جدول رقم (4) : عدد المؤسسات التي تم خوصصتها خلال الفترة: 2003-2007

السنوات	2003	2004	2005	2006	2007	2008
الخوصصة الكلية	05	07	50	62	68	192
خوصصة جزئية. (<50)	01	02	11	12	07	33
خوصصة جزئية. (>50)	00	03	01	01	06	11
شراء من طرف العمال. (RES)	08	23	29	09	00	69
شراكة (PARTENARIAT)	04	10	04	02	09	29
بيع الأصول للخووص.	02	13	18	30	20	83
المجموع	20	58	113	116	110	417

SOURCE : Hamamda Mohamed Tahar ; Privatisation Des Entreprises Publique En Algérie ; Géo-économie ; 2011.P147

هذه المرحلة عرفة انتعاش في عملية الخوصصة مقارنة مع المرحلة الأولى تترجم الرغبة الحقيقية للحكومة في التخلص من المنشآت العمومية التي كانت نسبة كفاءتها ضعيفة.

4- التقييم المعتمد في تقييم المؤسسات الجزائرية موضوع الخوصصة:

لم يقيم المشرع الجزائري بتحديد طريقة معينة يتم بها حساب قيمة المؤسسة، وأشار إلى أنه يجب إختيار الطريقة الأكثر ملاءمة لأسلوب التنازل كلي أو جزئي، مادي أو معنوي. إلا أنه سرد المعاملات الواجب تطبيقها في إعادة تقييم الاستثمارات المادية فقط دون أدنى اشارة للأصول المعنوية.

المرحلة الأولى لإعادة التقييم (المرسوم التنفيذي 90-103 المؤرخ في 27 مارس 1990)⁷

⁷ الجريدة الرسمية رقم 14 المؤرخة بتاريخ 04 أبريل 1990 ص 408

المرحلة الثانية لإعادة التقييم (المرسوم التنفيذي 93-250 المؤرخ في 24 أكتوبر 1993)⁸

المرحلة الثالثة لإعادة التقييم (المرسوم التنفيذي 96-336 المؤرخ في 12 أكتوبر 1996)⁹

5- التشخيص كخطوة أولية و أساسية في عملية التقييم:

يعتبر التشخيص أصدق تعبير عن الامكانيات الحقيقية للمؤسسة البشرية و المادية منها كما أنه يمس كل ماله علاقة بنشاط المؤسسة من الداخل و الخارج. داخليا يركز التقييم على عدة نشاطات منه التسويق و أثره على المبيعات الانتاج و التكنولوجيا المستعملة الموارد البشرية و مدى تمكنها و ملائمتها لطبيعة النشاط من مؤهلات علمية و خبرة دون الإغفال عن الجانب المالي الذي يعبر عنه بالمردودية و النجاحة. أما خارجيا فمن الضروري على المقيم فحص قدرة المؤسسة على ضمان مكانتها في محيطها من خلال تحديد الفرص و التهديدات لضمان مصداقية و فعالية التشخيص كان لا بد أن يتم وقف شروط و خطوات منظمة و مرتبة تهتم من خلالها خاصة على العناصر المؤثرة في قيمة المؤسسة.

تعريف التشخيص و أهميته قبل الشروع في التقييم:

يعرف Brown التشخيص كما يلي "من المفروض أن يتعلق التشخيص بالطب، و في الصناعة نلجأ الى تحليل المؤسسات حيث يكون الهدف من ذلك هو إبراز عيوبها و الخلل فيها"¹⁰. بغض النظر عن شروط، مراحل و مصادره الداخلية منها و الخارجية يهدف التشخيص الى إعطاء صورة دقيقة و واقعية للمؤسسة دون التركيز على مردوديتها و إن كانت مرتفعة أي تحديد حجم المخاطرة المتعلقة بها إذ لا معنى لمردودية عالية مع مؤسسة هشة.

⁸ الجريدة الرسمية رقم 69 المؤرخة بتاريخ 27 أكتوبر 1993 ص 08

⁹ الجريدة الرسمية رقم 60 المؤرخة بتاريخ 13 أكتوبر 1996 ص 408

¹⁰ Alain marion, *Le diagnostic de l'entreprise*, Edit Economica, paris 1995 p 08

الجدول رقم (5) :أهم عناصر التشخيص

<p>العناصر المتعلقة بموردي المؤسسة وتشمل:</p> <ul style="list-style-type: none"> - عدد الموردين - إمكانية التفاضل أو تغيير الموردين في حالة الحاجة إلى ذلك؛ - سهولة التفاوض في شروط الشراء و اقتناص امتيازات من خلال المنافسة بينهم؛ - نوعية الخدمات والسلع المقدمة من طرف الموردين (التسليم في الآجال، آجال التسديد، تخفيضات، امتيازات اضافية...). 	<p>العناصر المرتبطة بعملاء المؤسسة وتشمل:</p> <ul style="list-style-type: none"> - التعامل المستمر مع المؤسسة؛ - عدد العملاء؛ - نوعية العملاء؛ - إمكانية تطور التعامل مع العملاء؛ - الصلة الجيدة مع العملاء
<p>العناصر المتعلقة بتنافسية منتجات المؤسسة، وتشمل:</p> <ul style="list-style-type: none"> - نوعية المنتجات - الأسعار التنافسية - الحصة السوقية - القدرة التنافسية للمنتج و حدة المنافسة 	<p>العناصر المتعلقة بعمالة المؤسسة وتشمل:</p> <ul style="list-style-type: none"> - المعرفة المكتسبة من طرف العمال؛ - نوعية العلاقة بين الإدارة والمستخدمين - التحكم في متطلبات المناصب الإدارية و التقنية منها
	<p>العناصر المتعلقة بالتمويل وتشمل:</p> <ul style="list-style-type: none"> - إمكانية الاقتراض - تعدد طرق التمويل - السمعة المالية للمؤسسة

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على عدة مصادر.

من كل هذا يتبين لنا أن عملية التشخيص هي خطوة ضرورية تمنح للمقيم صورة حقيقية للمؤسسة ، تعطي صورة عن القيم المعنوية كما تعتبر نقطة ارتكاز لتحديد طرق التقييم الأكثر تماشياً مع إمكانات المؤسسة.

6- طرق تقييم المؤسسة حسب عدة مقاربات :

توجد عدة طرق تهتم بعملية التقييم منها ما تعتمد على الإمكانيات المالية ، المادية والمعنوية إلا أنه ومما لا شك فيه أنه من غير الممكن إعطاء قيمة دقيقة للمؤسسة . فالمتقيمون يستعملون طرقاً، أو فرضيات مختلفة قد تعطي نتائج متميزة قد تكون نقطة بداية للتفاوض بين البائع والمشتري على العموم يمكن أن نميز بين ثلاث مقاربات للتقييم:

المقاربة الأولى: "مقاربة الذمة المالية" "Approche Patrimoniale"

تستعمل عاداتاً في تقييم المؤسسات التي يكون مشكوكاً في استمرارية نشاطها، مع هذا فقد تستخدم لما يكون من المحتمل مواصلة النشاط خاصة لما تعكس قيمة عناصر الأصول إمكانية تحقيق الربح، أو ما يتعلق الأمر بإعطاء حكم حول قيمتها الاستغلالية، ولكن تقييم هاته الأصول يكون بإجراء تعديلات على القيمة الدفترية أما من حيث نوع المؤسسة فتستعمل " في تقييم المؤسسات المتوسطة والصغيرة وكذا المؤسسات ذات الأصول الضخمة"¹¹ .

"تضم مقاربة الذمة المالية مجموع الطرق التي تمثل الصفة التاريخية وليس التقديرية . فهذه الطرق تعتمد أساساً على ذمة المؤسسة، أي ميزانيتها، وعند الحاجة الملاحق، فهي مقارنة تصنف بالسكون، على عكس المقاربات التقديرية أو التوقعية التي تركز على تقدير التدفقات المستقبلية للأرباح، توزيعات الأرباح، أو التدفق النقدي للمؤسسة"¹²

1- طريقة الأصول الصافية المحاسبي¹³ ANC :

تعتمد هذه الطريقة في التقييم على القيم الدفترية أو القيم الواردة في الميزانية لكل من الأصول والخصوم واجبة السداد. تعتمد على التكلفة التاريخية للأصول وتحمل القيمة الحقيقية

¹¹ Jean- Etienne Palard, franck imbert, *guide pratique d'évaluation d'entreprise*, Eyrolles, 2013 p 137

¹² Tchameni Emmanuel, *l'évaluation des entreprises*, édition Economica, Paris, 1993, P8

¹³ Actif Net comptable

والفعلية لتلك الأصول حيث لاتراعي التضخم السعري والتغيرات في الاسعار وتهمل القدرات الاقتصادية للشركة في النمو في المستقبل.
نحصل على قيمة المؤسسة حسب هذه الطريقة كالاتي:

$$\text{قيمة المؤسسة} = \text{إجمالي الأصول} - \text{إجمالي الخصوم المستحق}$$

مثال: تم اختيار مؤسسة وطنية مختصة في صناعة العصائر "نفاوس" خضعت للخصوصية .

الجدول رقم (06) : ميزانية المؤسسة

المبالغ الصافية	الخصوم	المبالغ الإجمالية	الأصول
992100	رؤوس الأموال الخاصة رأس المال	25000	الأصول الغير جارية التثبيتات المعنوية
142000	مؤونات الأخطار	1376000	التثبيتات العينية
159000	النتيجة الصافية	27500	التثبيتات المالية
1150000	مج رؤوس الأموال الخاصة	1428500	مج أصول غير الجارية
476000	الخصوم الجارية موردو المخزونات و لخدمات	940000	الأصول الجارية مخزونات البضائع
217000	الضرائب الدائنة	97000	الزبائن
56000	المنتوجات معينة مسبقه	63000	سندات في الحافظة
120000	الفوائد المنتظرة	14000	الأعباء معينة مسبقا
100000	المساهمات البنكية الجارية	175100	بنوك الحسابات الجارية
969000	مج الخصوم الجارية (2)	1289100	مج أصول الجارية
2119000	مج الخصوم	2717600	مجموع الأصول (1)

$$\text{قيمة المؤسسة} = 969000 - 2717600 = (2) - (1) = 1748600$$

للوصول إلى قيمة المؤسسة بأكثر دقة لا يمكن الاعتماد على قيمة كل من الأصول والخصوم كما تظهر بالميزانية ؛ حيث تطراً بعض التعديلات التي لا بد منها على هذه العناصر، يتعلّق الأمر

أساسا باستبعاد الأصول غير الحقيقية المعروفة بالأصول المعنوية¹⁴ من القيمة الإجمالية للأصول و إضافة بعض العناصر إلى الديون كالضريبة على الأرباح ، وتوزيعات الأسهم ، والضريبة على مخصصات الخسائر الملغاة أو مخصصات الخسائر التي صارت واجبة السداد

2- طريقة الأصول الصافية المعدلة¹⁵ ANCC :

تعتمد هذه الطريقة على نفس المبدأ الذي تعتمده الطريقة السابقة إلا أنها تأخذ بعين الاعتبار كلّ التغيرات التي يمكن أن تتعرض لها القيمة الدفترية بالارتفاع أو الانخفاض الأمر الذي يحتم مراجعة هذه القيمة .ولأجل ذلك فقد سخرت بعض التقنيات يتطلّب استعمالها الأخذ بعين الاعتبار عوامل عديدة أهمها : الأسباب التي وجدت من أجلها عملية التقييم، نوع الأصل ووضعيته ومدى أهميته في نشاط المؤسسة تقوم هذه الطريقة على تقييم منفصل لمختلف عناصر أصول و التزامات المؤسسة، ليتم بعد ذلك جمعها للحصول على قيمة المؤسسة

2-1- تقييم الأصول المادية:

تضم الأراضي، المباني، المعدات، و المخزونات. ولتقييمها يمكن الإستعانة بعدة طرق من بينها نذكر :القيمة السوقية، القيمة الاستعمالية، تكلفة إعادة الإنشاء أو الإنتاج، والقيمة الإقتصادية.

أ- القيمة السوقية : تعبر عن السعر الذي يمكن أن نتنازل به عن أصل ما اعتمادا على

أسعار استثمارات مماثلة للأصل لموضوع التقييم، تستعمل عاداتا في تقييم الأراضي

ب-القيمة الإستعمالية : تعكس المنفعة المتأتية من استغلال أصل ما تستعمل عاداتا في

تقييم المباني الصناعية.

القيمة الاستعمالية للمبنى = تكلفة البناء × معامل القدم × معامل إعادة التقييم

¹⁴ براءات الاختراع، حقوق التأليف والنشر، حقوق الامتياز، تكاليف التأسيس، تكاليف تطوير برامج الحاسبات

¹⁵ Actif Net comptable Corriger

ت-تكلفة إعادة الإنشاء أو الإنتاج : وتعتبر عن التكلفة الواجب إنفاقها لإنتاج أصل مماثل

للأصل موضوع التقييم

كما يمكن الاستعانة بطريقة أخرى في تقييم الأصول تأخذ بعين الاعتبار الجانب الاقتصادي للأصل أي ما يمكن ان يتأتى من الأصل من إيرادات.

د - القيمة الاقتصادية : تحاول هذه الطريقة إعطاء تصور تقريبي عن قيمة الأصول بالاعتماد على التدفقات المستقبلية التي يمكن أن تنشأ عن الأصل.

2-1-1- تقييم المخزون: يتم بصفة بسيطة عن طريق احتساب الكميات و سعر التكلفة أي

تكلفة الانتاج بالنسبة للإنتاج التام أو تكلفة الشراء بالنسبة للمواد الأولية.

2-2- تقييم الأصول الغير مادية(المعنوية):

تضم الأصول التي ليس لها وجود مادي إلا أنها لازمة لنشاط المؤسسة، حيث تساهم كباقي عناصر الأصول في تحقيق أهدافها مثل شهرة المحلّ وحقوق الملكية الصناعية والتجارية و عقود الامتياز. فيما يتعلّق بشهرة المحلّ فيتم تقييمها بطرق خاصة.



الشكل رقم (1) : الأصول المعنوية أو الغير ملموسة

2-2-1- المصاريف الإعدادية

تمثل في جميع المصاريف التي تحملتها المؤسسة عند انشائها كمصاريف الدراسات

والأبحاث والمصاريف الإدارية والتي يتم إطفائها في أجل لا يتعدى خمس سنوات. لذلك فلا

يمكن اعتبارها إحدى مكونات الذمة المالية للمؤسسة، مما يتطلب استبعاد قيمتها من القيمة الإجمالية للأصول.

2-2-2- شهرة المحل :

شهرة المحل تشمل مجموع العناصر الغير ظاهرة ماديا و الموجودة محاسبيا و التي تسمح بتطور نشاط المؤسسة. شهرة المحل المنشأة من نشاط المؤسسة لحاجته و الغير مشترة من الغير جاهزة لا تظهر في الميزانية. و لا يمكن تثبيت شهرة المحل إلا إذا تم تحديدها بصفة مشخصة في عقد الاقتناء. شهرة المحل لا تحتلك، لكن تخضع مبدئيا إلى مخصصات مؤونة تدني القيمة. 16

" المعيار المحاسبي الدولي IAS 38 "الأصول غير المادية" يفرض تثبيت الأصول غير المادية سواء كانت مقتناة أو منشأة بصفة داخلية من طرف المؤسسة نفسها إذا كانت:

- المنافع الاقتصادية المستقبلية المرتبطة بهذا الأصل مولدة لتدفقات نقدية صافية (Cash-flow)،
- تكلفة الأصل يمكن تقييمها بمصدافية.

معالجة الأصول غير المادية في إطار المعايير الدولية للإفصاح المالي IFRS تميز بين الأصول المنشأة من طرف المؤسسة و تلك المقتناة من الغير تشدد على الأولى بشروط إضافية. وعليه فإن شهرة المحل و العلامات و عناوين الجرائد و ملفات الزبائن و المصاريف الاعدادية و التكوين و مصاريف الإشهار أو تغيير المقر لا يمكن تثبيتها¹⁷.

¹⁶ قام المجلس FASB سنة 2001 بنشر قائمة معايير المحاسبة المالية رقم 142 المعنونة " الشهرة و الأصول غير الملموسة الأخرى " و قد غيرت هذه القائمة المعالجة للشهرة.

¹⁷ Jean- Etienne Palard, franck Imbert, p 154

يمكن احتساب قيمة شهرة المحل بالاعتماد على عدة طرق نذكر منها:

• أسلوب تقويم الأرباح الزائدة:

تعني الأرباح الزائدة تلك الأرباح التي تخاطر المؤسسة من أجلها أي الفرق بين فائدة المؤسسة و الفائدة دون مخاطرة أو الأنشطة المماثلة وهذه الأرباح الزائدة أو غير العادية تمثل مؤشر عن وجود أصول غير محددة القيمة وغير ملموسة تساهم في تحقيقها وهي شهرة المحل.

تعتمد على عدة عوامل :

تحديد المعدل العادي للأرباح على الاستثمارات أو الأنشطة المماثلة أو في مجال الصناعة التي تعمل فيها المنشأة بتجديدها بصفة مستقلة أو الحصول على متوسط العائد في نفس الصناعة أو الحصول على نشرات أو إحصائيات مالية اقتصادية تعدها الجهات الحكومية أو دراسة القوائم المالية للمنشآت أو الأنشطة المماثلة وبتجديده يمكن تحديد الأرباح العادية المتوقعة للمنشأة كالتالي:

$$\text{الأرباح العادية المتوقعة} = \text{القيمة العادلة لصافي الأصول الممكن تحديدها}^{18} \times \text{معدل الأرباح العادية}^{19} \quad (i)$$

تحديد تقديرات الأرباح المستقبلية للمنشأة اعتمادا على متوسط الأرباح الفعلية في الماضي واعتبار المتوسط كمؤشر عن الأرباح المتوقع تحقيقها في المستقبل

$$\text{متوسط الأرباح الفعلية} (B) = \text{مجموع الأرباح الفعلية لعدد من السنوات} / \text{عدد السنوات}$$

$$^{20}GW = (B1 - iANR) / i$$

أو قيمة الشهرة المقدرة = الأرباح الزائدة X عدد السنوات المتوقع خلالها تحقيق هذه الأرباح

¹⁸ عادتا ما تستعمل قيمة الاصول الصافية المعدلة

¹⁹ معدل دون مخاطرة

²⁰ GW قيمة الشهرة المقدرة، i معدل الرسملة، و نحصل عليه بإضافة نسبة مئوية معينة تعكس المخاطرة إلى المعدل i

المقاربة الثانية : الطرق تركز على خصم التدفقات النقدية cash flow

التقييم المرتكز على تدفق الأرباح:

من أجل إيضاح العملية أي التقييم المرتكز على تدفق الأرباح نأخذ مثال عن نفس المؤسسة أي مؤسسة نقاوس و ذلك لمدة ثلاث سنوات كما هو موضح :

الجدول رقم (07) : أرباح المؤسسة بألف دينار

2007	2008	2009
44700	24500	140000

$$t = i (1 + R)$$

حيث:

t : معدل العائد المرغوب فيه من طرف المستثمر

i : معدل العائد الحالي من المخاطرة

R : علاوة المخاطرة²¹.

مثال :

إذا كان i المعدل دون مخاطرة 5% و علاوة المخاطرة 150% يصبح

$$t = 0.05 (1 + 1.5) = 12.5\% = 0.125$$

$$B_n = B + B (1 + t) + B (1 + t)^2 + \dots + B (1 + t)^{n-2} + B$$

$$(1 + t)^{n-1} + B (1 + t)^n$$

يمثل هذا المجموع مجموع متتالية هندسية حدها الأول B و أساسها (1 + t)

$$B_n = B (1 + t)^n - 1/t$$

²¹ تزيد و تنقص هذه القيمة حسب نتائج التشخيص التي تبين مدى مخاطرة المؤسسة

$$V(1+t)^n = Bn \rightarrow V(1+t)^n = B(1+t)^n - 1/t$$

$$V = B(1+t)^n - 1/t(1+t)^n$$

$$B = 44700 + 24500 + 14000/3 = 73866,67$$

$$V = 73866,67 \frac{(1+0.125)^3 - 1}{0.125(1+0.125)^3} = 175901.96$$

نشير هنا إلى إمكانية استعمال عدة تدفقات نقدية أخرى بدلا عن الأرباح مباشرة كربع شهرة المحل مثلا إلا أن طريقة الحساب تبقى على حالها.

الخاتمة:

مهما كانت الطريقة المتبعة لتقييم المؤسسة، فلا بد من التشخيص العام لها، وهذا يفترض معرفة جيدة بالوثائق المحاسبية، وإعداد تشخيص مالي، تقني، تجاري وبشري. مما لا يطرح إشكالية في التقييم كما هو حاصل في مناسبات عديدة ومنها الخوصصة؛ حيث يفترض أن تستند الدولة على نتائج التشخيص في تحديد سعر التنازل عن المؤسسات العمومية.

تفرض عملية التقييم المرور بمرحلتين متكاملتين هما على الترتيب: التشخيص الذي يعطي صورة عن المؤسسة واختيار طريقة التقييم المناسبة لها، استخدام طرق تقدير قيمة المؤسسة التي تصنف إلى ثلاثة مداخل رئيسية هي: مدخل الذمة المالية، مدخل قيمة المدروسة، ومدخل الطرق المختلطة.

ونتيجة للقصور الذي ميز عمليات التقييم التي تمت في الجزائر سابقا والتي إهتمت بمعالجة قيمة المؤسسة من وجهة نظر محاسبية (دفترية)، أي باستخدام طرق التقييم لوحدها دون العودة إلى الهدف من الخوصصة و بالتالي إهمال القيم المعنوية، فقد كان من الصعب تحديد سعر مناسب للتنازل يخدم مصالح الأطراف المعنية بالخوصصة خاصة مصلحة الدولة.

