

مجلة المالية والأسواق

مجلة إقتصادية نصف سنوية

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

دراسات تحليلية و كمية حول:

- الحوكمة؛

- الطاقات المتجددة؛

- إقتصاد الرياضة؛

- إقتصاديات المغاربة.



الرئيس الشرفي للمجلة

البروفيسور بلحاجم مصطفى
رئيس الجامعة

مدير المجلة ورئيس

التحرير:

البروفيسور العيد محمد

مدير النشر:

الدكتور برينيس عبد القادر

نائب رئيس التحرير:

د. رمضاني محمد

د. محمد عيسى محمد

محمود

للتواصل البريد الإلكتروني:
rfm2014@yahoo.fr

ردمك : 2392-5124

ISSN: 2392-5124

مارس 2017:

Mars: 2017

العدد : 06

N°: 06

مجلة المالية والأسواق
Finance & marchés

مارس 2017:

ردمك : 2392-5124

العدد : 06

مجلة: المالية و الأسواق

مجلة اقتصادية نصف سنوية 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 : الأستاذ الدكتور العيد محمد – مدير المخبر

مدير النشر : الدكتور برينيس عبد القادر – عميد الكلية

نائبا رئيس التحرير : الدكتور رمضان محمد

الدكتور محمد عيسى محمد محمود

اللجنة العلمية :

د. عبدالله حمود سراج (جامعة الملك فيصل) السعودية

د. بحيح عبد القادر (جامعة سيدي بلعباس) الجزائر

د. صليحة عشي (جامعة باتنة) الجزائر

د. رمضان محمد (جامعة مستغانم) الجزائر

د. محمد عيسى محمد محمود (جامعة مستغانم) الجزائر

د. عدالة العجال (جامعة مستغانم) الجزائر

د. بن زيدان حاج (جامعة مستغانم) الجزائر

د. مخفي أمين (جامعة مستغانم) الجزائر

الحبيب غريال (خبير مالي) تونس

أ.د. العيد محمد (جامعة مستغانم) الجزائر

أ.د. بابا عبد القادر (جامعة مستغانم) الجزائر

أ.د. زرواط فاطمة الزهراء (جامعة مستغانم) الجزائر

أ.د. شعيب شنوف (جامعة بومرداس) الجزائر

أ.د. بشوندة رفيق (جامعة سيدي بلعباس) الجزائر

أ.د. بن عبد العزيز فطيمة (جامعة البليدة) الجزائر

أ.د. نعيمة بجاوي (جامعة باتنة) الجزائر

أ.د. بن بوزيان محمد (جامعة تلمسان) الجزائر

أ.د. شليل عبد اللطيف (جامعة تلمسان) الجزائر

أ.د. بولجة عبد الناصر (جامعة تلمسان) الجزائر

E-mail (REVUE) : rfm2014@yahoo.fr

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

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

مجلة: المالية والأسواق

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 الأسواق بشكل علمي محكم من طرف أساتذة متخصصين في الاقتصاد و المالية.

تهتم المجلة بالبحوث التي لم يسبق نشرها أو لم تكن موضوع عرض سابق في احد اللقاءات العلمية و لا تمثل جزءا من عمل قدم لنيل شهادة أو درجة علمية معينة كرسالة الماجستير أو أطروحة الدكتوراه، كما لا تعبر المقالات إلا عن آراء أصحابها و لا تمثل بالضرورة المنحى الفكري للمجلة.

العدد 2017/06

ISSN 2392-5124

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

الافتتاحية

يعتبر الاقتصاد عصب الحياة والقلب النابض بالنسبة للمجتمعات الحديثة، ولا يمكن لأي مجتمع من المجتمعات أن يتقدم وأن يحقق الخطط التنموية دون أن ينمو اقتصاده ويتطور. إلا أن عملية التنمية والنمو هذه لا تخلو من المشاكل والصعوبات ، فهناك الكثير من المخاطر والتحديات التي تواجه اقتصاديات الدول وخاصة الدول النامية.

وإذ نحن نقف على أعتاب القرن الحادي والعشرين قرن العولمة الاقتصادية والمالية، كان لابد من الوقوف على هذه التحديات والتعرف على الفرص والآفاق التي يمكن لأي اقتصاد في العالم أن يحظى بها .

وفي هذا المضمار جاء هذا العدد من هذه المجلة العلمية والمسماة " المالية والأسواق " بمجموعة من الأبحاث الموضوعية المتخصصة من أجل المساهمة العلمية الإيجابية ومعالجة الإشكاليات المطروحة على المستويين النظري والتطبيقي في مجالات اقتصادية عديدة، والتي تطرقت بالدراسة والتحليل لموضوعات الحوكمة والطاقات المتجددة والاقتصاديات المغاربية وغيرها من المواضيع الاقتصادية المهمة والحديثة.

كما وتهدف هذه الدورية إلى توسيع دائرة الاستفادة من الدراسات القيمة التي ساهم بها الأساتذة والباحثون المتخصصون في العلوم الاقتصادية والمالية، وذلك لمعالجة وتحليل المشكلات الاقتصادية التي تواجه بلادنا الجزائر وغيرها من الدول النامية. وتشارك في إبراز الحلول المقترحة لمعالجة هذه المشاكل من قبل المتخصصين.

وعلى هذا الأساس فإن التحديات الفكرية والعلمية الحالية والمستقبلية ، تستدعي مزيدا من التعبئة الاستقطابية للكفاءات، التي أضحت تعاني من التهميش والإقصاء، بغية الاستفادة من هؤلاء الباحثين والخبراء وذلك لبلورة البدائل والحلول التي تخرج بلادنا من حالة التخلف الاقتصادي. وفي الأخير أتقدم بجزيل الشكر والتقدير والامتنان لكافة الأعضاء القائمين على تسيير شؤون هذه المجلة العلمية، متمنيا لهم التوفيق والنجاح والاستمرارية في هذه المسيرة البحثية مع المزيد من النجاحات.

أ/د. عبد القادر بابا

رئيس المجلس العلمي للكلية

فهرس المقالات باللغة العربية

أساليب التمويل الإسلامي كآلية لاستقرار النظام المالي العالمي
والبديل للوقاية من أزماته.

د. صليحة عشي، د. سامية مقعاش

[01]

دراسة قياسية لأثر السياسة النقدية على النمو الاقتصادي
في الجزائر خلال الفترة 1970-2014

أ.اجري خيرة، أ.د. بابا عبد القادر

[30]

قيمة العلامة التجارية وأثرها على سلوك المستهلك الجزائري
حالة: العلامة التجارية موبيليس

أ.عتيق عائشة ، أ.عتيق خديجة ، أ.حايـد زهية .

[57]

السكان والتغيرات الديموغرافية وأثرها على المتغيرات
الاقتصادية الكلية في الاقتصاد الليبي (دراسة تحليلية)

د.خالد علي العجيلي المحجوبي

[88]

آليات تطوير وتنمية استغلال الطاقات المتجددة في الجزائر

د. محمد عيسى محمد محمود

د. بوزيد سفيان

[113]

جدوى الاستثمار في استغلال الطاقة من الصخور: خيارات
الجزائر في ظل انخفاض أسعار النفط.

أ.حلام زواوية

[142]

الرعاية الرياضية وأثرها على تحسين تنافسية المؤسسات
الاقتصادية -دراسة حالة مؤسسة كوندور –

د. تهتان مورا ، أ.موزاوي عبد القادر

[163]

تطبيقات اقتصاديات الصحة وانعكاساتها على التنمية
البشرية: دراسة مقارنة بين الجزائر ودول أخرى.

أ.د. سليمان بوفاسة ، أ.ساعد محمد

[192]

الصناعة الرياضية في النظام الأوروبي والأمريكي
"دراسة مقارنة"

أ.معارفة الطيب

[214]

الحوكمة ودورها في تحسين الأداء التنافسي
للمؤسسات الاقتصادية

أ.دداش امينة ، د.بوزيان عثمان

[229]

الأسواق المالية ودورها في تمويل الاستثمارات في ظل الأزمات
-دراسة حالة بورصة عمان للأوراق المالية-

د.بن يمينة كمال ، أ. عطية حليلة

[246]

متطلبات تحسين جودة التعليم المحاسبي في الجزائر (دراسة
قياسية)

د.درويش عمار

[270]

دور الأزمات المالية و الاقتصادية في تطوير النظام النقدي

الدولي

د. بوزيان العجال

[293]

واقع وآفاق التبادل التجاري المغربي

د. وهراني مجدوب

[310]

ممارسة مهنة تدقيق الحسابات في المؤسسة الاقتصادية

الجزائرية

أ. تمار خديجة

[334]

دور جودة الخدمة في تحقيق رضا الزبون -دراسة مقارنة-

د. زعباط سامي

[361]

دور الطاقات المتجددة في تحقيق التنمية المستدامة

أ. موساوي رفيقة ، د. موساوي زهية

[391]

واقع وآفاق السوق المالي (البورصة) في ظل تطبيق النظام

المحاسبي المالي .

أ. لصنوني حفيظة ، أ. د. بشونده رفيق

[411]

المقالات

باللغة العربية

أساليب التمويل الإسلامي كآلية لاستقرار النظام المالي العالمي والبديل للوقاية من أزماته.

د. صليحة عشي

أستاذ محاضر "أ" بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، الجزائر.

د. سامية مقعاش

أستاذ محاضر "ب" بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، الجزائر.

ملخص:

شهدت نهاية العشرية الأولى من الألفية الثالثة، أزمة مالية عاصفة مست كل أركان الاقتصاد الأمريكي وانتقلت إلى باقي دول العالم بدرجات متفاوتة. ولعل أهم أسبابها ترجع إلى الإقبال على الأدوات المالية المستحدثة، والممارسات الربوية التي تقوم عليها القروض العقارية، وبثبت التاريخ أن عددا لا يستهان به من الأزمات المالية كانت نتيجة الأسس التي يقوم عليه النظام النقدي والمالي وأساليب التمويل التقليدي. لذا تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعريف بأساليب التمويل الإسلامي وأهم المبادئ التي يقوم عليها، ثم تسليط الضوء على الأسباب الرئيسية للأزمات المالية، مع التركيز على أزمة الرهن العقاري، كما تستعرض الورقة البحثية ما يقدمه التمويل الإسلامي من بدائل حل وتجاوز أزمات النظام المالي العالمي.

الكلمات المفتاح: الاقتصاد الأمريكي، القروض العقارية، الأزمات المالية، التمويل الإسلامي.

Abstract:

The end of the first decenie witnesses from the third millennium a big funding crisis which influence the American economy that spread to the other country in the world as uneven degrees. Probably the most important reason refers to progressive funding tools; beside the corruption that the mortgage. luaus are focus on. In addition, the history insures that many funding crises are caused by the principals that depend on the funding system and the traditional funding. Therefore, this research aims to define the Islamic funding thus the most important principal that focus on it, and concerning on the important reasons of funding crises, with focusing on mortgage. Finally, we show what the Islamic financial presents solutions to avoid International financial System crises.

Key words: American economy, mortgage, funding crisis, Islamic financial,

مقدمة:

إن عدم الاستقرار والفوضى التي عانى منها النظام المالي العالمي وما زال يعاني، سيما تلك التي ظهرت نتيجة الأزمات المالية، جعل من هذا الموضوع ظاهرة محل دراسة وتمحيص وتحليل، والسبب في ذلك يعود إلى آثار هذه الأزمات الخطيرة والتي تهدد الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي وحتى السياسي للدول المعنية. وما زاد من خطورة الأمر هو أن عدم الاستقرار المالي في دولة ما بمفردها يمكن أن يهدد سلامة النظام المالي والنقدي الدولي برمته، حيث أن آثار المشاكل التي تواجه أي نظام مالي أو مصرفي في دولة ما لم يعد مقتصرًا على الحدود القطرية لتلك الدولة، بل تمتد لباقي الدول؛ هذه الآثار تنتقل من دول إلى أخرى مثل النار في الهشيم نتيجة انتشار عدوى الأزمات المالية الناجم عن الانفتاح الاقتصادي والمالي الذي تشهده معظم دول العالم.

لقد تكبد الاقتصاد العالمي خسائر جمة جراء الأزمة العالمية الحالية، والتي كان أساسها مشكلة الرهن العقاري بالولايات المتحدة الأمريكية، وما زالت تداعياتها تطفو على السطح؛ هذه الأخيرة بدأت بوادرها سنة 2007، وبرزت ملامحها جليا خلال سنة 2008، وكانت نتيجة تعثر قروض عقارية ممنوحة لقطاع العائلات، ثم ما لبثت أن تحولت بعد ذلك إلى أزمة مالية عامة مست كل الاقتصاد العالمي. وثمة إجماع على أن الأسباب الرئيسية لحدوث هذه الاختلالات ترجع إلى ممارسات المتعاملين في هذا القطاع والأسس التي يقوم عليها، واستفحال ظاهرة المضاربة والسيطرة التي تمارسها صناديق التحوط، والتحرير المالي المفرط، والاستعمال المكثف للمشتقات المالية، والتوسع في نظام التوريق، وغياب الشفافية.

قد ترتب عن الممارسات السالفة الذكر نتائج سلبية وخيمة أدت إلى بروز توجه جديد يدعو إلى تبني نظام التمويل الإسلامي كبديل لنظام التمويل التقليدي، على أساس أن أسباب هذه الفوضى وعدم الاستقرار الذي يهز كل مرة النظام المالي العالمي هي نفسها المخالفات الشرعية التي نهت الشريعة الإسلامية عن ممارستها. وتماشيا مع مضمون الورقة البحثية وسعيا لإثراء الموضوع، تم تقسيمها على النحو التالي:

أولاً- الأزمات المالية وأسبابها.

ثانياً- موقف الإسلام من أسباب أزمات النظام المالي العالمي.

ثالثاً- أساليب التمويل الإسلامي الحل والبديل.

أولاً - الأزمات المالية وأسبابها:

اختلفت التعاريف التي تناولت الأزمة المالية باختلاف زوايا النظر إليها، ويمكن إدراج

بعضها فيما يلي:

1- تعريف الأزمة:

أ- لغة:

الشدة والقحط، يقال تأزم الشيء أي اشتد وضاق وتأزم أي أصابته أزمة والأزمة هي الضيق والشدة، ورد في معجم الوسيط تعريفا للأزمة كما يلي "أزم على الشيء: عض بالفم كله عضاً شديداً، يقال أزم الفرس على اللحام، وأزم فلان على كذا لزمه، وواظب عليه، وأزمة السنة: اشتد قحطها وأزم الحبل: احكم فتله، وأزم الباب: أغلقه، تأزم: أصابته أزمة والأزمة: الشدة والقحط، جمع أوزام "الأزمة" الضيق والشدة، ويقال أزمة مالية سياسية مرضية.¹

ب- الأزمة اصطلاحاً:

تعود أصل كلمة "أزمة" إلى المصطلح اللاتيني "crisis" وإلى الكلمة اليونانية "krisis". والأزمة مصطلح قديم ترجع جذوره التاريخية إلى الطب الإغريقي، ويقصد به نقطة تحول أي أنها لحظة قرار حاسمة في حياة المريض، وهي تطلق للدلالة على حدوث تغير جوهري ومفاجئ في جسم الإنسان.² وتستعمل هذه الكلمة في الاقتصاد للإشارة إلى الفترات القصيرة التي يكون خلالها الاقتصاد في حالة غير مستقرة.³ وعلى الرغم من التداول الكبير لمصطلح الأزمة إلا أنه ليس لها تعريف موحد ودقيق ويمكن إدراج التعاريف التالية:

تعرف الأزمة على أنها: "حالة من عدم التوازن والاتساق بين ما تم وبين ما يجب أن يتم". أو هي "كل ما لا يمكن توقعه أو التفكير فيه سواء من أحداث أو تصرفات تؤثر أو تهدد بقاء الناس ومنظمات الأعمال أو تلوث البيئة والحياة الطبيعية".⁴ وتعرف أيضاً على أنها: تعبر عن موقف

¹ - مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط، (مصر: مكتبة الشروق الدولية، 2004)، ص 17.

² - نغين الحلواني محمد، إدارة الأزمات والسياحة، (مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، 2004)، ص 9.

³ - Jacques Pavoine, *les trios crise des x x^e siècle*, (Paris: Ed Ellipses, 1994), P. 8.

⁴ - عبد السلام أبوقحف، الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، (الإسكندرية: الدار الجامعية الجديدة للنشر، 2003)، ص.

وحالة يواجهها متخذ القرار في أحد الكيانات الإدارية، تتلاحق فيها الأحداث وتشابك معها الأسباب بالنتائج ويفقد معها متخذ القرار قدرته على السيطرة عليها وعلى اتجاهاتها المستقبلية.⁵

أما الأزمة المالية فهي: عبارة عن تغير كبير تعرفه كل أو بعض قيم المتغيرات المالية التالية، مثل عرض السندات والأسهم وسعرها، الطلب على القروض، حجم الودائع البنكية، سعر الصرف، كما تمثل الأزمة المالية انخيارا للنظام المالي بشقيه النقدي والمالي.⁶ وينظر إليها على أنها: اضطراب واختلال يصيب الأسواق المالية، ويتميز بانخفاض معتبر في أسعار الأصول بها وعدم الملاءمة أو عدم قدرة المدنيين والوسطاء على الدفع، حيث يميل المستثمرون للبحث عن السيولة أكثر فأكثر من خلال التخلي عن الأصول المذكورة آنفا. وينتشر هذا الاختلال على شكل تفرعات عبر النظام المالي مشبثا أو مبطلا قدرة الأسواق على تخصيص رؤوس الأموال في الاقتصاد بشكل فعال.⁷

وتعرف أيضا بأنها: هي حالة تمس أسواق البورصة والائتمان لبلد معين أو مجموعة من البلدان، وتكمن خطورتها على الاقتصاد مسببة بدورها أزمة اقتصادية ثم انكماش اقتصادي عادة ما يصاحبها انخيار القروض، وأزمات في السيولة النقدية، وانخفاض في الاستثمار وحالة من الرعب والحذر في أسواق المال.⁸

ومما سبق يلاحظ بأن للأزمة خصائص أساسية، وهي:⁹

- المفاجأة العنيفة عند حدوثها، واستقطابها لاهتمام الجميع؛
- التعقيد، التشابك والتداخل في عواملها وأسبابها؛
- نقص المعلومات، وعدم وضوح الرؤية حولها؛
- سيادة حالة من الخوف قد تصل إلى حد الرعب من قد يحدث مستقبلا في إطار الأزمة.

⁵ - محسن أحمد الخيزري، إدارة الأزمات: منهج اقتصادي إداري متكامل لحل الأزمات، (القاهرة: مكتبة مدبولي، 1990)، ص. 53.

⁶ - إبراهيم عبد العزيز النجار، الأزمة المالية وإصلاح النظام المالي العالمي، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2009)، ص. 18.

⁷ - المرجع نفسه، ص. 19.

⁸ - الداوي الشيخ، "الأزمة المالية، انعكاساتها وحلولها"، مداخلة في مؤتمر الأزمة المالية العالمية وكيفية علاجها من المنظور النظام الاقتصادي الغربي والإسلامي، مجلة الجنان، طرابلس، (13-14 مارس 2009)، ص. 3.

⁹ - المرجع نفسه.

ومنه فإن الأزمة ينظر لها من خلال تأثيراتها المستقبلية، باعتبارها خطر حقيقي لا يتعلق بالماضي والحاضر، بل يمتد تأثيرها إلى المستقبل.

2- أنواع الأزمات الاقتصادية والمالية:

تعدد أنواع الأزمات الاقتصادية والمالية من حيث الشكل والمضمون والانتساع والحدة، ويمكن تصنيفها على النحو التالي:¹⁰

أ- **أزمات مديونية خارجية**، وهي تعني أن بلد أو مجموعة من البلدان أصبحت غير قادرة على تسديد ديونها الخارجية.

ب- **أزمات مصرفية**، وهي ذلك النوع الذي يتعرض فيه بنك أو عدد من البنوك لعدم القدرة على مواجهة طلبات سحب الودائع عند حدوث تدافع شديد للمودعين.

ج- **أزمات عملة**، يحدث هذا النوع عندما تتعرض عملة بلد ما لهجوم مضاري عنيف، يؤدي إلى انخفاض قيمتها انخفاضاً كبيراً، أو إلى إكراه السلطات الحكومية لهذا البلد على الدفاع عن عملتها عن طريق إنفاق جانب كبير من احتياطياتها الدولية، أو عن طريق رفع أسعار الفائدة عليها بشكل حاد.

د- **أزمات مالية شاملة**، وهي تتميز باضطرابات شديدة في الأسواق المالية تضعف من قدرتها على العمل بكفاءة، وتؤدي إلى آثار غير مرغوب فيها بالنسبة للاقتصاد الحقيقي، ويتضمن هذا النوع صوراً مختلفة، أهمها:

- **أزمة سيولة**: غالباً ما تنتج عن الاندفاع نحو سحب الودائع من البنوك، والتي قد تكون بسيطة إذا تعلق الأمر بينك واحد، حيث يستطيع في هذه الحالة بيع بعض أصوله لمواجهة طلبات المودعين، لكن إذا كان التضاحم على سحب الودائع ظاهرة عامة تتعلق بكل النظام المصرفي، فإن تنافس البنوك على التصرف في أصولها ومحاولة تسهيلها يؤدي إلى انهيار قيمتها، ومن ثم تتحول مشكلة السيولة إلى مشكلة عدم القدرة على الوفاء بالالتزامات.

¹⁰ - أحمد يوسف الشحات، الأزمات المالية في الأسواق الناشئة مع إشارة خاصة لأزمة جنوب شرق آسيا، (القاهر: دار النيل للطباعة والنشر، 2001)، ص ص. 14-16.

- أزمة التوقف عن الوفاء بالالتزامات: وتنتج عن اختلال الهياكل التمويلية

للمشروعات، وعدم توافق هياكل الاستحقاق بين أصول وخصوم البنوك ومحدودية رؤوس أموالها، عندما تتعرض المشروعات والبنوك إلى التعثر وتصبح على وشك التوقف عن الوفاء بالتزاماتها، وتميل إلى الدخول في مجالات استثمار مرتفعة المخاطر أملا في الحصول على عوائد مرتفعة، كبديل من الدخول في مجالات استثمار آمنة منخفضة العائد، وفي كثير من الأحيان ينتهي بها هذا السلوك إلى الإفلاس، كما حدث لبنوك الإقراض والادخار في الولايات المتحدة الأمريكية مطلع الثمانينيات من القرن الماضي.

- أزمة انفجار فقاع الأصول: تحدث هذه الأزمة عند ارتفاع أسعار الأصول بشكل

كبير بسبب هجوم مضاري عنيف، حيث يعتقد كل مضارب أنه بمعزل عن مخاطر انهيار السوق لأنه يستطيع الخروج منه في الوقت المناسب، أو لتحقيقه مكاسب رأسمالية ضخمة تؤمنه ضد مخاطر الانهيار، ولكن بمجرد عودة أسعار الأصول إلى قيمتها الحقيقية يحدث الانهيار، وخير مثال عن ذلك أزمة الكساد العظيم سنة 1929 في الولايات المتحدة الأمريكية، وانهيار سوق الأوراق المالية في اليابان سنة 1990.

- أزمة استراتيجيات وقف الخسائر: يحصل هذا النوع من الأزمات عند إصدار

المضاربين والتجار أوامرهم بالبيع أو الشراء إلى السماسرة بسعر معين، فإذا ما انتشرت هذه الممارسات، فإن انخفاض الأسعار سيتفاقم بشكل ضخم، ومن أشهر الأمثلة على ذلك أزمة أكتوبر من سنة 1987 في الولايات المتحدة الأمريكية.

3- أسباب الأزمات المالية:

تتشترك معظم الأزمات المالية التي مر بها العالم في عدد من الأسباب، بعض منها خارجية وأخرى داخلية، قد ترجع لوجود خلل في الهيكل الاقتصادي، أو لأسباب تتعلق بالجهاز المصرفي وممارسات المتعاملين فيه، وهي تتمثل في:

أ- تقلبات سعر الصرف، وتعتبر أحد أهم مصادر الاضطرابات على المستوى الكلي،

ومن الأسباب الرئيسية في حدوث العديد من الأزمات المالية. ولكي تستقطب بعض البلدان

تدفقات رؤوس الأموال الدولية تعمل على تحرير أسعار صرف عملتها، إلا أن هذا الإجراء لا توفر لها الحماية الكافية ضد المضاربات المزعزعة للاستقرار، كما يعرضها لأزمات مدمرة.¹¹

ب- **تدفقات رأس المال**، التي كان لها الأثر البالغ في حدوث عدد من الأزمات المالية. وتعتبر رؤوس الأموال قصيرة الأجل من بين أخطر أنواع التدفقات المالية، والأكثر عرضة للسحب خلال أوقات قياسية، وعادة ما تكون النتيجة التعرض لأزمة مالية.¹²

ج- **التوسع الكبير والمفرط في تقديم القروض**، سيما في السنوات الأخيرة، وهذا راجع لعدة أسباب منها، التحرير المالي الذي سمح بانخراط القطاع المصرفي في أعمال كثيرة كان ممنوعا منها سابقا، مما يؤدي إلى أخطاء كثيرة لقلة المهارة. إضافة إلى المنافسة الهدامة للحصول على حصة أكبر من السوق من خلال رفع سقف الفائدة على المدخرات، مما يؤثر على تكلفة الاقتراض وأيضا على الاستثمار الأجنبي.¹³

د- **عدم الشفافية وتضارب المعلومات**، الناتجة عن الممارسات غير الأخلاقية التي انطوت على التضليل والخداع من قبل فئة من المتعاملين في القطاع المصرفي والمالي.¹⁴

هـ- **اضطرابات القطاع المالي**، حيث شكل التوسع في منح الائتمان والتدفقات الكبيرة لرؤوس الأموال من الخارج وانحياز أسواق الأوراق المالية القاسم المشترك الذي يسبق حدوث الأزمة المالية فلقد أدى التوسع في الائتمان إلى تركزه على نوع أو قطاع واحد كما أدى التوسع في القروض إلى حالة من عدم التوازن بين خصوم وأصول البنوك.¹⁵

و- **المضاربة**، وتعتبر العامل الرئيسي المسبب للأزمات وحالات عدم الاستقرار في الأسواق المالية، وذلك لعدة اعتبارات، منها سلوك المضارب في السوق المالي الذي يستند إلى اعتبارات فردية تتمثل في تحقيق أكبر ربح ممكن وبأقل تكلفة، وفي أقل مدة زمنية ممكنة

¹¹-Peter Isard, Globalization and the International Financial System, What's Wrong and What Can Be Done, (United Kingdom: Cambridge University Press, 2004), P. 244.

¹²- الشحات، مرجع سابق، ص 21.

¹³-Gavin Michael and Ricardo Hausmann, "The Roots of Banking Crises: The Macro Economic Context", BIS, (January 27, 1998), P. 7.

¹⁴- حسام الدين محمد السيد، "الناجون من اختيار البورصات"، موقع أحلى منتدى،

<http://aljobah.ahlamontada.com/t257-topic> (4/7/2016).

¹⁵- محمد عبد الوهاب العزاوي، عبد السلام محمد خيس، **الأزمات المالية**، (عمان: دار إثراء للنشر والتوزيع، 2009)، ص 83.

دون الأخذ بعين الاعتبار ظروف السوق، وهذا ما يعني طغيان المصلحة الفردية على حساب المصلحة الجماعية الأمر الذي يؤدي في معظم الأحيان إلى خسارة في السوق المالي قد تؤدي إلى حدوث الأزمات المالية:¹⁶

ي- تطور الهندسة المالية وظهور مشتقاتها، شجع المضاربين على التوجه نحو التداولات الآجلة، وهي عمليات شراء وبيع مستقبلية للأوراق المالية مما يؤدي إلى تعاضل المخاطر المصاحبة لهذا النوع من المعاملات نتيجة حالة عدم التأكد التي تصاحبها، وبالتالي ازدياد فرص وقوع الأزمات المالية.¹⁷

4- أزمة الرهن العقاري كنموذج:

تعتبر أزمة الرهن العقاري، من أعنف الأزمات المالية التي شهدتها القرن الحالي، حيث هزت اقتصاد أقوى دولة في العالم، وهي الولايات المتحدة الأمريكية التي تعتبر قائد قاطرة الاقتصاد العالمي. ولعل السبب الرئيس لهذه الأزمة يرجع إلى ضعف القواعد التنظيمية والضابطة لعمل البنوك، في ظل تنافس هذه الأخيرة لمنح قروض عالية المخاطر. وكان قطاع العقارات أول من حدثت فيه الأزمة لتزحف بعدها إلى باقي القطاعات الأمريكية، ثم ما لبثت أن تطورت تداعياتها لتأخذ أبعاداً خطيرة هددت النظام المالي والنقدي العالمي كله.¹⁸

أ- مفهوم الرهن العقاري:

يعرف الرهن العقاري بأنه: قرض يمكن المقرض سواء كان فرداً أو مؤسسة من الاقتراض لشراء منزل أو أي عقار آخر، حيث تصبح ملكيته لهذا العقار ضماناً للقرض. أي أنه عند العجز عن سداد هذا القرض فإن للمقرض حق اتخاذ الإجراءات الكفيلة للحجز على هذا العقار،

¹⁶ - بوفليج نبيل وعبد الله الحرتسي حميد، "التمويل الإسلامي كأسلوب لمواجهة تحديات الأزمة المالية العالمية"، الملتقى الدولي حول أزمة النظام المالي والمصرفي الدولي وبديل البنوك الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية"، (6-7 أفريل 2009)، ص 8.

¹⁷ - المرجع نفسه.

¹⁸ - حازم البلاوي، "الأزمة المالية العالمية الحالية - محاولة الفهم"، منتدى أكاديمية الدراسات العليا ببنغازي، (27 جويلية 2010).

وبصورة أخرى فإن العقار يبقى مرهونا حتى يتم سداد القرض، وعلى ذلك يسمى المقرض "بالمقرض" والمقرض "بالراهن".¹⁹

ارتبطت أزمة الرهن العقاري التي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية بالتوسع الكبير من قبل المصارف الاستثمارية في إصدار أصول المديونية، وذلك بعدما تجمعت لديها محفظة كبيرة من الرهونات العقارية استخدمتها في الحصول على قروض من المؤسسات المالية الأخرى، عن طريق إصدار أوراق مالية جديدة بضمان هذه المحفظة، وهو ما يعرف بعملية التوريق. ومع تدهور قدرة المؤسسات المالية ولاسيما المصارف وشركات الاستثمار وشركات الأوراق المالية على الوفاء بالتزاماتها، انتشرت حالات الإفلاس المصرفي والمالي على نطاق كبير.²⁰

وقد بدأت هذه الأزمة عندما قام الكثير من الأمريكيين على شراء بيوت للسكن بالتقسيط عن طريق الحصول على قروض من البنوك مقابل رهن البيت ولكن بمعدلات فائدة عالية، مع العلم أن أسعار الفائدة متغيرة وليست ثابتة. وفي حال تأخر المشتري عن دفع أي دفعة فإن أسعار الفائدة سوف تتضاعف ثلاث مرات. وعندما ارتفعت قيمة العقارات بعد أن زاد إقبال المواطنين على شراءها، حاول أصحاب البيوت الحصول على قرض جديد، وذلك مقابل رهن من الدرجة الثانية. وقامت البنوك بالتوسع في هذه القروض الأقل جودة، واستخدمت "المشتقات المالية" لتوليد مصادر جديدة للتمويل، فعندما تجمع لدى البنك محفظة كبيرة من الرهونات العقارية، لجأ إلى استخدام هذه "المحفظة من الرهونات العقارية" لإصدار أوراق مالية جديدة يقترض بها من المؤسسات المالية الأخرى بضمان هذه المحفظة، وهو ما يطلق عليه "التوريق" "securitization".²¹ ونتيجة نقص أو انعدام الرقابة والإشراف الكافي على المؤسسات المالية الوسيطة، مثل بنوك الاستثمار، وسماحة الرهن العقاري والرقابة على المنتجات المالية الجديدة (المشتقات المالية مثلا)،

¹⁹ - حسين عبد اللطيف حمدان، التأمينات العينية: دراسة تحليلية شاملة لأحكام الرهن والتأمين والامتياز، (بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، 2002)، ص. 60.

²⁰ - الجزيرة نت، "أزمة الرهن العقاري".

www.aljazeera.net/ebusiness/pages/89da5f34-ac15-467d-85b5-ba49d1900d74 (11/7/2016).

²¹ - سعيد الشيخ، "أزمة الرهن العقاري في الولايات المتحدة الأمريكية : آثارها على القطاع المالي"، صحيفة الشرق الأوسط، العدد 105556، (2007/10/23)، ص. 6.

اجتمعت كل هذه العناصر لتخلق أزمة المالية عنيفة لم يقتصر أثرها على القطاع المالي الأمريكي، نتيجة إفلاس عدد من البنوك وشركات الرهن العقاري وشركات التأمين، بل إنه هدد كل أركان الاقتصاد العالمي.²²

ب- أسباب أزمة الرهن العقاري:

- ارتفاع أسعار الفائدة: حيث منحت قروض الرهن العقاري بمعدل فائدة متغير ومرتبطة بسعر فائدة البنك المركزي، وهذا يعني أن الأعباء المالية للتسديد عند الانطلاق تكون منخفضة لاجتذاب المقترضين ثم تزيد بالتدريج، وإذا تأخر المدين عن سداد أي دفعة تضاعفت أسعار الفائدة، كما أن المدفوعات الشهرية خلال السنوات الثلاث الأولى تذهب كلها لسداد الفوائد، مما يعني أن المدفوعات لا تذهب إلى ملكية جزء من العقار إلا بعد مرور ثلاث سنوات، هذا ما أدى إلى تزايد عدد العاجزين عن سداد القروض العقارية في الولايات المتحدة الأمريكية، كما انخفضت أسعار المنازل في ظل تشبع السوق وتراجع الطلب من جهة أخرى. كل ذلك نتج عنه ارتفاع حجم القروض المتعثرة.²³

- بيع الديون لغير المدين بأقل من قيمتها: حيث بدأت أزمة الرهن العقاري ببيع البنوك ومؤسسات التمويل العقاري لهذه القروض لشركات التوريق التي أصدرت سندات وطرحتها في أسواق المال، ومن جانب آخر قام أصحاب المنازل بإعادة رهن عقاراتهم لمؤسسات أخرى مقابل الحصول على قروض، وقامت هذه المؤسسات ببيع هذه القروض إلى شركات أخرى أصدرت بها سندات وطرحتها في الأسواق المالية، وتم تداول هذه السندات بين الأفراد وشركات الاستثمار على نطاق واسع حتى تكونت أهرامات من الديون كلها قائمة على رهن عقار واحد وأصبحت قيمة هذه الديون متداولة بموجب

²² - المرجع نفسه.

²³ - سامر مظهر قنطقجي، ضوابط الاقتصاد الإسلامي في معالجة الأزمات المالية العالمية، (دمشق: دار النهضة، 2008)، ص. 28.

السندات أضعاف قيمة العقار، وعندما انخفضت وعجز المقترضون عن سداد الأقساط وفوائدها، انهار البناء كله محدثاً الأزمة، وتسمى هذه العملية التوريق.²⁴

- **سوء التسيير وعدم شفافية ووضوح البيانات المالية:** في ظل الاستعمال الواسع للمشتقات المالية، ويتجلى ذلك من خلال قيام البورصات والبنوك بالتستر على خسائرها، وعدم إظهار المعلومات الحقيقية في قوائمها المالية.²⁵

- **عدم مراعاة الأسس والسياسات وقواعد العمل المصرفي:** مع غياب رقابة السلطات النقدية التي اكتفت باستخدام سعر الفائدة كأداة لإدارة النشاط الاقتصادي، إضافة إلى نمو نشاط المضاربة بشكل كبير دون أن يقابله حدوث نمو حقيقي مماثل في القيمة الاقتصادية للمؤسسات المصدرة للأوراق المالية.²⁶

ويمكن القول أن أزمة الرهن العقاري قد سببت ضرراً بليغاً للاقتصاد الأمريكي، ونتج عنها إفلاس عدد من البنوك وشركات الرهن العقاري وشركات التأمين وكل ذلك انعكس سلباً على مختلف النشاطات الاقتصادية، وقد امتد ضرر هذه الأزمة المالية إلى العديد من الدول نتيجة ارتباط عدد كبير من المؤسسات المالية خاصة الأوروبية والآسيوية بالسوق المالية الأمريكية. ولا شك أن أهم أسباب أزمة الرهن العقاري التعامل بالربا (الفائدة) وكذلك بيع الديون.

ثانياً- موقف الإسلام من أسباب أزمات النظام المالي العالمي:

يلاحظ مما سبق، بأن الأسباب التي أدت إلى حدوث الأزمة المالية العالمية هي نفسها المخالفات التي نهت الشريعة الإسلامية عن ممارستها، والتي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

1- الفوائد الربوية:

إن كل عمليات التمويل العقاري وتوابعها كانت السبب الرئيسي في حدوث الأزمة المالية العالمية لأنها تقوم على الفوائد الربوية؛ والفائدة تصنف تحت باب "ربا النسيئة" أو "ربا الجاهلية"،

²⁴ - عبد العزيز قاسم محارب، الأزمة المالية العالمية، الأسباب و النتائج، (الإسكندرية: الدار الجامعية الجديدة، 2011)، ص. 63.

²⁵ - النجار، مرجع السابق، ص. 56.

²⁶ - عبد المطلب عبد الحميد، الديون المصرفية المتغيرة والأزمة المالية العالمية، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2010)، ص. 299.

الذي جاء تحريمه قطعياً في القرآن الكريم، وبالتالي يحرم التعامل بالفائدة أخذ وعطاء في جميع المعاملات. ولقد ورد في التحريم نصوص كثيرة في القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، منها: قوله تعالى: {الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ}.²⁷ وقال سبحانه وتعالى: {يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزِيلُ الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ}.²⁸ وورد في نفس السورة أيضاً: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ، فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُؤُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ}.²⁹ وفي سورة آل عمران قال سبحانه وتعالى: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافاً مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ}.³⁰

وثبت عن "جابر بن عبد الله" رضي الله عنه، أن رسول الله صلى الله عليه وسلم: "لعن آكل الربا وموكله وكتابه وشاهديه، وقال: هم سواء".³¹ وروى "عبادة بن الصامت" رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم أنه قال: "الذهب بالذهب، والفضة بالفضة، والبر بالبر، والشعير بالشعير، والتمر بالتمر، والملح بالملح، مثلاً بمثل، سواء بسواء، يدا بيد، فمن زاد أو استزاد فقد أربى".³²

2- الرهن العقاري:

يتم الرهن العقاري من خلال عقد ثلاثي الأطراف يشمل مالك العقار، ومشتري، وممول قد يكون بنك أو شركة تمويل عقاري. وهذا الأسلوب غير جائز شرعاً من المنظور الإسلامي. ويلاحظ أن معظم البنوك العقارية الإسكانية تقوم على أساس الفائدة قلت أو كثرت وهذا محرم شرعاً. أما الطرق التي تتعامل بها المؤسسات المالية الإسلامية فهي كثيرة، منها شراء مؤسسة التمويل العقار

²⁷ - القرآن الكريم، سورة البقرة، مدنية، رقمها 2، الآية رقم 275.

²⁸ - المرجع نفسه، الآية رقم 276.

²⁹ - المرجع نفسه، الآية رقم 278 - 279.

³⁰ - القرآن الكريم، سورة آل عمران، مدنية، رقمها 3، الآية رقم 130.

³¹ - الإسلام سؤال وجواب، "فتوى رقم 105331".

<http://islamqa.info/ar/ref/105331> (12/7/2016).

³² - المرجع نفسه.

للمبنى وبيعه مراجعة، أو إبرام عقد استئصال (مقابلة) مع العميل لبناء المبنى، وهناك أيضا المشاركة التأجيرية، وفيها يشترك العميل والمؤسسة المالية في شراء العقار ثم توجر المؤسسة المالية حصتها للعميل وتبيع له كل سنة جزءا من حصتها حتى ينتهي العقد بتملك العميل للعقار.³³

3- المضاربة في الأسواق المالية:

والمقصود بها المضاربات التي تقوم على توقعات المضاربين بتغير الأسعار في الفترات القصيرة، لكسب فروق الأسعار وزيادة حجم التعامل بإتاحة التعامل لمن لا يملك مالا أو أوراقا مالية. إن المضاربات تتم من خلال التعاملات الآجلة في السوق الآجل، الذي يتم فيه الالتزام بتسليم كمية محددة من الأدوات المالية المراد بيعها أو شرائها بسعر يتم الاتفاق عليه في الوقت الحالي على أن يتم التسليم بتاريخ محدد في المستقبل، والسعر الذي يتم الاتفاق عليه في هذا السوق يسمى "السعر الآجل"، ويشمل التعامل بما يسمى "بالمشتقات" (عقود الخيارات، العقود الآجلة، العقود المستقبلية)، وهي:³⁴

أ- عقود الخيارات "option contracts":

وتشمل صنفين الأول: خيار الطلب أو الشراء، وهو اتفاق يعطي حامله الحق (وليس الإلزام) في شراء سهم معين، أو أية أوراق مالية أخرى بسعر محدد خلال فترة محددة. ويسمى السعر المتفق عليه بين الطرفين "بالسعر الضارب". ويفهم من ذلك أن الخيار يعطي المشتري الحق في تنفيذ الشراء أو إلغائه خلال فترة محددة، أما البائع فهو ملزم برغبة المشتري في تنفيذ أو عدم تنفيذ العقد مادام قد قبض ثمن الخيار وهو ما يعرف "بالعمولة". والثاني هو: خيار العرض أو البيع وهو اتفاق يعطي مشتري هذا الخيار (مالك الخيار) الحق (وليس الإلزام) في بيع عدد معين من الأسهم أو الأوراق المالية الأخرى بسعر معين خلال فترة محددة، أما قابض ثمن الخيار فهو مجبر على الشراء إذا ما قرر مشتري هذا الحق البيع بالسعر المتفق عليه خلال الفترة المحددة.

ب- العقود الآجلة "Forward contracts":

والعقد الآجل عبارة عن اتفاقية بين شخصين لتسليم أصل معين في وقت لاحق مستقبلاً وبسعر محدد يسمى سعر التنفيذ، ويتحدد في العقود عادة مواصفات الأصل كدرجة الجودة أو التصنيف والكمية

³³ - محارب، مرجع السابق، ص. 43.

³⁴ - سعيد الحلاق، "الأزمة المالية العالمية ومعالجتها من منظور إسلامي"، مؤتمر تداعيات الأزمة المالية وأثرها على اقتصاديات الدول العربية، القاهرة، (4-5 أبريل 2009)، ص ص 76-77.

وطريقة التسليم ومكان التسليم والسعر وطريقة السداد حيث يتم التفاوض على جميع هذه الأمور بين البائع والمشتري.

ج- عقود المستقبلات "Future contracts":

وهي عقود تعطي حاملها الحق في شراء أو بيع كمية من أصل معين (سلعة أو ورقة مالية) بسعر محدد مسبقاً، على أن يتم التسليم في تاريخ لاحق مستقبلاً. وتكون هذه العقود المستقبلية نمطية موحدة من حيث، تواريخ الاستحقاق وحجم العقد، ويتم تداولها بوحدات نقدية موحدة أو بمضاعفاتها.³⁵

4- حكم العمليات الآجلة:

أ- حكم عقد الخيار: من الواضح أن هناك فرق جوهري بين الخيار الشرعي المعروف في الفقه الإسلامي وعقود الخيارات المتداولة في الأسواق المالية "Option"، حيث أن المقصود بعقود الاختيارات الالتزام ببيع شيء محدد موصوف أو شرائه بسعر محدد خلال فترة زمنية معينة أو في وقت معين إما مباشرة أو من خلال هيئة ضامنة لحقوق الطرفين وحكمه الشرعي أن عقود الاختيارات- كما تجري اليوم في الأسواق المالية- هي عقود مستحدثة لا تنطوي تحت أي عقد من العقود الشرعية المسماة وبما أن العقود عليه ليس مالا ولا منفعة ولا حقاً مالياً يجوز الاستدلال به فإنه غير جائز شرعاً وبما أن هذه العقود لا تجوز ابتداء فلا يجوز تداولها.³⁶

ب- حكم العقود المستقبلية والآجلة: باعتبار أن واقع العقود المستقبلية هو نفس واقع العقود الآجلة مع وجود فروق فنية بسيطة بينها فان حكم العقود المستقبلية هو نفس حكم العقود الآجلة. وهي غير جائزة شرعاً لأنها تنطوي على بيع شيء مؤجل بثمن مؤجل فالحقود الآجلة في السوق المالية ليست من قبيل بيع السِّلَم الجائز في الشريعة الإسلامية وذلك للفرق بينهما من وجهتين: الأولى: في السوق المالية لا يُدفع الثمن في العقود الآجلة في مجلس العقد، وإنما يؤجل دفع الثمن إلى موعد التصفية، بينما الثمن في بيع السِّلَم يجب أن يدفع في مجلس العقد. الثانية: في السوق المالية تباع السلعة المتعاقدة عليها وهي في ذمة البائع الأول وقبل أن يحوزها المشتري الأول

³⁵- منتدى التمويل الإسلامي، "العقود الآجلة والمستقبلات"، (2007/10/25).

<http://islamfin.go-forum.net/t51-topic> (16/7/2013).

³⁶- إسلام ويب، حكم عقود الخيارات في الأسواق الدولية"، مركز الفتوى، (2011/11/23).

<http://fatwa.islamweb.net/fatwa/index.php?page=showfatwa&Option=FatwaId&Id=167993> (13/7/2016).

عدة بيع، وليس الغرض من ذلك إلا قبض أو دفع فروق الأسعار بين الباعين والمشتريين غير الفعليين؛ مخاطرة منهم على الكسب والربح كالمقامرة سواء بسواء، بينما لا يجوز بيع المبيع في عقد السلم قبل قبضه.³⁷

وهذا تأكيد على أن البيع الآجل أو المستقبلي لا تنطبق عليه أحكام السلم بسبب تأجيل دفع الثمن كما أن السلعة تباع قبل حيازتها عدة مرات وهذا يدخلها في باب المقامرة.

5- رهن المرهون:

سعى العديد من المقترضين من البنوك والمؤسسات المالية الأمريكية إلى شراء عقارات جديدة بقروض جديدة من خلال رهن عقاراتهم المشتراة سلفاً رهناً من الدرجة الثانية، وبالتالي يحمل العقار الواحد بحقوق رهن متعددة، وعندما توقف هؤلاء المقترضون عن السداد لم تكف قيمة العقار المرهون لسداد قيمة المقرضين وعجزت البنوك عن استرجاع حقوقها كاملة.³⁸

ويقرر الفقه الإسلامي أنه لو رهن الشخص الشيء المرهون بدين آخر غير الأول بدون إذن المرتهن لا يصح ولو بإذن يصح الرهن الثاني ويبطل الرهن الأول؛ لأن الرهن حق على عين ولا يجتمع حقان على عين واحدة. وكذلك إذا باع الراهن الشيء المرهون يصير الثمن رهناً لا يجوز التصرف فيه، فإذا أذن المرتهن للراهن بالبيع والتصرف في الثمن سقط حقه في الرهن، وبالتالي يكون القرض خالياً من الرهن.³⁹

6- بيع الدين بالدين: لقد حرمت الشريعة الإسلامية كافة صيغ وصور وأشكال بيع الدين بالدين، مثل خصم الأوراق التجارية وخصم الشيكات المؤجلة السداد، كما حرمت نظام جدولة الديون مع رفع سعر الفائدة. ولقد نهي رسول الله محمد صلى الله عليه وسلم بيع الكالئ بالكالئ أي بيع الدين بالدين،⁴⁰ ويطلق على هذه العملية اسم "التوريق"، وهي تعني جعل الدين

³⁷ - الحلاق، مرجع سابق، ص. 78.

³⁸ - أشرف محمد دواية، الأزمة المالية العالمية، رؤية إسلامية، (القاهرة: دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، 2009)، ص. 129.

³⁹ - المرجع نفسه.

⁴⁰ - جمعة محمود عباد، "الأزمة المالية الاقتصادية العالمية وآثارها الحالية والمتوقعة على الجهاز المصرفي الأردني"، مؤتمر الأزمة المالية العالمية وكيفية علاجها من منظور النظام الاقتصادي الغربي والإسلامي، جامعة الجنتان، بيروت، (2009)، ص. 21.

المؤجل في ذمة الغير في الفترة ما بين ثبوته في الذمة وحلول أجله في صورة صكوك قابلة للتداول، وبذلك يمكن أن تجرى عليه عمليات التبادل والتداول المختلفة، وينقلب إلى نقود بعد أن كان مجرد التزام في ذمة المدين. وعملية التوريق غير جائزة شرعا، لأنها تتكون من بيع الدين لشركة التوريق بأقل من قيمته، وهذا يعني أن تدفع الشركة أقل وتأخذ أكثر وهو عين الربا. بالإضافة إلى أن السندات يتم تداولها في البورصة بالأجل أو على أقساط، وهو بيع الدين بالدين وهو محرم شرعا⁴¹ وعليه يستخلص بأن الأسباب الرئيسة لحدوث أزمات النظام المالي ترجع أساسا إلى الممارسات التي تسود أسواق المال، من معاملات ربوية ومضاربات مستقبلية، وكذلك ابتكار أدوات مالية جديدة. إضافة إلى انعدام الرقابة على المؤسسات المالية، وهي ممارسات نعت عنها الشريعة الإسلامية التي تحرم المعاملات المالية والاقتصادية التي تقوم على الربا والكذب، والمقامرة والاحتكار والاستغلال.

ثالثا- أساليب التمويل الإسلامي الحل والبديل:

يمكن التعرف على مفهوم التمويل الاسلامي، وكذلك أساليبه التي تعتبر الحل والبديل لأساليب التمويل التقليدي، وذلك من خلال العناصر التالية:

1- مفهوم التمويل الاسلامي:

إن المعنى العام للتمويل ينصرف إلى تدبير الأموال أو الموارد اللازمة للنشاط والأصل أن يتم التمويل من الموارد الذاتية للجهة، وإذا عجزت هذه الموارد عن الوفاء بالاحتياجات التمويلية فإنه يتم اللجوء إلى من لديهم فائض مالي لا يمكنهم استثماره ذاتيا. ومن هنا يتضح أن مفهوم التمويل هو: نقل القدرة التمويلية أو الفوائض المالية من فئات الفائض إلى فئات العجز.⁴² أما التمويل الإسلامي فهو أسلوب في التمويل يستند إلى قاعدة فقهية معروفة ومهمة، وهي أن الربح يستحق في الشريعة الإسلامية بالملك أو بالعمل، وهو ما يعني أن عنصر العمل يمكن أن يدخل النشاط

⁴¹ - محارب، مرجع سابق، ص. 44.

⁴² - محمد عبد الحليم عمر، "الأدوات المالية الإسلامية للتمويل الحكومي"، ندوة الصناعة المالية الإسلامية، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب التابع للبنك الإسلامي للتنمية بمكة، الإسكندرية، (15-18 أكتوبر 2000)، ص.

الاقتصادي على أساس الربح، وبما أن التمويل المصرفي يعتمد على الملك أساسا للربح، فإن القاعدة تقتضي أن من ملك شيئا استحق أية زيادات تحصل في ذلك الشيء.⁴³

2- أساليب التمويل الإسلامي: تتضمن العديد من الأساليب، وهي:

أ- أساليب تمويل مستندة إلى المشاركة في الأرباح والخسائر: وتشمل:

* - المضاربة:

يقول تعالى في كتابه العزيز: {وَأَخْرُؤَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَنْتَعُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ}.⁴⁴ وهي عقد بين طرفين أو أكثر يقدم أحدهما المال والآخر يشارك بجهده على أن يتم الاتفاق على نصيب كل طرف في الربح بنسبة معلومة من الإيراد. وتحرص المصارف الإسلامية حرصا شديدا على التعامل بصيغة المضاربة لأنها تقوم على التآلف الحقيقي بين من يملكون المال وليس لديهم الخبرة أو الوقت لتشغيله وبين من يملكون الجهد والخبرة و الوقت الكافي ولا مال لهم أو أن طاقتهم الإنتاجية تفوق ما لديهم من مال.⁴⁵ وقد وردت للمضاربة أيضا عدة تعاريف من الجانب الفقهي تلاقت جميعها على ضرورة توافر العناصر التالية:⁴⁶

_ اتفاق بين شخصين؛

_ يقدم أحدهما المال (رب المال)، ويقوم الآخر بالعمل به (المضارب)؛

_ موضوع المضاربة هو استثمار المال؛

_ غاية المضاربة تحقيق الربح.

وتعرف أيضا "بالقراض" بلغة أهل الحجاز، و"بالمضاربة" بلغة أهل العراق. وكانت شائعة بين العرب زمن الجاهلية، وكانت قريش أهل تجارة يعطون المال مضاربة مقابل جزء من الربح، وقد أقرها الرسول محمد صلى الله عليه وسلم في الإسلام، بدليل خروجه عليه الصلاة والسلام للتجارة بأموال السيدة خديجة رضي الله عنها على أن يكون له نصيب في الربح، واستمر العمل بها بعد البعثة أيضا.⁴⁷ ومنه فإن مشروعية

⁴³ - بوفليخ، الحرتسي، مرجع سابق، ص. 13.

⁴⁴ - القرآن الكريم، سورة المزمل، مكية، رقمها 73، الآية رقم 20.

⁴⁵ - بوفليخ، الحرتسي، مرجع سابق، ص. 14.

⁴⁶ - أون إسلام، "عقد المضاربة: تعريفه وشروط صحته"، (2006/6/24).

www.onislam.net/arabic/ask-the-scholar/8281/48660-2004-08-01%2017-37-04.html (10/7/2016).

⁴⁷ - الحلاق، مرجع سابق، ص. 82.

المضاربة ثابتة من خلال ما ورد في كتاب العزيز الحكيم، منها قوله تعالى: {وَأَخْرُؤَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ}.⁴⁸ وكذلك بإقرار الرسول محمد صلى الله عليه وسلم.

أحكام عقد المضاربة: عند صياغة عقد المضاربة لابد من مراعاة الشروط التالية لعدم الإخلال بالمشروعية أو بالنواحي القانونية، وهي:⁴⁹

- شروط المتعاقدين:

- أن يكون المتعاقدين متمتعين بالأهلية القانونية من حيث السن والعقل في حال كونهم أطراف في العقود أو أن يكونوا مفوضين عن سواهم تفويضا قانونيا سليما بموجب وكالة.

- يشترط في عقد المضاربة ما يدل على انعقاد شركة المضاربة أي الإيجاب والقبول.

- الأصل في عقد المضاربة انه عقد غير لازم إذ يجوز لأي طرف فسخ العقد متى شاء شريطة إعلام بقية الشركاء تفاديا لوقوع الأضرار بالآخرين.

- الشروط الخاصة برأس المال:

- أن يكون رأس المال من النقود المضروبة من الدراهم والدنانير وهو اشتراط عامة الفقهاء

- ألا يكون رأس المال دينا في ذمة المضارب.

- أن يتم تسليم رأس المال للمضارب (إما أن يكون التسليم بالمناولة أو بالتمكين من المال).

- الشروط الخاصة بالربح:

- أن تكون حصة كلا الطرفين من الربح معلومة.

- أن تكون حصة كل منهما من الربح شائعة كالنصف أو الثلث مثلا (ليس مبلغا مقطوعا).

- في حال عدم تحقيق أرباح أو تحقيق خسائر يتحمل صاحب المال الخسائر ويخسر الشريك العامل جهده فقط، ولا يمكن مطالبته بدفع خسائر ما لم تكن ناتجة عن

⁴⁸ - القرآن الكريم، سورة المزمل، مكية، رقمها 73، الآية رقم 20.

⁴⁹ - الحلاق، مرجع سابق، ص ص 83-84.

إهمال متعمد أو سوء نية مثبت (يتحمل المضارب الخسارة في حال وجود ما يدل على التعدي والتقصير من قبله).

- لا يتم توزيع الربح إلا بعد استرداد رأسمال وإخراج المصاريف عملاً بالقاعدة "الربح وقاية لرأسمال".

- الشروط الخاصة بالعمل:

- أن يختص العامل بالعمل دون رب المال.

- أن لا يضيق رب المال على العامل في العمل.

- مجال العمل كان في السابق يقتصر على التجارة وفي الوقت الحالي أجاز العديد من الفقهاء بأن تشمل المضاربة كافة القطاعات الأخرى.

أنواع المضاربة: هناك عدة أشكال أو صور للمضاريات، منها:⁵⁰

- المضاربة الخاصة: بمعنى أن المال والعمل مقدمان من شخص واحد.

- المضاربة المشتركة: يتعدد فيها أصحاب الأموال وأصحاب العمل.

- المضاربة المطلقة: وهي التي لا يقيد فيها صاحب المال المضارب بنوع محدد من

الاستثمار أو التجارة وإنما يكون له مطلق الحرية في اختيار النشاط الذي يراه مناسباً.

- المضاربة المقيدة: وهي المضاربة التي يلزم فيها صاحب رأس المال المضارب

باستخدام الأموال في نشاط أو تجارة معينة من قبله.

*- المشاركة:

تعد من أهم صيغ استثمار الأموال في الفقه الإسلامي، وتتم عن طريق اشتراك المصرف الإسلامي مع طرف آخر لإنشاء مشروع استثماري يشترك الطرفان في إدارته وتمويله، وكذلك يتشاركان في أرباحه وخسائره بنسب متفقة مع حصة المشاركة في رأس المال، وهي جائزة شرعاً.⁵¹ وقد روي عن رسول الله صلى الله عليه وسلم أنه قال في حديث قدسي: "أنا ثالث الشريكين ما

⁵⁰ - فلاح حسن الحسيني، مؤيد عبد الرحمان الدوري، إدارة البنوك مدخل استراتيجي معاصر، (عمان: دار وائل للنشر،

2000)، ص. 201.

⁵¹ - بوفليح، الحرثسي، مرجع سابق، ص. 14.

لم يخن أحدهما صاحبه، فإذا خانه خرجت من بينهما".⁵² والله تعالى يقول: {وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ}.⁵³

شروطها: تتمثل شروط المشاركة في النقاط التالية:⁵⁴

الشروط المتعلقة برأس المال:

- أن يكون رأس مال المشاركة من النقود المحددة والمعروفة، وإذا كانت حصة بعض الشركاء عينية يجب تقييمها بدقة مراعاة للعدل في تقييم حصص هؤلاء الشركاء.
- يجوز مساهمة أحد الشركاء بشيء معنوي له قيمة مالية، كبراءة الاختراع أو الاسم التجاري مثلاً.

- لا يشترط التساوي بين الحصص ولا العمل في هذا الأسلوب.

- أن لا يكون رأس مال المشاركة دين لأحد الشركاء في ذمة شريك آخر.

الشروط المتعلقة بالربح:

- أن يكون نسبة معلومة وليس مقدار من المال.

- في حالة تحقيق خسارة يتحملها الشركاء بقدر حصة كل شريك ومساهمته في رأس المال.

*- الاستثمار المباشر:

والمقصود به أن يقوم البنك باستثمار أموال المودعين بنفسه أو عن طريق المتعاملين معه بتمويله لعملياتهم الاستثمارية. فإذا قام المصرف بتمويل مشروعات المتعاملين فهو في هذه الحالة رب مال، والمتعاملين هم المضاربين، ويسمى ذلك استثمار غير مباشر، وفي حالة قيام المصرف باستثمار الأموال بنفسه فهو في هذه الحالة مضارباً والمودعين هم أرباب الأموال، وذلك طبقاً لعقد المضاربة بينهم، ويسمى الاستثمار في هذه الحالة استثماراً مباشراً. ويقصد به ذلك الاستثمار الذي يمتلك بموجبه المصرف الإسلامي المشروع الذي

⁵² - إسلام ويب، مركز الفتوى، "أحاديث قدسية مع شرحها".

<http://fatwa.islamweb.net/fatwa/index.php?page=showfatwa&Option=FatwaId&Id=32710> (12/7/2016).

⁵³ - القرآن الكريم، سورة البقرة، مدنية، رقمها 2، الآية رقم 282.

⁵⁴ - عبد الحميد محمود البعلي، أساسيات العمل المصرفي الإسلامي، الواقع والافاق، (القاهرة: مكتبة وهبة، 1990)، ص 126.

يقوم بتأسيسه وإدارته، ويجوز للبنك إنشاء استثمارات مباشرة (يشرف عليها بنفسه)، أو استثمارات غير مباشرة. كما يجوز له إنشاء مؤسسات استثمارية يقوم بتمويلها لتتولى نيابة عنه وحسابه وتحت إشرافه إدارة مشروعات استثمارية، مع الأخذ في الاعتبار أن إلغاء التعامل بالفائدة من النقاط ذات الأهمية في أعماله الاستثمارية.⁵⁵

ب- أساليب تمويل غير مستندة إلى المشاركة في الأرباح والخسائر: وتشمل الأساليب التالية:

*- بيع المربحة:

ويعتبر أحد أنواع البيوع المشروعة في الفقه الإسلامي، والبيع جائز بادلة من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة. ويقول تعالى في كتابه العزيز: {وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا}.⁵⁶ وأيضا في قوله تعالى: {إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ}.⁵⁷

ومن السنة: قول رسول الله صلى الله عليه وسلم: "أفضل الكسب عمل الرجل بيده وكل بيع مبرور".⁵⁸ والمربحة لغة مأخوذة من الربح وهو الزيادة أو العائد. وتعني بيع سلعة بسعر يشمل تكلفة السلعة، مضافا إليها ربح معلوم.⁵⁹ والتكلفة تشمل السعر الذي اشترى البائع السلعة به، مع تكاليف إضافية، مثل قيمة الشحن والتخزين والنقل وغيرها مما يدخل في التكلفة الإجمالية لوصول السلعة إلى البائع.⁶⁰ ويوجد نوعان من عقود المربحة:⁶¹

- عقد المربحة البسيط:

وهذا النوع من العقود تعتمد بعض المؤسسات المالية التي تتفق مع جهة متخصصة على توفير منتجات أو عقارات معينة، ومن ثم تعرض المؤسسة المالية هذه المنتجات على زبائنهم لبيعها

⁵⁵ - الحلاق، مرجع سابق، ص. 88.

⁵⁶ - القرآن الكريم، سورة البقرة، مدنية، رقمها 2، الآية رقم 275.

⁵⁷ - القرآن الكريم، سورة النساء، مكية، رقمها 4، الآية رقم 29.

⁵⁸ - منابر سُبُل الهدى السلفية، "منبر الحديث النبوي وعلومه".

<http://m-sobolalhoda.net/salafi/showthread.php?t=628> (10/7/2016).

⁵⁹ - المرجع نفسه.

⁶⁰ - صلاح بن فهد الشلهوب، "صناعة التمويل الإسلامي ودورها في التنمية"، ص 4.

faculty.kfupm.edu.sa/IAS/shalhoob/files/Islamic%2520fin

⁶¹ - المرجع نفسه، ص. 5.

بالتقسيط مع إضافة هامش ربح، الذي يعتمد فيه غالباً على فترة السداد التي يرغبها الزبون. بمعنى أنه كلما زادت المدة زاد الهامش، وذلك حسب نسب ربح مئوية يتفق عليها طرفي العقد.

- المراجعة للآمر بالشراء:

ويمكن أن يعبر عنه "مع الوعد بالشراء"، أصبح منتشرًا في بشكل كبير في المؤسسات المالية الإسلامية، وذلك أن المؤسسة المالية، وبطلب من العميل تقوم بشراء سلعة معينة سواء كانت للأفراد، مثل السيارات أو المنازل على أساس أن طالب التمويل يشتري هذه السلعة بعد تملك المؤسسة المالية لها، مع هامش ربح يضاف إلى سعر السلعة، ويزيد هذا الهامش وينقص حسب المدة التي يتم فيها السداد. إن هذا النوع من العقود سبق أن تكلم عليه الفقهاء ولعل من أبرزهم "الإمام الشافعي" في كتابه "الأم" حيث قال: "وإذا رأى الرجل الرجل السلعة فقال اشتر هذه وأريحك فيها كذا فاشترها الرجل فالشراء جائز".

*- الإستصناع:

يعبر المصرف الإسلامي من خلال هذا البيع عن رغبته في استصناع السلعة (طلب صناعتها من الصانع)، ويتم تحديد السلعة وثمنها ووقت تسليمها في عقد الإستصناع حيث يدفع المصرف ثمن السلعة معجلاً ثم يحصل على السلعة، ويقم المصرف الإسلامي من خلال علاقاته الواسعة مع الصناعيين والتجار ببيع هذه السلعة بثمن عاجل أو آجل.⁶²

ويشترط في عقد الاستصناع ما يلي:⁶³

- بيان جنس المستصنع وقدره وأوصافه المطلوبة.
- أن يحدد فيه الأجل.
- يجوز في عقد الاستصناع تأجيل الثمن كله، أو تقسيطه إلى أقساط معلومة لآجال محددة.
- يجوز أن يتضمن عقد الاستصناع شرطاً جزائياً بمقتضى ما اتفق عليه العاقدان ما لم تكن هناك ظروف قاهرة.

⁶² - محمد عبد الوهاب العزاوي وعبد السلام محسن خميس، الأزمات المالية، قديمها وحديثها، أسبابها ونتائجها، والدروس المستفادة، (عمان: إثراء للنشر والتوزيع، 2010)، ص. 202.

⁶³ - الخلاق، مرجع سابق، ص 90.

- أطراف العقد:

- **الصانع:** وهو البائع الذي يلتزم بتقديم الشيء المصنع للعميل.
- **المقاول:** وهو الذي يباشر الصنع (تصنيع المنتج المطلوب).
- **المستصنع:** وهو الطرف المشتري في عقد الاستصناع.
- *** عقود التورق:**

التورق في الأساس مأخوذ من الورق بكسر الراء، وهو الفضة وذلك لأن طالب التمويل أو من يقدم على شراء مثل هذه السلع في الغالب ليس لديه الرغبة في تملك السلعة ولكن الغرض من ذلك الحصول على المال وأحد أشكال النقد والذي كان في السابق الفضة. التورق يعني شراء سلعة في حوزة البائع وملكه بثمن مؤجل، ثم يبيع المشتري بنقد لغير البائع للحصول على النقد.⁶⁴ يمكن أن يأخذ عدة أشكال من أبرزها:⁶⁵

- التورق التقليدي:

هو عقد يشترك فيه ثلاثة أطراف حيث أنه يتم في العقد الأول بيع السلعة بسعر مؤجل، يكون غالبا أعلى من السعر الحاضر، ومن ثم يقوم المشتري ببيعه في السوق إلى شخص آخر غير البائع الأول بأقل من السعر الأول ليحصل على النقد، مع العلم بأنه في هذا العقد ليس هناك أي ترتيب مسبق بين البائع في العقد الأول والمشتري في العقد الثاني. هذا النوع من العقود لازال يمارس على مستوى الأفراد إذ أن كثير من المؤسسات المالية تباشر عملية بيع مريحة للأفراد وهم بالتالي يتولون عملية تسهيل هذه المنتجات في السوق.

- التورق المصرفي المنظم:

هو أيضا أحد أشكال التمويل الذي تباشره عدد من المصارف التي تقدم منتجات تتوافق مع الشريعة، ومن أبرز أشكال هذا العقد هو أن يقوم المصرف بشراء معادن ثم يبيعها على الأفراد أو المؤسسات مريحة، ومن ثم ترتيب عملية بيع تلك المعادن نيابة عن عملائه، بصفته وكيلًا عنهم، وذلك في السوق العالمية، ومن ثم إيداع تلك المبالغ في حسابات عملائه.

***- بيع السلم:**

⁶⁴ - الشلهوب، مرجع سابق، ص 6.

⁶⁵ - المرجع نفسه، ص 6.

وهو بيع شيء يقبض ثمنه حالا وتأجيل تسليمه إلى فترة قادمة، وقد يسمى "بيع السلف" أيضا، ويحتاج صاحب رأس المال بأن يشتري السلعة ويحتاج صاحب السلعة إلى ثمنها مقدما لينفقه على السلعة التي وصفها المشتري. وبهذا فإن المصرف أو أي تاجر يمكن له أن يقرض المال للمنتجين ويسدد القرض لا بالمال النقدي لأنه سيكون (قرض بالفائدة)، ولكن بمنتجات معينة وموصوفة في الذمة.⁶⁶ ومشروعيته جاءت في كتاب الله العزيز والسنة النبوية الشريفة والاجماع، في قوله تعالى: {يأبى الذين آمنوا إذا تداينتم بدين إلى أجل مسمى فاكتبوه}.⁶⁷

ومن السنة ما ثبت عن "ابن عباس" رضي الله عنه قال: قدم رسول الله صلى الله عليه وسلم المدينة والناس يسلفون في الثمر العام والعامين فقال رسول الله: "من أسلف فليسلف في كيل معلوم ووزن معلوم إلى أجل معلوم".⁶⁸ ولأن السلم على غير القياس فقد وضع العلماء شروط وقيود تحفظ للسلم بإباحته، ومنها:⁶⁹

- بيان الجنس والنوع والصفة في الثمن تجنباً للنزاع.
- بيان جنس ونوع وصفة المسلم فيه (السلعة).
- أن يكون المسلم فيه مؤجلاً إلى أجل معلوم.
- أن يكون المسلم موجوداً عند حلول الأجل.
- يشترط في المسلم فيه أن لا يكون من جنس الثمن، وأن لا يكون متفقاً معه في على ربوية.
- البعض اشترط بأن لا يقل الأجل عن شهر واحد ذلك لأن الشهر أقل مدة يمكن أن تتحقق فيها الفائدة من بيع السلم.
- يجب أن يكون الثمن معجلاً.

⁶⁶ - محمد صالح الخناوي، المؤسسات المالية البورصة والبنوك التجارية، (القاهرة: الدار الجامعة، 2000)، ص. 411.

⁶⁷ - القرآن الكريم، سورة البقرة، مدنية، رقمها 2، الآية رقم 282.

⁶⁸ - شبكة إسلام ويب، "موسوعة الحديث الشريف".

http://library.islamweb.net/hadith/display_hbook.php?hflag=1&bk_no=1131&pid=864557 (15/7/2016).

⁶⁹ - الحلاق، مرجع سابق، ص 90.

* - التمويل بالقرض الحسن:

القرض الحسن هو تقديم شخص ماله لآخر ثم استرداد مثله كما وصنفنا بعد مدة من الزمن يتفق عليها. والتي يكون لمقدم التمويل الحق في استرداد ماله الذي قدمه فقط دون أي عائد.⁷⁰

إن صيغ التمويل الإسلامي توفر أساليب عديدة لاستخدام المال واستثماره بالطرق المشروعة، سواء بتعاون المال مع المال أو بتعاون المال مع العمل، بما يحقق غاية كل من المستثمر والمصرف ووفق مبادئ الشريعة.

خاتمة:

عانى النظام الاقتصادي والمالي العالمي من تأثير أزمات كثيرة كان لها وقع سلبي على اقتصاديات العديد من الدول، إذ أضحى تسببت في تدهور الأسواق المالية، ولعل من أهم الأسباب في ذلك فشل الأنظمة المصرفية في أداء مهامها الرئيسية، إضافة إلى التلاعب بقواعد التعامل والإفراط في المضاربات الوهمية غير المشروعة والمعاملات الربوية والانغماس في المحرمات. كل ذلك أدى إلى ضرورة الإسراع في البحث عن خيارات بديلة لإنقاذ الوضع، ومن بين البدائل المطروحة الرجوع إلى مبادئ الشريعة الإسلامية المبنية على القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، وتطبيق واعتماد أساليب التمويل الإسلامي التي تحقق العدالة بين طرفي المعاملة، بحيث يحصل كل طرف على حقه بدلا من نظام الإقراض بفوائد الذي يحصل المقرض على حقه من مبلغ القرض والفوائد، بينما يظل حق المقرض محتملا قد يحدث أو لا يحدث. كما أن مصادر التمويل الإسلامي تتميز بالتعدد والتنوع وثبات المبدأ بما يلي متطلبات المصرف والمستثمر في آن واحد وتحفظ حقوق كل الأطراف دون الوقوع في المخذورات.

⁷⁰ - عبد الحليم عمر، مرجع سابق، ص 23.

قائمة المصادر والمراجع:

I- باللغة العربية:

أولاً، القرآن الكريم:

- 1- القرآن الكريم، سورة البقرة، مدنية، رقمها 2.
- 2- القرآن الكريم، سورة النساء، مكية، رقمها 4.
- 3- القرآن الكريم، سورة المزمل، مكية، رقمها 73.
- 4- القرآن الكريم، سورة آل عمران، مدنية، رقمها 3.

ثانياً، الكتب:

- 1- إبراهيم، عبد العزيز النجار. الأزمة المالية و إصلاح النظام المالي العالمي. الإسكندرية: الدار الجامعية، 2009.
- 2- أبوقحف، عبد السلام. الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات. الإسكندرية: الدار الجامعية الجديدة للنشر، 2003.
- 3- أحمد الخيضر، محسن. إدارة الأزمات: منهج اقتصادي إداري متكامل لحل الأزمات. القاهرة: مكتبة مدبولي، 1990.
- 4- الحلواني، محمد نفين. إدارة الأزمات والسياحة. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 2004.
- 5- العزاوي، محمد عبد الوهاب. محمد خميس، عبد السلام. الأزمات المالية. الاردن: دار إثراء للنشر والتوزيع، 2009.
- 6- حسن الحسيني، فلاح. مؤيد، عبد الرحمان الدوري. إدارة البنوك مدخل استراتيجي معاصر. عمان: دار وائل للنشر، 2000.
- 7- صالح الحناوي، محمد. المؤسسات المالية البورصة والبنوك التجارية. القاهرة: الدار الجامعية، 2000.
- 8- عبد الحميد، عبد المطلب. الديون المصرفية المتغيرة والأزمة المالية العالمية. الإسكندرية: الدار الجامعية، 2010.
- 9- عبد اللطيف حمدان، حسين. التأمينات العينية: دراسة تحليلية شاملة لأحكام الرهن والتأمين والامتياز. بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، 2002.