قائمة المراجع :

المراجع باللغة العربية:

1. خالد حمدي حمدون المشهداني، الخصخصة وأثارها في معدلات التضخم وانعكاساتها على معدلات النمو الاقتصادي، دار وائل لنشر الأردن، 2013
2. أشواق بن قدور، تقييم المؤسسات وفقا لرأس المال غير مادي، دار الرياة للنشر و التوزيع، الأردن، 2012 .
3. شهاب حمد شيهان ، إشكالية الخصخصة و انعكاساتها في رفع كفاءة الأداء الاقتصادي، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية و الادارية، العدد 2، 2008 .
4. الجريدة الرسمية رقم 62 تاريخ 24 أكتوبر 2001
5. الجريدة الرسمية رقم 14 المؤرخة بتاريخ 04 أبريل 1990 .
6. الجريدة الرسمية رقم 69 المؤرخة بتاريخ 27 أكتوبر 1993 .
7. الجريدة الرسمية رقم 60 المؤرخة بتاريخ 13 أكتوبر 1996 .

المراجع باللغة الفرنسية:

8. Jean- Etienne Palard, franck Imbert, *Guide Pratique Dévaluation D' Entreprise* ,Eyrolles ,2013
9. Georges Legros ; *L'évaluation Des Entreprises* ; dunod ;paris ; 2011.
10. Claude Annie Duplat , *Evaluez Votre Entreprises*, Vuibert, Paris,2007
11. Nacer-Eddine SADI «*La Privatisation Des Entreprises Publiques en Algérie, Objectifs, Modalités et Enjeux*.OPU ; 2005.
12. Tchemeni Emmanuel, *L'évaluation Des Entreprises*, édition Economica, Paris, 1993
13. Houcine Benissad ; *ALGERIE : Restructurations et Reformes Economique (1979-1993)* ; OPU ; 1994

14. Alain Marion, *Le Diagnostic De L entreprise*, Edit Economica, Paris, 1995.
15. Hamamda Mohamed Tahar ; *Privatisation Des Entreprises Publique En Algérie* ; Geoeconomie ; 2011.
16. Andreff Wladimir, " *Reformes, Libéralisation, Privatisation En Algérie*". Confluences Méditerranée, 2009/4 N 71

بيع المراجعة للأمر بالشراء وحكمه في البنك الإسلامي

أ.حايي عبد اللطيف

أ. بليبة محمد

جامعة تلمسان

الملخص :

البنك الإسلامي مع حداثة أثبت جدارته في أنه الأحسن لتصدر الوساطة المالية في حدود الشريعة الإسلامية بدلا من البنوك التقليدية، لكن عليه اتباع الشريعة في المعاملات المالية الإسلامية كما ينبغي، مع استعمال الحدثة التكنولوجية في أعماله، فهو يجمع بين الأصالة الشرعية والحدثة العصرية.

ومع تحقيق تلك النتائج الجيدة في النظام المصرفي، إلا أنه لم يحقق ما يطمح له بدرجة كبيرة، وذلك لوجود بعض المخالفات التي لم يتم تسويتها ومن ذلك بيع المراجعة المعاصرة في البنوك الإسلامية، التي هي موضوع بحثنا.

الكلمات المفتاحية: الشريعة الإسلامية، البنك الإسلامي، بيع المراجعة، الأمر بالشراء.

Résume :

Les banques islamiques aujourd'hui ont prouvé leur efficacité en ce qui concerne la médiation monétaire tout en respectant les préceptes théologiques LA CHAREAA ce qui n'est pas le cas pour les banques standards, or elles leur faut suivre les règles et lois prescrites par la chareaa tout en respectant l'évolution technologique dans ce domaine .il s'agit d'une fusion entre le suranné et l'actualité.

Tout en réalisant de bons résultat dans le système monétaire les banques islamiques n'arrivent pas a atteindre les objectifs assignés et ce en raison des infractions qu'elles croisent tel que la vente par Mourrabaha, objet de notre modeste recherche.

Mots clés : préceptes théologiques, chareaa, banques islamiques.

المقدمة

إن العالم الاقتصادي تطور تطوراً كبيراً لا يكاد يتصور حيث أصبحت معاملات اقتصادية تتم في ثوان معدودة، بعد أن كانت تستغرق شهوراً عديدة، ومن ذلك المبادلات المالية التي تتم في البنوك والمؤسسات المالية والبورصات العالمية، حيث يعتمد الاقتصاد على التمويل المالي والتحويلات الكبرى.

لهذا تظهر أهمية البحث في أن المعاملات المالية لا بد وأن تتم في البنك، حيث المعاملات المالية الإسلامية تختلف اختلافاً كلياً عن المعاملات المالية التقليدية، فالأول تطبق في البنوك الإسلامية والثانية تكون في البنوك التقليدية، فالبحث يزيد في توضيح المعاملات المالية الإسلامية المطبقة في البنوك الإسلامية موافقة للشريعة الإسلامية وفي نفس الوقت ذات فاعلية ومردودية يشترط في هذا البنك أن تتوفر فيه متطلبات ومعايير تجمع عنصرين مهمين أولاً بين ما هو عصري من حيث المستجدات والتطور الهائل للمعاملات المالية العالمية الحديثة، وثانياً أن يكون هذا التقدم والتطور في حدود ما تبيحه الشريعة الإسلامية مما كان موجود من المعاملات أو هو مستجد في عالم المعاملات المالية.

وعليه يمكن طرح إشكالية الموضوع في السؤال الجوهرى التالي: ماهي أحكام بيع المرابحة

المعاصرة في البنك الإسلامي؟

ولمعالجة هذه الإشكالية سيتم تناول هذه الدراسة من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية البنك الإسلامي.

المبحث الثاني: خصائص وأهداف البنك الإسلامي.

المبحث الثالث: أحكام بيع المرابحة المعاصرة في البنك الإسلامي.

المبحث الأول: ماهية البنك الإسلامي

إن البنوك الإسلامية كانت واقعة جديدة ظهرت في العالم الإسلامي نظرا للنهضة الإسلامية للمسلمين، ولم تقتصر على العالم الإسلامي فقط، بل حتى من غير المسلمين أدركوا نفعها في مدى مجانبتها للأزمات المالية وتحقيقها الاستقرار الاقتصادي والمالي، وإن لم يكن على أساس اعتقادي في احتساب المحرمات في الشريعة الإسلامية، وأظهر هذه المحرمات في المعاملات المالية الفائدة التي سميت بغير اسمها.

المطلب الأول: نشأة البنك الإسلامي:

بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية حصلت العديد من الدول الإسلامية على استقلالها، وصاحب ذلك تطور في الاقتصاد الإسلامي، حيث بدأت إعادة النظر في النظام المالي الربوي في بعض الدول نظرا لتحريم الإسلام للربا، وأصبح يحل محله تدريجيا مبدأ المشاركة في الربح والخسارة، المبدأ الذي جاءت به البنوك الإسلامية.

ظهرت إلى الوجود فكرة البنوك الإسلامية بلا فائدة على أسس إسلامية في أواخر الخمسينات من القرن العشرين، حيث أنشأت في إحدى المناطق الريفية في باكستان مؤسسة تستقبل الودائع من الأغنياء لتقدمها للمزارعين لتحسين نشاطهم الزراعي حيث أغلقت أبوابها في بداية الستينيات¹، وفي مصر 1963 أنشئت " بنوك الادخار المحلية" في مدينة "ميت عمر" ولكنها لم تستمر إلا بضع سنوات.

وفي سنة 1973 اجتمع وزراء مالية الدول الإسلامية لمناقشة الجوانب النظرية والعملية للبنوك الإسلامية وانتهى الاجتماع بسلامة الفكرة ووضعها موضع التنفيذ، فظهرت الندوات والمؤتمرات والمجامع الإسلامية، وظهرت الكتابات والدراسات المعمقة حول البنوك الإسلامية.

¹ أ. سليمان خصاونة، المصارف الإسلامية"مقررات لجنة بازل-تحديات العولمة-استراتيجية مواجهتها، عالم الكتب الحديث، عمان، سنة 2008، ط 01، ص 64 وتا.

وفي سنة 1975 أنشئ لأول مرة بنكان إسلاميان الأول "البنك الإسلامي للتنمية" بجدة كمؤسسة دولية للتمويل الإنمائي وتنمية التجارة الخارجية وشاركت فيه جميع الدول الإسلامية لدعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول الأعضاء وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية.

والثاني "بنك دبي الإسلامي" الذي يعتبر البداية الحقيقية للعمل البنكي الإسلامي إذ تميز بكامل الخدمات البنكية، وتبعه سنة 1977 على نفس المنهج "بنك فيصل المصري" و"بنك فيصل السوداني" و"بيت التمويل الكويتي" وغيرهم.²

بعد ذلك أخذت البنوك الإسلامية تتزايد عاما بعد عام، حتى أصبح هناك ما يزيد عن 90

بنكا إسلامية

في نهاية 1992، والملاحظ أن نسق التطور التاريخي لها سار على اتجاهين: الأول حكومي والثاني خاص. وانقسمت الدول الإسلامية إلى قسمين: منها من زوجت بين النظامين التقليدي والإسلامي، ومنها من حاولت تغيير نظامها المالي والبنكي تغيير جذريا.³

وتشير تقديرات إلى أن إجمالي عدد البنوك الإسلامية بلغ 200 مؤسسة وشركة إسلامية أي بزيادة قدرها 7 مرات ونصف عما كان عليه سنة 1985.⁴

وفي الجزائر بنك البركة هو أول بنك إسلامي مشترك (بين القطاع العام والخاص) يؤسس الجزائر أنشئ في 20 مايو 1991 م كشركة مساهمة، في إطار قانون النقد والائتمان.⁵

ثم بعد ذلك بسنوات طويلة تم تسجيل إنشاء بنك جديد في هذا المجال وهو "بنك السلام" والذي باشر أعماله حديثا من خلال تقلد مجموعة من الخدمات المالية وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية، ليكون بذلك ثاني مصرف إسلامي يدخل السوق المصرفية الجزائرية، ويقدر

² ف.م.الرفاعي، المصارف الإسلامية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط 01، 2004، ص 21 و تا.

³ ف. مسدور، التمويل الإسلامي من الفقه إلى التطبيق المعاصر لدى البنوك الإسلامية، دار هومو، الجزائر، سنة 2007م، ص 86-87.

⁴ أ.سفر، المصارف الإسلامية العمليات، إدارة المخاطر، والعلاقة مع المصارف المركزية والتقليدية، اتحاد المصارف العربية، بيروت، سنة 2005، ص 133.

⁵ س. ناصر، علاقة البنوك الإسلامية بالبنوك المركزية، مذكرة تخرج لنيل درجة الدكتوراه، الجزائر، 2005.

رأس مال "بنك السلام" الذي تم افتتاحه في تاريخ 20/10/2008 بـ 72 مليار دينار جزائري (100 مليون دولار) ليصبح حينها أكبر المصارف الخاصة العاملة في الجزائر⁶.

المطلب الثاني: تعريف وأنواع البنك الإسلامي

الفرع الأول: تعريف البنك الإسلامي

لا يوجد تعريف محدد للبنك الإسلامي متفق عليه من طرف المؤلفين المهتمين بالاقتصاد الإسلامي، بل كل واحد ينظر إليه من جانب، مع اتفاقهم على عدة نقاط أساسية كتحریم الربا والمعاملات المحرمة في الشريعة الإسلامية، و من هذه التعاريف نذكر:

1- البنك الإسلامي هو "مؤسسة مصرفية تلتزم في جميع معاملاتها ونشاطاتها الاستثمارية وإدارتها لجميع أعمالها بالشريعة الإسلامية ومقاصدها وكذلك بأهداف المجتمع الإسلامي داخليا وخارجيا".
7

هذا التعريف يدل على أن مفهوم البنك الإسلامي لا يقتصر على أنه لا تتعامل بالربا أخذًا وعطاءً، كما هو شائع في تعريف البنك الإسلامي، بل هو من التزم بالشريعة الإسلامية في جميع معاملاته ونشاطاته.

2- كما يمكن تعريفه بأنه "مؤسسة نقدية مالية تعمل، على جذب الموارد النقدية من أفراد المجتمع، وتوظيفها توظيفاً فعالاً يكفل تعظيمها ونموها في إطار القواعد المستقرة للشريعة الإسلامية، وبما يخدم شعوب الأمة ويعمل على تنمية اقتصادياتها"⁸.

يظهر التعريف الثاني إضافة إلى ما بينه التعريف السابق، على أن البنك الإسلامي يعمل على تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، بما يوفر للأمة الرفاهية والاستقرار في حدود الشريعة الإسلامية.

⁶ ع.لخديمي، ح.بجيت، ورقة بحثية، قراءة تاريخية في تطور العمل بالصرافة الإسلامية فيدول المغرب العربي، الملتقى الدولي الأول، الاقتصاد الإسلامي الواقع ورهانات المستقبل، غرداية، 23-24/02/2011.

⁷ ف. م. الرفاعي، مرجع سابق، ص 20-21.

⁸ م. أحمد الحضيري، البنوك الإسلامية، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 03، سنة 1999، ص 17.

3- ونعني بالبنوك في النظام الإسلامي " المؤسسات المالية التي تقوم بعمليات الصرافة واستثمار الأموال بما يتفق وأحكام الشريعة الإسلامية الغراء".

دل هذا التعريف أن للبنك الإسلامي بالإضافة لوظائفه النقدية ودوره التمويلي، هو كوسيط في السوق المالي طبقاً لما تقتضيه أحكام الشريعة الإسلامية.

الفرع الثاني: أنواع البنك الإسلامي:

على الرغم من أن البنك الإسلامي هو نوع في حد ذاته، إلا أن امتداد نشاطه وتشعبه وازدياد حجم معاملاته، أدى إلى ضرورة تخصصه وظهور بنوك إسلامية متخصصة، ويمكن تقسيمها وفقاً لعدة معايير وهي:

1- معيار النطاق الجغرافي:

1-1- بنوك إسلامية محلية النشاط: تعود ملكيتها لدولة واحدة،⁹ والتي يقتصر نشاطها على الدولة التي تحمل جنسيتها، ولا يمتد عملها إلى خارج نطاقها الجغرافي.

1-2- بنوك إسلامية دولية النشاط: التي يمتد نشاطها إلى خارج النطاق المحلي، ولها أشكال من بينها:

الشكل الأول: إقامة علاقات مع البنوك الأخرى لإيجاد شبكة مراسلين يتم تنفيذ النشاطات البنكية الدولية عن طريقها، كالصرف والاعتمادات المستندية وخطابات الضمان الخارجية.

الشكل الثاني: إقامة مكاتب تمثيل خارجية في الدول المراد تقوية العلاقة معها، وذلك لدراسة السوق، وجمع المعلومات، وحل المشاكل بين البنك ومراسليه، والتمهيد لإنشاء فرع في الدولة للبنك الإسلامي.

الشكل الثالث: فتح فروع للبنك بالدول الخارجية لممارسة نشاطاته البنكية، وإيجاد ثقل دولي له، وتوزيع مخاطر النشاط على أكبر مساحة جغرافية، وأكبر عدد من العملاء.

الشكل الرابع: إقامة شراكة مع بنوك أخرى في الخارج، أو إنشاؤها مملوكة له بالكامل.¹⁰

⁹ ف. م. الرفاعي، مرجع سابق، ص 26.

¹⁰ م. أحمد الخضيري، مرجع سابق، ص 62-63.

2- معيار المجال التوظيفي للبنك:

2-1- بنوك إسلامية صناعية: والتي تتخصص في تمويل المشاريع الصناعية حيث جميع الدول الإسلامية لمثل هذا النوع من البنوك لتحقيق التنمية الصناعية.

2-2- بنوك إسلامية زراعية: والتي يغلب على توظيفاتها ميلها للنشاط الزراعي باعتبار أن لديها المعرفة اللازمة لهذا النوع من النشاط الحيوي.¹¹

2-3- بنوك إسلامية تجارية: وهي تتخصص في تمويل النشاط التجاري، وبصفة خاصة رأس المال العامل للتجار وفقا للأساليب الإسلامية القويمة، أي وفقا للمتاجرات الإسلامية كالمراجحات والمشاركات والمضاربات الإسلامية،¹² وهذا هو الاتجاه الغالب في البنك الإسلامي حتى الآن التي تأخذ شكل شركات الأسهم، إلا بعض البنوك كبنك التنمية الإسلامي وبنك ناصر الاجتماعي والبنوك الإيرانية والباكستانية والسودانية التي هي مملوكة للدولة.¹³

3- معيار حجم النشاط: وتقسم إلى:

3-1- بنوك إسلامية صغيرة الحجم: وهي بنوك محدودة النشاط، يقتصر على الجانب المحلي، وتأخذ طابع النشاط الأسري نظرا أن عدد العملاء محدود.

وتتواجد في القرى والمدن الصغيرة، وعملها جمع المدخرات وتقديمها كتمويل قصير الأجل لبعض المشاريع والأفراد في شكل مراجحات ومتاجرات.

3-2- بنوك إسلامية متوسطة الحجم: هي بنوك ذات طابع وطني، تنتشر على مستوى الدولة لتغطية عملاء الدولة، وهي أكبر حجما في النشاط والعملاء، وأكثر اتساعا من حيث المجال الجغرافي، إلا أنها تظل محدودة النشاط دوليا.

¹¹ ف. م. الرفاعي، مرجع سابق، ص 26-27.

¹² م. أحمد الحضيري، مرجع نفسه، ص 67.

¹³ ف. م. الرفاعي، مرجع نفسه، ص 28.

3-3- بنوك إسلامية كبيرة الحجم: وتسمى بنوك الدرجة الأولى، وهي ممن يمكنها التأثير على السوق النقدي والمالي المحلي أو الدولي، وتمتلك فروعاً دولية ومشاركة، ومكاتب تمثيل لجمع المعلومات في المناطق التي تريد فتح فروع بها.

4- معيار العملاء المتعاملين مع البنك:

4-1- بنوك إسلامية عادية تتعامل مع الأشخاص: التي تقدم خدماتها إلى الأشخاص سواء كانوا طبيعيين أو معنويين، سواء العمليات الكبيرة التي تسمى بعمليات الجملة، أو العمليات العادية التي تقدم للأشخاص الطبيعيين التي تسمى بعمليات التجزئة.

4-2- بنوك إسلامية غير عادية تقدم خدماتها للدول وللبنوك الإسلامية العادية: هذا النوع لا يتعامل مع الأشخاص، بل يتعامل مع الدول لتمويل مشاريع التنمية الاقتصادية والاجتماعية فيها، ومع البنوك الإسلامية العادية لمساعدتها في مواجهة الأزمات التي تواجهها.¹⁴

¹⁴ م. أحمد الخضيري، مرجع سابق، ص 67 .

المبحث الثاني: خصائص وأهداف البنك الإسلامي.

البنك الإسلامي حاله ليس كحال البنوك التقليدية، لهذا كان له مميزات وخصائص تميزه عنها، وكذلك يختلف البنك الإسلامي عن غيره من البنوك في أهدافه وما يتغني الوصول إليه والرسالة التي يؤديها.

المطلب الأول: خصائص البنك الإسلامي

البنوك الإسلامية هي مؤسسات مالية تمارس نشاطها في ظل الشريعة الإسلامية، لهذا تتميز عن غيرها من المؤسسات المالية التقليدية بسمات وخصائص تجمعها ثلاثة نقاط:

-الصفة العقدية للبنك الإسلامية.

-الصفة التنموية للبنك الإسلامية.

-الصفة الاجتماعية للبنك الإسلامية.¹⁵

الفرع الأول: الصفة العقدية للبنوك الإسلامية:

1- عدم التعامل بالفائدة أخذاً وعطاءً باعتبارها من الربا:

فعدم التعامل بالربا هي سمة مميزة للبنك الإسلامي، من أجل تطهير أمواله من شبهة الظلم والاستغلال التي هي أساس معاملات البنوك التقليدية، فالافتراض بالربا محرم لا تبيحه حاجة، ولا تجيزه ضرورة، ومن هنا فالبنك الإسلامي لا يتعامل بالربا أخذاً أو عطاءً، ولا إيداعاً أو توظيفاً، ولا قبولاً أو خصماً، مباشرة أو غير مباشرة، ظاهرة أو مخفية... إلخ.¹⁶

1-1- تعريف الربا وحكمها:

1-1-1- الربا في اللغة:

الربا لغة: من ربا يربو من باب نصر ينصر والمصدر منه ربا وهو بمعنى الزيادة، يقال ربا المال إذا زاد ونما، قال في القاموس: ربا رُبوّاً كعلا علواً، ورا زاد ونما، وارتبته، والرايبة علاها والفرس ربواً انتفخ

¹⁵ ف. م. الرفاعي، مرجع سابق، ص 31.

¹⁶ م. أحمد الحضيري، مرجع سابق، ص 21-22.

من عدو أو فرع¹⁷. فربا الشيء يربو إذا زاد ومنه قوله تعالى ﴿فإذا أنزلنا عليها الماء اهتزت وربت﴾ [الحج:05]، أي علت وارتفعت، وقوله تعالى ﴿أن تكون أمة هي أربى من أمة﴾ [النحل:92]، أي كثر.¹⁸

الربا في الشرع:

"زيادة مال بلا مقابل في معاوضة مال بمال"¹⁹. و"هو عقد على عوض مخصوص متحد الجنس بزيادة أحد البديلين على الآخر في الحال، أو مع تأخير أحدهما مقابل الزمن".²⁰

والربا محرم بالكتاب والسنة والإجماع ويقتضيه القياس الصحيح.

أما الكتاب:

فبقوله تعالى: ﴿وأحلَّ الله البيع وحرم الربا﴾ [البقرة:275].

ويقوله تعالى: ﴿يا أيُّها الذين آمنوا لا تأكلوا الربا أضعافاً مضاعفة﴾ [آل عمران:130].

ويقوله تعالى: ﴿الذين يأكلون الربا لا يقومون إلا كما يقوم الذي يتخبطه الشيطان من المس﴾ [البقرة:275].

ويقوله تعالى: ﴿يا أيُّها الذين آمنوا اتقوا الله وذروا ما بقي من الربا إن كنتم مؤمنين﴾ [البقرة:279].

تفعلوا فأذنوا بحرب من الله ورسوله وإن تبتم فلكم رءوس أموالكم لا تظلمون ولا تظلمون﴾ [البقرة:278-279].

ويقوله تعالى: ﴿يمحق الله الربا ويربي الصدقات﴾ [البقرة:276].

و أما من السنة: فقد وردت أحاديث كثيرة تدلّ دلالة قاطعة على تحريم الربا منها:

- ما رواه أحمد ومسلم عن جابر قال: « لعن رسول الله صلى الله عليه وسلم آكل الربا وموكله وشاهده وكاتبه ».

¹⁷ ع. المنيع، بحوث في الاقتصاد الإسلامي، الكتب الإسلامي، مكة المكرمة، الطبعة الأولى، سنة 1996، ص 255.

¹⁸ م. ع. فركوس، مختارات من نصوص حديثية في فقه المعاملات المالية، دار الرغائب والنفائس، الجزائر، القسم الأول، سنة 1998، ص 197.

¹⁹ ف. م. الرفاعي، مرجع سابق، ص 34.

²⁰ م. ع. فركوس، المرجع نفسه، ص 197.

-وبما أخرجه البخاري ومسلم من حديث أبي هريرة مرفوعا: « اجتنبوا السَّبْعَ الموبقات وذكر منها أكل الربِّا».

و أما الإجماع: فقد أجمعت الأمة على أن الربا محرم في الجملة.

وأما القياس: فالقياس الصحيح يقتضي تحريمه، لأنه تعامل مبني على الظلم وذريعة للعدوان، فمضارة تشمل الجانب الاقتصادي والاجتماعي والأخلاقي.²¹

1-1-2- أنواع الربا:

يجري الرأي الغالب في الفقه الإسلامي إلى تقسيم الربا إلى نوعين، ربا البيوع و ربا الديون:

أولا : ربا البيوع: ربا البيوع لا يقع إلا في حالة المبادلة أو المقايضة بين نوعين من الأموال المبينة في قوله صلى الله عليه وسلم « الذهب بالذهب والفضة بالفضة والبر بالبر والشعير بالشعير والتمر بالتمر والملح بالملح مثلا بمثل يدا بيد فمن زاد أو استزاد فقد أربى » رواه البخاري ومسلم.

وينقسم ربا البيوع إلى: ربا الفضل و ربا النسيئة.

ربا الفضل: هو بيع الجنس بجنسه يدا بيد متفاضلا أو هو الزيادة في أحد البدلين المتجانسين على الآخر إذا كانت المبادلة فورية أي إذا تم فيها تقابض البدلين في المجلس "يدا بيد".²²

أو هو بيع ربوي يمثله مع الزيادة في أحد البدلين، بمعنى أن التفاضل في كميات الأموال الربوية المتبادل في الجنس الواحد، وهذا حرم سدا للذريعة التي قد توصل لربا النسيئة الجاهلية.

ربا النسيئة: هو بيع الجنس الواحد ببعضه أو بجنس آخر مع الزيادة في نظير تأخير القبض،²³

كمن يبيع 100 غرام ذهب معجلة بـ 100 غرام ذهب مؤجلة الوزان متساويان أحدهما معجل والآخر مؤجل.

²¹ م.ع.فركوس، المرجع سابق، ص 197 وتا.

²² ف. م. الرفاعي، مرجع سابق، ص 43.

²³ م.ع.فركوس، المرجع سابق، ص 200 وتا.

ثانيا: ربا الدينون: اشتهر باسم ربا النسيئة وهو ربا الجاهلية،²⁴ ويعبرون عنه بقولهم "أَنْظِرْنِي أَرْذَكَ"، وذلك بأنهم كانوا يسلفون وينظرون، كأن يقرضه قدرا معيناً من المال إلى زمن محدود، كشهر أو سنة مثلا مع اشتراط الزيادة فيه نظير امتداد الأجل، وهو محرم إجماعاً، سواء قلّت الزيادة أو الفائدة أو كثر.²⁵

1-2- تعريف الفائدة:

الفائدة في اللغة "الزيادة" أفدت منه مالا أي أخذته، واستعمال مصطلح الفائدة من طرف الدول الإسلامية والعربية ما هو إلا ترجمة لمصطلح "Intérêt" المستعمل في مجال المالية، وهو المبلغ الذي يدفع مقابل استخدام رأس المال، مع ضمان رد الأصل في نهاية المدة المتفق عليها، فهو تكلفة الاقراض للنقود.

وهذه التكلفة يعبر عنه بسعر الفائدة الدائنة أو المدينة، فالفائدة الدائنة يفرضها البنك على من يقترض منه وهي تزيد دائما على أسعار الفائدة المدينة التي يدفعها البنك لمقرضيه من أصحاب الودائع الآجلة.²⁶

1-3- تعريف الربح:

الربح لغة: الرِّيح والرِّيح و الرِّبَاح، معناه النماء في التجار، وقال الجوهري هو اسم ما ربحه، وربح في تجارته يربح ربحاً وربحاً ورباحاً: استشف. والعرب تقول للرجل إذا دخل في التجارة بالرِّبَاح والسَّمَّاح وفي قوله تعالى: ﴿فَمَا رَبِحَت تِّجَارَتُهُمْ﴾ [البقرة: 16]. قال ابن إسحاق: "معناه ما ربحوا في تجارتهم، لأن التجارة لا تربح وإنما يربح فيها ويوضع فيها". وفي علم الاقتصاد: الفرق بين ثمن المبيع ونفقة الإنتاج".

فالربح ما يحققه الإنسان من مكسب عن طريق ممارسة التجارة بيعا وشراء، ويكون عبارة عن السلع مطروحا منه نفقات إنتاجها.

²⁴ ف. م. الرفاعي، مرجع سابق، ص 45.

²⁵ م. ع. فركوس، المرجع نفسه، ص 199 - 200.

²⁶ ف. م. الرفاعي، مرجع نفسه، ص 45-46.

وذلك نتيجة لانتقال المال من يد لأخرى، والعائد الزائد على رأس المال لا يسمى ربحاً إلا إذا مازجه العمل من ناحية أو كانت هذه الزيادة نتيجة مبادلة يتقلب فيها رأس المال من حال إلى حال.

الربح شرعاً: "هو نماء لرأس المال نتيجة لتوظيفه في الأنشطة الاستثمارية وفق العقود والضوابط الشرعية".²⁷

1-4- الفرق بين الربح والفائدة:

فالفائدة عائد مضمون ومحدد لصاحب رأس المال مقابل تخليه عنه للغير يستخدمه أو لا يستخدمه مدة من الزمن، أما الربح فهو عائد المنظم أو صاحب المشروع وهو عائد غير يقيني بحيث أنه مرتبط بمخاطر العملية الإنتاجية إذ قد يتحقق وقد لا.

فالفارق المعياري بين الفائدة والربح هو مدى المشاركة في مخاطر الاستثمار. فالفائدة زيادة ثابتة مشروطة ومحددة سلفاً بنسبة معينة من رأس المال وهي عائد مضمون لا يتوفر فيه الشرط الشرعي الغنم بالغرم والخراج²⁸ بالضمان²⁹.

أما الربح فهو احتمالي الوجود والمقدار، فقد يتحقق وقد لا يتحقق، قد يكون كثيراً أو قليلاً، لا يتحدد إلا بعد النشاط ومعرفة النتيجة.³⁰

2- إتباع قاعدة الحلال والحرام:

ينطلق الاقتصاد الإسلامي من معايير وأحكام الشريعة الإسلامية، وهي تقرر العمل كمصدر للكسب، بدلا عن اعتبار المال مصدراً وحيداً للكسب، أي توجيه الجهد نحو التنمية، بالاستثمار والمشاركة الخاضعة لمعيار الحرام والحلال.

²⁷ م.م. سليم الخوالد، المصارف الإسلامية، دار المحامد للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، سنة 2008، ص 143 ونا.

²⁸ الخراج: الغلة والكرء والدخل والمنفعة.

²⁹ أي: أن الباء متعلقة بمحذوف، تقديره: الخراج مستحق بالضمان، أي: بسببه. على قول للنحاة.

³⁰ ف. م. الرفاعي، مرجع سابق، ص 46-47.

والمصارف الإسلامية كل أعمالها محكومة بما أحله الله، فيدفعها لتحقيق مشاريع الخير للمجتمع، من خلال توجيه الاستثمار وتركيزه في دائرة إنتاج السلع والخدمات التي تشبع حاجات المسلم، مع مراعاة أن يقع في دائرة الحلال بكل مراحل إنتاجها.³¹

3- استخدام الموارد بما يتوافق مع الشريعة الإسلامية:

3-1- عدم تعطيل النقود عن التداول : يتعين على البنك الإسلامي العمل على تنمية المال الموكل إليه، باعتباره مستخلفاً فيه عن أصحابه، وحيث هو أصل من أصوله التي يجب إثمارها وعدم اكتنازها أو حرمان المجتمع منها، وذلك كله منهي عنه شرعاً لقوله تعالى ﴿ وَالَّذِينَ يَكْتَنُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا ينفقونها في سبيل الله فبشرهم بعذاب أليم ﴾ يوم يحمى عليها في نار جهنم فتكوى بها جباههم وجنوبهم وظهورهم هذا ما كنزتم لأنفسكم فذوقوا ما كنتم تكنزون ﴿ [التوبة: 34-35].³²

3-2- ولكن من أدوات السياسة النقدية التي يستعملها البنك المركزي في التأثير والتحكم في مقدرة البنوك على التوسع في منح الائتمان، هو نسبة الاحتياطي القانوني الذي يقصد به أساساً التقليل من مقدرة البنوك من إنشاء النقود إضافة إلى حماية أموال المودعين، وتطبيقها على البنك الإسلامي يضعفها لأن معظم التمويل فيه هو تمويل لعمليات اقتصادية حقيقية، أي تمويل سلعي ليس تمويلاً بالقروض إلا في حالات قليلة كالقرض الحسن.

3-3- فيضطر البنك الإسلامي إلى تكملة نسبة الاحتياطي القانوني بودائع الاستثمار لأن الودائع الجارية التي هي في البنوك التقليدية أكبر منها في البنك الإسلامي، مما يوقعه بين مطرقة البنك المركزي الذي يراقب هذه النسبة، وسندان الشريعة الإسلامية التي تحكم عمل البنك الإسلامي، والتي تصطدم بمحظور شرعي وهو تعطيل أموال المودعين كودائع للاستثمار، وهذا ما سنتناوله في الفصل الثاني للبحث.³³

³¹ د.أ. سليمان خصاونه، مرجع سابق، ص 62-63.

³² م. أحمد الحضيري، مرجع سابق، ص 25.

³³ س. ناصر، مرجع سابق.

3-4- حسن اختيار من يقومون على الأموال: في إطار التدبير الجيد والأمين لموارد البنك الإسلامي، يتعين عليه بذل الجهد اللازم للتأكد من حسن اختيار الأفراد الذين سيتولون إدارة تلك الموارد، حيث لا يجب توليت إدارتها إلى من لا يصلح لهذه المهمة لقوله تعالى: ﴿وَلَا تَوْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ﴾ [النساء:5].

وتقتضي إدارة هذه الأموال الرشاد والحكمة في استخدامها، ووضعه في الموضع المناسب كي يجتنب التبديد والاكتناز وتحقق المنفعة به لقوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يَسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا﴾ [الفرقان:67].³⁴

4- خضوع البنك الإسلامي للرقابة الشرعية: بالإضافة للرقابة البنكية التي يخضع لها البنك الإسلامي، يخضع للرقابة الشرعية التي ينفرد بها، وهي الفارق الجوهرى بينه والبنوك التقليدية، وبدونها يصبح البنك الإسلامي اسما على غير مسمى.³⁵

ويمكن القول أنها رقابة شاملة للرقابة من الفرد على ذاته، ومن الفرد على العمل البنكي الذي يتم، ومن المسؤولين عن العمل البنكي على النشاط الاقتصادي الذي يتم تمويله، ومن هيئة الرقابة الشرعية على كافة النشاطات البنكية.³⁶

الفرع الثاني: الصفة التنموية للبنك الإسلامي:

1- تحقيق التنمية الاقتصادية للمجتمع: هي من السمات الرئيسية للبنك الإسلامي فالمادة الأولى من اتفاقية البنك الإسلامي للتنمية مثلا تنص على " دعم التنمية الاقتصادية والتقدم الاجتماعي لشعوب الدول الأعضاء والمجتمعات الإسلامية مجتمعة ومنفردة وفقا لأحكام الشريعة الإسلامية "، فهو لا يستهدف فقط الربح كحال البنوك الأخرى، فهو يراعي ما يعود على المجتمع من منافع وما يلحق به من ضرر نتيجة لأنشطته المختلفة، وعدم الاهتمام بهذا الهدف هو إخلال بالضوابط والأسس الحاكمة للبنك الإسلامي.³⁷

³⁴ م. أحمد الحضيري، مرجع نفسه، ص 24.

³⁵ ف. م. الرفاعي، مرجع سابق، ص 56.

³⁶ م. أحمد الحضيري، مرجع سابق، ص 27.

³⁷ ف. م. الرفاعي، مرجع سابق، ص 58-59.

2- تحقيق ربح مناسب : مع تحقيقه للتنمية الاقتصادية يسعى البنك الإسلامي لتحقيق ربح مناسب ومشاريع، سواء للمساهمين أو أصحاب الحسابات أو طالبي التمويل بمختلف صيغته، حيث لا يتم المغالاة في تحقيق الربح، أي أن يكون معتدل ومقبول، بالشكل الذي لا يحدث ضرراً بالأطراف المتعاملة مع البنك.³⁸

الفرع الثالث: الصفة الاجتماعية للمصارف الإسلامية:

1- صندوق الزكاة: توصيل أموال الزكاة لمستحقيها من خلال لجنة صندوق الزكاة في البنك، لأن معظم البنوك الإسلامية فيها صندوق الزكاة المساعدة للحياة الاجتماعية وتعمل على نحو الفقر والتقليل منه.

ويستند البنك في تقديم هذه الخدمة على قوله تعالى: ﴿ خذ من أموالهم صدقة تطهّرهم وتزكّيهم بها وصلّ عليهم إنّ صلواتك سكن لهم والله سميع عليم ﴾ ألم يعلموا أنّ الله يقبل التّوبة عن عباده ويأخذ الصدقات وأنّ الله هو التّوّاب الرّحيم ﴾ [التوبة: 103-104]، وللزكاة مصارف محددة بالشريعة يلتزم بها البنك الإسلامي مبينة في قوله تعالى: ﴿ إنّما الصدقات للفقراء والمساكين والعاملين عليها والمؤلّفة قلوبهم وفي الرّقاب والغارمين وفي سبيل الله وابن السبيل فريضة من الله والله عليم حكيم ﴾ [التوبة: 60].

وهي تخصم من الربح الصافي قبل توزيعه إلى جانب التفويض من العملاء والمستحقة على رأس المال والاحتياطات المحتجزة.³⁹

2- تحقيق التوازن بين مجالات التوظيف المختلفة: والتوازن يتم بين مجالات التوظيف قصير الأجل ومتوسط الأجل وطويل الأجل، وبين مختلف التوظيف المختلفة، حيث يتحقق التوازن الجغرافي، وفي الوقت ذاته توازن في مجال التوظيف وفقاً للأولويات الإسلامية؛ الضروريات، الحاجات، الكماليات.

³⁸ ف. حسن خلف، البنوك الإسلامية، جدار للكتاب العالمي للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، سنة 2006، ص 97.

³⁹ ف. م. الرفاعي، مرجع سابق، ص 60-61.

والتوازن بين العائد الاجتماعي والعائد الاستثماري المادي.⁴⁰

3- القرض الحسن: هو مشروع خيري لغايات إنسانية، كحالات الزواج، والعلاج، والديون، والكوارث... مما يخضع لتقدير اللجان المتخصصة في البنك والقرض الحسن من أهم أدوات البنك الإسلامي في تنفيذ رسالته الاجتماعية.

واستمد القرض الحسن أساسه وتسميته من قوله تعالى: ﴿مَنْ ذَا الَّذِي يقرض الله قرضاً حسناً فيضاعفه له وله أجر كريم﴾ [الحديد: 11].⁴¹

المطلب الثاني: أهداف البنك الإسلامي

إن للبنك الإسلامي أهداف يسعى لتحقيقها للوصول لتحقيق الغاية من وجوده والرسالة التي أنشئ على أساسها والتي يريد تطبيقها في مسيرته العقدية والتنموية والاجتماعية، ونذكر منها: **أولاً: الهدف التنموي:** يساهم البنك الإسلامي بفعالية في تحقيق تنمية اقتصادية اجتماعية إنسانية في إطار حدود الشريعة الإسلامية، وتحقيق النمو المتوازن والعدل لكافة المناطق والقطاعات، والاهتمام الأكثر بالأقل نمواً، وذلك لإخراجها من التبعية الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية، وهي عملية تأخذ عدة أبعاد من بينها:

- 1- إيجاد المناخ المناسب لجذب رأس المال الإسلامي الجماعي بما يحقق التخلص من التبعية الخارجية.
- 2- التنمية الشاملة والعدالة بإعادة توطين الأرصدة الإسلامية داخل الوطن الإسلامي وتحقيق الاكتفاء الذاتي.
- 3- تنمية الحرفيين والصناعات الحرفية والصناعات الصغيرة، والتعاونيات باعتبارها الأساس الفعال لتطوير البنية الاقتصادية والصناعية في الدول الإسلامية.
- 4- التوظيف الفعال لموارد البنك الإسلامي يعمل على توسيع قاعدة العاملين في المجتمع والقضاء على البطالة بين أفرادهم ومن ثم زيادة الناتج الإجمالي للدولة الإسلامية.⁴²

⁴⁰ م. أحمد الحضيري، مرجع سابق، ص 28.

⁴¹ ف. م. الرفاعي، مرجع نفسه، ص 62.

5- تجميع أقصى قدر ممكن من الموارد المالية من خلال تجميع المدخرات الموجودة لدى الأفراد والجهات في المجتمع، وذلك لاجتتاب الاكتناز للموارد والانتفاع منها خلال فترة عدم الاستخدام.

43

ثانيا: الهدف الاستثماري: يعمل البنك الإسلامي على نشر الوعي الادخاري بين الأشخاص، وذلك لتعبئة الموارد الفائضة ورؤوس الأموال العاطلة واستقطابها وتوظيفها في المجالات الاقتصادية التي تعظم من عائدها وترفع من إنتاجها، الذي يساهم في قاعدة اقتصادية سليمة لصالح المجتمع بأسره وفقا للصيغ الإسلامية المحددة للتوظيف.

ويركز البنك على التمويل الاستثماري متوسط وطويل الأجل الذي يتيح له أن ينشئ مشروعات بنفسه في مختلف مجالات النشاط الاقتصادي، فيعمل على توسيع النشاط الاقتصادي في المجتمع وتقوية هيكل القطاعات الاقتصادية فيه.⁴⁴

ثالثا: تحقيق المركز المالي: بالشكل الذي يحقق زيادة حصته السوقية المرتبط منها بزيادة قدرته على تجميع الموارد، وعلى استخدامها، وعلى التوسع في خدماته، وبالشكل الذي يوفر نفعا أكبر للمساهمين والمتعاملين، والمجتمع، والاقتصاد ككل.⁴⁵

رابعا: الهدف الاجتماعي: المقصود به كما يسميه البعض بالتنمية الاجتماعية، وهي تستهدف تنمية طاقات الفرد وإمكانياته النفسية والمادية، والبنك الإسلامي كمؤسسة يعمل على تحقيق تلك التنمية سواء في داخل البنك أو في خارجه من خلال تقديمه للقدوة ونشر الوعي الادخاري.

ويستهدف كذلك غرس القيم الروحية وتعديل الاتجاهات بما يتفق معها، فهو يتعامل مع الجماهير لتطبيق منهج الله في عدم التعامل بالمحرمات تأكيد الترابط بين النظام الأخلاقي والعملي، حيث يؤلفان معا نشاط الإنسان.⁴⁶

⁴² م. أحمد الحضيري، مرجع سابق، ص 30.

⁴³ ف. حسن خلف، مرجع سابق، 96.

⁴⁴ م. أحمد الحضيري، مرجع نفسه، ص 32.

⁴⁵ ف. حسن خلف، مرجع نفسه، ص 96.

ويعمل البنك الإسلامي على الجمع بين تحقيق الربح الاقتصادي وتحقيق الربحية الاجتماعية من خلال جانبين:

1- الجانب الأول: التدقيق في مجالات التوظيف التي يقوم البنك بتمويلها والتأكد من سلامتها وقدرتها على سداد التمويل وتحقيق عائد مناسب وضمن عدم ضياع أموال البنك.

2- الجانب الثاني: رفع مستوى العمالة والدخول العاملة في المشروعات الممولة وفي الوقت نفسه يسمح عائده بتقديم خدمات اجتماعية إلى كل من يحتاجها من أفراد المجتمع تحقيقاً لرسالة البنك في التكافل الاجتماعي.

ومن ناحية أخرى من خلال صندوق الزكاة يرعى اليتامى والعجزة والمعوقين من المسلمين، وإقامة المرافق الإسلامية العامة ودور العبادة وسبل التعليم والتدريب وتقديم المنح الدراسية.

⁴⁶ م. الأنصاري، دور البنوك الإسلامية في التنمية الاجتماعية، الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، القاهرة، سنة 1983م-1404هـ، ص43.

المبحث الثالث: أحكام بيع المرابحة المعاصرة في البنك الإسلامي

إن بيع المرابحة من البيوع التي لها أصل في المعاملات الإسلامية في العهد الأول، فناسب ذلك إدراج البنك الإسلامي لها في معاملاته التي من المفترض أن تتميز بالسلامة من جميع المنهيات والمخالفات التي حرّمها الدين الإسلامي، وهذا ما سنتطرق له بعدما تعرفنا على البنك الإسلامي بشيء من التفصيل.

المطلب الأول: مفهوم بيع المرابحة:

أولاً: البيع في اللغة:

مقابلة شيء بشيء، أو أخذ شيء وإعطاء شيء، مأخوذ من الباع، لأن كل واحد من المتعاقدين يمد باعه للأخذ والإعطاء، ويحتل أن كل واحد منهما كان يبايع صاحبه أي يصفحه عند البيع فسمي البيع صفقة.