- 10- قاسم محارب، عبد العزيز. الأزمة المالية العالمية، الأسباب والنتائج. الإسكندرية: الدار الجامعية الجديدة، 2011.
 - 11- مجمع اللغة العربية، معجم الوسيط، مصر: مكتبة الشروق الدولية، 2004.
 - 12- محمد دواية، أشرف. الأزمة المالية العالمية، رؤية إسلامية. القاهرة: دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، 2009.
 - 13- محمد، عبد الوهاب العزاوي. وعبد السلام، محسن خيس. الأزمات المالية، قديمها وحديثها، أسبابها ونتائجها، والدروس المستفادة. الأردن: إثراء للنشر والتوزيع، 2010.
 - 14- محمود البعلي، عبد الحميد. أساسيات العمل المصرفي الإسلامي، الواقع والافاق. القاهرة: مكتبة وهبة، 1990.
 - 15- مظهر قنطقجي، سامر. ضوابط الاقتصاد الإسلامي في معالجة الأزمات المالية العالمية. دمشق: دار النهضة. 2008.
 - 16- يوسف الشحات، أحمد. الأزمات المالية في الأسواق الناشئة مع إشارة خاصة لأزمة جنوب شرق آسيا. مصر: دار النيل للطباعة والنشر، 2001.
- ثالثا، مؤتمرات ومجلات ومواقع من الإنترنت:
- 1- بوفليح، نبيل. وعبد الله، الحرتسي حميد. "التمويل الإسلامي كأسلوب لمواجهة تحديات الأزمة المالية العالمية" الملتقى الدولي حول "أزمة النظام المالي والمصرفي الدولي وبديل البنوك الإسلامية. جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 6-7 أبريل 2009.
 - 2- الحلاق، سعيد. "الأزمة المالية العالمية ومعالجتها من منظور إسلامي"، مؤتمر تداعيات الأزمة المالية وأثرها على اقتصاديات الدول العربية. القاهرة، 4-5 أبريل 2009.
 - 3- الداوي، الشيخ. "الأزمة المالية، انعكاساتها وحلولها". مؤتمر الأزمة المالية العالمية وكيفية علاجها من المنظور النظام الاقتصادي الغربي والإسلامي، مجلة الجنان. طرابلس، 13-14-مارس 2009.
 - 4- عباد، جمعة محمود. "الأزمة المالية الاقتصادية العالمية وآثارها الحالية والمتوقعة على الجهاز المصرفي الأردني"، مؤتمر الأزمة المالية العالمية وكيفية علاجها من منظور النظام الاقتصادي الغربي والإسلامي، جامعة الجنان، بيروت، 2009.

- 5- عبد الحليم عمر، محمد. "الأدوات المالية الإسلامية للتمويل الحكومي"، ندوة الصناعة المالية الإسلامية، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب التابع للبنك الإسلامي للتنمية بجدة، الاسكندرية، 15-18 أكتوبر 2000 .
- 6- الشيخ، سعيد. "أزمة الرهن العقاري في الولايات المتحدة الأمريكية : آثارها على القطاع المالي"، صحيفة الشرق الأوسط، العدد 105556، (2007/10/23)، ص. 6.
- 7- مجلس الغرف السعودية. "إدارة البحوث والدراسات الاقتصادية، "الأزمة المالية العالمية وتداعياتها على الاقتصاد السعودي". 10 أكتوبر 2008
- 8- بن فهد الشلهوب، صلاح. "صناعة التمويل الإسلامي ودورها في التنمية".
faculty.kfupm.edu.sa/IAS/shalhoob/files/Islamic%2520fin (8/7/2016).
- 9- الببلاوي، حازم. "الأزمة المالية العالمية الحالية، محاولة الفهم".
http://academie.yoo7.com/t23-topic#23 (4/7/2016).
- 10- محمد صالح إبراهيم، المهدي. "الأزمة المالية العالمية وتداعياتها".
www.greenbookstudies.com/ar/lectures/s-30-8-2008.doc
- 11- منابر سُبُل الهدى السلفية، "منبر الحديث النبوي وعلموه".
http://m-sobolalhoda.net/salafi/showthread.php?t=628 (10/7/2016).
- 12- شبكة إسلام ويب، "موسوعة الحديث الشريف".
http://library.islamweb.net/hadith/display_hbook.php?hflag=1&bk_no=1131&pid=864557 (15/7/2016).
- 13- الإسلام سؤال وجواب، "فتوى رقم 105331".
http://islamqa.info/ar/ref/105331 (12/7/2013).
- 14- أون إسلام، "عقد المضاربة: تعريفه وشروط صحته"، (2006/6/24).
www.onislam.net/arabic/ask-the-scholar/8281/48660-2004-08-01%2017-37-04.html (10/7/2016).
- 15- منتدى التمويل الإسلامي، "العقود الآجلة والمستقبليات"، (2007/10/25).
http://islamfin.go-forum.net/t51-topic (16/7/2016).
- 16- إسلام ويب، حكم عقود الخيارات في الأسواق الدولية، مركز الفتوى، (2011/11/23).
http://fatwa.islamweb.net/fatwa/index.php?page=showfatwa&Option=FatwaId&Id=167993 (13/7/2016).
- 17- الجزيرة نت، "أزمة الرهن العقاري".
www.aljazeera.net/ebusiness/pages/89da5f34-ac15-467d-85b5-ba49d1900d74 (11/7/2016).

II- باللغة الأجنبية:

- 1- Pavoine , Jacques. **les trios crise des xx^e siècle**. Paris: Ed Ellipses, 1994.
- 2- Isard, Peter. "Globalization and the International Financial System, What's Wrong and What Can Be Done". United Kingdom: Cambridge University Press, 2004.
- 3- Michael, Gavin. and Ricardo, Hausmann. "The Roots of Banking Crises: The Macro Economic Contatext". BIS ,January 27 ,1998.

دراسة قياسية لأثر السياسة النقدية على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة:

2014 - 1970

أ.اجري خيرة، طالبة دكتوراه، جامعة تلمسان.

أ.د. بابا عبد القادر، جامعة مستغانم.

الملخص

يهدف هذا البحث إلى دراسة وتحليل العلاقة بين السياسة النقدية والنمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة 1970- 2014، وقد تمّ استخدام مجموعة من المتغيرات بما يتوافق وواقع الاقتصاد الجزائري بالاعتماد الدراسات التجريبية.

توصلت الدراسة إلى أنّ هناك تأثير موجب لكل من القروض الممنوحة للاقتصاد؛ أسعار الصرف الحقيقية؛ وتأثير سالب لكل من الكتلة النقدية والتضخم على نمو الناتج المحلي الإجمالي على المدى الطويل، أما بالنسبة لنموذج تصحيح الخطأ فقد توصلت النتائج إلى أن هناك تأثير موجب ومعنوي للقروض الممنوحة للاقتصاد؛ وتأثير سلبي للتضخم؛ واختلفت تأثيراتها بين المدى الطويل والقصير.

الكلمات المفتاح: النمو الاقتصادي؛ السياسة النقدية؛ التكامل المشترك؛ نموذج تصحيح الخطأ.

Abstract

The purpose of this research is to study and Analysis of the relationship between the Monetary Policy and economic growth in Algeria during the period 1970 - 2014, using a set of determinants that are consistent with the reality of the Algerian economy and relying on empirical studies.

The result of this study, there is a positive effect of Loans to the economy, the real exchange rates on the economic growth over the long-term. As for the error correction model, the result shows that there is a positive effect of Loans to the economy, and a negative effect of inflation over the short-term; besides, their effects differ between the short and long term.

مقدمة:

اهتمت المدارس المختلفة بالعلاقة بين النظام المالي والمصرفي وأداء الاقتصاد الكلي، وقد اجتمعت جميع هذه المدارس والنظريات على وجود علاقة طردية بين الناتج المحلي الإجمالي والنظام المالي، فبعض الدراسات تعتقد أن التطور المالي في الوساطة المالية يمكن أن يسرع ويحفز معدل تراكم رأس المال وبالتالي يعزز النمو الاقتصادي، بحيث يأتي تأثير النظام المالي على الأداء الاقتصادي من خلال التأثير في حجم الإنفاق بشقيه الاستهلاكي والاستثماري (عن طريق سعر الفائدة)، فزيادة عرض النقود يؤدي إلى تخفيض سعر الفائدة وهذا بدوره يعمل على زيادة حجم الادخار ومن ثم الاستثمار.

وعرف الاقتصاد الجزائري تطورات مهمة في نظامه المالي، فبهدف الانتقال من الاقتصاد المخطط إلى الاقتصاد الحر، أجرت الجزائر مجموعة من الإصلاحات على نظامها المالي والمصرفي، وعجلت إلى التحرير والانفتاح من أجل تحفيز الادخار ومن ثم الاستثمارات لتحقيق معدلات نمو اقتصادية موجبة، ونظرا للسياسة التوسعية المتبعة في السنوات الأخيرة من طرف البنك المركزي لغرض تمويل البرامج التنموية، جعلته أمام حتمية إتباع الكفاءة لتلبية احتياجات الاقتصاد الفورية للتمويل والإنتاج، والتحكم في الكتلة النقدية، لتفادي الوقوع في الفائض في حجم النقود بما يفوق احتياجات الاقتصاد في تمويل الإنتاج والدخل، مما يساهم في ارتفاع التضخم الذي يؤثر بالسلب على النمو الاقتصادي وتثبيطه، وعليه يتم طرح الإشكالية التالية:

هل كان للسياسة النقدية في ظل الإصلاحات المالية والمصرفية المطبقة أثر إيجابي

على النمو الاقتصادي في الجزائر؟

وللإجابة على هذه الإشكالية سنتطرق في هذه الورقة البحثية إلى أربع محاور رئيسية هي:

- مفاهيم عامة حول النمو الاقتصادي.
- السياسة النقدية (مفاهيم عامة).
- استعراض أدبيات النظرية لعلاقة التطور النقدي بالنمو الاقتصادي.
- قياس العلاقة بين السياسة النقدية والنمو الاقتصادي في الجزائر.

أولاً: مفاهيم عامة حول النمو الاقتصادي

يحتل موضوع النمو الاقتصادي موقعا هاما في الفكر الاقتصادي، حيث أن معظم دراسات النظرية الاقتصادية، تاريخ الفكر الاقتصادي وتاريخ الوقائع الاقتصادية، ترجع الأصول الأولى للنمو الاقتصادي إلى الثورة الصناعية، فمنذ ادم سميث ورؤيته المتفائلة، احتل موضوع النمو الاقتصادي تفكير الكثير من الاقتصاديين، وذلك من خلال أعمال توماس مالتوس ودافيد ريكاردو وكارل ماركس إذ اعتبروا الأوائل والسباقين للتطرق عن أسباب النمو الاقتصادي، فالكتابات الاقتصادية الأكاديمية لا تختلف كثيرا في تحديد مفهوم النمو الاقتصادي، فهي تركز بصورة مشابهة عن هذا المفهوم بالزيادة الكمية للإنتاج والدخل القومي، بالإضافة إلى التركيز على التحليل في المدى الطويل.

وعليه يمكن تعريف النمو الاقتصادي⁽¹⁾ - بأنه عبارة عن ظاهرة كمية تتمثل في حدوث الزيادة في الناتج المحلي أو الدخل القومي مما يؤدي إلى تحقيق زيادة في متوسط الدخل الفردي الحقيقي خلال فترة زمنية طويلة، ويجب أن تكون الزيادة في الناتج المحلي مصحوبة بزيادة في نصيب الفرد -، أي أن:

معدل النمو الاقتصادي = معدل نمو الناتج المحلي - معدل النمو السكاني، وأن يكون هذا المعدل حقيقي وليس نقدي.

وأن يكون موجب: معدل النمو الاقتصادي الحقيقي = معدل الزيادة في الدخل الفردي النقدي - معدل التضخم،

يجب أن تكون الزيادة في الدخل على المدى الطويل، أي أنها لا تختفي بمجرد أن تختفي الأسباب.

وبصفة عامة يحسب معدل النمو الاقتصادي وفق طريقة معدلات النمو البسيطة كالتالي:

$$\frac{pib_t - pib_{t-1}}{pib_{t-1}}$$

ثانيا: السياسة النقدية (مفاهيم عامة)

تعددت التعاريف التي أعطاها الاقتصاديون للسياسة النقدية نذكر منها:

1. السياسة النقدية هي مجموعة من الإجراءات التي يستخدمها البنك المركزي بغرض التأثير على العرض النقدي بطريقة ما للوصول إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الاقتصادية⁽²⁾، ففي فترات الكساد والركود تقوم الدولة بإتباع سياسة نقدية توسعية بزيادة العرض النقدي، وفي فترات التضخم والرواج الشديد تقوم الدولة بإتباع سياسة نقدية انكماشية بتخفيض العرض النقدي؛

2. تعرف السياسة النقدية أنها تشمل جميع القرارات والإجراءات النقدية بغض النظر إذا كان أهدافها نقدية أو لا، وكذلك جميع الإجراءات الغير النقدية التي تهدف إلى التأثير في النظام النقدي⁽³⁾.

من خلال التعاريف السابقة، يمكننا إعطاء تعريف شامل للسياسة النقدية، بأنها مجموعة من القواعد والوسائل والإجراءات والتدابير التي تقوم بها السلطة النقدية للتأثير والتحكم في عرض النقود بما يتوافق مع النشاط الاقتصادي، لتحقيق أهداف اقتصادية معينة.

ثالثا: العلاقة بين التطور النقدي والنمو الاقتصادي (وجهة نظر المدارس الاقتصادية)

في الأدبيات الحديثة للنمو الاقتصادي تلعب الدولة دور مهم فالنظام الاقتصادي والسياسات الاقتصادية الكلية تلعب دور جوهري في النمو المستدام، فمن بين أهداف هذه السياسات تحقيق إنعاش اقتصادي، لهذا نجد أن النمو يتوقف على الكفاءة الاقتصادية التي تقوم بها الحكومات والتي تساعد بالقيام بالأدوار الهامة لإنعاش الاقتصاد من كل الجوانب وخاصة المتعلقة بالظروف الاجتماعية، ولهذا يجب التركيز على مصادر النمو الاقتصادي الحديثة، وقد تركز في الآونة الأخيرة على العلاقة بين التطور المالي والنمو الاقتصادي.

إن تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي يتم بطريقة مباشرة من خلال السياسة النقدية، التي يتم التخطيط لها في البنك المركزي بهدف إدارة النقود والائتمان وتنظيم السيولة، وعليه اهتمت مختلف المدارس الاقتصادية بالعلاقة بين السياسة النقدية وأدواتها والنمو الاقتصادي، وأجمعت جميع هذه النظريات على وجود علاقة طردية بين نمو الناتج المحلي الإجمالي وحجم النقود المتاحة في

الاقتصاد، بحيث يأتي تأثير السياسة النقدية على الأداء الاقتصادي من خلال التأثير في حجم الإنفاق بشقيه الاستهلاكي والاستثماري (عن طريق سعر الفائدة)، فزيادة عرض النقود يؤدي إلى تخفيض سعر الفائدة وهذا بدوره يعمل على زيادة حجم الادخار ومن ثمّ الاستثمار.

1. يرى النقديون أن العلاقة بين نمو الناتج المحلي الإجمالي وحجم تنحجه من كمية النقود المعروضة M إلى الناتج Y ، مما يعكس الأثر الذي يتركه التغير في كمية النقود على الناتج المحلي الإجمالي. بالرغم من أن هذه الفرضية تعود في الأصل إلى المدرسة الكلاسيكية حيث يرون أن التغير في عرض النقود هو السبب الرئيسي للتقلبات في مستوى الإنتاج والعمالة في الأجل القصير، وإلى تقلبات الأسعار في الأجل الطويل⁽⁴⁾، وكنتيجة لذلك، فإن التغير في المستوى العام للأسعار يمكن علاجه عن طريق التحكم في عرض النقود.

2. يعتبر "جون مينارد كينز" مؤسس المدرسة الكينزية، حيث بنى نظريته في ظروف مغايرة لتلك الظروف التي بنيت فيها النظريات السابقة، ومن أهم هذه الظروف أزمة الكساد الكبير التي أصابت العالم الغربي سنة 1929 - والتي من مظاهرها حدوث كساد في السلع والخدمات (العرض يفوق الطلب)؛ توقف العملية الإنتاجية وبالتالي عملية النمو الاقتصادي؛ ارتفاع مستوى البطالة؛ انخفاض مستويات الأسعار-، حيث اعتبر أن أزمة الكساد الكبير هي أزمة قصور في الطلب وليس أزمة فائض في العرض، إذ انصب اهتمامه في تحليل هذه الأزمة في الأجل القصير، إذ عرّف الطلب الفعلي على أنه الجزء الذي ينفق من الدخل الوطني على الاستهلاك والاستثمار وذلك ليتحرك العرض، وعليه فإن الأمر يتطلب حسب كينز تحديد محددات الطلب الكلي (القومي)، وذلك لمعرفة السياسات المناسبة، فهو يرى أنه في حالة مستوى أقل من الاستخدام الكامل فإن الاقتصاد يحتاج إلى تحريك الطلب (الطلب يخلق العرض) عن طريق الزيادة في الإنفاق في حالة السياسة المالية أو الزيادة في المعروض النقدي في ظل السياسة النقدية، فزيادة عرض النقود تؤدي إلى تخفيض سعر الفائدة وهذا بدوره يعمل على زيادة حجم الاستثمار، وعن طريق المضاعف يرتفع حجم الناتج، وهو ما يعرف بدور السياسة النقدية في إطار النموذج الكينزي الخاص بالطلب الفعال⁽⁵⁾.

رابعا: قياس العلاقة بين السياسة النقدية والنمو الاقتصادي في الجزائر

شهدت أدبيات النمو الاقتصادي اهتماما بالعلاقة بين تطور مؤشرات السياسة النقدية ونمو الناتج المحلي الإجمالي، وتطورت العديد من الدراسات التجريبية إلى تحديد نوع هذه العلاقة، فبعض الدراسات تبين بأن التطور النقدي عن طريق تعبئة المدخرات وتسهيل المعاملات وتقييم المشروعات وغيرها، يمكن أن تسرع معدل تراكم رأس المال، وبالتالي تعزيز فرص النمو الاقتصادي، فنجد دراسة كل من Bagehot⁽⁶⁾ و Schumpeter⁽⁷⁾ تؤكد على أهمية المصارف التجارية في توفير التمويل الضروري في الاقتصاد لتحفيز النمو الاقتصادي، أما دراسة كل من McKinnon⁽⁸⁾ و Shaw⁽⁹⁾ فتؤكد على أهمية التطورات النقدية في النمو، حيث استخلصوا أن القيود الكمية التي تفرضها الحكومات في الدول النامية على النظام المصرفي، يمكن أن يعرقل ويحد من كمية وإنتاجية الاستثمارات، وبالتالي يعرقل النمو الاقتصادي ويقود إلى عدم استقرار الأسعار والتضخم.

1- متغيرات النموذج

وعلى صعيد الأبحاث والدراسات التطبيقية السابقة وبالنظر لخصوصية الاقتصاد الجزائري سنحاول تحديد العلاقة بين الناتج المحلي الإجمالي كمتغير تابع وبعض مؤشرات النقدية وبالقيم الحقيقية كالكتلة النقدية (حجم النقود)؛ التضخم؛ سعر الصرف؛ والقروض الممنوحة للاقتصاد، وسوف يتم الاعتماد على بيانات سنوية للاقتصاد في الفترة 1970-2014، باستخدام الأساليب القياسية الحديثة لتحليل السلاسل الزمنية، بتطبيق اختبارات السكون، التكامل المشترك ونموذج متجهات تصحيح الخطأ، لمعرفة إمكانية وجود علاقة بين المتغيرات في الأجل الطويل ولتجنب الانحدار الزائف والحصول على نتائج منطقية تساعد على اتخاذ قرارات سليمة.

- إجمالي الناتج المحلي الإجمالي (PIB): يعتبر الإنتاج الداخلي الخام من أهم المجمعات الاقتصادية في المحاسبة الوطنية الجزائرية، وهو عبارة عن مجموع القيم السوقية (النقدية) لكافة السلع والخدمات المنتجة نهائيا خلال فترة زمنية معينة، ويعتبر من أكثر المقاييس شيوعا واستخداما لقياس الأداء الاقتصادي، وقد تم استخدام القيم الحقيقية

للناتج المحلي بالأسعار الثابتة لسنة 2001، ذلك لأن القيم الاسمية للناتج تعبر عن قيمه بالأسعار الجارية حيث يكون التغير في الإنتاج في هذه الحالة نتيجة الأسعار لا الكميات، ولأجل إزالة أثر السعر نلجأ للقيم الحقيقية للناتج بقسمة الناتج الإجمالي الاسمي على مؤشر الأسعار^(*) كالتالي:

$$PIB_r = \left(\frac{PIB_n}{IPC} \right) * 100$$

حيث بلغت أعلى قيمة للمتغير الناتج المحلي في سنة 2014 وبلغت قيمته 10464614,2 مليون دينار.

- **الكتلة النقدية:** حيث تم أخذ الكتلة النقدية (M_{2r}) لما تؤديه التطورات النقدية في تخفيف النمو الاقتصادي حيث من المتوقع أن يكون تأثيره موجب إذا كان النظام المصرفي في الجزائر يعتمد على الكفاءة، وإذا كان العكس فمن الطبيعي أن يكون تأثيره سالب، وبلغت (M_2) أعلى قيمة له في سنة 2014 بقيمة قدرت بـ 8292711,05 مليون دينار نتيجة البرامج التنموية في الألفية الأخيرة.

- **التضخم (INF):** يعتبر التضخم سببا رئيسيا في ضعف النمو الاقتصادي، لأن عدم التحكم فيه من شأنه أن يؤدي إلى تشوهات في مؤشرات الاقتصاد الكلي، بالإضافة إلى أنه يؤدي إلى فقدان ثقة الأعوان الاقتصادية المحليين منهم أو الأجانب في كل التدابير المتخذة في إطار السياسة الاقتصادية في بلد ما، ويستخدم عدة مؤشرات لقياس هذا المتغير، ولكن عادة يتم استخدام المؤشر العام لأسعار الاستهلاك⁽¹⁰⁾، فقد بلغ أعلى معدل له 31,7 في سنة 1992 بسبب الأوضاع المزرية آنذاك التي أجبرت الدولة إتباع سياسة تقشفية كتحرير الأسعار وتخليها عن دعم بعض السلع الأساسية والتي انعكست على التضخم، وسجل أدنى معدل له 0,3 في سنة 2000 فقارب التضخم وصوله إلى 0 بفضل المجهودات التي بذلتها الدولة ضمن سياسة التعديل الهيكلي.

- **القروض الممنوحة للاقتصاد (CE_r):** تعتبر القروض الممنوحة للاقتصاد حافزا مهما في رفع معدلات النمو الاقتصادي، فالقروض الموجهة للاقتصاد يساعد على رفع مستويات

الاستثمار، وعليه فمن الطبيعي أن تؤثر هذه القروض بشكل إيجابي على نمو الناتج المحلي الإجمالي، وبلغت (CE) أعلى قيمة له في سنة 2014 بقيمة قدرت بـ 3947684,65 مليون دينار نتيجة البرامج التنموية في الألفية الأخيرة.

- **سعر الصرف ($TCHANGE_r$):** من بين أهم السياسات الاقتصادية التي تعتمد عليها الدولة في التأثير في حجم الصادرات وتقليل الواردات، للحفاظ على توازن الميزان المدفوعات وتحسين الميزان التجاري، فإذا كان هناك عجز في الميزان التجاري تلجأ إلى تخفيض قيمة العملة لزيادة حجم الصادرات وتقليص الواردات، وبما أن سعر الصرف هو نسبة مبادلة عملة محلية مقابل عملة أجنبية بأخذ بعين الاعتبار أسعار المحلية مقابل الأسعار العالمية⁽¹¹⁾ يمكن كتابة علاقة سعر الصرف الحقيقي التي سيتم استخدامها كالتالي⁽¹²⁾:

$$R = \frac{1}{e} * \frac{IPC}{IPC_{USA}} = e * \frac{IPC_{USA}}{IPC}$$

ومنه بناء على الدراسات السابقة ومن خلال شرح المتغيرات التي تم الاعتماد عليها لبناء النموذج، نأخذ الصيغة الرياضية لمتغيرات الدراسة كالتالي:

$$PIB_r = f(M_{2r}, INF, CE_r, TCHANGE_r)$$

حيث تمثل:

PIB_r : إجمالي الناتج المحلي الإجمالي مأخوذ بالقيم الحقيقية.

M_{2r} : الكتلة النقدية (حجم النقود) بالقيم الحقيقية.

INF : معدل التضخم.

$TCHANGE_r$: سعر الصرف الحقيقي.

CE_r : القروض الممنوحة للاقتصاد بالقيم الحقيقية.

ولغرض تقدير المعلمات لا بد من إدخال اللوغاريتم على طرفي المعادلة:

$$\ln PIB_r = \ln A + \ln M_{2r} + \ln INF + \ln CE_r + \ln TCHANGE_r$$

2- تحليل السلاسل الزمنية والنتائج القياسية

يتم اختبار استقرار السلاسل الزمنية للمتغيرات في مستوياتها اللوغارتمية قبل بدء تقدير النموذج لتأكد من كونها متغيرات ساكنة أو غير ساكنة في المستوى، الأمر الذي يسمح لنا باختيار أفضل الطرق لتقدير النموذج للوصول لأفضل النتائج.

1.2- نتائج اختبار استقرار وسكون

يتم استخدام اختبار جذر الوحدة لمعرفة درجة تكامل السلاسل الزمنية للمتغيرات محل الدراسة، وقد تمّ الاعتماد على الاختبار الموسع لـ "ديكي فولر" (ADF)⁽¹³⁾، ونظراً لأهمية درجة تأخير (P) في اختبار جذر الوحدة تم الاستعانة بمقياس أكايكي (AIC) وأخذ درجة التأخير التي تقابل أدنى وأقل قيمة لهذا المقياس وقد تمّ أخذ أقصى درجة لـ ($P = 3$) للاحتفاظ بدرجة الحرية نظراً لقلة عدد سنوات السلسلة أقل من 50 مشاهدة وتبين أن بالنسبة للوغاريتم الناتج المحلي الإجمالي (PIB_r) أن درجة التأخير المناسبة بالنظر لمقياس (AIC) هي ($P = 0$) بالنسبة للنموذج الثاني أما الأول فقد اختير ($P = 1$)، وبالنسبة للوغاريتم الكتلة النقدية (M_2) فدرجة التأخير المناسبة هي ($P = 1$) بالنسبة للنموذج الأول والثاني، وجاءت درجة التأخير المناسبة للوغاريتم القروض الممنوحة للاقتصاد (CE) في النموذج الأول والثاني مساوية لـ ($P = 0$)، أما فيما يخص لوغاريتم أسعار الصرف الحقيقية (R) فجاءت درجة التأخير المناسبة في كلا النموذجين ($P = 0$)، وبالنسبة للوغاريتم التضخم فجاءت درجة التأخير المناسبة في كلا النموذجين ($P = 1$)، والجدول التالي يبين نتائج اختبار سكون متغيرات النموذج.

الجدول رقم (1.2): اختبار "ديكي فولر" الموسع لمتغيرات النموذج

المتغيرات *		المستوى		الفرق الأول		الفرق الثاني	
المتغيرات *		النموذج I [‡]	النموذج I [‡]	النموذج I	النموذج I	النموذج I	النموذج I
		النموذج I [‡]	النموذج I [‡]	النموذج I	النموذج I	النموذج I	النموذج I
PIB_r		2,79 -	1,27 -	4,25 -	6,17 -	-	-
M_{2r}		2,08 -	0,99 -	3,37 -	3,45 -	6,96 -	7,03 -
INF		2,28 -	1,96 -	5,29 -	5,31 -	-	-
CE_r		2,46 -	1,96 -	5,16 -	5,22 -	-	-
$TCHANGE_r$		1,77 -	0,63 -	5,79 -	5,85 -	-	-
القيم الحرجة 5%		-3,52	-2,93	-3,53	-2,94	-3,53	-2,94

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على برنامج "Eviews".

* المتغيرات مأخوذة باللوغاريتم.

‡ النموذج يحتوي على متجه زمني وقاطع.

‡ النموذج يحتوي على قاطع ودون اتجاه زمني.

وتشير النتائج الموضحة في الجدول السابق أن جميع متغيرات الدراسة غير مستقرة في مستوياتها في النموذجين سواء تحتوي على متجه زمني وقاطع أو على قاطع دون اتجاه زمني، فقد كانت إحصائية (t_c) المحسوبة تقل عن قيمها الحرجة عند المعنوية 5% بالقيمة المطلقة، وبأخذ الفروق الأول لها اتضح أن جميع المتغيرات استقرت، أي أنها متكاملة من الدرجة $I(1)$ ، ماعداً لوغاريتم الكتلة النقدية الذي استقر عند الفروق الثانية فهو إذن متكامل من الدرجة $I(2)$ ، حيث أنه تم الاستغناء عن النموذج الثالث الذي لا يحتوي على قاطع ولا على اتجاه زمني في اختبار ديكي فولر الموسع لأنه من خلال الأشكال البيانية¹ اتضح أن السلاسل الزمنية محل الدراسة تحتوي على قاطع و اتجاه زمني، وعليه تم الاعتماد على النموذجين (I) و (II).

¹ - أنظر الملحق، ص. 24.

2.2- نتائج اختبار التكامل المشترك باستخدام أسلوب "جوهانسون"

يفضل استخدام طريقة "جوهانسون" كون متغيرات النموذج تزيد عن متغيرين، للتحقق من أن السلاسل الزمنية محل الدراسة ذات تكامل مشترك أي إمكانية وجود علاقة طويلة الأجل بين متغيرات النموذج، ومن المعروف أن هنالك اختبارين، اختبار الأثر واختبار الإمكانية العظمى، حيث سنكتفي بعرض أحدهما والمتمثل في الاختبار الأول (الأثر) حيث تبين من خلال معيار (AIC) أن درجة التأخير المناسبة هي (1-2)، والجدول التالي يبين نتائج الاختبار:

الجدول رقم (2.2): نتائج اختبار التكامل المشترك

القيمة الذاتية	اختبار الأثر	القيم الحرجة		فرضية العدم
		%5	%1	
0,56	114,37	87,31	96,58	لا يوجد $(r = 0)^*$
0,54	79,72	62,99	70,05	على الأكثر يوجد متجه واحد $(r \leq 1)$
0,44	47,07	42,44	48,45	على الأكثر يوجد متجهين $(r \leq 2)$
0,28	22,56	25,32	30,45	على الأكثر يوجد متجهين $(r \leq 3)$
0,18	8,46	12,25	16,26	على الأكثر يوجد متجهين $(r \leq 4)$

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على برنامج "Eviews"

* تشير لرفض فرضية العدم عند مستوى معنوية (5%).

ومن خلال استعراض نتائج الاختبار المبينة في الجدول أعلاه، يتضح أن القيمة المحسوبة لاختبار الأثر $(\lambda_{trace}(r) = 114,37)$ أكبر من القيم الحرجة لنفس الاختبار عند مستوى معنوية (5%) التي بلغت (87,31)، وبالتالي رفض فرضية العدم القائلة بعدم وجود أي متجه للتكامل المشترك، بالمقابل فإنه تم قبول فرضية العدم القائلة بوجود 3 متجهات على الأكثر للتكامل المشترك لأن القيمة المحسوبة لاختبار الأثر $(\lambda_{trace}(r) = 22,56)$ وهي أقل من القيمة الحرجة أو الجدولية

(25,32) عند نفس مستوى معنوية، مما يدل على وجود على الأقل^(*) توليفة خطية ساكنة بين المتغيرات (الناتج المحلي الإجمالي؛ الكتلة النقدية؛ التضخم؛ سعر الصرف الحقيقي؛ القروض الممنوحة للاقتصاد)، أي وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين هذه المتغيرات.

3- تقدير معادلة التكامل المشترك

وبتقدير متجه واحد للتكامل المشترك لـ "جوهانسون" تم الحصول على المعادلة طويلة الأجل كالتالي:

$$\ln PIB = -6,86 + 1,25 \ln CE_r - 1,81 \ln M_{2r} - 0,004 \ln INF_r + 0,14 \ln TCHANGE_r$$

$$(\log Likelihood = 162,67)$$

1.3- مناقشة تقدير النموذج:

حيث أوضحت النتائج أن جميع معاملات متجه التكامل المشترك معنوية لأن قيمة $(\log Likelihood)$ كبيرة وتساوي 162,67، وباستعراض معادلة التكامل المشترك يتضح لنا ما يلي:

1. الأثر الإيجابي للقروض الممنوحة للاقتصاد على نمو الناتج المحلي الإجمالي، وقدرت مرونته على المدى الطويل (1,25) مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة، مما يعني أي زيادة في القروض الممنوحة للاقتصاد بـ 1% يؤدي إلى زيادة الناتج المحلي الإجمالي بـ 1,25%، وهذه النتيجة منطقية ومقبولة اقتصاديا، فالقروض الموجهة للاقتصاد تزيد من الاستثمارات، ومنه تحفيز النمو الاقتصادي، بالرغم من أن القروض قصيرة الأجل كانت تمثل حصة الأسد في حجم القروض الموزعة خلال الفترة الممتدة بين 1996-2000، ويعود ذلك إلى السياسات التي كانت متبعة من طرف البنوك في ما يتعلق بتوزيع القروض، حيث كان النظام البنكي الجزائري يتميز بالضعف في تمويل الاستثمارات، بالإضافة إلى وضعية عدم وجود سوق مالي وبنوك متخصصة في تمويل الاستثمارات بالجزائر، كل هذا كان يعتبر من أهم العقبات التي كانت ولا تزال تعيق تطور المؤسسات الاقتصادية خاصة منها الصناعية والإنتاجية التي تتطلب تمويلا طويلا لأجل ليكون عائدها أكبر، ومن ثمّ مساهمة

كبيرة في النمو الاقتصادي. حيث نجد أنه في السنوات الأخيرة توجهها جديداً يمتاز بارتفاع القروض الموجهة للاقتصاد متوسطة وطويلة الأجل منذ 2006، ويعود هذا الارتفاع إلى الجهد المبذول في مجال توزيع قروض الاستثمار لفائدة المؤسسات الخاصة والقروض الموجهة لتمويل السلع المعمرة لفائدة الأسر⁽¹⁴⁾.

2. أثر سلبي وكبير للكتلة النقدية على المدى الطويل، الذي قدر معاملته بـ (-1,81)، وبالتالي فإن أي زيادة بـ 1% تؤدي إلى انخفاض الناتج المحلي الإجمالي بمقدار 1,81%، وهذا مخالف للنظرية الاقتصادية التي تبين أن للكتلة النقدية تأثير موجب، حيث يتم استنتاج أن استمرار السلطات النقدية بإصدار النقود وزيادة حجم الكتلة النقدية يؤثر بالسلب على النمو الاقتصادي على المدى الطويل، ويمكن تفسير ذلك بأن هذا الفائض في حجم النقود يفوق احتياجات الاقتصاد أي عدم التحكم في الكتلة النقدية بما يفي احتياجات تمويل الإنتاج والدخل خصوصاً في العشرة الأخيرة التي تم فيها إتباع سياسة توسعية لغرض تمويل البرامج التنموية، مما يساهم في ارتفاع التضخم الذي يؤثر بالسلب على النمو، وكل هذا راجع إلى ضعف القطاع المالي والمصرفي الجزائري رغم تطبيق مجموعة من الإصلاحات المالية والمصرفية وإصلاحات التحرير المالي منذ سنة 1990، وبالتالي هذه الإصلاحات لم تحقق نتائج مقبولة بسبب نقص الكفاءة، وجاءت هذه النتيجة توافق دراسة "عبد الحق بوعتروس" و"محمد دهان" حيث توصلوا في بحثهم أن نمو الكتلة النقدية خلال الفترة (1970-2005) تؤثر سلباً على نمو الناتج المحلي⁽¹⁵⁾، وبالمقارنة مع بعض الدول النامية اتضح في دراسة "عماد الدين أحمد مصبح"⁽¹⁶⁾ أن هناك تأثيراً سلبياً لحجم النقود (M_2) على النمو الاقتصادي في سوريا، أما دراسة "خطيب"⁽¹⁷⁾ فجاءت مخالفة حيث تبين أن هناك أثر موجب للكتلة النقدية على النمو في السعودية لدلالة على كفاءة السياسة النقدية التي تطبقها الدولة في إدارة الاقتصاد السعودي.

3. يتضح أن التضخم له علاقة عكسية مع نمو الناتج المحلي الإجمالي (قدرت المرونة بـ -0,004)، حيث أن كل زيادة في معدل التضخم بـ 1% تؤدي إلى خفض الناتج المحلي بمقدار 0,004% هذا ما يتوافق مع النظرية الاقتصادية وأغلبية الدراسات السابقة حيث يعتبر التضخم من بين أهم عوامل عدم الاستقرار الاقتصادي الذي يضعف من

النمو الاقتصادي من جراء السلبيات التي يلحقها في الاقتصاد، وتعتبر هذه النتيجة منطقية حسب نظري أن للتضخم تأثير ضعيف ويتوافق مع ما تمّ التوصل إليه بإيجابية تدخلات الدولة في هذا الجانب.

4. هناك أثر موجب أيضا لأسعار سعر الصرف (تخفيض قيمة العملة المحلية)، وبلغت المرونة الجزئية للناتج المحلي الإجمالي بالنسبة لأسعار سعر الصرف (0,14)، أي كلما تغير سعر الصرف بـ 1% تتغير الإنتاجية الكلية بـ 0,14%، هذا لدلالة على نجاعة السياسة النقدية التي أثبتت تحكمها في سعر الصرف وعدم المغلات فيه حيث إتباع الجزائر سياسة الصرف المرن حقق بعض الايجابيات في استقطاب رؤوس الأموال الأجنبية وزيادة الصادرات ودعم النمو الاقتصادي، حتى ولم تكن بالقدر الفعال بالنظر للمجهودات المبذولة، حيث من المتوقع أن تكون المرونة أكبر من 0,2 المتحصل عليها.

4- تقدير نموذج تصحيح الخطأ

بعد التأكد من وجود تكامل مشترك الذي يعني إمكانية تصميم نموذج متجه انحدار ذاتي (متجه تصحيح الخطأ) على هيئة فروق أولى للمتغيرات وإضافة فجوة زمنية متباطئة لحد تصحيح الخطأ، تأتي الخطوة الأخيرة في التحليل القياسي في هذه الدراسة هي تقدير واشتقاق نموذج تصحيح الخطأ، حيث يعرف هذا النموذج أن له علاقات تكامل مشترك التي تم توصيفها في اختبار التكامل لتقييد سلوك المتغيرات الداخلية على المدى الطويل لتتجمع حول علاقتها التكاملية مع السماح بالتعديل الديناميكي في المدى القصير، والجدول التالي يبين نتائج نموذج تصحيح الخطأ باستخدام طريقة المربعات الصغرى التي تساعد على معرفة معنوية المعلمات واختبار جودة النموذج وحتى يتم التأكد من خلو النموذج من مشكلة الارتباط الذاتي في حدود الخطأ، ونظرا أن درجة التأخير المناسبة هي (1-2) أي سيكون هناك فترتين متباطئتين لكل متغير، إذن سيكون هناك حدود كثيرة في النموذج وعليه سيتم الاختصار بأخذ إلا المتغيرات المعنوية في الجدول بالإضافة إلى ذكر بعض المتغيرات الغير المعنوية وذلك لأجل التفسير الاقتصادي.

جدول رقم (3.4): نتائج تقدير نموذج تصحيح الخطأ

نموذج تصحيح الخطأ			$\Delta(\ln PIB_t)$	المتغيرات*
قيمة الاحتمال ($p.v$)	إحصائية (t)	الخطأ المعياري ($S.E$)	الميل الحدي	
0,04	-2,13	0,09	-0,20	CoIntEq1 سرعة التكيف
0,65	-0,45	0,22	- 0,1	$\Delta \ln M_{2t-1}$
0,60	0,53	0,20	0,11	$\Delta \ln M_{2t-2}$
0,41	0,84	0,17	0,14	$\Delta \ln TCHANGE_{t-1}$
0,04	2,16	0,11	0,23	$\Delta \ln CE_{t-1}$
0,09	1,69	0,12	0,20	$\Delta \ln CE_{t-2}$
0,91	-0,12	0,03	-0,003	$\Delta \ln INF_{t-1}$
0,96	-0,05	0,02	-0,001	$\Delta \ln INF_{t-2}$
0,08	1,8	0,02	0,04	الحد الثابت
-	-	-	0,32	R^2
-	-	-	1,94	$D.W$
-	-	-	0,1	$S.D$

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على برنامج "Eviews"

1.4 - مناقشة تقدير النموذج:

- يتضح من خلال تقدير نموذج تصحيح الخطأ أن قيمة معامل التكيف (المعلمة المقدرة لحد تصحيح الخطأ) سالبة ومعنوية (-0,20) متوافقة مع الأدبيات الخاصة بنموذج تصحيح الخطأ الذي يشير للمعدل الذي تتجه به العلاقة قصيرة الأجل نحو العلاقة طويلة الأجل، أي هناك علاقة سببية متجهة من المتغيرات المستقلة نحو المتغير التابع ($\ln PIB_t$)، وتعني هذه الإشارة السالبة التراجع إلى القيمة التوازنية التي يمثل قوة الجذب (الرجوع) نحو التوازن طويل المدى⁽¹⁸⁾، أي أن الانحراف الفعلي للناتج المحلي الإجمالي عن التوازن في الأجل الطويل يصحح كل سنة بمقدار 20%.

- يلاحظ من خلال نتائج التقدير المبينة أعلاه أن جميع معاملات النموذج معنوية وتختلف عن صفر لأن قيم احتمال جميع المتغيرات أقل من مستوى المعنوية 10% وبعضها غير معنوي، حيث

أننا تخلصنا من المتغيرات التي ليست لها معنوية إحصائية، ولم يتم ذكرها في الجدول ولكن بصورة متعمدة تم إضافة المتغيرات الغير المعنوية في المدى القصير، وذلك ليتم التعليق عليها ومقارنة مرونتها القصيرة الأجل مع مرونته في المدى الطويل، كما بلغت قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0,32$) وهذا معناه أن جميع متغيرات النموذج تفسر 32% من المتغيرات التي تحدث في الناتج المحلي الإجمالي $(\ln PIB_r)$.

- يتم التأكد من خلو النموذج من الارتباط التسلسلي بين البواقي لأن وجود هذا الارتباط من شأنه أن يجعل قيمة التباين المقدّر للخطأ يكون أقل من قيمته الحقيقية، وبالتالي فإن قيمة إحصاءات الاختبارات التي تعتمد على هذا التباين تكون أكبر من قيمتها الحقيقية مما يجعل القرار الخاص بجودة توفيق النموذج قرار مشكوك في صحته، ويتم الحكم على مدى وجود استقلال بين البواقي باستخدام اختبار "مضاعف لاغرنج" ($BG.LM$)، ويتضح من اختبار ($BG.LM$) أن القيمة ($F = 0,14$) بقيمة احتمالية قدرت بـ ($P.value = 0,86$) وهي أكبر من مستوى معنوية 5%، وعليه يتم قبول الفرضية العدم بخلو النموذج من مشكلة الارتباط الذاتي للبواقي.

- تم استخدام اختبار "جارك-بيرا" لاختبار التوزيع الطبيعي الاحتمالي للبواقي، وأثبتت النتائج أن قيمة ($J.B$) المحسوبة بلغت (3,21) بمستوى دلالة قدرها (0,2) وهي أكبر من مستوى معنوية 5% وعليه تم قبول فرضية العدم القائلة بأن البواقي تتبع القانون الطبيعي.

- من بين أحد شروط طريقة المربعات الصغرى هو تحقق افتراض ثبات تجانس البواقي، وعليه يتم استعمال اختبار الانحدار الذاتي المشروط بعدم التباين ($ARCH$)، وكانت النتائج كالتالي: بلغت قيمة الاختبار ($F = 0,04$) بمستوى دلالة (قيمة الاحتمال) ($P.value = 0,84$) وهي أكبر من مستوى معنوية 5%، وعليه يتم قبول فرضية العدم بثبات تباين البواقي.

- بعد القيام بتقدير النموذج وتشخيص جودته، يجب التأكد من استقراره على طول فترة الدراسة، ومن بين أهم الاختبارات التي تسمح بالكشف عن الاستقرار الهيكلي للنموذج المقدّر اختبار $CUSUM^{(19)}$ الذي تصاغ فرضياته على الشكل:

النموذج مستقر: H_0

النموذج غير مستقر: H_1

والاختبار يستند على أن يكون المنحنى داخل الممرين، ويتم قراءة نتائج الاختبار مباشرة من التمثيل البياني المحصل عليه باستعمال برنامج *Eviews*، ومن الشكل يلاحظ أن نموذج الدراسة المقدر مستقر على طول فترة الدراسة (أنظر الملحق ص. 30).

- يتضح أن التضخم له علاقة عكسية مع الناتج المحلي في المدى القصير المتأخر بسنة (قدرت المرونة بـ $-0,003$)، والتأخر بستتين ($-0,001$) حيث أن كل زيادة في معدل التضخم بـ 1% تؤدي إلى خفض نمو الناتج المحلي الإجمالي بمقدار $0,003\%$ و $0,001\%$ هذا ما يتوافق مع النظرية الاقتصادية.

- هناك تأثير إيجابي ومعنوي للقروض الممنوحة للاقتصاد على الناتج المحلي، وقدرت مرونته في المدى القصير $(0,23)$ مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة، مما يعني أي زيادة في القروض بـ 1% يؤدي إلى زيادة نمو الناتج المحلي بـ $0,23\%$ ، وبالمقارنة مع المرونات نجد للقروض الممنوحة للاقتصاد تأثير أكبر في الفترة طويلة الأجل بالنظر للفترة القصيرة، وهذه النتيجة منطقية حيث أنه في المدى القصير ونظرا للتعقيدات والإجراءات الإدارية المطولة والمكلفة التي تعرقل أعمال المستثمرين في المدى القصير مما تؤجل هذا الاستثمار إلى حين تسوية هذه الإجراءات للشروع في العملية الاستثمارية الإنتاجية التي تكون تأثيرها في المدى الطويل أكبر فاعلية.

- أثر إيجابي للكتلة النقدية على المدى القصير (التأخر بستتين) وسلي للكتلة النقدية المتأخرة بسنة، الذي قدر معاملته بـ $(-0,1)$ ، وبالتالي فإن أي زيادة بـ 1% تؤدي إلى انخفاض نمو الناتج المحلي الإجمالي بمقدار $0,1\%$ ، أما أثر الكتلة النقدية المتأخر بستتين قدر معاملته $(0,11)$ ، أي أنه أي زيادة بـ 1% تؤدي إلى ارتفاع نمو الناتج المحلي الإجمالي بمقدار $0,11\%$ ، وهذا مطابق للنظرية الاقتصادية التي تبين أن للكتلة النقدية تأثير موجب، وهذا التأثير الموجب في الجزائر راجع لضخ كتلة نقدية هائلة خلال البرامج التنموية منذ 2001 لتلبية احتياجات الاقتصاد الفورية للتمويل والإنتاج، حيث نلاحظ أنه يقل هذا الأثر مع مرور إلى حين زوال هذا الأثر الإيجابي وانعكاسه إلى أثر سلب في المدى الطويل هذا ما تم تبينه من خلال معادلة التكامل المشترك.

- اتضح أنه لا يوجد تأثير معنوي لأسعار سعر الصرف (تخفيض قيمة العملة المحلية) في المدى القصير، وبلغت المرونة الجزئية للناتج المحلي الإجمالي بالنسبة لأسعار سعر الصرف $(0,14)$ ، أي

كلما يرتفع سعر الصرف الحقيقي بـ 1% يرتفع الناتج المحلي الإجمالي بـ 0,14%، والملاحظ أن مرونة أسعار الصرف المدى القصير وال المدى الطويل متساوية، وبالنظر للمعنوية فأسعار الصرف في الجزائر لا تختلف عن الصفر، وعليه فهي لا تؤثر في النمو الاقتصادي في المدى القصير، وهذا من الطبيعي لأن التخفيض في قيمة العملة المحلية (ارتفاع سعر الصرف الحقيقي) لا يؤدي مباشرة إلى تحسن في الميزان التجاري بل يحتاج لبعض الوقت، وهذا الأثر المعروف في الاقتصاديات بأثر المنحنى (J)، الذي يبين أثر سعر الصرف على الميزان التجاري الذي يعرف تدهور في المراحل الأولى وبعد ذلك يبدأ في عودة التحسن على المدى الطويل، هذا ما لاحظناه في معادلة التكامل المشترك أن مرونة أسعار الصرف في المدى الطويل موجبة ومعنوية.

الخاتمة:

يهدف هذا البحث إلى دراسة وتحليل طبيعة العلاقة بين السياسة النقدية والنمو الاقتصادي في الجزائر في الأجل الطويل، واختبار وجود علاقة قصيرة بينهما، ومدى فعالية هذه السياسة في المدى القصير والطويل، واستخلصت الدراسة أنه في المدى الطويل هناك أثر ايجابي للقروض الممنوحة للاقتصاد على نمو الناتج المحلي الإجمالي؛ أثر سلبي وكبير للكتلة النقدية على المدى الطويل؛ بالإضافة إلى أن هناك أثر ايجابي أيضا لأسعار سعر الصرف، أما في المدى القصير، فإن هناك تأثير ايجابي ومعنوي للقروض الممنوحة للاقتصاد على الناتج المحلي؛ أثر إيجابي غير معنوي للكتلة النقدية؛ واتضح أنه لا يوجد تأثير معنوي لأسعار سعر الصرف في المدى القصير.

وفي النهاية يمكننا القول أن الإصلاحات التي قامت بها الدولة على نظامها المالي النقدي لم يأتي بالنتائج المتوقعة، وأن التحسن الحاصل في المؤشرات المالية والنقدية والنمو الاقتصادي تحكمه عوامل أخرى، وعليه فإن غياب رؤية واضحة وإرادة سياسية تشكّلان عاملا في عرقلة الإصلاحات المالية والنقدية، ومن ثمّ يتوجب تنويع إيرادات الدولة بالعمل على تبني سياسة اقتصادية من أجل تنويع هيكل الاقتصاد، والحد من التبعية لقطاع المحروقات، وضرورة الاعتماد على استثمارات منتجة بعيدة عن الصدمات الخارجية، بالإضافة إلى ضرورة تطوير وتفعيل السوق المالي وإصلاح البنوك في الجزائر، لاندماجها في النظام العالمي بإقامة نظام مالي حديث وفعال يساهم في تمويل المشاريع التنموية بما ينسجم وأهداف النمو، بدل تشجيع الواردات للوصول للرفاهية الاقتصادية.

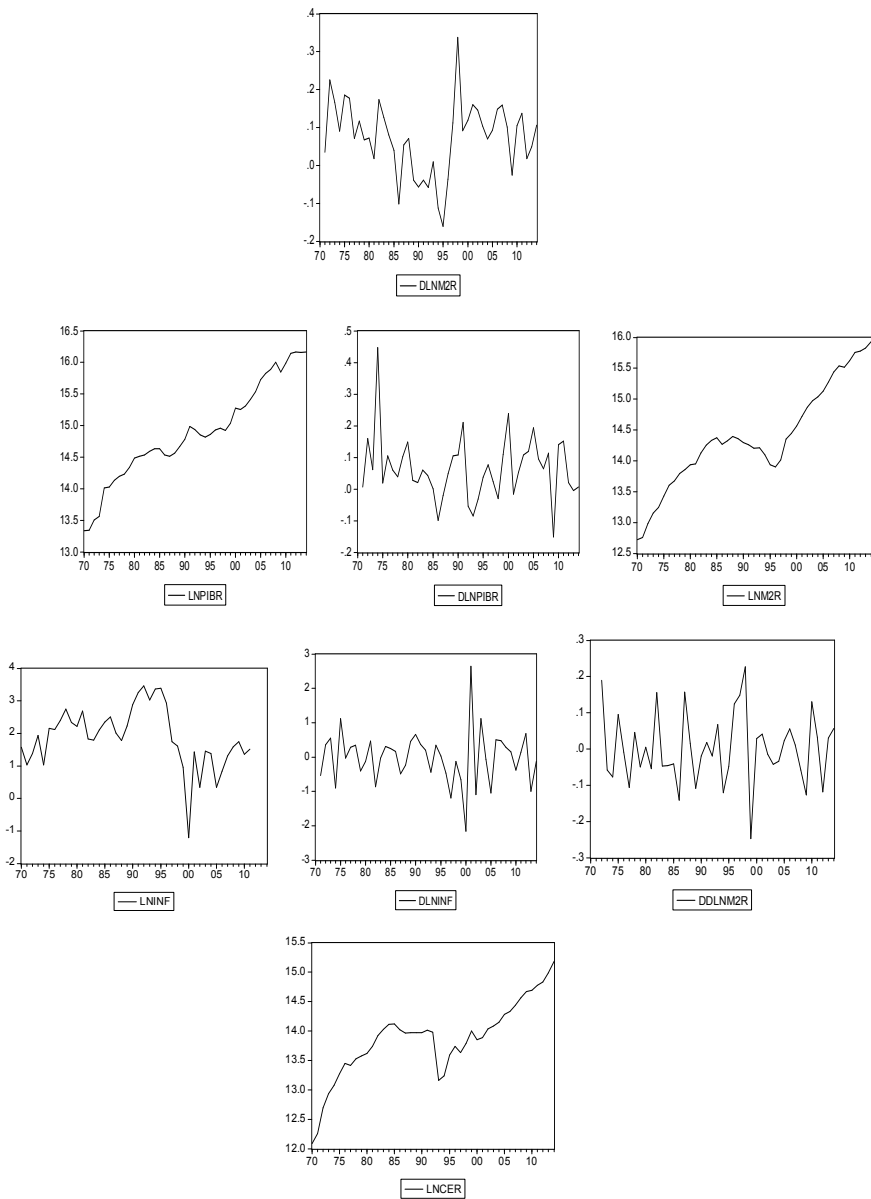
قائمة الهوامش و المراجع

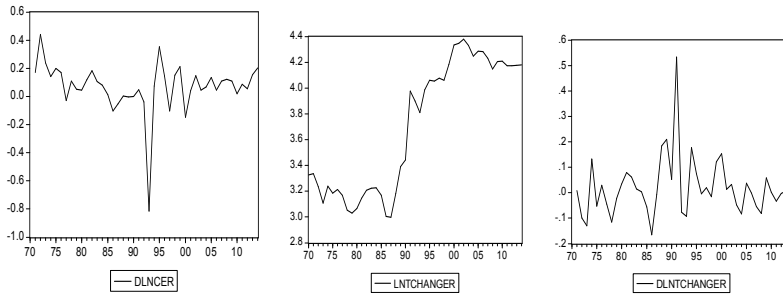
- (1) محمد عبد العزيز عجمية، إيمان عطية ناصف، التنمية الاقتصادية -دراسات نظرية وتطبيقية- قسم الاقتصاد، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، 2003، ص. 71.
- (2) أحمد محمد مندور، مقدمة في النظرية الاقتصادية الكلية، جامعة الإسكندرية، مصر، 2003-2004، ص. 244.
- (3) زكريا الدوري، يسري السامرائي، البنوك المركزية والسياسات النقدية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص. 98.
- (4) Rashe, Robert H. (1986), "A Comparative Stastics Analysis of Some Monetarist Proposition," in Current Issue in Monetary Theory and Policy, edit. By Thomas M. Havrilesky and John T. Boorman, AHM Publishing corporation.
- (5) بابا عبد القادر، محاضرات في الاقتصاد الكلي، ماجستير تحليل اقتصادي وتقنيات كمية، 2011-2012.
- (6) Bagehot, Walter (1873), "Lombart Street", 1962 ed. (Richare D. Irwin, Homewood, IL) Banque Centrale de Tunisie, Statistiques Financières, 1999.
- (7) Schumpeter, Joseph A. (1912), "Theorie der Wirtschaftlichen (The Theory of Economic Development)", Leipzing: Dunker & Humblot, Translated by Revers Opi, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.
- (8) McKinnon, Ronald (1988), "Financial Liberalization in Retrospect: Interest Rate Policies in LDs", in Ranis, Gustav and T Paul Shultz (eds). The State of Development Economics: Progress and Perspectives, Basil Blackwell, New York, pp. 386-410.
- (9) Shaw, E. (1973), "Financial Deepening in Economic Development", Oxford University Press, New York.
- (*) حيث يعبر مكمش الناتج الذي تحسب فيه جميع الأسعار في الاقتصاد في حساب القيمة الحقيقية للناتج المحلي، ونظرا لغياب إحصائيات هذا الأخير، ارتأينا استخدام مؤشر أسعار الاستهلاك.
- (10) عبد المجيد قدي، مدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية: دراسة تحليلية تقييمية، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص. 46.
- (11) لقد تم الاعتماد على إحصائيات الديوان الوطني ONS فيما يخص الأرقام القياسية للاستهلاك في الجزائر (سنة 2001 كأساس)، أما فيما يخص الأرقام القياسية للاستهلاك للولايات المتحدة الأمريكية مأخوذة من موقع الجامعة Sherbrooke Perspective Monde (سنة الأساس 2010)، واعتمادا

- على خصائص الأرقام القياسية فإننا نحول المؤشرات بالنسبة للسنوات أساس مختلفة إلى سنة أساس واحدة وهي 2001، فكما هو معروف فمن بين خصائص الأرقام القياسية هي تبديل سنة الأساس، وذلك عن طريق تقسيم الرقم القياسي الأول على الرقم القياسي للسنة التي تم اختيارها كأساس جديد، ورغم ما يعاب على هذه الطريقة إلا أنها في رأي المختصين لا تؤثر على التغير الإجمالي.
- (12) إياد خالد شلاش المجالي، أثر المتغيرات الاقتصادية في حجم الاستثمار الأجنبي في بورصة عمان للأوراق المالية: دراسة تحليلية خلال الفترة 1994-2009، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة دمشق، المجلد 27، العدد 4، 2011، ص. 342.
- (13) عبد القادر محمد عبد القادر عطية، الاقتصاد القياسي بين النظرية و التطبيق، الدار الجامعية الإسكندرية، 2005، ص. 648.
- (**) تمّ من خلال اختبار التكامل المشترك وجود على الأكثر متجهين، حيث سنكتفي من خلال هذه الدراسة بتقدير متجه تكامل مشترك واحد عند مستوى الدلالة 5%.
- (14) بن علال بلقاسم، أثر تطبيق سياسة التحرير المالي على النمو الاقتصادي في الجزائر (1970-2010): طريقة قياسية باستعمال طريقة التكامل المتزامن، الموقع الإلكتروني: info@fes-alger.org، ص. 19.
- (15) عبد الحق بوعتروس، محمد دهان، أثر التغير في التداول النقدي على الناتج المحلي في الاقتصاد الجزائري، أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة بسكرة، العدد 5، 2009، ص. 21.
- (16) عماد الدين أحمد المصباح، محددات النمو الاقتصادي في سورية خلال الفترة (1970-2004)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية والتخطيط، فرع فلسفة العلوم الاقتصادية، جامعة دمشق، سورية، 2008.
- (17) الخطيب ممدوح عوض، «محددات النمو الاقتصادي في القطاع غير النفطي السعودي»، الإدارة العامة، المجلد 49، العدد 3، 2009، ص. 16.
- (18) شيخي محمد، طرق الاقتصاد القياسي: محاضرات وتطبيقات، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2012، ص. 291.
- (19) Edouard Nsimba , (2008) "Renforcement des capacités sur les régressions, tests, simulations et projections du modèle inplabura sous le logiciel eviews", SOFRECO, Volume 1, France , p. 70.

الملاحق:

دراسة استقرارية السلاسل الزمنية (في المستوى، وفي الفروقات الأولى والثانية)





اختبار التكامل المشترك: اختبار الأثر

Date: 11/25/16 Time: 15:51

Sample(adjusted): 1973 2014

Included observations: 42 after adjusting endpoints

Trend assumption: Linear deterministic trend (restricted)

Series: LNPIBR LNM2R LNTCHANGER LNINF LNCER

Lags interval (in first differences): 1 to 2

Unrestricted Cointegration Rank Test

Hypothesized		Trace	5 Percent	1 Percent
No. of	Eigenvalue	Statistic	Critical	Critical
CE(s)			Value	Value
None **	0.561712	114.3702	87.31	96.58
At most 1 **	0.540477	79.72525	62.99	70.05
At most 2 *	0.442072	47.06743	42.44	48.45
At most 3	0.285110	22.55934	25.32	30.45
At most 4	0.182496	8.462998	12.25	16.26

*(**) denotes rejection of the hypothesis at the 5%(1%) level

Trace test indicates 3 cointegrating equation(s) at the 5% level

Trace test indicates 2 cointegrating equation(s) at the 1% level

معادلة التكامل المشترك

Vector Error Correction Estimates

Date: 11/25/16 Time: 20:42

Sample(adjusted): 1973 2014

Included observations: 42 after adjusting endpoints

Standard errors in () & t-statistics in []

Cointegrating Eq:	CointEq1				
LNPIBR(-1)	1.000000				
LN2M2R(-1)	-1.806494 (0.27195) [-6.64286]				
LNINF(-1)	0.003716 (0.06461) [0.05751]				
LNTCHANGER(-1)	0.141959 (0.12492) [1.13643]				
LNCER(-1)	1.254491 (0.31203) [4.02039]				
C	-6.860861				
Error Correction:	D(LNPIBR)	D(LNM2R)	D(LNINF)	D(LNTCHANGER)	D(LNCER)
CointEq1	-0.202401 (0.09507) [-2.12889]	0.093762 (0.06886) [1.36172]	-1.976816 (0.55847) [-3.53973]	-0.107861 (0.12493) [-0.86338]	-0.178722 (0.12717) [-1.40533]
D(LNPIBR(-1))	-0.151636 (0.19545) [-0.77584]	-0.035865 (0.14155) [-0.25337]	3.274422 (1.14807) [2.85212]	-0.074731 (0.25682) [-0.29098]	0.182492 (0.26144) [0.69803]
D(LNPIBR(-2))	-0.022300 (0.20347) [-0.10960]	0.236481 (0.14736) [1.60479]	1.951066 (1.19518) [1.63244]	0.029803 (0.26736) [0.11147]	0.221776 (0.27217) [0.81485]
D(LNM2R(-1))	-0.101663	0.348050	0.252863	-0.146389	0.201834

	(0.22440)	(0.16252)	(1.31812)	(0.29486)	(0.30016)
	[-0.45305]	[2.14163]	[0.19184]	[-0.49647]	[0.67242]
D(LNM2R(-2))	0.107562	-0.059763	-1.592347	-0.105729	-0.444017
	(0.20412)	(0.14783)	(1.19899)	(0.26821)	(0.27303)
	[0.52696]	[-0.40427]	[-1.32808]	[-0.39420]	[-1.62623]
D(LNINF(-1))	-0.003470	-0.039696	-0.521493	-0.011585	0.000556
	(0.02920)	(0.02115)	(0.17152)	(0.03837)	(0.03906)
	[-0.11882]	[-1.87710]	[-3.04044]	[-0.30195]	[0.01424]
D(LNINF(-2))	-0.001328	-0.027085	0.027333	-0.011595	-0.044725
	(0.02432)	(0.01761)	(0.14283)	(0.03195)	(0.03253)
	[-0.05463]	[-1.53803]	[0.19136]	[-0.36291]	[-1.37510]
D(LNTCHANGE R(-1))	0.146658	-0.124500	1.252531	0.134888	0.154939
	(0.17389)	(0.12594)	(1.02142)	(0.22849)	(0.23260)
	[0.84341]	[-0.98861]	[1.22627]	[0.59034]	[0.66612]
D(LNTCHANGE R(-2))	0.041429	-0.160571	2.310604	0.021569	-0.822732
	(0.16573)	(0.12003)	(0.97350)	(0.21777)	(0.22169)
	[0.24998]	[-1.33779]	[2.37349]	[0.09904]	[-3.71124]
D(LNCER(-1))	0.230520	0.078192	-0.355739	-0.057921	0.270678
	(0.10683)	(0.07737)	(0.62749)	(0.14037)	(0.14289)
	[2.15792]	[1.01067]	[-0.56692]	[-0.41263]	[1.89427]
D(LNCER(-2))	0.202559	0.106713	-0.089204	-0.015931	-0.118658
	(0.11920)	(0.08633)	(0.70020)	(0.15663)	(0.15945)
	[1.69929]	[1.23609]	[-0.12740]	[-0.10171]	[-0.74417]
C	0.042696	0.029800	-0.302106	0.045698	0.053943
	(0.02368)	(0.01715)	(0.13911)	(0.03112)	(0.03168)
	[1.80282]	[1.73742]	[-2.17167]	[1.46846]	[1.70281]
R-squared	0.316385	0.593354	0.602644	0.113059	0.566192
Adj. R-squared	0.065727	0.444251	0.456946	-0.212153	0.407129
Sum sq. resids	0.285646	0.149826	9.855987	0.493207	0.511098
S.E. equation	0.097578	0.070670	0.573178	0.128219	0.130524
F-statistic	1.262215	3.979483	4.136270	0.347647	3.559548
Log likelihood	45.20871	58.75949	-29.15402	33.73901	32.99073
Akaike AIC	-1.581367	-2.226642	1.959715	-1.035191	-0.999558
Schwarz SC	-1.084890	-1.730165	2.456192	-0.538714	-0.503081
Mean dependent	0.063362	0.070129	-0.007493	0.022457	0.059294

S.D. dependent	0.100952	0.094797	0.777800	0.116460	0.169516
Determinant	Residual	1.60E-09			
Covariance					
Log Likelihood		162.6770			
Log Likelihood (d.f. adjusted)		127.3474			
Akaike Information Criteria		-2.968926			
Schwarz Criteria		-0.279675			

نموذج تصحيح الخطأ باستخدام المربعات الصغرى

System: UNTITLED

Estimation Method: Least Squares

Date: 11/25/16 Time: 17:57

Sample: 1973 2014

Included observations: 42

Total system (balanced) observations 42

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	-0.202401	0.095074	-2.128889	0.0416
C(2)	-0.151636	0.195448	-0.775839	0.4439
C(3)	-0.022300	0.203469	-0.109598	0.9135
C(4)	-0.101663	0.224397	-0.453050	0.6538
C(5)	0.107562	0.204117	0.526963	0.6021
C(6)	0.146658	0.173887	0.843410	0.4057
C(7)	0.041429	0.165730	0.249981	0.8043
C(8)	-0.003470	0.029199	-0.118824	0.9062
C(9)	-0.001328	0.024315	-0.054626	0.9568
C(10)	0.230520	0.106825	2.157921	0.0391
C(11)	0.202559	0.119202	1.699288	0.0996
C(12)	0.042696	0.023683	1.802823	0.0815

Determinant residual covariance 0.006801

Equation: $D(LNPIBR) = C(1) * (LNPIBR(-1) - 1.806493732 * LNM2R(-1) + 0.1419594315 * LNTCHANGER(-1) + 0.003715877348 * LNINF(-1) + 1.254491114 * LNCER(-1) - 6.860860779) + C(2) * D(LNPIBR(-1)) + C(3) * D(LNPIBR(-2)) + C(4) * D(LNM2R(-1)) + C(5) * D(LNM2R(-2)) + C(6) * D(LNTCHANGER(-1)) + C(7) * D(LNTCHANGER(-2)) + C(8) * D(LNINF(-1)) + C(9) * D(LNINF(-2)) + C(10) * D(LNCER(-1)) +$

C(11)

*D(LNCER(-2)) + C(12)

Observations: 42

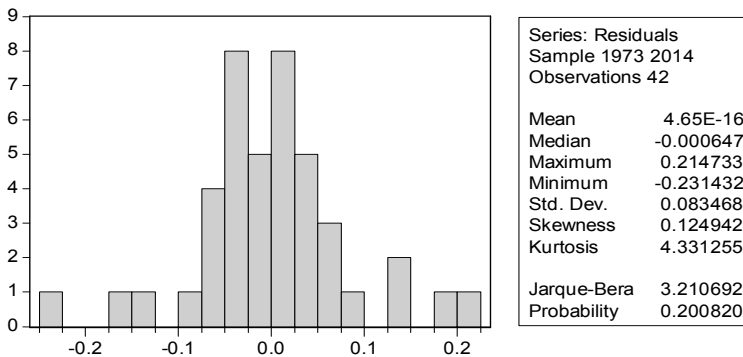
R-squared	0.316385	Mean dependent var	0.063362
Adjusted R-squared	0.065727	S.D. dependent var	0.100952
S.E. of regression	0.097578	Sum squared resid	0.285646
Durbin-Watson stat	1.937173		

اختبار مضاعف لاغرنج للكشف عن الارتباط الذاتي بين البواقي

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	0.141726	Probability	0.868477
Obs*R-squared	0.420918	Probability	0.810212

اختبار التوزيع الطبيعي

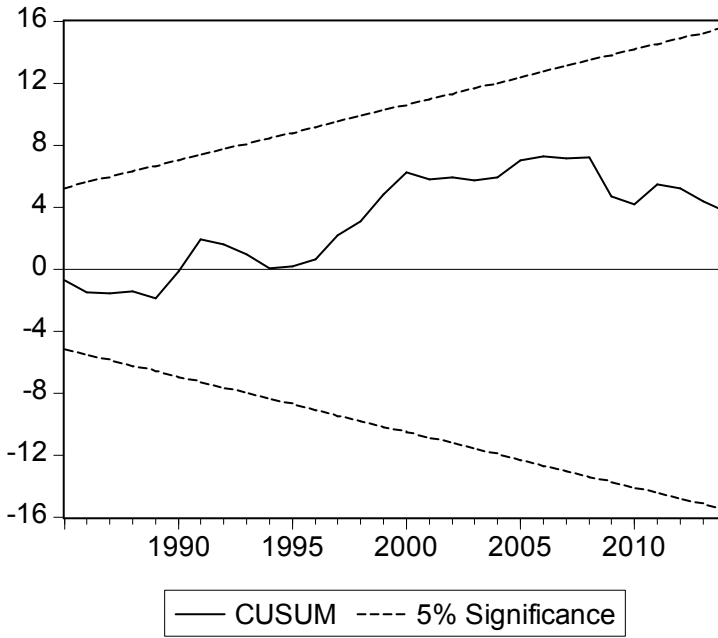


اختبار التجانس

ARCH Test:

F-statistic	0.036965	Probability	0.848533
Obs*R-squared	0.038824	Probability	0.843797

اختبار استقرار النموذج



قيمة العلامة التجارية وأثرها على سلوك المستهلك الجزائري (دراسة حالة العلامة التجارية موبيليس)

أ.عتيق عائشة، جامعة مستغانم.

أ.عتيق خديجة، أ.حايّد زهية، جامعة تلمسان.

ملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على العلامة التجارية التي تسعى المؤسسات حاليا جاهدة لبناء علامة تجارية قوية ، تمكنها من تمييز منتجاتها عن باقي المنتجات المنافسة وهذا من خلال دراسة أهم مكونات قيمة العلامة التي تشمل كل من الوعي بالعلامة و صورتها وشهرتها إضافة إلى الجودة المدركة والولاء ، وكيف تأثر على سلوك المستهلك الجزائري ، ولغرض تحقيق أهداف الدراسة فقد تم تصميم وتوزيع استمارة أسئلة متعلقة بموضوع البحث والتي شملت (29) فقرة حول العلامة التجارية موبيليس ، ذلك من أجل جمع البيانات وتحليلها واختبار فرضيات الدراسة باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss 22) ، وقد تكونت عينة الدراسة من (100) متعامل لمنتجات وخدمات العلامة موبيليس والذين يتواجدون بولاية سعيدة ، كما تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية لتحقيق أهداف الدراسة ، وبعد إجراء عملية التحليل تم التوصل إلى أن العوامل المؤثرة في بناء قيمة العلامة التجارية موبيليس لها أثر على سلوك المستهلك الجزائري .

الكلمات المفتاحية : العلامة التجارية ، مكونات قيمة العلامة ، المستهلك ، موبيليس .

Abstract :

This study aims to highlight the strong commercial brand that institutions currently seek striving to build; in order to distinguish their products from the rest of the competitive products. This will be shown through the study of the most important components of the brand value. This includes the awareness about the brand , its image fame ,the perceived quality , fidelity, and how it affects the Algerian consumer behavior. In order to achieve the objectives of this study, there has been a distribution of a questionnaire composed of twenty – nine (29) clauses about the trademark **Mobilis**. Statistical package of social sciences 22 (spss 22) is used to collect and analyse data , and test the hypotheses.

The sample of the study is formed of **(100)** dealers of the products and services of **Mobilis** in the region of Saida . Many statistical methods were used to achieve the goals of this study. After the data collected , the study comes to result that the factors affecting in building the **Mobilis** brand have an impact on the Algerian consumer behavior.

Keywords: Brand ,Valuable Components of the mark , Consumer, Mobilis.

تمهيد :

تحتل العلامات التجارية حيزا كبيرا من اهتمام الشركات والعملاء على حد سواء. ويزداد هذا الاهتمام مع ازدياد معدلات الإنفاق وتعدد مظاهر الاستهلاك. وفي زمن العولمة وانفتاح التجارة والأسواق بشكل غير مسبوق، يصبح من الطبيعي أن يصل الاهتمام بالعلامة التجارية إلى ذروتها، حتى أن البعض يراه هوسا..

ومع تسارع ونمو العلامات التجارية وزيادة المنافسة فقد أصبحت العلامة التجارية من أهم وأقوى الأصول غير الملموسة قيمة، فقد ازدادت أهميتها في المجال التسويقي نتيجة لزيادة تعقد سلوك المستهلك وتطلعها لاقتناء أجود المنتجات ضمن وقت أقل في التسوق، فالمستهلك لا يقوم بشراء المنتجات دائما وفقا لخصائصها الملموسة بل قد يقوم بالشراء أحد المنتجات متأثرا بالصورة التي تعكس العلامة التجارية للمنتج.