ثانياً: البيع في الاصطلاح:

"هو مبادلة مال بمال على سبيل التراضي، لقصد التملك بما يدلّ عليه من صيغ القول أو الفعل".⁴⁷ أو هو "مبادلة المال المتقوم تملكاً وتملياً".⁴⁸

ثالثاً: المرابحة في اللغة:

البيع بزيادة على الثمن الأول؛ وقيل أن يشتري الشيء بمائة، ثم يقول: بعته ما اشتريته، ربح درهم بكل عشرة.

وقيل: أن يشترط البائع في بيع العرض أن يبيع ما اشتري به، أي بما قام على البائع من الثمن، وغيره مع فضل، أي زيادة شيء معلوم من الربح.⁴⁹

⁴⁷ م.ع. فركوس، المرجع سابق، ص 11.

⁴⁸ م.ح. الوادي، و د.ح. م. سمحان، مرجع سابق، ص 121.

⁴⁹ أ. الشرباصي، مرجع سابق، ص 415-416.

وتأتي المراجعة في اللغة مصدراً للريح، ويقول ابن منظور: الريح والريح والرياح النماء، في التجارة وبعث الشيء مراجعة، ويقال بعث السلعة مراجعة على كل عشرة دراهم درهم، وكذلك اشتريته مراجعة.⁵⁰

رابعا: المراجعة في الاصطلاح:

"هو بيع الشخص ما اشتراه بالثمن الذي اشتراه به مع زيادة ربح معلوم".⁵¹ وهي اتفاق بين مشتر سلعة معينة وبائع لها، وبمواصفات محددة على أساس كلفة السلعة، أي ثمنها ومصاريفها، إضافة إلى هامش ربح يتفق عليه المشتري والبائع.⁵²

معلوم أن البيوع الإسلامية تنقسم إلى نوعين:

1- بيوع الأمانة: وهي التي يتم الاتفاق فيها على سعر السلعة بين البائع والمشتري مع الإخبار بسعرها الأصلي وتنقسم إلى ثلاثة أنواع:

أ- بيع الوضيعة: ثمن البيع أقل من ثمن الشراء.

ب- بيع التولية: ثمن البيع يساوي ثمن الشراء.

ت- بيع المراجعة: ثمن البيع أكبر من ثمن الشراء.

2- بيوع المساومة: وهي التي يتم الاتفاق فيها على سعر السلعة دون اشتراط معرفة ثمنها الأصلي أي بالمساومة بين الطرفين.⁵³

ويطلق عليها "البيوع الإسلامية"، وهو أحد صور البيوع الإسلامية الأساسية، وهو بيع الأمانة المعروف في الشريعة الإسلامية والذي يختلف عن بيوع المساومة، حيث أن بيع الأمانة يتم الاتفاق بين البائع والمشتري على ثمن السلعة أخذاً في الاعتبار ثمنها الأصلي الذي اشتراها به البائع؛ أما بيوع المساومة فيتم الاتفاق على الثمن بغض النظر عن الثمن الأصلي للسلعة.

⁵⁰ ج. أحمد، مرجع سابق.

⁵¹ أ. سليمان خصاونه، مرجع سابق، ص 87.

⁵² ف. حسن خلف، مرجع سابق، ص 293.

⁵³ س. ناصر، تطوير صيغ التمويل قصير الأجل للبنوك الإسلامية مع دراسة تطبيقية حول مجموعة من البنوك الإسلامية، جمعية التراث، غرداية، الجزائر، الطبعة الأولى، سنة 2002، ص 108-109.

المطلب الثاني: مشروعية بيع المربحة:

1- مشروعية البيع: البيع مشروع بالأصول الشرعية التالية:

- بالكتاب: بقوله تعالى ﴿ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ ﴾ [البقرة: 275]، وبقوله تعالى ﴿ وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ﴾ [البقرة: 282]، وبقوله سبحانه ﴿ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ﴾ [النساء: 29].

- بالسنة: بقوله صلى الله عليه وسلم « البيعان بالخيار ما لم يتفرقا » رواه البخاري 328/4.

- بالإجماع: أجمعت الأمة على جواز البيع في الجملة.

والحكمة تقتضيه، لأن الحاجة داعية إليه فلا يتحصل الإنسان على ما يحتاجه إذا كان بيد غيره إلا بطريقه. وفي باب المعاملات قاعدة جلية مقتضاها: أن "الأصل في المعاملات المالية وسائر أنواع التجارات والمكاسب، الحل والإباحة"، فالذي حرم شيئا فهو مطالب بالدليل، لأنه خلاف الأصل، قال الإمام الشافعي: " فأصل البيوع كلها مباح، إذا كان برضا المتابعين الجائز الأمر فيما تبايعا، إلا ما نهى عنه النبي صلى الله عليه وسلم وما كان في معنى ما نهى عنه رسول الله صلى الله عليه وسلم بإذنه داخل في المعنى المنهي عنه، وما فارق ذلك أبحناه بما وصفنا من إباحة البيع في كتاب الله".⁵⁴

2- مشروعية بيع المربحة: بيع المربحة مشروع بالكتاب والسنة والإجماع:

- بالكتاب: قال تعالى ﴿ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ ﴾ [البقرة: 275]، والمربحة بيع والأصل في البيوع الحل، فهو باق على حله حتى يأتي نص يحرمه، وقال تعالى ﴿ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ﴾ [الجمعة: 10]، والمربحة من ابتغاء فضل الله.

بالسنة: عن عبادة بن الصامت رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

«... فإذا احتلفت هذه الأصناف فبيعوا كيف شئتم إذا كان يدا بيد » أخرجه أحمد ومسلم.

بالإجماع: فقد تعامل المسلمون بالمربحة في سائر العصور فكان ذلك إجماعا على جوازها.⁵⁵

⁵⁴ م. ع. فركوس، المرجع سابق، ص 12-13.

⁵⁵ ف. م. الرفاعي، مرجع سابق، ص 137.

المطلب الثالث: أنواع بيوع المربحة وأحكامها:

أولاً: أنواع بيوع المربحة:

1- بيع المربحة البسيطة: ويقصد بها أن يذكر للمشتري الثمن الذي اشترى به السلعة، ويشترط عليه ربحاً ما بالدينار أو الدرهم، ويُشترط لصحتها أن يكون الثمن الأول معلوماً للمشتري الثاني، وأن يكون الربح معلوماً لأن الربح جزء من الثمن.⁵⁶

2- بيع المربحة للآمر بالشراء (المربحة المركبة): "طلب شراء للحصول على مبيع موصوف مقدم من عميل إلى بنك يقابله قبول من البنك ووعده من الطرفين: الأول بالشراء والثاني بالبيع بثمن وريح يتفق عليهما مسبقاً".⁵⁷

ثانياً: بيع المربحة التي تجر به البنوك الإسلامية:

1- الطريقة الأولى: أن يتفق البنك والعميل على أن يشتري البنك سلعة معينة للعميل، ويلتزم العميل بشرائها من بعد، ويلتزم البنك ببيعها له، بسعر آجل أو عاجل، بتحديد نسبة الزيادة على سعر الشراء، كأن يقول إذا اشتريتها بمائة أشترىها عليك بمائة وعشرين نقداً أو نسيئة إلى سنة، أو على أقساط شهرية أو سنوية، متفقة أو مختلفة.

ففي الحقيقة هذا عقد لاتفاق الإيرادتين على إنشاء حق ولو سمي وعداء، وهذا العقد باطل،

لأسباب التالية:

السبب الأول: أن البنك باع ما لم يملك ولم يقبض و قد نهي النبي صلى الله عليه وسلم "عن بيع ما لم يقبض".⁵⁸

⁵⁶ أ. سليمان خصاونه، مرجع سابق، ص 88.

⁵⁷ مجلة الإحياء، الجواب الفصيح على المقال الموسوم بـ " الرد الصريح على ما يثار حول البنوك الإسلامية من قده وتخرجه"، دار الموقع، الجزائر، العدد الأول، سنة 1432هـ - 2011م، ص 29.

⁵⁸ رواه أبو داود والترمذي، وقال: حديث حسن صحيح. وقال الألباني: حديث صحيح (صحيح الجامع).

السبب الثاني: أن البنك باع بيعاً معلقاً، وهو قوله إن اشترتيموها اشتريتها منكم والبيع المعلق لا يصح لما صرح به الإمام الشافعي في كتابه "الأم"، وابن رشد المالكي في "مقدماته".⁵⁹

السبب الثالث: أن بيع المراجحة البنكية من بيوع العينة⁶⁰، وبيع العينة المنهي عنه، ووجه كونها من بيوع العينة المحرمة أن قصد البنك من العملية الحصول على المال المؤجل، وليس له قصد في الشراء، وكذا العميل لجأ إلى البنك من أجل المال.

السبب الرابع: أن المراجحة البنكية بيعتان في بيعة: من حيث إن المحيزين للمراجحة البنكية يجعلون المواعدة ملزمة، فصارت عندهم عقداً، وهي البيعة الأولى بين الطرفين، والثانية - على السلعة عينها - بين البنك والبائع، فيشملها حديث أبي هريرة رضي الله عنه قال: "نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن بيعتين في بيعة"^{61 62}.

2- الطريقة الثانية: أن لا يحصل عقد بين العميل والبنك على الشراء، بل يحصل وعد بالشراء من البنك أنه سوف يشتري له السلعة، ووعد من العميل بأنه يشتريها منه، وذلك له حالتان الوعد الملزم أو غير الملزم.

1- في حالة الوعد الملزم: يدخل الطرفان في العقد بنية الإلزام،⁶³ فيلزم بها (البنك) الأمر بالشراء (العميل) من مثل: التأمين على العين المبيعة من كل الأخطار وعلى الدين، وتغريم المماطل، وغيرها من الشروط الفاسدة، وما يترتب على هذه العقود من الضرر المالي من جزاء أكل أموال الناس بالباطل، فإن كل واحدة منها على حدة كافية للقول بمنع هذه المعاملة، فكيف بها إذا اجتمعت كلها في صفقة واحدة؟ إذ المعلوم تفعيدياً أن "التحريم يتبع الخيب والضرر".⁶⁴

⁵⁹ م.س. الأشقر وآخرون، بحوث فقهية في قضايا اقتصادية معاصرة، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، سنة 1418هـ-1998م، ص 71 وتا.

⁶⁰ العينة: أن يبيع رجل سلعة بثمن (كعشرين دينار) إلى أجل معلوم (كشهر)، ثم يبيع السلعة نفسها لبائعها الأول في الحال بأقل من الثمن الذي باعها به (خمسة عشر دينار مثلاً).

⁶¹ أخرجه أحمد والترمذي والنسائي، وحسنه الألباني في "الإرواء".

⁶² مجلة الإحياء، مرجع سابق، ص 31.

⁶³ م.س. الأشقر وآخرون، مرجع نفسه، ص 74-75.

⁶⁴ مجلة الإحياء، مرجع سابق، ص 33.

ونص على تحريم هذه الصورة من بيع المراجعة الإمام مالك ونص عليه ابن عبد البر المالكي في كتابه (الكافي)، وابن رشد في كتابه (المقدمات)، وخليل في (مختصره)، وجميع شراحه دون استثناء، منهم صاحب الشرح الكبير، والدسوقي، الزرقاني، والخطاب، والمواق، وغيرهم.

2- في حالة الوعد غير الملزم: أن يدخل الطرفان فيها على أساس وعد غير ملزم لأحدهما، سواء كان بعربون، أو بإتمام العقد، أو بتعويض عن الضرر، أو غير ذلك، مع التصريح من كل من الطرفين بأن ذلك مجرد رغبة قد يتممها و قد لا يفعل.

مسألة بيع المراجعة بدون وعد ملزم:

والذي يظهر- والله أعلم- أن التواعد على بيع المراجعة، وذكر السعر الذي سيشتري به الواعد في المراجعة، لا يجعلها حراما إذا أتممت، لأن البنك يشتري لنفسه، وهو يعلم أن العميل ربما لا يرجع إليه، وربما يرجع، فله الحرية المطلقة، والبنك يبيعها لعميل آخر، إن جاءت فرصة أنسب، والسلعة في ضمانه البنك، وهذه درجة من المخاطرة، تبيح المعاملة وتخرجها من حيز المحرم.⁶⁵

⁶⁵ م.س. الأشقر وآخرون، مرجع سابق، ص 93 وتا.

الخاتمة:

لقد قدمنا في هذه الدراسة الصورة التي ينبغي ان يكون عليها البنك الإسلامي، وذلك بإجتناّب الربا والمعاملات المحرمة والممنوعة شرعا، والتي غلبت على تعاملات البنوك والمؤسسات المالية التقليدية التي عماد معاملاتها الفائدة والمعاملات المشبوهة التي فيها ابتزاز وأكل أموال الناس بالباطل.

فعلى البنك الإسلامي الالتزام بالمعاملات المالية الإسلامية لأنها تعتبر بديل عن للمعاملات المالية التقليدية، فهي تتضمن المضاربة والمشاركة وبيع السلم وغيرها، وبيع المراجحة التي هي من البيوع الإسلامية الثابتة أصلا في الكتاب والسنة، ولكن هذا الأخير له شروط لا بد من الالتزام بها، والإخلال بها يخرجها من دائرة المعاملات المباحة إلى دائرة المعاملات المحرمة.

كما يجدر - وفي هذا السياق - بالبنوك الإسلامية التضحية قليلا لكي تصل إلى ما تريد، وذلك بالالتزام مبادئ الشريعة الإسلامية التزاما تاما كما تنتسب إليه.

قائمة المراجع :

- 1- أحمد الشرباصي، المعجم الاقتصادي الإسلامي، دار الجيل، سنة 1401هـ - 1981م.
- 2- أحمد سفر، المصارف الإسلامية العمليات، إدارة المخاطر، والعلاقة مع المصارف المركزية والتقليدية، اتحاد المصارف العربية، بيروت، سنة 2005.
- 3- أحمد سليمان خصاونه، المصارف الإسلامية"مقررات لجنة بازل-تحديات العولمة-استراتيجية مواجهتها"، عالم الكتب الحديث، عمان، الطبعة الأولى، سنة 2008.
- 4- جميل أحمد، الدور التنموي للبنوك الإسلامية دراسة نظرية تطبيقية (1980م-2000م)، مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه، الجزائر، سنة 2005-2006.
- 5- سليمان ناصر، تطوير صيغ التمويل قصير الاجل للبنوك الإسلامية مع دراسة تطبيقية حول مجموعة من البنوك الإسلامية، جمعية التراث، غرداية، الجزائر، الطبعة الأولى، سنة 2002.
- 6- سليمان ناصر، علاقة البنوك الإسلامية بالبنوك المركزية، مذكرة تخرج لنيل درجة الدكتوراه، الجزائر، سنة 2005.
- 7- عبد الحميد الحديمي، حسان بخيت، ورقة بحثية، قراءة تاريخية في تطور العمل بالصيرفة الإسلامية بدول المغرب العربي، الملتقى الدولي الأول، الاقتصاد الإسلامي الواقع ورهانات المستقبل، غرداية، 23-24/02/2011.
- 8- عبد الله بن سليمان المنيع، بحوث في الاقتصاد الإسلامي، المكتب الإسلامي، مكة المكرمة، الطبعة الأولى، سنة 1996.
- 9- فادي محمد الرفاعي، المصارف الإسلامية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، الطبعة الأولى، سنة 2004.
- 10- فارس مسدور، التمويل الإسلامي من الفقه إلى التطبيق المعاصر لدى البنوك الإسلامية، دار هومو، الجزائر، سنة 2007م.
- 11- فليح حسن خلف، البنوك الإسلامية، جدار للكتاب العالمي للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، سنة 2006.

- 12- مجلة الإحياء، الجواب الفصيح على المقال الموسوم بـ " الرد الصريح على ما يثار حول البنوك الإسلامية من قدح وتجريح"، دار الموقع، الجزائر، العدد الأول، سنة 1432هـ - 2011 م.
- 13- محسن أحمد الحضيرى، البنوك الإسلامية، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الثالثة، سنة 1420هـ - 1999م.
- 14- محمد سليمان الأشقر وآخرون، بحوث فقهية في قضايا اقتصادية معاصرة-بيع المراجعة كما تجرته البنوك الإسلامية-، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، سنة 1418هـ - 1998م.
- 15- محمد علي فركوس، مختارات من نصوص حديثة في فقه المعاملات المالية، دار الرغائب والنفائس، الجزائر، القسم الأول، سنة 1998.
- 16- محمود الأنصاري، دور البنوك الإسلامية في التنمية الاجتماعية، الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، القاهرة، سنة 1983-1404.
- 17- محمود محمد سليم الخوالد، المصارف الإسلامية، دار المحامد للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، سنة 2008.

المتغيرات القيادية للتعاملات المالية الموازية في الجزائر

د.رمضاني محمد،

أستاذ محاضر قسم ب، جامعة مستغانم

أ.قوار الحبيب سعيد

أستاذ مساعد قسم أ، جامعة مستغانم

الملخص:

لم يعد الاقتصاد الموازي يقتصر على اقتصاديات البلدان النامية، بل عرفت البلدان المتقدمة هذه الظاهرة على نطاق واسع، وخاصة في ظل العولمة الاقتصادية.

إن المالية الموازية اليوم تحدد الاستقرار المالي العالمي، وخاصة مع ارتفاع حجم التمويل الموازي إلى أكثر من الضعف خلال العقد الماضي.

وفي هذا الإطار جاءت هذه الدراسة التي تهدف إلقاء الضوء على أهم المتغيرات القيادية للتعاملات المالية الموازية في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: البلدان النامية، المالية الموازية، الاقتصاد الموازي، الاقتصاد الجزائري،

Résumé :

L'économie parallèle n'est pas seulement un phénomène réservé aux pays en développement, elle concerne aussi les pays riches, où le phénomène prend une ampleur de plus en plus grande. Avec la mondialisation économique.

Aujourd'hui la finance parallèle menace la stabilité financière, où La taille du secteur de la finance parallèle a plus que doublé durant la dernière décennie.

A cet effet, la présente étude fait la lumière sur les variables pilotes des transactions financières parallèles en Algérie..

Mots-clés: pays en développement, finance informelle, économie parallèle, économie algérienne.

المقدمة:

تعتبر القدرات الاقتصادية الضائعة على شكل فرص في الأسواق الموازية كبيرة جدا، أصبحت معها التوازنات الكلية الأساسية مهددة بشكل كبير، نظرا لاتساع هامش التعاملات المالية الموازية داخل الاقتصاد غير رسمي.

إن دراسة خصوصية الاقتصاد الموازي في شقه المالي أصبح يمثل أكثر من ضرورة في الوقت الحالي، وذلك حتى ولو أقرنا بصعوبة ذلك نظرا لخصوصيات الاقتصاد الموازي المعقدة من حيث القياس و الحصر. لهذا سنعتمد في هذا المقال على الأسلوب التحليلي أكثر نظرا لصعوبات الكمية السابقة و نحاول حصر البحث حول التساؤل الرئيسي التالي: **ما هي أهم المتغيرات و العناصر**

المحددة لظاهرة التعاملات المالية الموازية خاصة في الجزائر؟

إن حصر هذه المتغيرات يعتبر شيئا مهما للغاية لنتمكن من تحليل الظواهر المالية الموازية بشكل سليم و بالتالي التوقع النسبي لسلوكيات الأعوان و الأفراد داخل هذه الأسواق الموازية. و في هذا البحث نرتكز على الفرضيات التالية:

- إن نمو الاقتصاد الموازي يزيد بالضرورة من حجم التعاملات المالية الموازية.
- إن الحصة الكبيرة للتعاملات المالية الموازية تشوه الأسواق المالية و النقدية الرسمية.
- إن ضعف تسيير و إدارة بعض المجمعات الرسمية هو السبب الرئيسي في ظهورها على شكل موازي .
- إعادة تصحيح بعض التشوهات او الضعف في الأسواق الرسمية يمكن إن يسهل من إدماج حيز كبير من التعاملات المالية الموازية.

سنعالج هذا التساؤل الرئيسي من خلال التطرق أولاً للاقتصاد الموازي باعتباره البيئة الخصب لظهور و تنامي هذه التعاملات، ثم عن طريق منهج تحليلي صرف نحاول حصر أهم العوامل المؤثرة في التعاملات المالية الموازية على شكل متغيرات، و في الأخير نسقط هذه المتغيرات على واقع الاقتصاد الجزائري كحال للدراسة.

I- الاقتصاد الموازي كحاضنة للتعاملات المالية الموازية:

أظهرت الدراسات النظرية السابقة حول الاقتصاد الموازي [vito tanzi] و [smit philip] علاقته مع الدخول المتأتية من أسواق السلع و الخدمات غير مصرح بها، ولكننا نحاول هنا التركيز أكثر على جملة التعاملات غير مصرح بها في الإطار المالي و النقدي و التي تتمثل في دخول من تعاملات مالية من بيع او شراء عملات أو دخول متأتية من تعاملات مالية أخرى. لذا من الضروري جدا إن نميز ما بين الاقتصاد الموازي ككل و ما بين التعاملات المالية الموازية كجزء من الكل.

1.I - الاقتصاد الموازي:

نعمد على التعريف التالي لتحديد مفهوم الاقتصاد الموازي لمكتب الإحصاءات الرسمية في المملكة المتحدة C.S.O¹ الذي عرف الاقتصاد الموازي على انه " مجموع الأنشطة الاقتصادية التي يتولد عليها عناصر دخل لا يمكن قياسها من مصادر الإحصاءات الرسمية و المناط بها عادة وضع مقاييس الدخل القومي و الناتج القومي " هذا التعريف الذي حصر التعاملات الموازية في كل نشاط اقتصادي يدر دخل و باعتبار بعض الأنشطة الاقتصادية المالية هي الأخرى تدر دخلا فيمكن إدراجها تحت خانة التعاملات المالية الموازية. إذا ما الفرق بين الاقتصاد الموازي و التعاملات المالية الموازية و المالية الموازية ؟.

الاقتصاد الموازي الذي يشمل أوجه عديدة من الأنشطة الاقتصادية غير مصرح بها كالتجارة الموازية، التشغيل غير مصرح به للعمال، سوق الصرف الموازية، الاتجار في الأنشطة الممنوعة... الخ.