حيث تعتبر العلامة التجارية دليل مهم للمستهلك يمكنه من خلاله التعرف على مصدر المنتجات والخدمات وتميزها وبالتالي تسهيل العملية التسويقية عليه، إلا أنها معرضة لمخاطر التزوير والتقليد، مما جعل الدول تسعى جاهدة إلى تبني نظام حمائي يكفل لها عدم التزوير في العلامات التجارية، وذلك بإصدار نصوص قانونية وطنية وإبرام معاهدات دولية للبت في أحكام العقوبات المقرر على مختلف الجناح الناتجة عن تقليد العلامات التجارية، فقد تكون هذه العقوبات مدنية أو جنائية، ومع هذا يبقى التقليد ظاهرة ويؤثر تأثيراً سلبياً على المنتجات الوطنية، كما تؤثر على أمن وسلامة البلاد اقتصاديا، وهذا يستوجب المزيد من التشديد على الأسواق والمنتجات.

لذلك فإن من بين أهم الأولويات الإستراتيجية لأي نشاط تسويقي لأي مؤسسة هو حرصها وبحثها الدائم عن إنشاء وخلق صورة أو علامة تجارية تتميز بها عن منافسها وتقترب بها أكثر من زبائنها وهذا كله من أجل الحفاظ عليها وتحقيق الرضا لها ومن ثم الوصول إلى درجة الولاء التام لمنتجاتها.

المحور الأول : الإطار العام للدراسة

مشكلة الدراسة :

ومن أجل ما تقدم جاءت هذه الدراسة التي تهدف إلى دراسة العوامل المؤثرة في بناء قيمة العلامة التجارية وتأثيرها على سلوك المستهلك، إضافة إلى تحديد ومعرفة أهم التأثيرات الناتجة لدى المستهلك في حال غيرت المؤسسة لشكل أو لصورة العلامة التجارية لها. حيث يعود للعلامة التجارية التي تبناها المؤسسات الفضل الكبير في التعريف بها وبمنتجاتها بالإضافة إلى ذلك تمييزه منتجاتها عن بقية المنافسين ، لهذا سيتم معالجة هذه الدراسة من خلال طرح التساؤل التالي :

ماهي العوامل المؤثرة في بناء قيمة العلامة التجارية موبليس وما أثرها على سلوك المستهلك الجزائري ؟

فرضيات الدراسة :

من خلال الإشكالية المطروحة نحاول تقديم مجموعة من الفرضيات بالصيغة العدمية لأغراض اختبارها وتحقيق أهداف البحث وهي كالآتي :

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال الوعي بالعلامة على سلوك المستهلك الجزائري .
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال الجودة المدركة على سلوك المستهلك الجزائري .
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال الصورة على سلوك المستهلك الجزائري .
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال الشهرة على سلوك المستهلك الجزائري .
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال الولاء للعلامة على سلوك المستهلك الجزائري .

أهمية الموضوع :

تنطلق أهمية البحث من حداثة الموضوع ، ويعد هذا البحث من المواضيع التي لم يسبق الخوض فيها بقدر تعلق الأمر بنوعية المشكلة المصاغة له وهذا من خلال التعقد والتغير الذي يتميز

به سلوك المستهلك ، وأيضا التقدم الذي عرفته وسائل الاتصال والانفتاح على العالم الخارجي ، حيث أصبحت قيمة العلامة تعد أهم العوامل لازدهار وتطور المؤسسة ، وبالتالي تعمل هذه الأخيرة على بناء صورة جيدة لعلامتها في أذهان المستهلكين إلى جانب ضرورة تنبيه المؤسسات الجزائرية لضرورة الاهتمام بقيمة العلامة لتحقيق التميز .

منهجية الدراسة :

من أجل القيام بتقديم دراسة شاملة وافية ومتميزة فإنه سيتم الاعتماد في معالجة هذه الدراسة على كل من المنهج الاستنباطي والاستقرائي، بحيث يستخدم المنهج الاستنباطي من خلال تطبيق الأسلوب الوصفي الذي يعتمد على وصف وسرد الحقائق المتعلقة بموضوع الدراسة ليتم بذلك تقديم مختلف المفاهيم ذات الصلة المباشرة وغير مباشرة بالموضوع والمتعلقة بدراسة كل من العلامة التجارية و سلوك المستهلك ، في حين يعتمد المنهج الاستقرائي على استخدام الأسلوب التحليلي وهذا انطلاقا من القيام بعرض مختلف النتائج الخاصة بتأثير مكونات قيمة العلامة التجارية على سلوك المستهلك ومن تم استخلاص بعض النتائج والتوصيات التي تخدم أغراض البحث.

حيث سيتم معالجة الدراسة ضمن أربعة محاور يتناول الأول منها الإطار العام للدراسة فيما تضمن المحور الثاني الإطار النظري للدراسة وخصص المحور الثالث إلى اختبار فرضيات الدراسة واختتمت الدراسة بالمحور الرابع والخاص بتقديم أهم الاستنتاجات.

الدراسات السابقة :

قبل التطرق بالدراسة لتأثير قيمة العلامة التجارية على سلوك المستهلك تم معاينة ومراجعة بعض الدراسات التي تناولت الموضوع ضمن احد شقيها سواء العلامة التجارية أو سلوك المستهلك والتي منها نذكر ما يلي:

دراسة كارمن واسلي 2007 Kayaman & Arasli : والتي هدفت إلى التعرف على العلاقات بين أربعة عناصر لقيمة العلامة التجارية هي : الوعي بالعلامة ، الولاء للعلامة ، الجودة المدركة ، صورة العلامة ، وحاولت تطوير إطار مفاهيمي لقيمة العلامة التجارية في قطاع الفنادق ، حيث طبقت الدراسة في شمال قبرص ، على فنادق خمس نجوم من خلال توزيع استبانة على عينة مكونة من 345 مستفيد من خدمات الفنادق في تلك المنطقة ، موزعين على إحدى عشر بلدة متجاورة

. تم بناء نموذج الدراسة باعتبار متغير الجودة المدركة عاملا مستقلا ، تم تقسيمه إلى أبعاد جودة الخدمات الخمسة ، وهي الاعتمادية والمادية والثقة و التعاطف وسرعة الاستجابة . واعتبرت الدراسة الأبعاد الثلاثة الأخرى لقيمة العلامة التجارية عوامل تابعة .

وجدت الدراسة أن بعد الوعي بالعلامة التجارية لم يكن له تأثير ذو دلالة على قيمة العلامة التجارية ، بالمقابل أكدت الدراسة على أهمية الثلاثة أبعاد الأخرى (الولاء للعلامة ، الجودة المدركة ، صورة العلامة التجارية) في تكوين وبناء قيمة العلامة التجارية في قطاع الفنادق الخمس نجوم . كما أوصت الدراسة المديرين التنفيذيين بمزيد من الاهتمام بالعناصر الأربعة ومحاولة الاسترشاد بها عند تصميم عملية تسليم الخدمة.

دراسة جودسوار 2008 Ghodeswar : والتي تهدف إلى تحديد العناصر الهامة في بناء العلامات التجارية ، من خلال اقتراح نموذج مفاهيمي لبناء العلامة التجارية في سوق تنافسية مكون من أربع مراحل تم بناء نموذج عليها ، وهذه المراحل هي مراحل متسلسلة تعتمد كل مرحلة على المرحلة التي تسبقها ، وتكونت المراحل الأولى من الخصائص الملموسة وغير ملموسة للمنتج ، ووظائف المنتج ومنافعه ، هذه العناصر تحتاج أن تنتقل عبر الرسائل الإعلانية إلى المستهلك من خلال المرحلة الثانية وهي اتصالات العلامة الخارجية ، والتي تتكون من الحملات الترويجية والأفكار واستخدام المشاهير والأحداث والمعارض . أما المرحلة الثالثة فهي تعتمد على إيصال أداء العلامة التجارية إلى العملاء وذلك بنقل أداء المنتج والخدمة والعناية بالعملاء ورضاهم وإسعادهم ، والذي بدوره سيقود إلى زيادة قيمة العلامة التجارية وتفوقها من خلال صور عديدة منها : توسع العلامة التجارية ، وتكاملها والتعاون مع العلامات الأخرى والتعاون الاجتماعي .

خلصت الدراسة إلى أن هذا النموذج يمكن الشركات من بناء علامات تجارية قوية ، من خلال الاتصالات المنسجمة والمتكاملة للعلامة التجارية ، ورسائلها المتعلقة بأبعاد هوية العلامة التجارية التي تعتبر هامة ومؤثرة على نجاح جهود بناء العلامات التجارية من خلال نقل صورة ذهنية منسجمة ومعززة للذات لدى المستهلكين .

دراسة عبادة محمد 2009: تطوير صورة العلامة التجارية أداة من أدوات تحقيق الميزة التنافسية "هدفت الدراسة إلى التطرق لوظيفة تسيير هوية العلامة التجارية عن طريق دراسة الصورة الذهنية التي يتحملها المستهلك لها ، أين تهتم الدراسة بالتطرق لأهم الوسائل المتعلقة بالعلامة التجارية

وصورتها ومدى تطورها انطلاقاً من عملية إنتاجها ووصولاً لتسييرها، مع الاستعانة بنموذج خاص بتحليل الوضعية التنافسية لصورة العلامات التجارية المتخصصة في إنتاج أجهزة التلفاز.

دراسة مؤيد حاج صالح 2010: أثر مواصفات المنتج والعوامل الشخصية والاجتماعية للمستهلك نحو الولاء للعلامة التجارية، بحيث هدفت الدراسة إلى البحث عن أثر مواصفات المنتج والعوامل الشخصية والاجتماعية للمستهلك نحو الولاء للعلامة التجارية من خلال تقديم دراسة ميدانية لمشتري أجهزة الهاتف المحمول في مدينة دمشق، وقد تم التوصل إلى وجود علاقة ارتباط متفاوتة بين كل من مواصفات المنتج والعوامل الشخصية والولاء للعلامة التجارية.

المحور الثاني : الإطار النظري للدراسة

تعريف العلامة التجارية :

يشير مفهوم العلامة التجارية إلى اسم أو رمز أو شكل أو تركيبة من كل هذا، تعرّف منتج مؤسسة معينة لتعطيها ميزة مساندة لها فيعرفها Kotler على أنها اسم أو مصطلح أو رمز أو شعار أو تصميم أو مزيج من هذا كله يهدف إلى تعريف سلعة أو خدمة أو بائع أو مجموعة من الباعة و تمييز هذه السلع و الخدمات عن تلك الخاصة بالمنافسين .

و تعتبر خاصية التميز هنا هي الأساس إذ لا جدوى من علامة لا تميز منتج المؤسسة عن منتجات منافسيها لتضمن لها الحفاظ على حصتها السوقية، و هو ما يعتبر تحدياً حقيقياً¹ . و في نفس السياق يرى كل من Lamarque و زملاؤه بأنه حتى يكون لك جمهوراً يسمعك و يتابع حملاتك الترويجية ينبغي أن يكون لك عنصراً يميزك عن الآخرين حتى تستفيد من كل ما تنفقه على حملاتك الترويجية و هو عنصر العلامة التجارية، التي بغياها لا يمكن للمستهلكين التعرف عليك و بالتالي لا يمكنهم سماعك² .

وفقاً لما سبق فإن العلامة التجارية قد تكون سلعة، خدمة، متجراً، شخصية مشهورة، مكاناً، مؤسسة أو فكرة من خلال ما تم استعراضه يمكن القول بأن العلامة التجارية هي إحدى الأصول المستخدمة لتمييز المؤسسات و معروضها على ما يقدمه المنافسون في السوق، لكن أهم ما يميز هذه التعاريف اشتراكها في عامل أساسي هو تعريف العلامة التجارية من منظور المنتج أو المؤسسة . و لم تسلط الضوء على الجانب الآخر الخاص بالعلامة التجارية و المتمثل في الطرف الثاني لمعادلة

صياغتها ممثلا في المستهلك، الذي لا يمكن لأي علامة تجارية أن تتميز أو تنجح إذا لم تأخذ بعين الاعتبار³.

والجدير بالذكر أن أول تدخل للمشرع الجزائري في مجال العلامات كان في السنوات التي عقدت الاستقلال وهذا بناء على الأمر رقم 66_57 المؤرخ في مارس 1966، وتم إلغائه بموجب مؤخرا عند إصدار الأمر رقم 06/2003 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات . وتحاول الأحكام الراهنة إيجاد الحلول لبعض الإشكاليات التي يعاني منها الميدان التجاري والمقصود هنا محاربة جنحة الفساد⁴.

مفهوم قيمة العلامة التجارية : ظهر مفهوم قيمة العلامة التجارية في أوائل التسعينات ،وهو من أهم المفاهيم المتعلقة بالعلامة التجارية،وقد تناوله العديد من الباحثين بالدراسة و التحليل ،وقدموا الكثير من التعريفات والإسهامات المتعلقة به .

واعتبر كيلر Keller ان هناك دافعين اثنين لدراسة قيمة العلامة التجارية احدهما يستند إلى الناحية المالية كدافع لتقدير قيمة العلامة التجارية بشكل أكثر دقة لأغراض محاسبية تفيد في الميزانيات أو قرارات الاندماج ،او الامتلاك أو لأغراض التصفية .والدافع الثاني يستند إلى أسباب إستراتيجية لتحسين الإنتاجية التسويقية ،وذلك نظرا لارتفاع التكاليف ،وزيادة المنافسة ،حيث أصبحت الشركات تسعى إلى زيادة كفاءة نفقاتها التسويقية . وأكثر حاجة إلى الفهم العميق لسلوك المستهلك باعتباره أساسا لاتخاذ القرارات الإستراتيجية⁵.

بصفة عامة تم التطرق الى قيمة العلامة التجارية من خلال منظورين ، الأول منظور تسويقي والثاني منظور مالي ،وفيما يلي استعراض لهذين المنظورين :⁶

أ_ قيمة العلامة التجارية من منظور تسويقي: لقد عرفها اكر Aaker على أنها مجموعة من الأصول والمسؤوليات المرتبطة بشعار واسم العلامة التجارية والتي تضيف أو تقلل من إجمالي القيمة التي تقدمها سلعة أو خدمة ما إلى مؤسسة ما ا وإلى مستهلكيها أو لكليهما .وبالتالي فإنها المنفعة المدركة والجاذبية التي تضيفها العلامة التجارية على منتج ما ، من خلال إدراك المستهلك لتفوق منتج ما يحمل علامة تجارية معينة مقارنة بمنتجات تحمل علامات تجارية أخرى وتشير إحدى الدراسات بهذا الصدد إلى أن المستهلكين مستعدين لدفع 20% إضافية لعلاماتهم التجارية المفضلة مقارنة بأقرب علامة تجارية منافسة لها . وعليه وتعبير أدق يمكن القول أن قيمة العلامة التجارية لها

أثر على تقييم المنتج أيا كان نوع هذا الأثر. إذ أنه اذا عرفنا القيمة من وجهة نظر المستهلك نجد بأنها الفرق بين ما يتحصل عليه من منافع وما يتحملة من تكاليف وأعباء مالية وغير مالية. وبالتالي فان اقتناء منتج ذو علامة تجارية معروفة يقلل من تكاليف التسويق وبالتالي يزيد من قيمة المنتج لدى المستهلك بغض النظر عن تلك القيم المستقاة من الصورة الاجتماعية للعلامة التجارية وما يترتب عنها من قيمة ونظرة ايجابية في المجتمع .

ب_ قيمة العلامة التجارية من منظور مالي : هي عبارة عن تلك التدفقات النقدية الإضافية التي تنشأ عن منتجات تحمل علامات تجارية مقارنة بمنتجات لا تحمل اي علامات تجارية . ويعرفها كوتلر على أنها من الملاحظ بان قيمة العلامة من المنظور التسويقي هي أصل قيمتها من المنظور المالي ، لان ما تضيفه العلامة التجارية من قيمة مدركة من المستهلك للمنتج هو ما يجعله مستعدا لدفع مقابل أعلى واكبر مقارنة بتلك التي لا تحمل أي علامة تجارية . وحتى تتمكن المؤسسة من خلق قيمة لعلامتها التجارية ينبغي لها أن تركز على جملة من مصادر القيمة لدى المستهلك حتى تحقق القيمة المالية المرجوة .

بناء قيمة العلامة التجارية :

تميزت بداية الثمانينات بالحروب السعرية بين الشركات الكبرى التي كانت تسعى لزيادة مبيعاتها وحصتها السوقية ، من خلال تقديم خصومات واسعة ، إلا أن هذه الإستراتيجية لم تكن مناسبة ، ولم يؤدي تخفيض الأسعار الى تحقيق هدف زيادة مبيعات هذه الشركات ،وقاد هذا الى حقيقة أن المنتجات والعلامات التجارية لها جوانب نفسية غير ملموسة ، يمكن الاعتماد عليها .⁷ وقد نتج عن هذه العوامل والتوجهات تقديم العديد من نماذج بناء العلامة التجارية التي ساعدت المديرين على تطوير وإدارة وتقييم علاماتهم التجارية .وفيما يلي استعراض لأهم النماذج التي اعتبرت إسهامات هامة في بناء اللازمة التجارية القوية:

أولا :بناء قيمة العلامة التجارية بالاستناد إلى المستهلك ل كيلر keller

قدم كيلر نموذجا اسماه ب قيمة العلامة التجارية بالاستناد إلى المستهلك (CBBE) ، عرض فيه قيمة العلامة التجارية من وجهة نظر المستهلك ، سواء كان فردا او منظمة ، وهو نموذج يقوم على فرضية "القوة التي تتمتع بها العلامة التجارية تكمن في ما تعلمه العملاء ، وشعروا به ،واستمعوا إليه عن العلامة التجارية نتيجة تجاوبهم مع مرور الزمن "⁸.

واعتبر أن السبيل لبناء قيمة علامة تجارية قوية ،وفقا لهذا النموذج يكون من خلال الخطوات الأربع المتسلسلة الآتية ،بحيث تمثل كل خطوة مسألة أساسية يسأل عنها العملاء بشأن العلامة التجارية :

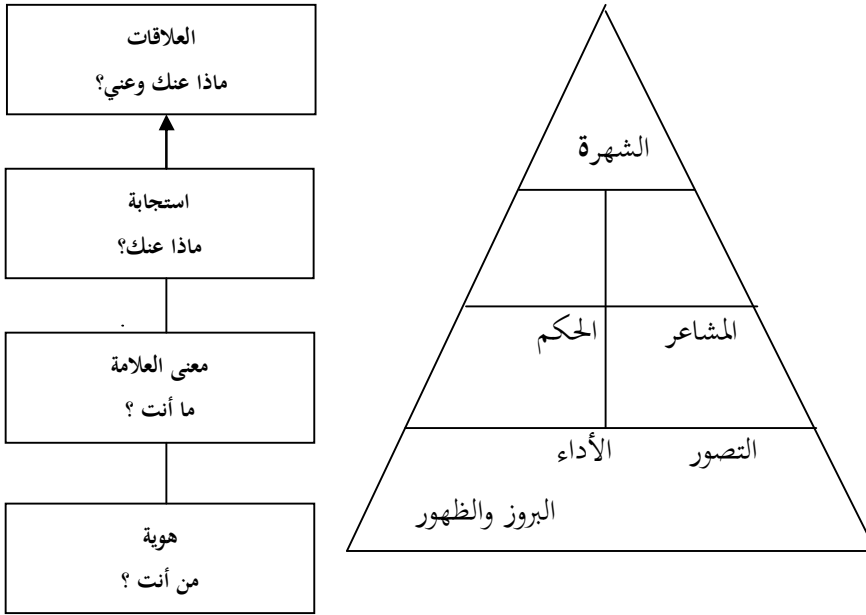
1-من أنت ؟ ويقصد بها ضمان تحديد العلامة التجارية مع فئة منتج معين أو حاجة العميل .

2-ما أنت ؟ ويقصد بها إنشاء معنى العلامة التجارية في ذهن العميل من منطلق استراتيجي من خلال روابط ملموسة وغير ملموسة للعلامة .

3-ماذا عنك؟ ويقصد بها توضيح استجابة العميل لمعنى العلامة التجارية وتمايزها.

4-ماذا عنك وعني؟ ويقصد بها تحويل الاستجابة إلى فعل نشط،من خلال علاقة وثيقة وولاء للعلامة التجارية كما يعرض في هذا النموذج ستة مكونات متتابعة لبناء العلامة التجارية مع العملاء ،والتي يمكن تجميعها على شكل هرم للعلامة التجارية كما يلي :

الشكل رقم (1) :نموذج بناء قيمة العلامة التجارية بالاستناد إلى المستهلك ل كيلر keller



Source : strategie brand management , keller k ,2008.p 60

- بروز العلامة التجارية ويتصل بالوعي بالعلامة التجارية.
- أداء العلامة التجارية ويتصل برضى العملاء والاحتياجات الوظيفية.

- صورة العلامة التجارية فتتصل بارتياح العملاء واحتياجاتهم النفسية.
- الحكم على العلامة التجارية ويركز على آراء العملاء وإدراكاتهم للعلامة التجارية وأدائها.
- المشاعر فهي مشاعر العملاء والاستجابات العاطفية وردود الأفعال نحو العلامة التجارية
- صدى وشهرة العلامة التجارية فتتمثل بالعلاقة الوثيقة بين العميل والعلامة التجارية.

ثانيا : المخمن (المقيم) لأصول العلامة التجارية

هو نموذج تم تطويره من قبل وكالة الدعاية والإعلان التي تسمى Young and Rubicam (Y&R) أطلقوا عليه اسم مخمن (مقيم) أصول العلامة التجارية BAV . حيث وفر هذا النموذج مقياس مقارنة لقيمة العلامة التجارية لمئات العلامات غير مئات من المجموعات السلعية المختلفة وذلك بالاعتماد على حوالي 20000 مستهلك في أربعين دولة . ويوجد حسب هذا النموذج أربع دعائم رئيسة لبناء قيمة العلامة التجارية وهي :⁹

1. التمايز : ويقاس الدرجة التي يمكن أن ترى فيها العلامة التجارية مختلفة عن العلامات الأخرى
2. الصلة الوثيقة : وتقاس مدى جاذبية العلامة التجارية .
3. التقدير والاحترام : ويقاس تقدير العلامة التجارية واحترامها .
4. المعرفة : ويقاس ألفة المستهلكين للعلامة التجارية .

ويشير هذا النموذج إلى أن بعدي التمايز والصلة الوثيقة يمثلان معا قوة العلامة التجارية ، ويشيران إلى قيمتها المستقبلية أكثر من كونها انعكاسا للماضي ، أما بعد الاحترام والتقدير والمعرفة ، فيجتمعان معا ليمثلا ما يسمى مكانة العلامة التجارية ، والذي هو أكثر من مجرد تقرير عن أداء العلامة السابق . ويشير اختبار العلاقة بين هذه الأبعاد الأربعة في النموذج ، إلى الوضع الحالي والمستقبلي ، حيث تجتمع قوة العلامة التجارية ومكانة العلامة التجارية معا ليشكلا ما يسمى بشبكة القوة ، والتي تفسر مراحل دورة تطوير العلامة التجارية ، حيث يكون لكل واحدة سماتها الخاصة بها في نموذج الدعائم وذلك بشكل زمني ربعي متتالي . ويشير النموذج إلى أن العلامات التجارية بعد انطلاقتها بفترة بسيطة تظهر مستويات منخفضة من الأربع دعائم ، بعكس العلامات التجارية الجديدة القوية التي تظهر مستويات مرتفعة من الاختلاف والتمايز أكثر من الصلة الوثيقة بالعلامة ، بينما يبقى بعدا الاحترام و المعرفة في مستويات منخفضة . كما أن العلامات التجارية القائدة تظهر مستويات عالية في جميع الدعائم الأربع . وأخيرا تظهر العلامات التجارية في مرحلة

الانحدار من خلال مؤشرات أداء القيمة ، ومستوى عالي من المعرفة ، ومستويات منخفضة من الاحترام والصلة الوثيقة و التمايز .

ثالثا : نموذج رايدر Ryder لبناء العلامة التجارية

يشير رايدر إلى أن عملية بناء العلامة التجارية تبدأ بتطوير مخطط لقيمة علامة تجارية مقترحة . وبمجرد أن يتم هذا الأمر ، فإن الخطوة التالية هي جعل الزبائن يجربون هذه العلامة التجارية ، لان ذلك سيوفر تجربة مرضية لهم يؤدي إلى الاستعداد لتكرار الشراء مرة أخرى .¹⁰

و تحتاج الشركة من اجل استمالة المستهلك لتجربة المنتج وتكرار الشراء ، إلى إيصال قيم العلامة التجارية وتعزيز روابطها ، وذلك من خلال مزيج من المنبهات التي تتعلق بالاتصالات المنسجمة ، والخبرات والاستخدام المرضي ، والوعي بالعلامة والثقة .

القيمة المقترحة : يبدأ بناء العلامة التجارية بتحديد القيمة بشكل واضح ، بحيث يكون العرض قويا يمكن المستهلك المحتمل من تحقيق المتعة وإثارة الاهتمام . ومن اجل تحقيق ذلك ، يجب على الشركة أن تطور فهما قويا لزبائنهما المحتملين ، وان تحدد القيم والمنافع التي يبحثون عنها وكيف يمكن للمنتجات أن تنهيئ لإيصال هذه القيم لهم . هذا مع الأخذ بعين الاعتبار أن هذه القيمة المقترحة يجب أن يعاد تقييمها باستمرار للاستجابة للتغيرات السوقية .

إن إيجاد القيمة المقترحة يكون من خلال الجمع بين السلع أو الخدمات الفعالة (P) ، والهوية المميزة للعلامة (I) ، والقيمة المضافة (AV) .

$$\text{BRAND} = P \times I \times AV$$

العلامة التجارية = سلعة أو خدمة فعالة X هوية علامة مميزة X قيمة مضافة

وتعتبر السمات الثلاث سمات هامة وأساسية ، تعمل كل واحدة منها بشكل مضاعف وليس مضافا إلى الآخر فقط ، حيث انه من المستحيل بناء العلامة التجارية الناجحة بدون وجود السلعة او الخدمة الجيدة . وبالمثل مالم تكن العلامة متميزة ومختلفة عن ما يقدمه المنافسون ، لا يمكن تطوير الوي بها ، ولن تكون جاذبة لقاعدة قوية من العملاء ، أما القيمة المضافة فهي قلب بناء العلامة التجارية الناجحة .

وتحدث القيمة المضافة عندما يتم شراء العلامات التجارية لتلبية الاحتياجات لأسباب عاطفية بالإضافة إلى الأسباب الوظيفية . حيث يستخدم الناس العلامات التجارية للتعبير عن أساليب حياتهم ، واهتماماتهم وقيمهم ومستوى ثروتهم .

رابعا : نموذج بناء قيمة علامات الخدمات لـ Berry:¹¹

عرض Berry ، أسلوبا مختلفا لدراسة قيمة العلامات التجارية ، حيث حلل استراتيجيات أربع عشرة شركة خدمات ذات مستوى أداء عال في مرحلة النضج ، وذلك ليطور نموذجا خاصا لقيمة العلامة التجارية للخدمات ، وقسم قيمة العلامة إلى مكونين رئيسيين هما : الوعي بالعلامة ومعنى العلامة ، حيث أشار إلى أن التأثير الرئيسي على وعي المستهلك بالعلامة يتم من خلال العلامة التي تمثلها الشركة وتشمل : تسهيلات الخدمة ، ومظهر مزودي الخدمة ، واسم الشركة وشعارها . والتأثير الثانوي على وعي المستهلك بالعلامة يكون من خلال اتصالات العلامة الخارجية ، والتي تعود إلى المعلومات التي يستلمها المستهلك عن العلامة ، والتي تكون على الأغلب غير مسيطر عليها من قبل الشركة مثل كلمة الفم المنقولة والعلاقات العامة .

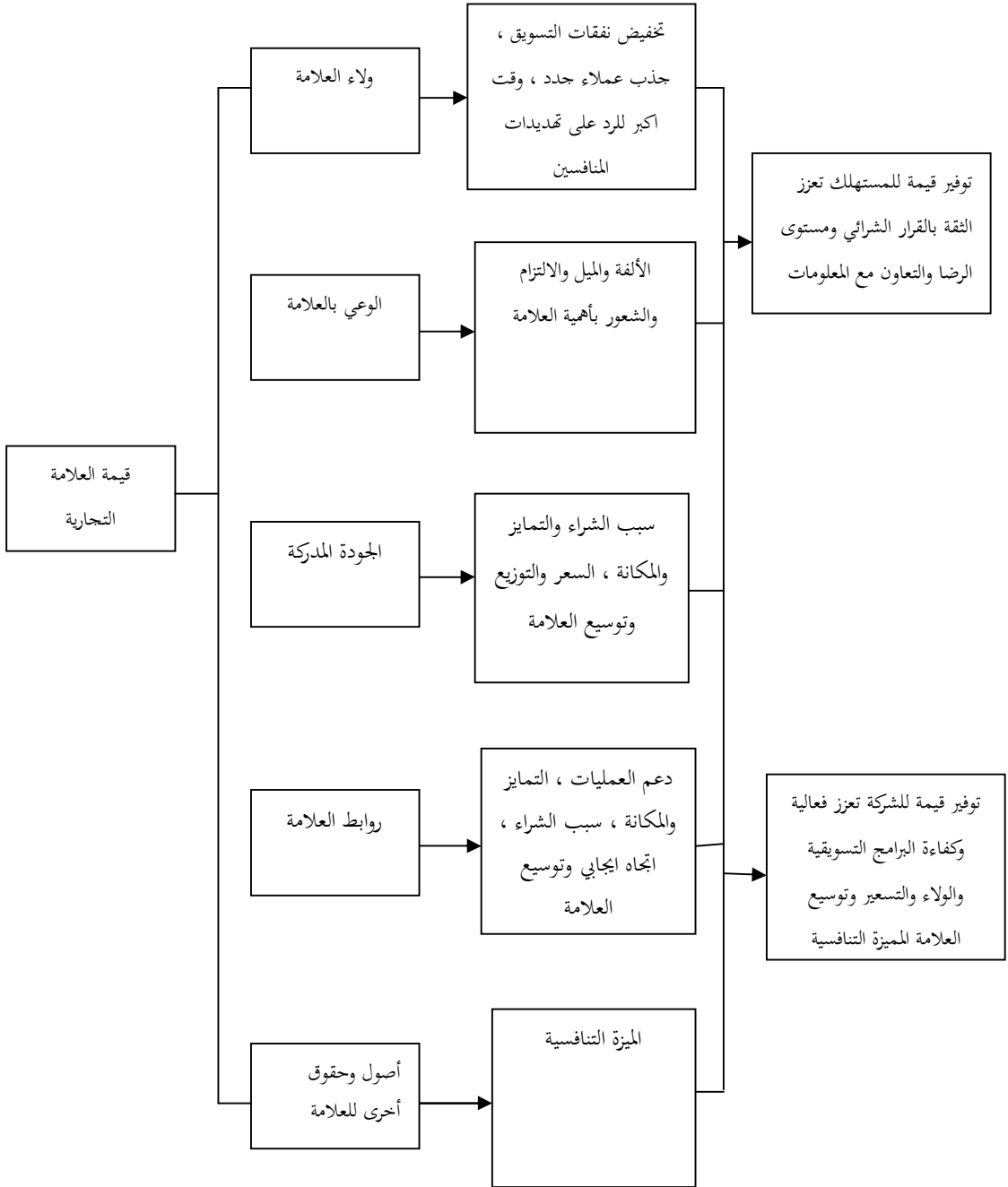
كما اعتبر أن معنى العلامة يتأثر بشكل رئيسي بتجربة المستهلك مع الشركة وذلك لان الخدمات تحتاج إلى عمل مكثف ، وتعتمد على الأداء البشري أكثر من أداء الآلات مما يلعب دورا هاما في بناء معنى وقيمة العلامة التجارية في ذهن المستهلك .

ويعتبر نموذج Berry من النماذج الهامة التي هدفت الى تطوير نموذج خاص بقيمة العلامة التجارية في قطاع الخدمات .

خامسا : نموذج الأبعاد الخمسة للعلامة التجارية لـ Aaker

عرف أيكير Aaker قيمة العلامة التجارية بأنها مجموعة الأصول والمسؤوليات المتعلقة بالعلامة التجارية ، واسمها ورمزها ، والتي تضيف أو تقلل من قيمة سلعة أو خدمة مقدمة من منظمة ما إلى هذه المنظمة أو عملائها وإلى كليهما معا . كما قدم نموذجا لقيمة العلامة التجارية مكونات من خمسة أبعاد هامة هي الولاء للعلامة التجارية ، والوعي بالعلامة التجارية ، والجودة المدركة للمنتج ، وروابط اللازمة التجارية ، وبعض الأصول الأخرى المملوكة مثل براءات الاختراع وما شابه.¹²

الشكل رقم (2) : نموذج Aaker لقيمة العلامة التجارية



Source : Aaker, D., (1996), Building Strong Brands . p 09.

أشار أيكرك Aaker في نموذجهِ إلى أن روابط العلامة التجارية هي الأصل الجوهرى لبناء قيمة علامة قوية وذلك لأسباب عديدة منها أن : الوعى بالعلامة التجارية أصل مهم لكنه غير كاف لبناء قيمة علامة قوية حيث يمكن أن تكون العلامة معروفة لأنها تملك جودة سيئة . وعلى كل الأحوال العلامة القوية ، يجب أن تمتلك وعياً ومعرفة أكبر من العلامة التجارية الضعيفة . وأبعاد قيمة العلامة التجارية الأخرى كلها تعزز الولاء للعلامة التجارية ، وهي الجودة المشتركة ، وروابط العلامة التجارية ، والوعى بالعلامة التجارية .

كما أشار أيكرك Aaker إلى أن الجزء الأساسى والأكثر أهمية من العلامة التجارية هو ثقة المستهلك بان العلامة تحافظ على توقعاته المتعلقة بمجموعة المنافع الوظيفية والعاطفية التي يحصل عليها .

ويشير نموذج الأبعاد الخمسة للعلامة التجارية إلى أن قيمة العلامة التجارية توفر قيمة للمستهلك ، وكذلك للشركة ، إلا أن قيمة العميل هي الأساس لتوفير قيمة إلى الشركة . هذا وتوفر قيمة العلامة التجارية قيمة إلى الشركة بما لا يقل عن ستة طرق :

الأولى : قيمة العلامة التجارية ، يمكن أن تعزز كفاءة وفعالية برامج التسويق .

الثانية : الوعى بالعلامة التجارية ، الجودة المشتركة ، وروابط العلامة التجارية ، يمكنها أن تعزز الولاء للعلامة التجارية عن طريق زيادة رضا العملاء وتوفير أسباب لشراء المنتج .

الثالثة : قيمة العلامة التجارية عادة ما توفر هوامش أعلى للمنتجات من خلال السماح بزيادة الأسعار وتقليل الاعتماد على الترويج .

الرابعة : قيمة العلامة التجارية يمكن أن توفر فرصة للنمو عن طريق توسيع العلامة التجارية .

الخامسة : قيمة العلامة التجارية يمكن أن توفر نفوذاً وقوة في قناة التوزيع .

السادسة : أصول قيمة العلامة التجارية توفر ميزة هامة للشركة ، حيث أنها تشكل حاجزاً قد يمنع العملاء من التحول إلى غيرها من المنافسين .¹³

العناصر المكونة لقيمة العلامة التجارية :

تتكون قيمة العلامة التجارية من خلال مجموعة من العناصر والتي تتمثل في :

الجودة المدركة للعلامة التجارية :

الجودة المدركة هي تقييم إحساس عام حول العلامة ، وغالبا ما يتم الحكم على جودة العلامة من المنتج بواسطة عوامل موضوعية وشكلية عديدة ، بالإضافة الى بعض الإيحاءات ودرجة الرمزية الكامنة فيها . عموما يمكن ربط الجودة المدركة لعلامة ما مع ما تمثله من منافع ورموز للمستهلكين المحتملين .¹⁴

يضاف إلى ذلك بعض العوامل المرتبطة بالعلامة التي يمكن أن تكون مرتبطة بعوامل خارجية مثل السعر ، سمعة العلامة نوعية المزيج الترويجي المستخدم .

تزود هذه العوامل مجتمعة أو منفردة رجال التسويق بالأسس اللازمة التي يجب الانتباه لها عند العمل لتشكيل المدركات الحسية المرغوبة للمستهلكين حول الجودة المدركة للعلامة موضوع الاهتمام

ويمكن تقسيم العوامل التي تؤثر في الجودة المدركة للعلامة إلى :¹⁵

- العوامل الداخلية : ترتبط العوامل الداخلية بخصائص العلامة نفسها مثل الحجم ، اللون وأحيانا يربط بعض المستهلكين بين الخصائص المختلفة للعلامة ومدى جودتها .
- العوامل الخارجية : يميل المستهلكون في غياب الخبرة الفعلية عن العلامة لتقييم الجودة على أساس عدد من العوامل الخارجية منها : السعر ، سمعة نقطة البيع ، سمعة أو صورة البلد المنشأ .
- وتسمح الجودة المدركة برفع السعر ، والحصة السوقية وتعتبر دافعا للشراء ، لأنها تمثل الاختلاف الذي يسعى إليه المستهلك ، وهي بذلك ترفع من قيمة العلامة لدى المستهلكين والموزعين ، كما أنها تفتح المجال للمؤسسة من أجل توسع العلامة .

الصورة الذهنية للعلامة التجارية :

يعرف قاموس ويبستر الصورة الذهنية Image بأنها التقدير العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر ، أو هي محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة نحو شخصية معينة أو نظام ما أو فلسفة ما أو أي شيء آخر ، وهي أيضا استرجاع لما اختزنته الذاكرة أو تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو الشم أو السمع أو اللمس أو التذوق .¹⁶

ويمكن تعريفها على أنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون في أذهان الأفراد إزاء فرد معين أو نظام ما ... وقد تتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم بغض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي في النهاية تمثل دافعا صادقا بالنسبة لأصحابها ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه على أساسها.

شهرة العلامة التجارية :

عرف Aaker شهرة العلامة على أنها القدرة لأي زبون محتمل معرفة وتذكر على أن هذه العلامة موجودة وتنتمي إلى صنف معين من المنتجات .¹⁷
فالشهرة بهذا التعريف تفترض وجود شرطين أساسيين:

1-أعرف هذه العلامة.

2-أعرف لأي صنف من المنتجات تنتمي .

فحسب Aaker يمكن ترتيب درجات الشهرة في أربعة مستويات مع ملاحظة أن هذا الترتيب ليس له معنى أو أهمية إلا إذا تم تحصيله مع الزبائن الحاليين والمستهلكين المحتملين لمنتجات أو خدمات العلامة المعنية.

1-المستوى الصفر :ويناسب هذا المستوى الغياب الكلي لمعرفة العلامة .

2- المستوى الأول *Notoriété assistée* :وتناسب حالة المعرفة العادية للمستهلك بوجود هذه العلامة في السوق، أي عندما يسأل المستهلك هل تعرف العلامة س ؟ يجب بالإيجاب فقط.

3-الشهرة العفوية *Notoriété spontanée* : وهي مؤشر لوجود علامة قوية، وهي تناسب

العلامات التي يعدها المستهلك كلما طلب منه أن ينسب منتج معين لعلامة معروفة من قبله.

4-الشهرة العفوية من الدرجة الأولى (*Top of mind*) : وهي تناسب العلامات التي

يعدها المستهلك كلما طلب منه، لكن يذكرها بعفوية في المرتبة الأولى فهي بهذه الحالة أصبحت كرد فعل سريع تذكر فيه هذه العلامة، فهي أول اسم يتبادر إلى الذهن عند التنبيه .ولدينا في

المشروبات الغازية مشروب كوكاكولا أحسن مثال على هذه الدرجة من الشهرة .¹⁸

بالإضافة إلى هذه المستويات يضيف George lewi مستوى آخر (الشهرة المؤهلة)

5- الشهرة المؤهلة : Notoriété qualifiée تعني أن المستهلكين يعرفون العلامة و أهم المنتجات التي توجد تحت اسم هذه العلامة مثل العلامة BIC (أقلام، أدوات الحلاقة، قداحات...الخ) فالعلامة حسبها كانت مهمة إذا لم تكن شهرتها مؤهلة، أي يستطيع المستهلكون معرفة أهم منتجاتها، تصبح مؤشرا للابتذال ومعرضة للهرم والشيخوخة¹⁹.

الولاء للعلامة التجارية :

يذكر أياكر Aaker أن ولاء العلامة التجارية ، يعكس مجموعة من العادات الشرائية للمشتريين الراضين الملتزمين بمشاعر الارتياح تجاه العلامة التجارية ،و الذين يضيفون قيما أساسية عن طريق خفض تكاليف التسويق ، كما يجعل من الصعب على المنافسين الوصول إلى مستخدمي العلامة التجارية لأنه ليس لديهم الدافع لمعرفة المزي عن البدائل ، مما يجعل العبء كبيرا بين منافسي العلامة التجارية الناجحة ويقم الولاء للعلامة التجارية العديد من الفوائد منها :

- يخلق عوائق لدخول علامات منافسة .
- يجعل من الممكن رفع الأسعار.
- يعطي الوقت للشركة للرد على إبداعات وابتكارات المنافسين .
- يساعد على مواجهة المنافسة السعرية المكثفة .

يعتبر ديكسون Dickson الولاء للعلامة التجارية ظاهرة معقدة . أولها الولاء العاطفي ، ويبنى من خلال التجربة الفريدة التي لا تنسى والتي بدورها تخلق روابط عاطفية قوية مع العلامة التجارية . أما ولاء الهوية ، فهو يكون عندما تستخدم العلامة التجارية للتعبير عن الذات وتعزيزها . وولاء الاختلاف والتمايز ، الذي يستند ولاء المستهلك فيه على إدراك صفات وخصائص متفوقة للعلامة التجارية . أما ولاء العقود ، فيعتقد المستهلك فيه أن استمرار الولاء يكسبه معاملة خاصة . وولاء التحول المكلف ، حيث يحصل ولاء المستهلك لان ما ينطوي عليه جهده في البحث عن البائل والتكيف مع بديل جديد لا يستحق العائدات المتوقعة . أما ولاء الألفة (المألوفة) ، فهو ولاء للعلامة التجارية يحصل نتيجة وعي المستهلك الذهني بها بشكل كبير . وأخيرا ولاء الملائمة ، وهو ولاء العلامة المستند إلى ملائمتها ويسر عملية شرائها . وهذا النوع من الولاء يمكن أن يهاجم من خلال توسع المنافس في قنوات توزيع الملائمة .²⁰

المحور الرابع: مجتمع وعينة الدراسة و اختبار الفرضيات

1. مجتمع الدراسة وعينتها :

إن من بين أهم الوسائل التي يمكن من خلالها معرفة توجهات، آراء، مواقف، دوافع، وجهات نظر وسلوك زبائن أي مؤسسة تجاه منتج أو خدمة معينة، أو إعلان أو رسالة إعلانية معينة، وهذا كله حرصا من كل المؤسسة تهدف إلى تلبية رغبات زبائنهم والوصول إلى أكبر حصة سوقية، نجد الاستبيان الذي يساعد أيضا من التأكد من صحة فرضيات الدراسة المقدمة من عدمها . ومن أجل القيام بالاستبيان هناك طرق وأدوات عديدة يمكن الاعتماد عليها في ذلك كالمقابلة، المراسلة بالبريد، الهاتف، الانترنت ... الخ، لذلك وقبل الانطلاق في عملية الاستبيان وجب على متبنيها القيام بإعداد وبعبارة فائقة أهم أدوات الاستبيان وهي قائمة الأسئلة، والتي من خلالها يتم توجيه مجموعة من الأسئلة لعينة من مجتمع الدراسة المراد جمع المعلومات منه (المستقصى منهم) وذلك لغرض الإجابة عنها، لذلك فمن الضروري أن يتأكد الباحث من أن الأسئلة المختارة تتناسب وطبيعة المشكل المطروح للمعالجة والتساؤلات التي تثيرها الدراسة وأهدافها، كما أنه أثناء إعداد وتوزيع وتحليل ومناقشة نتائج الاستبيان هناك العديد من المعلومات والخطوات التي يجب تحديدها والتعرف عليها لتيسير عملية الدراسة والوصول إلى نتائج ذات مصداقية.

• مجتمع وعينة الدراسة :

كون أن الدراسة التي يتم معالجتها تتعلق بمكونات قيمة العلامة التجارية التي تشمل كل من الوعي بالعلامة و صورتها وشهرتها إضافة إلى الجودة المدركة وتأثير تغييرها على سلوك المستهلك ، فإن المجتمع المحدد للدراسة يمثل في مختلف متعاملين خط الهاتف النقال لموبيليس والذين يتواجدون بمنطقة سعيدية ، ونظرا لاتساع عدد المتعاملين لموبيليس في المنطقة والتي لا يمكن تقديرها في الوقت الحالي فقد تم الاستعانة بعينة بلغ عددها 120 فرد في بداية الأمر إلا أنها بعد عملية التوزيع والاسترجاع فقد تم الاعتماد على 100 فرد في عملية التحليل والمعالجة، وذلك نتيجة لعدم استرجاع بعض الاستبيانات الموزعة واستثناء البعض من الدراسة نتيجة وجود خلل في إجاباتهم، وقد تم تحديد الطريقة التي يمكن من خلالها العينة التي سيتم توزيع وإجراء الاستبيان عليه بالاعتماد على الطريقة غير العشوائية (غير الإحصائية)، وهذا لغياب قاعدة البيانات حول المجتمع المدروس

من جهة، ولكونها ميسرة بالنسبة للقائم بالبحث ونظراً لسهولة اختيار مفردات العينة من مجتمع الدراسة من جهة أخرى. والجدول رقم (1) يوضح ذلك.

الأساليب الإحصائية المستخدمة :

بغرض تسهيل عملية تحليل ومناقشة النتائج تم الاستعانة ببرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS 22) لمعالجة البيانات وتحليلها واستخراج نتائج الدراسة، وقد تم أيضا استخدام عدد من الأساليب الإحصائية والتي تتناسب ومتغيرات الدراسة كما يلي:

- معامل الثبات (Cronbach's Alpha) ألفا كرونباخ لقياس درجة الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان.

- التكرارات والنسب المئوية لإظهار نسب إجابات مفردات عينة الدراسة .

- المتوسطات الحسابية، لمعرفة درجة موافقة العينة المدروسة عن أسئلة الاستبيان.

- استخدام الانحرافات المعيارية، لقياس درجة تشتت قيم إجابات عينة الدراسة عن وسطها الحسابي .

- اختبار (One-Simpelt Teste) ، لمقارنة المتوسط الحسابي للإجابات .

- اختبار (T-Test) ، لمعرفة ما إذا كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الظاهرة المدروسة .

● قياس صدق وثبات أداة الدراسة :

قصد معرفة مدى جاهزية استمارات أسئلة الاستبيان لمعالجة المشكل المطروح سيتم اختبار أداة القياس من خلال دراسة معامل الاتساق الداخلي، بغرض دراسة صدق وثبات الاستبيان وهي مرحلة يراد منها تقييم الأداة المستعملة في الدراسة، حيث من بين أهم المعاملات المستعملة في ذلك نجد معامل "Cronbach's Alpha" (الفا كرونباخ) و الذي يأخذ القيمة من (0-1) والتي تعبر عن نسبة الثبات للعينة المختارة ، وقد بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ (0.941) ، وهي نسبة مرتفعة وهذا ما يبين أن إجابات أفراد عينة الدراسة تتصف بالثبات والصدق، و الجدول رقم (2) يوضح نتائج الاختبار .

• وصف البطاقة الشخصية لأفراد عينة الدراسة :

من الجدول رقم (3) يتضح لنا أن عدد الذكور أكبر من الإناث ، حيث بلغت نسبة الذكور (65.6%) مقابل (34.4 %) بالنسبة للإناث وقد يعود ذلك إلى طبيعة وطريقة عملية التوزيع الغير عشوائي، بينما السن فيظهر جليا هناك تقارب في النسب لأفراد العينة الذي يتراوح سنهم بين الـ 30-40 سنة بنسبة 31% و أفراد العينة 40-50 سنة بنسبة 30 % ،ويليها بعد ذلك الأفراد الذي يتراوح سنهم بين 20-30 سنة ب 22% ثم الفئة العمرية الأكبر سنا هم الأفراد الأكبر من 50 سنة ب نسبة 9% ،وأخيرا الفئة العمرية الأقل من 20 سنة بنسبة 8% . وهذا ما يشير إلى أن الفئة متوسطة العمر هي كانت محل الدراسة وهي أيضا الفئة المستهدفة لدى المؤسسات لتحقيق وتلبية احتياجات ورغباتها ومنه الوصول إلى الرضا والولاء لمنتجات وخدمات المؤسسة ، وفيما يخص المستوى التعليمي لعينة الدراسة فقد أظهرت النتائج أن أفراد العينة لحاملي شهادات الجامعية و ذوي المستوى الثانوي و وشهادات الدراسات العليا سواء من الكوادر والإطارات أو موظفين أو أصحاب مهن الحرة ، وذلك بنسب (60%، 14%، 7%) على الترتيب ، وهذا ما يؤكد غالبية أفراد عينة الدراسة من حملة الشهادات الجامعية وهذا ما يشير إلى أن العينة تمتلك مؤهلات علمية تساعد الدراسة في تحقيق أهدافها ، ومن نتائج الجدول يتبين لنا بأن الدخل الشهري لغالبية أفراد العينة متنوع حسب الاختيارات التي تم تقديمها وهي تتراوح بين 12% و 27% وعليه فالدراسة قد شملت مختلف الاختيارات وهذا ما سيساعد على أخذ جميع أفراد العينة حسب دخلهم بعين الاعتبار في تحقيق أهداف الدراسة.

المحور الرابع: نتائج اختبار الفرضيات وأهم الاستنتاجات

اختبار فرضيات الدراسة : بعد عملية جمع وتفرغ وتحليل نتائج الاستبيان سيتم اختبار فرضيات الدراسة من خلال قبول أو رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة ، علما أن مجال الثقة المعتمد في الدراسة هو 95%، وبناءا عليه فالفرضيات هي :

- قبول فرضية العدم H_0 إذا كان مستوى الدلالة الإحصائية أكبر من (0.05) .
- رفض فرضية العدم H_0 ، وقبول الفرضية البديلة H_1 إذا كان مستوى الدلالة الإحصائية أقل أو يساوي (0.05) .

اختبار الفرضية الأولى : التي مفادها انه لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال الوعي بالعلامة على سلوك المستهلك الجزائري، وبناءا عليه ومن خلال عملية التفريغ والتحليل لنتائج الاستبيان والتي تم توضيحها في الجدول رقم (4) يتبين لنا أن أجوبة أفراد عينة الدراسة للفقرات المتعلقة بالفرضية الأولى (من الفقرة 01 الى الفقرة 04) ذات مستوى دلالة اقل من 0.05، بمعنى أنها ذات دلالة إحصائية والتي احتلت فيها الفقرة الثانية المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر ب 4.15 و انحراف معياري يساوي 0.7961، في حين بلغ اقل متوسط حسابي في هذه 3.61 وانحراف معياري يقدر ب 1.100 والذي يتعلق بالفقر الرابعة ، كما نلاحظ أن المتوسط الحسابي لفقرات الفرضية الأولى ككل قدر ب (3.8375) وبانحراف معياري يساوي (0.77637)، وإذا ما تم تتبع نتائج اختبار t (One-sample test) والمبينة في الجدول رقم (4) والتي تشير إلى أن النتائج المقدمة من طرف عينة الدراسة على فقرات الفرضية ذات دلالة إحصائية، وهذا نتيجة لقيمة t المقدرة ب : 10.787 وبمستوى دلالة يساوي (0.000) وهو اقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، وبناءا عليه فإن أفراد عينة الدراسة يرون بأنه يوجد اثر من خلال الوعي بالعلامة على سلوك المستهلك الجزائري .

ومنه سيتم رفض فرضية العدم H_0 القائلة بأنه لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال الوعي بالعلامة على سلوك المستهلك الجزائري ، وقبول الفرضية البديلة التي تشير إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال الوعي بالعلامة على سلوك المستهلك الجزائري. ومنه نستنتج أن المستهلك الجزائري لديه وعي بالعلامة موبيليس حيث أنها مميزة ومألوفة بين مختلف المستهلكين .

اختبار الفرضية الثانية : التي تشير إلى أنه لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال صورة العلامة على سلوك المستهلك الجزائري ، وبناءا عليه ومن خلال عملية التفريغ والتحليل لنتائج الاستبيان والتي تم توضيحها في الجدول رقم (4) يتبين لنا أن أجوبة أفراد عينة الدراسة للفقرات المتعلقة بالفرضية الثانية (من الفقرة 05 الى الفقرة 10) ذات مستوى دلالة اقل من 0.05 ، بمعنى أنها ذات دلالة إحصائية والتي احتلت فيها الفقرة الخامسة المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر ب 3.72 و انحراف معياري يساوي 1.045، في حين بلغ اقل متوسط حسابي في هذه 3.34 وانحراف معياري يقدر ب 1.183 والذي يتعلق بالفقر العاشرة ، كما نلاحظ أن المتوسط

الحسابي لفقرات الفرضية الثانية ككل قدر ب (3.5283) وبانحراف معياري يساوي (0.775361) ، وإذا ما تم تتبع نتائج اختبار t (One-sample test) والمبينة في الجدول رقم (4) والتي تشير إلى أن النتائج المقدمة من طرف عينة الدراسة على فقرات الفرضية ذات دلالة إحصائية، وهذا نتيجة لقيمة t المقدرة ب (7.011) وبمستوى دلالة يساوي (0.000) وهو اقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، وبناءا عليه فإن أفراد عينة الدراسة يرون بأنه يوجد اثر من خلال صورة العلامة على سلوك المستهلك الجزائري .

ومنه سيتم رفض فرضية العدم H_0 القائلة بأنه لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال صورة العلامة على سلوك المستهلك الجزائري ، وقبول الفرضية البديلة التي تشير إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال صورة العلامة على سلوك المستهلك الجزائري. ومنه نستنتج أن المستهلك الجزائري تشكل لديه صورة ذهنية قوية حول العلامة موبيليس إضافة أنه توجد لدى المستهلك انطباعات ايجابية حول العاملين في شركة الاتصالات موبيليس .

اختبار الفرضية الثالثة: التي مفادها إلى انه لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال الجودة المدركة للعلامة التجارية على سلوك المستهلك الجزائري ، وبناءا عليه ومن خلال عملية التفرغ والتحليل لنتائج الاستبيان والتي تم توضيحها في الجدول رقم (4) يتبين لنا أن أجوبة أفراد عينة الدراسة للفقرات المتعلقة بالفرضية الثالثة (من الفقرة 11 الى الفقرة 19) ذات مستوى دلالة اقل من 0.05، بمعنى أنها ذات دلالة إحصائية والتي احتلت فيها الفقرة 17 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر ب 3.76 و انحراف معياري يساوي 1.156، في حين بلغ اقل متوسط حسابي في هذه 3.07 وانحراف معياري يقدر ب 1.121 والذي يتعلق بالفقر 12 ، كما نلاحظ أن المتوسط الحسابي لفقرات الفرضية الثالثة ككل قُدر ب (3.3889) وبانحراف معياري يساوي (0.80162) ، وإذا ما تم تتبع نتائج اختبار t (One-sample test) والتي تشير إلى أن النتائج المقدمة من طرف عينة الدراسة على فقرات الفرضية ذات دلالة إحصائية، وهذا نتيجة لقيمة t المقدرة ب (4.851) وبمستوى دلالة يساوي (0.000) وهو اقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، وبناءا عليه فإن أفراد عينة الدراسة يرون بأنه يوجد اثر من خلال الجودة المدركة للعلامة التجارية موبيليس على سلوك المستهلك الجزائري. ومنه سيتم أيضا رفض فرضية

العدم H_0 القائلة بأنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال الجودة المدركة للعلامة التجارية على سلوك المستهلك الجزائري ، وقبول الفرضية البديلة التي تشير إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال الجودة المدركة للعلامة موبيليس على سلوك المستهلك الجزائري. ومنه نستنتج أن المستهلك الجزائري يعتبر ان العلامة موبيليس ذات جودة عالية وهي تلبي جميع توقعاته ، إضافة إلى أن العاملين في شركة الاتصالات موبيليس على مستوى عال من الكفاءة والخبرة .

اختبار الفرضية الرابعة: التي تشير إلى انه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال شهرة العلامة على سلوك المستهلك الجزائري ، وبناءا عليه ومن خلال الجدول رقم (4) يتبين لنا أن أجوبة أفراد عينة الدراسة لل فقرات المتعلقة بالفرضية الرابعة (من الفقرة 20 الى الفقرة 23) ذات مستوى دلالة اقل من 0.05، بمعنى أنها ذات دلالة إحصائية والتي احتلت فيها الفقرة 23 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر ب 3.52 و انحراف معياري يساوي 1.010، في حين بلغ اقل متوسط حسابي في الفقرة 22 حيث قدر ب 3.34 وانحراف معياري ب 1.183 ، كما نلاحظ أن المتوسط الحسابي لفقرات الفرضية الرابعة ككل قُدِّر ب (3.4050) وبانحراف معياري يساوي (0.93053)، وإذا ما تم تتبع نتائج اختبار t (One-sample test) والتي تشير إلى أن النتائج المقدمة من طرف عينة الدراسة على فقرات الفرضية ذات دلالة إحصائية، وهذا نتيجة لقيمة t المقدرة ب : (4.352) وبمستوى دلالة يساوي (0.000) وهو اقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، وبناءا عليه فإن أفراد عينة الدراسة يرون بأنه يوجد أثر من خلال شهرة العلامة على سلوك المستهلك الجزائري.

ومنه سيتم كذلك رفض فرضية العدم H_0 القائلة بأنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال شهرة العلامة على سلوك المستهلك الجزائري ، وقبول الفرضية البديلة التي تشير إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال شهرة العلامة على سلوك المستهلك الجزائري. ومنه نستنتج أن سمعة العلامة موبيليس وشهرتها ساهما في تمييزها عن باقي العلامات المنافسة .

اختبار الفرضية الخامسة : التي مفادها انه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال الولاء للعلامة موبيليس على سلوك المستهلك الجزائري ، وبناءا عليه الجدول رقم

(4) يتبين لنا أن أجوبة أفراد عينة الدراسة للفقرات المتعلقة بالفرضية الخامسة (من الفقرة 24 إلى الفقرة 29) ذات مستوى دلالة اقل من 0.05، بمعنى أنها ذات دلالة إحصائية والتي احتلت فيها الفقرة 24 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدر ب 3.65 و انحراف معياري يساوي 1.029، في حين بلغ اقل متوسط حسابي في الفقرة 27 والذي قدر ب 3.34 وانحراف معياري 1.183 ، كما نلاحظ أن المتوسط الحسابي لفقرات الفرضية الخامسة ككل قُدِّر ب (3.3400) وبانحراف معياري يساوي (0.87998)، وإذا ما تم تتبع نتائج اختبار t (One-sample test) والمبينة في الجدول رقم (4) والتي تشير إلى أن النتائج المقدمة من طرف عينة الدراسة على فقرات الفرضية ذات دلالة إحصائية، وهذا نتيجة لقيمة t المقدرة ب (3.864) وبمستوى دلالة يساوي (0.000) وهو اقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، وبناء عليه فإن أفراد عينة الدراسة يرون بأنه يوجد اثر من خلال الولاء للعلامة موبيليس على سلوك المستهلك الجزائري .

ومنه سيتم أيضا رفض فرضية العدم H_0 القائلة بأنه لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال الولاء للعلامة موبيليس على سلوك المستهلك الجزائري ، وقبول الفرضية البديلة التي تشير إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لقيمة العلامة التجارية من خلال الولاء للعلامة موبيليس على سلوك المستهلك الجزائري. ومنه نستنتج أن المستهلك الجزائري راض عن الخدمات المقدمة في شركة الاتصالات موبيليس وانه سيضل يستخدم العلامة موبيليس حتى لو توفرت نفس الخدمات في العلامات المنافسة .

الخاتمة:

انطلاقا من الدراسة التي تم القيام بها والتي تركز في المقام الأول إلى تقديم قراءة حول دراسة أهم مكونات قيمة العلامة التي تشمل كل من الوعي بالعلامة و صورتها وشهرتها إضافة إلى الجودة المدركة والولاء ، وكيف تأثر على سلوك المستهلك الجزائري ، وقد تم أخذ متعاملين العلامة التجارية لخدمات متعامل الهاتف النقال موبيليس أين تم تقديم دراسة تفصيلية لتحديد ومعرفة آراء عينة الدراسة حول العلامة التجارية موبيليس وأهم العوامل المؤثرة في بناء قيمتها ، لذا كانت هذه الدراسة التي تم القيام بها عن طريق تصميم وإعداد استبيان وجه لعينة من الزبائن المتعاملين في خدمات خطوط الهاتف النقال موبيليس بمنطقة سعيدة ، وقد تمت دراسة وتحليل الاستبيان بغرض

الإجابة على الإشكالية واختبار الفرضيات الخاصة بالدراسة والتي قد تم سردها سابقاً، من خلال ذلك يمكن عرض وتقديم بعض التوصيات والموضحة كما يلي:

التوصيات:

بناءً على أهداف البحث وأدبياته ونتائج التحليل الإحصائي، فإن هناك مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تأخذ بها الشركات التي لديها علامات تجارية مميزة، وفيما يأتي أهم التوصيات:

1. التركيز على العلامة التجارية كأحد أهم مصادر التميز في الشركة في أذهان العملاء، التي يمكن أن تكون أحد أهم الأصول غير الملموسة لديها.

2. إن العلامة التجارية هي أحد الركائز المهمة لنظرية الموارد التي تشكل مصدرًا مهمًا لتحقيق ميزة التنافسية. وعليه فإن تشابه المنتجات ووظائفها المختلفة تجعل حاجة الشركات المنتجة أكبر إلى بناء العلامات التجارية المميزة والحفاظ عليها.

3. أن تعد الشركات رضا العملاء عن علاماتها التجارية أحد الركائز الأساسية لقياس رضى العملاء على نحو دوري ومستمر، مما يعمل على تحسين موقعها وتعزيزه في أذهان العملاء على نحو مستمر.

4. الاهتمام بمكونات قيمة العلامة التجارية الخمسة، وهي: (الوعي بالعلامة، والجودة المدركة للعلامة، صورة العلامة، شهرة العلامة، الولاء للعلامة)، حيث إن هذه المكونات الخمسة تلعب دورًا جوهريًا في اتخاذ القرار الشرائي لدى العميل، وبالتالي التأثير في رضاه.

5. العمل على تعزيز المستمر لثقة العميل بالعلامة التجارية كونها أحد الركائز التي تؤثر في رضاه وقد تؤثر في نوايا الشراء المستقبلية لديه؛ وذلك لأن رضى العميل عن هذه الناحية هي حالة مستمرة بحاجة إلى تعزيز مستمر.

ملحق الجداول والأشكال البيانية :

الجدول رقم 1 : عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة والقابلة للمعالجة

البيان	أفراد العينة	النسبة
الاستبيانات الموزعة	120	%100
الاستبيانات المسترجدة	109	90%
الاستبيانات القابلة للمعالجة	100	83%

المصدر: من إعداد الباحثين

الجدول رقم 2: نتائج اختبار معامل الفاكرونباخ لاستبيان الدراسة

عدد فقرات الاستبيان	قيمة معامل الثبات الفاكرونباخ	
29	0.941	الاستبيان

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على التحليل الإحصائي لنتائج الاستبيان باستخدام برنامج

spss

الجدول رقم 3 :توزيع أفراد عينة المستهلكين حسب الجنس، المستوى التعليمي ، السن ، الدخل.

المتغير الديمغرافي	الفئة	التكرارات	النسبة	المتغير الديمغرافي	الفئة	التكرارات	النسبة		
الجنس	ذكر	66	65.6 %	السن	أقل من 20 سنة	8	8%		
	انثى	34	34.4 %		من 20 - أقل من 30سنة	22	22%		
		المجموع	100		100 %	من 30- أقل من 40سنة	31	31%	
			إبتدائي وأقل		3	3%	من 40 - أقل من 50 سنة	30	30%
					6	6%	أكثر من 50سنة	9	9%
	14	14%	المجموع		100	100 %			
المستوى التعليمي	ثانوي	14	14%	الدخل	أقل من 18000 دج	17	17%		
	جامعي	60	60%		من 18000 دج-اقل من 36000 دج	23	23%		
	دراسات عليا	7	7%		من 36000 دج-اقل من 54000 دج	27	27%		
		المجموع	100		100%	من 54000 دج-اقل من 72000 دج	21	21%	
			100		100%	أكثر من 72000 دج	12	12%	
	100	100%	المجموع		100	100 %			

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على التحليل الإحصائي لنتائج الاستبيان باستخدام برنامج

spss

الجدول رقم 4: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار t لإجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبيان.

رقم الفقرة	محتوى الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار One-sample test t		
				قيمة الاختبار = 02	قيمة t	df
				sig		
01	عندما أفكر في مؤسسة الاتصالات يتبادر في ذهني العلامة موبيليس التي أفضّلها .	3.74	1.079	0.000	16.127	99
02	العلامة موبيليس مألوفة بين الناس.	4.15	0.796	0.000	27.005	99
03	أستطيع تمييز العلامة موبيليس التي أفضّلها بسهولة .	3.85	1.077	0.000	17.184	99
04	لدي ألفة كبيرة لاسم العلامة موبيليس التي أفضّلها.	3.61	1.100	0.000	14.636	99
	النتيجة الإجمالية للفرضية الأولى	3.8375	0.77637	0.000	10.787	99
05	تشكل الصورة الذهنية التي أحملها للعلامة موبيليس دافعا قويا للتعامل معها .	3.72	1.045	0.000	16.456	99
06	في ذهني مجموعة من الانطباعات الإيجابية عن العاملين في شركة الاتصالات موبيليس.	3.51	0.948	0.000	15.927	99
07	عندما أفكر في شركة اتصالات موبيليس يتبادر في ذهني جودة خدماتها .	3.68	1.062	0.000	15.812	99
08	تتفرد العلامة موبيليس بمزايا وصفات غير متوفرة في العلامات المنافسة .	3.44	1.192	0.000	12.082	99
09	خصائص الخدمة التي تقدمها شركة الاتصالات موبيليس تتوافق مع الصورة الذهنية التي أحملها لها.	3.48	1.030	0.000	14.374	99
10	لدي قناعة أن العلامة موبيليس التي أفضّلها تقدم خدمات مختلفة عن غيرها .	3.34	1.183	0.000	11.332	99
	النتيجة الإجمالية للفرضية الثانية	3.5283	0.75361	0.000	7.011	99
11	مقارنة مع العلامات الأخرى أعتبر أن علامة موبيليس التي أفضّلها ذات جودة عالية.	3.41	1.198	0.000	11.765	99
12	تلي العلامة موبيليس التي أفضّلها جميع توقعاتي.	3.07	1.121	0.000	9.541	99
13	أعتبر العلامة موبيليس التي أفضّلها الأحسن أداء بين العلامات المنافسة.	3.49	1.133	0.000	13.156	99
14	العاملون في شركة الاتصالات موبيليس على مستوى عال من الكفاءة والخبرة.	3.49	1.152	0.000	10.330	99
15	تم عملية تقديم الخدمة في شركة الاتصالات موبيليس بالدقة وبدون أخطاء .	3.16	1.143	0.000	10.145	99
16	إذا وقعت في أخطاء يهتم العاملون بإصلاحها بسرعة .	3.34	1.148	0.000	11.674	99
17	يتميز العاملون في شركة الاتصالات بالنظافة والترتيب .	3.76	1.156	0.000	15.228	99
18	يستخدم العاملون في شركة الاتصالات موبيليس عبارات لبقة ومؤدبة.	3.67	1.155	0.000	14.457	99
19	العاملون في شركة الاتصالات موبيليس على مستوى عال من التفهم لحاجات العملاء.	3.41	1.181	0.000	11.934	99
	النتيجة الإجمالية للفرضية الثالثة	3.3889	0.80162	0.000	4.851	99
20	السبب الأول الذي دفعني لاختيار التعامل مع العلامة موبيليس هو شكل إعلاناتها وشهرتها .	3.43	1.183	0.000	12.090	99

21	أسهمت شهرة العلامة موبيليس التي أفضّلها في تميزها عن بقية العلامات المنافسة.	3.40	1.082	12.934	99	0.000
22	أسهم اسم العلامة موبيليس في تعزيز قطاعي خدماتها .	3.27	1.100	11.549	99	0.000
23	أسهمت السمعة الطيبة للعلامة موبيليس التي أفضّلها في تحسين صورتها .	3.52	1.010	15.052	99	0.000
	النتيجة الإجمالية للفرضية الرابعة	3.4050	0.93053	4.352	99	0.000
24	أنا راض عن الخدمات المقدمة من العلامة موبيليس .	3.65	1.029	16.041	99	0.000
25	استخدم العلامة موبيليس التي أفضّلها حتى لو توفرت نفس الخدمات في العلامات المنافسة.	3.49	1.176	12.667	99	0.000
26	سأكون دائما راض في اختيار المنتجات الجديدة المعروضة من طرف العلامة موبيليس .	3.47	1.077	13.644	99	0.000
27	أفضل شراء العلامة موبيليس حتى وإن كانت هناك علامات أحسن منها .	2.97	1.322	7.340	99	0.000
28	تتمنّي العلامة موبيليس شعورا بالأمان .	3.29	1.113	11.593	99	0.000
29	اختياري للعلامة موبيليس والتعامل معها كان سببا في ثقتي بنفسي .	3.17	1.288	9.087	99	0.000
	النتيجة الإجمالية للفرضية الخامسة	3.3400	0.87998	3.864	99	0.000

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على التحليل الإحصائي لنتائج الاستبيان باستخدام برنامج spss

قائمة الهوامش و المراجع :

1. Kotler, Ph., 1997, Marketing Management. 9th Edition , Prentice Hall Inc, USA, p 443 .
2. Lamaraque Caroline Ollivier, Isabelle Herbert & Marc Carpentier, (2001), Brandidentity management in context of global brands: The contribution of qualitativeresearch , European Society for Opinion and Marketing Research, October. Amsterdam, The Netherlands , P 04 .
3. Keller Kevin Lane, 2003, Strategic brand management: building , measuring, and managing brand equity, Second Edition, Upper Saddle River, NY: Prentice Hall P 04.
4. قارة سليمان محمد خليل ، تزويد العلامة التجارية في التعاملات المبرمة عبر الانترنت ، الملتقى العلمي الدولي خامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية ، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان .
5. Keller, K. (2008), Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity, Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ. P 40 .
6. فاتح مجاهدي ، دراسة تأثير الاتجاهات نحو بلد منشأ المنتج وعلامته التجارية على تقييم المستهلك الجزائري للمنتجات المحلية والأجنبية . دراسة ميدانية للمنتجات الالكترونية والمشروبات ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم التسيير جامعة الجزائر 3 ، 2010-2011، ص51.
7. Ryder, R. (2006). Trademarks, Advertising and Brand Protection, Macmillan India Murphy.p 39.
8. Keller, K. (2008), Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity, Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.p 59 .
9. Kotler, P., and Keller, K. (2006), Marketing Management, 12th ed., Pearson/Prentice-Hall, Upper Saddle River, 278 .
10. Ryder, R. (2006). Trademarks, Advertising and Brand Protection, Macmillan India Murphy.p23.
11. Berry, L., (2000) "Cultivating Service Brand Equity." Journal of the Academy of Marketing Science, vol. 28, no. 1, p. 128 .
12. Aaker, D., (1996), Building Strong Brands. Free Press: New York . p 07 .
13. Aaker, D., (1996), Building Strong Brands. Op,cit . p 14.
14. محمد إبراهيم عبيدات ، سلوك المستهلك مدخل استراتيجي ، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر والطباعة ، الأردن ، 2001 ، ص180.

15. بوداود حميدة ، مذكرة ماجستير بعنوان : اثر إدراك صورة العلامة على سلوك المستهلك دراسة حالة علامة SIM مؤسسة المطحنة الصناعية للمنتيجة ،مرجع سابق ، ص 48 .
16. ميسون محمد قطب و فاتن فاروق عتريس، الصورة الذهنية للعلامات التجارية بين العولمة وتحديات العصر، بحث مقدم إلى مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر بمصر 2007 م ، ص 03 .
17. وهاب محمد ، تقييم صورة المؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك دراسة حالة (مؤسسة بريد الجزائر)، مذكرة ماجستير ، جامعة الجزائر 2005-2006، ص 54.
18. Barrere Carole, Delage Stephanie Hirigoyen Sophie, Vhaldeborde François, « le capital marque »,MSE 2002/2003,Maitrise, P.8
19. George lewi, « la marque », ed. librairie vuibert1999, P. 97
- 20.Aaker, D., (1996), Building Strong Brands. Op,cit . p 36.

السكان والتغيرات الديموغرافية وأثرها على المتغيرات الاقتصادية الكلية في الاقتصاد الليبي (دراسة تحليلية)

د.خالد علي العجيلي المحجوبي

باحث بمركز الدراسات الإستراتيجية و الدبلوماسية - باريس

ملخص:

يعتبر موضوع السكان والتغيرات الديموغرافية وأثرها على التنمية الاقتصادية من ضمن المواضيع ذات الأهمية الكبيرة لكل بلدان العالم، وخاصة بالنسبة لتلك السائرة في طريق النمو و التي تصنف ليبيا من ضمنها، فالسكان والتغيرات الديموغرافية ترتبط بعلاقات مباشرة وغير مباشرة بالتنمية الاقتصادية، إذ يعتبر النمو السكاني أحد عوامل تحقيق التنمية الاقتصادية إذا ما توافق مع درجة عالية من الاهتمام بالبرامج التعليمية والصحية والبنية الأساسية.

إن قياس أثر السكان والتغيرات الديموغرافية على التنمية الاقتصادية يأخذ أهمية بالغة في الدراسات الاقتصادية وهو ما نحاول الخوض فيه، حيث نناقش أثر السكان والتغيرات الديموغرافية على المتغيرات الاقتصادية الكلية، ثم نتطرق إلى تطور السكان والقوى العاملة في ليبيا.

نستخدم في هذه الورقة المنهج الوصفي التحليلي الذي من خلاله يتم الإجابة على التساؤلات الواردة بمشكلة الدراسة، وتتضمن الخاتمة مجموعة من النتائج والتوصيات.

الكلمات المفتاحية: السكان والتغيرات الديموغرافية، التنمية الاقتصادية، البنية الأساسية، ليبيا.

Abstract :

The subject of population and demographic changes and their impact on the economic development is considered one of the subjects of great importance to all the countries of the world, particularly the developing countries, among which Libya. In fact, population and demographic changes are linked to direct and indirect relations with economic development. For, population growth is one of the factors of economic development if it accords with a high degree of interest in education, health and infrastructure programs.

The measurement of the impact of population and demographic changes on the economic development takes a great importance in economic studies, which we are trying to handle, as we discuss the impact of population and

demographic changes on the macroeconomic variables, then we address the evolution of population and the working forces in Libya.

In this paper, we use the analytical descriptive method by which the questions of the study problems are answered. The conclusion includes a set of results and recommendations.

Key-words: Population and demographic variables, economic development, infrastructure, Libya.

مقدمة:

اهتم العديد من العلماء والباحثين بالعلاقة بين المتغيرات الديموغرافية والمتغيرات الاقتصادية، وغُفدت العديد من المؤتمرات والندوات العلمية الدولية والمحلية في هذا الشأن. كما أولت العديد من التقارير الإقليمية والدولية جانبا مهما لهذه المواضيع.

وتاريخيا عرف الصينيون القدامى تفضيلهم للزيادات السكانية بشرط عدم إخلالها بالتوازن بين عدد السكان والمساحة المتوفرة من الأراضي الزراعية، وهو ما اتفق لاحقا مع قانون تناقص الغلة في النظرية الاقتصادية.

وعندما عقد المؤتمر العالمي للسكان في عام 1974 في بوخارست، خلص المؤتمر إلى إستراتيجية عمل تدعو الدول المتقدمة إلى إعطاء أولوية أساسية لبرامج تنظيم الأسرة للسيطرة على النمو السكاني، الذي اعتبر في ذلك الوقت بمثابة الخطر الأكبر الذي يهدد التنمية الاقتصادية، إلا انه في عام 1984 عندما عقد المؤتمر العالمي للسكان في المكسيك، خرجت الولايات المتحدة بفكرة جديدة تختلف عن تلك الفكرة التي تبنتها دول العالم في مؤتمر بوخارست عام 1974، حيث رأت الولايات المتحدة أن النمو السكاني ليس بالضرورة أمراً سيئاً، وأن المناخ الاقتصادي الحر هو المكون السحري لكل من التنمية الاقتصادية والتحكم في الخصوبة. بالرغم من أن العالم كان متفق على وجهة النظر القائلة بأن النمو السكاني يعد عاملاً مقيداً للتنمية الاقتصادية في مؤتمر بوخارست، إلا انه في عام 1984 كان هناك شبه إجماع حول وجهة النظر الأمريكية، التي تقول أن القضيتين (النمو الديموغرافي والتنمية) ليس متناقضتان بهذه الصورة.

التغير الديموغرافي يؤثر على الدخل من خلال الآثار غير المباشرة على القيمة المضافة التي تكون في مجموعها الناتج المحلي الإجمالي للدولة، كما أن التغيرات الديموغرافية تؤثر بشكل مباشر على السلوك الادخاري والاستثماري للسكان، مما ينعكس على عرض العمل والدخل.

إن زيادة معدلات النمو الديموغرافي تؤدي إلى زيادة حجم الإنفاق الرأسمالي للحكومة، وبالتالي زيادة تراكم رأس المال في القطاعات الخدمية العامة مثل الصحة والتعليم، حيث ترتبط نوعية وجود هذه الاستثمارات بمعدلات الدخل العام في الدولة، الذي يؤثر بدوره في كل من معدلات الخصوبة ومعدلات الوفيات إما سلباً أو إيجاباً.

إن آثار المتغيرات الديموغرافية على المتغيرات الاقتصادية الكلية متعددة ومتغيرة ومتشعبة، وهي آثار مباشرة وغير مباشرة، منها ما يمكن ملاحظته في الأجل القصير ومنها ما يتعذر ملاحظته إلا في الأجل الطويل، إذ يرى المهتمين بهذه الموضوعات أن النمو الديموغرافي محفز للنمو الاقتصادي وللعديد من المتغيرات الاقتصادية الأخرى.

وانطلاقاً مما سبق يمكن صياغة إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

ما هو أثر السكان والتغيرات الديموغرافية على المتغيرات الاقتصادية الكلية في الاقتصاد الليبي؟

ولإجابة على هذه الإشكالية سنتناول الموضوع من خلال العناصر التالية:

أولاً- السكان والتغيرات الديموغرافية وأثرها على المتغيرات الاقتصادية.

ثانياً- السكان والتغير الديموغرافي والتنمية الاقتصادية في ليبيا.

ثالثاً- العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية والمتغيرات الاقتصادية الكلية في ليبيا.

رابعاً- تطور السكان والقوي العاملة في ليبيا ونسبة مشاركتها.

أولاً - السكان والتغيرات الديموغرافية وأثرها على المتغيرات الاقتصادية:

1- **النمو السكاني يحفز النمو الاقتصادي:** يرى الكاتب الانجليزي وليام تابيل أن الدولة القليلة السكان يحصل رعاياها على غذائهم دون صعوبة وهو ما يطبعهم بطابع الكسل، في حين ان الدولة الكثيفة السكان تبث في نفوس رعاياها النشاط والكفاح من أجل البقاء²، وهو ما يعني تحفيز النمو ومن ثم زيادة النمو الاقتصادي، حيث يرى أنصار هذه الفكرة أن النمو السكاني يساهم في النمو الاقتصادي من خلال عدد من المتغيرات منها ما يلي:

- النمو السكاني المتسارع يساهم في تحفيز التطور التكنولوجي والابتكار.
- النمو السكاني يؤدي إلى زيادة استفادة الدولة من اقتصاديات الحجم الكبير.
- النمو السكاني يؤدي إلى حظ أوفر في عدد المبدعين والعباقرة وذوي القدرات الاستثنائية القادرين على إحداث التحولات المستقبلية المرغوبة.

كما يرى البعض أن حجم السكان الكبير في دولة ما يشكل عاملاً من عوامل التطور الاقتصادي والاجتماعي لهذه الدولة بما في ذلك مشاركتها في تقسيم العمل الدولي³.

2- **النمو السكاني لا يساهم في النمو الاقتصادي:** يرى الاقتصادي الشهير آدم سميث أن السكان يتزايدون دائماً إلى الحد الذي يهبط بمستوى المعيشة إلى الكفاف⁴، أي أن زيادة عدد السكان بعد حد معين يؤدي إلى انخفاض مستوى المعيشة. كما يرى مالتوس أن النمو الدائم في الدخل لا يمكن الوصول إليه. فيما يعمل التقدم التكنولوجي إلى خلق زيادة في الدخل لفترة قصيرة ويدفع النمو السكاني نحو الزيادة، مما يشكل ضغطاً على الموارد المتاحة.

إن ما مرت به الدول الأوروبية من انخفاض في عدد السكان وتطورات اقتصادية مختلفة خلال العقود الأخيرة، هو ما وضع علامات الاستفهام على هذه المدرسة وادخلها إلى موضع الشك، حيث أخذت الدول الأوروبية في اجتذاب العمالة من الخارج وهو ما يعد ابلغ دليل على قصور هذه

¹ - <http://www.escwa.un.org/information/publications/edit/upload/SDD-2005-5-a.pdf>

² - <http://www.onefd.edu.dz/infpe/2MEF/cours-Pdf-2mef/Env1/Geo/L2-ENV1-GEO.pdf>

³ - د. عارف دليله، بحث في الاقتصاد السياسي للتخلف والتقدم والنظام العالمي، دار الطليعة، بيروت، 1987،

⁴ - <http://www.onefd.edu.dz/infpe/2MEF/cours-Pdf-2mef/Env1/Geo/L2-ENV1-GEO.pdf>

الفكرة، ونتيجة لذلك أصبحت الدول الأوروبية لا تعبر هذا النموذج أي اهتمام، إلا أن العديد من الدول النامية لازالت تهتم به وتعتمده في تخطيطها.

3- حياد الأثر السكاني: العديد من الدراسات التي تفترض ثبات العوامل الأخرى وجدت أن نسبة النمو السكاني ليس لها أي أثر معنوي على النمو الاقتصادي، وهو ما أدى إلى إهمال الدراسات السكانية في العديد من الدول النامية والمنظمات الدولية، حيث اعتبرت أن أثر العوامل الديموغرافية غير واضح التأثير على النمو الاقتصادي، إلا أنه من خلال ما أثبت حديثاً يوضح أن ما افقد النمو السكاني أهميته في الدراسات الاقتصادية القياسية هو الاعتماد على معدل التغير السنوي في عدد السكان فقط، وإنما يجب الاعتماد على متغيرات ديموغرافية أخرى أكثر تفصيلاً، مثل التوزيع العمري للسكان وخاصة فئة الداخلين الجدد إلى سوق العمل أو المتوقع دخولهم في المستقبل القريب وبالتالي يجب أخذ عامل الزمن في الحسبان.

عندما تم إدخال هذه المتغيرات تحت عملية القياس، جاءت النتائج مختلفة عن السابقة، وتم إثبات أن نمو فئة السكان النشطين اقتصادياً يمكن أن يساهم في تعزيز النمو الاقتصادي.

توضح بعض الدراسات القياسية أن أثر النمو السكاني على النمو الاقتصادي يوصف بأنه آني ومرحلي، حيث يكون له مفعول إيجابياً عند نمو فئتي السكان الميعلين والمعالين باتجاهات مختلفة. كما تظهر بعض الدراسات تخوفاً من نوع آخر يرتبط بزيادة متوسط العمر المتوقع في فترة التحول الديموغرافي مع ما يرافق هذه الزيادة من ضغط على أرصدة الضمان الاجتماعي وزيادة حجم الفئة المعالة من السكان بفعل ازدياد فئة كبار السن، إلا أن الخدمات الصحية المتطورة جعلت الكثير ممن وصلوا سن التقاعد قادرين على الاستمرار في العمل والإنتاج وتحقيق انجازات كبيرة على المستوى الاقتصادي.

ثانياً- السكان والتغير الديموغرافي والتنمية الاقتصادية في ليبيا:

تعتبر ليبيا دولة ذات حجم سكاني قليل ولها معدلات دخل مرتفعة، حيث يرتفع مستوى الدخل الفردي بها ومرد ذلك الارتفاع إلى الثروة النفطية التي تشكل المصدر الرئيسي للدخل، وتمتلك ليبيا موقعا جغرافيا متميزا بامتلاكها لأطول ساحل على الحوض الجنوبي للبحر الأبيض المتوسط (ما يقارب من 2000 كم) وتعمقها في الصحراء بما يزيد عن (1000 كم) الأمر الذي يعطيها صفة

التنوع المناخي، كما تتوفر بها مصادر الطاقة من نفط وغاز وكذلك هي بلد غني بمصادر الطاقة الجديدة (الطاقة الشمسية).

عند استقلال ليبيا في عام 1951 بلغ عدد السكان قرابة المليون نسمة، توزعوا بين الحضر والريف بنسبة 20%، 80% على التوالي، مع اكتشاف النفط في مطلع الستينات وبداية تصديره حصلت تغيرات ديموغرافية أدت في محصلتها النهائية إلى نمو عدد السكان⁵، وتزامن ذلك مع نمو حجم القوى العاملة، وبدأت عملية الانتقال من الريف إلى المدن، وبدأ نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي اتجاهه نحو النمو، وتوسع دور الدولة على صعيد الاستخدام والاستهلاك وأخذت رؤوس الأموال والأيدي العاملة الأجنبية في التدفق إلى ليبيا.

وبعد اختيار أسعار النفط العالمية في منتصف الثمانينات وما تبعه من تدهور اقتصادي، تراجع النمو الاقتصادي وتدهورت القيمة الفعلية للأجور وتضاعف معدل البطالة، خاصة بعد سيطرة القطاع العام وسيطرة الدولة على النشاط الاقتصادي وتراجع خلق فرص العمل.

وانخفض معدل الخصوبة⁶ من 7.8 عام 1980 إلى 6.6 عام 1985 ثم إلى 5.0 عام 1990 وانخفض إلى 3.7 في عام 1995 ثم إلى 3.1 في عام 2000 واستمر في الانخفاض حتى وصل إلى 2.8 في عام 2005 و 2.5 في عام 2010 و 2.4 في عام 2012⁷، وقد بدأت آثاره تلاحظ منذ منتصف الثمانينات حيث حصل انخفاض في معدلات النمو السكاني من 3.8 للفترة 1954-1964، إلى 3.4 للفترة 1964-1973، ثم ارتفع إلى 4.2 للفترة 1973-1983 وهو أعلى معدل نمو خلال العقود الماضية، ثم انخفض معدل النمو السكاني إلى 2.9 للفترة 1984-1995، واستمر معدل النمو السكاني في الانخفاض إلى أن وصل 1.8 للفترة 1995-2006⁸.

⁵ - خالد المحجوبي، تطور تجارة ليبيا الخارجية مع دول الاتحاد الأوروبي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة فرحات عباس، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، 2010/06/03، ص 61.

⁶ - نصر الدين مصطفى الكاتب، تحديد واختيار المؤشرات الإحصائية و الديموغرافية، المؤتمر الوطني حول السكان والتنمية 2004، الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق وآخرون، ص 486.

⁷ - البنك الدولي: الموقع الإلكتروني

<http://data.albankaldawli.org/indicator/SP.POP.GROW?page=6>

⁸ - مصلحة الإحصاء والتعداد، النتائج النهائية للتعداد العام للسكان لسنوات:

1954، 1964، 1973، 1984، 1995، 2006

الجدول رقم (1): معدل الخصوبة ومعدل الزيادة السكانية خلال الفترة 1980-2012

السنوات	معدل الخصوبة	معدل الزيادة السكانية
1980	7.8	4.0
1981	7.6	4.1
1982	7.4	4.1
1983	7.2	4.0
1984	6.9	3.8
1985	6.6	3.4
1986	6.3	3.1
1987	5.9	2.7
1988	5.6	2.5
1989	5.3	2.4
1990	5.0	2.3
1991	4.7	2.3
1992	4.4	2.3
1993	4.2	2.2
1994	3.9	2.1
1995	3.7	2.0
1996	3.5	1.9
1997	3.4	1.8
1998	3.2	1.7
1999	3.1	1.7
2000	3.1	1.6
2001	3.0	1.6
2002	2.9	1.5
2003	2.9	1.5
2004	2.8	1.5
2005	2.8	1.6
2006	2.7	1.6
2007	2.7	1.7
2008	2.6	1.6
2009	2.6	1.5
2010	2.5	1.3
2011	2.5	1.0
2012	2.4	0.8

المصدر: البنك الدولي:

1- <http://data.albankaldawli.org/indicator/SP.POP.GROW?page=6>2- <http://data.albankaldawli.org/indicator/SP.DYN.CBRT.IN?page=6>

إن التأخر في سن الزواج يؤدي إلى انخفاض مستوى الخصوبة بشكل مباشر، حيث يتضح من نتائج التعدادات السكانية في ليبيا أن نسبة المتزوجون قد انخفضت مما يقارب 70% من السكان الذين أعمارهم 15 سنة فما فوق في عام 1973 إلى 55% في عام 1984 ثم انخفضت إلى 42% عام 1995 ثم إلى 40% عام 2006.

إن هذه النسب تؤثر بشكل مباشر على مستوى الخصوبة، حيث يلاحظ ارتفاع متوسط العمر عند الزواج لأول مرة، إذ لم يتجاوز متوسط العمر عند الزواج الأول بين الذكور 25 سنة في عام 1973 وقد وصل في عام 2006 إلى نحو 34 سنة، بينما كان متوسط العمر عند الزواج الأول بين الإناث 19 سنة في عام 1973، وقد وصل إلى حوالي 33 سنة في عام 2006.

رغم أهمية معدلات النمو السكاني، إلا أن الأهم في ذلك هو تغير البنية العمرية للسكان وما ينعكس عنه على سوق العمل والاقتصاد الكلي بصفة عامة، حيث كانت البنية العمرية في ليبيا تتميز في الماضي بسيطرة صغار السن، إلا أنه حدث تحول تدريجي في الميزان لصالح من هم في أعمار النشاط الاقتصادي. إن ذلك يتطلب من سوق العمل أن تتأقلم مع هذه الأعداد المتزايدة لطالبي العمل لأول مرة، بالإضافة إلى الباحثين السابقين عن عمل.

لقد شهدت معدلات الولادات انخفاضا ملحوظا في ليبيا خلال العقود الأخيرة بعد أن بلغت معدلات النمو السكاني مستويات مرتفعة جدا خلال الفترة 1973-1983، ووصل معدل الخصوبة في عام 1980 إلى 7.8، حيث كان معدل الخصوبة عاملا من العوامل التي تدفع مستقبلا نحو نمو القوى العاملة في ليبيا. لكن المعطيات الحديثة تبين اتجاهها نحو انخفاض معدلات الخصوبة بشكل ملحوظ في ليبيا وهو ما أدى إلى تباطؤ معدلات النمو السكاني.

بسبب ارتفاع معدلات الخصوبة في الماضي (السبعينات و الثمانينات) لازال المجتمع السكاني في ليبيا يختزن إمكانيات هامة للنمو، فالفئات المولودة في السبعينات والثمانينات وصلت إلى مستوى أعمار مزاولي النشاط الاقتصادي وأعمار مكوي الأسر الجديدة (الإنجاب). إن هذا يعني أن ليبيا سيكون لديها عدد أكبر من الأطفال في هذا العقد والعقود القادمة، وكذلك عدد أكثر ممن يدخلون سوق العمل لأول مرة، وهو ما يتطلب إعطاء أهمية كبيرة للتركيب العمري للسكان عند إعداد السياسات الاجتماعية والاقتصادية. إن الدلائل على أن النمو السكاني المتسارع يؤدي حتما إلى ارتفاع معدلات البطالة والفقر والبؤس البشري هي دلائل ضعيفة، بل على العكس تماما،

فقد بينت العديد من الأبحاث الحديثة أن العامل السكاني عاملا فعالا في النمو الاقتصادي، فعند الانتقال من معدلات مرتفعة إلى معدلات منخفضة للوفاء وكذلك عند الانتقال من معدلات منخفضة إلى معدلات مرتفعة للخصوبة ترتفع نسبة السكان الصغار ويحدث تدريجيا تطور توزيع السكان نحو زيادة الفئة العمرية للشباب ومن هم في سن العمل.

إن التركيب العمري للسكان يؤثر على وثيرة النمو الاقتصادي، فعندما تصل أفواج كبيرة من صغار السن إلى أعمار النشاط الاقتصادي تبدأ الإمكانات الإنتاجية للاقتصاد على أساس الفرد في التوسع، كما أن الأفراد في أعمار النشاط الاقتصادي يتجهون إلى الادخار والاستثمار أكثر من الصغار وكبار السن ويشكل كل من المستثمرين والقادمين الجدد لسوق العمل عاملا محركا للنمو الاقتصادي.

إن استيعاب الأعداد القادمة من الشباب الذين يدخلون سوق العمل لأول مرة وخلق فرص عمل لهم ومساهمتهم الفعالة في زيادة الإنتاج هو ما يشكل التحدي الأبرز للنظام الاقتصادي في ليبيا، الذي لو تحقق ما من شك انه سيكون للنمو الديموغرافي أثر إيجابي في النمو الاقتصادي للبلد. إذ أن التغيرات الديموغرافية لن تؤدي تلقائيا إلى معدلات ملحوظة للنمو الاقتصادي، فالعامل الديموغرافي له تأثير من خلال تركيب الهيكل العمري للسكان، الذي يؤدي إلى نمو في عرض العمل، فمن الممكن لو تم استغلاله الاستغلال الأمثل ان يساهم في ارتفاع معدل النمو الاقتصادي.

إن القوى العاملة في ليبيا تتسم بأنها قوى عاملة غير ماهرة ذات مستويات منخفضة من حيث جودة التعليم، حيث سجل مؤشر التعليم العالي والتدريب الترتيب 104 من بين 148 دولة وفقا لتقرير التنافسية العالمي 2013-2014⁹. وهو ما يؤكد تدهور التعليم والتدريب في ليبيا الذي يساهم في عدم تطوير القوى العاملة، الأمر الذي يتطلب رفع جودة التعليم والتدريب اللذان يعتبران الطريق المباشر نحو تطوير القوى العاملة. كما ان برنامج الضمان الاجتماعي في ليبيا يعتبر برنامج غير متطور ويتوقع ان يعاني من أزمات مالية في المستقبل، حيث يصل تعمير السكان إلى ذروته، ووصل متوسط العمر المتوقع عند الولادة 74.8 وفقا للبيانات الواردة عن تقرير التنمية البشرية 2011¹⁰. وهو ما يتطلب العمل على تطوير هذا البرنامج بالنحو الذي يجعل منه قابل للاستدامة.

⁹ - خالد المحجوبي ، تطور القدرة التنافسية للاقتصاد الليبي واستراتيجيات تدعيمها،دراسة تحليلية،مؤتمر القدرة التنافسية للاقتصاد الليبي الواقع وسبل النهوض،ص17.

¹⁰ - تقرير التنمية البشرية 2011، دليل التنمية البشرية، الجداول الإحصائية، الجدول رقم (1)،ص 132.

الجدول رقم (2) معدل المواليد للفترة 1980-2012.

السنوات	معدل المواليد لكل 100 شخص
1980	4.1
1981	4.0
1982	3.9
1983	3.8
1984	3.7
1985	3.5
1986	3.4
1987	3.2
1988	3.1
1989	3.0
1990	2.9
1991	2.8
1992	2.7
1993	2.6
1994	2.5
1995	2.4
1996	2.4
1997	2.3
1998	2.3
1999	2.2
2000	2.2
2001	2.2
2002	2.3
2003	2.3
2004	2.3
2005	2.3
2006	2.3
2007	2.3
2008	2.2
2009	2.2
2010	2.2
2011	2.2
2012	2.1

المصدر: البنك الدولي: <http://data.albankaldawli.org/indicator/SP.DYN.CBRT.IN?page=6>

ثالثاً- العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية والمتغيرات الاقتصادية الكلية في ليبيا:

يمكن استخلاص أثر التحول الديموغرافي على المتغيرات الاقتصادية الكلية في ليبيا من خلال النقاط التالية:

- 1- تأثير المتغيرات الديموغرافية على سوق العمل: حيث يؤثر النمو السكاني على عرض العمل ويؤدي إلى زيادته، وتؤدي هذه الزيادة إلى زيادة الإنتاج في حالة ان هذه الزيادة تتناسب مع الموارد المتاحة، وفي حالة العكس، فإنها ستؤدي حتما إلى زيادة البطالة التي تعرف بأنها: الفرق بين كمية العمل المعروضة وكمية العمل المأجورة¹¹.
- يؤثر انخفاض الخصوبة على عرض العمل من خلال خفض معدل المعالين إلى غير المعالين وزيادة فرصة مشاركة الإناث في قوة العمل، نتيجة لانخفاض حجم الأسرة، وبالتالي فان التغير في التركيب العمري يؤثر على سوق العمل مما يؤثر على النمو الاقتصادي.
- ان تقادم العمر ووصول الفئات العمرية ما دون 15 سنة إلى سن العمل، بالتزامن مع انخفاض معدلات الخصوبة سيساهم في خفض عدد المعالين وارتفاع معدل الإسهام في قوة العمل.
- إذا تمكن سوق العمل من استيعاب هذه الفئة وإذا تحقق الاستيعاب المطلوب مع انخفاض معدل الإعالة، فان ذلك سيؤدي إلى تحسين حصة الفرد من الناتج المحلي الإجمالي. كما سيؤدي انخفاض معدل الخصوبة الى انخفاض عدد سنوات الرعاية الأولى للأطفال، ويساهم في فرص مشاركة الإناث في قوة العمل، ويساهم في خلق فرص عمل جديدة ترتبط بنوعية التربية والرعاية التي يتلقاها الأطفال، مما يتيح الفرصة للتحول تدريجيا من عمل الأمهات وربات البيوت إلى مراكز الرعاية والحضانة، أو إلىعاملات بالمنازل والمرييات وهو ما يترتب عليه زيادة مساهمة الأعمال المنزلية في الناتج المحلي الإجمالي، حيث نلاحظ في الجدول رقم (3) أن الاتجاه العام لمعدل الخصوبة في ليبيا نحو الانخفاض وكذلك نسبة الإعالة العمرية بينما تأخذ نسبة مشاركة المرأة الليبية في القوى العاملة نحو الزيادة خلال الفترة 1980-2010.

¹¹ - د. محمد طاقة، د. حسين عجلان حسن، اقتصاديات العمل، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 141.

الجدول رقم (3) معدل الخصوبة ونسبة الإعالة العمرية ونسبة مشاركة الإناث في ليبيا خلال الفترة (1980-2013).

السنوات	معدل الخصوبة لكل امرأة	نسبة الإعالة العمرية	نسبة المشاركة في القوى العاملة من الإناث
1980	7.8	96	-
1985	6.6	89	-
1990	5.0	82	18
1995	3.7	71	22
2000	3.1	59	27
2005	2.8	54	30
2010	2.5	52	30
2013	2.4	52	-

المصدر: البنك الدولي:

<http://data.albankaldawli.org/indicator/SP.POP.DPND>

<http://data.albankaldawli.org/indicator/SL.TLF.CACT.FE.ZS>

حيث إن نسبة الإعالة العمرية (%) من السكان في سن العمل)، هي نسبة الأشخاص المعالين الذين تقل أعمارهم عن 15 سنة أو أكبر من 65 سنة إلى السكان في سن العمل في الشريحة 15-65 عاماً، (نسبة المعالين إلى كل مئة شخص من السكان في سن العمل)¹².

2- تأثير المتغيرات الديموغرافية على الادخار والاستثمار: إن النمو السكاني يؤدي إلى انخفاض

الادخار والاستثمار وهو ما يؤدي إلى انخفاض النمو الاقتصادي، إذ تؤثر زيادة عدد السكان على عملية خلق التراكبات اللازمة لتمويل عملية التنمية، حيث إن زيادة عدد أفراد الأسرة يضعف قدرة الأسرة على الادخار نتيجة لتوجيه أغلب دخل هذه الأسرة إلى الاستهلاك، وكلما كان حجم الادخار ضعيفاً كلما كان حجم الاستثمار ضعيفاً، وهو ما يؤدي إلى صعوبة وضعف تمويل المشاريع الاستثمارية في الدولة، الأمر الذي يعرقل البرامج التنموية.

تشير العديد من الدراسات إلى ارتفاع معدلات الاستهلاك لدى فئة المعالين من الأطفال والمسنين، بينما تنخفض هذه المعدلات لدى النشيطين اقتصادياً (15-65) سنة، وذلك نتيجة للميل العام لأفراد هذه الفئة العمرية إلى زيادة معدلات الادخار تحسباً للفترة التي بعد الخدمة (التقاعد)، بالتالي

¹² - د. يونس حمادي علي، مبادئ علم الديموغرافيا، دار وائل، ط1، الأردن، 2010م، ص277.

فان انخفاض معدلات الخصوبة والإعالة له علاقة موجبة مع مستوى الادخار، إذ يزيد الميل الحدي لادخار عند العائلة الصغيرة، كما يرتفع عندها الميل للاستثمار في تعليم أبنائها. ان انخفاض معدل الإعالة المرتبط بالتحويلات الديموغرافية يؤدي إلى زيادة الإنفاق على التعليم وبالتالي تحسين نوعية التعليم وزيادة الاستثمارات التعليمية، ويساهم انخفاض معدلات الإعالة في زيادة معدل سنوات الالتحاق بالدراسة، كما إن ارتفاع متوسط العمر يساهم في زيادة معدل الالتحاق بالتعليم وكذلك زيادة عدد سنواته، هذه الزيادة في عدد السنوات الدراسية تؤدي إلى زيادة الإنفاق على التعليم لدى السكان من ناحية، واستثمار رأس المال المحلي في القطاع التعليمي من ناحية أخرى وكل ذلك يساهم في الرفع من مستويات المعيشة ومستويات التنمية بصفة عامة مستقبلا.

من خلال الجدول رقم (4) نلاحظ أن معدلات النمو السكاني قد حققت قيمة موجبة خلال الفترة 1995- 2010 إلا أنها كانت متناقصة وهو ما يشير إلى أن عدد السكان في ليبيا كان في ازدياد مستمر ولكنه بمعدل متناقص، أما بالنسبة إلى معدلات نمو الإنفاق الاستثماري فقد حققت معدلات نمو مطربة فأحيانا تكون بالسالب وهو ما يعني انكماشاً أو تراجعاً في قيمة الاستثمار وان كانت لا تستمر أكثر من سنة أو سنتين على التوالي وأحيانا أخرى تأخذ إشارة موجبة وتستمر لسنوات وهو ما يشير إلى أن الاتجاه العام لقيمة الاستثمار نحو الزيادة، ومرد معدلات النمو المطربة للإنفاق الاستثماري إلى أن ليبيا دولة نفطية مما يؤدي إلى أن مكونات اقتصادها الكلي تتأثر بالتغيرات في سوق النفط العالمي وما يحدث فيه من تطورات وخاصة أن ليبيا تعتمد اعتماداً كلياً على صادراتها النفطية.

الجدول رقم (4) : الناتج المحلي الإجمالي والاستهلاك العائلي والإجمالي والاستثمار الإجمالي ومعدلات النمو خلال الفترة (1995-2010).

القيمة بالمليار دولار

السنوات	الناتج المحلي الإجمالي	معدل نمو الناتج	الاستهلاك العائلي	معدل نمو الاستهلاك	الاستهلاك الإجمالي	معدل نمو الاستهلاك الإجمالي	الاستثمار الإجمالي	معدل نمو الاستثمار	معدل النمو السكاني
1995	35.277	-		-	28,784	-	6,721	-	2
1996	36.481	3.4	24,119		29,763	3.5	6,607	1.7 -	1.9
1997	33.508	8.1 -							1.8
1998	27.773	17.1 -							1.7
1999	31.826	14.6	19,287		26,415		3,766		1.7
2000	34.789	9.3	15,925	21.0-	23,156	-12.3	4,642	21.1	1.6
2001	27.785	20.1-	16,949	6.6	23,341	0.87	3,162	30-	1.6
2002	19.360	30.3-	11,193	34.3-	14,404	39.1-	2,769	12.5-	1.5
2003	24.358	25.8	12,079	8.1	16,067	14.2	3,078	11.2	1.5
2004	31.982	29.1	12,053	0.22-	16,071	00	3,196	3.8	1.5
2005	42.766	35.5	13,854	14.9	18,977	18.7	3,824	18.8	1.6
2006	55.227	30.9	14,206	2.5	20,015	5.26	11,416	200	1.6
2007	63.854	14.5	16,655	17.2	23,467	15	14,111	23.7	1.7
2008	86.506	36.5	18,897	13.5	26,670	13	18,005	28.6	1.6
2009	63.769	26.7-	20,433	8.1	28,336	7.7	20,772	15	1.5
2010	79.841	25.4	23,454	14.8	32,629	14	23,642	13.8	1.3

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على البيانات الواردة في المصادر التالية:

– البنك الدولي

– صندوق النقد العربي و آخرون، التقرير الاقتصادي العربي الموحد.

3- تأثير المتغيرات الديموغرافية على الطلب على السلع والخدمات: إن النمو السكاني يؤدي إلى

زيادة الطلب الإجمالي على السلع والخدمات بنوعيهما الضروري والكمالي وفي مقابل محدودة الدخل وزيادة الحاجات، الأمر الذي يشكل ضغطاً على برامج التنمية. كما يرى بعض الاقتصاديين أن النمو السكاني يساهم في زيادة الطلب على الإنتاج وهو ما يؤدي إلى زيادة الإنتاج وبالتالي زيادة النمو الاقتصادي.

إن انخفاض معدلات الإعالة والخصوبة يؤدي إلى زيادة الدخل الفردي، الذي يؤدي إلى زيادة الطلب على السلع والخدمات، بالتالي زيادة الطلب الكلي، الذي يستجيب له السوق بزيادة مضطردة في الاستثمار تساهم في زيادة عرض السلع والخدمات لمواجهة تلك الزيادة في الطلب. بما أن الطلب على العمل هو طلب مشتق من الطلب على السلع والخدمات، فإن الزيادة في الطلب الكلي وما يرافقها من زيادة في الاستثمار ستؤدي إلى زيادة الطلب على العمالة وبالتالي زيادة معدل مشاركة الإناث في قوة العمل، الأمر الذي ينعكس إيجابيا على قدرة السوق في التشغيل وتخفيض معدلات البطالة، وتحسين توزيع الدخل بين الأفراد، وهو ما يعني الرفع من مستوى معيشة الفرد ومستوى التنمية بصفة عامة.

الاقتصادي الفرنسي Raymond Barre الذي شغل منصب الوزير الأول في الثمانينات يتفق مع الرأي القائل إن التزايد الديمغرافي يزيد من الطلب، لكن التأثير أكثر حدة على تشكيلة الطلب أي أنه يؤثر على الجانب النوعي للطلب أكثر مما يؤثر على جانبه الكمي ويمكن توضيح ذلك بالمثال التالي : عند انخفاض نسبة النمو الديمغرافي ترتفع مستويات الأجور نتيجة لحدوث ندرة في عرض العمل مما يحدث تغيرا في الجانب الكمي من الطلب ويتسبب ذلك بدوره في تحويل رؤوس الأموال من القطاعات التي تعرف تراجعاً في الطلب على السلع التي تنتجها أو الخدمات التي تقدمها نحو قطاعات أخرى، كما أن انخفاض نسبة النمو الديمغرافي تغير من التشكيلة السكانية (من شكل الهرم السكاني) وكما هو معروف تختلف الاحتياجات (بالتالي الطلب على السلع والخدمات) باختلاف الفئات العمرية¹³.

ذكرنا سابقاً أن عدد السكان في ليبيا يزداد بمعدل متناقص أما بالنسبة إلى معدلات نمو الإنفاق الاستهلاكي العائلي ومعدلات نمو الإنفاق الاستهلاكي الإجمالي فقد حققت معدلات نمو مطرية فأحيانا تكون بالسالب وهو ما يعني انكماشاً أو تراجعاً في قيمة الاستهلاك العائلي والاستهلاك الإجمالي وإن كانت لا تستمر أكثر من سنة أو سنتين على التوالي وأحيانا أخرى تأخذ إشارة موجبة وتستمر لسنوات وهو ما يشير إلى أن الاتجاه العام لقيمة الاستهلاك العائلي والاستهلاك الإجمالي نحو الزيادة، ومرد معدلات النمو المطرية للإنفاق الاستهلاكي العائلي والاستهلاك الإجمالي

¹³ - زهير ظافر، النظريات السكانية وانعكاساتها على الاقتصاد والمجتمع، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 10، سبتمبر 2010، ص 76.

أن ليبيا دولة نفطية مما يؤدي إلى أن مكونات اقتصادها الكلي تتأثر بالتغيرات في سوق النفط العالمي وما يحدث فيه من تطورات وخاصة أن ليبيا تعتمد اعتماداً كلياً على صادراتها النفطية وهو ما تم الإشارة إليه سابقاً عند حديثنا على الاستثمار الإجمالي، أما بالنسبة إلى معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في ليبيا فقد حقق معدلات نمو موجبة خلال الفترة المشار إليها باستثناء السنوات 2009، 2002، 2001، 1998، 1997. ففي سنة 1997، 1998 حقق الناتج المحلي معدلات نمو سالبة نظراً لقرار دول منظمة الأوبك في نهاية عام 1997 الذي تضمن زيادة سقف الإنتاج بنحو 10 % لجميع الدول الأعضاء بداية من عام 1998 ، مما أدى إلى زيادة الإنتاج العالمي من النفط ونتيجة لذلك زاد فائض العرض من النفط العالمي الذي أدى إلى انهيار أسعار النفط الخام بنحو 30-35% خلال نفس العام¹⁴. كذلك في عامي 2001، 2002 حقق الناتج المحلي الإجمالي معدلات نمو سالبة نظراً لتغيير قيمة الدينار الليبي مقابل العملات الأخرى، حيث أن معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي بالدينار الليبي حقق معدل نمو موجب.

كما حقق الناتج المحلي الإجمالي معدلات نمو سالبة في عام 2009 بسبب انخفاض عوائد النفط نتيجة للتراجع الحاد في أسعار النفط في منتصف عام 2008 وبداية عام 2009 وتخفيضات إنتاج النفط تماشياً مع قرارات منظمة أوبك في هذا الشأن، وكان ذلك نتيجة لانخفاض الطلب العالمي على النفط بسبب الأزمة الاقتصادية العالمية التي اجتاحت العالم في عام 2008 وهو ما يقودنا إلى إدراك مدى تأثير القطاع النفطي في الناتج المحلي الإجمالي للدول النفطية. كما أن تحقيق الناتج المحلي لمعدلات نمو عالية وموجبة ومساوية لأضعاف قيمة معدلات النمو السكاني خلال أغلب السنوات المشار إليها يجعل من قياس العلاقة بين معدل النمو في الناتج المحلي الإجمالي ومعدل النمو السكاني أمراً يتطلب تحديد العديد من العوامل المتشابكة لعل من بينها عامل الزمن.

¹⁴ - خالد المحجوبي، تطور تجارة ليبيا الخارجية مع دول الاتحاد الأوروبي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2010/06/03، ص 82.

رابعا- تطور السكان والقوى العاملة في ليبيا ونسبة مشاركتها:

1- معدلات النمو الديمغرافي: تشير الإحصائيات إلى أن متوسط معدل النمو السنوي للسكان في ليبيا خلال الفترة 2000 – 2010 بلغ 3.26% سنوياً بعد أن كان 2.92% سنوياً في الفترة 1990 – 2000⁽¹⁵⁾، وهو أعلى معدل نمو سنوي في دول جنوب المتوسط .

2- زيادة من هم في سن العمل: نظراً لبداية انخفاض معدل الإنجاب فقد انخفضت نسبة فئة الأطفال الأقل من 15 سنة في ليبيا من 45.9% عام 1990 إلى 32.2% عام 2000 ثم إلى 30.4% عام 2010. أما الفئة التي تتراوح أعمارها ما بين 15 – 65 سنة ، فقد زادت نسبتها من 51.7% عام 1990 إلى 64.5% عام 2000 ثم إلى 65.3% عام 2010⁽¹⁶⁾ وهو ما يعني زيادة الوزن النسبي لفئة من هم في سن العمل ويمكن أن نقول أنه قد حدث تضخم في عدد من هم في سن العمل خلال الفترة 1990 – 2010 .

3- ترايد مشاركة المرأة في القوى العاملة: تشير البيانات المتوفرة أن حصة الإناث من مجموع القوى العاملة في ليبيا قد ارتفعت من 14.8% عام 1990 إلى 37.7% عام 2010، أي أن معدل ارتفاعها كان 154.7% خلال الفترة 1990 – 2010⁽¹⁷⁾، هذا يعني أن المرأة الليبية قد زادت مساهمتها في القوى العاملة وأصبحت تنافس الرجال ومرد ذلك إلى زيادة انتشار التعليم. إن هذه الزيادة في مشاركة المرأة الليبية تنعكس في زيادة العرض في سوق العمل في ذات الوقت الذي يمر فيه سوق العمل الليبي بأزمة بطالة وشغل حقيقية.

4- خصائص القوى العاملة الليبية: يمكن أن نصف القوى العاملة الليبية بضعف مشاركتها في النشاط الاقتصادي نتيجة لانخفاض معدل إنتاجية العامل ، ووجود ما يعرف بالبطالة المقنعة في الاقتصاد الليبي ، وتوزع القوى العاملة في ليبيا علي ثلاث قطاعات بنسب مختلفة ، هي الزراعة، الصناعة، والخدمات، كما هو موضح من خلال هذه النقاط :

¹⁵⁻ صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي الموحد 2011، الإحصائيات، ملحق (8/2) ص 292 .

¹⁶⁻ صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي الموحد 2012، الإحصائيات / ملحق (9/2) ص 329 .

¹⁷⁻ صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي الموحد 2012، الإحصائيات / الملحق (17/2) ص 340.

- معدلات المشاركة: يتميز متوسط نسبة المشاركة في القوى العاملة إلى إجمالي عدد السكان في ليبيا بانخفاض كبير إذا ما قارناه بالمتوسطات العالمية، حيث بلغت هذه النسبة في عام 2010 نحو 36.7 بينما كانت في عام 1995 نحو 31.2 % محققة معدل نمو سنوي 3.1 %⁽¹⁸⁾.

- توزيع العمالة الليبية: توزعت العمالة الليبية حسب الإحصائيات المتوفرة علي ثلاثة قطاعات رئيسية بنسب مختلفة، حيث كان تركز القوى العاملة واضحاً علي قطاع الخدمات الذي بلغت فيه نسبة التركز 75.1 % في عام 2010 بدلا من 70.7 % عام 1995، ثم يأتي القطاع الصناعي في الترتيب الثاني حيث بلغت نسبة العمالة فيه 21.9 % في عام 2010 بدلا من 21.2 % في عام 1995. وتذهب النسبة الباقية إلى القطاع الزراعي، إذ بلغت نسبة القوى العاملة في القطاع الزراعي بالنسبة إلى إجمالي القوى العاملة 3.0 % عام 2010 بدلاً من 8.1 % في عام 1995⁽¹⁹⁾ وهي نسبة صغيرة جداً وتشير إلى هجرة القوى العاملة من قطاع الزراعة إلى قطاع الخدمات ، الأمر الذي يشير إلى اضمحلال أهمية هذا القطاع الاستراتيجي.

- القوى العاملة والقطاع العام في ليبيا: منذ عام 1978 مرت ليبيا بما يعرف بمرحلة التحول الاشتراكي ، فقبل هذا التاريخ كان القطاع الخاص يلعب دوراً بارزاً في النشاط الاقتصادي إذ كان يستوعب ما يزيد عن 75 % من القوى العاملة ، إلا أن تحكم الدولة في كل أوجه النشاط الاقتصادي وتحولها إلى القطاع العام أدت إلى تحول العمال إلى القطاع العام وأصبح ما يزيد عن 80 % من القوى العاملة لها مناصب عمل في مؤسسات القطاع العام وتستلم مرتباتها من الخزنة العامة ، واستمرت الدولة في هيمنتها علي النشاط الاقتصادي، حيث همشت دور القطاع الخاص في النشاط الاقتصادي ، وأصبح القطاع العام يستأثر بما يزيد عن 85 % من المخصصات المالية لخطط التنمية (1976 - 1980 - 1981 - 1985) وتم تحويل كل المؤسسات الآتية إلى القطاع العام (المصارف ، التجارة ، الخارجية ، تجارة الحمة ، التجزئة ، الشركات الصناعية وشركات البناء)⁽²⁰⁾ . لقد ساعدت طفرة النفط علي اتساع نشاط القطاع العام ، إلا أنه لم يمر أكثر من

(18) المرجع السابق.

(19) المرجع السابق .

(20) لمزيد من الاطلاع انظر ، السنوسي بسيكري ، حصصة القطاع العام في ليبيا:

عشرة سنوات حتى وجدت الدولة الليبية أمامها أزمة اقتصادية حادة نتيجة لسياسة التمويل المفرط، حيث نفقت أغلب الاحتياطيات المالية في وقت شحت فيه الإيرادات المالية عقب أزمة النفط وانخفاض إنتاجه وأسعاره خلال فترة منتصف الثمانيات الذي يعتبر المورد الرئيسي للتمويل وانعكس ذلك سلباً علي مختلف القطاعات الاقتصادية وأدى إلى فشل المؤسسات والشركات التي تتبع القطاع العام، وضلت لفترة من الزمن عبئاً على خزانة الدولة، حيث استمرت في استنزاف معظم الإيرادات النفطية المتحصل عليها ما لا يقل عن عقدين من الزمن وأصبحت الضرورة تلح علي الرجوع عن فكرة سيطرة الدولة على كامل النشاط الاقتصادي وإفساح المجال من جديد أمام القطاع الخاص وخاصة بعد تدهور مستويات المعيشة للليبيين (من سكن ورعاية صحية وخدمات تعليمية ، إنفاقات معيشية أخرى) إضافة إلى أن هذه المؤسسات الليبية التي أصبحت مؤسسات فاشلة اقتصاديا كانت تضم الآلاف من العمالة الليبية التي أصبحت تشكو في البداية من عدم مناسبة المرتبات لمتطلبات المعيشية ، ثم بعد ذلك أصبحت هذه المرتبات لا تصرف إلا بعد أشهر وأحيانا أكثر من سنة كاملة.

إن السياسات الاقتصادية أدت إلى العديد من المشاكل كان من أبرزها ارتفاع معدلات التضخم والبطالة وتدني الكفاءة الإنتاجية وتدني مستوى الخدمات الصحية والتعليمية وخدمات المرافق والإسكان والبريد والكهرباء.

ولقد استنتجت لجنة خبراء الاقتصاد والنفط في مركز البحوث الاقتصادية في جامعة بنغازي أثناء بحثها أسباب الأزمة الاقتصادية التي عرفتها البلاد في نهاية عقد الثمانيات وبداية عقد التسعينات أن أساس المشكلة هو انتهاج الدولة لسياسة التحول الاشتراكي التي بدأتها في عقد السبعينات والتي أدت إلى القضاء علي القطاع الخاص وإلغاء مساهمته في الحياة الاقتصادية وأصبحت هيمنة القطاع الحكومي هيمنة مطلقة علي النشاط الاقتصادي في ليبيا. كما قام مركز بحوث العلوم الاقتصادية ببنغازي مع وزارة التخطيط في عام 1991 بإعداد دراسة بعنوان (أسس إعادة هيكلة الاقتصاد الليبي)، حيث أوضحت هذه الدراسة بضرورة تحرير الاقتصاد من قبضة الدولة المتمثلة في سيطرة القطاع العام.

– **الحالة العملية للعاملين في ليبيا:** يمكن أن نصف القوى العاملة الليبية بانخفاض نسبتها إلى إجمالي السكان رغم نموها السريع ، وتدني مستوى إنتاجيتها نتيجة لهشاشة التعليم والتدريب المهني

، وارتفاع نسبة العمالة غير الماهرة ، كما أن القطاع العام يستحوذ علي نسبة عالية من القوة العاملة وقد أدت كل هذه العوامل إلى اختلال التوازن بين الطلب والعرض في سوق العمل، كما أن هناك ندرة في كثير من التخصصات ذات المهارة المتطورة والفنية مع وجود سوء استخدام للمهارات المتاحة في ذات الوقت ، كما أن هناك هدر كبير للقوى العاملة نتيجة البطالة المقنعة أو الجزئية²¹. وتشير البيانات المتوفرة إلى ارتفاع معدلات نمو القوي العاملة في ليبيا نتيجة للارتفاع في الهرم العمري للسكان، الذي يتميز بقاعدة عريضة من صغار السن ، تسمح بوصول أعداد متزايدة إلى سوق العمل سنوياً إضافة إلى استمرار أثر ارتفاع معدلات الخصوبة في العقود الماضية ومن المتوقع أن يستمر معدل نمو العمالة مرتفعاً لعدة عقود قادمة نتيجة لتأثير مضاعف معدلات النمو السكاني العالية في العقدين السابقين ، حيث بلغ معدل النمو السنوي للقوي العاملة 3.5% خلال الفترة 1995-2001. وتعاني ليبيا من ضعف إنتاجية العمل نظراً للاعتماد الكبير علي القطاع الحكومي في التوظيف والإنتاج وكذلك لمحدودية دور القطاع الخاص في النشاط الاقتصادي. كما بلغ متوسط إنتاجية العامل في ليبيا 15.051 دولار في اليوم في عام 2001 بينما كان متوسط إنتاجية العامل الليبي 37.261% دولار في اليوم عام 1980²² ، واعتمدت سياسة التوظيف في ليبيا علي توسع أنشطة القطاع العام خلال العقود الماضية، حيث تم التحول إلى القطاع العام في ليبيا منذ منتصف السبعينات ، إلا أن أجور العاملين لم تعكس الإنتاجية المطلوبة للعامل ولم تكن أجور تنافسية بأي حال من الأحوال، حيث بلغ مستوي متوسط اجر العامل في ليبيا في الصناعات التحويلية 5.183 دولار في اليوم في عام 2000 بينما كان 6.683 دولار في اليوم في عام 1995²³.

²¹ - صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2003 ، الملحق (10/1).

²² - المرجع السابق، الملحق (4/10).

²³ - المنظمة العربية للتنمية الصناعية والتعدين، نشرة الإحصاءات الصناعية للدول العربية، (1992- 2000)، العدد الخامس، ديسمبر 2001 .

خاتمة:

توصلت هذه الدراسة إلى النتائج والتوصيات التالية:

أولاً- النتائج:

- إن ما افقد النمو السكاني أهميته في الدراسات الاقتصادية هو الاعتماد على معدل التغير السنوي في عدد السكان فقط، وإنما يجب الاعتماد على متغيرات ديموغرافية أخرى أكثر تفصيلاً ، مثل التوزيع العمري للسكان وخاصة فئة الداخلين الجدد الى سوق العمل أو المتوقع دخولهم في المستقبل القريب وبالتالي يجب اخذ عامل الزمن في الحسبان.
- إن التأخر في سن الزواج يؤدي الى انخفاض مستوى الخصوبة بشكل مباشر.
- المعطيات الحديثة تبين اتجاهها نحو انخفاض معدلات الخصوبة بشكل ملحوظ في ليبيا وهو ما أدى إلى تباطؤ معدلات النمو السكاني.
- إن ليبيا سيكون لديها عدد أكبر من الأطفال في هذا العقد والعقود القادمة، كذلك عدد أكثر ممن يدخلون سوق العمل لأول مرة.
- إن التغير في التركيب العمري للسكان يؤثر على المتغيرات الاقتصادية الجزئية والكلية ومن ثم التنمية الاقتصادية ، فعندما تصل أفواج كبيرة من صغار السن إلى أعمار النشاط الاقتصادي تبدأ الإمكانات الإنتاجية للاقتصاد على أساس الفرد في التوسع، كما أن الأفراد في إعمار النشاط الاقتصادي يتجهون إلى الادخار والاستثمار أكثر من الصغار وكبار السن ويشكل كل من المستثمرين والقادمين الجدد لسوق العمل عاملاً محركاً للنمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية بصفة عامة.
- إن استيعاب الأعداد القادمة من الشباب الذين يدخلون سوق العمل لأول مرة وخلق فرص عمل لهم ومساهماتهم الفعالة في زيادة الإنتاج هو ما يشكل التحدي الأبرز للنظام الاقتصادي في ليبيا، الذي لو تحقق ما من شك انه سيكون للنمو الديموغرافي أثر إيجابي على المتغيرات الاقتصادية الكلية والتنمية الاقتصادية بصفة عامة. إذ أن التغيرات الديموغرافية لن تؤدي تلقائياً إلى معدلات ملحوظة للنمو الاقتصادي ، فالعامل الديموغرافي له تأثير من خلال تركيب الهيكل العمري للسكان، الذي يؤدي إلى نمو في

عرض العمل، فمن الممكن لو تم استغلاله الاستغلال الأمثل أن يساهم في ارتفاع معدل النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية بصفة عامة.

- الاتجاه العام لمعدل الخصوبة في ليبيا نحو الانخفاض وكذلك نسبة الإعالة العمرية، بينما تأخذ نسبة مشاركة المرأة الليبية في القوى العاملة نحو الزيادة خلال الفترة 1980-2010.

- إن معدلات النمو السكاني قد حققت قيمة موجبة خلال الفترة 1995-2010 إلا أنها كانت متناقصة وهو ما يشير إلى أن عدد السكان في ليبيا كان في ازدياد مستمر ولكنه بمعدل متناقص.

- الإنفاق الاستثماري حقق معدلات نمو مطربة فأحيانا تكون بالسالب وهو ما يعني انكماشاً أو تراجعاً في قيمة الاستثمار وإن كانت لا تستمر أكثر من سنة أو سنتين على التوالي وأحيانا أخرى تأخذ إشارة موجبة وتستمر لسنوات عديدة وهو ما يشير إلى أن الاتجاه العام لقيمة الاستثمار نحو الزيادة، ومرد معدلات النمو المطربة للإنفاق الاستثماري، إن ليبيا دولة نفطية مما يؤدي إلى أن مكونات اقتصادها الكلي تتأثر بالتغيرات في سوق النفط العالمي وما يحدث فيه من تطورات وخاصة أن ليبيا تعتمد اعتماداً كلياً على صادراتها النفطية.

- حققت معدلات نمو الإنفاق الاستهلاكي العائلي ومعدلات نمو الإنفاق الاستهلاكي الإجمالي معدلات نمو مضطربة فأحيانا تكون بالسالب وهو ما يعني انكماشاً أو تراجعاً في قيمة الاستهلاك العائلي والاستهلاك الإجمالي وإن كانت لا تستمر أكثر من سنة أو سنتين على التوالي، وأحيانا أخرى تأخذ إشارة موجبة وتستمر لسنوات عديدة وهو ما يشير إلى أن الاتجاه العام لقيمة الاستهلاك العائلي والاستهلاك الإجمالي نحو الزيادة، ومرد معدلات النمو المضطربة للإنفاق الاستهلاكي العائلي والاستهلاك الإجمالي هو أن ليبيا دولة نفطية مما يؤدي إلى أن مكونات اقتصادها الكلي تتأثر بالتغيرات في سوق النفط العالمي وما يحدث فيه من تطورات وخاصة أن ليبيا تعتمد اعتماداً كلياً على صادراتها النفطية.

- معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في ليبيا حقق معدلات نمو موجبة خلال الفترة المشار إليها باستثناء السنوات 2009، 2002، 2001، 1998، 1997، وذلك نظراً لاعتبارات

التغيرات في أسواق النفط العالمية باستثناء العامين 2001-2002، وهو ما يقودنا إلى إدراك مدى تأثير القطاع النفطي في الناتج المحلي الإجمالي في ليبيا.

ثانياً- التوصيات:

- الاهتمام بالشباب والعمل على توفير البيئة المناسبة التي تشجع الشباب على الزواج المبكر والتوسع في منح القروض السكنية والاجتماعية وتقسيتها على فترات طويلة والاستثمار في بناء المشاريع الإسكانية والاجتماعية وملحقاتها .
- الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في مجال الرعاية لأطفال الأمهات العاملات خارج البيوت كتوفير رياض أطفال من أربعة أشهر فما فوق، ومن الأمثلة على ذلك رياض الأطفال الموجودة في فرنسا وبلدان أوروبا الغربية، الأمر الذي يزيد من معدل مشاركة المرأة في النشاط الاقتصادي ويفتح المجال أمام مزيد من مساهمة ربات البيوت في النشاط الاقتصادي.
- الاهتمام بالصحة الإنجابية والعمل على تنظيم جدول زمني لزيارات الأمهات الحوامل والمواليد لمراكز المتابعة الصحية على نفقة المجتمع، أسوة بالبلدان المتقدمة.
- بما أن ليبيا سيكون لديها عدد أكبر من الأطفال في هذا العقد والعقود القادمة، كذلك عدد أكثر ممن يدخلون سوق العمل لأول مرة. لذا فإن التوسع في بناء رياض الأطفال والمدارس والمؤسسات التعليمية المختلفة والاستثمار في هذا المجال بصفة عامة يعد من الأولويات، خاصة في بلد يعاني من التخلف وطالما أن الموارد المالية متوفرة، فإن الأولوية في الاستثمار للموارد البشرية.
- إن التحدي الأبرز للنظام الاقتصادي في ليبيا هو استيعاب الداخلين الجدد لسوق العمل عن طريق تأهيلهم للاحتياجات الخاصة بسوق العمل في ليبيا خلال السنوات القادمة وخلق فرص العمل مما يتيح مشاركتهم الفعالة في زيادة الإنتاج ومساهماتهم في البناء الاقتصادي بشكل يدعم التنمية المستدامة للبلد.
- نظرا لهيمنة قطاع النفط على باقي القطاعات الاقتصادية في ليبيا، مما يؤدي إلى ان مكونات اقتصادها الكلي تتأثر بالتغيرات في سوق النفط العالمي وما يحدث فيه من تطورات، فإنه من الضروري العمل على تنويع القاعدة الإنتاجية وتهيئة الظروف لسوق المنافسة وكبح الاحتكار وإنعاش باقي القطاعات الاقتصادية الإنتاجية والخدمية.

قائمة المراجع:- باللغة العربية:

- 1- د. عارف دليله، بحث في الاقتصاد السياسي للتخلف والتقدم والنظام العالمي، دار الطليعة، بيروت، 1987.
- 2- د. يونس حمادي علي، مبادئ علم الديموغرافيا، دار وائل، ط1، الأردن، 2010.
- 3- د. مصطفى العبد الله، د. عصام خوري، قضايا حول السكان والتنمية في الوطن العربي، وزارة الثقافة، دمشق، 1993.
- 4- د. محمد طاقة، د. حسين عجلان حسن، اقتصاديات العمل، إثراء للنشر والتوزيع، الاردن، 2008.
- 5- د. خالد المحجوبي، تطور القدرة التنافسية للاقتصاد الليبي واستراتيجيات تدعيمها، دراسة تحليلية، مؤتمر القدرة التنافسية للاقتصاد الليبي الواقع وسبل النهوض، معهد التخطيط، طرابلس، 2014.
- 6- د. خالد المحجوبي، تطور تجارة ليبيا الخارجية مع دول الاتحاد الاوروبي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة فرحات عباس، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، 2010.
- 7- د. زهير ظافر، النظريات السكانية وانعكاساتها على الاقتصاد والمجتمع، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 10، سبتمبر 2010.
- 8- أ. نصر الدين مصطفى الكاتب، تحديد واختيار المؤشرات الإحصائية والديموغرافية، المؤتمر الوطني حول السكان والتنمية، الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق 2004.
- 9- تقرير التنمية البشرية، دليل التنمية البشرية، 2011.
- 10- صندوق النقد العربي وآخرون، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، أعداد مختلفة.
- 11- المنظمة العربية للتنمية الصناعية والتعدين، نشرة الإحصاءات الصناعية للدول العربية، (1992-2000)، العدد الخامس، ديسمبر 2001.
- 12- مصلحة الإحصاء والتعداد، النتائج النهائية للتعداد العام للسكان لسنوات 1954، 1964، 1973، 1984، 1995، 2006.

13- الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، تقرير السكان والتنمية، نيويورك، 2005.

مواقع الكترونية:

- 1- <http://www.escwa.un.org/information/publications/edit/upload/SDD-2005-5-a.pdf>.
- 2- <http://www.onefd.edu.dz/infpe/2MEF/cours-Pdf-2mef/Env1/Geo/L2-ENV1-GEO.pdf>.
- 3- <http://data.albankaldawli.org/indicator/SP.POP.GROW?page=6>.
- 4- <http://www.mafhoum.com/press10/291E14.htm>

باللغة الأجنبية:

- 1- Bilsborrow, Richard E., "The Demographics of Macro-economic-demographic Models", *Population Bulletin of the United Nations*, Department of International Economic and Social Affairs, No. 26, New York, 1989, 42.

آليات تطوير و تنمية استغلال الطاقات المتجددة في الجزائر

د. بوزيد سفيان

أستاذ محاضر قسم ب، جامعة مستغانم

د. محمد عيسى محمد محمود

أستاذ محاضر قسم أ، جامعة مستغانم

ملخص:

تعتبر الطاقات المتجددة أحد أهم البدائل المتاحة لتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة، إذ تشكل إمداداتها عاملاً أساسياً في دفع عجلة الإنتاج و تحقيق الاستقرار و النمو في حال نزوب نظيرتها التقليدية، مما يوفر فرص العمل الدائمة و يساهم في تحسين مستويات المعيشة و الحد من الفقر عبر العالم.

و خلصت هذه الدراسة أن للجزائر إمكانيات كبيرة في مجال استغلال الطاقات المتجددة، - رغم أن تكلفة استخدامها ما تزال مرتفعة نسبياً -، تُبقي الجزائر من بين أبرز الدول المرشحة من قبل خبراء الطاقة في العالم، لتلعب دوراً رئيسياً و مهماً في معادلة الطاقة، نظراً لامتلاكها مصادر طبيعية هائلة في مجال الطاقات المتجددة.

الكلمات المفتاحية: الطاقة، الطاقة الأحفورية، الطاقة المتجددة، برنامج الطاقة المتجددة.

Abstract :

Renewable energies are one of the most important available alternatives in order to achieve the Sustainable economic development. Therefore, its supplies form a main factor which pushes the production process, and realizes stabilization and growth in case of nonrenewable energy been exhausted; thus, it offers permanent employment opportunities, and contributes in improving the living standards as well as reduces poverty across the world.

This study concluded that Algeria has great potential in the field of renewable energies exploitation. Although the cost of their use is still relatively high, Algeria is still among the most prominent countries nominated by energy experts in the world. Hence, it plays a major and important role in the energy equation regarding its enormous natural resources in the renewable energies.

Key words: energy, fossil energy, renewable energy, renewable energy program.

مقدمة:

إن الطاقة كانت و مازالت تكتسب الصفة الإستراتيجية و تعد العامل الأهم لطرفي معادلة التقدم و الارتقاء الاقتصادي و الاجتماعي حيث تتحدد مؤشرات التقدم لدى أي دولة بمعدل نصيب الفرد من الطاقة المستهلكة، كما أن عملية التنمية في أي دولة تتوقف على اقتصاديات هذه الطاقة من حيث المورد و النقل و التكلفة، و هو ما جعلها مركزاً أساسياً لاستمرار عملية التنمية الرامية لتحقيق أكبر قدر ممكن من النمو و الرفاهية الإنسانية.

و بالرغم من الدور التنموي للطاقة إلا أنه بدأت مؤشرات حقيقية و خطيرة بالظهور، خاصة مع بروز معضلة الضغط السكاني الذي يتوقع أن يتزايد بمعدلات متسارعة على كوكب الأرض. كان من الطبيعي أن ترافق هذه الزيادة في التعداد السكاني تنامي الطلب العالمي على موارد الطاقة الأحفورية. و لاشك أن موارد الطاقة الأحفورية التي تتكون على مدى ملايين السنين هي بالضرورة محدودة، و ذلك بالقياس بالسحب الكبير يومياً لرصيداها. فالعالم وصل اليوم إلى ذروة الإنتاج العالمي الطاقوي و بدأ الانخفاض في الإنتاج ليس فقط من طرف المنتجين و لكنه انخفاض طبيعي للمورد، و بديهي أن استهلاك مصادر الطاقة الأحفورية (البترول، الغاز الطبيعي، و الفحم الحجري) بالمعدل العالمي القائم سيعجل سرعة نفاذها و يقرب من لحظة نضوبها.

و يمثل التحول إلى مصادر طاقات بديلة أو متجددة النسق المستدام و الحل المزدوج المنشود، الذي لا بد أن تلجأ إليه الدول لتوفير مصادر بديلة و تطويرها بأقصى سرعة ممكنة، لتحقيق تنمية مستدامة تأخذ بعين الاعتبار محدودية الأنظمة الإيكولوجية و تؤمن فرص عادلة في توزيع الموارد المتجددة و غير المتجددة بين أجيال الحاضر و المستقبل.

فالطاقة المتجددة هي الطاقة المستمدة من المصادر التي يمكن أن تعيد الطبيعة توليدها بشكل مستمر، مثل المياه و طاقة الرياح و الطاقة الشمسية و الطاقة الحرارية الأرضية و الكتلة الحيوية، و قد احتلت هذه المصادر أهمية كبيرة خلال السنوات القليلة الماضية حيث تتسارع دول العالم للانتقال إلى عصر الطاقات المتجددة من خلال بروز سياسات و استراتيجيات تدعم انتشارها و استخدامها، لتحقيق أمن الطاقة للدول الصناعية و التقليل من تبعيتها للدول النفطية على غرار الدول العربية.

وقد أثبتت الدراسات المتعلقة بالإمكانات المتاحة من وسائل إنتاج الكهرباء من مصادرها المتجددة في المنطقة العربية، تمتعها بوفرة كبيرة في مصادر الطاقة المتجددة خاصة الطاقة الشمسية و طاقة الرياح، حيث تقع معظم الدول العربية في منطقة الحزام الشمسي . و تتمتع معظم دول المنطقة العربية أيضا بإمكانات جيدة في مجال طاقة الرياح لتوليد الكهرباء ، علاوة على مصادر الطاقة المائية في بعض الدول، إلى جانب مصادر طاقة الكتلة الحيوية . لذلك يبدو الحل المتمثل في استغلال مصادر الطاقة المتجددة المتاحة . و نقل التقنيات الخاصة بتصنيع معداتها من الدول المتقدمة إلى الدول العربية خيارا جاذبا للمنطقة العربية لتأمين و تنويع مصادر الطاقة.

وفي هذا السياق يمكن صياغة إشكالية الدراسة في السؤال الجوهرى التالي:

ماهي الجهود التي بذلتها الجزائر في مجال تطوير و تنمية استغلال الطاقات المتجددة ؟

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

المحور الأول : مدخل مفاهيمي للطاقات المتجددة.

المحور الثاني : إستراتيجية تطوير استغلال الطاقات المتجددة في الجزائر.

المحور الثالث :إنجازات و تحديات الطاقات المتجددة في الجزائر.

1- مدخل مفاهيمي للطاقات المتجددة:

1-1 مفهوم الطاقات المتجددة:

أولاً: تعريف الطاقات المتجددة:

تعرف وكالة الطاقة الدولية IEA الطاقات المتجددة كما يلي: تتشكل الطاقات المتجددة من مصادر الطاقة الناتجة عن مسارات الطبيعية التلقائية كأشعة الشمس والرياح التي تتجدد في الطبيعة بوتيرة أعلى من وتيرة استهلاكها.⁽¹⁾

تعرف الطاقات المتجددة أيضاً كما يلي: الطاقات المتجددة هي الطاقة المتولدة من مصادر طبيعية متجددة يتكرر وجودها في الطبيعة على نحو تلقائي و دوري كأشعة الشمس و الرياح و المطر و المد و الجزر و الحرارة الأرضية⁽²⁾، إذ تتميز مصادر الطاقات المتجددة بقابلية إستغلالها المستمر دون أن يؤدي ذلك إلى استنفاد منبعها لذلك أطلق عليها بالمصادر المتجددة.

و عليه فالطاقات المتجددة هي الكهرباء التي يتم توليدها من الشمس و الرياح و المياه و الكتلة الحيوية و الحرارة الجوفية، و هي كذلك الوقود الحيوي و الهيدروجين المستخرج من مصادر متجددة، و هي عدة أنواع: الطاقة الشمسية، طاقة الرياح، الطاقة المائية، طاقة الكتلة الحيوية، الطاقة الحرارية الجوفية.

ثانياً: خصائص الطاقات المتجددة:

من خلال التعريف السابق يتضح لنا أن الطاقات المتجددة تتميز بعدة خصائص نذكر منها:

- 1- الشمس هي المصدر الأساسي للطاقات المتجددة سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة لذلك هناك من أطلق شعار الشمس أم الطاقات.⁽³⁾
- 2- تعتبر طاقات نظيفة، أي أنها لا تتسبب في ارتفاع درجة حرارة الأرض و لا ينتج عنها مخلفات تضر بالبيئة لهذا أطلق عليها الطاقة الخضراء.⁽⁴⁾
- 3- يمكن لبعض أنواع الطاقات المتجددة إنتاجها بشكل دائم على مدار اليوم، مثل طاقة المحيطات و الوقود الحيوي، و إنتاج بعضها الآخر يكون متقطع، مثل الطاقة الشمسية و طاقة الرياح، و ذلك لإرتباطهما بظواهر مناخية متغيرة.⁽⁵⁾
- 4- إن إنتاج الطاقات المتجددة يتطلب تقنيات جد متطورة، و بالتالي فهي تحتاج لموارد بشرية ذات خبرات عالية.

5- تتوفر أشكال مختلفة من الطاقات المتجددة الأمر الذي يتطلب استخدام تكنولوجيا ملائمة لكل شكل منها.

6- لا مركزية الاستعمال، و تمنح لمستخدميها استقلالية خاصة عن الشبكة المركزية لتنويع الطاقة.

7- هناك الحاجة لعدد كبير من الأيام المشمسة و الرياح القادرة على تدوير المراوح، لذلك هناك حاجة لنظام خزن الطاقة للأيام التي لا توجد فيها الطاقة.

1-2 مميزات الطاقات المتجددة

تتميز مصادر الطاقات المتجددة بتنوع و تعدد استخداماتها، لذلك فإن استخداماتها يحقق العديد من المزايا التالية:

- هي موارد موثوقة، فالنظام الموزع لتوليد الطاقة من المصادر المتجددة يوفر نظام طاقة أكثر متانة و أقل عرضة لانقطاع إمدادات الطاقة مقارنة بالأنظمة المركزية.

- تقي الإقتصاديات من الأزمات التي تحدثها التقلبات في أسعار الوقود التقليدية، و حماية المجتمعات من مظاهر الفوضى الإقتصادية التي تنشأ عن تقلبات في الأسواق العالمية للسلع الأساسية.

- هي مصادر تحقق الأمن الوطني، فالنظام الموزع لأنظمة توليد الطاقة المتجددة يبقى بمأمن عن أي هجوم، بمعنى أنه لن يشكل على الأرجح أهدافا عسكرية.

- تتميز هذه الأنظمة بوجودها على مقربة من المجتمعات التي تستخدمها، ما يوفر الحس بالقيمة و الملكية الجماعية المشتركة.

- تتميز بقابلية استغلالها المستمر دون أن يؤدي إلى استنفاد منبعها فهي طاقة لا تنضب نظيفة و مجانية.

- تعتبر طاقة مضمونة و ليست مغامرة أو مخاطرة في المجهول، بالإضافة إلى إلغاء تكلفة نقل الطاقة و تكلفة الشحن.

- تستطيع إنتاج الطاقة من مصادر متجددة أينما وجدت و يستطيع تملكها أي فرد أو شركة في العالم و هي متاحة للجميع و ليست حكرا على أحد كما و أنها ليست حقلا نفطيا لا يمكنك امتلاكه أو استثماره على مستوى فردي أو نقله إلى مكان تواجدك.

- تقوم العديد من الشركات العقارية اليوم بالإستثمار في الطاقة المتجددة لتحسين سعر العقار فالأمر أصبح كمن يشتري قطعة أرض تحتوي على ثروات معدنية (ذهب، فضة، نحاس...).
- فالطاقة النظيفة هي من أهم العوامل السريعة التي تقوم بزيادة سعر العقار هذا الأمر الذي تختلف عنه الطاقة الأحفورية التي تقوم بتخفيض سعر العقار.⁽⁶⁾
- معظم الطاقات البديلة صالحة للمصادر الثابتة، فرقائق الخشب أو القش يمكن استخدامها اقتصاديا لتوليد الكهرباء، و لكن لا يمكن استعمالها كوقود للسيارات عوضا عن الغازولين، و لكنها بحدود مقبولة في حال الأزمات النفطية و ارتفاع الأسعار بشكل كبير.
- لا يوجد لمعظم الطاقات المتجددة حد أدنى للتكلفة و حد أعلى لتكلفة التشغيل، و هو الميزة الأولى لتدفق الطاقة.⁽⁷⁾

- هي مصدر محلي لا ينتقل، و يتلاءم مع واقع تنمية المناطق النائية و الريفية و احتياجاتها.
- لا تخضع لسيطرة النظم السياسية و الدولية أو المحلية التي تحد من مدى التوسع في استغلال أية كمية منها.

1-3 أسباب التوجه للإستثمار في الطاقات المتجددة:

هناك العديد من العوامل و الأسباب التي دفعت للتوجه نحو تشجيع استخدام الطاقات المتجددة منها:

- تغير المناخ، لقد أدى التوجه نحو تطوير الصناعة إلى استخراج و حرق مليارات الأطنان من الوقود الأحفوري لتوليد الطاقة، هذه الانواع من الموارد الأحفورية أطلقت غازات تحبس الحرارة كثنائي أكسيد الكربون و هي من أهم الأسباب تغير المناخ. و تمكنت هذه الغازات من رفع حرارة الكوكب إلى 1.2 درجة مئوية مقارنة بمستويات ما قبل الثورة الصناعية.
- فالتغير المناخي يتسبب في وفاة نحو 4400 شخص يوميا⁽⁸⁾، حكم على عدد من الأنواع الحية البرية بالإنقراض. كما بدأ يكبد صناعات العالم خسارات بمليارات الدولارات كالصناعات الزراعية، و في غياب تدخلات فعالة، سيرتفع عدد الأشخاص الذين يعانون من سوء التغذية، و سيعاني عدد منهم من ضغط مائي مستقبلا. كما سيسهم التغير المناخي في زيادة العبء الصحي.
- استمرار الإفتقار و الحاجة إلى الطاقة الذي يعيق بشكل خطير التنمية الإقتصادية و الإجتماعية في العديد من الدول النامية، حيث لا يزال يوجد في البلدان النامية ما يناهز 1.6 بليون نسمة

يفتقرون إلى سبل الحصول على الكهرباء⁽⁹⁾، و لا يزال حوالي 2.4 بليون نسمة يعتمدون على الكتلة الإحيائية التقليدية للطبخ و التدفئة، خاصة في المناطق الريفية. و سيتوقف تحقيق الهدف الإنمائي للألفية المتمثل في تخفيض نسبة سكان العالم الذين يقل دخلهم عن دولار واحد في اليوم بمقدار النصف بحلول عام 2015 على تزويد هؤلاء الناس بسبل الحصول على خدمات الطاقة العصرية لتلبية احتياجاتهم الأساسية. و يمكن أن تسهم نظم الطاقة المتجددة ذات الطابع اللامركزي في جهود القضاء على الفقر.