إلا أن موضوع البحث الحالي هو المعاملات المالية الموازية، كالتعاملات غير رسمية في أسواق الصرف و الإقراض و الاقتراض بين الأفراد خارج الأسواق النقدية و الدوائر البنكية و بعض أشكال الخدمات المصرفية الإسلامية الخارجة أيضا عن هذا النوع من البنوك. إذا فالتعاملات المالية الموازية هي جزء من الاقتصاد غير رسمي، هذا الأخير الذي يشمل أنواعا أخرى من الأنشطة الاقتصادية الحقيقية .

¹ - عاطف وليم اندراوس، "الاقتصاد الظلي" مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2005، ص15

2.I: المالية الموازية:

المالية الموازية تعتبر مفهوماً و ظاهرة قديمة في اقتصاديات العالم خاصة اقتصاديات العالم النامي، إلا أنها لم تأخذ حقيقتها من الدراسة، و ما زال الكثير يخلط ما بين الاقتصاد الموازي و المالية الموازية فما الفرق بينهما؟

لقد حصرنا حدود مفهوم الاقتصاد الموازي في النقطة السابقة، والذي يشمل إلى جانب التعاملات المالية الموازية، أنشطة تجارية و إنتاجية موازية. إلا أن المالية الموازية تعرف على أنها " مختلف عمليات الإقراض و الاقتراض في المؤسسات المالية الموازية و التي تلبي حاجات التمويل لدى الأفراد و المتعاملين الاقتصاديين"²

كما يجدر الإشارة هنا أن هذا التعريف يضيف بما لا يدع الشك ضمناً كل عمليات التمويل التي تقام في الدوائر غير رسمية، الشيء الذي يدفعنا إلى إضافة كل المعاملات المالية الإسلامية تحت هذا النوع من المالية.

إذا فعمليات المراجعة و المشاركة و المضاربة و بيع السلم و الإجارة كلها عمليات مالية قد تقدم من طرف هيئات غير رسمية أو بين العائلات فيما بينها.

II- متغيرات التعاملات المالية الموازية:

إن التعاملات المالية الموازية من بيع و شراء عملة في السوق غير الرسمي و إقراض و اقتراض من هيئات غير بنكية و غير منظمة، التعاملات وفق مبادئ المراجعة، المشاركة، المضاربة دون وجود بنوك إسلامية تحتوي هذه الأنماط من التمويل، وحتى المساهمة على شكل حصص أسهم في شركات تجارية و خدمية و إنتاجية غير مصرح بها.

كل هذه التعاملات التي يفترض أن تكون في أسواق نقدية و مالية رسمية، أصبحت تمارس خارج الدوائر الرسمية و بعيداً عن أي نوع من أنواع الرقابة المفترضة على هذه الأسواق.

II-1 - متغير سعر الصرف الموازي:

سوق الصرف الموازي أو السوق غير الرسمي أو السوق السوداء هو سوق ينشأ عند عجز القطاع الرسمي - البنك المركزي - عن تلبية رغبات طالبي العملة الصعبة ، ومن أهم

² - Tensuke Tanaka ;Margit molnar « what is différent about informal finance” revue économique ,volume 59,nemero06,paris, novembre 2008.

أسباب ظهور السوق الموازي هو عدم السماح بتحويل العملة³ مما يدفع بمن يرغب في الحصول على العملة بشرائها بأعلى سعر ممكن. هذا السوق الخارج عن رقابة الدولة و المتمثلة في فكرة سياسة الرقابة على الصرف و التي تتجسد في " كيفية التوزيع الأمثل لكمية الصرف الأجنبي الذي تحصل عليه الدولة على وجوه الطلب الممكنة «⁴ ، و التي يجب أن يصاحبها رقابة صارمة على الواردات و الصادرات و بالتالي تحقيق المساواة بين عرض الصرف الأجنبي و الطلب عليه وكذا الرقابة على حركة رؤوس الأموال. ويعتبر مفهوم الرقابة على الصرف Exchange control كأحد الوسائل الفنية في الرقابة المباشرة على المدفوعات الدولية. كما أنّ الرقابة على الصرف الأجنبي مصطلح يطلق على « مجموعة القواعد التي تضعها السلطة العامة في الدولة لتنظيم عرض و طلب الصرف الأجنبي والشروط التي تحددها من أجل فرض سعر معين ».

إما سعر الصرف الموازي "فهو عدد الوحدات الأزمة من العملة الوطنية لشراء وحدة واحدة من العملة الأجنبية في السوق الموازية ". و تنشأ هذه السوق عندما يحتل العرض و الطلب على العملة في السوق الرسمي و لا يكون قادرا هذا الأخير على تلبية كل الطلب. الشيء الذي يدفع الأفراد إلى اللجوء إلى السوق الموازي ، و لكن بسعر أعلى يقترب من القيمة الحقيقية للعملة.

II-2- متغير معدل الفائدة الموازي:

هذا المتغير الذي يظهر و يتجسد حقيقة مع عملية الإقراض و الاقتراض ، و إن كان الأمر لا يعاين بوضوح لأنه يكون في سوق غير رسمي ، فهذا النوع من التعاقد على التمويل يكثر في نطاق المالية المصغرة la microfinance غير رسمية. أي بمعنى انه ليس كل عمليات المالية المصغرة هي عمليات غير رسمية وموازية ولكن تكثر ظاهرة المالية الموازية la finance informel في جوانبها و أحجامها الصغيرة و المتناهية الصغر.

³ - Ali Benouari, " la convertibilité total de l monnaie nationale", quotidien d'Oran N° 3424 du 27/03/2005, p 05.

* Ali Benouari, Ancien fonctionnaire de la banque d'Algérie et ministre délégué du trésor.

⁴ - عادل حشيش، " العلاقات الاقتصادية الدولية " الدار الجامعية الجديدة للنشر، مصر، 2000، ص22.

فكل قرض بين أفراد العائلة الواحدة أو بين الأصدقاء أو الشركاء يدر دخلا ثابتا على الطرف المقرض إنما هو شكل من أشكال القروض غير مصرح بها و غير رسمية, ربما يطلب هذا النوع من القروض لغرض غير مشروع أو ربما لكثرة العراقيل الإدارية من طرف البنوك الرسمية أو حتى عدم وجود ضمانات مادية كافية للحصول على هذا النوع من القروض بشكل تقليدي من البنوك . وغالبا ما يكون هذا النوع من القروض كقروض شخصية أي بضمانات شخصية داخل هذه الأسواق غير منظمة انظر دراسة Tensuke Tanaka ;Margit molnar (2008) السابق ذكرها في المراجع.

II-3 - متغير التمويل الموازي:

إن التمويل الموازي " هو تلبية حاجات الأعوان ذو الاحتياج للتمويل عن طريق هيئات غير منظمة". و إن هذا النوع من التمويل الموازي قد يكون كالنوع السابق الذكر على شكل قروض و قد يكون على شكل وساطة مالية موازية.

فلاعتبارات عدة سنحددها لاحقا على شكل متغيرات, قد يلجأ الأفراد أو حتى الأعوان الاقتصاديين إلى أسواق غير منظمة لطلب أشكال مختلفة من التمويل التقليدي او حتى بعض أنواع التمويل الإسلامي لغياب البنوك الإسلامية التي يفترض أن تقدم هذا النوع من التمويل أو الخدمة المالية. فهناك الكثير من الأصدقاء أو العائلات الذين يشتركون في حصص مالية على شكل أسهم فيما بينهم للقيام بتجارة موازية , يشتركون في أرباحها على حسب حصصهم أو أسهمهم. كما ان الاعتبار الديني الذي لم يلي من طرف البنوك الإسلامية في بعض الأقطار لاقتصادية, جعل من طالبي هذه الخدمة يلجؤون فيما بينهم إلى أنماط التمويل الإسلامي بشكل موازي.

III- تقييم المتغيرات الاقتصادية للتعاملات المالية الموازية في الجزائر:

إن العرض السابق للتعاملات المالية الموازية , بين بوضوح حقل هذه التعاملات و الذي يتمثل ببساطة في الأسواق الموازية , التي تفوت على اقتصاديات الدول فرصا كبيرة في مجال الضريبة و التشغيل, ما ينجر عنه من اختلالات من الناحية التنظيمية و المالية.

و الجزائر كغيرها من الدول معنية بهذه الأسواق الموازية فالسوق الموازية في الجزائر على حسب التقرير السنوي للبنك العلمي حول مناخ الأعمال لسنة 2005 بلغ 33,40%⁵ وهناك علاقة طردية بين حجم السوق الموازي وبين حجم التعاملات المالية الموازية، في هذا المقال الذي اختار الجزائر كعينة للدراسة سوف نحاول حصر أهم الأسباب أو المتغيرات التي تقود هذه المعاملات المالية الموازية للتوسع و الزيادة.

III.1- تحديد متغيرات التعاملات المالية الموازية في الجزائر:

III.1.1- تعاملات الصرف الموازية في الجزائر:

بعد قضية إصلاح الاقتصادي الذي طبقته الجزائر و الذي مثل فيه تحرير سعر الصرف و تحرير السوق المصرفي و إنشاء بورصة الجزائر أهم المحاور. أولت لها الجزائر اهتماما كبيرا لاستقرار سعر الصرف الاسمي وتقوية المركز المالي الخارجي للجزائر. و اتخذت إجراءات الجديدة يمكن إجمالها فيما يلي⁶:

- إقرار التحويل الجزئي للدينار.
- تخفيض الدينار الجزائري.
- مواصلة تحرير الأسعار.
- وفي مجال صرف العملة تقرر ما يلي⁷:
- اعتماد التحويل التجاري للدينار سنة 1991 وتطبيقه فعليا سنة 1994.
- تحرير أسعار الواردات.
- اعتماد طريقة التسعير الـ Fixing لتحديد سعر الصرف.
- اعتماد التحويل الجاري للدينار في جوان 1995.

⁵ - أ.محمد زعلاني، "شمولية ظاهرة الاقتصاد الموازي بإشارة الى الاقتصاد الجزائري: (تأصيل المعنى بحث في الأسباب و الآثار) مجلة أبحاث اقتصادية و إدارية، العدد العاشر، 2011، ص209.

⁶ - د. محمد بن بوزيان و طاهر زباني "الأوروسياسة سعر الصرف في الجزائر، دراسة مقارنة مع تونس والمغرب" الملتقى الأول حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة " أيام 21 - 22 ماي 2002، جامعة سعد دحلب، البلدة، ص 276.

⁷ - BENACHENHOU.A " l'Algérie aujourd'hui un pays qui gagne " 2004 P 103.

- إنشاء سوق صرف ما بين البنوك في بداية 1996⁸.

إلا أن هذه الإجراءات لم تستطع الحد من السوق الموازية للصراف. بل زاد حجمه و اتسعت دائرته. رغم نظام الرقابة على الصرف الذي يؤمن استخدام الموارد من العملات الأجنبية لخدمة المصالح الوطنية ويراقب كل التدفقات المالية بين البلد المعني وبقية العالم لكن بالمقابل فإن الصرامة في تنفيذ الرقابة والتضييق الكبير على عمليات الصرف لم يحد من حجم سوق الصرف الموازي لبيع أو اقتناء العملة.

إذا هناك علاقة طردية ما بين نمو سوق الصرف الموازي وبين برنامج الرقابة على الصرف فكلما زادت الرقابة على الصرف صرامة زاد حجم سوق الموازي والعكس.

ومن أهم أسباب تنامي التعاملات غير رسمية في سوق الصرف يمكن ذكر ما يلي⁹ :

المركزية في الحصول على العملة الصعبة : نظرا لعدم وجود سوق حرة رسمية يمكن تحويل فيها العملة بدون قيود وكذلك تسقيف المبلغ القابل للتحويل إلى العملة الصعبة بحيث ان المبلغ الأقصى القابل للتحويل من الدينار الجزائري إلى العملة الصعبة يقدر ب 15000 دج لمن يريد السياحة في الخارج ، مرة واحدة في السنة.

ومن أهم الإجراءات التي يمكن لها أن تحد من توسع السوق الموازي¹⁰ :

- تسير أكثر فعالية لموارد البنوك التجارية من العملة الصعبة.

- إعادة النظر في النصوص القانونية المنظمة لسوق الصرف بما يتماشى وحاجات الاقتصاد الوطني. إلا أنه لا يمكن لنا أن نهمّل بعض المعطيات الهامة التي يوفر السوق الموازي لإجراء بعض التعديلات المهمة على سعر الصرف الرسمي ، وذلك لكون سعر الصرف الموازي أكثر فعالية من سعر الصرف الرسمي¹¹.

⁸ - Benachenhou.A, op.cit, p 104.

⁹ - قارة ملاك " إشكالية الاقتصاد غير الرسمي في الجزائر مع عرض ومقارنة تجارب: المكسيك، تونس والسنغال" أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية فرع اقتصاد مالي، جامعة قسنطينة. 2009-2010، ص 142

¹⁰ - Lyes Malki : " le marché parallele de la devise", www.elwatan.com.

¹¹ - Abderrazak Benhabib, Benbouziane M. Ziani. T " Le marché de change informel et mesalignement le cas de dinars Algérien" Faculté S.E.G de Tlemcen. <http://www.univ-paris12.FR>.

- كما أنّ سعر الصرف الموازي يبين لنا درجة فرط تقييم العملة Sur-évaluation وإمكانية استعماله كمؤشر في حالة ما إذا قررنا تخفيض العملة أو إجراء عملية التحويل.

III.1.1-1- تعاملات صيغ التمويل الموازية في الجزائر:

إن نشاطات التمويل الموازية في الجزائر او في غيرها من الدول يمكن تتبعها بدقة نظرا لصعوبات التالية:¹²

- صعوبة القياس لان هذه الأنشطة غير مسموحة إحصائيا نظرا لطبيعتها الخفية و غير مراقبة و لا يمكن معرفة عدد المتدخلين فيها, و حجم القيم الأموال المتداولة فيها. إذا مساحة التعويل على الجانب الكمي في هذه المسألة يصبح شبه مستحيل.

- سرعة دوران النقود في هذا النوع من التمويل, إذ أن النقود لا تتراكم بل تتداول بشكل مستمر. - غالبا ما يكون هذا النوع من التمويل بين مؤسسات متناهية الصغر و ذات طابع عائلي. كما أن الأفراد - خاصة بين العائلة الواحدة فيما بينهم - و الذين لا يريدون التعامل مع البنوك التقليدية في مجال التمويل قد يلجؤون إلى صيغ تمويل إسلامي فيما بينهم وفقا لمبدأ المشاركة أو المضاربة دون التصريح بمشاريعهم. خاصة إذا كانت هذه المشاريع تجارية أو إنتاجية صغيرة.

III.2- متغيرات التعاملات المالية الموازية في الجزائر:

من خلال التحليل السابق يمكن إن نميز بوضوح أهم المتغيرات المؤثرة في تزايد التعاملات

المالية الموازية و التي نحصرها فيما يلي:

أولاً: في مجال التعاملات الموازية لصرف العملة كانت الأسباب كما يلي:

- 1- نظام التحويل الجزئي للدينار, الذي لم يعد يحتوي كل الطلب على العملة الأجنبية.
- 2- تسقيف المبلغ المخصص للتحويل بالنسبة لمخصصات منح السياحة.
- 3- الفارق الموجود بين القيمة الرسمية للدينار و القيمة الموازية, والتي فتحت الباب أمام المضاربة في السوق الموازي.

¹² Michel LELART" De la finance informelle à la microfinance" Agence Universitaire de la Francophonie, 2006.p18-19

هذه المتغيرات الثلاثة التي تزيد ربما من حجة من ينادي بضرورة تعويم العملة - الرأي الذي يبدو معقولاً مع ضرورة التدرج في هذه العملية و تحت شرط مراعاة متطلبات الاستقرار المالي الكلي - .
ثانياً: في مجال التمويل و الوساطة كانت اهم المتغيرات المسببة لظهور المالية الموازية ما يلي:

- 1- بطئ اجراءات معالجة ملفات القروض
- 2- عدم وجود الضمانات البنكية اللازمة للحصول على قروض من الدائرة الرسمية
- 3- عدم الرغبة في التعامل بمعدلات الفائدة.

الخاتمة

لقد تمكنت ظواهر الاقتصاد الموازي في أكثر من ثلث حجم الاقتصاد الجزائري، و زادت معه التعاملات المالية الموازية في سوق الصرف و أنماط التمويل و أصبحت تنتظم أكثر من ذي قبل. لذا و جب حصر أسبابها و تشخيصها تشخيصا سليما للتمهيد إلى دمجها في الاقتصاد الرسمي، وذلك لما لهذه التعاملات من أهمية نسبية مقارنة مع غيرها من التعاملات. و إن كانت دراسة هذه الظواهر صعبة لطبيعتها الخفية و البعيدة عن دوائر الإحصاء، فأولى أن يقوى الاقتصاد و تنظم أسواق الصرف و الأسواق النقدية لتمكين من سحب و دمج النشاط الموازي لدائرة التنظيم . و إن تفوت الفرص أمام تعاظم التعاملات المالية الموازية و ذلك من خلال ما يلي:

- تقريب قيمة الدينار الجزائري من قيمته الحقيقية لسد الفجوة و الفارق مع قيمته الموازية.
- تسهيل إجراءات معالجة ملفات القروض في البنوك.
- تسهيل الإجراءات التنظيمية المعمول بها في مجال تقديم مختلف الخدمات البنكية.
- توفير مكاتب صرف رسمية خاضعة لرقابة الدولة.
- تقوية بورصة الجزائر و تنويع أسهم الشركات فيها، و تقليل القيم الاسمية للأسهم لجلب صغار المستثمرين.
- تنويع الخدمات البنكية و الخدمات البنكية الإسلامية لتأطير المدخرين و المستثمرين الذين لا يجذون التعامل بمعدلات الفائدة.

قائمة المراجع:

- 1- عاطف وليم اندراوس "الاقتصاد الظلي" مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2005.
- 2- عادل حشيش "العلاقات الاقتصادية الدولية" الدار الجامعية الجديدة للنشر مصر، 2000.
- 3- أ.محمد زعلاني "شمولية ظاهرة الاقتصاد الموازي بإشارة إلى الاقتصاد الجزائري: (تأصيل المعني بحث في الأسباب و الآثار) مجلة أبحاث اقتصادية و ادارية، العدد العاشر، 2011.
- 4- قارة ملاك "إشكالية الاقتصاد غير الرسمي في الجزائر مع عرض ومقارنة تجارب : المكسيك، تونس والسنغال" أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية فرع اقتصاد مالي، جامعة قسنطينة. 2009-2010.
- 5- *Abderrazak Benhabib, Benbouziane M. Ziani. T " Le marché de change informel et mesalignement le cas de dinars Algérien" Faculté S.E.G de Tlemcen. <http://www.univ-paris12.FR>.*
- 6- *Ali Benouari, " la convertibilité total de l monnaie nationale", quotidien d'Oran N° 424 du 27/03/2005, p 05.*
* *Ali Benouari, Ancien fonctionnaire de la banque d'Algérie et ministre délégué du trésor.*
- 7- *BENACHENHOU.A " l'Algérie aujourd'hui un pays qui gagne " 2004.*
- 8- *Lyes Malki : " le marché parallèle de la devise", www.elwatan.com.*
- 9- *Michel LELART" De la finance informelle à la microfinance" Agence Universitaire de la Francophonie, 2006.*
- 10- *tensuke tanaka ;margit molnar « what is different about informal finance” revue économique ,volume 59,nemero06,paris, novembre 2008*

المقالات

باللغة الاجنبية

Le lien apprentissage, compétences et compétitivité au sein d'une organisation apprenante Approche par le Knowledge Management

Mr. BENHAMOUDA Youcef
EPSECG Tlemcen-Algérie

Résumé :

Les connaissances, les savoir-faire, les compétences, et plus généralement la capacité à apprendre d'une organisation constitue l'une des ressources essentielles de la compétitivité dans une économie fondée sur la connaissance. Dans un tel contexte le Knowledge Management est envisagé comme facteur de structuration autour du concept d'apprentissage. Cet apprentissage qui vise l'amélioration continue à travers le développement de nouvelles connaissances, leur diffusion parmi les acteurs de l'organisation et enfin l'intégration de ces connaissances qui se transforment en compétences. Ce processus a été analysé dans cet article intitulé « le lien apprentissage, compétences et compétitivité au sein d'une organisation apprenante : approche par le Knowledge Management ».

Mots clés : organisation apprenante, Knowledge Management, Compétence

المخلص :

المعارف، المهارات، الكفاءات و بصفة عامة القدرة على التعلم لمنظمة ما تشكل واحدة من أهم الموارد التي من شأنها تحقيق التنافسية في ظل اقتصاد قائم على المعرفة. و في هذا السياق يتم تناول إدارة المعرفة على أنها عامل هيكلية حول مفهوم التعلم. هذا التعلم الذي يهدف إلى التحسين المستمر في الأداء من خلال تطوير معارف جديدة، ونشرها بين مختلف الفاعلين في المنظمة و إدماجها في أنشطة الأعمال لتتحول تلك المعارف فيما بعد إلى كفاءات. هذه العملية تم تحليلها من خلال هذه الورقة البحثية تحت عنوان: "العلاقة تعلم، كفاءات، تنافسية على مستوى المنظمة المتعلمة: مقارنة إدارة المعرفة".

الكلمات المفتاح : منظمة متعلمة، إدارة المعرفة، كفاءة

Introduction :

L'accélération des amplitudes de l'environnement des affaires et leur propagation quasi immédiate implique à l'entreprise non seulement être réactif mais surtout proactif pour ne plus subir ou s'adapter mais anticiper. Dans un tel contexte la principale façon d'acquérir et maintenir un avantage compétitif est la capacité à innover de façon permanente, et à apprendre plus rapidement que ses concurrents. Et comme les compétences résultent de la mise en œuvre d'une combinaison de ressources diverse (savoirs, savoir-faire, qualités comportementales...) les enjeux liés à la conservation et au développement du savoir-faire dépassent aujourd'hui largement le cadre d'une simple mémoire collective ou documentaire pour s'inscrire dans une logique stratégique à long terme. D'ailleurs c'est la raison pour laquelle nombreuses recherche en management et en stratégie s'intéressent au processus d'apprentissage en abordant le concept du Knowledge Management. Ce qui va être traité à travers ce papier dans un cadre descriptif et analytique.

Et la question principale qui se pose est la suivante :

Comment s'établi le lien apprentissage, compétences et compétitivité au sein d'une organisation apprenante ?