- استمرار النمو الإقتصادي، فمن المتوقع أن ينمو الإقتصاد العالمي أربعة أمثال بحلول عام 2050، وما لم تحدث تغيرات تحويلية، فإن الطلب على الطاقة و انبعاثات ثاني أكسيد الكربون ذات الصلة بالطاقة سيتضاعفان أكثر.⁽¹⁰⁾

- المخاوف الدولية من نضوب موارد الوقود الأحفوري، حيث يعتبر الوقود الأحفوري من المصادر الناضبة أو القابلة للإستنفاد، ذلك أن هذه الموارد تستخدم بوتيرة أسرع مما تستطيع الطبيعة إعادة إنتاجها أو استكمالها، و لقد حذرت العديد من الجهات و العلماء و المنظمات و الشركات من خطر النضوب داعية الدول و الحكومات في نفس الوقت إلى ترشيد استهلاك الطاقة و تبني استخدام مصادر الطاقة المتجددة. إلا أن تقدير كمية موارد الوقود الأحفوري صعب جدا، و لذلك لا توجد في الحقيقة طريقة معروفة لوضع توقعات دقيقة و موثوقة حول كميات الموارد المستقبلية التي ستكون متاحة كوقود لتوليد الكهرباء.⁽¹¹⁾

- اضطراب أسعار النفط: لقد كان هناك إجماع في أوساط المحللين على أن أساسيات السوق من طلب و عرض و مستويات المخزون غير كافية لتبرير الإختلال في مستويات الأسعار خاصة خلال السنوات الأخيرة، فقد كانت للأزمات النفطية (الصدمات النفطية لسنوات 1973، 1979، 1986، 1998، 2004، 2008) و العوامل الجيوسياسية و الكوارث الطبيعية دور أساسي في التأثير في أسعار النفط.⁽¹²⁾

2- إستراتيجية تطوير استغلال الطاقات المتجددة في الجزائر:

لا تزال عملية التنمية في الجزائر معتمدة على إيرادات المحروقات لكن مع محدودية احتياطات الجزائر من المحروقات من جهة و تزايد الطلب المحلي عليها من جهة ثانية أدت بالجزائر إلى ضرورة وضع إستراتيجية ناجحة تركز مفهوم التنمية المستدامة و تضمن إنشاء بنية تحتية كافية لإستدامة الطاقة و تحقيق مستويات أعلى للتنمية الإقتصادية.

2-1 أهمية تطوير الطاقات المتجددة في الجزائر:

بالنظر إلى أهمية مختلف مصادر الطاقة في الحياة فإن استخدام مصادر الطاقة المتجددة لا يقل أهمية عن مصادر الأخرى التقليدية، فهي تقوم على تحقيق أهداف التنمية المستدامة، بالإضافة إلى دورها الفعال في تحقيق الأهداف التالية:

- تحسين و حماية البيئة و الغلاف الجوي و الحد من التأثيرات السلبية لقطاع الطاقة في مختلف النشاطات الاقتصادية و في قطاعي الصناعة و النقل على وجه الخصوص. و تعتبر مصادر الطاقة المتجددة مصادر نظيفة لا تؤثر على البيئة.

- الاستغلال العقلاني للموارد المتاحة حيث أصبحت البيئة عنصرا هاما من عناصر الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة و متغيرا أساسيا من متغيرات التنمية المستدامة، و لكون الكثير من الموارد الطبيعية غير متجددة مما يحتم استغلالها وفق قواعد تحافظ على البقاء و لا تؤدي إلى الاختلال أو كبح النمو " . و إنسانا إلى التقديرات التي نشرتها منظمة الأغذية و الزراعة (الفاو) أن هناك نحو مليار شخص في الدول النامية يسدون احتياجاتهم من الطاقة في الوقت الحاضر عن طريق اجتثاث الأشجار القريبة أكثر مما تنمو عادة.⁽¹³⁾

- تحقيق التنمية البشرية و رفع مستوى المعيشة، إذ تتضح العلاقة بين التنمية البشرية و الطاقة من خلال الارتباط القوي بين متوسط استهلاك الفرد من الطاقة و مؤشر التنمية البشرية و خاصة في الدول النامية، يؤدي إنتاج الكهرباء من المصادر المتجددة دورا هاما في تحسن مؤشرات التنمية البشرية عن طريق تأثيرها في تحسين الخدمات التعليمية و الصحية و بالتالي تحسين نوعية الحياة.

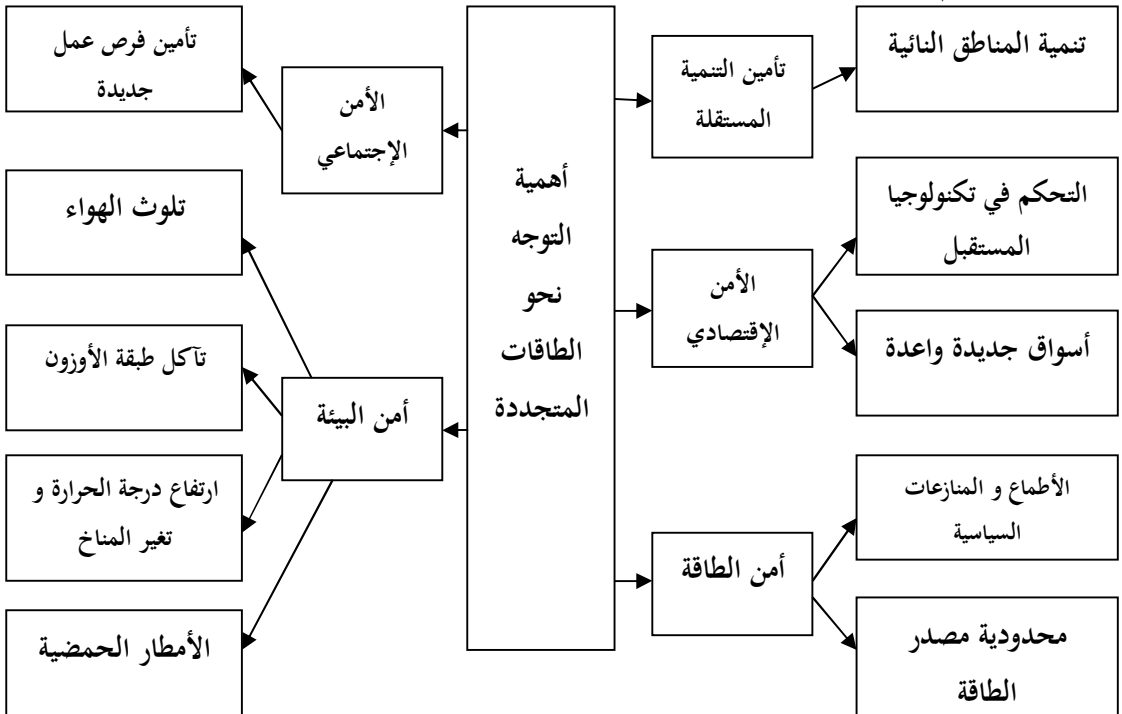
- تغيير أنماط الإنتاج و الاستهلاك غير المستدام، يمثل قطاع الطاقة واحد من القطاعات التي تتنوع بها أنماط الإنتاج و الاستهلاك غير المستدامة، و في ظل الزيادة المطردة في الاستهلاك نتيجة للنمو

السكاني فإن الأمر يتطلب ضرورة الاستغلال المستدام للموارد الطبيعية و تنمية موارد الطاقة المتجددة.

- تنوع مصادر الطاقة، إن تنوع مصادر الطاقة و توفر الطاقة الكهربائية يحقق وفرا في المصادر التقليدية للطاقة يتم توفيره بمشاريع الطاقة المتجددة، بالإضافة إلى إمكانية تحقيق فائض في المستقبل من الطاقة الكهربائية المنتجة من المصادر التقليدية و المتجددة يمكن تصديره إلى سوق النفط العالمية." و يمكن بيعه بالسعر العالمي أي أن التقييم الاقتصادي للطاقة الجديدة و المتجددة يتم على أساس السعر العالمي للنفط. و ليس السعر المحلي المدعوم من قبل الدولة.⁽¹⁴⁾

- خلق فرص العمل بحيث توفر أنظمة الطاقة المتجددة فرص عمل جديدة و نظيفة و متطورة تكنولوجيا. فالقطاع يشكل مزودا سريع النمو للوظائف العالية الجودة في حالات تصنيع و تركيب معدات الطاقة المتجددة و صيانتها.

الشكل رقم 01: أهمية مصادر الطاقة المتجددة



المصدر: عماد تكواشت، واقع و آفاق الطاقة المتجددة و دورها في التنمية المستدامة في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر - باتنة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، الجزائر، 2012، ص 50.

2-2 إمكانات و حوافز إنتاج الطاقات المتجددة في الجزائر

لدى الجزائر موارد طبيعية مهمة لإستغلالها في إنتاج الطاقات المتجددة بالنظر لموقعها الجغرافي المحفز على ذلك، و سوف نتناول في هذا العنصر إمكانات الجزائر من الموارد الطبيعية المتجددة مع الإشارة إلى الإجراءات المعتمدة لتشجيع استغلالها.

2-2-1 مصادر الطاقات المتجددة:

تتميز مصادر الطاقة المتجددة بأنها مصادر قابلة للتجدد و بأن استعمالها لم ينتشر بعد على نطاق تجاري واسع، و تختلف هذه المصادر فيما بينها من حيث درجة التقدم الفني و من حيث جدواها الاقتصادية و أهميتها وفيما يلي سوف نتعرض لمصادر الطاقات المتجددة والإمكانات الطبيعية و الجيولوجية المتاحة لهذه المصادر غير الناضبة.

أولاً: الطاقة المستمدة من أشعة الشمس

تعرف الشمس على أنها كرة هائلة من الغازات الساخنة، و بنسب الوزن يمثل فيها الهيدروجين ما نسبته 70% و الهليوم 25% و الكربون و النيتروجين و الأكسجين 1.5% لكل منهم، و تمثل باقي العناصر 0.5%.

تصل درجة حرارة الشمس إلى 5000 درجة مئوية على السطح وحوالي 15000 درجة مئوية في اللب (المركز)، و متوسط المسافة بينها و بين الأرض ما مقداره 149.6 مليون كيلومتر يقطعها ضوء الشمس في ثماني دقائق و نصف، أما قطرها فيبلغ 1.4 مليون كيلومتر أي أنها أكبر من كوكب الأرض 109 مرة، و هو ما يعني أن الشمس تتسع لحوالي مليون كوكب حجم الأرض⁽¹⁵⁾.

و تمد الشمس الأرض بكميات ضخمة من الضوء و الطاقة دون مقابل، فتدفع طاقة الشمس الحرارية سطح الأرض و البحر و الهواء. و طالما استخدم الناس الطاقة الحرارية المجانية المستمدة من الشمس فإذا نظرنا عن كثب إلى الخريطة المبينة في الملحق رقم نجد أن العديد من دول العالم الفقيرة تتوفر فيها كميات كبيرة من الطاقة الشمسية، مما يعني أن بإمكان الناس في هذه الأقطار استخدام قدر هائل من الطاقة الحرارية المجانية، حيث أن مصدر الطاقة في كل من الغذاء والوقود يرجع إلى الطاقة الشمسية بواسطة التمثيل الضوئي في النبات، فبهذه الطريقة يتحد ثاني أكسيد الكربون ببخار الماء، مع وجود مادة الكلوروفيل الخضراء كحافز للحصول على الكربوهيدرات

اللازمة لنمو النبات و إثماره، و ليس أنواع الوقود الأحفوري من البترول و الغاز إلا بقايا من المواد العضوية الأخرى التي تغذت بها، تراكمت منذ ملايين السنين وتحولت بفعل الحرارة و الضغط في باطن الأرض إلى أنواعها و مركباتها الحالية. و يتم استغلال الطاقة الشمسية، إما عن طريق استخدام الحرارة الشمسية لتسخين ناقل ما للحرارة لكي تستهلك هذه الحرارة إما مباشرة أو من أجل تحويلها إلى أشكال أخرى للطاقة و بالدرجة الأولى إلى طاقة كهربائية.⁽¹⁶⁾

و الجدير بالذكر أيضا أن قيمة الطاقة المتجددة لا تقاس بعدد الكيلووات المنتج إنما تقاس بالفوائد الاقتصادية الناتجة من الاستخدامات المباشرة و غير المباشرة للطاقة الشمسية و التطبيقات الأخرى لها لتلبية الاحتياجات الحرارية للفقير و الغني على حد سواء في الدول النامية و المتطورة.

و يجعل الشكل الدائري للأرض و دورانها حول الشمس أجزائها تتلقى مقادير متباينة من الأشعة الشمسية الحرارية، إذ تسقط أشعة الشمس بشكل شبه عمودي على المناطق الاستوائية و المدارية للأرض و بذلك تكون هذه المناطق أكثر تعرضا لأشعة الشمس و حرارتها من المناطق الشمالية و الجنوبية و القطبين الشمالي و الجنوبي لها، و يسقط ما مقداره 2500 كيلووات ساعة لكل كيلومتر مربع سنويا في المناطق الحارة من العالم كالقارة الأفريقية و منطقة شبه الجزيرة العربية و في أمريكا اللاتينية حيث أن كل متر مربع من سطح الشمس يبعث بطاقة إشعاعية قدرها 63.11 ميغاوات مما يعني أن خمس كيلومتر مربع من مساحة سطح الشمس يبعث بطاقة إشعاعية تقدر ب 400 إكساجول سنويا، و هو ما يكفي لتلبية إجمالي الطلب العالمي على الطاقة الأولية في الأرض حاليا.⁽¹⁷⁾

ثانيا: طاقة الرياح و طاقة الكتلة الحيوية

1- طاقة الرياح

إن استخدام الإنسان لطاقة الرياح ليس بالأمر الجديد، فقد فرضت الظروف الماضية التي عاش في ظلها ضرورة أن يلجأ إلى استخدام مصادر الطاقة المتوفرة في الطبيعة و إخضاعها لتلبية احتياجاته ضمن ظروف و مستويات التكنولوجيا السائدة في مختلف العصور. فكان للرياح دور مهم و فعال في ازدهار الحضارات المختلفة حين استخدمت في إدارة طواحين الهواء و تسيير السفن الشراعية عبر البحار و المحيطات، فظلت السفن الشراعية أسرع القطع البحرية حتى تمكن الإنسان من اختراع الآلة البخارية. و إذا كان الحديث يدور في يومنا هذا عن طاقة الرياح فإن الإشارة غالبا ما

تعني استعمال هذه الطاقة في توليد الكهرباء بواسطة التوربينات الضخمة ذات التكاليف و التكنولوجيا الفائقة.⁽¹⁸⁾

و تعتبر طاقة الرياح صورة غير مباشرة من صور الطاقة الشمسية، حيث أن حركة الهواء هي نتيجة لفرق الضغط في الغلاف الجوي، و يسبب فرق الضغط تحرك الهواء من منطقة ذات ضغط مرتفع إلى أخرى منخفضة الضغط و ينشأ فرق الضغط نتيجة اختلاف التأثيرات الحرارية للشمس التي تتحكم في درجة حرارة الأرض و التي تكون السبب في حدوث الرياح. حيث يمكن لهبوب الرياح أن يولد طاقة أكثر كثافة مما تولده أشعة الشمس تقدر ب 10 كيلووات/م² في العواصف الشديدة و ما مقداره 25 كيلووات/م² عند هبوب الأعاصير، في حين أن الحد الأقصى للطاقة الناتجة عن الإشعاع الشمسي تقدر ب 1 كيلووات/م²، هذا في حين أن هبوب نسيم عليل بسرعة 5 متر في الثانية (18 كم في الساعة) من شأنه أن يولد ما مقداره 0.075 كيلووات/م².

2- طاقة الكتلة الحيوية

يقصد بالكتلة الحيوية ما يتم تجميعه من مخلفات، مثل الأشجار الميتة، و فروع الأشجار و أوراقها، و مخلفات المحاصيل و قطع الخشب و غيرها، حيث يمكن الاستفادة من المخلفات من خلال إجراءات إعادة التدوير Recycling أو إعادة الاستخدام Re-Use و هو ما يمكن أن يؤدي إلى تقليل حجم المخلفات و القمامة. و يقصد بتدوير المخلفات إعادة استخدامها لإنتاج منتجات أخرى أقل جودة من المنتج الأصلي، في حين يقصد بإعادة الاستخدام، مثلاً إعادة استخدام الزجاجات البلاستيكية للمياه المعدنية بعد تعقيمها.

و يعتبر توليد الطاقة الكهربائية و الحرارية و إنتاج الوقود من طاقة الكتلة الحيوية تحدياً كبيراً في نماذج تحويل الطاقة الحديثة، و مكسباً بيئياً يساهم في التقليل من انبعاث غازات ثاني أكسيد الكربون الدفينة من خلال استغلال عملية تعفن هذه المخلفات الحيوية و كبح تأثيرها على الغلاف الجوي، و هذا باستخدامها كطاقة بديلة.⁽¹⁹⁾

حيث تحتوي طاقة الكتلة الحيوية على مكانة خاصة نظراً لأهميتها القصوى لحاضر و مستقبل الطاقة في الدول النامية و المتقدمة. فيعتمد حوالي 70% من السكان على الكتلة الحيوية كالخشب، و بقايا المحاصيل و الحيوانات للاستخدامات المنزلية و خصوصاً كوقود للطهي. كما أن طاقة الكتلة الحيوية يمكن تحويلها إلى وقود صلب و وسائل و غازي، فبدائل البنزين مثلاً من

الممكن إنتاجها من الكتلة الحيوية بواسطة التخمر و التقطير، و عن طريق المعاملة الحرارية للخشب و بقايا المحاصيل الزراعية، و يمكن بغير ذلك من التفاعلات الكيميائية أيضا إنتاج الوقود من الكتلة الحيوية على نطاق صناعي واسع أو على نطاق محلي محدود.⁽²⁰⁾

و هناك العديد من الأنماط المختلفة لوقود الكتلة الحيوية التي تتراوح من الحطب التقليدي المستخدم في الطهي بالمناطق الريفية و الذي يتم حرقه بطريقة بعيدة كل البعد عن الكفاءة، إلى الأنماط الحديثة و المتطورة للغاية. و يمكن للمخلفات الزراعية مثل روث الحيوانات Manure أن تستخدم كوقود حيوي، غير أنه بالمستطاع أيضا توليد الطاقة بالاعتماد على عملية التخمر Ferment.

ثالثا: الطاقة المائية و طاقة المحيطات

1- الطاقة المائية:

الماء من أعظم نعم الله عز وجل على خلقه، فالماء ضروري للحياة و لا غنى للإنسان و الكائنات الأخرى عنه، قال تعالى: "وَجَعَلْنَا مِنَ الْمَاءِ كُلَّ شَيْءٍ حَيٍّ أَفَلَا يُؤْمِنُونَ" (سورة الأنبياء الآية 30) ، فالماء مركب كيميائي ناتج عن اتحاد ذرتي هيدروجين و ذرة أكسجين، و من أهم خواصه أنه عديم اللون و الطعم و الرائحة، و يتجمد عند حرارة صفر مئوي و يغلي عند 100 درجة مئوية، و هو المركب الوحيد الذي يتواجد في الطبيعة في الحالة الصلبة و السائلة و الغازية و يتحول من حالة لأخرى باكتساب أو فقدان كمية من الطاقة الحرارية، و يكون الماء 71% من مساحة سطح الكرة الأرضية.

حيث تحتوي المياه المتحركة على مخزون ضخم من الطاقة الطبيعية سواء كانت المياه جزءا من نهر جار أو أمواج في المحيط. فالمساقط المائية ما هي إلا نتيجة لطبيعة التضاريس و التركيب الجيولوجي لسطح الأرض التي يمكن اعتبارها موردا طبيعيا ثابتا، و عليه تعتبر الطاقة المائية مصدرا من مصادر الطاقة المتجددة التقليدية حيث استعمل الإنسان الدواليب التي تدار بقوة الماء لرفع المياه للري و لإدارة العجالات و الطواحين التي أنشأها على ضفاف الأنهار، إلا أن أهمية هذه الطواحين و الدواليب كانت تقتصر على فترة جريان المياه في الأنهار، لذا فقد اقتضت أهميتها على المناطق ذات الجريان الدائم و أصبحت الأنهار السريعة الدائمة الجريان هي من تحدد مواقع الصناعة، فقلت أهمية الطاقة المائية عند اختراع الآلة البخارية و خاصة في غرب أوروبا و أمريكا حيث الفحم و

كثافة السكان، ثم استرجعت أهميتها بعد التطور العلمي و التكنولوجي و اكتشاف المولدات الكهربائية و الأسلاك المعدنية المقاومة للكهرباء مما أدى إلى تطورها و اتساع نطاق استعمالها.

2- طاقة المحيطات:

تغطي البحار و المحيطات مساحات واسعة جدا من سطح الكرة الأرضية، فبينما تبلغ مساحة اليابسة على الأرض 149 مليون كم²، فإن البحار و المحيطات تغطي ما مساحته 361 مليون كم²، أي أكثر من ضعف مساحة اليابسة، و معروف تاريخيا أن الإنسان استعمل و مازال يستعمل البحار و المحيطات سواء لإنتاج غذائه أو لانتقاله من مكان لآخر. و هناك أشكال عديدة من الطاقة يستطيع الإنسان الحصول عليها من البحر، فهناك حركة المد و الجزر التي تؤدي إلى ارتفاع منسوب المياه على الشواطئ ثم انخفاضها ضمن حركة دورية تتكرر بشكل منتظم، و قد تمكن الإنسان من الاستفادة من هذه الظاهرة في أعمال الملاحة و أخيرا في توليد الطاقة الكهربائية.

و كذلك استغلال الطاقة الحرارية في البحار و المحيطات لتوليد الطاقة الكهربائية أو إنتاج الهيدروجين الذي يمكن استعماله كوقود لتوليد الطاقة النهائية. و قد يبدو غريبا أن نتكلم عن الطاقة الحرارية في البحار و المحيطات كون هذه الأخيرة لا ترتفع أكثر من 30 درجة مئوية على السطح في أي مكان من العالم، و بالرغم من أن درجة الحرارة في أعماق البحار و المحيطات لا ترتفع عن 5 درجات مئوية إلا أن فوارق درجة حرارة الماء ما بين السطح و القعر (الباطن) هو ما يسمح باستغلال التدرج الحراري من أجل توليد الطاقة الحرارية⁽²¹⁾، فعلى الرغم على أن هذا النوع من الطاقة غير مستغل بشكل جيد الآن رغم تأكيدات المختصين على إمكانية استغلالها ميدانيا و تكنولوجيا إلا أن الاستثمارات المطلوبة لإنشاء محطة كهربائية واحدة تعمل على مصدر الطاقة الحرارية في البحار سيكون مئاة الملايين من الدولارات و هو ضعف ما سيكونه إنشاء محطة تعمل بالطاقة النووية و بذات قدرة الإنتاج.

رابعا: طاقة الحرارة الجوفية أو حرارة باطن الأرض

يرجع تاريخ وجود طاقة الحرارة الجوفية إلى زمن نشأة الأرض، حتى أن اسمها مشتق من كلمة Geo و تعني أرض، أما Thermal فتعني حرارة، وبالتالي تعني كلمة Geothermal حرارة الأرض. فالطاقة الحرارية المختزنة في الطبقات الصخرية مصدرها التحلل الطبيعي للعناصر المشعة في القشرة

الأرضية و الحرارة الكامنة في الصخور المنصهرة الناتجة عن تحلل عناصر مثل اليورانيوم و البوتاسيوم و غيرها من المواد المشعة. و تعتبر الطاقة الجيوحرارية مصدر الطاقة المتجدد الوحيد غير طاقة المد و الجزر التي تعتمد على الشمس كمصدرها الأولي للطاقة، و يعتبر استخدام الطاقة الجيوحرارية عمليا أكثر في أماكن حيث تكون درجة حرارة الأرض عالية قريبا من السطح، و هذه غالبا ما تكون قريبة من مناطق نشطة جيولوجيا. و قد تم استغلال هذا المصدر من الطاقة بواسطة الإنسان قديما، عادة على شكل حمامات حرارية طبيعية، لكن البحث عن بدائل للوقود الأحفوري قاد إلى اهتمامات متجددة في النشاط الجيوحراري، حيث تستخدم الطاقة الحرارية الجوفية مباشرة لتوفير الحرارة للأبنية و العمليات الصناعية، و في نهاية عام 2000 كانت القدرة الحرارية العظمى المركبة عمليا بالنسبة إلى تطبيقات التدفئة غير الكهربائية أعلى من 15000 ميغاوات حرارية بحسب تقرير وكالة الطاقة الجيوحرارية (IGA) عام 2005⁽²²⁾.

2-2-2 الإجراءات التحفيزية:

وضعت إستراتيجية تطوير الطاقات المتجددة ضمن أطر قانونية تنظم عملية تنفيذه عن طريق تنظيم مهام مختلف الهيئات المعنية بتطوير و تمويل استغلال الموارد الطبيعية المتجددة في حدود اختصاص كل واحدة منها. و فيما يلي سنعمل على ذكر القوانين و الهيئات التي تعمل على تشجيع إنتاج الطاقات المتجددة في الجزائر.

أولا: الإيطار القانوني

إن تطوير الطاقات المتجددة في الجزائر مؤطر بالنصوص القانونية التي من شأنها ضبط و تنظيم الإستثمار في هذا المجال، و هي كالآتي:

1- القانون رقم 09- 99 المؤرخ في 28 جويلية 1999

يتعلق هذا القانون بالتحكم في الطاقة، يهدف إلى تحديد شروط السياسة الوطنية للتحكم في الطاقة ووسائل تطويرها ووضعها في حيز التنفيذ، كما يشمل هذا القانون مختلف التدابير و الإجراءات المتخذة من أجل ترشيد استهلاك الطاقة و تطوير الطاقات المتجددة و التقليل من آثار النظام الطاقوي على البيئة من خلال تخفيض إصدار الغازات الدفيئة. ثم ادخال تنظيم الطاقات المتجددة في هذا القانون لأن موضوع تطوير الطاقات المتجددة هي إحدى أساليب التحكم في الطاقة.⁽²³⁾

2- القانون رقم 01- 02 المؤرخ في 05 فيفري 2002

يتعلق هذا القانون بالكهرباء و التوزيع العمومي للغاز، ينص هذا القانون على فتح المجال للمنافسة في إنتاج و توزيع الكهرباء من خلال منح المتعاملين حق الدخول في إنتاج الكهرباء و توصيلها إلى الشبكة الوطنية للكهرباء بدون تمييز مع الحفاظ على مهام الخدمة العمومية كنقل الكهرباء و الغاز. كما تم وضع لجنة ضبط الكهرباء و الغاز في جانفي 2004 التي تهتم بضمان احترام و تطبيق التنظيم الجديد.

3- القانون رقم 09- 04 المؤرخ في 04 أوت 2004

يتعلق هذا القانون بكيفية ترقية الطاقات المتجددة في إطار التنية المستدامة، حددت من خلاله التدابير العامة بخصوص المراكز و المعدات الكهربائية كالقواعد و التقنيات المطبقة على المنشآت الكهربائية و الإنارة العمومية. كما ينص على إنشاء مرصد وطني للطاقات المتجددة يعود عليه الفضل في ترقية الطاقات المتجددة و تطويرها.⁽²⁴⁾

ثانيا: الإجراءات التمويلية

بغرض تمويل مشاريع إستراتيجية تطوير الطاقات المتجددة في الجزائر وضعت عدة إجراءات تمويلية تهدف إلى تشجيع إنتاج الطاقات المتجددة من خلال توفير الظروف الملائمة للإستثمار في جميع فروع مجال الطاقات المتجددة، و هي كما يلي:

1- إنشاء صندوق وطني للطاقات المتجددة طبقا لما نص عليه مشروع قانون المالية 2010، يnaud إلى هذا الصندوق مهمة تمويل الطاقات المتجددة، كما تضمن قانون المالية الصادر في جويلية 2011 تخصيص نسبة 1% من عوائد المحروقات من أجل دعم هذا الصندوق.⁽²⁵⁾

2- يمكن لحاملي المشاريع في مجال الطاقة المتجددة الإستفادة من المزايا الممنوحة بموجب الأمر 03- 01 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الإستثمار⁽²⁶⁾، و المتمثلة في حوافز و منافع جبائية و جمركية و مالية كافية و أمن قانوني، و حرية الإستثمار و عدم اللجوء إلى التأمين، حرية انتقال رؤوس الأموال و أخيرا إقرار التحكيم الدولي.⁽²⁷⁾

3- منح امتيازات مالية و جمركية لتفعيل الأنشطة و المشاريع التي تتنافس في تحسين الفعالية الطاقوية و ترقية الطاقات المتجددة.

4- تقديم إعانات لتغطية التكاليف الزائدة الناجمة عن نظام التسعيرة المطبق على الكهرباء.

5- إنشاء الصندوق الوطني للتحكم في الطاقة من أجل تمويل هذه المشاريع و منح قروض بدون فوائد و بدون ضمانات من طرف البنوك و المؤسسات المالية.

6- تخفيض الحقوق الجمركية و الرسم على القيمة المضافة عند الإستيراد بالنسبة للمكونات و المواد الأولية و المنتجات نصف المصنعة المستعملة في صناعة الأجهزة داخل الجزائر في مجال الطاقات المتجددة.

زيادة على كل ذلك تستفيد كل الأنشطة و المشاريع في مجال الطاقات المتجددة من الإمتيازات المنصوص عليها في إطار التشريع و التنظيم المتعلقين بترقية الإستثمار، إضافة إلى كل ما سبق أدخلت الحكومة أيضا حوافز لإنتاج الكهرباء من محطات الطاقة المتجددة بما فيها تعريفات التغذية، حيث حدد القانون رقم 14/25 المؤرخ في 2004 سعر شراء الطاقات المتجددة من طرف المستثمر الذي قام بإنتاجها حسب نوع التكنولوجيا المستخدمة لإستغلالها و حسب نسبة مساهمة المصادر المتجددة منها.

و في هذا الصدد حددت ثلاثة أنواع من تعريفات التغذية في حالة ما تم إنتاج الكهرباء من تطبيقات هجينة مع الطاقة الشمسية كما يلي:

- تتم زيادة التعريف للكيلوواط الساعي بنسبة 200% عن نظيرها الأحفوري، شرط أن لا يقل نسبة مساهمة المصدر الشمسي عن 25% من إجمالي الطاقة المنتجة.
- زيادة التعريف للكيلوواط الساعي المنتج بنسبة 180% عن نظيرتها الأحفورية، إذا تراوحت مساهمة المصدر الشمسي من 20% إلى 25% من إجمالي الطاقة المنتجة.
- زيادة التعريف للكيلوواط الساعي المنتج بنسبة 160% عن نظيرتها الأحفورية، إذا تراوحت مساهمة المصدر الشمسي من 15% إلى 20% من إجمالي الطاقة المنتجة.
- زيادة التعريف للكيلوواط الساعي المنتج بنسبة 140% عن نظيرتها الأحفورية، إذا تراوحت مساهمة المصدر الشمسي من 10% إلى 15% من إجمالي الطاقة المنتجة.
- زيادة التعريف للكيلوواط الساعي المنتج بنسبة 100% عن نظيرتها الأحفورية، إذا تراوحت مساهمة المصدر الشمسي من 05% إلى 10% من إجمالي الطاقة المنتجة.

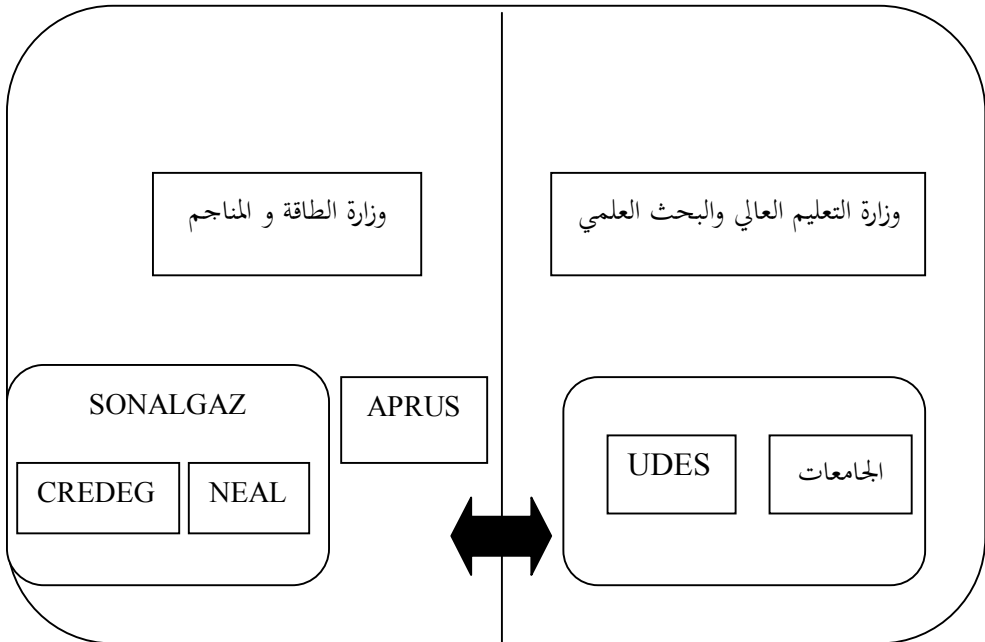
أما بالنسبة للطاقة الكهربائية (الطاقة الشمسية الضوئية) المنتجة من الخلايا الشمسية فيتم زيادة تعريف الكيلوواط ساعي المنتج بنسبة 300% عن نظيرتها الأحفورية، و بخصوص الطاقة الكهربائية

المنتجة من الرياح يتم زيادة تعريفه تغذية الكيلوواط ساعي المنتج بنسبة 300% عن نظيرتها الأحفورية.⁽²⁸⁾

ثالثا: إجراءات البحث و التطوير

تعمل الجزائر على تطوير المعارف و اكتساب تكنولوجيات الطاقات المتجددة من خلال إعطاء أولوية للبحث لتجعل من إستراتيجية الطاقات المتجددة حافزا حقيقيا لإنتاج الطاقات المتجددة و تثمين مختلف القدرات الجزائرية سواء كانت بشرية، مادية أو علمية، هذا ما فرض تأطيرا نوعيا للموارد البشرية و تشجيع التعاون بين كل من الجامعات و مراكز البحث و مختلف المتعاملين في مجال الطاقات المتجددة. و الشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم 02: هيكل البحث و التطوير في مجال الطاقات المتجددة في الجزائر



المصدر: صباح براجي، دور حوكمة الموارد الطاقوية في إعادة هيكلة الإقتصاد الجزائري في ظل ضوابط الإستدامة، مذرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية و علوم التسيير، جامعة فرحات عباس، 2012، ص 163.

وسيتم التعريف بكل هيئة على حدة مع إضافة مراكز بحث أخرى في الجزائر قد تم إنشاءها من أجل تشجيع البحث في مجال الطاقات المتجددة.

1- وحدة تطوير التجهيزات الشمسية UDES:

أنشأت هذه الوحدة في 09 جانفي 1988 ببوسماعيل ولاية تيبازة و هي مكلفة بأداء مهمة تطوير التجهيزات الشمسية و إنجاز نماذج تجريبية متعلقة بما يلي:

- التجهيزات الشمسية ذات المفعول الحراري وذات الإستعمال المنزلي أو الصناعي و الفلاحي.
- التجهيزات الشمسية ذات الإنارة الفولطية و ذات الإستعمال المنزلي و الفلاحي.
- التجهيزات و الأنظمة الكهربائية، الحرارية و الميكانيكية و التي تدخل في تطوير التجهيزات الشمسية لإستعمال الطاقة الشمسية.

2- الوكالة الوطنية لترقية و ترشيد استخدام الطاقة APRUE:

هي هيئة عمومية ذات طبيعة صناعية و تجارية، أنشأت سنة 1987 بموجب المرسوم الرئاسي الصادر عام 1985، تعمل تحت إشراف وزارة الطاقة و المناجم، تتمثل مهمتها الرئيسية في تنفيذ السياسة الوطنية للحفاظ على الطاقة من خلال:

- تعزيز كفاءة استخدامها.
- تنفيذ البرنامج الوطني للتحكم في الطاقة.
- الوعي و نشر المعلومات في مجال إدارة الطاقة نحو أهداف مختلفة (عامة الناس، و المهنيون، و المدارس...).
- تنفيذ مختلف البرامج التي تمت المصادقة عليها مع مختلف القطاعات (الصناعة، البناء، النقل...)⁽²⁹⁾.

3- مركز البحث و التطوير في الكهرباء و الغاز CREDEG:

و هي شركة فرعية لجمع SONELGAS تتمثل مهامها الأساسية في البحث التطبيقي، التطوير التكنولوجي، معاينة التجهيزات و تحليل سلوك الأجهزة و المواد التي هي في طور الإستغلال و التصنيع في ميدان المهن القاعدية لجمع SONELGAS أي إنتاج، نقل و توزيع الكهرباء عبر الشبكة، ترقية الطاقات الجديدة و المتجددة، من بين صلاحياتها ما يلي:

- الإرشاد و المساعدة في الميدان الصناعي.

- المصادقة على الأجهزة الكهربائية و الغازية ذات الإستخدام العمومي.
- اختبار المعدات و التجهيزات الكهربائية و الغازية.
- إدخال التقنيات و التكنولوجيات الجديدة في كل من الدراسات و الإختبارات و البحث التطبيقي.
- تطوير و ترويج استخدام الطاقات المتجددة.
- تسيير المرجعيات التقنية و التكنولوجية و متابعتها و نشرها (المعايير الدلائل التقنية، النشرات، و غيرها).⁽³⁰⁾

4- الشركة الجزائرية للطاقات الجديدة NEAL:

تختصر الشركة الجزائرية للطاقات الجديدة في NEAL التي تقابلها باللغة الإنجليزية New Energy Algeria، أنشأت عام 2002 عن طريق شراكة بين أكبر شركات الطاقة في الجزائر و هما شركة SONATRACH و SONELGAZ إضافة إلى شركة SIM المتخصصة في صناعة المواد الغذائية، وفقا للنسب التالية على التوالي: 45%، 45%، 10%.

5- مركز تطوير الطاقات الجديدة و المتجددة CDER:

أنشأ المركز في 22 مارس 1988 ببوزريعة، تلتخص مهامه في مايلي:

- جمع و معالجة المعطيات من أجل تقييم دقيق للطاقات الشمسية و طاقة الرياح و طاقة الحرارة الجوفية و الكتلة الحيوية.
- صياغة أعمال البحث الضرورية لتطوير إنتاج الطاقات المتجددة و استعمالها.
- صياغة معايير صناعة التجهيزات في ميدان الطاقات المتجددة و استعمالها.

6- وحدة تطوير تكنولوجيا السيلسيوم UDS:

أنشأت هذه الوحدة عام 1988 تحت وصاية وزارة التعليم العالي و البحث العلمي، تتمثل مهامها في: تطوير تكنولوجيا السيلسيوم، إجراء أعمال البحث العلمي و الإبداع التكنولوجي، التكوين لما بعد التدرج في مجال العلوم و تكنولوجيات المواد و الأجهزة نصف الموصلة للتطبيقات في ميادين عدة (الكهروضوئية، الكشف، البصريات الإلكترونية، تخزين الطاقة)، كما تساهم هذه الوحدة بالتعاون مع عدة جامعات جزائرية في تطوير السيلسيوم.

7- المعهد الجزائري للطاقات المتجددة IARE: يقوم هذا المعهد بدور أساسي في جهود التكوين المبذولة من طرف الدولة في مجال الطاقات المتجددة، يشمل التكوين في هذا المعهد كل من ميادين الهندسة، الأمن و الأمان، التدقيق الطاقوي، تسيير المشاريع.⁽³¹⁾

8- وحدة البحث التطبيقي في الطاقات المتجددة URAER:

أنشأت هذه الوحدة سنة 1999 بغرداية، و هي تابعة لمركز تطوير الطاقات المتجددة، تطمح هذه الوحدة لتكون قاعدة أساسية دولية للاختبارات و همزة إتصال جهوية في مجال تطوير و تثمين الطاقات المتجددة و التحكم في التكنولوجيات الحديثة لها، من مهامها التعاون مع الجامعات و المراكز البحثية الأخرى من خلال البحث و التدريب في مجال الطاقات المتجددة.

9- وحدة الأبحاث التطبيقية في مجال الطاقة المتجددة في المناطق الصحراوية URERMS:

أنشأت وحدة البحث في الطاقات المتجددة في الوسط الصحراوي بأدرار سنة 1988، كانت تحمل اسم محطة تجريب الأجهزة الشمسية في الوسط الصحراوي سابقا، و هي مؤسسة ذات طابع علمي تحت وصاية وزارة التعليم العالي و البحث العلمي، يتلخص نشاطها أساسا في القيام بنشاطات البحث و التجريب و تطوير الطاقات المتجددة في المناطق الصحراوية و إعادة هيكلة مؤسسات البحث.⁽³²⁾

3- إنجازات و تحديات الطاقات المتجددة في الجزائر:

على الرغم من أن إستراتيجية تطوير الطاقات المتجددة جد طموحة إلا أنه هناك عدة تحديات تواجه انتشار إنتاج الطاقات المتجددة في الجزائر، و فيما يلي سنحاول التطرق إلى كل من إنجازات و تحديات الطاقات المتجددة في الجزائر.

3-1 أهم إنجازات الجزائر في مجال الطاقات المتجددة:

في إطار جهود الحكومة الجزائرية المبذولة لرفع نسبة مساهمة الطاقة الشمسية من إجمالي إنتاج الكهرباء تم إنجاز عدة مشاريع في العديد من المناطق النائية في الجنوب و الهضاب العليا لأجل ذلك. و تشمل تلك المشاريع ما يلي:

- توصيل الكهرباء إلى 1000 أسرة في المناطق الجنوبية بواسطة استخدام تقنية الألواح الشمسية موزعة على المناطق التالية: تمنراست، أدرار، إليزي، تندوف.⁽³³⁾

■ توصيل أكثر من 2170 منزل ريفي بالكهرباء، إضافة إلى تجهيز 96 بئر بالطاقة الشمسية. على العموم يمكن شرح القدرات المركبة من الطاقات المتجددة إجمالا و مساهمتها في مختلف الأنشطة وفقا للجدول التالي:

جدول رقم 01: مساهمة الطاقات المتجددة في إنتاج الكهرباء في الجزائر سنة 2012

الوحدة: الواط

التطبيقات	القدرات المركبة
كهربة المنازل	1352800
الضخ	288400
الإضاءة العمومية	48430
اتصالات	498000
أنشطة أخرى	165630
الإجمالي	2353260

Source : le bilan énergétique national, ministère de l'énergie et des mines, algérie, 2013.

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن إنتاج الطاقات المتجددة في الجزائر لا يزال في بدايته، فإنتاج الوقود الحيوي يبقى منعزلا أما إنتاج الكهرباء انطلاقا من الموارد الطبيعية المتجددة يظل هو الآخر محدودا، و هذا راجع لنقص كل من التمويل و التكنولوجيات و الخبرات اللازمة لذلك، مع العلم أن أول إنتاج تجاري للطاقات المتجددة كان سنة 2011. و الجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم 02: استهلاك الطاقات المتجددة في الجزائر

الوحدة: مليون طن نفط مكافئ

السنوات	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
استهلاك الطاقات المتجددة في الجزائر	/	/	/	/	/	/	*	0.1	0.1	0.1	0.1

Source : James's Square, BP Statistical Review of World, London, 64th edition, June 2015, p 3.

يشير الجدول السابق إلى أن الإستهلاك الفعلي للطاقات المتجددة في الجزائر محدود، حيث سجل منذ سنة 2010 و لأول مرة 0.1 (م ط ن م) ليحافظ على نفس كمية الإستهلاك لسنوات

2012، 2013، 2014 على التوالي، هذا ما يدل على إنتاج الطاقات المتجددة في الجزائر تقابله عدة تحديات سنقوم بذكر أهمها في الفرع التالي.

3-2 التحديات التي تواجه استغلال الطاقات المتجددة في الجزائر و سبل علاجها.

سنحاول من خلال هذا عنصر أن نبين مختلف التحديات التي تواجه استغلال الطاقات المتجددة في الجزائر و ما هي السبل الكفيلة بعلاجها، و ذلك كما يلي:

أولاً: التحديات التي تواجه استغلال الطاقات المتجددة في الجزائر: يمكن حصرها في:

- تعتبر الجزائر من الدول الغنية بالطاقة الأحفورية، و هي أحد العوامل التي يمكن أن تخفف من اندفاع المسؤولين نحو الطاقة المتجددة، خوفا من إحداث تأثير سلبي في منظومة إنتاج النفط و أسعاره، و قد برز ذلك في توجه الجزائر نحو استغلال الغاز الصخري في آفاق 2030، حيث تمتلك الجزائر ثالث مخزون في العالم باحتياطي يقدر بنحو 20 ألف مليار متر مكعب بديلا للنفط المتوقع نفاده خلال العقدين القادمين، و هو ما يبقى على هيمنة قطاع الربيع على الاقتصاد الوطني؛

- ارتفاع رأس المال اللازم لمشروعات الطاقات المتجددة، كما أن العائد على الاستثمار يحتاج إلى وقت أطول من مصادر الطاقة الأحفورية، يحتم على الجزائر الدخول في شراكة مع الاستثمار الأجنبي أو المنح الخارجية المرتبطة بصناديق التنمية النظيفة؛

- المساحات الكبيرة من الأراضي التي يجب تخصيصها لمشروعات طاقة الرياح و الطاقة الشمسية، و هو ما يتطلب سياسات و برامج واضحة لاستخدامات الأراضي و تمليكها للدولة، و رغم المساحة الهائلة التي تتمتع بها الجزائر فهي تعاني من صعوبة في توفر الأوعية العقارية؛⁽³⁴⁾

- محدودية القدرات التصنيعية المحلية لمعدات إنتاج الطاقة المتجددة و عدم القدرة على المنافسة مع الشركات العالمية، نتيجة عدم كفاية الموارد البشرية الفنية الوطنية، و هو ما يضطر السلطات إلى الاستعانة بالمكاتب الاستشارية الدولية، إضافة إلى ضعف المخصصات المالية للبحث العلمي و التطوير لمعدات الطاقة المتجددة؛

- إن إنتاج و استخدام التكنولوجيات المتقدمة في إنتاج الطاقة (الطاقة الشمسية، و طاقة الرياح، و الوقود الحيوي) يحتاج إلى تضافر جهود عدد كبير من الشركاء منهم شركات التصنيع و المستخدمين، و السلطات التشريعية و التنفيذية ذات الصلة و البحث العلمي و غيرها، كما يجب

تحديد الأدوار و خطط التنفيذ و وضع نظام إداري متكامل للتنسيق بين هذه الأطراف من أجل الوصول إلى إنتاج الطاقة من مصادر متجددة، و الجزائر تفتقر للجانب التنسيقى و تعاني من صعوبة التخزين؛

- إن قلة الاهتمام باستخدام المصادر المتجددة لإنتاج الطاقة و الفهم الخاطئ لطبيعة عمل و تطبيقات تكنولوجيا الطاقة المتجددة من قبل الأطراف المعنية و المجتمع بأسره يشكل عائقا كبيرا في الاعتماد على المصادر المتجددة في إنتاج الطاقة، و هنا يبرز دور الإعلام و التوعية للدفع نحو تأهيل الأفراد و المجتمع نحو مفهوم صحيح لإنتاج الطاقة من مصادر نظيفة و صديقة للبيئة، الأمر الذي يساعد على توضيح الحقائق الاقتصادية و البيئية و الفنية في هذه المجالات.

ثانيا: سبل علاج المشاكل التي تواجه استغلال الطاقات المتجددة في الجزائر:

تعاني الجزائر من اقتصادها الريعي المبني على عائدات النفط و الغاز، و هي في مرحلة جديدة تتشكل فيها سوق إقليمية جديدة بين أوروبا و شمال إفريقيا، لا تحتل فيها الجزائر نفس الموقع الذي احتلته في سوق المحروقات بسبب أهمية المتدخلين المنافسين في مجال الطاقات المتجددة و على رأسهم المغرب، و لذلك يتطلب الأمر من الجزائر توخي مجموعة من الخطوات من أجل تجنب التحول من ريع بترولي إلى ريع شمسي، و ذلك من خلال:

1- تلبية الطلب الداخلي: في ظل ارتفاع الاستهلاك الوطني من الطاقة، خاصة و قد سجلت الجزائر معدلا تاريخيا جديدا للاستهلاك الوطني من الطاقة الكهربائية بلغ أزيد من 10 جيجاواط ما بين 26-27 جويلية 2013، مما أدى إلى انقطاع الكهرباء في عديد الولايات، كما يتوقع أن يصل الطلب على الكهرباء إلى حوالي 25000 ميغاواط في آفاق 2030 و إلى استهلاك مقدر ب 150 تيراواط/سا، فالسوق المحلية أولى من السوق الدولية في حالة العجز عن تلبية الطلب الداخلي.

2- استباق خطوات المنافسين: تضم السوق الجديدة للطاقات المتجددة منافسين جدد فضلا عن المنافسين التقليديين، كالمغرب و مصر، خاصة و أن الميزات النسبية في سوق الطاقة الأحفورية غير متوفرة في السوق الجديدة، بل هي متقاربة تماما بالنسبة للطاقة الشمسية، و هو ما يتطلب اكتساب ميزات نسبية جديدة من خلال رؤية شاملة تجمع بين البعدين الاقتصادي و السياسي.⁽³⁵⁾

- 3- التسعير على أساس السوق: تحتاج الجزائر في بداية المرحلة اقتداء بالتجربة الألمانية بمنح أسعار تفضيلية للغاية لمنتجي الطاقة المتجددة تشجيعا لانتشار الألواح الشمسية.
- 4- إطلاق نسيج صناعي متخصص في الطاقات المتجددة: يشمل سوق المواد، و سوق الخدمات، و سوق الشغل.
- 5- تحفيز الابتكار التكنولوجي: و ذلك من خلال تقييم العمل الإبداعي الوطني للمشاركة الفعالة في المخططات الاقتصادية و ليس فقط في ملتقيات أو أيام سنوية.

الخلاصة:

- لقد أبرز هذا البحث الأهمية البالغة للاستثمار في الطاقات المتجددة، و تم التوصل إلى جملة من النتائج، نوجزها فيما يلي:
- مُستقبل الطاقة المتجددة و مساهمتها في تأمين مصادر الطاقة يتوقف على عاملين رئيسين، أحدهما التقدم في تكنولوجيات هذه الطاقة و تخفيض تكلفتها، و الأمر الآخر متعلق بالأمور البيئية و الضرائب المتزايدة التي تفرض على الوقود الأحفوري والدعم المالي و التشريعي للطاقة المتجددة، إلا أن هذه العوامل لن تعيق من توجه الدول إلى تبني إستراتيجية الطاقات المتجددة.
 - إن زيادة الاعتماد على الطاقة المتجددة لن يلغي دور الطاقة التقليدية بين يوم و ليلة، بل سيستمر التعاون المشترك بينهما لزمان يطول أو يقصر بحسب جهد كل دولة في مجال الطاقة النظيفة، لكننا نستطيع أن نؤكد أن الطاقة المتجددة سوف تحل كل سنة شيئا فشيئا محل الطاقة الأحفورية.
 - تُعتبر الطاقات المتجددة من أهم المصادر الطاقوية المستقبلية، التي يمكن أن تزيد من المركز الجيو إستراتيجي للجزائر في المنطقة، وهو مجال اهتمام مختلف الشركات العالمية، حيث تحتل الجزائر موقعا مهما في الساحة الإقليمية والدولية، خاصة فيما يتعلق بالطاقة الشمسية التي هي بمثابة فرصة ومحرك للتطور الاقتصادي و الاجتماعي.
 - تساهم اقتصاديات الطاقات المتجددة في خفض التكاليف البيئية و في خلق فرص دائمة للعمل و القضاء على الفقر و تحقيق العوائد الاقتصادية على المدى المتوسط و الطويل.
 - تُحول الجزائر نحو الاعتماد على البدائل الطاقوية المتجددة ضرورة حتمية، لحتمية نضوب الطاقات الأحفورية.

قائمة الهوامش و المراجع :

- 1- موقع وكالة الطاقة الدولية: www.iea.org (تم الإطلاع عليه يوم: 2017/01/18).
- 2- زرزور إبراهيم، المسألة البيئية و التنمية المستدامة، مداخله ضمن الملتقى الوطني حول إقتصاد البيئة و التنمية المستدامة، معهد علوم التسيير، المركز الجامعي بالمدينة، 2006، ص 17.
- 3- محمد خميس الزوكة، جغرافية الطاقة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص 287.
- 4- هاني عبيد، الإنسان و البيئة: منظومات الطاقة و البيئة و السكان، دار الشروق، عمان، 2000، ص 205.
- 5- محمد مصطفى الخياط، الطاقة البديلة و تأمين مصادر الطاقة، مداخله مقدمة في مؤتمر البترول و الطاقة، هموم العالم و اهتمامات، جامعة المنصورة، كلية الحقوق، مصر، أبريل 2008، ص 03.
- 6- <http://www.upsaps.com>, consulté le 10/09/2014. Renewable energy. Lebanon, Alternative energy Lebanon p. p 3-4.
- 7- مايكل لينش، ندرة النفط و الأزمات النفطية و مصادر الطاقات البديلة، النفط و التعاون العربي، المجلد 25، العدد 88، 1999، ص 30.
- 8- محمد مصطفى الخياط، الطاقة البديلة و تأمين مصادر الطاقة، مداخله مقدمة في مؤتمر البترول و الطاقة، هموم العالم و اهتمامات، مرجع سبق ذكره، ص 06.
- 9- تقرير عن التنمية في العالم 2010، التنمية و تغير المناخ، عرض عام مسبق تغيير المناخ من أجل التنمية، البنك الدولي للإنشاء و التعمير/ البنك الدولي، واشنطن، العاصمة، 2010.
- 10- وثيقة نهج استراتيجية الطاقة، مجموعة البنك الدولي، أكتوبر، 2009، ص 05.
- 11- إدوارد كاسيدي، بيتر غروسمان، مدخل إلى الطاقة: المصادر و التكنولوجيا و المجتمع: ترجمة: صباح صديق الدمولوجي ، المنظمة العربية للترجمة، بيروت - لبنان، 2011، ص 37.
- 12- محمد بن بوزيان، عبد الحميد الخديمي، تغيرات سعر النفط و الاستقرار النقدي في الجزائر (دراسة تحليلية و قياسية) ، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 02، جامعة ورقلة، 2012، ص 188.

- 13-** عارف سمان، ألمانيا تلجأ إلى الطاقة المتجددة لحل مشكلات البيئة المعقدة، تاريخ التصفح: 2017/01/18، العنوان الإلكتروني: www.mmsec.com/ml-eng/windeng.htm، نقلا عن محمد طالبي، محمد ساحل، أهمية الطاقة المتجددة في حماية البيئة، مجلة الباحث، عدد 06، 2008، ص 205.
- 14-** أحمد عاطف الدسوقي فجال، الطاقة المتجددة و عمران المناطق الجديدة " آفاق بيئية متعددة للتكامل"، بحث رقم 146 ، كلية الهندسة، جامعة عين شمس، بدون ذكر السنة، ص 07.
- 15-** الخياط محمد مصطفى محمد، الطاقة: مصادرها، أنواعها، استخداماتها، منشورات وزارة الكهرباء و الطاقة، القاهرة، 2006، ص 43.
- 16-** كارتسيف فلاديمير، خازانوفسكي بيوتر، ترجمة محمد غياث الزيات، آلاف السنين من الطاقة، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للفنون و الثقافة و الآداب، رقم 187 ، عدد يوليو 1994، الكويت، ص 175.
- 17-** Volker Quaschnig, Understanding Renewable Energy Systems, Earthscan publications, UK, First published 2005, P 47.
- 18-** شحاتة حسن أحمد، التلوث البيئي و مخاطر الطاقة، مكتبة الدار العربية للكتاب، مدينة نصر، ط9 ، 2002، ص 155.
- 19-** Wolfhart Durrschmidt, Gisela Zimmermann, Alexandra Liebing, Renewable Energies: Innovation for the future, Federal Ministry for the Environment, Nature and Nuclear Safety (BMU), Berlin, First edition 2004, P 56.
- 20-** رمضان محمد رأفت إسماعيل، علي جمعان الشكيل، الطاقة المتجددة، دار الشروق، ط2، بيروت، 1988، ص ص 89-90 .
- 21-** عياش سعود يوسف، تكنولوجيا الطاقة البديلة، سلسلة عالم المعرفة المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، رقم 38، عدد فبراير 1981، الكويت، ص ص 53-54.
- 22-** إيفانز ل. روبرت، ترجمة فيصل حردان، شحن مستقبلنا بالطاقة: مدخل إلى الطاقة المستدامة، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، 2011، ص ص 175-176.
- 23-** منشور وزارة الطاقة و المناجم، دليل الطاقات المتجددة، الجزائر، 2007، ص 36.

24- منشور وزارة الطاقة و المناجم، مرجع سبق ذكره، ص 36.

25-General Secretariat: Arab Maghreb Union, The Renewable Energy Sector in North Africa : Current Situation and Prospects, Expert Meeting about 2012 International year of Sustainable Energy for All, United Nations Economic Commission for Africa: Office for North Africa, Rabat, January 12-13, 2012, P 26.

26- الموقع الرسمي للوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار

<http://www.andi.dz/index.php/ar/les-energies-renouvelables> (تم الإطلاع عليه يوم: 2017/02/12).

27- الأمر رقم 03/02 مؤرخ في 20 أوت 2001 يتعلق بتطوير الإستثمار، الجريدة الرسمية عدد 47.

28- هوارى عبد القادر، إستراتيجيات الشراكة الإقليمية و التعاون الدولي لتطوير الطاقات المتجددة في إقتصاديات العربية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2011، ص 96-97.

29- الموقع الرسمي للوكالة الوطنية لترقية و ترشيد استخدام الطاقة: <http://www.aprue.org.dz/presentation.html> (تم الإطلاع عليه يوم: 2017/02/12).

30- نادية أولد علي، برنامج الطاقات المتجددة في الجزائر، مداخلة ضمن الإجتماع العربي حول الطاقات المتجددة، 11-12 نوفمبر 2013، ص 10-11.

31- منشور وزارة الطاقة و المناجم، برنامج الطاقات المتجددة و الفعالية الطاقوية، مارس 2011، الجزائر، ص 25.

32- كافي فريدة، سياسات و استراتيجيات استغلال و تطوير الطاقة المتجددة في الجزائر، دراسة مقارنة بين مشروع ديزرتيك و صحراء صولار بريدر، مداخلة ضمن المؤتمر الأول حول السياسات الإستخدامية للموارد الطاقوية بين متطلبات التنمية القطرية و تأمين الإحتياجات الدولية، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 07-08 أفريل 2015، ص 08.

33- فروحات عدة، الطاقات المتجددة كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر: دراسة لموقع مشروع تطبيق الطاقة الشمسية في الجنوب الكبير بالجزائر، مجلة الباحث، العدد 11، 2012، ص 155.

34- السعيد بربيش، حنان عياد "السياسة الطاقوية الجديدة للجزائر ضمن الرهان الإقليمي و الدولي: نموذج آخر لاقتصاد ريعي أو تحول نحو اندماج صناعي حقيقي"، الملتقى الوطني حول "فعالية الاستثمار في الطاقة الطاقات المتجددة في ظل التوجه الحديث للمسؤولية البيئية، يومي 11-12 نوفمبر 2014، بجامعة 20 أوت - 1955 سكيكدة، الجزائر.

35- بشير مصطفى، الجزائر و الطاقات المتجددة: هل تضيع الفرصة من جديد الإصلاحات التي نريد"، مقالات في الاقتصاد الجزائري، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص 179.

جدوى الاستثمار في استغلال الطاقة من الصخور: خيارات الجزائر في ظل انخفاض أسعار النفط.

أ.حلام زواوية

أستاذة مساعدة قسم أ

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة سطيف-1

ملخص:

إن التقدم الملحوظ في استخراج الطاقة من الصخور، ساهم في خفض أسعار الغاز وتحقيق التوازن في سوق الطاقة خاصة بأمريكا الشمالية مقارنة بأسعارها في دول أوروبا ودول منظمة التعاون والتنمية وغيرها من الدول الآسيوية، وهذا على الرغم من ارتباط المخاطر والتأثيرات البيئية باستخراج النفط والغاز الصخريين، خاصة على توفر المياه وجودتها. ولأن الاقتصاد الجزائري يعتمد بما لا يقل نسبته عن 97% من موارد المحروقات ضمن هيكل صادراتها، بالإضافة إلى أنها تعتبر أول منتج للغاز الطبيعي وثاني أكبر منتج للنفط في أفريقيا، وتمتلك ثالث أكبر احتياطي للغاز الصخري في العالم، ومن أجل دراسة الأثر البيئي لاستخراج الطاقة الصخرية على موارد المياه السطحية الجوفية، جاءت ورقتنا البحثية من أجل تحليل المخاطر والعوائق التي تواجه الاستثمار في تطوير استخراج الطاقة من الصخور.

الكلمات المفتاحية: نزوب النفط، الموارد الصخرية، الاقتصاد الجزائري، مخاطر الاستثمار، المياه الجوفية.

Abstract:

Progress in the extraction of lower-cost shale resources have eased the supply and demand balance and therefore improved the competitive outlook for primary energy In North America, where prices are around half those based on oil-indexation in Continental Europe or the OECD Asia-Pacific region. Although experts agree that critical environmental risks and impacts are associated with developing shale, the risks and impacts specific to surface and groundwater availability. Fossil fuels are the backbone of the Algerian economy; they accounted for 97% of export revenues, and the largest natural gas producer and second largest oil producer in Africa, and holds the third largest shale gas resource in the world. In addition to examining water availability and shale resource development in Algeria, we propose in this paper to analyze the risk to companies developing shale

resources in Algeria is the limited surface water availability and associated challenges in securing freshwater sources.

Key Words: Oil decline, Shale Resources, Algerian Economy, Investment Risks, groundwater.

مقدمة:

إن اقتصاد الطاقة من النفط عبر العقود الطويلة الماضية، تحديدا عقب تطورات أسعار الطاقة في السوق العالمية سنة 1973، قد أرسى فكرة أن لكل رأس مال طبيعي نهاية، ولكل استغلال ثمن، ففي إطار محاولة الإنسان جاهدا منذ ظهوره على سطح الأرض استغلال موارد البيئة التي يعيش فيها بقدر ما تسمح به قدراته الجسمانية ودرجة تحضره وتفوقه العلمي والتكنولوجي، اختلفت صور استغلاله للموارد بيئته على المدى الزماني والمكاني، ففي المراحل الأولى من حياته كان جامعا لقوته وملتقطا لغذائه ثم انتقل بعد ذلك ليصبح صيادا ثم راعيا وزارعا فصانعا. وهو في كل مرحلة من هذه المراحل كان يوسع من دائرة استغلاله موارد بيئته الطبيعية، ويزيد من درجة هذا الاستغلال ويكتشفه بما يتفق ويتمشى مع تزايد وتكاثره عدديا وتفوقه حضاريا، حتى وصلنا إلى النصف الثاني من القرن الماضي حيث بلغ عدد السكان تزايدا ملحوظا، وحيث أخذ التقدم العلمي والثورة التكنولوجية في التطور فتوسعت دائرة نشاط الإنسان مما زاد من الضغط البشري على الموارد بصورة رهبة بات يخشى معها خطر استنزاف هذه الموارد بمعدلات سريعة، مما يهدد حياة السكان المتزايدين والذين يسعون لمزيد من الإنتاج. وعلى هذا الأساس برزت الحاجة لدراسة العلاقة المتبادلة بين استهلاك واستغلال الموارد الناضبة وبين أمثلية تسعيرها أو على الأقل التسعير الذي يعكس التكلفة الاجتماعية والاقتصادية لهذه الموارد وإمكانية ضمان استمرارها للأجيال السابقة بما يتوافق وقدرتها على الاستمرار في العطاء، ولأن الجزائر كغيرها من الدول النامية التي أثرت على هيكل اقتصادها موارد الطاقة الأحفورية بنسبة تفوق 97% من إجمالي الصادرات، ونظرا لتربعها على ضفاف البحر الأبيض المتوسط وامتلاكها لبنى قاعدية محلية مواتية لإمكانية الاستثمار فيها خاصة في قطاع الطاقة، حيث تقدمت الجزائر في مراتب تصنيف مناخ الأعمال من المرتبة 163 نهاية سنة 2015 إلى المرتبة 156 بداية سنة 2017 حسب مؤشرات Doing Business، هذا من جهة ولعدم نضج مشاريع استغلال مصادر الطاقات المتجددة على وجه التسويق وتلبية الطلب المحلي وحتى الأجنبي وعدم إمكانية انتقالها من مرحلة المزارع التجريبية والمحطات النموذجية قبل نهاية سنة 2030، حسب ما جاءت به برامج الطاقات المتجددة والفعالية الطاقوية لسنة 2011، ومؤخرا سنة

2015، وأكدته سيناريوهات الطاقات للولايات المتحدة سنة 2015 وتقديراتها إلى سنة 2035، وحتى حسب إجماع آخر مؤتمرات البيئة، التي تشرف عليها أمانة الاتفاقية الإطارية للأمم المتحدة بشأن التغيرات المناخية في جينيف منذ دخولها حيز التنفيذ سنة 1994، والتي نقلت بعدها إلى بون بعد المؤتمر الأول للأطراف (Cop 1)، الذي عقد في برلين سنة 1995، والذي أشرف منذ ذلك على عقد واحد وعشرين مؤتمرا، كان آخرها في مراكش (Cop22) خلال الفترة ما بين 7 و18 نوفمبر 2016، والذي جاء ليشجع الدول على الالتزام باقتصاد منخفض الكربون، بالإضافة إلى ضرورة إعادة صنع نموذج جديد للبشرية في إطار ما يعرف بالتضامن الطاقوي العالمي، هذا كمبرر؛ ولأن من بين تداعيات أزمة الرهن العقاري سنة 2008 وتباطؤ الاقتصاد الصيني، وبداية انخفاض أسعار النفط في السوق الدولية منذ نهاية سنة 2014، تأثر هيكل الاقتصاد الجزائري مما أدى إلى عجز موارد ميزانية الخزينة العمومية، ومنه ضرورة البحث على موارد أخرى خارج هذا القطاع كالاستثمار في النسيج الصناعي وقطاع السياحة والفلاحة وغيرها واستقطاب الاستثمارات وتوطينها محليا، كحتمية لا مآل منها؛ ولعدم تمكن الجزائر في فترة الطفرة المالية من حقن ما يزيد عن 1000 مليار دولار من موارد النفط والغاز منذ سنة 1972 تاريخ تأميم المحروقات، كانت الأهمية بمكان تستدعي ضرورة إيجاد البديل الفعال لتموين إمدادات الطاقة المحلية وإنعاش الاقتصاد الوطني خارج المحروقات، ومن الآن حتى نضوج تكنولوجيات الطاقات البديلة الأخرى؛ كل هذه الحقائق بالإضافة إلى أن الاقتصاد الأمريكي يعتبر أول اقتصاد يستغل الطاقة التقليدية من مصادر أخرى، هذه المرة من الصخور في إطار استخدام الغاز والنفط الصخريين بالموازاة مع الطاقات التقليدية، ونظرا لإمكانية استغلال هذا المورد بالجزائر لتوفر احتياطيّات الزيوت الصخرية في جوف أراضي الصحراء الجزائرية من جهة، ولأن الجزائر احتلت المرتبة الثالثة عالميا من حيث إمكانية استغلال الغاز الصخري بعد الصين والأرجنتين من جهة أخرى.

إشكالية الدراسة:

وفي ضوء ماسبق يمكن صياغة إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي التالي: ما هي إمكانية استغلال الطاقة من الصخور بالجزائر في ظل التطورات الحالية في أسعار الطاقة العالمية والتحولت في وقائع الاقتصاد العالمي؟

أهمية الدراسة: تستمد الدراسة أهميتها من تنامي موجة إنتاج الغاز والنفط الصخريين في العالم، حيث أن أسعار استغلال الزيوت الصخرية باحتساب تكاليف تخفيض الكربون تعد أقل من أسعار الغاز التقليدي والفحم؛ وهو الأمر الذي يشجع المزيد من استخدام الغاز والنفط الصخريين في توليد الطاقة في المستقبل، بالإضافة إلى اهتمام والتفات الانتباه السياسي والشعبي في السنوات الأخيرة للأثر البيئي لعمليات التصنيع المائي المستخدمة في استخراج واستغلال الطاقة الصخرية بالجزائر منذ سنة 2013، وعليه نرى أنه لا بد للتطرق إلى هذا النوع من المواضيع، خاصة وأن الجزائر تعتبر دولة ريعية بامتياز، ولا يمكن على المدى القريب إلى المتوسط إيجاد بدائل أخرى للطاقة التقليدية غير طاقة أخرى تكون أقرب إليها من حيث تركيبة البنى التحتية القائمة، وطريقة الاستغلال والتي تتكيف ونظم الطاقة المتعامل بها، بالإضافة إلى أن الطاقة من الصخور تعتبر من بين الطاقات الأقل إصدارا لغاز ثاني أكسيد الكربون؛ مع توفر تكنولوجيات عزل الانبعاثات وحجز الكربون أثناء الاستغلال، وهو ما يعزز نجاح هذا التوجه، وفي دولة كالجائز تبحت على إيجاد موارد إضافية لضمان استقرارها الاقتصادي وتعزيز إمدادات نظامها الطاقوي، يعتبر استغلال الغاز والنفط الصخريين اتجاهها لربما ستسلكه الجزائر في السنوات القليلة الماضية، إذا ما ثبتت جدواه البيئية أولا، ثم الاقتصادية في ظل قابلية الاستثمار العالمي فيه والتحكم في تكنولوجياته.

منهجية وأدوات الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي وهذا من خلال جمع العديد من المعطيات والبيانات من مختلف الهيئات الدولية المهتمة بالطاقة وباحتياطيات النفط والغاز وموجة الطاقة من الصخور، كقواعد بيانات البنك الدولي والمؤسسة العالمية للموارد، وشركة بريتيش بتروليوم، ووكالة الطاقة الدولية وغيرها من المصادر التي تتيح البيانات المفتوحة عن دول العالم، وقمنا بالتحليل الاقتصادي لها من أجل محاولة الوصول إلى فك الجدل حول إمكانية استغلال هذه الطاقة من الصخور وأعطينا وجهة نظرنا الاقتصادية حول جدوى هذه المشاريع وقابلية استخدامها الفعلية، ولم نتطرق إلى آثارها البيئية إلا في نقطة الإجهاد المائي للطبقات الجوفية.

وجاءت ورقتنا البحثية في ثلاثة محاور، وذلك كما يلي:

أولاً- مدخل إلى الآثار الخارجية، تسعير الموارد، ونضوب الطاقة لأمثلية هوتلينج.

ثانياً- الموارد الصخرية المتاحة في العالم، والتكنولوجيا وإمكانية الاستغلال.

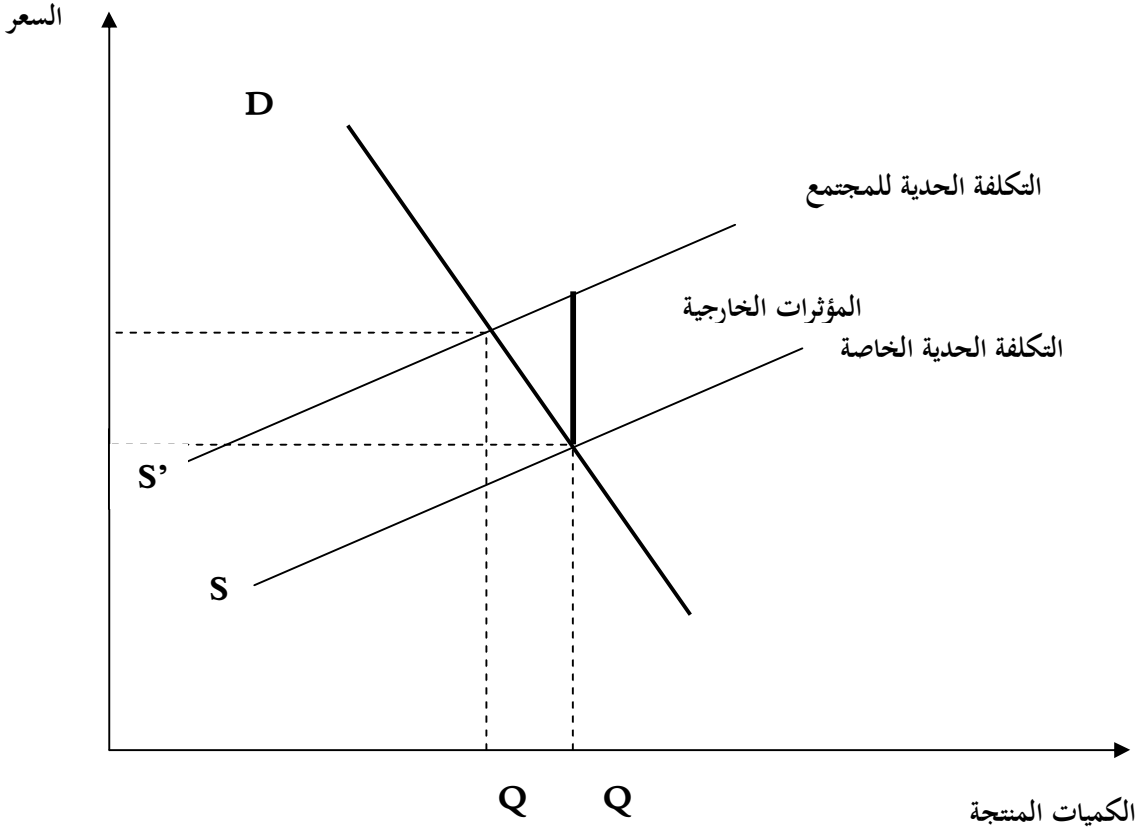
ثالثاً: إمكانية الاستثمار لاستغلال الطاقة من الصخور بالجزائر.

أولاً- مدخل إلى الآثار الخارجية، تسعير الموارد، ونضوب الطاقة لأمثلية هوتلينج:

ترجع أولى لبنات النظرية الكلاسيكية للمؤثرات الخارجية للاقتصادي بيجو (1920)، وتعرف على أنها تأثير يولده سلوك متعامل اقتصادي على رفاهية الآخرين ولا يكون لذلك التأثير ثمن نقدي أو مقابل في السوق، أو بمعنى آخر هو عبارة عن الآثار الناجمة على نشاط معين دون الأخذ بعين الاعتبار هذه الآثار في الحسابات الاقتصادية¹. إذا يتحدد المؤثر الخارجي إذا ما قدم متعامل اقتصادي خدمة معينة لمعامل آخر بمقابل، وينتج عن هذه الخدمة تولد آثار سلبية أو إيجابية لمعامل آخر لا دخل له فيها ودون تقديم أو الحصول على تعويضات نقدية عن الضرر أو المكسب المتحصل عليه، فغياب التعويض النقدي يبين الجانب غير المدمج في السوق للتكاليف الاجتماعية المتمثلة في مجموع الآثار التي يتحملها المجتمع من طرف قيام أحد المتعاملين بنشاط اقتصادي معين.

فالتكلفة الفردية التي يتحملها المنتج تمثل الجانب المعوض نقدياً من التكلفة الاجتماعية الكلية للمجتمع، والتكلفة الخارجية تعبر عن الفرق بين التكلفة الاجتماعية والتكلفة الخاصة والتي لا تعوض نقدياً، وهذه التكلفة الخارجية يمكن أن يصير لها مقابل نقدي عن طريق دمج التكاليف الخارجية. ويوضح الشكل رقم (01) أنه في سوق منافسة تامة (مع غياب أي تدخل للدولة بأي شكل من الأشكال سواء لكبح التلوث أو تنظيم السوق)، يكون السعر والكمية لسلعة معينة هما على التوالي P و Q . ومع وجود تكاليف غير معوضة (مؤثرات خارجية)، لا يعكس سعر السوق أبداً إجمالي التكاليف الإنتاجية للمجتمع فالتكلفة الخاصة تحدد بطريقة لا تدمج ضمنها تكاليف المجتمع. والتي تتناسب مع منحنى العرض S' عوضاً عن المنحنى الأصلي الذي لم يدمج المؤثرات الخارجية S والذي يعبر عن الانتقال من التكلفة الحدية الخاصة إلى التكلفة الحدية للمجتمع. وعند أخذنا بعين الاعتبار لهذه التكلفة، أو المؤثر الخارجي يتحدد السعر P' والذي يكون أكبر من السعر الأولي P مناسباً بذلك للكمية المنتجة Q' الأقل من الكمية الأصلية Q والتي دمجنا معها الآثار الخارجية².

الشكل رقم (01): الانحراف بين تكلفة المجتمع والتكلفة الخاصة (المؤثرات الخارجية)



المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على:

Hervé Devillé, Economie et politiques de l'environnement : Principe de précaution, Critères de soutenabilité, Politiques environnementales, L'Harmattan, Paris, 2010, P 132.

- القيمة الاقتصادية للطبيعة وتكلفة الجودة البيئية:

إذا كان علينا أن نختار استراتيجيات اقتصادية للبيئة الطبيعية، يجب أن نبدأ بالتعرف على القيمة الاقتصادية الموجودة هناك بالفعل، فليس هنالك رأس مال طبيعي آخر غير ما تملكه البيئة، فـرأس المال الشمسي ورأس المال الأرضي مثلاً يزودنا بجميع ما نحتاج إليه، هذه هي أنظمة دعم الحياة التي نعتمد عليها، فليس لدينا مصدر آخر للثروة أو مدخل إلى الحياة، فما هو حجم هذا الوقف المتمثل في خدمات الطبيعة؟ وكم تبلغ قيمته؟. حيث قدرت قيمة خدمات الطبيعة بصورتها

المختلفة أقلها اعتبارا أنها تساوي 16 تريليون دولار سنويا، وأعلىها تساوي قيمة الناتج القومي الإجمالي العالمي أي تقريبا نحو 18 تريليون دولار عام 1997، وباحتساب مجموعة أكثر اكتمالا من الخدمات البيئية كاحتياطات المياه، والهواء النقي، والفضاءات الترفيهية وصلت القيمة إلى 54 تريليون دولار سنويا³. فالغابة السليمة مثلا لا تدخل الحسابات الاقتصادية إلا بمجرد كونها أصلا غير محقق بالرغم من أنها تؤدي خدمات واسعة للحياة والاقتصاد والبشر، فهي توفر الحشرات الملقحة والطيور والحيوانات، وبحماية التنوع الحيوي تعمل كمستودع للمواد الصيدلانية المنقذة للحياة البشرية، فحضورها تتحكم في الفيضانات وتحفظ التربة من التآكل وتصد الرياح، ومن خلال التركيب الضوئي لنباتاتها تقوم ببث الأكسجين حتى نتنفسه وتمتص الكربون ثم تمتع المزيد من احتراز الكرة الأرضية، فإن مقدار ما نرغب في دفعه مقابل كل هذا، أو على الأقل على سبيل المثال مقابل الأكسجين وحده، إذا لم نستطع الحصول عليه من الغابة، سيرفع المبلغ فورا إلى مليارات الدولارات، لكن الغابة في الحقيقة لا تظهر قيمتها في كشوفات الحسابات الاقتصادية، والأسوأ من هذا أن رواتب قاطعي الأخشاب وأرباح الشركات ومصانع صنع الورق جميعها محسوبة في الناتج الإجمالي، لكن الغابة ليست كذلك، لذا كان لابد من إيجاد السبيل الذي يعطي القيمة الحقيقية للأصول الطبيعية قبل تدهورها وزوالها⁴، فلا بد للمجتمع أن يقارن بين القيمة الحالية للمورد P_0 وبين قيمته المستقبلية P_T والتي تعكس عادة في قيمة الإنتاجية الحدية للمورد، أو القيمة المضافة لإسهام المورد في إنتاج سلعة ما على أساس سعر السلعة المنتجة حاليا، وتتحدد القيمة المستقبلية للمورد كما يلي: $P_T = P_0(1+i)^T$ ، حيث أن القيمة المستقبلية P_T في المدة T ، و i تساوي تكلفة الاقتراض أو الفائدة على اقتراض أي مبلغ مالي، وبذلك تصبح قاعدة استخدام المورد هي أن يستخدم المورد حاليا إذا كانت القيمة الحالية أكبر من القيمة المستقبلية:

$$P_0 > P_T / (1+r)^T$$

حيث r تعكس قيمة معدل التخفيض أو الخصم الاجتماعي، وبذلك يكون التخفيض للمورد القابل للنضوب كما هو للسلع الأخرى، فالفشل في تعظيم القيمة الحالية لاستخدام المورد بكميات تعظم قيمته الحالية يؤدي إلى ظلم أو خسارة للأجيال القادمة⁵.

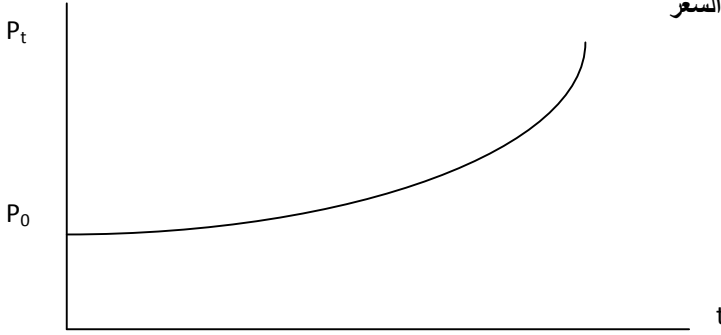
-قاعدة هوتلينج Hotelling's Rule ومسار أسعار الطاقات الناضبة:

من المنطقي أن نتساءل عن المسار التوازني الأمثل لأسعار عرض الموارد الناضبة، فالمقصود بالمسار التوازني للأسعار هو المسار الذي يحقق التعادل بين الكمية المطلوبة من السلعة والكميات المعروضة منها عبر الفترات الزمنية المختلفة، فما الذي يحدد نسبة الزيادة في السعر، وهل يجب أن تكون هذه النسبة ثابتة، متناقصة أم متزايدة؟. ويعد قراي (L.C.Gray; 1914) أول من قدم تحليلا اقتصاديا مبسطا لمورد قابل للنضوب، كان ممثلا في منجم نحاس، كما يعد نموذج هوتلينج أول تطبيق تحليلي رياضي متكامل في مجال الاستغلال الأمثل للموارد القابلة للنضوب من وجهة نظر المخطط الاجتماعي، حيث أن أهم افتراضات هذا النموذج هو أن المنتج لهذا المورد محتكر للسوق⁶.

وإجابة السؤال السابق قدمها في عام 1931 أحد أوائل الاقتصاديين الذين أرسوا الأسس النظرية لاقتصاديات الموارد الطبيعية غير المتجددة وهو الاقتصادي هارولد هوتلينج Harold Hoteling، حيث يرى أن المورد الطبيعي المخزن في جوف الأرض ليس إلا أصلا من الأصول التي يمتلكها المجتمع، ويملك المنتج حق استغلالها. فالبترول والحديد أو النحاس أو غيرها من الموارد الموجودة في باطن الأرض مثلها مثل الأرصدة الرأسمالية التي يمكن أن يمتلكها الفرد أو المنتج، ومن ثم فإن المحدد الرئيسي الذي يجب أن يكون دليلا للمنتج في تقريره ما إذا كان يجب الإسراع باستخراج ما في باطن الأرض في الوقت الحالي أم في المستقبل هو سعر الفائدة السائد في سوق رأس المال، وعليه إذا كان هذا المعدل مرتفعا يمكن للمنتج أن يستخرج هذا الأصل ويودع إيراداته الصافية في البنك ليحصل على عائد سنوي مساوي بسعر الفائدة، والبديل الآخر هو الانتظار والاحتفاظ بالأصل في باطن الأرض⁷.

افتراض هوتلينج في نمودجه أنه يوجد مورد قابل للنضوب دالة الطلب عليه خطية كما هو موضح في الشكل رقم (02).

الشكل رقم (02): منحني قاعدة هوتلينج منحني السعر



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

Gilles Rotillon, Economie des Ressources Naturelles, Editions La Découverte, Paris, 2005, P 25.

فسعر المورد في المدة t يساوي سعره في المدة الابتدائية P_0 مركبا بمعدل فائدة r ، وبذلك فإن مالك المورد سيكون مخيرا بين بيع وحدة من المورد الآن بسعر P_0 أو في المستقبل بسعر $P_0(1+r)^t$ ، اعتبارا أن مخزون المورد القابل للنضوب غير المستخرج ثروة رأسمالية للمجتمع، فإذا كان السعر الابتدائي للمورد P_0 والسعر في المدة t هو P_t فإن:

$$P_t = MC_t + (P_0 - MC_t) / (1+r)^t$$

$$P_t - MC_t = (P_0 - MC_t) \cdot (1+r)^{-t}$$

وتوضح المعادلة السابقة أن صافي الربح $P_t - MC_t$ من الاستخراج الحالي في الفترة t ، يساوي القيمة الحالية لصافي الربح من الاستخراج $P_0 - MC_t$ في الفترة الابتدائية، علما أن MC_t هي التكلفة الحدية لاستخراج المورد في الفترة t ، ويمكن كتابة قاعدة هوتلينج كما يلي:

$$(P_t - MC_t) + P_0 - MC_t / P_0 - MC_t = r$$

حيث توضح القاعدة أنه كلما ارتفع السعر، فإن ريع المورد ينمو زمنيا بمعدل يساوي معدل الفائدة⁸.

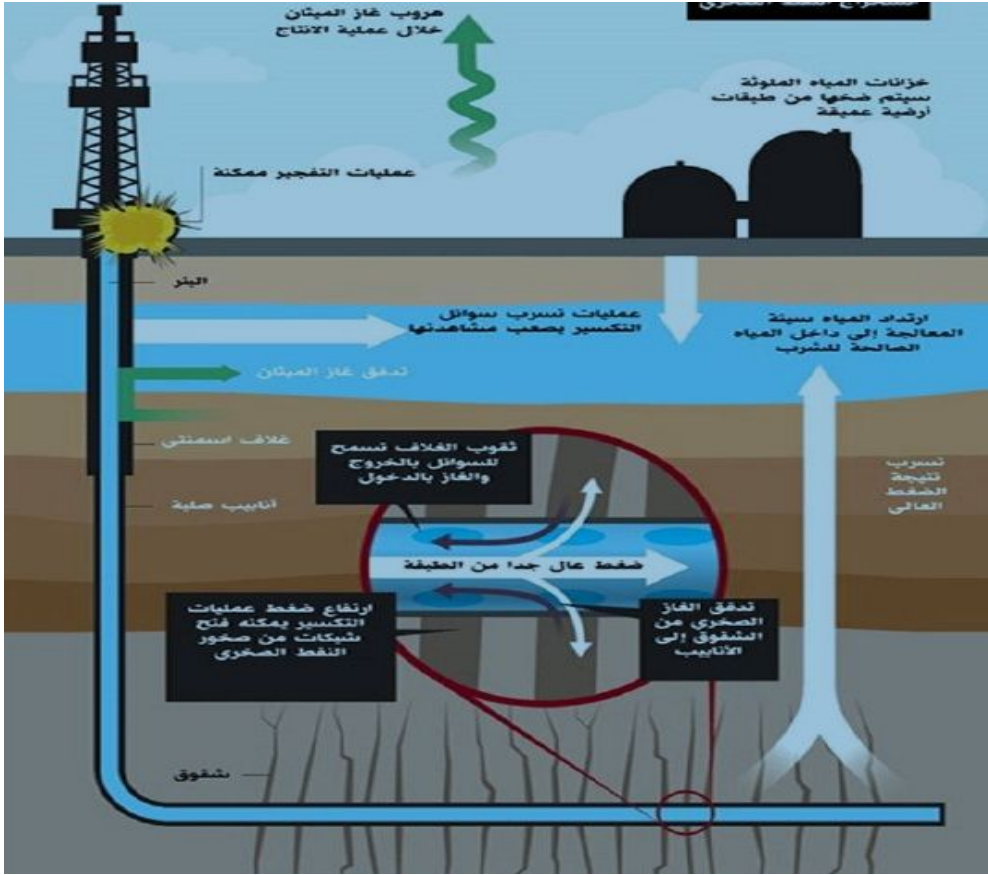
كما يفترض نموذج هوتلينج أن الطلب على الموارد الناضبة لن يتغير في المستقبل، ورجوعا إلى هذا النموذج الذي يتعامل مع الموارد الطبيعية القابلة للنضوب في مكانها أو مناجمها على أنها أصل رأسمالي نستنتج أن سعر المورد سيرتفع بمعدل الفائدة السائد في السوق، وأن مجموع ما سيتم

استخراجه من المورد عبر المدى الزمني لن يزيد عن المخزون الابتدائي المتوقع له، وأنه بالضرورة سيكون هنالك توازن بين العرض والطلب على المورد القابل للنضوب حتى في حالة الاحتكار وسيرجع التوازن تلقائياً حسب ميكانيزمات السوق⁹.

ثانياً- الموارد الصخرية المتاحة في العالم، والتكنولوجيا وإمكانية الاستغلال

إن أبسط بديل للنفط سيكون المصادر الهيدروكربونية البديلة، وأكثر ما يذكر من هذه البدائل هما رمال القار Tar Sands، وماءات الميثان Methane Hydrates، وتعرف رمال القار باسم رمال الزيت أو رمال القطران، وتتكون من الرمل والزيوت الثقيل والطفل الغني بالمعادن والماء، ويقدر الاحتياطي العالمي من رمال القار بأكثر من 400 ألف بليون برميل، وهذا الرقم يمثل أضعاف الاحتياطي المؤكد من البترول، ويتركز معظم هذا الاحتياطي في نصف الكرة الغربي في كندا وفنزويلا¹⁰، وكولومبيا والأردن، وتحتوي الصخور الترسبية لحجر السجيل على زيت صخري ثقيل يسمى زيت السجيل الذي له خواص زيت النفط الثقيل، وتوجد هذه الصخور في الولايات المتحدة وبعض البلدان الأخرى كالأردن والاتحاد السوفيتي سابقاً، ففي الاتحاد السوفيتي بلغ إنتاج الزيت من هذا الصخر 25 مليون طن عام 1973 واستعمل بشكل رئيس كوقود للمحطات الكهربائية¹¹، وفي العام 2003 ولأول مرة قررت كندا وصف زيت البتيومن Bitumen الذي هو عبارة عن مزيج من الرمل والطين محاط بهيدروكربون كثيف بأنه احتياطي مثبت من البترول متاح للاستخراج بصورة اقتصادية، حيث زادت احتياطيات كندا النفطية بـ 3.6% لتصل إلى 180 بليون برميل¹². ويبين الشكل طريقة استخراج الغاز والنفط الصخريين من طبقات الأرض.

شكل رقم (03): عملية استخراج الزيوت الصخرية



المصدر: إدارة معلومات الطاقة الأمريكية (EIA)، على الموقع www.eia.org

فكما نلاحظ من الشكل السابق فإن الطاقة الصخرية تتواجد في طبقات بعض أنواع الصخور الرسوبية التي لا تسمح لتلك الطاقة بالنفاذ منها، وهي بعمق يصل إلى كيلومتر في باطن الأرض أو أكثر، لذلك يستلزم استخراجها الحفر الرأسي ثم الأفقي تحت الأرض لمدة تتراوح ما بين 15 إلى 30 يوم لكل بئر وباستخدام تقنيات جد عالية ومضخات كبيرة لدفع الماء المخلوط بالرمل والمواد الكيميائية بما يعادل تقريبا 304000 لتر لكل بئر وما يعادل في المتوسط بـ 14 ألف برميل يوميا، واستخدام ما يعادل من 10 إلى 25 مليون لتر من الماء لكل بئر.¹³

– الإنتاج والاستهلاك العالمي من الطاقة التقليدية والطاقة الصخرية: تطور الاستهلاك العالمي للطاقة الأولية منذ ستينات القرن الماضي إلى يومنا هذا، حيث يبين الجدول رقم (01) تطور

الطلب العالمي على الطاقة الأولية وتوقعات هذا الطلب حتى سنة 2035، حيث يعتمد العالم بنسبة كبيرة على النفط والفحم والغاز الطبيعي في تمويل إمداداته، ففي حين أن زيادة الطلب على الطاقة سيرتفع بـ 19% بحلول سنة 2030، وهو ما يستدعي النظر في إحلال هذه الطاقات بطاقات أخرى لا تتأثر بتقلبات أسعار السوق الدولية وذات كفاءة اقتصادية وفعالية بيئية.

جدول رقم (01): تطورات وتوقعات الطلب على الطاقة الأولية (1990-2035)
(بالمليون طن مكافئ للنفط)

مصدر الطاقة	1990	2000	2012	2020	2025	2030	2035	2035-2012
النفط	3231	3663	4158	4469	4545	4600	4666	0.5%
الغاز	1668	2072	2869	3234	3537	3824	4127	1.6%
الفحم	2230	2357	3796	4137	4238	4309	4398	0.6%
النووية	526	676	642	869	969	1051	1118	2.4%
الكهرومائية	184	225	313	391	430	466	501	2.1%
الحيوية	893	1016	1318	1488	1598	1718	1848	1.5%
المتجددة	36	60	142	311	432	566	717	7.3%
الإجمالي	8769	10070	13240	14899	15749	16534	17376	1.2%

المصدر:

World Energy Investment Outlook, International Energy Agency, Published by IEA, France, 2014, p 24.

كما هو مبين في الجدول أعلاه فإن تطورات استهلاك العالم من الطاقة الأولية سترتفع بحلول سنة 2035، إلا أنها لن تزيد بنفس الوتيرة التي عرفتتها منذ الستينات، ففي حين سيسجل استهلاك الموارد الأحفورية كاستهلاك النفط والغاز الطبيعي زيادة لا تتعدى نسبة 0.5 إلى 1.6% سنويا ستعرف معدلات استهلاك الطاقات البديلة الأخرى بالإضافة إلى الطاقة الكهرومائية ارتفاعا مقدرا بنسبة 2% سنويا وهو الذي لا يعتبر كافيا لتلبية الطلب المستقبلي على الطاقة، مما دفع العديد من كبريات الشركات الاستخراجية للنفط والغاز لمواصلة البحث عن طرق جديدة تكفل بها استمرار استثماراتها، وبناءها القاعدية، فمن غير المقبول منطقيا أن تتبدد جميع الآلات والمعدات لحفر واستكشاف واستخراج الطاقات التقليدية بين عشية وضحاها أمام طاقة أخرى قد تكون مجانية المصدر، وهو الأمر الذي برر ظهور استغلال الطاقة الصخرية بالولايات المتحدة الأمريكية وكندا

كبدليل أولي أو في معوض للنفط والغاز والفحم خاصة وأن الاقتصاد اليوم انتقل من مرحلة الاقتصاد الكربوني إلى الاقتصاد الأقل كربونا في مرحلة ما قبل الطاقة النظيفة، ويبين الجدول أدناه قدرات العالم الأعلى من الزيوت الصخرية.

جدول رقم (02): قدرات العالم الأعلى من الغاز والنفط الصخريين سنة 2014

النفط الصخري (م ³)			الغاز الصخري (تريليون م ³)		
الإجهاد المائي	السعة	البلد	الإجهاد المائي	السعة	البلد
ضعيف	75800	روسيا	ضعيف	1115	الصين
متوسط-مرتفع	58100	الولايات المتحدة	ضعيف-متوسط	802	الأرجنتين
مرتفع	32200	الصين	قاحل وضعيف	707	الجزائر
ضعيف-متوسط	27000	الأرجنتين	ضعيف-متوسط	573	كندا
قاحل وضعيف	26100	ليبيا	متوسط-مرتفع	567	الولايات المتحدة
ضعيف	17500	أستراليا	مرتفع	545	المكسيك
ضعيف	13400	فينزويلا	ضعيف	437	أستراليا
مرتفع	13100	المكسيك	مرتفع	390	جنوب أفريقيا
مرتفع جدا	9100	باكستان	ضعيف	287	روسيا
ضعيف-متوسط	8800	كندا	ضعيف	245	البرازيل
ضعيف	7900	أندونيسيا	ضعيف	167	فينزويلا
ضعيف	6800	كولومبيا	ضعيف-متوسط	148	بولندا
قاحل وضعيف	5700	الجزائر	ضعيف-متوسط	137	فرنسا
ضعيف	5300	البرازيل	ضعيف-متوسط	128	أوكرانيا
متوسط-مرتفع	4700	تركيا	قاحل وضعيف	122	ليبيا
قاحل وضعيف	4600	مصر	مرتفع جدا	105	باكستان
مرتفع	3800	الهند	قاحل وضعيف	100	مصر
متوسط-مرتفع	3700	البراغواي	مرتفع	96	الهند
مرتفع جدا	3400	منغوليا	متوسط-مرتفع	75	البراغواي
ضعيف-متوسط	3300	بولندا	ضعيف	55	كولومبيا

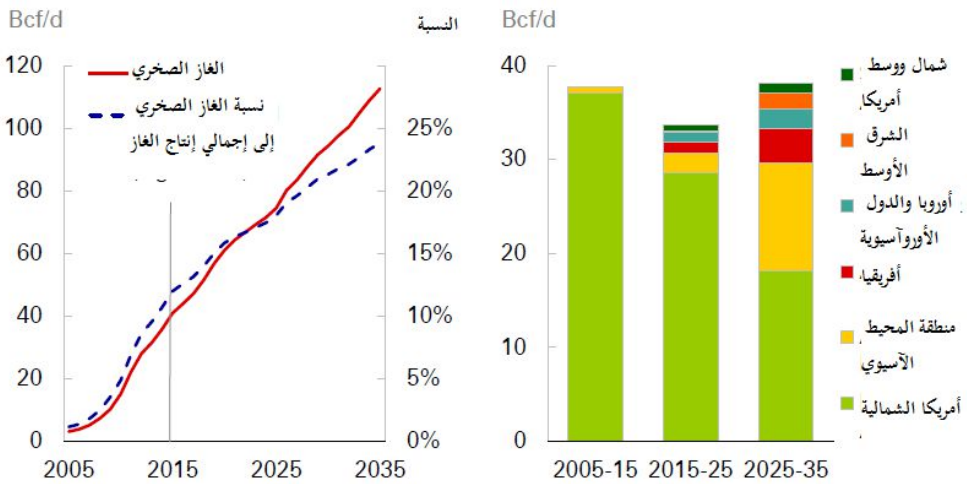
المصدر:

Paul Reig, Tianyi Luo, Jonathan N. Proctor, *Global Shale Gas Development: Water Availability and Business Risks*, World Resources Institute, Washington, 2014, pp 37, 38.

يبين الجدول السابق القدرات المتوفرة في العالم من الغاز والنفط الصخريين في عشرين دولة من بين الدول الأكثر كفاءة في استخراج هذا المورد حسب دراسات وكالة الطاقة العالمية سنة 2014، فكما نلاحظ أن استغلال هذا النوع من الطاقة يستلزم استخدام كميات كبيرة من المياه وهو ما سيسبب إجهادا لطبقة المياه الجوفية والذي يكون ضعيفا في مناطق معينة ومرتفعاً في مناطق أخرى، فبالرغم من توفر هذا المورد بساعات كبيرة إلا أن استغلاله يخضع لشروط عديدة منها درجة إجهاد الطبقات الجوفية، ولهذا لا تزال عملية استغلاله عبر العالم في مراحل جد حديثة. غير أن إنتاج الغاز الصخري في العالم قد بدأ يعرف نموا متزايدا منذ سنة 2005، خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، كما يظهر في الشكل الموالي.

شكل رقم (04): تطور إنتاج الغاز الصخري في العالم والتوقعات خلال الفترة 2005-

2035



(بليون قدم مكعب/اليوم "bcf/d")

المصدر:

Bp Energy Outlook to 2035, 2016 Energy Outlook, available on www.bp.com, p 57.

فكما نلاحظ من خلال الشكل السابق فإن إنتاج الغاز الصخري قد نما بمعدل 5.6% خلال الفترة (2005-2015)، حيث تمثل نسبة إنتاج الغاز الصخري 11% من إجمالي إنتاج الغاز

الطبيعي في العالم سنة 2014، ومن المقدّر أن تصل هذه النسبة إلى 24% بحلول سنة 2035. كما يبين الشكل فإنه خلال العشر سنوات الأخيرة (2005-2015) فإن نصف العرض العالمي من الغاز الصخري يأتي من شمال أمريكا، ومنطقة محيط آسيا تحديد الصين التي من المقدّر أن يبلغ إنتاجها بحلول سنة 2035 ما سعتة 13 بليون قدم مكعب/ اليوم (Bcf/d).

ثالثاً: إمكانية الاستثمار لاستغلال الطاقة من الصخور بالجزائر

من المهم معرفة آثار البيئية للطاقة من الصخور مقترنة بمصادر الطاقة الأخرى كالغاز الطبيعي والفحم اللذان يسببنا انبعاثات الغازات الدفيئة، قبل اتخاذ قرار الاستثمار، ففي الولايات المتحدة الأمريكية نشرت الوكالة غير الحكومية للطاقة (NGOs)، أهم 15 خطراً بيئياً لاستغلال المصادر الصخرية، ونوجز نتائج هذه الدراسة في الجدول الموالي:

جدول رقم (03): أهم الآثار البيئية التي تؤثر على قرار الاستثمار في الطاقة الصخرية

مرحلة التطوير	نشاطات إنجاز المشروع	الأعباء الإضافية للمشروع	الآثار البيئية
تحضير موقع الاستغلال	تجهيز البنى التحتية	تدفقات المياه	التأثير على نوعية المياه السطحية
		إمكانية تهجير السكان	إزعاج السكان
عملية الحفر	انسياب غاز الميثان	انبعاثات غاز الميثان	التأثير على نوعية الهواء
	تمليط وتغليف الحفر	انبعاثات غاز الميثان	التأثير على المياه الجوفية
	حوادث التغليف (casing)	انبعاثات غاز الميثان	التأثير على المياه الجوفية
	حوادث التمليط (cementing)	انبعاث السوائل من الحفر واختلاطها بالمياه	التأثير على المياه الجوفية
التشقيق والتدهور	استخدام المياه السطحية والجوفية	سحب المياه العذبة	التأثير على المياه السطحية
	استخراج السوائل والتشقيق	انسياب السوائل	التأثير على المياه الجوفية
	انسياب غاز الميثان	انبعاثات غاز الميثان	التأثير على جودة الهواء
	موقع الحفر	رجوع السوائل وتأثيرها على الماء	التأثير على جودة المياه الجوفية
الاستخراج والتخلص من	تشقيق السوائل	رجوع السوائل وتأثيرها على الماء	التأثير على جودة المياه السطحية
			التأثير على جودة المياه السطحية
	ضرورة معالجة المياه عن طريق مياه الصرف المحلية	رجوع السوائل وتأثيرها على الماء	التأثير على جودة المياه السطحية
	ضرورة معالجة المياه في محطات المعالجة الخاصة		التأثير على جودة المياه السطحية

المصدر:

Paul Reig, Tianyi Luo, Jonathan N. Proctor, *Global Shale*

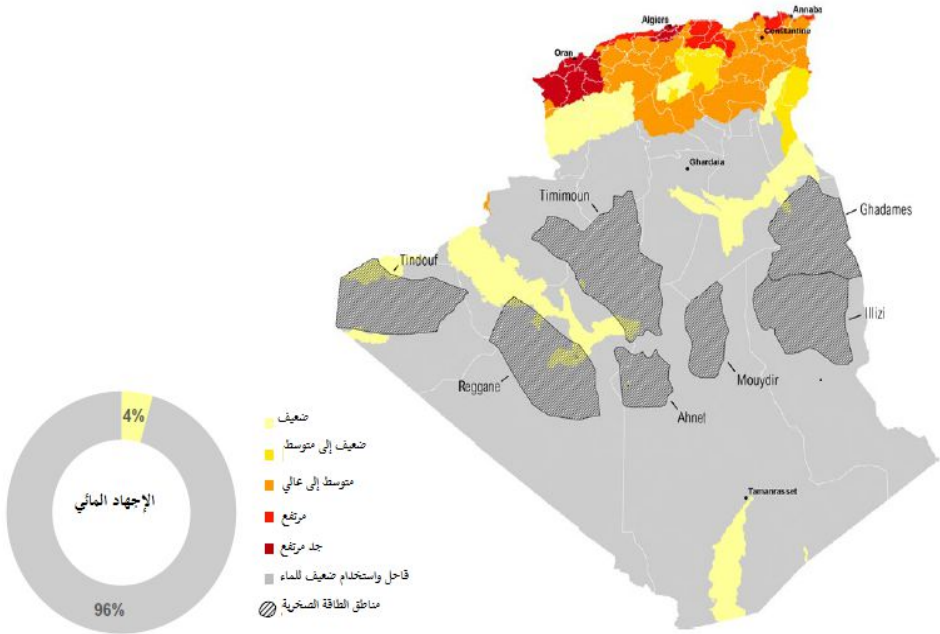
Development: Water Availability and Business Risks, World Resources Gas Institute, Washington, 2014, p 13.

من خلال الجدول السابق نلاحظ تأثير عملية استغلال الزيوت الصخرية في الولايات المتحدة الأمريكية على البيئة خاصة على جودة المياه وجودة الهواء، وهو ما دفع العديد من الحكومات إلى التريث في استغلال هذا النوع من الطاقة، الذي من شأنه التأثير على مخزون المياه الجوفية عبر تقنيات الحفر والسحب وانبعثات غازات الميثان، حيث لا بد من أجل استخراج الغاز الصخري من توفر المياه اللازمة وحققها في باطن جوف الأرض من أجل الحصول على استرجاع للغازات والنفوط والزيوت الصخرية، مع ضرورة معالجة المياه المستخدمة في عملية الاستخراج كيميائيا، وهو ما يتطلب تأهيلا لنظم الصرف الصحي المحلية وحتى بناء محطات خاصة للمعالجة الكيميائية للمياه. فاستنادا إلى علماء الجيولوجيا يوجد أكثر من 688 ترسبا للطفل الصخري في 142 حوضا رسوبيا حول العالم، ولم تحدد حاليا إمكانية الإنتاج فيها إلى في بضع عشرات منها فقط، أغلبها في شمال أمريكا، حيث حدد المعهد الفدرالي لعلوم الأرض والطبيعة (BGR) سنة 2009 أن حجم مخزون موارد الغاز الصخري في العالم تقدر بنحو 456 تريليون متر مكعب مقارنة بـ 187 تريليون متر مكعب للغاز التقليدي، وأن حوالي 40% من هذا المخزون سيكون ذي جدوى اقتصادية. حيث تمثل مخصصات الولايات المتحدة حوالي 60% من مجموع التقديرات، بينما لا تتعدى تقديرات الموارد الأوروبية ما نسبته 7%، من مجموع التقديرات العالمية ولا تكاد تبلغ حصة الصين والهند 2% لكل منهما¹⁴.

-المخاطر الاستثمارية وإشكالية الإجهاد المائي بالجزائر

في جانفي من سنة 2013، قام البرلمان الجزائري بالمصادقة على مجموعة من القوانين التي تآطر استغلال واستخراج الغاز والنفط الصخريين، من خلال مجموعة من الحوافز المالية لجذب الاستثمارات الأجنبية لاستكشاف الموارد الصخرية في الصحراء، وفي ماي من سنة 2014، أعلنت الحكومة على نيتها في استغلال الاحتياطيات الصخرية الكبيرة، ولم يتم الإفصاح بعدها على أي برنامج للاستثمار في هذا الإطار¹⁵. كما تبين الخريطة أدناه الإجهاد المائي لمناطق احتياطيات الطاقة الصخرية.

شكل رقم (05): مناطق احتياطيات الطاقة الصخرية ونسبة الإجهاد المائي بالجزائر

المصدر:

Paul Reig, Tianyi Luo, Jonathan N. Proctor, Op.Cit., p 46.

فحسب دراسات هيئات الطاقة الدولية، وكما يظهر في الخريطة فإن الإجهاد المائي بمناطق تواجد احتياطيات الطاقة الصخرية يعتبر مقبولا مقارنة بمزاجا استغلال هذه الطاقة النوعية والمالية، بالإضافة إلى أن نسبة الكثافة السكانية بمناطق الاستغلال في الصحراء قليلة حسب تقرير وكالة الموارد العالمية، حيث لا تتعدى هذه النسبة 0.4 نسمة/كم²، في منطقة أحنات مثلا التي تستخدم المياه التي تتواجد على عمق من 1006 متر إلى 3200 متر لأغراض الزراعة، كما تتراوح الكثافة السكانية بمنطقة رقان بـ 0.9 نسمة/كم²، وتتواجد المياه الجوفية بها على عمق من 1524 متر إلى 4572 متر، وغيرها من المناطق.

- الترخيص لاستغلال الطاقة الصخرية:

لقد ثار الجدل من طرف العديد من التكتلات والمواقف من المنظمات البيئية لمعارضة استغلال الطاقة الصخرية، غير أن الحكومة الجزائرية صادقت على هذا المشروع من خلال إصدار القانون رقم 01-13 سنة 2013، بشكله المعدل المتمم لقانون المحروقات الذي يندرج ضمن

أحكام القانون رقم 50-07 المؤرخ في 28 أبريل سنة 2005 والمتعلق بالمحروقات، من خلال المادة 23 مكرر والتي تصرح لأن "تخضع ممارسة النشاطات المتعلقة باستغلال المكونات الجيولوجية الطينية و/أو النضيدية غير النفوذة، أو ذات قابلية نفوذ جد ضعيفة (الغاز الصخري أو الزيت الصخري) التي تستعمل تقنيات التشقيق الهيدروليكي، لموافقة مجلس الوزراء"¹⁶. وفي إطار موقف قانون المياه الذي يهدف بالجزائر إلى تحديد المبادئ والقواعد المطبقة لاستخدام الموارد المائية وتسييرها وتنميتها المستدامة، حيث أقرت المادة 46 من القانون رقم 05-12 المؤرخ في 4 أوت سنة 2005، ضرورة حماية المياه الجوفية، فتمنع كل وضع أو طمر للمواد غير الصحية التي من شأنها أن تلوث المياه الجوفية من خلال التسربات الطبيعية أو إعادة التمرين الاصطناعي¹⁷.

وبتاريخ 21 ماي 2014 سمحت الحكومة رسمياً باستغلال الغاز الصخري كبديل للغاز الطبيعي، وذلك بسبب الأزمة الاقتصادية التي ألقت بظلالها على الجزائر بفعل انخفاض أسعار النفط في السوق العالمية مما أثر بالسلب على الاقتصاد، إلا أن انطلاق عمليات التنقيب في أواخر سنة 2014 رافقتها العديد من الاحتجاجات المحلية بالمناطق المعنية بالتنقيب، ساهمت فيها منظمات المجتمع المدني ومنظمات ناشطة في مجال البيئة وحقوق الإنسان. عبرت في مجملها هذه الاحتجاجات عن مخاوفها من مخاطر استغلال الغاز الصخري والتي تتعدى تلوث المياه إلى تلوث الهواء إضافة إلى تبيد مخزون المياه الجوفية بسبب حاجة استغلال الغاز الصخري إلى كميات هائلة من المياه لتنقيب الحجر الزيتي، وخلال هذه الفترة التي تصاعدت فيها الاحتجاجات في ولايات الجنوب كانت البلاد تشهد مرحلة مشاورات تعديل الدستور ونقاشات حول المواضيع والمسائل التي يتضمنها، وبغية امتصاص السلطة لغضب سكان الجنوب وتخوفها من مخاطر انزلاق الأوضاع إلى مالا يحمد عقباه تنبأ الكثير من المختصين أن موضوع الحق في البيئة سيكون من المواضيع المدرجة في التعديل الدستوري. خصوصاً بعد أن أتت هذه الاحتجاجات بشمارها إذ صرح الوزير الأول رسمياً وأعلن عن إنهاء عملية الحفر في منطقة أحنات لمدة أربع سنوات حتى يتمكنوا من القيام بالدراسات الضرورية ليعلن رئيس الجمهورية بعد ذلك بأيام تأييده هذا التصريح ويعلن تجميد القانون الصادر عن البرلمان بخصوص استغلال الغاز الصخري في الجزائر¹⁸.

خاتمة

لقد أفادت تقارير العديد من المختصين أن احتياطيات الغاز الصخري القابلة للاستخراج من الناحية الفنية، تتمركز في الصين الأولى عالميا بحوالي 1.115 تريليون قدم مكعب بنسبة تبلغ 40.8% من إجمالي موارد الغاز الصخري في العالم، وتليها الأرجنتين بحوالي 31 تريليون قدم مكعب بنسبة تقدر بحوالي 44.1% من الإجمالي، كما تعتبر الجزائر الدولة الأفريقية الأولى التي احتلت المرتبة الثالثة عالميا بحوالي 707 تريليون قدم مكعب بنسبة تبلغ حوالي 9.7% بينما احتلت الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الخامسة بحوالي 567 تريليون قدم مكعب بنسبة 9% من الإجمالي. وهو ما يرجح استغلال هذه الطاقة من حيث توفر المورد الصخري المتاح. كما أكدت العديد من المصادر في وزارة الطاقة الجزائرية أن الجزائر ستقوم بوضع ضوابط لحماية البيئة من المخاطر المتأتية عن استغلال الطاقة الصخرية، وأن البيئة وحماية المناطق السكانية تعتبر من أولوياتها. وفي هذا الإطار يمكن القول أنه يمكن للجزائر الخوض في تجربة استخراج الغاز والنفط الصخريين رغم ما يكتنف هذا المسار من مخاطر وعوائق على البيئة والفرد، هذا لأن تقارير الهيئات المختصة تشير إلى ضعف كثافة الإجهاد المائي مقارنة بمناطق أخرى من العالم، ومع تحديد قرار الاستغلال منذ نهاية سنة 2014، يتعين على الجزائر القيام بالمزيد من دراسات الجدوى البيئية والفنية محليا ومن طرف هيئات دولية محايدة لاتخاذ القرار الاستثماري، فهل يعتبر النفط والغاز الصخريين مسارا محتوما ، أم خيارا استراتيجيا رابحا في ظل موجة غروب الطاقة في العالم، ومأزق انخفاض أسعار النفط، وهل ستنتج الجزائر في استغلال هذا النوع من الطاقة الذي أظهرت الدراسات مسبقا تأرجح كفتي معادلته في ميزان تيار الرأسمالية العالمية؟.

قائمة الهوامش والمراجع:

- ¹ الحولي أسامة، البيئة والتنمية المستدامة. السجل العلمي لندوة البيئة والمتطلبات الاقتصادية والدولية أبوظبي، 2002، ص، ص 60، 62.
- ² Devillé Hervé, Economie et politiques de l'environnement : Principe de précaution, Critères de soutenabilité, Politiques environnementales, L'Harmattan, Paris, 2010, PP 130, 132.
- ³ Pullin S.Andrew, Conservation Biology, Syndicate of the University of CAMBRIDGE, United Kingdom, 2002, P15.
- ⁴ الهيتي نوزاد عبد الرحمن، حسن ابراهيم المهدي، عيسى جمعة ابراهيم، مقدمة في اقتصاديات البيئة، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010، ص، ص 34، 35.
- ⁵ آل الشيخ حمد بن محمد، اقتصاديات الموارد الطبيعية والبيئة، العبيكان للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، ط 1، 2007، ص 31.
- ⁶ آل الشيخ حمد بن محمد، مرجع سابق، ص 105.
- ⁷ Bertrand Lepinoy, Economie et Energie : Quels avensirs pour le tiers monde, Editions TECHNIP, Paris, 1985, P 49.
- ⁸ Gilles Rotillon, Economie des Ressources Naturelles, Editions La Découverte, Paris, 2005, PP 22, 23.
- ⁹ آل الشيخ حمد بن محمد، مرجع سابق، ص 108.
- ¹⁰ مقلد رمضان محمد، عفاف عبد العزيز عايد، السيد محمد أحمد السريتي، اقتصاديات الموارد والبيئة، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2001، ص، ص 130، 131.
- ¹¹ حسن عبد القادر، الجغرافيا الاقتصادية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة، القاهرة، 2010، ص 171.
- ¹² ريتشارد هاينبرغ، ترجمة مازن جندلي، غروب الطاقة: الخيارات والمسارات في عالم ما بعد البترول، الدار العربية للعلوم، بيروت، 2006، ص، ص 131، 132.
- ¹³ The Shale Gas Information Platform, available on: www.shale-gas-information-platform.org
- ¹⁴ مجلس الطاقة العالمي، دراسة موارد الطاقة: نظرة مركزة على الغاز الصخري، منشورات مجلس الطاقة العالمي، 2010، لندن، ص 04.
- ¹⁵ Paul Reig, Tianyi Luo, Jonathan N. Proctor, *Global Shale Gas Development: Water Availability and Business Risks*, World Resources Institute, Washington, 2014, p 46.

¹⁶ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، السنة الخمسون، العدد 11، الأحد 24 فبراير سنة 2013، ص 21.

¹⁷ القانون 12/05 المؤرخ في 04 أوت سنة 2005، المتعلق بالمياه المعدل والمتمم بالقانون رقم 03/08.

¹⁸ زياني نوال، لزرق عائشة، الحماية الدستورية للحق في البيئة على ضوء التعديل الدستوري الجزائري 2016، مجلة دفاتر السياسة والقانون، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، على الموقع:

<http://revues.univ-ouargla.dz>

الرعاية الرياضية وأثرها على تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية

- دراسة حالة مؤسسة كوندور -

د. تھتان موراڊ

أستاذ محاضر "أ" بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير

بجامعة يحي فارس - المدية-

أ.موزاوي عبد القادر

أستاذ مساعد "ب" بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم-

الملخص:

في سياق اقتصادي يتميز بالاضطرابات و التغيرات التي تطرأ على المستهلكين والتحولات الاجتماعية والثقافية ، تجد المؤسسة نفسها في حاجة إلى تشكيلة متنوعة من الوسائل مع مختلف المتعاملين في بيئتها. و إلى جانب وسائل الاتصال التقليدية على غرار: الإشهار و الترقية و العلاقات العامة و التسويق المباشر، تكتسي الرعاية أهمية متزايدة في اتصال المؤسسة، حيث تسمح هذه التقنية الحديثة بتغطية النقائص الموجودة في الطرق الكلاسيكية، و على الرغم من ذلك يعتقد المختصون أن الرعاية تملك وسائل تشبهها على عدة مستويات و على هذا الأساس يملك المكلف بالإعلانات الخيار في أن يشارك سواء في حدث رياضي أو ثقافي أو غيره. كما تتوفر في هذه التقنية عدة أنواع من المساعدات المادية (قروض، تجهيزات...الخ) و الإعلانات المالية (تربصات ،نقل..) و ذلك في شكل نفقات تأخذها المؤسسة على عاتقها.

إن الرعاية الرياضية قد تهدف إلى تثمين صوره المؤسسة على مستوى الجمهور و المساهمة في تقديم الدعم للمتعاملين الاقتصاديين المعنيين. إن هذا يؤدي بنا إلى القول أن الميدان الملائم للرعاية يتمثل في الرياضة لأنه يصل إلى شريحة واسعة من الجماهير الشعبية ومهما كانت الدوافع و الأهداف ووسائل الاتصال، يمكن للرعاية أن تمثل دعما لا يستهان به في أعمال الاتصال التقليدي.

الكلمات المفتاحية: الرعاية الرياضية ،التنافسية،الأداء ، التسويق الرياضي ، الكفاءة،

الترويج،الزبون.

Abstract:

In an economic context characterized by turmoil and changes in consumer and social and cultural transformation, the institution itself in need of a variety of ways with the various dealers in the environment. And alongside traditional means of communication along the lines of: publicity and promotion, public relations and direct marketing, care increasingly important in the enterprise network, where these modern technique allows to cover deficiencies in the classic ways, and though specialists believe that the care have the means like them on several levels, and on this basis has the charge of advertising the option to participate in either a sports or cultural event or Gerh.kma available in this technique several types of material assistance (loans, equipment ... etc) and financial ads (stage, transfer ..) and in the form of the expenses of the organization take on it customers economists concerned. This leads us to say that the proper field care is innovative in the sport because it reaches a large segment of the popular masses and whatever the motives and goals and means of communication, can take care of that represents a significant work in traditional contact support.

key words: Sports sponsorship , competitive , performance sports ,marketing , efficiency , promoting ,customer.

تمهيد

احتلت الرياضة في العقود الأخيرة مكانة هامة في الحياة الاقتصادية، وأصبحت عنصراً أساسياً من عناصر الثقافة الإنسانية، ووسيلة اتصال فعالة يمكن من خلالها أن نصل إلى مختلف الطبقات الاجتماعية.

فالأحداث الرياضية العالمية والإقليمية ، كالألعاب الأولمبية ودورات كأس العالم والبطولات القارية، أصبحت تثير بصورة متزايدة اهتمام مسيري المؤسسات الاقتصادية الخدمانية ، للإشهار بعلاماتها ومنتجاتها ولتحقيق الأهداف التسويقية، الشيء الذي يخلق جوا تنافسيا بين هذه المؤسسات ، ما يدفع بها للبحث عن قنوات اتصالية جديدة تتيح لها جذب اهتمام أكبر عدد ممكن من الزبائن. وهو ما أدى بها إلى التوجه نحو الحدث الرياضي . والرعاية الرياضية هي عقد عمل بين مؤسسة اقتصادية وهيئة أو منظمة غير تجارية، مثل نادي رياضي، أو اتحادية رياضية، أو غيرها. فالمؤسسة الراعية تلتزم بتوفير الإمكانيات المادية والمالية لهته الهيئة الرياضية، في ظل وجود مقابل تمنحه لها هته الهيئات ، يتم تحديده مسبقا، فالهدف من الرعاية هو إقامة مستفيد بين الجانبين المتعاقدين ، فكل منهم يجني أرباح مادية ومعنوية من جراء تنظيم الحدث الرياضي. وقد برزت

وانتشرت بشكل هام في السنوات الأخيرة ، وفي عدة مجالات منها الثقافية والاجتماعية ، التعليمية ، الإعلامية وخاصة في المجال الرياضي الذي استقطب الاهتمام الأكبر، حيث أن الرعاية في هذا المجال مازالت تحتفظ بالنصيب الأوفر من الإنفاق للمؤسسات الاقتصادية خاصة الخدمائية. وقد ظهرت في الجزائر خلال السنوات الأخيرة ما يعرف بالرعاية الرياضية الابتكارية ، لمؤسسات الاتصال أو متعاملي الهاتف النقال والتي أصبحت تتنافس على هذا النوع من الرعاية كوسيلة فعالة للرفع من مبيعاتها، ومن ثمة تحقيق أهداف المؤسسة ككل. وانطلاقا من أهمية الرعاية الرياضية الابتكارية ودورها الاستراتيجي في تحقيق العوائد المرجوة ، وتحسين مبيعات مؤسسة متعامل الهاتف النقال "جيزي"، قمنا بطرح الإشكالية التالية:

كيف يمكن للرعاية الرياضية أن تحسن من تنافسية مؤسسة كوندور ؟

للإجابة على الإشكالية يمكن طرح الأسئلة التالية:

1- هل يمكن اعتبار الرعاية الرياضية مصدرا مهما في الرفع من تنافسية المؤسسات الاقتصادية ؟

2- ما طبيعة العلاقة بين الرعاية الرياضية وتحسين مبيعات مؤسسة كوندور؟

3- هل يوجد فروق ذو دلالة إحصائية لاتجاهات إجابات العينة حول واقع الرعاية الرياضية تعزى إلى المتغيرات الشخصية.

2-فرضيات الدراسة:

1- للرعاية الرياضية مصدر هام لتحقيق معدلات بيع عالية للمؤسسات الاقتصادية هذا ما يؤدي إلى زيادة تنافسيتها.

2- توجد علاقة تأثير بين الرعاية الرياضية وتحسين مبيعات مؤسسة كوندور للصناعات الإلكترونية.

3- لا يوجد فروق ذو دلالة إحصائية لاتجاهات إجابات العينة حول واقع الرعاية الرياضية تعزى إلى المتغيرات الشخصية.

3- أهمية الدراسة:

إن أهمية الدراسة تكمن في الآتي:

- 1- يعتبر هذا البحث مساهمة علمية في بناء الإطار النظري لإشكالية تأثير الرعاية الرياضية في حصول مؤسسة كوندور على الرفع من تنافسيتها.
- 2- إشراك الرعاية الرياضية في العملية البيعية لتحقيق أهداف المؤسسة.
- 3- بسبب ضعف اهتمام المؤسسات الاقتصادية -خاصة في الدول النامية ومنها الجزائر- بأهمية الرعاية الرياضية ومدى مساهمتها في ترويج المنتجات، يمكن لهذا البحث أن يساهم في زيادة تحسيس مسيري المؤسسات الاقتصادية بأهمية استعمال الرعاية الرياضية ممثلة في الابتكارات والإبداعات الحاصلة في هذا المجال.

4- أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى تحليل وتحديد وتقييم الرعاية الرياضية وأثره في التحسين من تنافسية مؤسسة كوندور. وللإلمام أكثر بهذا الجانب نجد بعض الأهداف:
- 1- محاولة استقراء بعمق وتأصيل منهجي بعض الإسهامات المعرفية المقدمة من طرف العديد من الباحثين في مجال الرعاية الرياضية وتحسين المبيعات وتحليلها.
 - 2- محاولة اقتراح مقارنة نظرية تفترض أن تحسين المبيعات مرتبط بشكل رئيسي بالرعاية الرياضية وتفعيلها.
 - 3- محاولة اكتشاف بعض نظم المبيعات ذات الصلة بالرعاية الرياضية.
 - 4- محاولة التأكيد على الدور المتنامي للرعاية الرياضية، كأحد أهم عوامل التفوق التنافسي في الاقتصاد الجديد المرتكز على قدرة ترويج المنتجات لتحقيق الميزة التنافسية، وتحليل المكاسب المحتملة للمؤسسة.

5- منهج الدراسة:

للوصول إلى معرفة دقيقة لعناصر إشكاليتنا، وقصد فهم أدق و أفضل، تم اعتماد المنهج الوصفي والتحليلي، وذلك في تحديد ماهية الرعاية الرياضية، و تحليل كيفية تحقيق مبيعات أفضل وطرق تحسينها.

الإطار النظري:

1- مفهوم الرعاية الرياضية:

إن البطولات الرياضية التي تقام دوريا تستقطب الملاين من الجماهير، وتثير اهتمام مسيري المؤسسات فقد أدرك مسيري المؤسسات الاقتصادية أن الرياضة يمكن أن تعطي نتيجة موجبة في زيادة الدخل القومي للأمم باحتلالها مكانا في الاقتصاد الوطني ، حيث تحول هذا الإدراك إلى قناعة تامة عندما أعلن أن دخل الرياضة في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2009 قد بلغ 90.1 مليار دولار أمريكي وأنها احتلت المرتبة الخامسة عشر في الاقتصاد الأمريكي متقدمة في ذلك على كثير من المداخليل الأمريكية ، ويضيف الامريكان أن هذه المرتبة سوف تتحسن بشكل ملموس في السنوات القادمة.¹ هذا ما أثار اهتمام مسيري المؤسسات الاقتصادية حيث يجدون فيها فرصة للترويج التجاري والبيع ، ودعامة لعلامتها التجارية وفيها فرصة للترويج التجاري والبيع ودعامة لعلامتها التجارية وهذا ما يسمى بالرعاية الرياضية.

والأسباب الذي أدى إلى ظهور الرعاية الرياضية هو:

أولاً: المنافسة بين المؤسسات وظهور الاقتصاد الحر في الدول الرأسمالية وكذلك النماذج الناجحة في الاقتصاد بشكل عام واقتصاديات الرياضة بشكل خاص.. مثل تجربة كأس العالم لكرة القدم التي أقيمت في البرازيل عام 2014 م². التي أعلن فيها عن الجانب الاقتصادي والعائد المادي والاستثمارات المصاحبة لهذه الدورة حيث انتهت بطولة كأس العالم بالبرازيل والحكومة البرازيلية قد تحصلت على مداخيل قدرت ب 1.2 مليار دولار ، من دخل التذاكر فقط بالإضافة إلى دخل النقل التلفزيوني ، وتمويل رجال الأعمال كل هذه العائدات الضخمة من دخل المباريات وللأنشطة الاستثمارية الموازية قد فاقت بكثير من الدخل المرصود لكثير من المداخليل الأخرى³.

ثانياً: الإقلال من الإنفاق الحكومي على دعم وتمويل الرياضة جعل الأندية تبحث عن ممول لها.

2- مختلف تعاريف الرعاية الرياضية:

ظهرت هناك عدة تعاريف نوجز منها:

التعريف الأول: إن كلمة السونوسورينغ هي من أصل لاتيني سونوسور " sponsor " بمعنى الكفالة والرعاية، تقوم المؤسسة بالدعاية والإعلان لمبيعاتها والإشهار لمؤسساتها مقابل دعم مالي يقدمه الموصي المالي.

التعريف الثاني: تشكل الرعاية الرياضية اتصال بين مؤسسة أو علامة تجارية عن طريق الممارسة أو الحدث الرياضي الذي يجذب جمهور معين.

التعريف الثالث: ونلاحظ أن الرعاية الرياضية تمنح للأشخاص الذين يعملون في المجال الرياضي ، فهو عبارة عن عقد يتم بين نادي رياضي الذي يقوم بالإشهار باستخدام أساليب وخطط معينة عن المنتج إلى المستهلك بغرض تحفيزه لشراء المنتج والمؤسسة الممولة والجمهور. فالقيمة المضافة للرعاية تتمثل في إبعاد العلامة التجارية من اللغة الإشهارية التقليدية وإدماجها بالفكرة من وراء إقامة الحدث أو التظاهرة، بنجاح العملية، بصدق التظاهر أو بالفائدة من خلال الحصة أو الروبورتاج⁴.

فالرعاية الرياضية تتكيف بشكل خاص ومتطلبات الاتصال المعاصر، فيكون الأثر الإيجابي حول شهرة العلامة، حول وضع الأطراف التي تحظى باهتمامها، وحول صورة علامتها⁵. كما أن الرعاية قد تشمل بالنسبة للمنظمة، إمكانية تنظيم هذا الحدث أو التظاهرة، ثم العمل على الاشتراك معه إعلاميا من أجل تحقيق أهداف الاتصال التسويقي⁶.

في الرعاية الرياضية نتحدث عادة عن المساهمات المالية، المادية أو الخدماتية التي تقدم لرياضي أو منظمة رياضية (نادي محترف، جمعية...)، فهي قد تأخذ عدة أشكال في الرياضة، بدءاً بدعم رياضي أو دعم نادي، ثم رعاية بشكل خاص أو لا لمنافسة أو لتظاهرة رياضية، أو حتى الدعم المالي لاتحادية أو رابطة⁷.

3- أشكال الرعاية الرياضية:

للرعاية الرياضية أشكال عدة تختلف باختلاف الرعاة⁸:

- الرعاية الرياضية بالشهرة: تنتهج المؤسسة الرعاية الرياضية عن طريق الشهرة للتعريف بها وبمنتجاتها، حيث تضع اسمها واضحا في القاعات الرياضية وألبسة الرياضيين
- الرعاية الرياضية بالصورة: يقوم على استغلال صورة فريق أو لاعب مقابل مبالغ مالية عن طريق عقود تبرع مع الشركة، حيث تستفيد هذه الأخيرة من تحسن صورتها وعلامتها التجارية عند الجمهور.

-**الرعاية الرياضية بالتجربة أو المصادقية:** يعتمد هذا الشكل على المؤسسة ، المنتج والحدث، وهذا الشكل يستعمل من طرف المؤسسات التي لها علاقة بنوع الرياضة ويعتمد على الرياضي المستعمل للمنتج وعلى المنتج نفسه.

-**الرعاية الرياضية بالشبكة:** في هذا الشكل من الرعاية الرياضية تقوم المؤسسة بإجراء مسابقات جلب عدد من الجمهور عن طريق تنشيط شبكة بيعها.

4- سوق الرعاية الرياضية

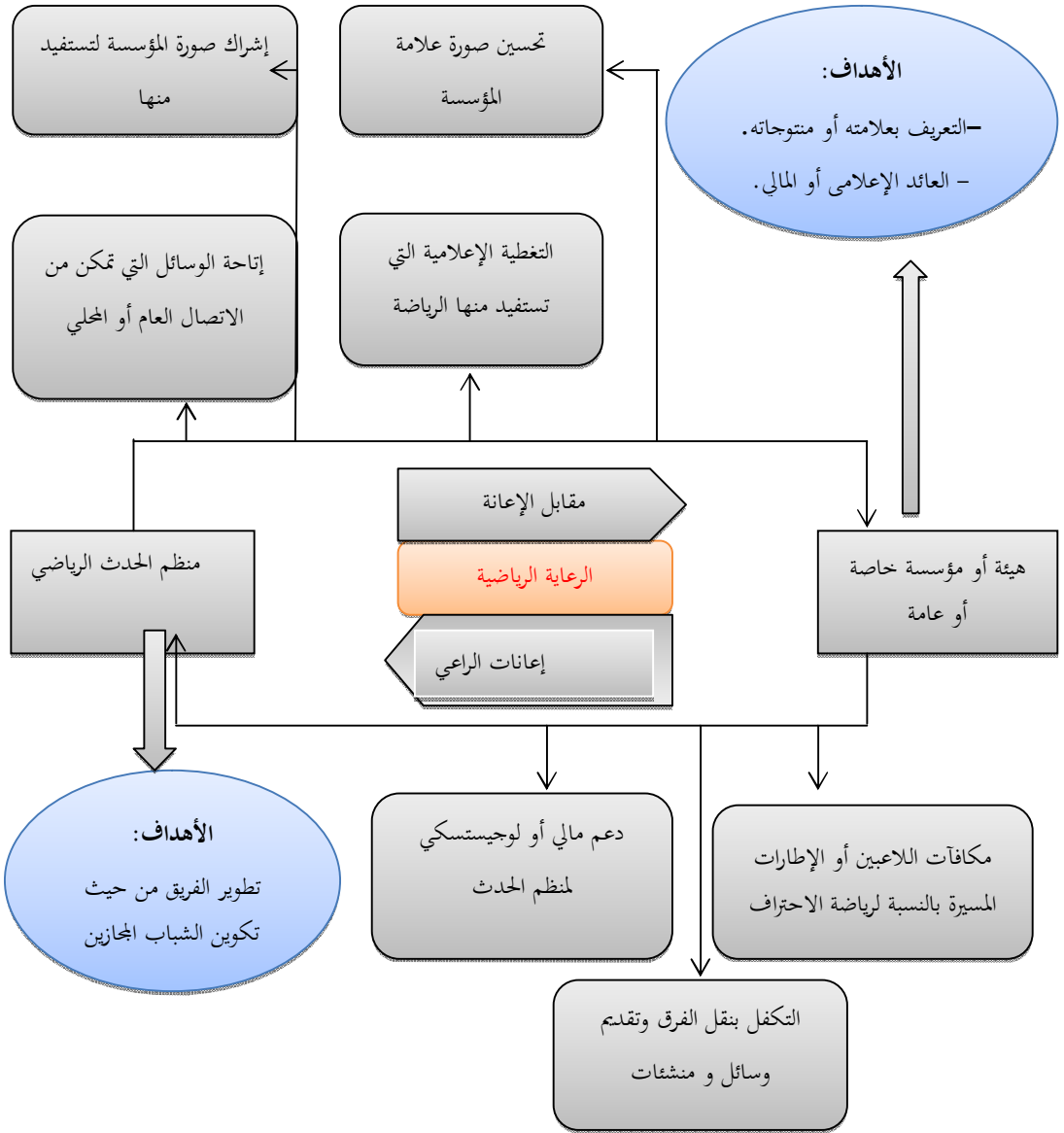
يمكن تحديد التبادلات التي تتم في سوق الرعاية الرياضية، بين الأطراف التالية:⁹

4-1 الراعي: الذي يهدف للتعريف بعلامته منتوجه، أو باختصار تطوير شهرته أو صورته أمام الجمهور العريض أو المحلي. فيقدم في المقابل دعم مالي، مادي، أو خدماتي.

4-2 منظم الحدث الرياضي: لزيادة شهرته، نشاطاته الرياضية و/أو المالية. وهو يقدم للراعي وسائل

للترويج لصورته، علامته أو منتوجه، في ظل وجود تغطية إعلامية، تضمن الربط بين المؤسسة الراعية مع صورة الرياضة الممارسة أو الحدث المنظم.

ومنه يمكن تمثيل آليات التبادل في سوق الرعاية الرياضية، من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (01): آلية عمل سوق الرعاية الرياضية¹⁰

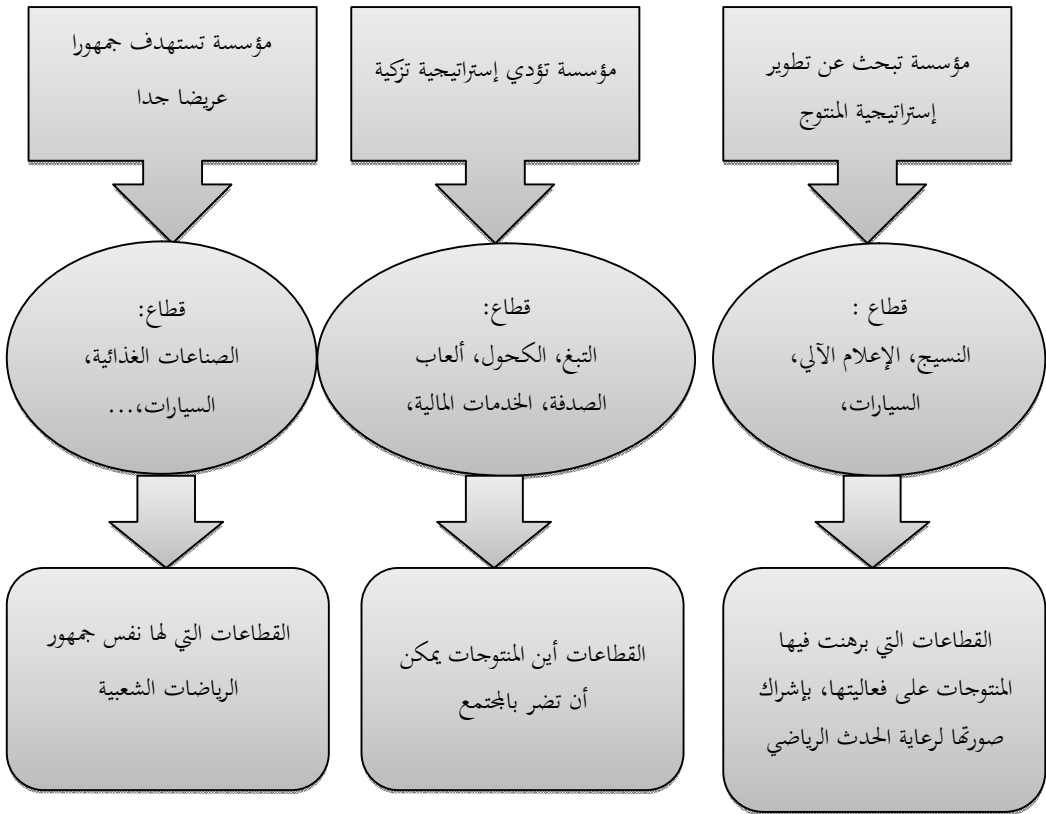
في معظم الحالات، الرعاية الرياضية تمكن من الرفع من شهرة العلامة، من خلال إشراك منتجاتها مع الفريق أو الحدث أو الرياضي الذي قامت برعايته، من خلال تغطية إعلامية جيدة التي تسمح باستهداف فئة عريضة من الجمهور المستهدف. هذا الأثر الكمي، يمكن أن يضاف إليه أثر كيمي،

من خلال زيادة إدراك الجودة في ذهن المستهلكين. مثلاً العلاقة بين سباق Formule1 وشركة Renault.¹¹

3-4 معايير اختيار الرياضة من طرف الراعي

لتحديد اختيار نوع الرياضة القادرة على تطوير صورة العلامة، شهرة أو صورة المنتج أو الخدمة، يجب أولاً تحديد ما نريد إبدائه للبيئة المستهدفة، في نفس السياق فإن Gary Tribou يفرق بين ثلاث استراتيجيات للمؤسسات في هذا المجال:

الشكل رقم (02): استراتيجيات المؤسسات الراعية لاختيار نوع الرياضة¹²



فبعد تحديد نوع القطاع الذي تنتمي إليه المؤسسة (قطاع المنتجات الفعالة من حيث الصورة، قطاع المنتجات الضارة، قطاع المنتجات الكتلية)، يأتي اختيار نوع الرياضة، والذي له علاقة بمدير المؤسسة والرياضة التي كان يمارسها في شبابه، أو تلك المألوفة لديه "حالة الرعاية السخية"، كما يتعلق أيضاً بحجم المؤسسة.

5-الرعاية الرياضية في الجزائر:

شهدت الجزائر غداة الاستقلال تحولات سياسية واقتصادية مسّت العديد من القطاعات، حسب الظروف والمواقف التي مرت بها. حيث نجد أن قطاع الرياضة تأثّر بها، فطُرأت عليه بعض التغييرات في مجال التمويل الرياضي عامة أو الرعاية الرياضية خاصة، من خلال صياغة قوانين تكرّس استغلال الموارد المتاحة، والتفكير في إيجاد وسائل تمويل جديدة. وبالنظر في تاريخ الرياضة الجزائرية من جهة، والتحوّلات التي شهدتها الاقتصاد الجزائري من جهة أخرى، يمكن أن نَميّز ثلاث مراحل أساسية هي:

5-1-مرحلة ما بعد الاستقلال 1962 إلى 1975:

تميّزت هذه المرحلة بتمديد سريان القانون الاستعماري في هذا الميدان، وخاصة قانون سنة 1901 حول الجمعيات، وبالتالي فقد اعتمد تمويل النشاطات البدنية والرياضية خلال هذه الفترة أساسا على اشتراكات وهبات المنخرطين والمسيرين والمتطوّعين للأندية الرياضية، وكذلك على الإيرادات القليلة الناجمة عن تسيير النوادي الرياضية، وتلك الناتجة عن بيع تذاكر الدخول للملاعب. حيث أن الشكل القانوني الذي وضع حيّز التنفيذ خلال هذه المرحلة، كان يتمثل في اللجوء إلى الرعاية وخاصة من سنة 1962 إلى نهاية سنة 1970.

ابتداء من سنة 1971 إلى نهاية سنة 1975، بدأت المبادرات والتجارب تظهر لوضع تصورات وميكانيزمات لتمويل النشاطات الرياضية، من خلال تصريحات تحمل رغبة ذات بعد سياسي. خاصة إذا علمنا أن هذه المرحلة الحاسمة عرفت اضطرابات عميقة، مع إضفاء الطابع الاشتراكي والتبعية للدولة، بالنسبة لمجالات النشاطات الكبرى، ألا وهي الصناعة والفلاحة¹³.

وبالتالي فهذه المرحلة قد تميّزت خاصة بغياب التقنيين للمبادئ والقواعد المرتبطة بالتمويل الرياضي عامة والرعاية الرياضية خاصة، عدا بعض الإشارات التي يمكن استخلاصها عند قراءة النصوص القانونية السابقة¹⁴.

5-2-مرحلة الإصلاح الرياضي 1976 إلى 1988:

عرف قطاع الرياضة ابتداء من 1976 تحولا كبيرا فيما يخص أسسه القانونية، فبإصدار قانون التربية البدنية والرياضية سنة 1976، والشروع في تنفيذ الإصلاح الرياضي الذي حمّله ابتداء من سنة 1976، والشروع في تنفيذ الإصلاح الرياضي الذي حمّله ابتداء من سنة 1977، ما سمح بتقنين

أولي للتنظيم والسير الحسن والتكفل بالتربية البدنية والرياضية، من خلال إضفاء الطابع الاشتراكي واضطلاع الدولة بقطاع الرياضة، من خلال التمويل من طرف الوزارة والجماعات المحلية والمؤسسات الاقتصادية العمومية. ففي هذا الإطار تم إدراك تطوير "الجمعيات الرياضية للنخبة"، وهياكل دعم وتنظيم النشاطات الرياضية المدججة ضمن الشركات الوطنية التي تضمن تسييرها، إمدادها بالدعم الاجتماعي والمهني والمالي، وحتى مراقبتها. فمن خلال التصور الذي جاء به قانون التربية البدنية والرياضية لسنة 1976 يمكن استخلاص المزايا التالية:

- إنشاء موارد مالية، دائمة وثابتة.
 - حماية اجتماعية ومهنية للرياضيين، وتأطيرهم.
 - بعث الحيوية وروح التنافس في الفاعلين الرئيسيين.
 - التمويل من طرف الدولة للمنشآت الرياضية، والتي نشأت عنها مجموعات رياضية كبيرة مثل: ديوان المركب الأولمبي، ديوان الرياضة للولاية، القاعات المتعددة الرياضيات... الخ.
 - لكن عند الشروع في تنفيذ هذا الإصلاح، ظهرت بعض الانحرافات والنقائص ترجع أساسا لعدم إصدار النصوص التطبيقية، والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:
 - غياب روح المبادرة والمنافسة للبحث عن مصادر تمويل أخرى، نجم عنها روح الاعتماد.
 - أولوية التمويل للرياضات الجماعية على حساب الرياضات الفردية، مع منح 47% من المساعدات المالية المخصصة لرياضة النخبة، لفرع كرة القدم فقط.
 - الغياب الكلي للرقابة المسبقة والبعدية، فيما يخص تقسيم وتوزيع الموارد المالية المفتوحة.
- وازدادت هذه التناقضات والانحرافات حدة، من خلال التغيرات التي عرفها القطاع الاقتصادي في هذه المرحلة، خاصة إعادة الهيكلة واستقلالية الشركات الوطنية، حيث نتج عنه تحلي المؤسسات الاقتصادية عن تعهداتها المالية إزاء الجمعيات الرياضية للنخبة، ما يهدد أسس ومستقبل الرياضة في مجموعها، وبالتالي ضرورة القيام بإصلاح رياضي جديد¹⁵.

5-3 مرحلة الدخول لاقتصاد السوق 1989 إلى 2008:

بصدور قانون 89-03 المؤرخ في 14 فيفري 1989، ضمن سياق الأزمة الاقتصادية وعدم الاستقرار (أحداث 5 أكتوبر 1988)، والمتعلق بإعادة تنظيم وتطور المنظومة الوطنية للتربية البدنية والرياضية؛ الذي يكرّس التصرّ الجديد للتمويل الرياضي، والمتضمن في المادتين (73-74) اللتان

تشركان القطاع العام والخاص في التمويل: من خلال مشاركة الدولة، والجماعات المحلية، والمؤسسات والهيئات العمومية في التكفل بالنشاطات الرياضية.

ثم إنشاء الصندوق الوطني لترقية نشاطات الشباب والرياضة، والصناديق الولائية المخصصة لدعم نشاط الدولة في هذا المجال (7% من الضرائب تتجه للصناديق الولائية لتمويل الرياضة). ولقد أدخل المشروع في هذا القانون مفاهيم جديدة تتعلق بالمتعاملين العموميين والخواص من خلال؛ ميكانيزمات التكفل المالي ذات الطابع الإشعاري والتكفل المالي بالأشكال والإجراءات الأخرى المتعلقة بتسويق النشاطات الرياضية، مداخل الملاعب والقاعات، حقوق النقل التلفزيوني. وبالتالي فقد أضفى هذا القانون تصوراً جديداً على المستوى النظري¹⁶.