Pour répondre à cette question on va aborder trois axes principaux :

le Knowledge Management un dispositif incontournable pour l'organisation apprenante

le lien apprentissage, compétences et compétitivité

l'organisation apprenante qui utilise le Knowledge Management comme facteur de structuration.

Axe n°1 : le Knowledge Management un dispositif incontournable pour l'organisation apprenante

Aujourd'hui les entreprises évoluent dans un environnement de plus en plus complexe et instable. Pour répondre à de nouveaux défis, elles utilisent de plus en plus un nouveau type de ressource stratégique qui est la connaissance, le savoir-faire détenu collectivement par ces employés et par conséquent les bases de connaissances sont devenues des véritables richesses pour l'entreprise. Ces bases se constituent au fil du temps afin de matérialiser un savoir-faire spécifique, transférable et reproductible, vecteur essentiel de compétitivité et de pérennité.²

Dans ce cadre la théorie de la firme fondée sur les connaissances (Knowledge Based View)³ a conduit à développer une vision stratégique du Knowledge Management et l'évolution de cette théorie avec l'approfondissement dans ce domaine de recherche ont conduit à établir une nouvelle définition du KM dans laquelle l'unité d'analyse est alors l'entreprise dans son positionnement concurrentiel. Et dans ce contexte Duderzert définit le KM comme « une démarche visant à la fois du développement d'une dynamique d'apprentissage organisationnelle (ou collective) et à la gestion de cette dynamique d'apprentissage dans l'objectif d'atteindre un avantage concurrentiel ». ⁴ Et donc les enjeux liés à la conservation et au développement du savoir-faire dépassent aujourd'hui largement le cadre d'une simple mémoire collective ou documentaire pour s'inscrire dans une logique stratégique à long terme.

D'un point de vue opérationnel le Knowledge Management s'agit de « combiner les savoirs et savoir-faire dans les process , produits, organisations pour créer de la valeur »⁵. Cette définition contient trois éléments importants :

la distinction entre savoir (explicite diffusable) et savoir-faire (tacite non diffusable) :

Il est tout à fait clair que les principales ressources stratégiques de l'entreprise dans une économie fondée sur l'information sont composées de savoirs, c'est l'apprentissage et la capitalisation de savoirs individuels et collectifs et leur mise en œuvre dans l'action qui génèrent les aptitudes et les compétences définies comme les capacités particulières d'emploi d'actifs dans le but d'atteindre des objectifs finalisés⁶, et si la pérennité d'une entreprise repose sur le principe simple qui s'agit de chercher toujours à satisfaire sa clientèle, l'atteinte de cet objectif suppose que son savoir-faire soit suffisamment flexible pour pouvoir s'adapter aux fluctuations de la demande dans un univers de plus en plus complexe.

Le savoir-faire sur un domaine, une thématique est la somme capitalisée des connaissances acquises sur celui-ci depuis son lancement, enrichi d'expérimentations successives succès/échecs, déduction faite des connaissances obsolètes. En d'autres termes le savoir-faire d'aujourd'hui peut être représenté par la formule suivante :⁷

$$SF_t = \sum (C_{at-2} + E_{t-2})(C_{at-1} + E_{t-2} - C_{ot-2})(C_t + E_t - C_{ot-1})$$

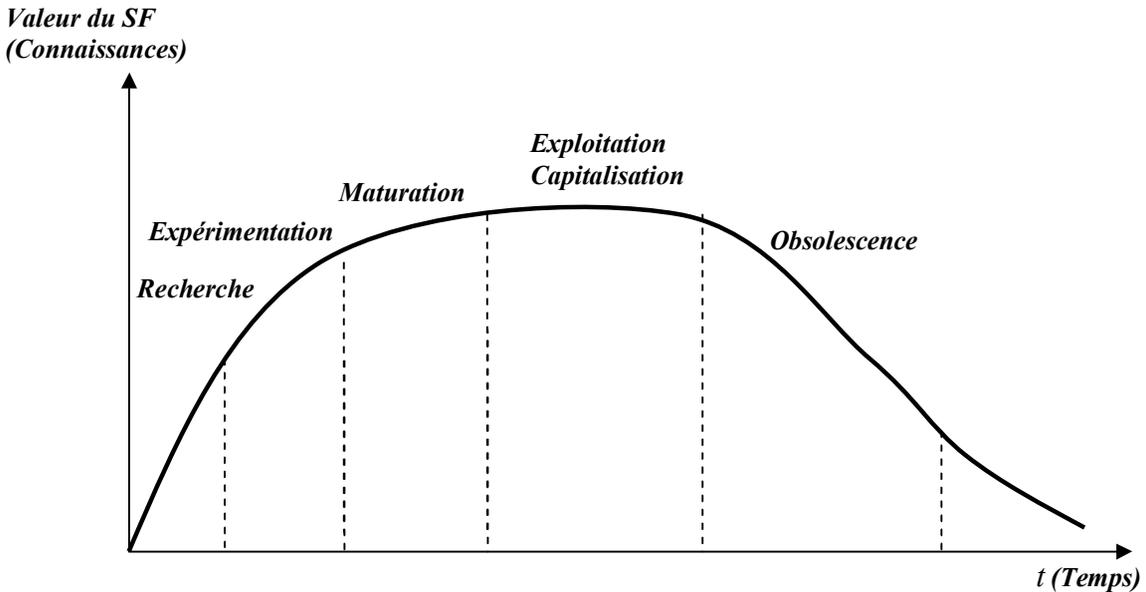
SF_t : Savoir-faire à l'instant t

C_{at-2} : Connaissances acquises à l'instant $t-2$, ou $t-1$, t

E_{t-2} : Expérimentations réalisées à l'instant $t-2$, ou $t-1$, t

C_{ot-2} : Connaissances obsolètes à l'instant $t-2$, ou $t-1$, t

Comme un service ou un métier ou un produit, le savoir-faire a une durée de vie qui s'identifie à sa valeur produite, le cycle de vie du savoir-faire est représenté par cinq phases comme le montre la figure suivante :



Fig(1) : Cycle de vie du savoir-faire

- la notion de combinaison :

La compétence individuelle et la connaissance ne sont productrices de valeur que combinés avec d'autres facteurs, notamment les process et les produits, et également entre eux.

Les transformations organisationnelles que connaissent les entreprises aujourd'hui ont plusieurs conséquences sur la performance de ces dernières et la problématique posée à ce point concerne la part respective de l'individuel et du collectif dans la réalisation de cette performance, autrement dit, comment les deux dimensions individuel et collectif s'articulent-elles aujourd'hui ? Et en quoi la notion de compétence modifie-t-elle cette articulation ? Selon le modèle classique 'modèle taylorien fordien' la séparation entre l'individu et le groupe était consommée. Taylor a donc proposé un modèle d'organisation centré sur l'individu occupant un poste de travail. L'exigence imposée à l'individu consiste à obéir aux procédures et à respecter à lettre les manières de faire imaginées par les spécialistes dans le but d'optimiser les rendements productifs.⁸

Mais maintenant avec les évolutions organisationnelles rapide de nouvelles exigences vis-à-vis la main-d'œuvre ont apparu, là où le modèle taylorien fonctionnait grâce à une main-d'œuvre substituable, le modèle actuel est beaucoup plus exigeant.

Les savoirs élémentaires nécessaires à la bonne tenue du poste cèdent la place à des compétences diversifiées. Polyvalence, responsabilisation accrue et diminution du nombre de niveaux hiérarchiques renforcent le besoin de compétences individuelles. En outre, la coopération au sein de l'équipe est à la fois source de performance et condition de production car elle permet la mise en œuvre de routines de coordination. La performance n'est plus seulement liée au niveau de compétences de chaque individu, elle dépend étroitement de la manière dont les équipes parviennent à se coordonner.

la notion de création de valeur :

Il est indispensable de relier le Knowledge Management avec le business et la capacité à améliorer la performance et en générale avec la création de valeur. Le Knowledge Management est considéré comme un facteur de structuration de la firme autour du concept d'apprentissage et en particulier l'apprentissage organisationnel, ce dernier qui est conçu comme une dynamique collective qui résulte des capacités cognitives des acteurs. le cadre est celui de l'amélioration continue qui implique l'identification de nouvelles opportunités, la mise au point de nouvelles solutions, le développement de nouvelles connaissances, leur diffusion parmi les acteurs de l'organisation, et en fin l'intégration de ses connaissances qui se

transforment en compétences. Le cycle d'apprentissage rend les processus explicites, les conceptualise comme système qui apprend dans un concept de création.⁹

Et donc une organisation qui cherche à développer ses compétences doit incontestablement se préoccuper, dans un premier temps, de la manière dont elle gère les connaissances, depuis son recensement jusqu'à son mode de diffusion.¹⁰ Cette opération n'est réalisable qu'avec la mise en place d'un système de Knowledge Management qui doit répondre à ses objectifs et viser la performance, et selon Reix la performance est « multidimensionnelle » et reflète les objectifs des diverses parties prenantes de l'entreprise.¹¹ Et en étudiant l'impact de ce système sur la performance de l'entreprise on peut distinguer trois types de performance :¹² la performance opérationnelle, la performance financière, et la performance concurrentielle. Et c'est là qu'on peut constater qu'au-delà des objectifs opérationnels assignés au KM ce dernier trouve ses origines dans des pratiques de gestion des systèmes d'information (Organizational Information Processing), d'intelligence économique (Business Intelligence), d'apprentissage organisationnel (Organizational Cognition) et management stratégique (Organizational development).¹³

Dans ce contexte la gestion du patrimoine de connaissances spécifique à l'entreprise ou « Knowledge Management » devient maintenant un axe très important dans l'entreprise et il est utile de signaler que la gestion des ressources cognitives d'une entreprise est délicate, car elle repose sur la capacité des gens à s'approprier, utiliser, et faire évoluer les connaissances collectives.¹⁴ C'est-à-dire transformer ces connaissances en compétences individuelles ou collectives.

A ce niveau on peut constater à quel point la culture de partage, la multitude des sources et enfin l'organisation d'un système fiable de gestion des connaissances sont des paramètres indissociables, et sur lesquels reposent toute valorisation des savoir-faire et toute amélioration des compétences individuelles et collectives de l'entreprise comme le montre la figure suivante :

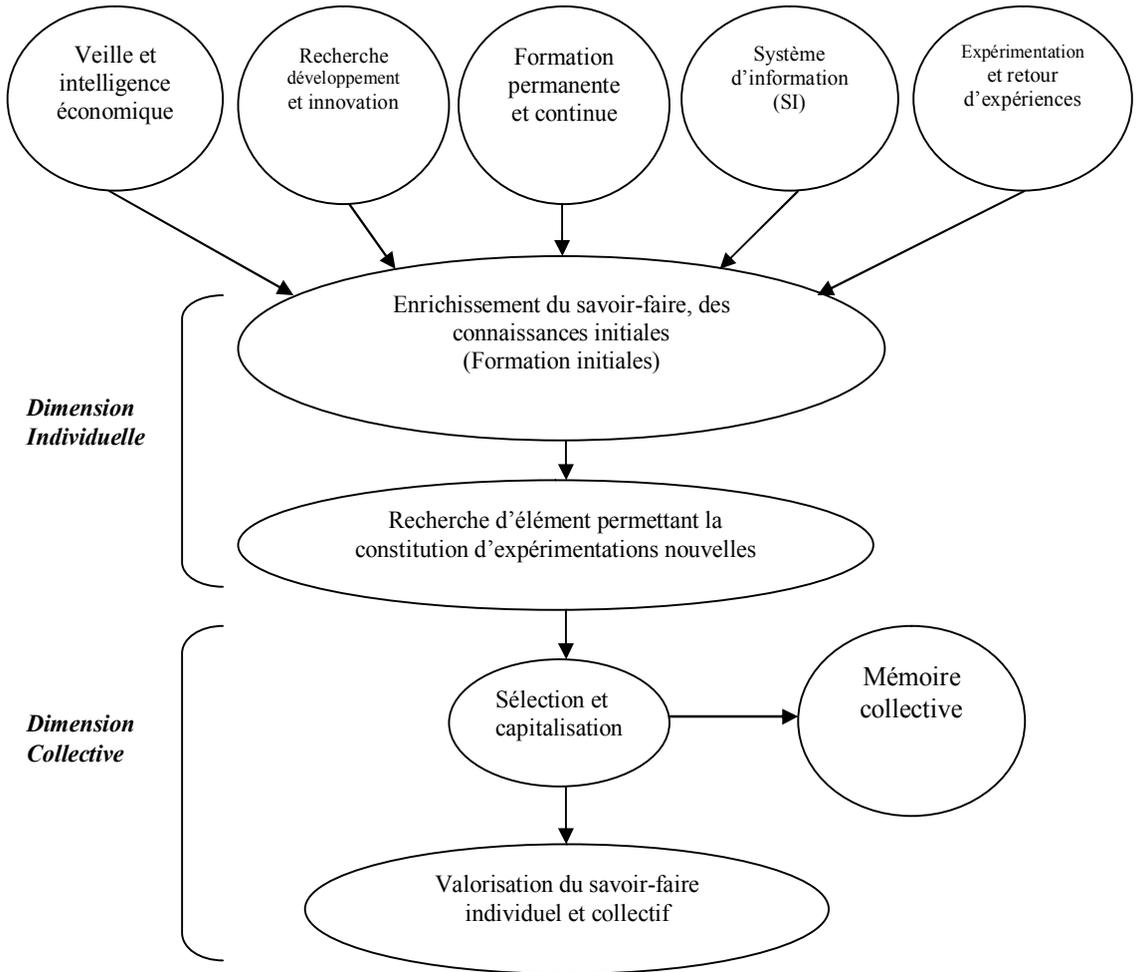


Fig (2) : les différentes sources du savoir-faire¹⁵

Axe n°2 : le lien apprentissage, compétences et compétitivité

La notion de compétence varie en fonction des champs de préoccupations ou d'applications¹⁶ mais dans la plupart du temps elle est vue comme un savoir-faire opérationnel, c'est-à-dire une capacité à mobiliser et de mettre en actions un ensemble de connaissances, procédés gestes ou postures appris ou observés, afin d'obtenir un résultat en situation professionnelle.¹⁷ Et pour délimiter la notion compétence dans le champ strictement professionnel une compétence s'exprime dans un contexte de

recherche d'un résultat professionnel (la réalisation d'un produit ou la prestation d'un service).

Par conséquent les compétences sont toujours liées à une tâche, une activité ou un ensemble d'activités données comme le montre la figure n°2. Donc la compétence est une notion liée à celles d'activité et de connaissance¹⁸ ce qui implique que les compétences sont des connaissances en action.

produits														
1	2	3		4	5	6		7	8	9		10	11	12
Activité 1				Activité 2				Activité 3				Activité 4		
							Produit de base 2							
Compétence 1		Compétence 2				Compétence 3				Compétence 4				
Produit de base 1														

Fig (3) : les compétences et les activités¹⁹

Dans ce contexte il semble essentiel de signaler que le capital compétence d'une entreprise n'est pas réductible à la somme des compétences individuelles de son personnel. La compétence collective émerge de la coopération et de la synergie existant entre les compétences individuelles. Dans ce cas l'entreprise peut-être considérée comme « un système de compétence », elle tend à s'organiser et fonctionner comme un réseau de compétence²⁰ sa performance dépendra alors de sa capacité à mobiliser et à combiner les ressources avec les compétences de ses acteurs.²¹ Cette notion qui nous incite à la problématique centrale de faire émerger les compétences, de les identifier, les évaluer et les gérer.²² Le concept de compétence fondamentale apporté par la théorie des ressources montre le rôle joué par ses aspects immatériels dans la création de valeur.

Malgré que l'idée est ancienne car selon le modèle de Lerner, Christensen, Andrew et Guth (LCAG, 1965)²³ dit modèle de Harvard la stratégie consiste à assurer une adéquation étroite entre les caractéristiques

spécifiques de l'environnement concurrentielle (analyse externe) et les ressources et les compétences d'une organisation (analyse interne). Mais il aura fallu attendre les années quatre-vingt dix pour voir le courant des ressources ou RBV (Ressources Based View) qui valorise les différentes ressources et compétence dont chaque entreprise dispose.²⁴

Les ressources peuvent être définies comme étant l'ensemble des moyens dont l'entreprise dispose, qu'elle contrôle, et qu'elle peut engager par le biais de ses processus productifs et organisationnels pour créer la valeur.²⁵ Une ressource constitue aussi un actif de base intervenant dans le processus global de production de biens ou de services de l'entreprise.²⁶ Il est utile de signaler que les ressources en elles-mêmes et seules sont improductives, il faut les combiner en rajoutant des compétences, du savoir-faire et des aptitudes pour que leur valeur ajoutée puisse s'extraire. Les ressources sont déclinables en plusieurs catégories : tangible comme un réseau de distribution à titre d'exemple, ou bien intangible comme une réputation qui peuvent rendre différents services à ceux qui les contrôlent.²⁷ (Voir figure 3)

Selon la théorie des ressources, une ressource considérée procure à l'entreprise un avantage concurrentiel durable si elle satisfait aux quatre critères suivants :²⁸

- Elle crée de la valeur pour l'entreprise (ressource valorisante).
- Elle doit être unique ou rare par rapport aux concurrents (ressource spécifique).
- Elle doit être très difficile à imiter (ambiguïté causale).
- Les concurrents ne doivent pas pouvoir substituer une autre ressource à la ressource considérée (ressource non transférable).

Les implications de la théorie des ressources pour la GRH sont très importantes car on remarque que les quatre caractéristiques cités peuvent être celles des ressources humaines²⁹, et d'ailleurs c'est la raison pour laquelle des chercheurs en stratégies soulignent que le véritable défi auquel les entreprises seront confrontée au futur est la gestion de leurs capital humain et intellectuel.³⁰

Certaines ressources sont désignées comme étant des compétences clés ou compétences cardinales (core competencies), les compétences cardinales sont l'apprentissage collectif de l'organisation, portant en particulier sur la coordination de savoir-faire productifs divers et l'intégration de séries de

technologies multiples.³¹ Donc dans le modèle des ressources et compétences l'avantage concurrentiel ne réside plus nécessairement dans l'exploitation d'une position dominante et protégée sur un marché, mais dans la valorisation supérieure des ressources et surtout les compétences clés.³²

<p><u>Les ressources intangibles classées comme des actifs</u></p> <p>Invention, brevets, image de marque, copyright, contrats, secrets du marché, bases de données, carnet d'adresse réseau...etc.</p>	<p><u>Les ressources classées comme des compétences</u></p> <p>Savoir-faire des employés, des distributeurs, des fournisseurs, les attitudes collectives, la culture de l'organisation...etc.</p>	
<p><u>Les ressources physiques</u></p> <p>La technologie, l'usine, les équipements, la localisation géographique, l'accès aux matières premières</p>	<p><u>Les ressources humaines</u></p> <p>La formation, l'expérience, le jugement, l'intelligence, les relations sociales, les prévisions des managers</p>	<p><u>Les ressources organisationnelles</u></p> <p>Le control de gestion, les systèmes de coordination, les systèmes de planification formels et informels</p>

Fig (4) : la théorie des ressources (Ressource Based View)³³

A partir de ce qui a précédé on constate que la théorie des ressources considère que l'organisation est constituée d'un ensemble de ressources dont certaines ont une importance particulière telles que les savoir-faire. Lorsque ces ressources sont capables de réaliser une activité elles constituent une compétence, cette compétence peut procurer un avantage concurrentiel si elle est rare, durable, difficilement imitable et non substituable.³⁴

Axe n°3 : l'organisation apprenante qui utilise le Knowledge Management comme facteur de structuration

Une fois ces ressources, et compétences définies et identifiées, l'organisation doit les gérer de manière stratégique afin d'optimiser leur potentiel de rentabilité. Et pour cela elle a intérêt à exploiter les effets de leviers inhérents aux ressources et aux aptitudes, valoriser son portefeuille de ressources et de compétences en l'améliorant et l'exploitant intelligemment, et enfin évaluer la marge de manœuvre de ses concurrents pour agir correctement à son environnement compétitif direct.³⁵

Et puisque les connaissances, et les compétences se partagent entre les individus qui interagissent dans une organisation les asymétries informationnelles, la diversité des connaissances et des compétences se situent au cœur des processus d'apprentissage organisationnels.³⁶ Pour l'organisation qui cherche à exploiter de nouvelles opportunités d'affaires il est indispensable de préserver et organiser cette diversité. Donc la compétence de la firme ne renvoie pas seulement à un problème de distribution optimale des flux d'informations mais inclut également la coordination des connaissances et des processus d'apprentissage.³⁷

Le contexte de travail qui favorise le développement des compétences individuelles et collectives n'est réalisable qu'avec la mise en disposition d'une organisation apprenante au service des individus.³⁸ Cette organisation doit être capable de recenser et communiquer l'ensemble de ses savoirs. Les définitions de l'organisation apprenante sont nombreuses et voici un échantillon :

- « l'organisation apprenante transforme l'énergie, l'organisation, et la culture d'entreprise en un système d'apprentissage ».³⁹
- « l'organisation apprenante facilite l'apprentissage de tous et se transforme en permanence ».⁴⁰
- « fait des erreurs mais apprend d'elles avant que la concurrence ait eu le temps de comprendre. Elle considère que l'apprentissage n'est pas un aveu d'ignorance mais la seule façon de vivre ».⁴¹
- « pilote systématiquement l'organisation et ses processus pour renforcer sa capacité à saisir les opportunités du marché telles qu'elles se présentent à elle ».⁴²
- « utilise intentionnellement l'apprentissage à tous les niveaux, les personnes, les groupes et le système avec pour finalité de satisfaire toujours les actionnaires ».⁴³

Donc une entreprise apprenante se caractérise par la capacité collective de ses membres à capitaliser sur l'expérience acquise, à partager les connaissances, à en acquérir de nouvelles, à innover, et à résoudre les problèmes rencontrés.⁴⁴ L'organisation apprenante a trois caractéristiques :⁴⁵

- Encourage les gens de tous les niveaux de l'organisation à apprendre régulièrement et rigoureusement de leur travail ;
- Met en place des systèmes de captation de l'apprentissage et les active quand il le faut ;
- Valorise l'apprentissage et sait se transformer elle-même en permanence.

On constate que les définitions précédentes de l'organisation apprenante ont toutes un point commun, elles mettent l'accent sur une variété d'actions qui se rapportent à tous les domaines de l'entreprise et de son management, ces actions peuvent être des points de détail apparents, des actions sur le style de management ou sur l'entreprise tout entière. En elles-mêmes ces actions ne sont pas nouvelles, c'est leur cohérence et leur manière apprenante de les conduire qui développent les intelligences.

Dans un tel contexte le Knowledge Management est envisagé comme facteur de structuration de l'organisation autour du concept d'apprentissage. Dans ce cas l'apprentissage organisationnel est conçu comme une dynamique collective qui résulte des capacités cognitives des acteurs. Le principe est simple, l'amélioration continue grâce au développement de nouvelles connaissances, leur diffusion parmi les acteurs de l'organisation et enfin l'intégration de ces connaissances qui se transforment en compétences. Le cycle d'apprentissage rend les processus explicites, les conceptualise comme système qui apprend dans un contexte de création.

Conclusion :

Le postulat sur lequel repose la notion d'organisation apprenante est le suivant : les connaissances, les savoir-faire, les compétences, et plus généralement la capacité à apprendre d'une organisation , constituent l'une des ressources essentielle de la compétitivité, et la considération centrale en théorie de l'organisation apprenante est celle de l'existence de modèles d'actions pouvant s'appliquer aussi bien à l'individu qu'à l'organisation quelle que soit l'échelle considérée (groupe de travail, services, départements..). Dans un tel contexte le Knowledge management constitue en quelque sorte la batterie de techniques organisationnelles et aussi d'outils permettant la mise en œuvre des différentes recommandations faites par les théoriciens de l'organisation apprenante.

Donc l'impact du Knowledge Management sur la capacité d'adaptation de l'entreprise s'agit de permettre à celle-ci de maintenir son avantage concurrentiel et sa pérennité, et pour les employés cet impact se traduit par la fidélisation de ceux-ci car ils se voient proposer un environnement stimulant.

Références :

- ¹ Edvinsson L., Malone M, « *le capital immatériel de l'entreprise* », Maxima, Paris, 1999, p 1.
- ² Jean-Yves BUCK, « *Le management des connaissances : mettre en œuvre un projet de Knowledge Management* », éditions d'organisation, Paris, 2000, p 15
- ³ KOGUT B., ZANDER U, « *Knowledge of the firm, combinative capabilities and the replication of technology* », Organization Science, vol.3, n° 3, 1992, pp 383-390
- ⁴ Duzdert A., « *'Blogging' et KM : proximités et complémentarités* », acte de la 10^{ème} conférence de l'Association Information et Management, Toulouse, France, 2005.
- ⁵ Jean-Yves PRAX, « *le manuel du Knowledge Management* », édition DUNOD, Paris , 2003, p 22.
- ⁶ J.C. TARONDEAU, « *le management des savoirs* », PUF, 1998, p 73.
- ⁷ Jean-Yves BUCK, « *le management des connaissances : mettre en œuvre un projet de Knowledge Management* », édition d'Organisation, 2000, p 18.
- ⁸ Jaques AUBRET, Patrick GILBERT, Frédérique PIGEYRE, « *management des compétences* », 2^{ème} édition, DUNOD,Paris, p25.
- ⁹ Christian HOARAU, Robert TELLER, « *création de valeur et management de l'entreprise* », édition Vuibert, 2001, p 164.
- ¹⁰ Alain CHAMAK, Céline Fromage, « *le capital humain* », édition Liaisons, Paris, 2006, p 100
- ¹¹ Reix R., « *systèmes d'information et performance de l'entreprise étendue* », in Rowe F., « *faire de la recherche en systèmes d'information* », chap 19, Vuibert, Paris, 2002.
- ¹² Raymond L., « *l'impact des systèmes d'information sur la performance de l'entreprise* », in Rowe F., « *faire de la recherche en systèmes d'information* », chap 17 , Vuibert, Paris, 2002.
- ¹³ Tuomi I, « *the future of Knowledge Management* », Lifelon, vol 7, issue 2, 2002, pp 69-75.
- ¹⁴ Imed BOUGHZALA, Jean-Louis Ermine, « *management des connaissances en entreprise* », 2^{ème} édition, Lavoisier, Paris, 2007, p 215
- ¹⁵ Jean-Yves BUCK, op.cit, p 32
- ¹⁶ Reinbold M-F, Breillot J-M, « *gérer la compétence dans l'entreprise* », l'Harnattan, Paris, 1993.
- ¹⁷ Armand Mennechet, « *le capital compétences* », Afnor, France, 2006, p 1.

- ¹⁸ Guy Wallerand, « *Gestion des connaissances et gestion des compétences* », in Imed BOUGHZALA, Jean-Louis ERMINE, « *Management des connaissances en entreprise* », 2^{ème} édition, édition Lavoisier, Paris, 2007, p 215.
- ¹⁹ C.Prahalad et G.Hamel, « *the core competencies of the corporation* », Harvard Business Review, Mai-Juin, p 81.
- ²⁰ Guey Wallerand, op.cit, p 216
- ²¹ Reinbold M-F, Breillot J-M, op.cit.
- ²² Christian Hoarau, Robert Teller, « *création de valeur et management de l'entreprise* », Vuibert, Paris, 2001, p 137
- ²³ Learned E.P, Christensen C.R., Andrews K.R, et Guth W.D, “*Business policy*”, Text and Cases, Irwin, 1965.
- ²⁴ Strategor, « *Politique générale de l'entreprise* », 4^{ème} édition, Dunod, Paris, p 80.
- ²⁵ Ibid, p 86.
- ²⁶ Wernerfelt B, “*A Ressource-Based View of the firm*”, Strategic Management Journal, vol.5,n° 1, 1984, p 171.
- ²⁷ Amic R et Schoemaker P.J, “*Strategic asset and organizational rent*”, Strategic Management journal, 1993, 14(1)
- ²⁸ Frank BOURNOIS, Pierre LECLAIR, « *Gestion des Ressources Humaines* », éditions ECONOMICA, 2004, p 141.
- ²⁹ C.H. D'ARCIMOLES, « *développement durable et création de valeur : des relations à découvrir* », in G.Férone et al, « *le développement durable, des enjeux stratégiques pour l'entreprise* », éditions d'organisation, 2001, p 85.
- ³⁰ C.A. BARTLETT, S.GHOSHAL, « *Building competitive advantage through people* », Sloan Management Review, winter 2002, p 35.
- ³¹ Prahalad C.-K., Hmel G., « *the core competence of the corporation* », Harvard Business Review, vol.68, n° 3, 1990, pp. 63-76.
- ³² Tiwoniak S.A., « *le modèle des ressources et des compétences : un nouveau paradigme pour le management stratégique* », in Laroche H., Nioche J.-P., « *Repenser la stratégie* », Vuibert, 1998, pp 166-204.
- ³³ Cécile DEJOUX, « *Pourquoi les entreprises françaises s'intéressent à la théorie ses ressources ?* », Direction et Gestion, N° 166.
- ³⁴ Anne Dietrich, Patrick Gilbert, Frédérique Pigege, Jacques Aubret, « *Management des compétences : enjeux, modèles et prospectives* », 3^{ème} édition, Dunod, Paris, 2010, p 81.
- ³⁵ Strategor, op.cit, p 96

- ³⁶ March.J, « *Exploration and exploitation in Organizational Learning* », Organization Science, n° 2,1991, p 1.
- ³⁷ Foss N.J, « *Capabilities and the theory of the firm* », revue d'économie industrielle, n° 77, 1996, p 9.
- ³⁸ Alain Chamak, Céline Fromage, op.cit, p 99.
- ³⁹ Stahl, Robert J, “*A Context for ‘Higher Order Knowledge’: An Information-Constructivist (IC) Perspective with Implications for Curriculum and Instruction.*”, Journal of Structural Learning, N° 11, 1992, pp 189 -192.
- ⁴⁰ Pedler, M., Boydell, T. & Bourgoyne, J.,“ *The Learning Company: A Strategy of Sustainable Development*”, McGraw-Hill, London, 1991.
- ⁴¹ Handy C, “*Waiting for the mountain to move: and other reflections on life*”, Arrow, London, 1992.
- ⁴² Saint-Onge, H., “*Towards implementation, valuing the learning organization*” , Ernst & Young Professional Development Symposium Journal, 1993
- ⁴³ Dixon, Nancy , “*The Organizational Learning Cycle: How We Can Learn Collectively*”, McGraw-Hill, London, 1994.
- ⁴⁴ Moingeon B, A.Edmondson, « *trust and organizational learning* », in Lazaric N, E.Lorenz, « *the economics of trust and learning* », Londres, Edward Elgar Publishers, 1998, pp 247-262.
- ⁴⁵ Jean Favry, « *l'entreprise de la valeur : quand les ressources humaines font la différence* », éditions d'Organisations, Paris, 2001, p 16.

Références bibliographiques :

1. C.A. BARTLETT, S.GHOSHAL, « *Building competitive advantage through people* », Sloan Management Review, winter 2002.
2. C.H. D'ARCIMOLES, « *développement durable et création de valeur : des relations à découvrir* », in G.Férone et al, « *le développement durable, des enjeux stratégiques pour l'entreprise* », éditions d'organisation, 2001.
3. Amic R et Schoemaker P.J, “ *Strategic asset and organizational rent*”, Strategic Management journal, 1993, 14(1).
4. Jaques AUBRET, Patrick GILBERT, Frédérique PIGEYRE, « *management des compétences* », 2^{ème} édition, DUNOD,Paris.

5. Imed BOUGHZALA, Jean-Louis Ermine, « *management des connaissances en entreprise* », 2ème édition, Lavoisier, Paris, 2007.
6. Frank BOURNOIS, Pierre LECLAIR, « *Gestion des Ressources Humaines* », éditions ECONOMICA, 2004.
7. Jean-Yves BUCK, « *Le management des connaissances : mettre en œuvre un projet de Knowledge Management* », éditions d'organisation, Paris, 2000.
8. Alain CHAMAK, Céline Fromage, « *le capital humain* », édition Liaisons, Paris, 2006.
9. Cécile DEJOUX, « *Pourquoi les entreprises françaises s'intéressent à la théorie des ressources ?* », Direction et Gestion, No 166.
10. Anne Dietrich, Patrick Gilbert, Frédérique Pigege, Jacques Aubret, « *Management des compétences : enjeux, modèles et perspectives* », 3ème édition, Dunod, Paris, 2010.
11. Dixon, Nancy , “*The Organizational Learning Cycle: How We Can Learn Collectively*”, McGraw-Hill, London, 1994.
12. Duzert A., « *'Blogging' et KM : proximités et complémentarités* », acte de la 10ème conférence de l'Association Information et Management, Toulouse, France, 2005.
13. Edvinsson L., Malone M, « *le capital immatériel de l'entreprise* », Maxima, Paris, 1999.
14. Jean Favry, « *l'entreprise de la valeur : quand les ressources humaines font la différence* », éditions d'Organisations, Paris, 2001.
15. Foss N.J, « *Capabilities and the theory of the firm* », revue d'économie industrielle, n° 77, 1996.
16. Handy C, “*Waiting for the mountain to move: and other reflections on life*”, Arrow, London, 1992.
17. Christian Hoarau, Robert Teller, « *création de valeur et management de l'entreprise*», Vuibert, Paris, 2001.
18. KOGUT B., ZANDER U, « *Knowledge of the firm, combinative capabilities and the replication of technology* », Organization Science, vol.3, n° 3, 1992.
19. Learned E.P, Christensen C.R., Andrews K.R, et Guth W.D, “*Business policy*”, Text and Cases, Irwin, 1965.
20. March.J, « *Exploration and exploitation in Organizational Learning* », Organization Science, n° 2,1991.

21. Armand Mennechet, « *le capital compétences* », Afnor, France, 2006, p 1.
22. Moingeon B, A.Edmondson, « *trust and organizational learning* », in Lazaric N, E.Lorenz, « *the economics of trust and learning* », Londres, Edward Elgar Publishers, 1998.
23. Pedler, M., Boydell, T. & Bourgoyne, J., “ *The Learning Company: A Strategy of Sustainable Development*”, McGraw-Hill, London, 1991.
24. Prahalad C.-K., Hamel G., « *the core competence of the corporation* », Harvard Business Review, vol.68, n° 3, 1990.
25. Jean-Yves PRAX, « *le manuel du Knowledge Management* », édition DUNOD, Paris , 2003.
26. Raymond L., « *l’impact des systèmes d’information sur la performance de l’entreprise* », in Rowe F., « *faire de la recherche en systèmes d’information* », chap 17, Vuibert, Paris, 2002.
27. Reinbold M-F, Breillot J-M, « *gérer la compétence dans l’entreprise* », l’Harnattan, Paris, 1993.
28. Reix R., « *systèmes d’information et performance de l’entreprise étendue* », in Rowe F., « *faire de la recherche en systèmes d’information* », chap 19, Vuibert, Paris, 2002.
29. Saint-Onge, H., “*Towards implementation, valuing the learning organization*”, Ernst & Young Professional Development Symposium Journal, 1993.
30. Stahl, Robert J, “*A Context for ‘Higher Order Knowledge’: An Information-Constructivist (IC) Perspective with Implications for Curriculum and Instruction.*”, Journal of Structural Learning, N° 11, 1992.
31. Strategor, « *Politique générale de l’entreprise* », 4ème édition, Dunod, Paris.
32. J.C. TARONDEAU, « *le management des savoirs* », PUF, 1998.
33. Tiwoniak S.A., « *le modèle des ressources et des compétences : un nouveau paradigme pour le management stratégique* », in Laroche H., Nioche J.-P., «*Repenser la stratégie* », Vuibert, 1998.
34. Tuomi I, « *the future of Knowledge Management* », Lifelon, vol 7, issue 2, 2002.

35. Guy Wallerand, « *Gestion des connaissances et gestion des compétences* », in Imed BOUGHZALA, Jean-Louis ERMINE, « *Management des connaissances en entreprise* », 2^{ème} édition, édition Lavoisier, Paris, 2007.
36. Wernerfelt B, “*A Ressource-Based View of the firm*”, Strategic Management Journal, vol.5, n° 1, 1984.

Le marketing bancaire : le rôle de l'environnement physique dans les réseaux bancaires.

KHALDI Ali

Maitre Assistant A

Université de Mostaganem

Résumé

Il n'est plus à démontrer un sujet qui a une trentaine d'années d'existence, celui du rôle de l'environnement physique dans le contexte des services, et en particulier les services bancaires. Les différents courants de recherche qui ont investi dans ce domaine s'accordent sur l'influence de l'environnement physique sur les réactions du consommateur. Ce qui suscite débat entre eux c'est, par exemple, la nature de l'influence (l'affectif, le cognitif ou le comportement du consommateur), ou bien les composantes de l'environnement physique. L'article traite le sujet du point de vue marketing – et non financier – et révèle les stratégies mises en place.

Mots clés : Environnement physique, services, occupants des lieux, banques.

الملخص:

إن أهمية البيئة المادية للخدمة وخاصة في مجال الخدمات المصرفية أمر لا جدال فيه، حيث اتفقت مختلف التيارات الفكرية على أن البيئة المادية تؤثر في ردة فعل المستهلك، ولكن القضية التي أثارت الجدل بين هذه التيارات هي: طبيعة التأثير (عاطفي، معرفي، أو سلوكي)، أو مكونات البيئة المادية.

وفي هذا الإطار تتناول هذه الدراسة: دور البيئة المادية في الشبكات المصرفية، وذلك من وجهة نظر تسويقية بحتة، و مع استكشاف أهم استراتيجيات تنفيذها.

كلمات مفتاحية: البيئة المادية، الخدمات المصرفية ، ردة فعل المستهلك.

INTRODUCTION

La recherche sur la notion d'environnement semble atteindre son paroxysme. Depuis les années 70, les chercheurs ont investit leurs savoirs dans ce domaine à l'instar de Kotler (1974) qui fut le précurseur du rôle de l'environnement dans les entreprises commerciales et de son impact sur le consommateur. D'importantes terminologies se sont suivies pour représenter ce concept impliquant un large éventail de définitions tant restrictives qu'extensives. Cette masse de définitions renvoie aux différentes typologies exposée par les chercheurs pour discerner les éléments de l'environnement d'un lieu commercial. L'apport de ces typologies est d'analyser l'influence des composants de l'environnement sur le comportement des clients et d'envisager des pistes d'actions ciblées au niveau de l'aspect fonctionnel et esthétique de l'environnement.

Cette abondante littérature demeure insuffisante au regard du domaine des services. (Ezeh et Harris, 2007) ont constaté qu'il n'y a guère de travaux théoriques et empiriques ayant étudié l'effet de l'environnement physique sur l'expérience de service. Ces études furent initiées par l'article fondateur de Bitner (1992), "*Servicescapes...*" qui s'intéressât à l'environnement dans le contexte des services. Celui-ci met l'accent sur la valeur du support physique, dans le contexte des services (les banques par exemple) et sur le rôle qu'il joue en tant que ressource tangible donnant la possibilité de réaliser aussi bien les objectifs organisationnels internes que les objectifs marketing externes.

Le service est par définition intangible. Cette caractéristique augmente l'ambiguïté de l'offre des services chez le consommateur et le conduit à associer les éléments tangibles comme l'environnement physique aux autres éléments de prestation à des fins d'évaluation. Dans cette perspective, l'environnement physique est perçu comme un attribut matériel et un support identitaire permettant de prendre l'avantage quant à l'évaluation de l'offre des services (Temessek Behi, 2009). Néanmoins, l'apport de l'environnement physique dans l'offre et l'optimisation de sa structure se rapporte au type de service (*idem*).

1. LES CONTRIBUTIONS DE LA LITTÉRATURE

1.1. La terminologie multi-identitaire de l'environnement physique

La conceptualisation de l'environnement physique est souvent représentée comme étant " faible " (Lemoine, 2003), " Flou " (Aubert-Gamet, 1996), " Eclectique " et " Diverse " (Hoffman et Turley, 2002). On ne doit pas s'étonner de cette richesse conceptuelle puisque la définition et le contenu varient en fonction des courants des chercheurs (sociologie, psychologie, architecture, etc.) et de leur angle d'étude (lieu d'habitation, lieu de travail, distribution de service).

Plusieurs définitions de l'environnement physique ont été énoncées, présentant plusieurs points convergents - la terminologie anglo-saxonne assimile l'environnement physique à " *Atmospherics* " (Kotler, 1974 ; Derbaix, 1987 ; Turley et *al.*, 1990 ; Eroglu et Machleit, 1993 ; Greenland et McGoldrick, 1994). La recherche francophone rejoint cette tendance en traduisant de l'anglais le terme " *Atmospherics* " vers le français " *Atmosphère* " (Rieunier, 2000 ; Lovelock et *al.*, 2004) – mais aussi des points de divergence - d'autres auteurs se détachent de cette perspective en désignant l'environnement physique comme " *Stimuli environnementaux* " Russel et Mehrabian (1975) ou encore comme " *l'Expérience du lieu* " Clark et Schmidt (1995) – au niveau de la dimension tangible ou intangible de l'environnement, de l'aspect contrôlable ou incontrôlable et de ses niveaux d'influence.

1.2. L'environnement physique : niveau d'influence et segments ciblés

Le chef de file des auteurs adeptes de la terminologie " *Atmospherics* " la définit comme " *les efforts engagés pour concevoir un environnement d'achat capable de produire des effets émotionnels spécifiques chez les acheteurs pouvant augmenter leur probabilité d'achat* " (Kotler, 1974, p.50). L'expression " *les efforts engagés pour concevoir un environnement* " révèle que l'environnement est un élément contrôlable élaboré intentionnellement par un professionnel dans l'objectif de créer de l'émotion qui favorise l'acte d'achat, d'où l'expression " *capable de produire des effets émotionnels [...] pouvant augmenter leur probabilité d'achat* ". Autrement dit, la configuration et la conception du lieu de vente ont pour mission de transformer un client potentiel en client réel. On ne manque pas

de souligner que l'environnement selon le paradigme Kotlerien a un effet double : direct sur le plan affectif et indirect sur le plan comportemental.

En s'inspirant de cette première conceptualisation, plusieurs chercheurs ont soutenu la dimension de contrôle de l'environnement, néanmoins ils ont développé le niveau d'influence de " *l'environnement d'achat* " sur les consommateurs. Par conséquent, l'environnement d'un espace est un ensemble d'éléments contrôlables qui exercent des réactions émotionnelles, physiologiques ou comportementales, sur les clients (Lovelock et *al.*, 2004 ; Pressly et Heesacker, 2001 ; Rieunier, 2000 ; Bitner, 1992 ; Turley et *al.*, 1990). On remarque que les thèses des chercheurs cités sont d'obédience marketing puisque l'influence de l'environnement physique est étudiée par rapport au consommateur.

Les chercheurs s'intéressent à l'action de certains éléments sensoriels de l'environnement, c'est-à-dire perçus par les cinq sens (la disposition des espaces, l'ornementation, la musique, les senteurs ou l'éclairage) sur les attitudes des consommateurs (Kotler, 1974 ; Eroglu et Machleit, 1993). Ces éléments contrôlables peuvent être manipulés pour produire des résultats convoités chez les clients. A partir des années 90, les travaux de Bitner (1992) renouvellent la notion du pouvoir de l'environnement en élargissant l'entité influencée : les employés (et non pas uniquement les consommateurs). En se rattachant à ce cadre conceptuel, tous les travaux théoriques penchent pour l'influence de l'environnement physique sur les occupants du lieu, aussi bien les consommateurs que les employés (Hoffman et Turley, 2002 ; Rieunier, 2000 ; Dubé et *al.*, 1995).

1.3. Particularités de l'environnement physique : la dimension de contrôle et de tangibilité

D'une manière globale, l'environnement d'un lieu de vente ou d'un service se compose d'un ensemble d'éléments extrêmes : matériels et immatériels (Lichtlé et *al.*, 2002 ; Eroglu et Machleit, 1993). En considérant le thème d'un point de vue situationnel de Belk (1975), l'environnement physique décrit les particularités ostentatoires d'une situation. C'est une approche situationnelle qui se rapporte exclusivement à tout ce qui est tangible.