ثم جاء الأمر 95-09 المؤرخ في 25 فيفري 1995، أكثر وضوحاً والمتعلق بتوجيه المنظومة الوطنية للتربية البدنية والرياضية وتنظيمها، الذي أعطى دلالة قوية على توجه الدولة إلى عملية الرعاية الرياضية، وتخفيض نسبة دعمها للرياضة الوطنية، وهو ما يتضح بجلاء في المادة (102)، التي تنص على: "يمكن للمتعاملين العموميين أو الخواص التدخل فيما يخص تمويل عمليات دعم وترقية ورعاية الممارسات البدنية والرياضية. يضبط الحد الأقصى للمبالغ المخصصة لتمويل الممارسة الرياضية ورعايتها التي يقبل خصمها لتحديد الربح الخاضع للضريبة طبقاً للتشريع المعمول به"¹⁷.

وفي نفس السياق جاء التشريع المعمول به، وهو قانون المالية لسنة 2004، من خلال المادة (03)، ليضبط الحد الأقصى للمبالغ التي يمكن أن تخصصها المؤسسات الاقتصادية للرعاية الرياضية، والتي سوف تخصم من ربحها الخاضع للضريبة بـ **6 ملايين دينار**، والتي يجب أن تثبت في حدود نسبة **10% من رقم أعمال السنة المالية للمؤسسة**¹⁸.

وقد جاءت المادة (13) من قانون المالية لسنة 2007، لترفع هذا المبلغ الذي يمكن أن تنفقه المؤسسات على الرياضة، إلى **10 ملايين دينار كحد أقصى** وفي حدود نسبة **10% من رقم أعمال السنة المالية**. وهو المبلغ المعمول به لحد الآن (لغاية سنة 2009).

فهذه المرحلة والتي تزامنت مع انتهاج الجزائر لاقتصاد السوق، كانت بداية لعهد جديد يستوجب فيه البحث عن مصادر جديدة لتمويل القطاع الرياضي، ومن بينها اللجوء لعملية الرعاية الرياضية، مثلما هو معمول به في الدول ذات الاقتصاد الحرّ.

4-5 دعم رجال الأعمال للأندية الرياضية في الجزائر

رجال الأعمال يدعمون أندية لهم ميول إليها، بصفة أو بأخرى، ولكن للأسف أيضاً لعدم وجود القسم التسويقي الذي يغري رجل الأعمال. حيث أنك إذا دفعت دينارا فكم يكون المردود لك من هذه العملية ؟ حيث اذا كنا نطالب رجال الأعمال بدعم هذه الأندية فأيضاً نطالب الأندية بالاهتمام برجال الأعمال.

فمثلا النادي الصفاقسي كان لديه مشروع تكوين الشباب والدولة التونسية تشجع كثيرا تكوين الشباب وتعطي مناحي كثيرة لكي تقوم كل الأندية بتطوير الشباب وإمكاناتهم.. في كل الرياضات. وهذا برعاية دورات كروية بين المدارس الشبانية كما وجد حديثا بالجزائر وهي المبادرة التي تبنتها مؤسسة سوناطراك. فرغم تطبيق تجربة اللاهوائية أو ما يشبه الاحتراف مع وجود أيضا لاعبين أجانب إذ أن النادي الصفاقسي يستطيع أن يخرج في نهاية السنة المالية كاسب دون عجز. قد يسأل سائل سوءاً في.. في بلد عربي نوعاً ما اقتصاده جيد أو غني أو حتى في البلدان العربية الأقل قدرة اقتصادية، ؛يسأل سائل كنادي من أين أبدأ؟ ماذا أفعل لأصل لذلك؟ هل أذهب و أبحث عن مستشار مالي أو مستشار في التسويق والتمويل

كما يبحث المرء عن المحامي، أو ماذا يفعل؟ من أين يبدأ الطريق لكي يتلمس الخطى في هذه

الاتجاه؟

والجواب هو أن يعطي التسويق لمؤسسة متخصصة ويعطيها جميع الصلاحيات، والطريقة الأخرى الذي هو تكوين فريق عمل خاص بالتسويق، فأنا أنهئ النادي الصفاقسي وللمعلومة فإن المستثمرين في صفاقس مشهورين هم من أحسن رجال الأعمال في تونس، وليس غريب إن هم عندهم أرباح بملايير الدنانير، ومن جهة أخرى في الزمالك المصري بدأوا خطوات نحو الأمام وقطعوا أشواطاً في مجال الرعاية الرياضية وحققوا مداخل معتبرة في هذا المجال، وكذا في أهلي دبي وغيرها من الأندية العربية المعروفة..

هذا يعني ان هناك إذن ملامح وجدت على العالم العربي. إذن ليس عملية معجزة إنك تكون فريق عمل وقسم تسويق متخصص من أعضاء النادي، أعضاء النادي يمكن أن يكون 50% منهم رجال أعمال محترفين في التسويق كونهم أصحاب مؤسسات ففي التجارة والأعمال ليس مشكل أنك تكون فريق عمل، أما أن تعطي شركة متخصصة لها كافة الصلاحيات وتعطيها المميزات

لتستطيع أن تؤمن لك الدخل، أو أنك تكون فريق عمل متكامل من النادي تضع خطة تسويقية، الخطة التسويقية أيضاً مهمة جداً، لا بد من عرض هذه الخطة التسويقية أثناء عرض الميزانية على أعضاء مجلس إدارة النادي حتى تضمن دعمهم وتعاونهم معك كرجال أعمال وكأعضاء مؤسسة بالنادي، هذه بكل بساطة.

وكمثال على هذا أيضاً نأخذ أمثلة أجنبية وشركات ربما ليست معروفة ليست عالمية من حيث الدعاية والإشهار، يقال شركة (فارملكا) وهي شركة حليب بمشتقاته لديها فروع في 40 بلد تدعم نادي (بارما) الإيطالي وثلاثة أندية أخرى في أمريكا الجنوبية، وتمتلك عقود لاعبين، بمعنى أنها تتحكم حتى في تنقلات هؤلاء اللاعبين، ويقال إنها رابحة في هذا المجال، هل يشمل مثل هذا يمكن أن يكون فيه صعوبة، لأنه أغلبية أعضاء أو رؤساء إدارة الأندية في الجزائر يتغيرون بعد سنتين أو ثلاث سنين أو كل سنة، فيكون هناك صعوبة في تحقيق ما يطبق الآن في أوروبا، لعدم وجود الأنظمة التي تحمي المؤسسات، لا يمكن المؤسسة أن تستثمر مبالغ في تسويق أي نادي، يتغير مقر رئيسه باستمرار، نحن نعرف أن رئيس النادي في الجزائر يمكن أن يستقيل في خلال أسبوع، تجد صعوبة في أن الأندية أو المؤسسات التسويقية تلتزم بعقود طويلة الأجل مع الأندية.

كما ذكرنا سابقاً عدم وجود قسم تسويقي، مسؤول عن أي شيء يتعلق بالنادي، عدم وجود هذا القسم التسويقي في النادي واجتماع أعضاء الشرف، أو إدارة النادي تركز على الألعاب فقط، بدون أن تركز على المداخليل، طبعاً من حق أي شخص أن يفتح له أي محل ويبيع فيه أقمصه خاصة بالنادي أو هدايا تذكارية أو أي صحيفة، أو أي مجلة بها أشهر صور اللاعبين ويبيع في وقت انه لا يوجد متابعة وحماية، فأنا أعرف أن أندية في السعودية بالتحديد سجلت شعارها رسمياً لدى وزارة التجارة بحيث تطارد أي مؤسسة أو أي شخص يسعى لتقليدها.

وما يمكن استخلاصه من خلال ما أشرنا إليه، أن عملية الرعاية الرياضية تعتبر كتقنية اتصال، تهدف لإشراك علامة المؤسسة الراعية ومنتجاتها وخدماتها، مع القيم والثقافة الرياضية المتعلقة بالحدث الرياضي، في المقابل تقديمه للدعم المالي، المادي أو الخدماتي لمنظم الحدث الرياضي، ويكون ذلك في شكل تعاقد بين طرفي الرعاية وهما؛ المؤسسات الاقتصادية التي تسعى لتحقيق أهداف الاتصال التسويقي، وهو ما رأيناه في الفصل الأول، والطرف الثاني وهي الاتحادات الرياضية الوطنية التي تنظم الأحداث الرياضية، والتي سوف نتعرض لها في الفصل الثالث من هذا البحث.

الإطار المنهجي للدراسة:

1- مجال الدراسة:

أ- **المجال المكاني:** اقتضت حدود الدراسة على مديرية التسويق وما يتعلق بها (الإشهار، الرعاية، مصلحة الزبائن، الإعلان) في مؤسسة كوندور.

ب- **المجال الموضوعي:** تناولت هذه الدراسة البحث في مدى اهتمام مؤسسة كوندور بالرعاية الرياضية والتحسين من التنافسية، وذلك من خلال البحث في محورين أساسيين وهما:

- واقع الرعاية الرياضية. - تحسين التنافسية.

2- عينة الدراسة:

من العوامل الأساسية التي يجب على أي باحث تحديدها قبل البدء في دراسته هي حصر مجتمع البحث، وهذا الأخير يتكون من جميع المفردات التي تشكل مشكل الدراسة، وقد يختلف عددهم أو حجمهم حسب هدفها ودرجة دقتها. وفي دراستنا هذه، مجتمع البحث يشمل 06 مديريات والتي كان عدد العمال بها (300) كمتوسط بالنسبة للمؤسسة، وقد كان حجم العينة يتمثل في 60 فرد والذين مثلوا نسبة 20% من مجتمع الدراسة. وقد تم اختيار هذه العينة بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة الأصلي و خاصة الذين لهم علاقة بالإعلان والإشهار والتسويق الرياضي.

3- أدوات وأساليب الدراسة الميدانية:

أ- أدوات الدراسة:

الجزء الأول: يتعلق بالبيانات الشخصية: تعتبر المتغيرات الشخصية ذات أهمية كبيرة في التعرف على خصائص العينة والوقوف على مدى تأثيرها على نتائج الدراسة، من أهم المتغيرات الشخصية للعاملين: المؤسسة المعنية الجنس، العمر، مدة الخدمة، المستوى الدراسي.

الجزء الثاني: ويشمل هذا الجزء العبارات التي تتكون منها الاستبانة، حيث تضمنت أداة الدراسة 18 فقرة على مقياس ليكرت الخماسي وهي أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة. وهي مقسمة إلى محورين:

* **المحور الأول:** عبارات تصف واقع الرعاية الرياضية في مؤسسة كوندور، (الفقرات من 1 إلى 09)، وتقابل كل فقرة من فقرات المحور قائمة تحمل العبارات التالية: (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة).

* **المحور الثاني:** تحسين المبيعات في هذه المؤسسة، (الفقرات من 10 إلى 18)، و تقابل كل فقرة من فقرات المحور قائمة تحمل العبارات التالية: (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة).

وحتى يمكن قياس اتجاهات أفراد العينة، تم إعطاء نقاط لهذه الاختبارات، وتم تقسيم السلم إلى ثلاث مجالات لتحديد درجة الموافقة:

- المجال [1 - 2.5] مرتفعة؛ - المجال [2.5 - 3] متوسطة؛ - المجال [3 - 5] منخفضة.

ب- الأسلوب الإحصائي المستخدم في الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة و تحليل البيانات التي تم جمعها، تم استخدام برامج التحليل المسمى بالحزمة الإحصائية للدراسات الاجتماعية **SPSS**، و ذلك من أجل حساب:

- معامل ثبات ألفا كرونباخ لحساب معامل ثبات محاور الاستبانة بالإضافة إلى الاستبانة ككل.

- معامل ارتباط بيرسون لتحديد مدى الاتساق الداخلي لأداء الدراسة.

- التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري لتحديد استجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه محاور الدراسة.

- اختبار الانحدار الخطي لقياس التأثير الإحصائي للمتغير المستقل على المتغير التابع.

- تحليل التباين الأحادي "ف" ANOVA لتحديد دلالة الفروق والاختلافات بين استجابات أفراد عينة الدراسة باختلاف متغيرات الدراسة (الجنس، العمر، مدة الخدمة، المستوى الدراسي)، والتي تكون عند مستوى دلالة (0.05) فأقل.

1- ثبات الاستبانة:

تم حساب ثبات الاستبانة بمحوريها والاستبانة ككل بحساب قيمة ألفا كرونباخ لقياس مدى ثبات الاستبانة والجدول التالي يوضح معاملات الثبات ألفا / كرونباخ.

جدول رقم (01) معاملات ثبات أبعاد الاستبانة²⁰

الاستبانة	قيمة ألفا كرونباخ
المحور الأول	0.77
المحور الثاني	0.80
الاستبانة ككل	0.82

يوضح الجدول أعلاه قيم معاملات الثبات لمحاور الاستبانة الثلاثة والاستبانة ككل، ويتضح من قيمة ألفا كرونباخ للمحور الأول وهي (0.77) حيث أنها قيمة عالية وأكبر من 0.6، وهذا يؤكد ثبات هذا المحور وإمكانية الاعتماد على نتائجه والاستفادة منها في التفسير والمناقشة. كما تدل قيمة ألفا كرونباخ للمحور الثاني وهي (0.80) هي عالية كذلك مما يؤكد ثبات هذا المحور. ويتضح من قيمة ألفا كرونباخ للاستبانة ككل وهي (0.82) وهي قيمة عالية، وعليه يمكن الاعتماد على نتائج الاستبانة والاستفادة من نتائجها في التفسير والمناقشة.

2- الاتساق الداخلي:

بلغ عدد الاستبيانات المسترجعة 47 استبانة، أي بنسبة 78.33%، و تم استبعاد 7 استبانة لعدم استكمالها، حيث جرى فعليا تحليل 40 استبيان. ولحساب الاتساق الداخلي لمحاور الاستبانة تم حساب معامل ارتباط درجة كل عبارة من عبارات المحورين مع المحور الذي تنتمي إليه وتبيان الاتساق الداخلي لمحاور الاستبانة.

جدول رقم (02) يوضح معاملات ارتباط العبارات التي تصف واقع الرعاية الرياضية في مؤسسة كوندور دال عند مستوى (0.01)²¹

رقم العبارة	معامل الارتباط
1	0.260*
2	0.450**
3	0.626**
4	0.415*
5	0.522**
6	0.120
7	0.538**
8	0.641**
9	0.519**

يتضح من الجدول أعلاه أن معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من العبارات التي تصف واقع الرعاية الرياضية في مؤسسة كوندور لهذا المحور جميعها دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، ماعدا العبارة رقم (6) فهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، وان قيم معاملات الارتباط جميعها موجبة وتتراوح بين (0.260) إلى (0.641) وهذا يشير إلى التجانس الداخلي بين العبارات التي تصف واقع الرعاية الرياضية في مؤسسة كوندور.

جدول رقم (03) يوضح معاملات ارتباط العبارات التي تصف تحسين التنافسية في مؤسسة كوندور دال عند مستوى (0.01)²²

10	0.645**
11	0.158
12	0.276*
13	0.129
14	0.572**
15	0.784**
16	0.055
17	0.517**
18	0.428**

يتضح من الجدول أعلاه أن معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من العبارات التي تصف تحسين التنافسية في مؤسسة كوندور والدرجة الكلية لهذا المحور معظمها دالة إحصائية عند مستوى (0.01)، ما عدى العبارات (11، 13، 16)، وتتراوح بين (0.276) إلى (0.784) وهذا يشير إلى التجانس الداخلي بين العبارات التي تصف مستوى تحسين التنافسية في مؤسسة كوندور.

عرض نتائج الدراسة:

1-تحليل نتائج الجزء الأول:

يتم في هذا الجزء عرض البيانات المتعلقة بالخصائص الشخصية و الوظيفية لعينة الدراسة و تشمل: الجنس، العمر، مدة الخدمة، المستوى الدراسي.

جدول رقم(04): الخصائص الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة²³

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	25	62.5
	أنثى	15	38.5
العمر	أقل من 25 سنة	1	2.5
	من 25 سنة إلى أقل من 30 سنة	7	17.5
	من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة	12	30
	من 35 سنة إلى أقل من 40 سنة	7	17.5
	من 40 سنة إلى أقل من 45 سنة	9	22.5
	من 45 سنة فأكثر	4	10
مدة الخدمة	أقل من 05 سنوات	9	22.5
	من 05 إلى أقل من 10 سنوات	13	32.5
	من 10 إلى أقل من 15 سنة	3	7.5
	من 15 سنة فأكثر	15	37.5
المستوى الدراسي	أقل من الثانوي	3	7.5
	الثانوي أو مايعادله	14	35
	جامعي	21	52.5
	دراسات عليا	2	5

2- تحليل نتائج الجزء الثاني: وقسمناه إلى محورين:

أولاً: واقع الرعاية الرياضية في مؤسسة كوندور

والجدول التالي يبين النتائج التالية:

جدول رقم (05): يوضح استجابات عينة الدراسة اتجاه العبارات التي تصف واقع الرعاية الرياضية في

مؤسسة كوندور²⁴

الرقم	العبارة	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
01	لرعاية الرياضية أهمية بالغة لدى مؤسستكم	10	25	21	52.5	3	7.5	5	12.5	1	2.5	2.73	1.136	6	متوسطة
02	تقوم المؤسسة بالإبداع والابتكار في هذا المجال	1	2.5	21	52.5	5	12.5	12	30	1	25	3.10	1.165	4	منخفضة
03	لرعاية الرياضية مصلحة تقوم بتقييم أداء أعمالها	3	7.5	22	55	8	20	7	17.5	1	2.5	2.92	1.240	5	متوسطة
04	تسعى المؤسسة لجلب الكفاءات التي تمتلك المهارة والقدرة في مجال التسويق الرياضي	6	15	11	27.5	10	25	11	27.5	2	5	3.44	1.075	3	منخفضة
05	استعمال معايير ومواصفات معينة لاختيار	3	7.5	15	37.5	11	27.5	8	20	3	7.5	4.22	0.498	1	منخفضة

														الأندية والفرق واللاعبين المعيّنين بالإعلان عن منتجات المؤسسة	
06	يتم نشر المعيّنين بالإعلان للمؤسسة في وسائل الإعلام	2	5	8	20	8	14	35	8	20	20	1.60	1.130	9	مرتفعة
07	المتقاعدين مع المؤسسة في مجال الرعاية الرياضية يستحقون المبالغ المقدمة لهم	3	7.5	12	30	12	10	25	3	7.5	2.72	1.102	7	متوسطة	
08	هناك بعض المنازعات مع المؤسسات الأخرى في رعاية التظاهرات والفرق والأندية واللاعبين	1	2.5	20	50	12	5	12.5	2	5	3.47	1.130	2	منخفضة	
09	الرعاية الرياضية أعطت آثارها الإيجابية لمداخل المؤسسة	8	20	21	52.5	8	1	2.5	2	5	2.55	0.938	8	متوسطة	
-	المجموع العام											2.506	0.933	-	متوسطة

من الجدول أعلاه نلاحظ أن :

تبين نتائج المجموع العام: أن المتوسط الحسابي الكلي (2.506) و الذي يقع بين [2.5-3] ،يعني أن أفراد عينة الدراسة يعتقدون إلى حد ما أن المؤسسة تهتم بالرعاية الرياضية كوسيلة فعالة لترويج منتجاتها، ولكن بتشتت صغير لإجابات أفراد العينة بانحراف معياري قدره (0.596).

- نستنتج من ترتيب قيم المتوسطات الحسابية أن المؤسسة تعتمد على وسائل الإعلام في جميع نشاطاتها في مجال الرعاية الرياضية، وأنها تسعى لجلب الكفاءات التي تمتلك المهارة والقدرة في مجال التسويق الرياضي، إضافة إلى استعمال معايير ومواصفات معينة لاختيار الأندية والفرق واللاعبين المعنيين بالإعلان عن منتجات المؤسسة، وإن الإدارة العليا تراقب أداء المصلحة المكلفة بالرعاية الرياضية من خلال تقديم تقارير شهرية وسنوية.

ثانيا: تحسين التنافسية في مؤسسة كوندور

لمعرفة ذلك تم تحديد التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المحور الذي يصف العبارات الخاصة بتحسين التنافسية في مؤسسة كوندور ، وقد تم حساب المتوسطات الحسابية لحساب ترتيبات العبارة وفق قيمة المتوسط الحسابي، والجدول التالي يبين النتائج التالية:

جدول رقم(06) يوضح استجابات عينة الدراسة اتجاه العبارات التي تصف تحسين

التنافسية لمؤسسة كوندور²⁵

الرقم	العبارة	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لاأوافق		لاأوافق بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك				
10	تلبية رغبات ومتطلبات الزبائن من أولويات المؤسسة	12	30	24	60	3	7.5	1	2.5	0	3.3	2.30	1.023	9	مرتفعة
11	المنتجات المسوقة لها جودة ومواصفات محددة و متميزة	14	35	23	57.5	3	7.5	0	0	0	0	3.31	1.130	5	منخفضة
12	تبيع المؤسسة منتجاتها بطرق علمية	12	30	26	65	2	5	0	0	0	0	2.44	1.020	8	مرتفعة

														ومتطورة	
منخفضة	6	1.202	3.01	0	0	12.5	5	20	8	52.5	21	15	6	تقدم الخدمات اللازمة للزبون في وقتها المحدد	13
مرتفعة	4	1.056	2.445	0	0	7.5	3	12.5	5	52.5	21	27.5	11	لكل عامل مسؤولية تلزمه بتحسين الجودة وبالتالي الرفع من مبيعات المؤسسة	14
منخفضة	3	0.985	3.53	2.5	1	7.5	3	20	8	45	18	25	10	المناسبة من المؤسسات الأخرى لها أثر إيجابي على جودة منتجاتكم	15
متوسطة	7	0.957	2.61	0	0	7.5	3	7.5	3	60	24	25	10	رضا الزبون هو أهم إستراتيجية تتبعها المؤسسة فيما يخص التسويق الرياضي	16
منخفضة	2	0.514	4.25	0	0	5	2	15	6	45	18	35	14	للمؤسسة منتجات ذات جودة عالية	17
منخفضة	1	0.480	4.44	05	2	10	4	25	10	40	16	20	8	هناك مزايايات تقديرية للتسويق الرياضي	18
مرتفعة	-	0.828	2.472	المجموع العام											-

من الجدول أعلاه نلاحظ أن:

تبين نتائج المجموع العام: إلى المتوسط الحسابي الكلي (2.472) و الذي يقع بين [1-2.5] ، وهذا يعني أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن للرعاية الرياضية دور في تحسين تنافسية المؤسسة مع المؤسسات الأخرى، ولكن بتشتت معتبر لإجابات أفراد العينة بانحراف معياري قدره (0.828) ، وقد جاءت درجة الموافقة محصورة بين [1-2.5] ، إذا فدرجة الموافقة مرتفعة.

وبالتالي نستنتج أن مستوى تحسين التنافسية للمؤسسة يحتل مكانة نوعا ما جيدة ولكن هي ليست كمستوى أداء المؤسسات المنافسة، وفي النهاية المؤسسة لا تواجه مشكلة تسويقية كبيرة ، ولكن هناك مشكلة تكمن في تطوير منتجاتها وتوسيع إستراتيجيتها في مجال الرعاية الرياضية و ذلك برفع أدائها أكثر خاصة التسويقي، ووضع إستراتيجية أكثر فاعلية لتحقيق أهداف أكبر.

3- اختبار فرضيات الدراسة:

من خلال الآتي يمكن تحديد صحة أو عدم صحة الفرضيات التي وضعت فيما يخص الدراسة.

الفرضية الرئيسية الأولى: والتي تنص على ما يلي:

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للرعاية الرياضية على تحسين المبيعات لمؤسسة كوندور عند مستوى دلالة 0,05.

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للرعاية الرياضية على تحسين التنافسية لدى مؤسسة كوندور عند مستوى دلالة 0,05.

ولاختبار هذه الفرضية استخدمنا اختبار تحليل الانحدار البسيط، كما هو موضح في الجدول التالي :

جدول رقم (07): نتائج اختبار الانحدار للرعاية الرياضية وتحسين التنافسية²⁶

المتغير المستقل الرعاية الرياضية					البيان
Sig مستوى	المحسوبة t	B معامل الانحدار	R2 معامل التحديد	R الارتباط	المتغير التابع تحسين التنافسية لمؤسسة كوندور
0.00	5.103	0.135	0.625	0.801	

يوضح الجدول أعلاه أثر الرعاية الرياضية على تحسين التنافسية لدى مؤسسة كوندور، حيث

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

- قيمة معامل الارتباط $R=0.801$ بين الرعاية الرياضية و تحسين التنافسية مما يوضح قوة العلاقة بين هذين المتغيرين.

- بلغ معامل التحديد $R^2=0.625$ أي أن ما قيمته 0.625 من التغيرات في تنافسية المؤسسة ناتجة عن التغير في الرعاية الرياضية، كما بلغت قيمة معامل الانحدار $B=0.135$ و هذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في الرعاية الرياضية يؤدي إلى الزيادة في تنافسية المؤسسة بقيمة 0.135، كما بلغت قيمة t المحسوبة 5.103 وهي دالة عند مستوى المعنوية 0.00.

ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للرعاية الرياضية على تحسين من تنافسية مؤسسة كوندور عند مستوى دلالة 0,05.

الفرضية الرئيسية الثانية: والتي تنص على ما يلي:

4- H_0 : لا يوجد فروق ذو دلالة إحصائية لاتجاهات إجابات العينة حول واقع الرعاية الرياضية تعزى إلى المتغيرات الشخصية.

5- H_1 : لا يوجد فروق ذو دلالة إحصائية لاتجاهات إجابات العينة حول واقع الرعاية الرياضية تعزى إلى المتغيرات الشخصية.

لاختبار هذه الفرضية استخدمنا اختبار تحليل التباين الأحادي one-way-anova للتحقق من وجود تباين ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الإجابات حول واقع الرعاية الرياضية تعزى إلى المتغيرات الشخصية.

جدول رقم (08): نتائج التباين حسب المتغيرات الشخصية²⁷

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F	Sig مستوى المعنوية
الجنس	بين المجموعات	2.643	0.285	0.531	0.979
	داخل المجموعات	7.867	0.497		
السن	بين المجموعات	46.546	2.577	1.486	0.576
	داخل المجموعات	61.921	2.403		
مدة الخدمة	بين المجموعات	23.218	1.367	0.890	0.560
	داخل المجموعات	35.524	1.459		
المستوى الدراسي	بين المجموعات	11.263	0.608	1.001	*0.037
	داخل المجموعات	13.475	0.595		

(*) وجود اختلاف دال معنوياً عند مستوى دلالة $a \geq 0.05$.

انطلاقاً من نتائج الجدول يمكن تحليل تباين اتجاهات الإجابات حول واقع الرعاية الرياضية وفقاً للخصائص الشخصية لمؤسسة كوندور التي يتميزون بها كما يلي:

- يوجد تباين ذو دلالة إحصائية في اتجاهات الإجابات حول واقع الرعاية الرياضية تعزى إلى متغير المستوى الدراسي، وذلك لكون مستوى الدلالة (المعنوية) المحسوبة ($\text{sig} = 0.037$) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) فإجابات أفراد العينة تختلف باختلاف الفئة العمرية التي ينتمون إليها.

- لا يوجد تباين ذو دلالة إحصائية في اتجاهات الإجابات حول واقع الرعاية الرياضية إلى متغيرات الجنس و السن و مدة الخدمة .

الختامة:

توصلت هذه الدراسة للنتائج والتوصيات التالية:

أولاً - النتائج:

- تخصيص مبالغ مالية ضخمة للحملات الإعلانية. بما فيها الرعاية لأي خدمة من للخدمات التي تقدمها المؤسسة و هذا نظرا للأهمية البالغة للحملات الإعلانية و الترويجية بصفة عامة خاصة في مجال الرعاية.
- التعاقد مع نجوم عالميين سواء كانوا رياضيين أو فنانين عالميين للترويج لمنتجات المؤسسة.
- تتفوق الرعاية على الإشهار من خلال الاستغلال في العشرة الأخيرة و هذا ما أثبتته الأرقام.
- يمكن أن تحقق الرعاية نوع من الأثر النفسي على الزبائن. كما يتقارب مع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.
- يمكن للرعاية أن تحقق أهدافها من خلال الأحداث ذات الاستقطاب الواسع من ناحية المتابعة.

ثانياً - التوصيات :

- بناءً على نتائج المتوصل إليها، يمكن اقتراح بعض التوصيات ندرجها كما يلي:
- تكوين فرق استشارية داخل القسم التجاري و التسويقي مكلفين بالبحوث الخاصة بالترويج و الرعاية يعملون بالتنسيق مع فريق مكلف بدراسة السوق المستهدفة (بالنسبة للمؤسسة).
- توفير الجو المناسب داخل المؤسسة خاصة بين الأفراد العاملين و خلق بيئة داخلية ملائمة تتماشى مع المكانة التي تحظى بها المؤسسة.
- القيام بعمليات تكوين لإطارات في التسويق على المدى البعيد و القصير من المستحسن أن يكونوا عاملين في المؤسسة.
- كذلك إبراز الشهرة التي تتمتع بها المؤسسة و أيضا إنجازاتها المحققة و إسهاماتها في المجال الرياضي على مستوى الرسائل الاشهارية، وهذا لترسيخ و إظهار نوع من القيمة و الخبرة التي أصبحت تتمتع بها المؤسسة.
- تحسين دور العلاقات العامة في العمل الترويجي على مستوى الممارسين لإظهار مدى الانسجام و التفهم الذي تبديه المؤسسة لتحقيق رغباتهم، و بالتالي العمل على إحداث قطب فعال في تنمية الرغبة في اقتناء المنتج، و على مستوى آخر القيام بنفس العملية مع المناصرين و المتابعين للرياضة.

قائمة الهوامش و المراجع:

- 1- Pierre Sahnoun ,sponsoring mode et emploi chotart associer éditeur,2010, paris ,p22.
- 2-Champ Robin. Sponsoring sportif un marché original, <http://librappport.org/getpdf.php?download=862>. Consulté le 02 juin 2015 à 12h22.
- 3-محمد عبد العزيز سلامة ، التسويق في المجال الرياضي ،كلية التربية الرياضية بنين، جامعة الإسكندرية، مصر، 2010، ص38.
- 4-Michel Desbordes, Startégies des entreprises dans le sport, l'édition, Ed. Economica, Paris, 2004, P 50.
- 5-Wallises.B, Le parrainage, Sponsoring et mécénat, Ed Dunod, Paris, 2006, P.16.
- 6-Derbaix.C, Gérard. P et Lardinoit. T, Essai de Conceptualisation d'une activité éminemment pratique: Le Parrainage, Recherche et Application en Marketing 9, 2, 1994, P 43.
- 7- <http://librappport.org/getpdf.php?download=862>, consulté le 28 juin 2015 à 12h22.
- 8-Syivère piquet ,sponsoring et mécénat de kla communication par l'événement ,Paris édition 1987,p13
- 9-Champ Robin. Sponsoring sportif un marché original, <http://librappport.org/getpdf.php?download=862>. Consulté le 02 juin 2015 à 12h22.
- 11- Champ Robin. op.cit. Consulté le 02juin 2015 à 12h22.
- 12- Ibid. p4.
- 13-وزارة الشباب والرياضة، الجلسات الوطنية للرياضة، قصر الأمم، نادي الصنوبر، الجزائر، 21 و 22 ديسمبر 1993، ص76.
- 14- نفس المصدر السابق، ص77
- 15- نفس المصدر السابق، ص78.
- 16-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة الشباب والرياضة، الأمر 95-09 لسنة 1995، الجريدة اليومية، الصادرة بتاريخ 28رمضان عام 1415 الموافق ل 28فبراير 1995، المادة 75، ص190.

- 17-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة الشباب والرياضة، الأمر 04-10 لسنة 2004، الجريدة الرسمية عدد 52، الصادرة بتاريخ 02 رجب عام 1425 الموافق ل 18 فبراير 2004، الفصل العاشر، المادة 102، ص32.
- 18- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة الشباب والرياضة، قانون رقم 06-24 يتضمن قانون المالية لسنة 2007، الجريدة الرسمية عدد 85، الصادرة بتاريخ 07 ذو الحجة عام 1427 الموافق ل 27 ديسمبر 2006، الفصل الثاني، القسم السادس، المادة 13، ص07.
- (19، 20،، 27)- من إعداد الطالب بالاعتماد على الإستبانة و نتائج SPSS.

تطبيقات اقتصاديات الصحة وانعكاساتها على التنمية البشرية

- دراسة مقارنة بين الجزائر ودول أخرى -

أ.د: سليمان بوفاسة- جامعة يحيى فارس - المدية

أ.ساعد محمد أستاذ مساعد "أ"، جامعة تيارت

ملخص:

يتناول هذا المقال بالتحليل واقع الصحة بالجزائر، ومقارنته بدول أخرى، على غرار (السعودية، السودان، المغرب)، كما يقف على تبيان مساهمة الاقتصاد الصحي في معدلات التنمية البشرية، من خلال أحد أهم تطبيقاته ألا وهو الإنفاق الصحي وفقا لأسلوب التكلفة فيما يخص تقييم مستوى النفقات الصحية، وهذا وفقا للمبلغ الإجمالي للنفقات الصحية، ومعيار متوسط نصيب الفرد من الإنفاق الصحي، إذ وجدنا أن هناك علاقة طردية بين تطور معدل العمر المتوقع وإجمالي الإنفاق الصحي الذي رفع من معدلات التنمية البشرية.

كما تناولت الدراسة قياس كفاءة الاقتصاد الصحي في تحسين مؤشرات مخرجات الصحة على غرار العمر المتوقع عند الحياة، ومن ثم الرفع من معدلات التنمية البشرية.

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الصحي ، العمر المتوقع عند الحياة، التنمية البشرية.

Abstract:

This article examines the health situation in Algeria and compares it with other countries such as Saudi Arabia, Sudan and Morocco. It also shows the contribution of the health economy to human development rates through one of its most important applications, This is in accordance with the total amount of health expenditure and the standard of average per capita health expenditure. We found that there is a positive relationship between the evolution of the life expectancy and the total health expenditure, which raised the rates of human development.

The study also examined measuring the efficiency of the health economy in improving indicators of health outcomes similar to life expectancy, and thus raising the rates of human development.

Keywords: health economics, life expectancy, human development.

مقدمة:

لعل دراسة اقتصاديات الصحة تمثل أهم مدخل لفهم الوضع الصحي ككل، ومشاكله وطرق تطويره، وتشمل اقتصاديات الصحة تمويل العلاج الجاري كما تشمل إنشاء وصيانة الاستثمارات في مجال تقديم الخدمات الصحية، بمعنى الاقتصاد الصحي هو مفهوم واسع يدرس الصحة كمنتج نهائي يتسع ليشمل جميع مدخلات إنتاج الصحة¹ على غرار القوى العاملة البشرية والمادية، عدد الأسرة من خلال قياس كفاءة الإنفاق، ومدى انعكاس هذا الإنفاق الذي هو من اختصاص (تطبيقات) الاقتصاد الصحي على مخرجات الصحة كمعدلات وفيات الأطفال، معدلات وفيات الأمهات، معدلات الإصابة بالأمراض المعدية والمزمنة، وتستخدم هذه المؤشرات لتحديد مدى نجاح البرامج الصحية التي تعبر عن مدى نجاح الاقتصاد الصحي الذي يعمل على رسم السياسات والتخطيط الصحي، ومن ثم نتعرف على مساهمته في تفعيل التنمية البشرية، لذا سوف نقصر على أحد أهم تطبيقات الاقتصاد الصحي ألا وهو مؤشر الإنفاق الصحي وهذا على غرار بقية المؤشرات الأخرى كالقوى البشرية الصحية أو المادية.

مشكلة البحث:

لقد أصبحت الصحة من الأمور الأكثر أهمية في مجال التنمية بصفة عامة، وذلك بوصفها من العوامل التي تسهم في التنمية البشرية وأحد مؤشرات بصفة خاصة، فلا يمكن تحقيق التنمية البشرية بدون سكان أصحاء، ولن يتحقق ذلك إلا من خلال الجانب المالي كداعم رئيسي يساهم في تعزيز قدرة النظام الصحي على الاستمرارية من خلال توجيه الإنفاق، الذي يعتبر أهم مبدأ اقتصاديات الصحة، وعلى هذا الأساس تبلور الإشكالية محل الدراسة في السؤال الجوهرى التالي: ما مدى مساهمة تطبيقات اقتصاديات الصحة من خلال الإنفاق الصحي في تفعيل معدلات التنمية البشرية؟

فرضية الدراسة:

مؤشر العمر المرتقب (أحد مؤشرات الصحة)، من المحتمل أن يكون له دور كبير في الرفع من معدلات التنمية البشرية على غرار بقية العناصر (مؤشر الدخل، مؤشر التعليم).

أهمية الدراسة:

تمثل الصحة في الاقتصاد الجزائري ركيزة أساسية في عملية التنمية البشرية من خلال تأثيرها على فرص النمو الاقتصادي، وإمكانية تحقيق الخيارات الأساسية للبشر، ومن هنا تظهر أهمية الموضوع في إبراز مساهمة الاقتصاد الصحي من خلال مؤشر الصحة في تفعيل التنمية البشرية.

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى إبراز أثر وإسهام الاقتصاد الصحي من خلال أحد أهم تطبيقاته (الإنفاق الصحي) في تحسين حياة الأفراد، ومن ثم رفع مستويات التنمية البشرية.

منهج الدراسة:

لتحليل الدراسة اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي القائم على جمع المعلومات والحقائق ثم تحليلها تحليلًا علميًا.

وللإجابة على إشكالية الدراسة فإننا سنعالج الموضوع من خلال المحاور التالية:

أولاً: مفاهيم أساسية حول اقتصاديات الصحة والتنمية البشرية.

ثانياً: مؤشر النفقات الصحية بالدول محل المقارنة.

ثالثاً: مخرجات مؤشر الصحة.

أولاً: مفاهيم أساسية حول اقتصاديات الصحة والتنمية البشرية.

1- تعريف الاقتصاد الصحي

يعرف الاقتصاد الصحي بأنه: "ذلك العلم الذي يفسر المفاهيم والظواهر الاقتصادية للخدمات الصحية مع محاولة ضبط عمليات الأسعار والندرة النسبية والكميات للخدمات الصحية موضحاً أغراضها ومتعلقاتها وتوظيفاتها وفعاليتها وجميع معطياتها لخدمة الإنسان"².

كما يعرف الاقتصاد الصحي بأنه: "أحد فروع علم الاقتصاد والذي يهدف إلى تطبيق الأدوات الاقتصادية المتعارف عليها في مجال الخدمات والرعاية الصحية، بغرض المساهمة في اتخاذ القرارات المتعلقة بهذا القطاع الهام لتحسين كفاءته، وكذلك المساهمة في طرق للتفكير فيما يتعلق بالصحة واستخدام الموارد الخاصة بالخدمات والرعاية الصحية، والتي تتميز بالندرة، ومن ثم ضرورة تحقيق التخصيص الكفء لهذه الموارد بهدف تعظيم المنافع الاجتماعية التي يمكن الحصول عليها من الموارد المستخدمة في إنتاج الصحة"³.

وفي نفس السياق يعرف الاقتصاد الصحي: "بأنه فرع من فروع علم الاقتصاد والذي يبحث في كيفية تطبيق أدوات علم الاقتصاد على قضايا الرعاية الصحية، وتوضيح جوانبها المختلفة، بحيث تصبح أكثر قابلية للتحليل، كما يقدم علم الاقتصاد معايير لتحديد ما إذا كانت السياسات الصحية تزيد أو تخفض من الكفاءة الاقتصادية وعدالة توزيع الرعاية الصحية. كذلك يهتم علم اقتصاديات الصحة أساساً بتخصيص الموارد الاقتصادية النادرة بين استخدامات الرعاية الصحية المتنافسة عليها، والتي تزداد مواردها ندرة، بينما تزداد الحاجة إليها مع مرور الزمن ويقوم علم اقتصاديات الصحة بالإجابة على ثلاث تساؤلات أساسية هي:

- كيف يتم تقديم الرعاية الصحية بأقل تكلفة ممكنة؟
 - كيف يتم توزيع الخدمات الصحية على من يحتاجونها؟
 - كم من الموارد المحدودة يرغب المجتمع في إنفاقها على الرعاية الصحية⁴؟
- كما يعرف الاقتصاد الصحي أنه: "فرع من فروع علم الاقتصاد الذي يتعامل مع التكلفة والإنفاق على إنتاج واستخدام الخدمات الصحية وزيادة فعاليتها"⁵.

ومن خلال ما سبق يمكن أن نستنتج أن الاقتصاد الصحي يركز على تحليل القضايا الصحية وقيم سياساتها وتشريعاتها وأنظمتها من حيث تأثير كل منها على العرض والطلب على خدمات الرعاية الصحية، وكذا يخطط لإنتاجها بكفاءة وتوزيعها بعدالة ويحدد تكاليف ومنافع أي من خياراتها.

2- مؤشرات الصحة: تتعدد وتنوع مقاييس ومؤشرات الصحة العامة التي يمكن الاعتماد عليها في تحديد المشكلات الصحية ومن ثم تحديد الإمكانيات المتوفرة لمواجهتها من خلال توجيه البرامج الصحية بصفة خاصة ومن ثم تحديد كفاءة النظام الصحي بصفة عامة.

ويمكن تقسيم هذه المؤشرات إلى فئات، تتضمن كل من العمر المتوقع عند الميلاد، واتجاه الوفيات ومسبباتها ومعدلاتها الكلية والنسبية⁶.

أ- مقاييس أو معدل الوفيات و تستخدم في تحديد المشاكل الصحية ويشتمل على ثلاث مؤشرات هي:

- مؤشر معدل وفيات الرضع لكل 1000 مولود حي (احتمال الوفاة بين الولادة والسنة الأولى من العمر).

- مؤشر معدل وفيات الأطفال ما بين سنة وخمس سنوات من العمر لكل 1000 مولود حي.

- مؤشر معدل وفيات البالغين (احتمال الوفاة ما بين 15 سنة و 60 سنة من العمر)

ب- مقاييس أو معدل انتشار الأمراض وهي تعتمد على الوفيات ولا تعطي صورة حقيقية لمستوى الصحة والمرض، وبالرغم من أن بعض الأمراض لا تؤدي إلى الوفاة مثل الأعراض العقلية ويمكن قياس معدلات الإصابة وانتشار المرض بما يلي:

- معدل الإصابة بالمرض (معدل حدوث المرض الحادة والمزمنة).

- معدل انتشار المرض وتشمل أمراض القلب والأمراض المزمنة كالسكري.

- معدل الأمراض النوعية كالسرطان والقلب والأمراض العقلية.

3- مفهوم التنمية البشرية: لقد كان للبرنامج الإنمائي للأمم المتحدة دور كبير في إبراز وإعادة التركيز على البعد الإنساني في مناهج التنمية، وذلك مع صدور أول تقرير للتنمية البشرية عام 1990، والذي أعطى مفهوما جديدا للتنمية تركز حول الإنسان باعتباره أداة للتنمية وغايتها.

ومحلول عام 1993 أطلق البرنامج هذه الرؤية الجديدة للتنمية تحت عنوان: "التنمية البشرية المستدامة" التي تضع الإنسان في قمة أولوياتها، إذ أعيد الاعتبار للفكرة القائلة بأن الناس هم وسيلة التنمية وغايتها.

اختلف المنظرون حول ووضع تعريف شامل للتنمية البشرية، لان البدايات الأولى شهدت صياغة أفكار ونظريات تهتم برأس المال المادي بدلا من الاهتمام بالإنسان، لذا سنحاول التوفيق بين مختلف هذه التوجهات للوصول إلى تعريف شامل للتنمية البشرية.

جاء في تقرير التنمية البشرية لعام 1990 تعريف التنمية البشرية على أنها: "عملية توسيع خيارات الناس"⁷، وفي واقع الحال أن هذه الخيارات يمكن أن تكون بلا نهاية وتتغير بمرور الوقت ويمكن حصرها في ثلاثة عناصر:

- أن يحيا الإنسان حياة مديدة صحيحة.
- أن يكتسب المعرفة.
- أن يحصل على الدخل والموارد اللازمة لتحقيق حياة كريمة.

الذي يسمح بتطوير قدرات البشر وذلك بتوفير الصحة والتعليم وذلك حتى يمكنهم من الإنتاج، والتنمية من أجل الناس فنعني بها توزيع ناتج النمو الاقتصادي توزيعا عادلا، أما التنمية بواسطة الناس هي إعطاء مجال للأفراد للمشاركة في صنع هاته التنمية.⁸

والتنمية البشرية كما تشير إليها تقارير التنمية البشرية المستدامة على أنها: "الإنصاف، الحكامة، والاستدامة وهي التمكين".

وأشار التقرير نفسه أنه إذا لم تتحقق هذه الخيارات الأساسية الثلاث، فهناك خيارات أخرى تصبح غير متاحة وصعبة المنال، ومن بين هذه الخيارات: الحريات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وكذا التمتع باحترام الذات، والتمكين الإحساس بالانتماء إلى المجتمع وفرص الإبداع والإنتاج وضمن حقوق الإنسان وغيرها.⁹

ومن خلال ما سبق يمكن أن نستنتج أن للتنمية البشرية جانبان:

- 1- تشكيل بناء القدرات البشرية عن طريق تحسين المستويات الصحية والمعرفة والمهارات.
- 2- انتفاع الناس بقدراتهم المكتسبة لزيادة الإنتاج والتمتع بأوقات الفراغ، والمشاركة في الأمور السياسية والاجتماعية والثقافية.

ثانياً: مؤشر النفقات الصحية بالدول محل المقارنة

عادة ما يقاس المستوى الصحي لبلد ما بمعدل الأمل في الحياة، والذي يمثل متوسط عدد السنوات التي يعيشها الأفراد، فكلما ارتفع معدل الأمل في الحياة كلما دل ذلك على ارتفاع في مستوى التنمية الصحية، ومن ثم ارتفاع معدلات التنمية البشرية، ومن بين الأساليب المستخدمة في تقييم جهودات بلد ما في مجال التنمية الصحية نجد أسلوب التكلفة الذي ينعكس فيما بعد على الحالة الصحية للسكان، ويعتمد هذا الأسلوب على مبدأ أن هدف النظام الصحي يتمثل في تعظيم صحة السكان (الفعالية) احتمالاً على الموارد المتوفرة (التكلفة)¹⁰، وهذا كله من اختصاصات تطبيقات الاقتصاد الصحي.

وجدير بالذكر أن المعايير المستخدمة وفقاً لهذا الأسلوب (أسلوب التكلفة) فيما يخص تقييم مستوى النفقات الصحية، فإن أحد المعايير المستخدمة عامة يتمثل في المبلغ الإجمالي للنفقات الصحية، وهذا ما سنتطرق إليه من خلال التحليل التالي:

1- مؤشر الإجمالي الإنفاق على الصحة بالدول محل المقارنة

الجدول رقم 01: تطور مؤشر الإجمالي الإنفاق على الصحة بالدول محل المقارنة (مقدراً بملايين الدولارات الأمريكية)

السنوات الدول محل المقارنة	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014
السعودية	9.45	11.22	18.40	238.87	28.35	31.77	35.44
الجزائر	1.91	3.33	8.24	10.53	12.55	13.19	14.08
المغرب	1.54	3.01	5.31	5.94	5.89	6.16	6.44
السودان	4.22	1.11	4.29	4.44	4.24	4.59	5.10

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات أطلس العالم 2016، على الموقع:

www.ar.Knoema.com

تاريخ الاطلاع: 2106/12/20.

من الجدول أعلاه وبحسب مؤشر إجمالي الإنفاق الصحي نجد أن السعودية تأتي في مقدمة الترتيب، إذ يمثل نصيب الصحة بها 9.45 مليون دولار أمريكي لسنة 2000، ليرتفع إلى 11.22، 18.400 لسنوات 2005، 2010 على التوالي، وهذا في غضون 10 سنوات، ليتضاعف من

23.87 مليون دولار أمريكي لعام 2011 إلى 28.35، 31.77، 35.44 لسنوات 2012، 2013، 2014 على التوالي.

أما الجزائر فعرف إجمالي الصحي بها تطورا ملحوظا، فبعدما كان لا يتجاوز 1.91 مليون دولار أمريكي لسنة 2000 تضاعف مسجلا أرقاما مقبولة بانتقاله من 3.33، 8.24، 10.53، 12.55، 13.19، 14.08 لسنوات 2005، 2010، 2011، 2012، 2013، 2014 على التوالي.

في حين جاءت المغرب ثلاثة في الترتيب من حيث مؤشر إجمالي الإنفاق الصحي بانتقال هذا الأخير من 1.54، 3.01، 5.31، 5.94، 5.89، 6.16، 6.44 لسنوات 2000، 2005، 2010، 2011، 2012، 2013، 2014 على التوالي، أما السودان تذيلت الترتيب وحافظت على نفس المبلغ 4 مليون دولار أمريكي من عام 2000 إلى 2013 ليرتفع قليلا إلى 5.10 مليون دولار أمريكي.

ومن خلال ما سبق نستطيع القول أن إجمالي الإنفاق على الصحة بالسعودية والجزائر يفوق نظريه بالمغرب وبأكثر حدة في السودان، وهذا ما يعكس عدم الاهتمام الذي تليه هذه الدول للجانب الصحي مقارنة بالسعودية والجزائر، ومستوى تمويل القطاع الصحي بها ما زال بعيدا على المستويات المحققة في الدول محل المقارنة.

وجدير بالذكر أن معدل نفقات الصحية الإجمالي يعكس مدى اهتمام الدول بصحة مواطنيها، إلا أنه لا يعكس مبدأ العدالة في توزيع الانفاق الصحي أو ما يمكن أن يطلق عليه عدالة الوصول إلى الخدمات الصحية والتي يمكن قياسها بمتوسط نصيب الفرد من الإنفاق الصحي العام، هذه الأخيرة وكما وسبق وأن ذكرنا تعتبر من أهم تطبيقات الاقتصاد الصحي في رسم السياسات الصحية على غرار كيفية التخطيط للإنفاق الصحي، وهذا ما يمكن توضيحه من خلال الجدول التالي.

2- مؤشر متوسط نصيب الفرد من النفقات الصحية في الدول محل المقارنة

الجدول رقم 02: تطور مؤشر متوسط نصيب الفرد من النفقات الصحية في

الدول محل المقارنة (مقاسا بملايين الدولار الأمريكي)

السنوات الدول المقارنة	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014
السعودية	373	453	655	829	961	1052	1147
الجزائر	61.30	100.36	228.92	286.97	335.27	345.65	361.73
المغرب	53	99.08	165.63	182.64	178.72	184.23	190.05
السودان	15	34	118	120	112	119.38	129.84

من إعداد الباحثين بالاعتماد على مجموعة البنك الدولي، على الموقع:

www.albankaldawli.org

من الجدول أعلاه، وبحسب مؤشر متوسط نصيب الفرد من الإنفاق الصحي تأتي السعودية في المرتبة الأولى على أصل الدول محل المقارنة، حيث يبلغ نصيب الفرد من الإنفاق الصحي الإجمالي 3373 مليون دولار أمريكي ليتضاعف تدريجياً من 453، 655، 829، 961، 1052، إلى 1147 مليون دولار أمريكي لسنوات 2000، 2005، 2010، 2011، 2012، 2013، 2014 على التوالي، تليها الجزائر بـ 61.30 مليون دولار أمريكي 100.36، 228.92، 286.97، 335.27، 345.65، 361.73 لنفس السنوات على التوالي، ثم المغرب بـ 53 مليون دولار أمريكي لتنتقل إلى 99.08، 165.63، 182.64، 178.72، 184.23، 180.05 لنفس السنوات.

أما السودان تأتي في مؤخرة الترتيب إذ لم يتجاوز فيها مؤشر متوسط نصيب الفرد من الإنفاق الصحي 15 مليون دولار أمريكي ليصل إلى 34، 118، 120، 112، 119.38، 129.84 لنفس السنوات السابقة على التوالي.

ثالثاً: مخرجات مؤشر الصحة

بعد تقييمنا لمؤشر الإنفاق الصحي أحد أهم تطبيقات الاقتصاد الصحي، سنحلل انعكاساته على مخرجات الصحة، وهذا على النحو التالي:

1- معدل وفيات إجمالي (كل 1000 شخص) للدول محل الدراسة

الجدول رقم 03: معدل الوفيات إجمالي (كل 1000 شخص)

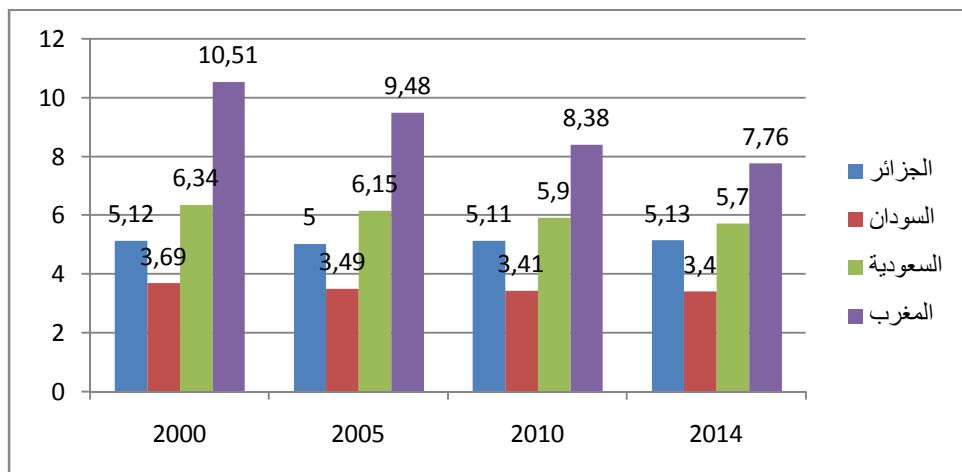
الدول محل الدراسة	البيان السنوات	معدل الوفيات لكل 1000 شخص
الجزائر	2000	5.12
	2005	5.00
	2010	5.11
	2014	5.13
السودان	2000	3.69
	2005	3.49
	2010	3.41
	2014	3.40
السعودية	2000	6.34
	2005	6.15
	2010	5.90
	2014	5.70
المغرب	2000	10.51
	2005	9.48
	2010	8.38
	2014	7.76

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات أطلس بيانات العالم، 2016، على الموقع

الالكتروني: www.knoema.fr/atlas.com

ومن خلال الجدول السابق سنمثل هذه المعطيات من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 01: معدل الوفيات إجمالي (كل 1000 شخص)



المصدر: معطيات الجدول السابق.

يتضح من الشكل أعلاه أن معدل الوفيات إجمالي (لكل 1000 شخص) في دولة المغرب يفوق بكثير الدول محل الدراسة بـ 10,51، 9,48، 8,38، 7,76 لسنوات 2000، 2005، 2010، 2014 على التوالي، ثم تليها السعودية بـ 6,34، 6,15، 5,9، 5,7 لنفس السنوات، ثم تليها الجزائر، مع تفوق طفيف للسودان في انخفاض معدل الوفيات وهذا لا يعني أن المستوى الصحي بما جيد و للتذكير معدل الوفيات الإجمالي يضم معدل وفيات الأطفال الرضع و الأطفال دون الخمس سنوات و معدل وفيات الأمهات و معدل وفيات الفئات العمرية أكثر من خمس سنوات و دراستنا تخص المقارنة بين عدد الوفيات أقل من خمس سنوات لأن هذه الأخيرة هي التي تشكل العمر المتوقع الذي يقاس به مؤشر الصحة .

2- وفيات الأطفال الرضع (لكل 1000 مولود حي)

الجدول رقم 04: معدل وفيات الأطفال الرضع (لكل 1000 مولود حي)

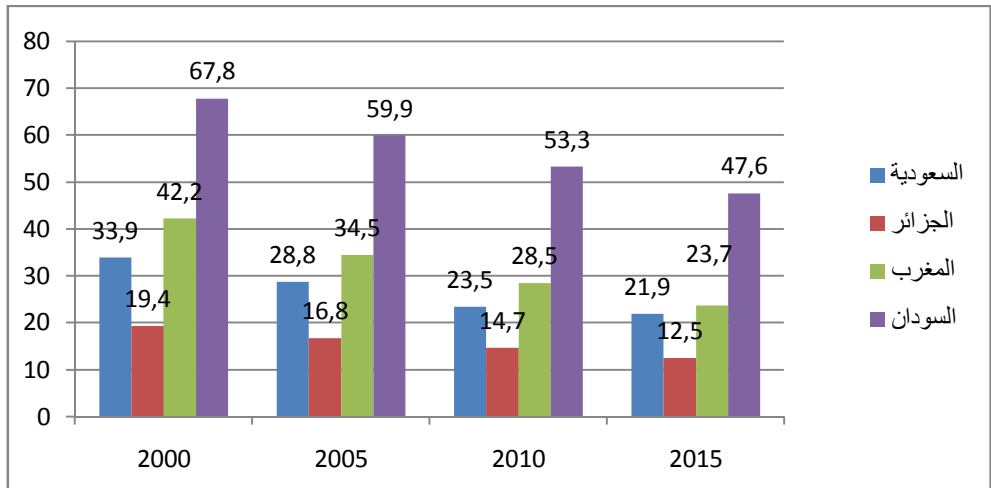
السنوات	الدول محل الدراسة	2000	2005	2010	2015
السعودية		33.9	28.8	23.5	21.9
الجزائر		19.4	16.8	14.7	12.5
المغرب		42.2	34.5	28.5	23.7
السودان		67.8	59.9	53.3	47.6

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على كتاب صادر عن وزارة الصحة السعودية، بعنوان إنجازات وزارة الصحة، ص: 42. على الموقع الإلكتروني: www.moh.gov.sa.

وبالاعتماد على مجموع البنك الدولي مرجع سبق ذكره.

ومن خلال الجدول السابق سنمثل هذه المعطيات من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 02: معدل وفيات الأطفال الرضع (لكل 1000 مولود حي)



المصدر: معطيات الجدول السابق

من الشكل أعلاه يتضح أن معدل وفيات الأطفال الرضع لكل 1000 مولود حي مرتفع بنسبة أكبر في دولة السودان بـ 67.80، 47.60 للأعوام 2000، 2015 على التوالي، مع الإشارة إلى أنه انخفض من 2000 إلى 2015، لكنه يبقى مرتفع مقارنة بالدول محل الدراسة، ثم تليها المغرب بنسب مرتفعة هي الأخرى بـ 42.2، 34.5، 28.5، 23.7 لنفس السنوات على التوالي.

مع الإشارة إلى أن السعودية المعدل يقل بها إذ بلغ 19.40، 12.5 لسنوات 2000، 2015 على التوالي، وهذا المعدل يكاد يكون متقارب بين المغرب والجزائر لسنة 2015. لتأتي الجزائر في مرتبة جد مقبولة من حيث عدد الوفيات بـ 16.8، 19.4، 14.7، 12.5 لنفس السنوات على التوالي. وهذا ما يعزز ارتفاع مؤشر العمر المتوقع بها.

3- وفيات المواليد (لكل 1000 مولود حي)

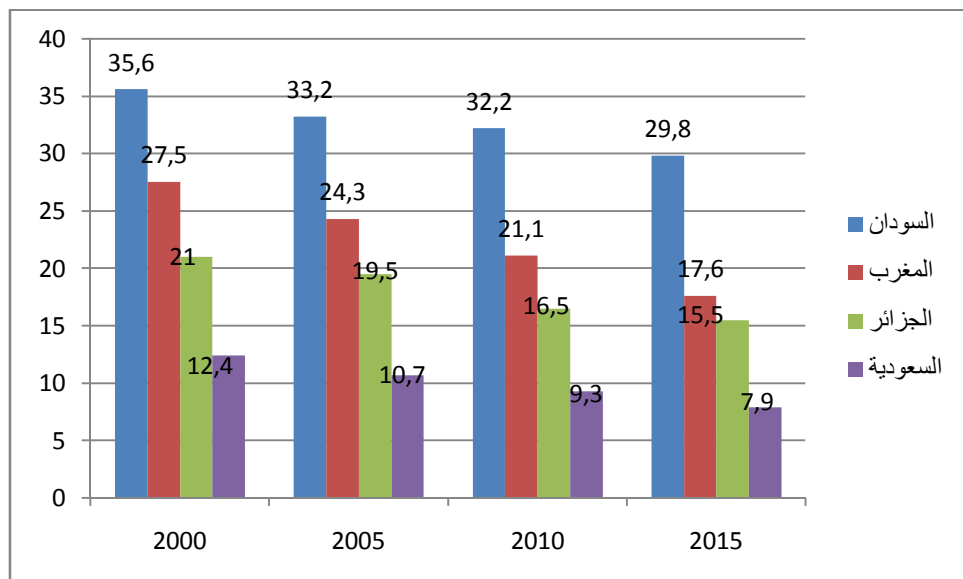
الجدول رقم 05: معدل وفيات المواليد (لكل 1000 مولود حي)

السنوات الدول محل الدراسة	2000	2005	2010	2015
السودان	35.6	33.2	32.2	29.8
المغرب	27.5	24.3	21.1	17.6
الجزائر	21	19.5	16.5	15.5
السعودية	12.4	10.7	9.3	7.9

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مجموعة البنك الدولي، مرجع سبق ذكره.

ومن خلال الجدول السابق سنمثل هذه المعطيات من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 03: معدل وفيات المواليد (لكل 1000 مولود حي)



المصدر: معطيات الجدول السابق

من خلال الشكل أعلاه يلاحظ انخفاض معدل وفيات المواليد (لكل 1000 مولود حي). بكل الدول محل الدراسة من 35.60، 27.50، 21، 12.40 إلى 29.80، 17.6، 15.5، 7.90، السودان، المغرب، الجزائر، السعودية، لسنوات 2000، 2005، 2010، 2015، وبأقل حدة في السعودية بمعدل (7.90)، وبأكثر حدة في السودان بمعدل (29.80)، وهذا ما أثر على معدل العمر المتوقع بكل الدول محل الدراسة، فمثلا معدل وفيات المواليد (لكل 1000 مولود حي) ساهم في الرفع من مؤشر العمر المتوقع بالسعودية إذ انتقل من 73.85 إلى 74.34 لسنوات 2011-2014 على التوالي، في حين ساهم فيه في الجزائر 76.5 إلى 77.2 لنفس السنوات، ثم ساهم في الرفع من معدلاته في المغرب بانتقاله من 72.99 إلى 74.02 لنفس السنوات وبأقل حدة في السودان بانتقاله من 62.42 إلى 63.46 لنفس السنوات على التوالي.

4- وفيات الأطفال دون خمس سنوات (لكل 1000 مولود حي)

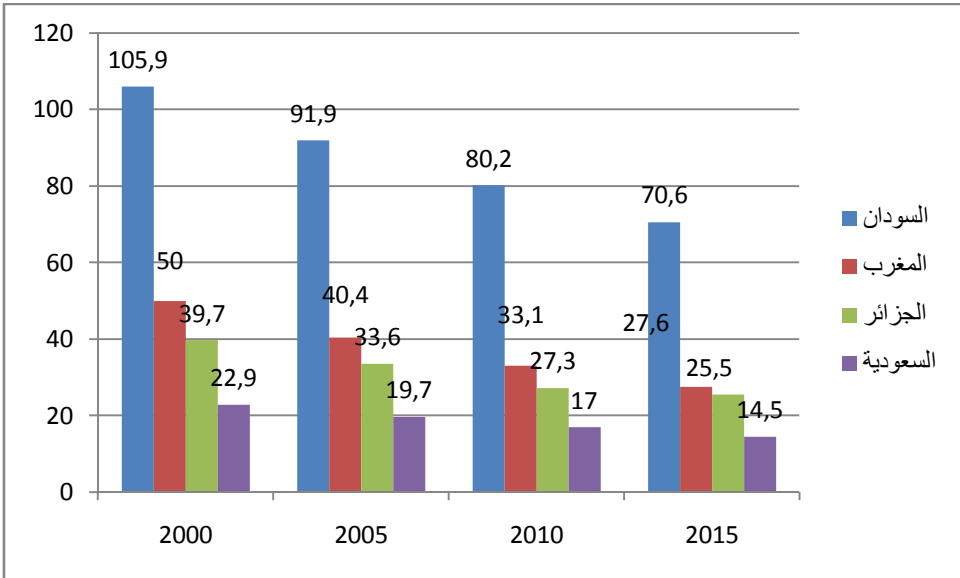
الجدول رقم 06: معدل وفيات الأطفال دون خمس سنوات (لكل 1000 مولود حي)

السنوات الدول محل الدراسة	2000	2005	2010	2015
السودان	105.9	91.9	80.2	70.6
المغرب	50	40.4	33.1	27.6
الجزائر	39.7	33.6	27.3	25.5
السعودية	22.9	19.7	17	14.5

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مجموعة البنك الدولي، مرجع سبق ذكره.

ومن خلال الجدول السابق سنمثل هذه المعطيات من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 04: معدل وفيات الأطفال دون خمس سنوات (لكل 1000 مولود حي)



المصدر: معطيات الجدول السابق

من الشكل أعلاه نلاحظ الانخفاض الواضح في معدلات وفيات الأطفال دون الخامسة في كل من السعودية والجزائر، من 39.7 حالة وفاة إلى 25.5 حالة وفاة لسنوات 2000 و2015 على التوالي، وبأقل حدة في السعودية انطلق المعدل من 22.9 حالة وفاة إلى 14.5 حالة وفاة على التوالي لنفس السنوات.

والملاحظ أن معدل وفيات الأطفال دون الخمس سنوات مرتفع جداً بالسودان بالرغم من انتقاله من 105.9 حالة وفاة إلى 70.6 حالة وفاة لكل 1000 مولود حي محتملة المرتبة الأولى من حيث عدد الوفيات، تليها المغرب في المرتبة الثانية بالرغم هي الأخرى هي من انخفاض عدد الوفيات بها من 50 حالة وفاة إلى 27.6 حالة وفاة لسنوات 2000 و2015 على التوالي.

ومن خلال ما سبق نستطيع القول أن جل مؤشرات الوفيات احتلت فيها دولة السودان المرتبة الأولى من حيث ارتفاع عدد وفيات الأطفال في مختلف الأعمار، وهذا ما يؤثر على مساهمة مؤشر العمر المتوقع عند الحياة في الرفع من مؤشر الصحة و من ثم الرفع من معدلات التنمية البشرية و هذا ما سنتوصل إليه من خلال النقاط المقبلة، لتأتي السعودية هي الأفضل ثم الجزائر وبعدها المغرب، ولعل مرّة ذلك تناقص عدد وفيات الأمهات، والتغطية بالتطعيمات.

5- وفيات الأمهات

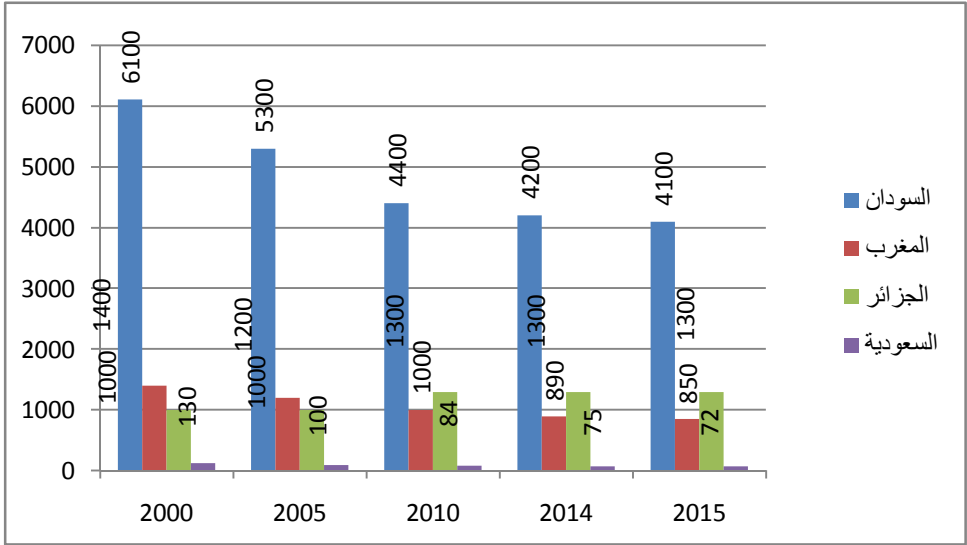
الجدول رقم 07: عدد وفيات الأمهات

السنوات الدول محل الدراسة	2000	2005	2010	2015
السودان	105.9	91.9	80.2	70.6
المغرب	50	40.4	33.1	27.6
الجزائر	39.7	33.6	27.3	25.5
السعودية	22.9	19.7	17	14.5

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على منظمة الصحة العالمية، واليونسف، صندوق الأمم المتحدة للسكان، البنك الدولي، مرجع سبق ذكره.

ومن خلال الجدول السابق سنمثل هذه المعطيات من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 05: عدد وفيات الأمهات



المصدر: معطيات الجدول السابق

من الشكل أعلاه يتضح أن عدد وفيات الأمهات في السودان هو الأعلى بـ 6100، 5300، 4400، 4200، 4100 حالة وفاة لسنوات 2000، 2005، 2010، 2014، 2015 على التوالي، تليها الجزائر بـ 1000، 1000، 1300، 1300، لنفس السنوات السابقة على التوالي، لتأتي المغرب في المرتبة الثالثة بـ 1400، 1200، 1000، 890، 850 لنفس السنوات على التوالي، أما السعودية فعدد حالات وفيات الأمهات هو الأدنى بـ 130، 100، 84، 75، 72 حالة وفاة.

ومن خلال ما سبق نلاحظ أن جل مخرجات الصحة في الجزائر والسعودية إيجابية إلى حد كبير على عكس المغرب والسودان التي احتلتا مراتب متدنية و هذا نظرا لضعف المؤشرات الحيوية السابقة الذكر، و جدير بالذكر أن هذا يؤثر على معدل العمر المتوقع الذي بدوره يؤثر على مؤشر الصحة. إذ أن هذا الأخير يؤثر بدوره على معدلات التنمية البشرية.

رابعا: انعكاسات مؤشر الصحة (مخرجاته) على التنمية البشرية بالدول محل الدراسة

سنختبر مدى مساهمة مؤشر العمر المتوقع على غرار بقية المؤشرات الأخرى المكونة للتنمية البشرية في الرفع من معدلاتها، وقبل التطرق إلى هذا يجب الإشارة إلى مساهمة المؤشر الإنفاق الصحي في معدلات العمر المتوقع بالدول محل الدراسة.

1- دراسة مساهمة مؤشر الإنفاق الصحي في معدلات العمر المتوقع بالدول محل الدراسة الجدول رقم 08: تطور معدل العمر المتوقع اعتمادا على إجمالي الإنفاق الصحي

الدول	البيان			
	2014	2010	2005	2000
السعودية	1147	655	453	373
	الإنفاق الإجمالي			
الجزائر	74.34	73.7	73.18	72.53
	العمر المتوقع			
المغرب	361.73	228.92	100.36	61.3
	الإنفاق الإجمالي			
السودان	77.2	76.3	75.5	70.18
	العمر المتوقع			
	190.05	165.63	99.08	53
	الإنفاق الإجمالي			
	74.02	72.58	70.44	68.5
	العمر المتوقع			
	129.84	118	35	15
	الإنفاق الإجمالي			
	63.46	62.041	59.84	57.97
	العمر المتوقع			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على: الديوان الوطني للإحصائيات ONS، ص: 14. ومجموعة البنك الدولي، مرجع سبق ذكره.

ومن الجدول أعلاه أن هناك علاقة طردية بين تطور معدل العمر المتوقع وإجمالي الإنفاق الصحي، إذ نجد أنه كلما زاد مبلغ الإنفاق الإجمالي زاد معه معدل العمر المتوقع، وهذا إن دل شيء إنما يدل على أن الاقتصاد الصحي ومن أهم أحد تطبيقاته (مؤشر الإنفاق الصحي) له دور كبير في الرفع من معدلات العمر المتوقع.

فمثلا الجزائر جاءت في المرتبة الأولى من حيث معدل العمر المتوقع، إذ ساهم فيها مبلغ الإنفاق الإجمالي بنسبة كبيرة في الرفع من معدلات العمر المتوقع، إذ انتقل من 70.18 إلى 77.2 نقطة بمبلغ قدره 61.3 و631.73 لسنوات 2000، 2014 على التوالي.

لتأتي السعودية في المرتبة الثانية من حيث معدل العمر المتوقع، حيث تضاعف من 72.53 إلى 74.34 نقطة بمبلغ قدر بـ 373 و1147 مليون دولار أمريكي لنفس السنوات على التوالي، أما المغرب حلت ثالثة بانتقال العمر المتوقع من 68.5 إلى 74.05 نقطة ساهم في ارتفاعه المبلغ الإجمالي بانتقاله من 53 إلى 190.05 مليون دولار أمريكي لنفس السنوات على التوالي، وتذلت السودان الترتيب وهذا نظرا لضعف مبلغ الإنفاق الإجمالي الذي كان 15 و129.84 مليون دولار أمريكي، هذا الأخير الذي أثر على معدلات العمر المتوقع بها إذ سجل 57.97 نقطة و63.46 نقطة لنفس السنوات على التوالي.

3- دراسة مساهمة مؤشر العمر المتوقع في معدلات التنمية البشرية

سنختبر مدى مساهمة مؤشر العمر المتوقع على غرار بقية المؤشرات الأخرى المكونة للتنمية البشرية.