A l'opposé, l'environnement apparaît comme intégralement abstrait, dans le sens où il est construit socialement. C'est le résultat de l'interaction de l'individu avec l'entourage (Everett et *al.*, 1994). Aubert-Gamet et Cova (1999) rallient cette réflexion et présentent l'environnement en tant que " *construit personnel* " et " *socio spatial* " dans lequel le consommateur est

impliqué. Donc, l'environnement est un lieu d'échange social dont le rôle est la création d'une expérience émotionnelle.

Clarke et Shmidt (1995) appréhendent largement l'environnement, ils embrassent à la fois l'environnement artificiel (architecture, design, aménagement de l'espace) et naturel (le paysage). Dans leur approche extensive, ils définissent l'environnement comme " *les lieux [qui] ont une dimension temporelle, spatiale, naturelle et sociale* " (Idem, p.149). Cette extension conceptuel tient compte une autre structure de l'environnement qui englobe le naturel et l'artificiel. Le consommateur perçoit ce qui l'entour de manière holistique, sa perception est le produit de l'interaction de l'environnement naturel et artificiel (*idem*). Dans ce cadre, la notion de contrôle de l'environnement du service devient relative.

Par ailleurs, tout ce qui est tangible n'est pas nécessairement contrôlable. Certains aspects, particulièrement humaines, échappent au contrôle des professionnels marketing : c'est le cas des autres clients présents dans le service ou le lieu de vente (Rieunier et Daucé, 2002). Les clients peuvent avoir des comportements ou des caractéristiques qui influencent la perception de l'environnement dans un sens positif ou négatif sans qu'ils puissent être totalement maîtrisés (Temessek Behi, 2009).

2. ENVIRONNEMENT PHYSIQUE ET OFFRE DE SERVICE

2.1. L'approche systémique de la servuction

Dans cette approche, la contribution de l'environnement physique dans l'offre de service est au même titre que celle des autres composants du service comme le personnel en contact, le client et le résultat du service. Elle renvoie l'environnement physique en position accessoire en tant que support physique de l'offre. Celui-ci réuni deux éléments : 1/ le lieu où se déroule la servuction (l'unité de service, son agencement et son ornementation ; 2/ de l'outillage fonctionnels (des machines et des objets) faisant tourner la servuction par le personnel et / ou les clients (Eiglier et Langeard, 1987).

A partir de cette analyse, les auteurs conviennent que le support physique a pour mission de consolider et de tangibiliser l'offre de service en lui donnant, d'une part, une valeur fonctionnelle et, d'autre part, une valeur esthétique. Ainsi, apparait l'ambivalence du support physique (Eiglier, 2002) qui agit à la fois sur le plan fonctionnel et esthétique. Eiglier et Langeard

(1987), désignent pareillement le support physique d'usine pour insister sur la fonction technique et de vitrine pour souligner sa faculté à transmettre des messages favorisant l'interface client – personnel en contact. Aubert-Gamet (1996, p.73) formule cette approche de "dichotomique en séparant d'un côté l'offre et de l'autre le processus". En résumant cette approche, l'environnement n'est qu'un socle d'un système d'offre de service en lui donnant une forme fonctionnelle et esthétique qui oriente la rencontre de service.

2.2. L'approche intégrative de l'environnement dans l'offre de service

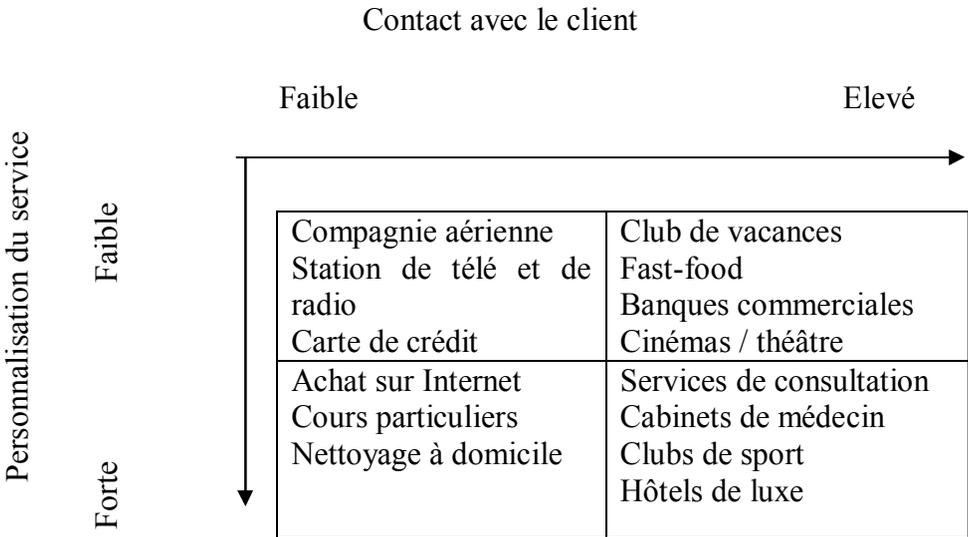
Pour d'autres courants de recherche, l'environnement n'est pas indissociable du système de prestation de l'offre mais y est inclus. En marketing des services, des chercheurs comme Shostack (1977) et Grönroos (1990) ont suggéré la notion d'offre globale. Cette optique renvoie l'environnement physique en première position en tant qu'élément endogène à l'offre de service. A l'opposé de l'approche parcellaire de l'environnement, Shostack (1977) présente l'offre de service comme une connexion d'éléments tangibles et intangibles en vue de former un tout. Cette définition met l'accent sur l'indissociabilité de l'environnement physique de l'offre mais il forme l'essence même de l'offre. Dans le même sillage, Grönroos (1990) ajoute le concept de l'offre de service augmentée impliquant que l'offre globale n'est pas la somme de service de base et des services annexes. D'autres paramètres s'intègrent dans cette gamme d'éléments fondamentaux. Il s'agit de l'accessibilité du service, de l'interaction avec l'entreprise de service et de la participation du client. L'environnement physique est constamment présent dans chacun de ces trois facteurs.

Dans cet angle de vue, l'environnement physique est difficilement copiable, voire inimitable. Cet avantage lui imprime un double rôle, celui de différenciateur des concurrents et de constructeur d'identité pour l'entreprise. Selon Booms et Bitner (1982), les entreprises de services sont insuffisamment compétitives au niveau des 4P traditionnels du marketing mix. Trois autres P viennent compléter l'ensemble. Il s'agit du : 1/ Personnel en contact ; 2/ les éléments physiques ; 3/ et la gestion du processus. Seuls ces variables permettent de donner une valeur ajoutée aux services.

3. TYPOLOGIE DE SERVICES ET ENVIRONNEMENT PHYSIQUE

Gérer un environnement des services sans prendre en compte les variables qui impactent la stratégie marketing à approuver est un pari risqué. Il est admis dans la littérature qu’il existe une hétérogénéité des services et qu’il est fondamental de les segmenter afin de comprendre les contraintes et les atouts liés à chaque catégorie de service (Lovelock, 1983). A cet effet, plusieurs schémas matriciels ont été utilisés (Lovelock, 1983 ; Dumoulin et Flipo, 1991 ; Wakefield et Blodgett, 1994 ; Zeithaml et Bitner, 1996).

Figure 1. Classification des services selon le degré de contact et de personnalisation des services



Source : Lovelock C., Wirtz J., et Laperd D. (2004), Marketing des services, 5^{ème} édition, Pearson Education Inc, Paris.

3.1. Matrice bidimensionnelle personnalisation du service / contact client

Lovelock et *al.* (2004) propose de tenir compte de deux dimensions de segmentation des services : 1/ le degré de contact avec le client ; 2/ le degré de personnalisation des services. Le premier critère met l'accent sur l'interaction du client avec l'environnement physique, le personnel en contact ou les deux à la fois. Ce critère distingue les services à forte valeur de communication et d'échange et ceux à faible intensité de contact. Le deuxième critère sépare les services à forte personnalisation, comme les services médicaux et de consulting, des services à faible niveau de personnalisation, comme les banques commerciales et les clubs de vacances. Le concours de l'environnement physique se trouve lui aussi catégorisé selon que l'on est en relation avec l'un ou l'autre segment de services. L'environnement physique devient une pièce maîtresse du service lorsque le degré de contact est élevé. Dans ce cas, le client se trouve généralement dans les locaux de l'unité de service car il est co-acteur du processus de servuction et la durée de l'interaction est relativement importante. Par conséquent, l'environnement physique est le noyau de l'offre de service (Temessek Behi, 2009).

D'autre part, les services fortement personnalisées tendent à s'appuyer sur l'environnement physique pour proposer à leurs clients in service différenciateur. Néanmoins, il existe des services à haut niveau de personnalisation mais où l'environnement physique contribue faiblement à l'offre de service. On pense aux services utilisant la télématique comme base de transaction à l'instar de la banque directe.

3.2. Niveau de complexité et type d'usage de l'environnement physique

Bitner (1992) se prononce en faveur d'une typologie qui permet de percevoir de niveau de complexité de l'environnement physique en fonction du type d'utilisation (self-service, service interpersonnel et service à distance).

Figure 2. Typologie des services basés sur la forme et l'usage de l'environnement physique des services

Type d'usage de l'environnement physique	Complexité de l'environnement physique	
	Complexe	Simple
Self-service	Club de golf	Cinéma / Théâtre Stations d'essence
Service interpersonnel	Hôtels Restaurants Hôpital	Service de nettoyage Salon de coiffure
Service à distance	Société de télémarketing Compagnies d'assurance	Services basés sur le serveur vocal

Source : Bitner M.J. (1992), Serviscapes : the impact of physical surroundings on customers and employee, Journal of Marketing, Vol. 56, p.59.

Certains services ont de simples environnements physiques avec un des stimuli sensoriels, d'espace ou de formes basiques. Les services de nettoyage, des salons de coiffure ou des services basés sur le serveur vocal font partie de cette catégorie. Par contre, d'autres services exigent un environnement physique plus élaboré comme les clubs de golf, les hôtels ou les sociétés de télémarketing. Dans cette dernière catégorie de services, la gestion de l'environnement physique est beaucoup plus compliquée car il faut tenir compte de plusieurs paramètres à la fois. La gradation de complexité de l'environnement physique est subjective puisqu'il doit être analysé selon son utilisateur.

Si l'environnement physique est essentiellement consacré au client, on parle dans ce cas de self-service où le personnel est peu présent, l'interaction entre le client et l'environnement physique est forte. Dans ce type de services, le design de l'environnement physique doit contribuer à segmenter la clientèle, à faciliter la participation du client et améliorer sa satisfaction (Zeithaml et Bitner, 1996). A l'autre bout de la chaîne, l'environnement physique est destiné aux employés et on est dans le cas d'un service à distance où l'interaction de cet environnement avec le client est presque nulle (services vocaux, sociétés de télémarketing). Dans cette éventualité, la gestion de l'environnement physique est pilotée vers les employés. En ce compris, il est doté d'une organisation motivante et fonctionnelle. Se situe dans la voie médiane les services interpersonnels qui sont utilisés simultanément par les occupants du lieu (personnels et clients) où l'implication dans l'environnement physique est réciproque. Il est pertinent d'aménager les espaces et les éléments de l'environnement afin de favoriser des co-actions sociales bénéfiques pour les occupants du lieu.

3.3. Type de service et gestion de l'environnement

Pour mettre l'accent sur l'environnement physique selon le type de service, Wakefield et Blodgett (1994) distinguent les services en fonction du temps passé dans l'espace de service et le caractère ludique ou utilitaire du service. Ils dévoilent de cette classification que l'environnement physique est plus décisif dans les services à caractère ludique comme les parcs d'attraction et les salles de jeux. Cette relation est d'autant plus frappante que le temps passé dans l'unité de service est élevé.

Si l'apport de l'environnement physique dans les services ludiques est intense, c'est en raison de différence dans les motivations de l'expérience de consommation (recherche d'émotions, de plaisir et d'excitation) par rapport

au contexte utilitaire des services. L'environnement physique constitue le fondement de l'offre de service par son aptitude à répondre à ces motivations.

Dans le même ordre d'idée, Mkhinini (2002) a distingué les services utilitaires des non utilitaires. Les premiers peuvent consolider leur image et se démarquer en misant sur le rôle informationnel et fonctionnel de l'environnement physique. Ce dernier doit être élaboré pour faciliter la participation du client dans le service en améliorant, par exemple, la gestion des files d'attente ou en automatisant certaines tâches. L'unité de service doit également accroître la capacité de son environnement physique à communiquer sur la nature et la qualité du service. En revanche, dans les services non utilitaires, l'apport de l'environnement physique s'appuie sur la complémentarité entre les rôles informationnels, fonctionnels, affectifs et sociaux. L'environnement physique doit donner une expérience de service affectif en stimulant des sentiments de plaisir ; à favoriser un niveau optimal d'interaction social entre les clients et le personnel, d'une part, et les clients entre eux, d'autre part ; à communiquer sur l'originalité de son concept et de son offre ; à faciliter la réalisation du service.

Figure 3. Service utilitaire et service non utilitaire

Type de service

Temps passé	Services utilitaires	Services ludiques
<p>Faible (Minute)</p> <p>Moyen (Heure)</p> <p>Elevé (Jours)</p>	<p>Importance de l'environnement physique</p>	
	<p>Faible Elevé</p>	
	<p>Faible</p> <p>Elevé</p>	<p>Banques Services de nettoyage</p> <p>Cliniques Cabinets d'avocats</p> <p>Hôpitaux Ecoles</p>

Source: Wakefield K.L., Blodgett J.G. (1994), The importance of serviscapes in leisure service setting, Journal of Service Marketing, Vol. 8, N° 3, pp.66-76.

CONCLUSION

La revue de la littérature a montré les concepts de l'environnement physique, ses composantes. Ces différentes dimensions de la littérature ont orienté les chercheurs vers des actions managériales mises en œuvre en prenant en considération la spécificité de l'environnement propre à chaque espace commercial. Ainsi, l'environnement physique d'un parc d'attraction diffère de celui d'une banque d'où des stratégies différentes. Le croisement du rôle de l'environnement physique avec les typologies des services permet de perfectionner cette perspective en offrant une visualisation simple et opérationnelle de la gestion de l'environnement dans chaque type de service.

BIBLIOGRAPHIE

- 1- Aubert-Gamet V. (1996), Le design d'environnement commercial dans les services : appropriation et détournement par le client, Thèse de Doctorat, IAE d'Aix en Provence.
- 2- Aubert-Gamet V., Cova B. (1999), "Servicescapes : From modern non places to postmodern common places", Journal of Business Research, N°44, pp.37
- 3- Belk R.W. (1975), "Situational variables and consumer behavior", Journal of Consumer Research, Vol 2, pp.157-164.
- 4- Bitner M.J. (1992), "Servicescape : the impact of physical surroundings on costumers and employees", Journal of marketing, Avril, Vol. 8, pp. 57-71.
- 5- Booms B.H., Bitner M.J. (1982), "Marketing services by managing the environment", The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol 23, pp.35-39.
- 6- Clarck I., Schmidt R.A. (1995), "Beyond the servicescape, the experience of place", Journal of Retailing and Consumer Services, Vol 02, N° 05, pp.149-162.
- 7- Derbaix C. (1987), "Le comportement de l'acheteur : voies d'études pour les années à venir", Recherche et Application en Marketing, N° 02, pp.81-92.
- 8- Dumoulin C., Flipo J.-P. (1991), Entreprises de service : 7 facteurs clés de succès, Editions d'Organisation, Paris.
- 9- Eglier P., Langeard E. (1987), Servuction : le marketing des services, Editions Mc Graw-Hill, Paris.
- 10- Eroglu S.A., Machleit K.A. (1993), "Atmospherics factors in retail environment : sights, sounds and smells", Advances in Consumer Research, Vol 20, N° 34.
- 11- Everett P.B., Pieters Rik G.M. et Titus P.A. (1994), "The consumer-environment interaction : An introduction to the special issue", International Journal of Research in Marketing, Vol. 11
- 12- Ezeh C., Harris L.C. (2007), "Servicescape reaserch : a review and research agenda", Marketing Review, Vol. Janvier.
- 13- Greenland S.G., McGoldrick P.G. (1994), "Atmospherics, Attitudes and behavior : modelling the impact of designed space", the International Review of Retail Distribution and Consumer Research, N° 4.

- 14- Grönroos C. (1990), *Service Management and Marketing : Managing moments of truth in service competition*, Lexington Books, Lexington MA et Toronto.
- 15- Hoffman K.D., Turley L.W. (2002), "Atmospherics, service encounters and customer decision making : an integrative perspective", *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol 35, pp. 33-47.
- 16- Kotler P. (1974), "Atmosphere as a marketing tool", *Journal of Retailing*, Vol. 49, pp. 48-64.
- 17- Lemoine J.-F. (2003), "Vers une approche globale de l'atmosphère du point de vente", *Revue Française du Marketing*, N°194, pp. 83-100.
- 18- Lovelock C., Wirtz J. et Lapert D. (2004), *Marketing des services*, 5^{ème} édition, Editions Pearson Education Inc, Paris.
- 19- Mkhini H. (2002), "La contribution de l'environnement physique à la différenciation des entreprises de service", *Revue Française du Marketing*, N°188, pp.43-59.
- 20- Pressly P.K., Heecker M. (2001), "The physical environment and counselling : A review of theory and research", *Journal of Counselling and Development*, Vol 79, pp.148-160.
- 21- Rieunier S. (2000), *L'influence de la musique d'ambiance sur le comportement des consommateurs sur le lieu de vente*, Thèse de Doctorat es sciences de gestion, Université de Rennes 1, Rennes.
- 22- Rieunier S., Daucé B. (2002), "Le marketing sensoriel du point de vente", *Recherche et Application en Marketing*, Vol.17, N°4, pp.45-65.
- 23- Shostack L. (1977), "Breaking free from product marketing", *Journal of Marketing*, Vol 41, pp.73-80.
- 24- Temessek Behi A. (2009), "L'environnement physique des services : synthèse et analyse conceptuelle", *Revue Française du Marketing*, N° 225, pp. 33-49.
- 25- Turley L.W., Fugate D. et Milliman R.E. (1990), "Atmospherics influences on service marketing", *Journal of Midwest Marketing*, N° 5, pp.278-286.
- 26- Wakefield K.L., Blodgett J.G. (1994), "The importance of servicescapes in leisure service setting", *Journal of Service Marketing*, Vol 8, n°3, pp.66-76.
- 27- Zeithmal V.A., Bitner M.J. (1996), *Service marketing*, Editions Mc Graw-Hill Inc, Paris.

SOMMAIRE :

**Le lien apprentissage, compétences et compétitivité au sein d'une
organisation apprenante
Approach par le Knowledge Management**
Mr. BENHAMOUDA Youcef
[01]

**Le marketing bancaire : le rôle de l'environnement physique dans
les réseaux bancaires.**
Mr. KHALDI Ali
[20]

مجلة: المالية و الأسواق

توصيات للمؤلفين

المقالات و البحوث المقدمة للنشر يجب ان تحترم القواعد العلمية و المنهجية المتعارف عليها وفقا للشروط التالية:

1- ان تراعي الاصول العلمية المتعارف عليها في التحرير و التوثيق الخاص بإعداد و نشر المقالات.

2- ان يحتوي المقال على ملخص بلغة البحث و بلغة اجنبية لا يتعدى 150 كلمة

بما فيها الكلمات المفتاحية.

3- أن يكتب المقال ببرنامج ال Word و يرسل الى البريد الالكتروني للمجلة.

rfm2014@yahoo.fr

الهوامش فوق / تحت /يمين/ يسار 1.5 سم ورق 16-24 cm. En- tête et pied de page 1.25

Interligne 1cm

• بالنسبة للأوراق المكتوبة باللغة العربية يجب إتباع Traditional Arabic بمقياس 15.

• المقالات المكتوبة بالفرنسية والإنجليزية يجب إتباع خط Times New Roman بمقياس 12.

4- يرسل الباحث مع بحثه سيرته الذاتية.

5- تقبل الأبحاث التي لم يسبق لها النشر في مجالات أخرى و التي تقدم اضافة علمية نظرية او تطبيقية

في احد مواضيع الاقتصاد و المالية.

6- ان لا يزيد عدد صفحات المقال عن 30 صفحة و لا يقل عن 10 صفحة.

7- يلتزم الباحث بإجراء كافة التعديلات التي يمكن ان تطلب منه في الاجال التي تحددها هيئة التحرير.

8- تخضع الاوراق المقدمة للتحكيم الاكاديمي.

لا يلتفت الى المقالات التي لم تحترم التوصيات المبينة اعلاه



REVUE Finance & marchés

**Président d'honneur
de la revue :**

**Pr BELHAKEM
Mustapha**

**Recteur de l'université
directeur de la revue
et rédacteur en chef:**

Dr LAID Mohamed

**Directeur de
Publication:**

Dr. BRAINIS aek

Assistants de rédaction:

**Dr. RAMDANI
Mohammed**

**DR. OULD MOHAMED
ISSA
Mohamed Mahmoud**

**pour contact:
rfm2014@yahoo.fr**

**Revue économique semestrielle éditée par le laboratoire de recherche
Dynamique macroéconomique et changements structurels (DYNAMECS)
Université de Mostaganem**

د. محمد العيد أ. تادلوتي يامنة	تأثير العولمة على مهنة التدقيق في الدول النامية
د. ولد محمد عيسى محمد محمود	آليات تحسين أداء الجامعات العربية في التصنيفات العالمية
أ. بن حمو عصمت محمد أ. الهروشي الخطاب	أهمية تقييم المؤسسات في نجاح مسار الخوصصة في الجزائر
أ. حابي عبد اللطيف أ. بلبية محمد	بيع المرابحة للامر بالشراء وحكمه في البنك الاسلامي
د. رمضاني محمد أ. قوار الحبيب سعيد	المتغيرات القيادية للتعاملات المالية الموزية في الجزائر
Youcef Benhamouda	Le lien apprentissage, compétences et compétitivité au sein d'une organisation apprenante Approche par le knowledge Management
Ali Khaldi	Le marketing bancaire : le rôle de l'environnement physique dans les réseaux bancaires .