ومن خلال العرض السابق سنمثل تطور مؤشر التنمية البشرية ومكوناتها لإظهار انعكاسات مؤشر العمر المتوقع (مؤشر الصحة) على التنمية البشرية، من خلال معدلاتها على النحو التالي:

الجدول رقم 09: تطور معدل التنمية البشرية ومكوناتها

البيان	السعودية	الجزائر	المغرب	السودان
الدول	2014	2014	2014	2014
مؤشر العمر المتوقع (بالسنوات)	74.3	74.8	74	63.50
مؤشر التعليم (بالسنوات)	8.7	7.6	4.4	3.1
مؤشر الدخل الوطني الإجمالي	52.821	13.054	6.850	3.809
مؤشر التنمية البشرية	08.37	0.736	0.628	0.479

Source : Human Development Report, 2015 Site : www.hdr.undp.org

سجل الجدول رقم (06) استنادا على المعلومات المتوفرة، سجل معطيات 2014 الخاصة بمؤشر التنمية البشرية ومكوناته بالرغم من وجود معطيات خاصة بها حتى سنة 2016، إلا أن الإحصائيات الخاصة بتطبيقات الاقتصاد الصحي (الإنفاق أو التكلفة) توقفت عند سنة 2014. من الجدول رقم (06) نلاحظ أن مؤشر التنمية البشرية، قدر بـ (0.837 نقطة) بالسعودية، وهي بذلك تصنف ضمن التنمية البشرية المرتفعة جدا. إذ ساهم في ارتفاعها مؤشر العمر المتوقع بنسبة كبيرة، وهي تحتل المرتبة الأولى بين الدول محل الدراسة، ويتضح ذلك أكثر إذا ما قارناها بالجزائر التي احتلت المرتبة الثانية بتنمية بشرية مرتفعة بـ (0.736 نقطة)، ساهم في ارتفاعها مؤشر العمر المتوقع بنسبة كبيرة بدليل مؤشر التعليم ومؤشر الدخل الوطني الإجمالي، هو أقل منه في السعودية كما يظهره الجدول أعلاه.

أما المغرب حلت ثالثة بتنمية بشرية متوسطة (0.628 نقطة)، كان لمؤشر العمر المتوقع الدور الأكبر في الرفع منها بدليل أن مؤشر التعليم ومؤشر الدخل ضعيفان مقارنة منه بالسعودية والجزائر (أنظر الجدول رقم 02).

أما السودان فاحتلت رابعة في الترتيب، وكان هذا متوقعا بها لعدم كفاءة الاقتصاد الصحي الذي لديه تأثير على مخرجات الصحة، ومن ثم معدلات التنمية البشرية، التي تميزت بتنمية بشرية منخفضة (0.479 نقطة)، بدليل أن مؤشر العمر المتوقع هو ضعيف جدا بالرغم من مساهمته في تحسين معدلات التنمية البشرية بها، وهذا إذا ما قارناه بمعدلاته ومعدلات التعليم، معدلات الدخل في كل من الجزائر والسعودية.

خاتمة:

من خلال ماسبق نستطيع تلمين دور الاقتصاد الصحي من خلال نجاعة البرامج والسياسات الصحية المتمثلة في كفاءة الإنفاق على الرعاية الصحية من خلال (أسلوب التكلفة)، الأمر الذي جعل المملكة السعودية والجزائر تحتلان مراتب متقدمة في ما يخص معدلات التنمية البشرية بين الدول محل الدراسة ساهم فيها العمر المتوقع بنسبة كبيرة (أسلوب الفعالية)، ويظهر هذا جليا من خلال انخفاض معدل وفيات الأطفال الرضع والمواليد الأحياء، معدلات وفيات الأمهات (مخرجات الصحة) والتي بدورها انعكست إيجابيا على ارتفاع مؤشر توقع الحياة عند الولادة الذي يعرف بأنه عدد السنوات التي من المتوقع أن يحياها الطفل حديث الولادة في حالة استمرار أنماط الوفاة السائدة وقت ولادته على ما هي عليه طوال حياته، حيث يشير العمر المتوقع عند الولادة إلى مدى التقدم المحرز في تحقيق تنمية بشرية عالية، وهذا ما يؤكد فرضية الدراسة.

التوصيات:

مما تقدم على صناع القرار بالدول محل الدراسة عامة، وعلى القائمين على قطاع الصحة بصفة خاصة إعطاء المزيد من الاهتمام للرعاية الصحية وذلك من خلال إعطاء أهمية لتطبيقات الاقتصاد الصحي على غرار الإنفاق الصحي (أسلوب التكلفة) ، هذا الأخير الذي له دور في رفع مؤشرات الصحة على غرار تخفيض عدد وفيات الأطفال التي تعنى برفع معدلات العمر المتوقع (أسلوب الفعالية)، الذي يساهم بدوره في رفع معدلات التنمية البشرية.

قائمة الهوامش والمراجع

- ¹ - مهند أحمد حلوش، اقتصاديات الصحة، دار رؤى للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2004، ص: 164.
- ² -Shiell C. Donaldson, 2002, « HealthEconomic » Journal of Epidemiology and CommunityHealth, 56,pp 85-88.
- ³ - محمد حامد عبد الله، دور الاقتصاد في خدمات الرعاية الصحية ورقة عمل مقدمة لندوة اقتصاديات الرعاية الصحية في المملكة العربية السعودية الواقع والمستقبل، 8-9 أبريل 2003، ص: 06.
- ⁴ -MedhatAbdelazizhassan : Study on Lotion of health services-candidate/PHD dissertation-HUN, Academy of Science-HUN gRy, 1979.
- ⁵ -سمير فياض، الصحة في مصر الواقع وسيناريوهات المستقبل حتى عام 2020، الطبعة الأولى، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، ص ص: 31، 32.
- ⁶ -Human development, Report 1990, New-York, UNDP, p10.
- ⁷ -عثمان محمد عثمان، التنمية البشرية في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1995، ص: 19.
- ⁸ -Human Développement Report, 1990, New-York, UNDPK . op. cit, p10.
- ⁹ - الفاتح محمد عثمان مختار، اقتصاديات خدمات الرعاية الصحية في الدول النامية وأثرها على التنمية، مجلة أماراباك، الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا، المجلد 4، العدد 10، 201، ص: 3.
- ¹⁰ - بومعروف إلياس، عماري عمار، مجلة الباحث، العدد 7، جامعة سطيف، 2009-2010، ص 03.
- - العمر المتوقع عند الولادة: يرتبط بمعدل وفيات الأطفال.
- التنمية البشرية: مؤشر الصحة (العمر المتوقع) + مؤشر التعليم + مؤشر الدخل.
- - يتم حساب مؤشر التنمية البشرية انطلاقاً من المعطيات الثلاثة السابقة الذكر لكل بلد، ويكون على شكل نقطة محصورة بين 0 و 1، بحيث كلما كانت هذه النقطة أقرب إلى الواحد كان مستوى التنمية البشرية للبلد المعني عالياً والعكس صحيح، بحيث:
- أ - تنتمية بشرية مرتفعة جدا 0.8 أو أكثر - تنمية بشرية مرتفعة 0.7 - 0.799 ج - تنمية بشرية متوسطة 0.55 - 0.699

الصناعة الرياضية في النظام الأوروبي والأمريكي

"دراسة مقارنة"

أ. معارفة الطيب

أستاذ مساعد "أ"

جامعة عبد الحميد ابن باديس بمستغانم

ملخص:

تتناول هذه الدراسة ظاهرة اقتصادية أساسية من منظور تموضع الرياضة في السوق الدولي بحيث تتمحور هذه الظاهرة حول مجال المنافسة لافتكاك أكبر قدر من الحصة السوقية بغية تعظيم الأرباح الناتجة عن عوائد النشاط الرياضي للمنظمات ومختلف الفرق والأندية الرياضية النشطة حسب الهيكل التنظيمي الرياضي السائد في العالم، سواء الأوروبي أو الأمريكي. تقوم منافسة حادة بين النظامين الرياضيين حيث يتفوق إحداها على الآخر في جوانب مختلفة، لكن يظهر أن اتجاه العولمة فرض على الأطراف الفاعلة أن تتفق فيما بينها على آليات للحد من المنافسة الحادة بغية تعظيم واقتسام الأرباح بشكل يضمن مصلحة كل طرف، كما يضمن استمرار المنافسة الرياضية في مجالات أبعد من مجرد تحقيق الأهداف الاقتصادية، كتحقيق الترفيه، وذلك كله وفق معايير تعزز ميزان المنافسة.

الكلمات المفتاحية: السوق الرياضي، النموذج الأوروبي، النموذج الأمريكي، الرياضات الاحترافية، ميزان المنافسة.

Abstract:

This study focuses on a major economic aspect regarding sport in the internal market and competition issues; a competition which aims to gain as much as possible market share for the purpose of maximizing the profits which been obtained due to the revenues of the different sports' activities of different organizations, teams and clubs which function according to a dominant structure over the world, whether be an American or European system.

There is an intense competition between the two different sport systems where each defeat the other in different aspects, but the globalization tendency impose on the active different parts to have an arrangement that settle and limit the extreme competition for the purpose of maximizing and sharing the profits, in a way which guaranteeing the interests of the different

parties as well as the sportive competition continuity more farther than focusing only on the economic purposes, like entertainment as an example, using several measures that enhance the competitive balance.

Keywords: sports market, European Model, American Model, professional sports, competitive balance.

مقدمة:

لا تقتصر الرياضة على الترفيه فحسب، بل هي نشاط اقتصادي يدر عوائد هامة، لذلك تعتبر صناعة وقطاع حيوي في كثير من الدول، ولعل الدول الأوروبية رائدة في هذا المجال، على الأقل من ناحية الاهتمام بالرياضة، بحيث يلاحظ أن الرياضة تنتظم وفق منظومة تتميز ببنية هيكلية هرمية تشمل كل الرياضات، كما أن النظام الرياضي الأوروبي يمزج ما بين الرياضة الاحترافية ورياضة الهواة مع استقلالية كل منهما عن بعض، وكذلك يتميز هذا النظام بوجود آلية ترتيب تعتمد على ترقية الفرق أو إنزالها إلى مستويات أدنى. والاهم من ذلك أنه نظام يمكن من تحقيق المنفعة (سواء مادية أو معنوية). لكن ينافس هذا النظام، نظام آخر رائد، و ربما مهيمن على السوق، ألا وهو النظام الرياضي الأمريكي، لذلك نسعى للمقارنة بين النظامين وفق مقارنة اقتصادية.

و انطلاقاً مما سبق يمكن صياغة إشكالية الموضوع في السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى منافسة الصناعة الرياضية الأوروبية لنظيرتها الأمريكية على مستوى السوق العالمي؟

ولإجابة على هذه الإشكالية تم تناول الموضوع من خلال المحاور الرئيسية التالية:

أولاً- النموذج الرياضي الأوروبي.

ثانياً- النموذج الرياضي الأمريكي.

ثالثاً- التوجه نحو تعظيم الأرباح.

أولاً- النموذج الرياضي الأوروبي:

يحكم النظام الرياضي الأوروبي سواء في جوانبه الاقتصادية أو التنظيمية نموذج رياضي متأثر بشكل كبير بالحركة الأولمبية وبأهدافها المسطرة في الميثاق الأولمبي والتي تنص عموماً على بناء عالم أفضل مسالم بتربية الشباب من خلال ممارسة الرياضة بدون إقصاء أو تمييز، وفق روح الصداقة والوحدة المشتركة واللعبة العادلة، أو ما يسمى بالروح الأولمبية. حيث، يعتبر بيير دي كوبرتان Pierre de Coubertin الشخص الذي جعل من الألعاب الأولمبية عالمية¹؛ أين تشمل الحركة الأولمبية على كل المنظمات والرياضيين وكل الأشخاص الموافقين على الميثاق الأولمبي والذين يعترفون بسلطة اللجنة الأولمبية الدولية IOC المشكلة للهيئة العليا الخاصة بالحركة الأولمبية. تشمل هته الهيئة على اللجان التنظيمية للألعاب الأولمبية OCOGs و اللجان الوطنية الأولمبية NOCs، واللجنة الأولمبية الأوروبية EOC، وكذلك الفيدراليات الرياضية الدولية IFs بالإضافة إلى اللجان الوطنية والأندية ومختلف الرياضيين². يجدر الإشارة كذلك إلى أن المنظمات الرياضية بصفة عامة تصنف كمنظمات غير ربحية هدفها تقديم الخدمة للهيئة العامة ولمن لهم مصلحة في المنظمة وفق قانون تشريعه الهيئة العامة للمنظمة ويسمى عادة بالدستور أو النظام الداخلي³،

1- هيكلية النظام الرياضي الأوروبي:

النموذج الرياضي الأوروبي أو النظام الرياضي الأوروبي يتميز بوجود المنظمات الحكومية والغير حكومية التي تنشط جنباً إلى جنب، حيث تتواجد وفق هيكل هرمي بحسب أبعاد تنافسية وتنظيمية. ضمن صناعة رياضية موجهة بالأساس من أجل إحداث أثر على من يحظرها⁴؛ ففي

¹ محمد صبحي حسنين، عمرو أحمد جبر، اقتصاديات الرياضة (الرعاية والتسويق والتمويل)، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، الطبعة الأولى، 2013، ص 30. بتصرف.

² T. C. M. Asser Instituut, The Hague, Netherlands; In cooperation with Edge Hill College, Lancaster University, United Kingdom; and, Sport2B Netherlands; WORKING PAPER, PROFESSIONAL SPORT IN THE INTERNAL MARKET, Brussels, European Parliament, 2005. Retrieved 31/12/2016 from: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2005/358378/IPOL-IMCO_ET\(2005\)358378_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2005/358378/IPOL-IMCO_ET(2005)358378_EN.pdf). PP: 24-25. Adapted.

³ تيريس عوديشو، هادي عبد الله، الحوكمة الرياضية المبادئ والتطبيق، الأكاديمية الأولمبية العراقية، بدون سنة نشر، ص 08.

⁴ T. Christopher Greenwell, Leigh Ann Danzey-Bussell; Managing Sport Events; Publisher: Human Kinetics; first edition (August 2, 2013), P11.

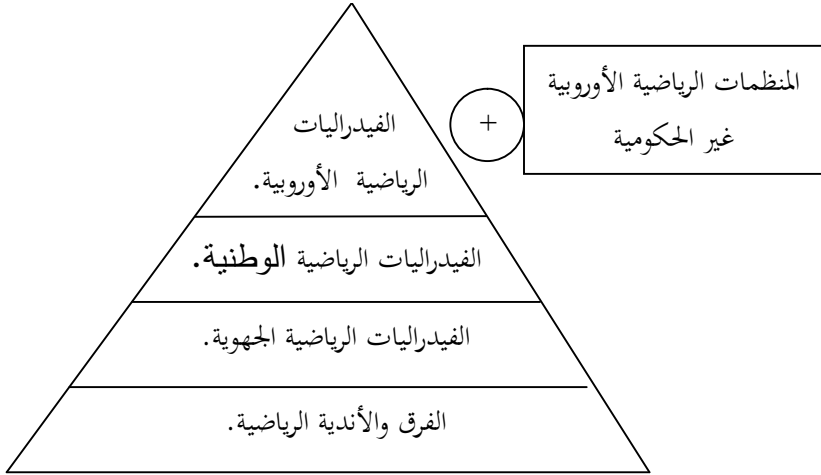
يوجد في أعلى الهرم المشكل للنظام الرياضي الأوروبي الفيدراليات الرياضية الأوروبية والتي في الغالب هي منتسبة لهيئات دولية، مثال ذلك اتحاد الرابطات الأوروبية لكرة القدم UEFA وهي الهيئة الأوروبية المسيرة لشؤون كرة القدم، التي تنتسب بدورها للفيدرالية الدولية لرابطة كرة القدم FIFA وهي الهيئة العالمية لتسيير شؤون كرة القدم.

تأتي الفيدراليات الرياضية الوطنية مباشرة في الترتيب الهرمي تحت الفيدراليات الرياضية الأوروبية، والتي تنتسب لها بحيث تمثل كل منها رياضة ما في دولة أوروبية، وهي مسئولة عن تنظيم وضبط الرياضة على المستوى الوطني "المحلي" للدولة؛ كما تقوم بتمثيل أعضائها على المستوى الأوروبي والدولي، بالإضافة إلى عملها على تنظيم البطولات الوطنية. هذه الفيدراليات الوطنية تلعب دورا تنظيميا مهما في أوروبا، نظرا لوجود رياضات عديدة و بالتالي تعدد الفرق الوطنية المتنافسة فيما بينها.

217

ينضوي تحت الفيدراليات الوطنية، الفيدراليات الرياضية الجهوية المسئولة عن تنظيم البطولات الجهوية والتي تعمل كذلك على التنسيق الرياضي على المستوى الجهوي. يأتي في قاعدة الترتيب الهرمي للنظام الرياضي الأوروبي، الفرق والأندية الرياضية، وفي هذا المستوى يغلب الهواة وهم الرياضيون والمسكرون الذين يعملون بدون مقابل مادي. يمكن تمثيل النظام الرياضي الأوروبي حسب الشكل التالي والذي يوضح الترتيب الهرمي لهذا النظام:

الشكل رقم 01: النظام الرياضي الأوروبي.



المصدر: من إعداد الباحث.

البنية الهرمية للنظام الرياضي الأوروبي تعتمد على مبادئ ترتيب ديمقراطي بحيث كل المنظمات في أي مستوى هي عضو للهيئة المنظمة أو المسيرة للمستوى الذي يليه، بمعنى كل مستوى أعلى يتحكم في الأدنى وهكذا. كما أن أغلب الدول الأوروبية بها فيدرالية أو اتحادية تشرف على مختلف الرياضات كهيئة عليا. كذلك، توجد فيدرالية واحدة لكل رياضة في كل دولة أوروبية مما يشكل نوعا من الاحتكار الذي يصعب على الاتحاديات الجديدة الدخول في السوق الرياضي كمنافسين جدد.

219

ثانياً- النموذج الرياضي الأمريكي:

1- هيكلية النظام الرياضى الأمريكى:

في النموذج الرياضي الأمريكي تتمثل رياضة الهواة بشكل أساسي في الرياضة الخاصة بالجامعات والنظام التربوي والتي تديرها وتشرف عليها حصرا الرابطة الوطنية للرياضة الجماعية NCAA. بالرغم من أن الرياضات الجماعية تخص الهواة فهي تكاد تكون بهذا التنظيم أكثر احترافية، ذلك أن كثير من الجامعات الأمريكية تخصص ميزانية تتجاوز إلى حد بعيد ما تخصصه المنظمات الرياضية الاحترافية في أوروبا من أموال.

2- الاحتراف فى النظام الرياضى الأمريكى:

⁷ T. C. M. Asser Instituut, The Haghe, Netherlands, Ibid . P: 29. Adapted.

الأندية المشاركة في مختلف بطولات الدوري والتي يشار إليها على أنها تحضاً بامتياز تنظيم الدوري، هي مملوكة من طرف أفراد أو شركات ويتم إدارتها مثل أي مؤسسة تجارية بهدف تعظيم الأرباح. بحيث تقوم هاته الأندية بتنصيب هيئة رقابية لتنظيم المنافسة وتنفيذ النشاطات التسويقية الجماعية قصد تحصيل أكبر دخل ممكن لمختلف الأندية الأعضاء في هاته الهيئة.

هاته الرابطة أو بطولات الدوري الاحترافية الأربعة هي منظمة على المستوى الدولي كذلك، ذلك أنها تتشكل من فرق مختلفة من داخل الولايات المتحدة الأمريكية وكذا من كندا. وخارج البنية التي تشكلها هاته الرابطة لا يوجد فريق مخصص للمنافسة الدولية ولا لاعبين مقدمين على أساس أنهم سيمثلون المنتخب الوطني عكس ما هو عليه الحال في أوروبا.

في سنة 1991 بشكل إبداعي أنشأت رابطة الدوري الوطني لكرة القدم NFL رابطة مشتركة مع أوروبا تحت مسمى NFL Europe وذلك لغرض دعم الاهتمام بكرة القدم الأمريكية داخل أوروبا وفق إستراتيجية تسويقية دولية. وهي رابطة للتنافس لا تخضع لأي فيدرالية وطنية أو أوروبية؛ كما أن عديد من الدول الأوروبية هي مقر لهاته الرابطة. يتم تغطية نفقاتها من طرف كل الفرق الأعضاء في رابطة الدوري الوطني لكرة القدم NFL. فكل اللاعبين من كل واحدة من الفرق الرياضية لرابطة NFL Europe يتم دفع أجورهم من واحدة من الفرق الأمريكية. وهذا كله لأجل زيادة طلب المستهلكين على البضاعة والبرامج التلفزيونية التي تقدمها رابطة NFL.

3- آلية المنافسة داخل النظام الرياضي الأمريكي:

يختلف النظام الرياضي الأمريكي عن الأوروبي بوجود نظام تنافسي مغلق، أي بدون ترقية الفرق أو إنزالها إلى مستويات أدنى؛ فالرابطة تتشكل من عدد محدد من الفرق والنوادي الرياضية حيث عدد أعضائها ومستواها تحدده المعايير الاقتصادية والمالية. اعتمادا على التطورات الحاصلة في السوق، و المقاييس الاقتصادية، فإن مالكي الفرق والرابطة الرياضية يمكنهم اتخاذ قرار تحويل فرقهم إلى السوق الأكثر ربحية أو إدراج فريق إضافي جديد أو أكثر.

المنظمات الرياضية الربحية في أمريكا الشمالية عموما متحدة بشكل كبير فيما بينها على المستوى الأفقي مقارنة مع نظيرتها الأوروبية؛ ذلك أن مالكي الفرق الرياضية يبدلون مالا و جهدا معتبرا لصالح تحقيق عوائد تخص رابطة الدوري ككل. حيث أنهم يدركون أن أي منافسة متوازنة ومثيرة في نفس الوقت، ستحقق أرباحا لكل الفرق المشاركة، وهو ما يبرر وجود الاتحاد ما بين الفرق

المتنافسة. حتى أنه كثير من الأثرياء أصحاب الفرق القوية يعملون على تشجيع الفرق الضعيفة حتى يحافظوا على استمرارية الاهتمام بما تعرضه رابطة الدوري، وبالتالي ضمان استمرارية تدفق العوائد المالية لصالحهم.

ثالثاً- التوجه نحو تعظيم الأرباح:

رغم أن الرابطة الرياضية الأوروبية على العموم لا تسعى لتحقيق الأرباح الاقتصادية بقدر ما تولي أهمية في الدرجة الأولى إلى الفعالية والأداء الرياضي والذي يحده كقيد الجوانب المالية، فالأندية تركز على تحقيق النتائج الرياضية بينما تحاول الحفاظ على حد أدنى مقبول من التمويل الضروري؛ وهو ما يدفع بالتساؤل عن مقدار هذا الحد المقبول، خاصة وأنه كلما زاد الطموح الرياضي في الإنجاز وتحقيق النتائج كلما كان مقدار العجز المالي أكبر. لذلك هنالك توجه ناتج عن التأثير بالنموذج الأمريكي الذي هو تجاري بالدرجة الأولى بحيث يسعى إلى تحقيق الأرباح المادية مع تحقيق الترفيه الرياضي في نفس الوقت.

1- عوائد السوق الرياضي في ظل المنافسة:

يتم تنظيم الفعاليات الرياضية على المستوى العالمي بشكل دوري، كل أربع سنوات "الألعاب الأولمبية، منافسات كأس العالم لكرة القدم"، أو سنوياً "البطولات الرياضية السنوية"، أو لكل موسم مثل الألعاب الرياضية الشتوية. وهي كلها فعالياً تستقطب الاهتمام العالمي والمتابعة من قطاعات مختلفة. ومهما كانت الدورة الزمنية للرياضة محل الاهتمام فإن السوق الرياضي على الدوام يشهد ازدهاراً كبيراً. بالإضافة إلى توقع زيادة في مستوى السياحة وعروض العمل وفرص الأعمال التجارية⁸.

الجدول التالي يبين عوائد السوق الرياضي لأربعة سنوات بشكل دوري وفق معدل النمو السنوي المركب CAGR:

⁸ Dr Geoff Walters Birkbeck, Bidding for Major Sporting Events: Key Issues and Challenges faced by Sports Governing Bodies in the UK, Birkbeck Sport Business Centre, Research Paper Series, University of London Volume 1, N 1, September 2008. P 10.

جدول رقم 01: عوائد السوق الرياضي وفق CAGR.

2013-2009	2009-2005	2017-2013 "تقديرا"	
% 9	% 8	% 9	كرة القدم
% 4	% 5	% 4	الرياضات الأمريكية*
% 4	% 3	% 4	فورميلا 01
% 3	% 2	% 3	التنس
% 4	% 3	% 4	الغولف
% 9	% 11	% 9	رياضات أخرى
% 5	% 6	% 5	المجموع

المصدر:

Winning In The Business Of Sports - A.T. Kearney, retrieved 03/01/2017
from: <https://www.atkearney.com/>. P: 02.

* كرة القدم الأمريكية، البيسبول، الهوكي، كرة السلة، سباق السيارات، الرياضة الخاصة بالجامعات والنظام التربوي College Sports.

شهد سوق الفعاليات أو الأحداث الرياضية نموا بشكل متزايد، بالخصوص مابين سنة 2009 و 2013 وهي المدة التي شملت دورة رياضية لمجموعة من الرياضات المختلفة للألعاب الأولمبية الشتوية وكذلك كأس العالم لكرة القدم سنة 2010؛ بالإضافة إلى الألعاب الأولمبية الصيفية و البطولة الأوروبية لكرة القدم UEFA سنة 2012، حيث بلغت عوائد السوق الرياضي زيادة تقارب 18 مليار دولار " بمعدل نمو سنوي مركب بلغ 7% " للفترة، أين شملت ذروة هاته العوائد 78.2 مليون دولار في سنة 2012 عندما استضافت لندن الألعاب الأولمبية، واستضافت بولندا وأوكرانيا البطولة الأوروبية لكرة القدم.

كما أن نمو عوائد الفعاليات الرياضية السنوية كان مستقرا، من 58.4 مليون دولار سنة 2009 إلى 76.1 مليون دولار سنة 2013، بمعدل نمو سنوي مركب بلغ 7% على مدى الفترة أين نمى السوق الرياضي أسرع من معدل نمو الناتج الوطني لكل الدول، بل و حتى في كثير من المرات أكبر من معدل نمو الأسواق الرئيسية الكبيرة مثل الأسواق الأمريكية، البرازيلية، والبريطانية، والفرنسية.

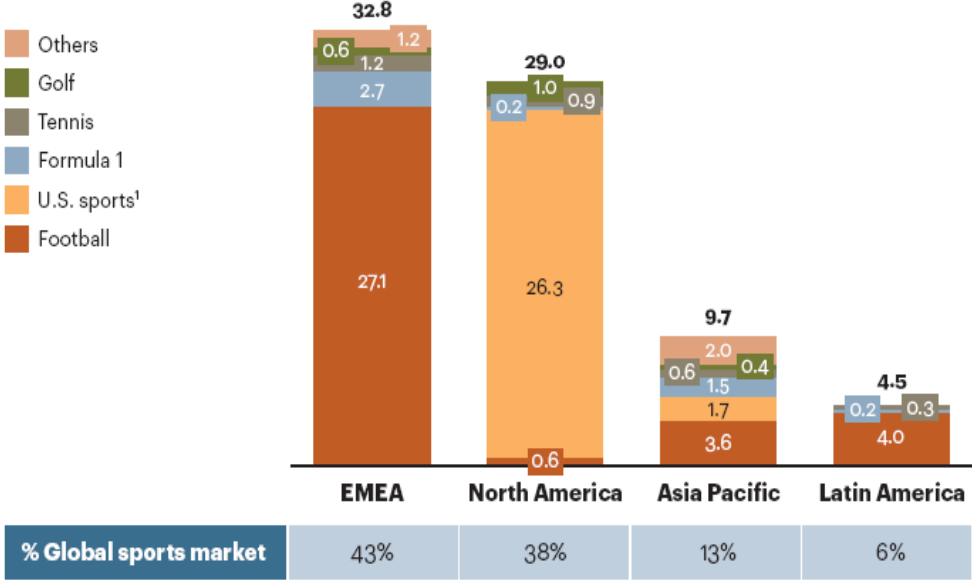
2- صدارة كرة القدم:

كثير من الرياضات تستمد شعبيتها من كونها تقام على أساس رياضي بالدرجة الأولى "بعيدا عن الجوانب التجارية"، وهو ما جعل انتشارها ينمو ويتخطى الحدود الجغرافية، إلا أن رياضة كرة القدم بقيت هي المسيطرة، ليس فحسب من ناحية شعبيتها، على أساس رياضي، وإنما كذلك من حيث المداخيل المحققة، فقد تزايدت من 25.1 مليار دولار في سنة 2009 إلى 35.3 مليار دولار سنة 2013 على المستوى العالمي، بمعدل نمو سنوي مركب بلغ 9% . الشكل التالي يوضح عوائد الرياضات المتصدرة:

شكل رقم 02: عوائد السوق الرياضي بوحدة مليار دولار وفق حصة السوق لسنة 2013.

Sporting events market

(\$ billion, 2013)



¹ NFL (U.S. football), MLB (baseball), NBA (basketball), NHL (hockey), NASCAR (motor sports), NCAA (college sports).

Sources: A.T. Kearney analysis

عوائد رياضة كرة القدم لوحدها في أوروبا والشرق الأوسط وإفريقيا "المعروفة بمنطقة EMEA" في المجمل بلغت 27.1 مليار دولار سنة 2013، حيث تفوقت على مجموعة من الرياضات ممثلة في الألعاب الأساسية الرئيسية في الولايات المتحدة الأمريكية والتي عددها ستة (كرة القدم الأمريكية،

3- آليات للحد من المنافسة الاقتصادية:

225

4. ترتيبات المفاوضة الجماعية Collective Bargaining Agreement، وهي اتفاقية ما بين ملاك الأندية والرابطات، أصحاب رؤوس الأموال، و مختلف اللاعبين، بحيث تصنف طريقة توزيع عوائد البطولة، وتضع معايير للسلامة وصحة اللاعبين وكذلك معايير الامتيازات الممنوحة التي تشمل مختلف المنح الطبية ومعاشات التقاعد لكل اللاعبين ضمن الرابطة¹².

5. الضرائب على مرتبات اللاعبين، ممثلة في ضريبة الرفاهية، وهي عبيء إضافي على إجمالي المرتبات للاعبين لدى كل فريق بغرض الحد من قدرة الفرق الكبيرة من الاحتكار والاستحواد على المهارات الرياضية فيحتل بذلك ميزان التنافس ضمن الرابطة؛ ومن ثم توزع المبالغ المحصلة إما على الفرق النشطة اقتصاديا في أسواق صغيرة "حصص محدودة من السوق" بغرض تشجيعها، أو توجه لأهداف أخرى من شأنها خدمة الصالح العام للرابطة الرياضية المعنية.

6. نظام القرعة أو السحب Draft system، وهو تعين مهارات جديدة من اللاعبين في الفرق ذات الأداء السيئ بالسحب من مجموعة معينة مسبقا تضم اللاعبين المؤهلين أصحاب المهارات الجديدة¹³، بحيث يكون لمختلف الفرق، التي تحتاج إلى لاعبين جدد، الفرصة بالدور في الاختيار وهو ما من شأنه أن يحد من المزايدة على أسعار التعاقد مع اللاعبين.

¹² Collective Bargaining Agreement, Retrieved: 04/01/2016 from: <https://nflpaweb.blob.core.windows.net/media/Default/PDFs/2011%20CBA%20Updated%20with%20Side%20Letters%20thru%201-5-15.pdf>

¹³ T. C. M. Asser Instituut, The Hague, Netherlands, Op cit . P: 31. Adapted.

خاتمة:

تقوم المنظمات الرياضية عبر العالم بتحصيل عوائد هامة ناتجة عن نشاط اقتصادي أكثر منه رياضي، مما يجعلها تحصل على حصص سوقية وفق مبادئ التنافس الحر، بحيث تتوزع هاته الحصص السوقية وتختلف باختلاف طبيعة النظام الرياضي الاقتصادي المتبع، حيث يسيطر على العالم نظامين أوروبي وأمريكي.

العلاقة ما بين القطاع الإحتراقي والهاوي في الرياضة تتضح من خلال معرفة من هي الجهة الأكثر استفادة من الأرباح التجارية، فرغم أن النظام الأمريكي يبدو أكثر تنظيماً وانه تجاري بالدرجة الأولى، حيث يتم فيه الفصل التام ما بين رياضة الهواة ورياضة المحترفين، فإنه في الغالب على المستوى العالمي تكون المنظمات الرياضية، مهما كانت طبيعتها، في أعلى هرم النظام الرياضي هي المستفيدة بالدرجة الأولى؛ ولذلك فإنه من أجل تحقيق الوحدة ما بين الهواة و القطاع الإحتراقي، الوحدة التي من شأنها دعم الرياضة ككل، فإنه ينبغي إعادة توزيع العوائد المحصلة إلى "القاعدة الشعبية" أو الأغلبية المشكلة للمحرك الرئيسي الخاص بالنشاطات الرياضية الممثلة بالهواة.

مهما كانت طبيعة النظام الرياضي، فإنه يتحرك وفق نظام تحفيزي تنافسي "داخلي" إما أن يكون مفتوح أو مغلق، حيث يسمح بموجبه للفرق أن تشارك في المنافسات الاحترافية وفق معايير اقتصادية ومالية أو معايير رياضية محضة. حيث يتم في النهاية تحقيق مختلف العوائد سواء مادية ممثلة في الربح الاقتصادي والتجاري أو معنوية بتحقيق الترفيه الرياضي. رغم أن الهدف التجاري يطغى في كثير من الأحيان.

يتم تعظيم الأرباح وفق آليات تسمح بتقسيمها حسب الحصص السوقية بحيث تقوم بتعزيز ميزان التنافس بين الفرق على الميدان وفق أساس أو مبدأ تنافسي رياضي، بعيداً عن المنافسة الاقتصادية التي تؤثر لاشك على الجانب الرياضي المحض والأهداف السامية للنشاط الرياضي بصفة عامة. ففي النهاية أدى اعتماد تلك الآليات إلى عوامة النظام الرياضي الاقتصادي وفق نظام يكفل مصالح مختلف الجهات والأطراف الفاعلة، سواء محترفين أو هواة، وحتى مجرد متابعين لمختلف النشاطات الرياضية.

قائمة المراجع:

أولاً – باللغة العربية:

1. الكتب:

1. تيريس عوديشو، هادي عبد الله، الحوكمة الرياضية المبادئ والتطبيق، الأكاديمية الأولمبية العراقية، طبعة أولى، بدون سنة نشر.

2. محمد صبحي حسنين، عمرو أحمد جبر، اقتصاديات الرياضة (الرعاية والتسويق والتمويل)، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، الطبعة الأولى، 2013.

ثانياً – باللغة الأجنبية:

3. T. Christopher Greenwell, Leigh Ann Danzey-Bussell; Managing Sport Events; Publisher: Human Kinetics; first edition (August 2, 2013),
4. Dr Geoff Walters Birkbeck, Bidding for Major Sporting Events: Key Issues and Challenges faced by Sports Governing Bodies in the UK, Birkbeck Sport Business Centre, Research Paper Series, University of London Volume 1, N 1, September 2008.

ثالثاً – مواقع الكترونية:

1. Stark, Jayson (November 22, 2011), retrieved 02/01/2017 from: http://www.espn.com/mlb/story/_/id/7270203/baseball-new-labor-deal-truly-historic-one.
2. Collective Bargaining Agreement, Retrieved: 04/01/2016 from: <https://nflpaweb.blob.core.windows.net/media/Default/PDFs/2011%20CBA%20Updated%20with%20Side%20Letters%20thru%2015-15.pdf>
3. http://www.baseball-reference.com/bullpen/reserve_clause; retrieved: 02/01/2017.
4. <http://amog.com/sports/101341-professional-sports-disputes>, retrieved: 02/01/2017.
5. Florance, Andrew, Journal of Real Estate Management, Retrieved 18/11/2016 from: <http://www.costar.com/webimages/PressRelease/2011/>
6. T. C. M. Asser Instituut, The Hague, Netherlands; In cooperation with Edge Hill College, Lancaster University, United Kingdom; and, Sport2B Netherlands; WORKING PAPER, PROFESSIONAL SPORT IN THE INTERNAL MARKET, Brussels, European Parliament, 2005. Retrieved 31/12/2016 from: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2005/358378/IPOL-IMCO_ET\(2005\)358378_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2005/358378/IPOL-IMCO_ET(2005)358378_EN.pdf).

الحوكمة و دورها في تحسين الأداء التنافسي للمؤسسات الاقتصادية

أ. دداش أمنة، طالبة دكتوراة.

جامعة سعيدة .

د. بوزيان عثمان، أستاذ محاضر قسم - أ -

جامعة سعيدة.

ملخص :

ظهرت الحاجة إلى الحوكمة في العديد من الاقتصاديات المتقدمة والناشئة خلال العقود القليلة الماضية ، على اثر الانهيارات الاقتصادية و الأزمات المالية التي مست العديد من دول العالم على غرار دول شرق آسيا و أمريكا اللاتينية ، وكذلك ما شهده الاقتصاد الأمريكي مؤخرا من انهيارات مالية و محاسبية خلال عام 2002 ، ويرجع تزايد اهمية الحوكمة لكونها تحكم الرقابة على ادارات المؤسسات بما يحسن ادائها وممارساتها ، في ظل التزايد المستمر و المتنامي للمنافسة . وتأتي الدراسة الحالية الى تبيان دور الحوكمة في تحسين الاداء التنافسي بمؤشراته (الجودة ، الانتاجية ، الربحية ، التحكم في التكاليف و الحصة السوقية) في المؤسسات الاقتصادية . وخلصت الدراسة الى اهمية الدور الذي تلعبه الحوكمة في رفع كفاءة الاداء التنافسي في ظل التغيرات البيئية و اشتداد التنافس بين المؤسسات .

الكلمات المفتاحية : حوكمة المؤسسات ، الأداء التنافسي ، الكفاءة و الفعالية ، المؤسسات الاقتصادية .

Abstract :

The need emerged to governance in many developed and emerging economies over the past few decades, after the landslides economic and financial crises that affected many countries of the world like the countries of East Asia and Latin America, as well as the economy of recent U.S. of landslides in the financial and accounting during 2002 , Because of the growing importance of governance as the control of the departments of the institutions to improve their performance and practices, in the light of the continued growth and growing competition, is the current study to identify the role of governance in improving the competitive performance indicators (quality, productivity, profitability, control costs and market share) in

economic institutions. The study concluded to the importance of the role played by governance in raising the efficiency of competitive performance under the environmental changes and the intensification of the competition between the institutions.

Keywords : Corporate governance institutions, competitive performance, efficiency and effectiveness, and economic institutions.

مقدمة :

أدت الحوادث التي وقعت خلال العقدین الأخيرین من القرن الماضي إلى إعطاء الأولوية للموضوعات المتعلقة بالحوكمة المؤسسية المتمثلة بالفضائح المالية التي أصابت عددا كبيرا من الشركات العالمية بصف عامة و الأمريكية بصفة خاصة ، فضلا عن شركتي ENRON AND WORLD COM التي أعلنت عن إفلاسها لأسباب متعددة منها الغش و الأخطاء المحاسبية وتبدي أخلاق المهنة و الفساد المالي و الإداري و ضعف الرقابة على المؤسسات ، و غير ذلك من الأسباب التي أدت إلى ضرورة وضع مجموعة من المعايير و القوانين التي تحكم بالعلاقات المهنية ، و مبادئ كفيلة بحماية حقوق الأطراف المعنية (المساهمين ،الموردين ،الدائنين ،المستثمرين ،العاملين و المجتمع بصفة عامة)، كل ذلك ابرز تحديد نطاق مفهوم الحوكمة و وضع قواعدها .

تعمل حوكمة المؤسسات على تحسين كفاءة استخدام الموارد و تعظيم قيمة المؤسسة و تدعيم قدرتها التنافسية في الأسواق ، مما يمكنها من جذب مصادر تمويل محلية و دولية للتوسع و النمو مما يجعلها قادرة على خلق فرص عمل جديدة مع الحرص على تدعيم استقرارها الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق الكفاءة و الفعالية في أداؤها لزيادة حصتها السوقية.

وعليه نطرح الإشكالية التالية : كيف يمكن أن تساهم الحوكمة في تحسين الأداء التنافسي للمؤسسة ؟

لذلك سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية أن نستعرض مفهوم الحوكمة و دورها في تفعيل و تحسين الأداء التنافسي للمؤسسات من خلال المحاور التالية :

المحور الأول : الأسس النظرية للحوكمة.

المحور الثاني : الأداء التنافسي للمؤسسة.

المحور الثالث : حوكمة المؤسسات و دورها في تحسين الأداء التنافسي للمؤسسات الاقتصادية .

❖ المحور الأول : الأسس النظرية للحوكمة.

1- مفهوم حوكمة الشركات: corporate governance concept

يعد مصطلح الحوكمة هو الترجمة المختصرة التي راجت للمصطلح corporate governance أما الترجمة العلمية لهذا المصطلح ، والتي اتفق عليها ، فهي " أسلوب ممارسة سلطات الإدارة الرشيدة¹ ". (انس القضاء ، ص 8)

في عام 1999 م عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OCDE الحوكمة على أنها : ذلك النظام الذي يتم من خلاله توجيه وإدارة شركات الأعمال ، ويحدد هيكل الحوكمة الحقوق والمسؤوليات بين مختلف الأطراف ذات الصلة بنشاط الشركة ، كذلك يحدد الهيكل الذي يتم من خلاله وضع أهداف الشركة ووسائل تحقيقها ووسائل الرقابة عليها². (سليمان ناصر ، بن زيد ربيعة، ص 22)

على الرغم من الاستعمال الحديث لهذا المصطلح ، إلا أن ظهوره يعود لزمن بعيد ، فالأساس النظري والتاريخي لحوكمة الشركات يرجع أولاً لنظرية الوكالة التي يعود ظهورها أولاً للأمريكيين بيرلز وميتر سنة 1932 ، الذين لاحظوا أن هناك فصل بين ملكية رأس المال الشركة وعملية الرقابة والإشراف داخل الشركات المسيرة ، هذا الفصل الذي كانت له آثار على مستوى أداء الشركة³. (عبد الرزاق بن الزاوي ، إيمان نعمون ، ص 7)

لقد نشأت نظرية الوكالة كمحاولة لحل مشكلة تعارض المصالح ، وذلك من خلال نظرتها الى المؤسسة على أنها سلسلة من العقود أو التعاقدات الاختيارية بين الأطراف المختلفة في المؤسسة ، من شأنها الحد من سلوك الإدارة بتفضيل مصالحها الشخصية على مصالح الأطراف الأخرى⁴. (زربي عمار ، ص 186)

2- خصائص حوكمة الشركات : يشير مصطلح حوكمة الشركات إلى الخصائص التالية:

الانضباط : أي إتباع السلوك الأخلاقي المناسب والصحيح.

الشفافية : أي تقديم صورة حقيقية لكل ما يحدث .

الاستقلالية : أي لا توجد تأثيرات وضغوطات غير لازمة للعمل.

المساءلة : أي إمكانية تقييم وتقدير أعمال مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية.

المسؤولية : أي وجود مسؤولية أمام جميع الأطراف ذوي المصلحة في الشركة.

العدالة :أي يجب احترام حقوق مختلف المجموعات أصحاب المصلحة في الشركة .
المسؤولية الاجتماعية :أي النظر إلى الشركة كمواطن جيد⁵. (عبد الرزاق بن الزاوي ، ايمان نعمون، ص 9)

3- **محددات الحوكمة**: تجدر الإشارة إلى أن هناك اتفاق على أن التطبيق الجيد لحوكمة الشركات من عدمه يتوقف على مدى توافر و كذا مستوى جودة مجموعتين من المحددات (المحددات الخارجية والمحددات الداخلية).

أ - **المحددات الداخلية**: وتشير إلى القواعد والأسس التي تحدد كيفية اتخاذ القرارات وتوزيع السلطات داخل الشركة بين الجمعية العامة ومجلس الإدارة والمديرين التنفيذيين ، والتي يؤدي توافرها من ناحية وتطبيقها من ناحية أخرى إلى تقليل التعارض بين مصالح هذه الأطراف الثلاثة ، وتكون داخل الشركات نفسها وتشمل:

-آلية توزيع السلطات داخل الشركة.

-الآلية والقواعد والأسس المنظمة لكيفية اتخاذ القرارات الأساسية في الشركة.

-العلاقة الهيكلية بين الجمعية العمومية للشركة ومجلس إدارتها والمديرين التنفيذيين ووضع الآلية المناسبة لهذه العلاقة مما يخفف من التعارض بين مصالح هذه الأطراف الثلاثة وصولاً لتكامل هذه المصالح.

ب - **المحددات الخارجية**: وتشير إلى المناخ العام للاستثمار في الدولة والذي يشمل: القوانين العامة المنظمة للنشاط الاقتصادي عموماً ، المناخ العام للاستثمار في الدولة ، كفاءة القطاع المالي من بنوك وشركات تأمين وأسواق مالية ذات الأثر على التمويل ، مستوى التنافس في أسواق عناصر الإنتاج والسلع والخدمات اللازمة للشركات لممارسة نشاطاتها الإنتاجية ، وجود وكفاءة ومقدرة الأجهزة الرقابية ، مثل وجود هيئة أسواق المال ومدى قدرتها في الرقابة على أعمال الشركات ، خاصة الشركات المدرجة في أسواق المال ، وجود جمعيات مهنية ذات صلة ، مثل جمعية المحامين والمحاسبين ومكاتب المراجعة والتصنيف الائتماني والاستشارات⁶. (ودان عبد الله ، معطي لبني ، ص 105)

4- أهداف الحوكمة:

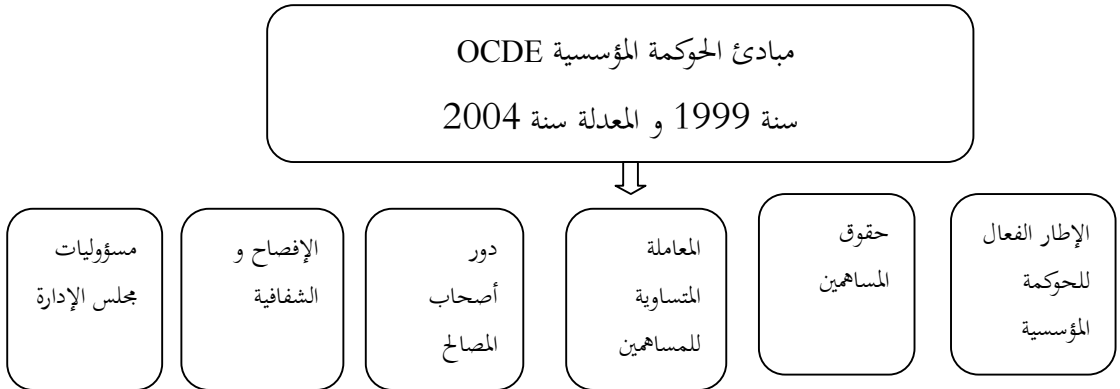
تسعى الحوكمة من خلال أهدافها إلى تحقيق رفع كفاءة أداء المؤسسات ، ووضع الأنظمة الكفيلة بتخفيف أو تقليل الغش وتضارب المصالح ، والتصرفات غير المقبولة ، ووضع أنظمة للرقابة على أداء تلك المؤسسات .ووضع هيكل يحدد توزيع كافة الحقوق والمسؤوليات ، وتحديد القواعد والإجراءات والمخططات المتعلقة بسير العمل داخل المؤسسة .ويمكن إجمال الأهداف التي يمكن تحقيقها نتيجة تطبيق نظم الحوكمة بما يأتي :

- تحقيق الشفافية والعدالة ومنح الحق في مساءلة إدارة المؤسسة للجهات المعنية.
- تحقيق الحماية اللازمة للملكية العامة مع مراعاة مصالح المتعاملين مع مؤسسات الدولة المختلفة، والحد من استغلال السلطة في تفضيل المصلحة العامة.
- تحقيق فرصة مراجعة الأداء من خارج أعضاء الإدارة التنفيذية تكون لها مهمات واختصاصات وصلاحيات تحقيق لرقابة فعالة ومستقلة.
- زيادة الثقة في إدارة الاقتصاد القومي بما يسهم في رفع معدلات الاستثمار وتحقيق معدلات نمو مرتفعة في الدخل القومي⁷. (بومدين يوسف ، ص 119)

5- مبادئ الحوكمة المؤسسية : CORPORATE GOVERNANCE PRINCIPLES

وضعت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية مبادئ عامة ، للحوكمة وهي⁸ :

الشكل رقم (01) : مبادئ الحوكمة المؤسسية



المصدر : علاء فرحان طالب ،الحوكمة المؤسسية و الأداء المالي الاستراتيجي للمصارف ، ط1 - 2011

،دار صفاء للنشر و التوزيع.

❖ المحور الثاني : الأداء التنافسي للمؤسسة.

1- مفهوم الاداء performance concept

ان الاختلاف حول مفهوم الاداء ينبع من اختلاف المعايير و المقاييس التي تعتمد في دراسة الاداء و قياسه و التي يستخدمها المدراء و المنظمات ، فالأداء في أبسط صوره يمثل : " النتائج المرغوبة التي تسعى المنظمة الى تحقيقها " ⁹. (خالد محمد بني حمدان ، ص 383)

- ويستند كل من Miller et Bromily منطلقات النظرة المستندة للموارد في تعريفهم الاداء ، و يعدان ان الاداء هو محصلة قدرة المنظمة في استغلال مواردها و توجيهها نحو تحقيق الاهداف المنشودة فالأداء هو "انعكاس لكيفية استخدام المؤسسة للموارد المالية والبشرية واستغلالها بكفاءة و فعالية ، بصورة تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها " ¹⁰. " (هو من شرف الدين ، ص 85) ويحدد الاداء من حيث النواتج و تحقيق الاهداف الكمية ¹¹. (Michel Armstrong, p7)
- كما تجدر الإشارة إلى أن مفهوم الأداء يقتزن بمصطلحين هامين في التسيير ، هما الكفاءة والفعالية، فالأداء هو محاولة تحقيق المؤسسة الاهداف المنتظرة مع تخفيض الموارد المستخدمة لتحقيق تلك الاهداف و يشمل مفهومى الفعالية و الكفاءة ¹². (حاج الله الشريف ، ص 106)

أ. الكفاءة Efficiency :

- الكفاءة تعني القدرة على تدنية الفاقد في الموارد المتاحة للمؤسسة ، وذلك من خلال استخدام الموارد بالقدر المناسب ، وفق معايير محددة للجدولة والجودة والتكلفة .فهي تشير إلى العلاقة بين الموارد والنتائج ، وترتبط بمسألة ما هو مقدار المدخلات من الموارد اللازمة لتحقيق مستوى معين من المخرجات أو الهدف المنشود ؛ بمعنى تحقيق أعلى منفعة مقابل التكاليف.

ب. الفعالية EFFECTIVENESS :

- وتتمثل في القدرة على تحقيق أهداف المؤسسة من خلال تحسن أداء الأنشطة المناسبة ؛ بمعنى آخر هل يحسن العاملون أداء ما يجب أن يؤدي لتحقيق الأهداف ، أم أن هناك أنشطة تؤدي دون مبرر.

- ويمكن القول بأن الفعالية هي قدرة المؤسسة على تأسيس الموارد المتاحة واستخدامها لتحقيق أهداف محددة ، بمعنى مدى الوصول إلى الأهداف. ¹³ (علاء فرحان ، ص 63).

2- قياس الأداء :

منذ أكثر من قرن ، كتب " لورد كيلفين "قائلا" :عندما يكون بإمكانك قياس ما تتحدث عنه وتعبّر عنه في صورة أعداد وأرقام ، فإن ذلك يعني أنك تعرف شيئا عنه ، ولكنك عندما تعجز عن قياسه أو التعبير عنه في صورة عددية ، يكون معنى ذلك أن معرفتك به ضئيلة أو غير مرضية." كما يضيف " جينز "بأن" :ما يتم إخضاعه للقياس بالطريقة السليمة ، يزداد احتمال أدائه بطريقة سليمة."

إن قياس الأداء هو الوسيلة الصحيحة التي بواسطتها تحدد من خلال جميع العوامل المؤثرة في التقدم نحو الهدف بحيث يكون قياسا شاملا لجميع أبعاد الأداء. والجدول التالي يوضح المقاييس الأكثر إستعمالا لقياس الأداء.

الجدول رقم (03) : المقاييس الأكثر إستعمالا لقياس الأداء

المقياس	يقيس	التعبير عنه بالوحدات
الكفاءة	قدرة المؤسسة على أداء مهامها	المدخلات الفعلية إزاء المدخلات المخططة
الفاعلية	قدرة المؤسسة على التخطيط لمخرجات العملية	المخرجات الفعلية إزاء المخرجات المخططة
الجودة	مسالة انجاز وحدة العمل بشكل صحيح ،وان تدابير الصحة هنا تتجدد حسب احتياجات العملاء.	عدد الوحدات المنتجة بشكل صحيح إزاء إجمالي عدد الوحدات المنتجة.
التوقيت	مسالة انجاز وحدة العمل في التوقيت المحدد ،وان معايير التوقيت تحدد حسب احتياجات العملاء .	عدد الوحدات المنتجة في الوقت المحدد إزاء إجمالي عدد الوحدات المنتجة
الإنتاجية	حجم الموارد التي تستخدم لإنتاج وحدة العمل	المخرجات إزاء المدخلات.

المصدر : هومن شرف الدين ، دور الإدارة بالعمليات في تحسين الأداء للمؤسسة الاقتصادية - دراسة

حالة مؤسسة نقاوس للمصبرات باتنة - مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التسيير 2012/2011

3- مفهوم التنافسية

يبقى مفهوم التنافسية غير موضح بشكل دقيق ، فهو محصلة لمجموعة من القوى الداخلية و الخارجية التي تحدد خصائص نشاط المؤسسة و قدرتها التنافسية ، ورغم ذلك اجتهد بعض المفكرين المختصين في مجال الأعمال التجارية و الاقتصادية و إدارة الأعمال بتقديم بعض التعاريف المتعلقة بمفهوم التنافسية من أهمها : " التنافسية هي القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من ربحية و نمو و استقرار و توسع وابتكار جديد ."

كما يعبر على التنافسية بالمعنى الضيق بان تكون المؤسسة تنافسية إذا استطاعت السيطرة على الحيز الذي تنشط فيه ، من خلال تركيزها على تحسين صورتها في السوق و زيادة قدرتها على المنافسة ، كما تعتبر المؤسسة تنافسية عندما تكون قادرة على تحقيق أهدافها بالصمود أمام عناصر البيئة التنافسية بصفة دائمة و مستمرة ، خاصة بالنسبة للشركات الرائدة فهي تسعى للحفاظ على ريادتها و مركزها في السوق بالعمل على تحقيق التوقع ، من خلال التتبع المستمر لكل متغيرات السوق و البيئة التنافسية وقد ركزت بعض تعاريف التنافسية على التكلفة ، وهو الشعار الذي رفعته B.C.G : " باعتبار أن المؤسسة التنافسية هي التي لديها التكاليف الأقل " ، إلا أن هذا لم يعد كافيا للتفوق على المنافسين وهذا ما يجعل المؤسسات تبحث عن أنجع السبل و الوسائل التي تسمح لها بتحسين أدائها و تنافسيتها ، للحفاظ على بقائها في السوق مع الأقوياء¹⁴ . (عامر عامر احمد ، ص 4)

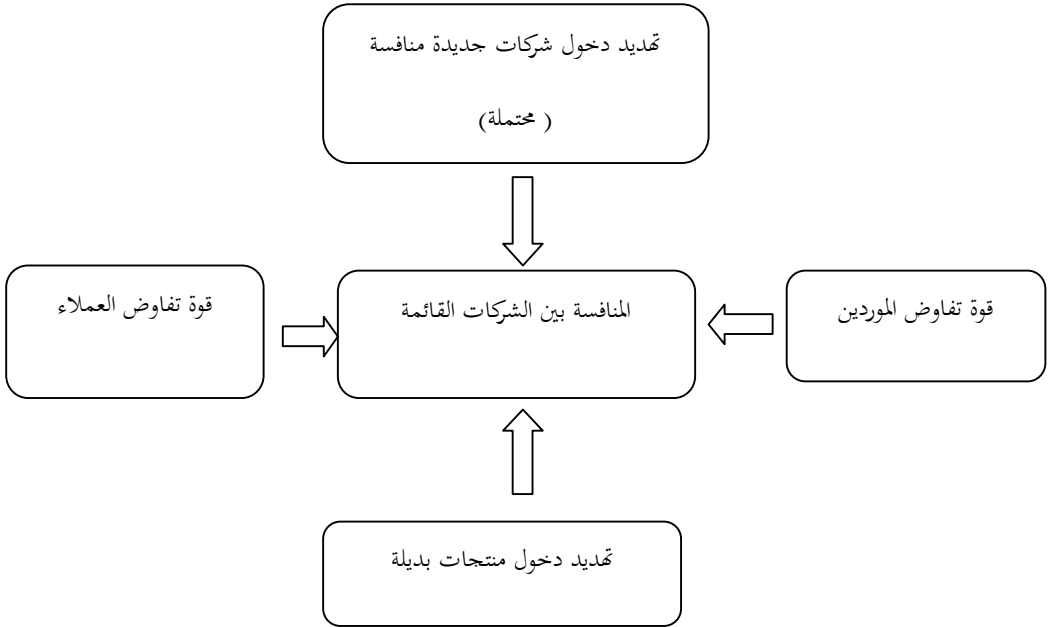
4- القوى التنافسية لنموذج porter

تقوم المؤسسة بنشاط رئيسي متمثل في سبب وجودها و أنشطة ثانوية مكملة للرئيسية ، حيث تتعرض جميع المؤسسات بدرجات متفاوتة لتأثير متغيرات او عوامل البيئة الخارجية و الداخلية. وفي هذا الصدد قدم Porter نموذج القوى الخمسة للتنافس او ما يسمى ايضا بمحددات الربحية في الصناعة.

ويؤكد Porter بان المؤسسات ينبغي ان تركز اهتمامها و انشطتها على القوى التنافسية ، ودرجة شدة التنافس في الصناعة ، و تتوقف درجة المنافسة على القوى الخمسة ، ويستلزم على المنظمة تحديد و تحليل هذه القوى الخمسة و درجة تأثيرها على المؤسسة.

و يشير Porter الى ان ازدياد قوة كل من هذه القوى ، تؤدي الى تقليل قدرة المؤسسة على رفع اسعارها و تحقيق ارباح عالية. اي ان التهديد يزداد بازدياد قوة هذه القوى ، في حين تتوفر الفرص عندما تنخفض قوة التأثير لهذه القوى الخمسة على المنظمة.¹⁵ (هاني عرب ، ص 26)

الشكل رقم (02) : نموذج القوى التنافس الخمسة ل Porter



المصدر : هلاي الوليد ، الاسس العامة لبناء المزايا التنافسية و دورها في خلق القيمة ، دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال mobilis ، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، جامعة المسيلة ، 2009/2008 ، ص 18.

يركز هذا النموذج على العوامل الخمسة التي تشكل اسس المنافسة داخل قطاع معين ، كما يوضح هذا النموذج انه كلما زادت قوة عامل من هذه العوامل كلما تقلصت بدرجة اكبر قوة الشركات القائمة على رفع الاسعار وتحقيق الارباح ، ويمكن هذا التحليل المؤسسة من السيطرة على التعقيدات التي يتسم بها المحيط وكذا التعرف على العوامل الحاكمة للمنافسة في القطاع ، ويوجه الطاقة الابداعية للمديرين نحو ما هو اهم من اجل ضمان الربحية على المدى الطويل.¹⁶ (هلاي الوليد ، ص 18)

وعليه نستخلص ان الاداء التنافسي يتمثل في النتائج المرغوبة التي تسعى المؤسسة الى تحقيقها بالصمود امام عناصر البيئة التنافسية بصفة دائمة و مستمرة ، فهو يعتمد على زيادة الارباح و تخفيض التكاليف بإنتاج منتجات بجودة عالية و اسعار مقبولة مقارنة بالمنافسين.

5- مؤشرات الاداء التنافسي

ان جوهر التنافسية واحد هو تحقيق الربح لكن أشكالها ومؤشراتها تكون من خلال مستوى التحليل سواء أكان مشروعا أم قطاعا أم على المستوى الكلي حيث يمكن قياس تنافسية الشركة من خلال عدة مؤشرات أهمها ، الربحية ومعدلات نموها عبر فترة من الزمن.¹⁷

ومن مؤشرات الاداء التنافسي :الجودة (Quality) ، الانتاجية Productivity ، الربحية ، التحكم في التكاليف ، الحصة السوقية .

أ. الجودة :

ظهر مفهوم الجودة و تحسينها لأول مرة في اليابان ، وذلك في بداية القرن 20 ثم انتشر بعد ذلك في شمال امريكا ودول اوروبا الغربية الى ان اصبح موضوع العصر ، ويرجع مفهوم الجودة Quality الى الكلمة اللاتينية Qualities ، ويستخدم مصطلح الجودة للدلالة على ان المنتج جيد . وتعتبر الجودة سلاح استراتيجي بالنسبة للمؤسسة وذلك لأنها تحقق ميزة تنافسية في مجال نشاطها و لمعرفة المقصود بالجودة يمكن تسليط الضوء على بعض المفاهيم المتعلقة بها.¹⁸ (بوعنان نور الدين . ص 2)

فقد عرفت : " ان الجودة هي عبارة عن مجموع الخصائص في المنتج والتي تضفي عليه القدرة على اشباع رغبات المستهلك " ¹⁹ (مسعود طحطوح ، ص 47)

ب. الانتاجية :

بالرغم من الاختلاف في وجهات النظر بشأن الانتاجية إلا انه يمكن تحديدها بمفهومها الواسع بأنها تعني المعيار الذي يمكن من خلاله قياس حسن استغلال الموارد الانتاجية ، وفي ضوء ذلك يمكن تحديد و تقييم درجة الاستفادة من توجيه الموارد وصولا الى النتائج المستهدفة. وقد عرفت

الانتاجية بأنها نسبة الناتج النهائي الى العناصر الداخلة في تكوينه ، كما انها تعرف بأنها نسبة المدخلات الى المخرجات او انها نسبة او كمية او قيمة المنتجات الى الموارد المستخدمة فيها سواء القوى البشرية ، او المكائن و المعدات او المادة الاولى²⁰. (خضير كامل حمود ، هایل يعقوب فاخوري ، ص 44)

ج. **الربحية** : عرفت الربحية على انها مفهوم عام يطلق على كل نشاط مفيد و بالتالي ينسجم عن هذا النشاط ربحا معينا²¹ (فاطمة جاسم محمد ، ص 92) ، وهي قدرة الشركة على تحقيق ارباح بشكل مستمر²². (نادية تاهمي ، ص 62)

د. التحكم في التكاليف :

يعد تخفيض التكاليف على كاهل المنظمة عنصرا هاما في تحسين مردوديتها ، كما يعطيها القدرة على تنافسية عالية الاداء اتجاه منافسيها وتعتمد في ذلك على عدة وسائل منها : DPP (النظام المحيطي لعمليات التوزيع) وسيلة مراقبة بالغة الاهمية²³ (فيصل سايعي ، ص 96) ، فالمؤسسة تستعمل كآلية عمل بإعطاء الاولوية للحصول على مواد اقل تكلفة من التي يحصل عليها المنافسون²⁴. (فيصل سايعي ، ص 103)

هـ. الحصة السوقية :

تمثل الحصة السوقية احد اهم المؤشرات لقياس فعالية الميزة التنافسية و الربحية لأي مؤسسة اقتصادية، لذلك فان استخدامها مقياسا للأداء يعد من المقاييس الجيدة والتي تتضح على المحور الافقي للمصفوفة ، وهي تعبر على الحصة السوقية النسبية لكل مجال نشاط استراتيجي قياسا بأكبر المنافسين في السوق ، والتي تعبر بذات الوقت عن قوة المؤسسة في تلك السوق او اجزائه المستهدفة²⁵. (عمر تيمم جدين ، ص 33)

فإذا كان المنتج او النشاط او الاستثمار يتمتع بحصة سوقية كبيرة فان المؤسسة تستطيع ان تحقق تدفقا تقديريا جيدا من ورائه ، ثم تستخدم ذلك التدفق في تعزيز و تدعيم أنشطة جديدة تنطوي على احتمالات نمو جيدة²⁶. (نوري منير ، ص 82)

❖ المحور الثالث : حوكمة المؤسسات و دورها في تحسين الأداء التنافسي للمؤسسات الاقتصادية

يتفق الكثير من الباحثين والمهتمين على أهمية الحوكمة وما تمثله من دفع لعجلة التنمية ورفع مستوى الأداء وتخفيض درجة المخاطرة المتعلقة بالفساد الإداري والمالي على مستوى المؤسسات والدول على حد سواء ، فبإتباع مبادئ الحوكمة و بضرورة الإفصاح عن المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب يساعد المؤسسة على اتخاذ القرار الصحيح لزيادة تنافسيتها في السوق و يساعد على الاحتفاظ بالوضعية الجيدة للأداء التنافسي من اجل خلق ميزة تنافسية تمكنها من مواجهة المنافسين في السوق ، و هو ما تسعى إليه المؤسسة باكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين ، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا و بمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع .

ان بقاء المؤسسات في السوق مرهون بمدى كفاءة و فعالية أدائها التنافسي ، وهذا يتوقف على صياغة الاستراتيجيات التي تمكنها من مواجهة المنافسة الشرسة في الأسواق المحلية و الدولية ، إلى جانب التحليل الاستراتيجي لعوامل البيئة الداخلية في تحديد نقاط القوة و الضعف ، وتشخيص مدى التغير الحاصل في البيئة الخارجية و تحديد الفرص و التهديدات، حيث يمكن معرفة موقع المؤسسة من التنافسية و ذلك بالاستناد إلى الثنائية فعالية - إنتاجية و كذا من خلال مقارنة أداء المؤسسة في السوق بأداء منافسيها ، وهكذا نجد أن الأداء هو المؤشر الأساسي الذي يتحكم في القدرة التنافسية للمؤسسة،

تسعى أبحاث (porter) إلى إيجاد تفسير لنجاح بعض المؤسسات في تحقيق ميزة تنافسية بمنتجاتها و فشل البعض الآخر ، حيث يمكن معرفة نسبيا موقع المؤسسة في البيئة التنافسية من خلال مقارنة أداء المؤسسة في السوق بأداء منافسيها ، ونقول أن المؤسسة ذات أداء فعال ، إذا تمكنت من تحقيق الأهداف المسطرة لها في إستراتيجيتها .

فالأداء هو عبارة عن استغلال القدرات الموجودة و التي تساعد على الاحتفاظ على الوضعية الجيدة ، مع تطوير أنواع جديدة من الميزات التنافسية عبر خلق أو بناء قواعد جديدة في المجال التنافسي للمستقبل ، فالأداء التنافسي يعتمد بالدرجة الأولى على التحليل الاستراتيجي للمجال التنافسي.²⁷ (بن دادة خير الدين ،ص 35)

إن التطبيق السليم لمبادئ حوكمة الشركات يشكل المدخل الفعال لتحقيق جودة المعلومات الناتجة عنه فتطبيق هذه المبادئ يؤثر على درجة ومستوى الإفصاح المحاسبي مما يؤكد على أن الإفصاح والشفافية وظاهرة حوكمة الشركات وجهان لعملة واحدة يؤثر كل منهما بالآخر ويتأثر به، فإذا كان الإفصاح هو أحد وأهم مبادئ الحوكمة فإن إطار الإجراءات الحاكمة للشركات يجب أن يتم الإفصاح بأسلوب يتفق ومعايير الجودة.²⁸ (محمد ياسين غادر ، ص 13)

و للحوكمة دور كبير في تعزيز الاداء التنافسي من خلال عدة طرق و اساليب اهمها :

- التأكيد على الشفافية في معاملات الشركة ، وفي اجراء المحاسبة و المراجعة المالية ، اذ ان الحوكمة تقف في مواجهة احد طرفي علاقة الفساد الذي يؤدي الى استنزاف موارد الشركة وتآكل قدرتها التنافسية و بالتالي انصراف المستثمرين عنها .
- اجراءات حوكمة الشركات تؤدي الى تحسين ادارة الشركة ، مما يساعد على جذب الاستثمارات بشروط جيدة وعلى تحسين كفاءة اداء الشركة .
- تبني معايير الشفافية في التعامل مع المستثمرين و مع المقرضين من الممكن ان يساعد على تفادي حدوث الازمات المصرفية .
- ان تطبيق حوكمة الشركات يقوي ثقة الجمهور في عملية الخصخصة ويساعد على ضمان تحقيق المؤسسة لأفضل عائد على استثماراتها ، وهذا بدوره يعزز من القدرة التنافسية²⁹ .(مركز المشروعات الدولية الخاصة ، 2011 ، دليل تأسيس حوكمة الشركات في الاسواق الصاعدة).

خاتمة:

يرجع تزايد أهمية الحوكمة لكونها احدث توجه عالمي لإحكام الرقابة على إدارات الشركات لمنعها من إساءة استعمال سلطاتها ، وحثها على حماية حقوق المساهمين و غيرهم من أصحاب المصالح ، و تحسين أدائها و ممارساتها المحاسبية وتوفير الشفافية في التقارير المالية و غير المالية الصادرة عنها. تواجه المؤسسات عددا من التحديات و التغيرات و التطورات العالمية ، ومع التزايد المستمر و المتنامي للمنافسة و أمام ظهور اقتصاد عالمي يستند في أساسه إلى التنافس القائم على التميز واعتمادها على اقتصاد المعرفة ، أصبح لزاما على المؤسسات ذات الجودة و الكفاءة و الفعالية في أداء أعمالها و حدها القدرة على البقاء في الأسواق ، ، و مما تم عرضه يمكن استنتاج ما يلي:

- أصبح من الضروري على المؤسسات التي تريد البقاء أن تبحث عن إستراتيجية تنافسية تؤهلها لمواجهة المنافسة بشكل أحسن.
- إن استمرارية فعالية أداء المؤسسة مرهون بمدى توفر عوامل استمرارية الأداء الاستراتيجي.
- ضرورة الإفصاح و الشفافية عن المعلومات الموجودة بالمنظمة لصالح المساهمين حتى تحقق المؤسسة اداء تنافسيا متميزا.
- يجب إعادة النظر في الهياكل التنظيمية للمؤسسات الاقتصادية.
- ضرورة إعطاء عملية الحوكمة الاهتمام الأكبر للمحافظة على المؤسسة الاقتصادية و بقائها و استمرار نشاطها الاقتصادي ، و العمل بصورة متناسقة بين جميع الجهات ذات العلاقة.
- تكون المؤسسة تنافسية إذا كانت لها استراتيجية تنافسية تجعلها قادرة على الصمود أمام المنافسين و تمكنها من السيطرة على الحيز الذي تنشط فيه.
- على المؤسسة تسخير مواردها و استغلالها افضل استغلال و ذلك بتطبيق مبادئ الحوكمة بالإفصاح و الشفافية عن المعلومات.
- تؤدي الحوكمة المؤسسية الى توجيه و تحسين اداء المؤسسة.
- ضرورة الالتزام بقواعد الحوكمة التي توجه سلوك المؤسسة و تحكم العلاقة بين كل الاطراف المشاركة في النشاط بالشكل الذي يحقق التفاعل بين تلك الاطراف و بما يؤدي الى تحسين الاداء و نزاهة السلوكيات و الحد من الممارسات الخاطئة فضلا عن استغلال الموارد بكفاءة و فاعلية من اجل تحقيق اهداف المؤسسة.

قائمة الهوامش والمراجع :

- ¹ انس قضاه ، " إمكانية تطبيق الحوكمة لزيادة الشفافية والإفصاح في القوائم المالية دراسة تحليلية وصفية :البنوك الأردنية " ، ورقة بحث مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثامن حول: دور الحوكمة في تفعيل أداء المؤسسات والاقتصاديات كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف-الجزائر ، 19 و 20 نوفمبر 2013 ، ص 8.
- ² سليمان ناصر ، بن زيد ربيعة، " دور الحوكمة في إدارة مخاطر الصكوك الإسلامية " ، ورقة بحث مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثامن حول: دور الحوكمة في تفعيل أداء المؤسسات والاقتصاديات كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف-الجزائر ، 19 و 20 نوفمبر 2013 ، ص 22 .
- ³ عبد الرزاق بن الزاوي ، إيمان نعمون ، " ارساء مبادئ الحوكمة في شركات التأمين التعاوني " ، ورقة بحث مقدمة إلى المؤتمر الوطني حول : حوكمة الشركات كآلية للحد من الفساد المالي و الاداري ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 06 و 07 ماي 2012 ، ص 7 .
- ⁴ زرني عمار ، " التعهيد بادارة الصيانة كاختيار استراتيجي للمؤسسة الصناعية، مدخل لتحسين الإنتاجية. دراسة حالة : المركب المنجمي للفسفاط - جبل العنق -بئر العاتر" ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقة ، 2011-2012 ، ص 186.
- ⁵ عبد الرزاق بن الزاوي ، إيمان نعمون ، مرجع سبق ذكره ، ص 9 .
- ⁶ ودان عبد الله ، معطي لبني ، " حوكمة البنوك الاسلامية ودورها في مواجهة الازمات المالية " ، ورقة بحث مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثامن حول: دور الحوكمة في تفعيل أداء المؤسسات والاقتصاديات كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف-الجزائر ، 19 و 20 نوفمبر 2013 ، ص 105 .
- ⁷ بومدين يوسف ، " اخلاقيات الاعمال و ارتباطها بالممارسات السليمة للحوكمة في منظمات الاعمال المعاصرة من منظور اداري و اسلامي " ، ورقة بحث مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثامن حول: دور الحوكمة في تفعيل أداء المؤسسات والاقتصاديات كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف-الجزائر ، 19 و 20 نوفمبر 2013 ، ص 119.

⁸ علاء فرحان طالب ، الحوكمة المؤسسية و الاداء المالي الاستراتيجي للمصارف ، ط1 - 2011 ، دار صفاء للنشر و التوزيع.

⁹ خالد محمد بني حمدان ، الاستراتيجية و التخطيط الاستراتيجي ، الطبعة العربية ، عمان ، الاردن ، 2007 ، ص 383.

¹⁰ هومن شرف الدين ، دور الإدارة بالعمليات في تحسين الأداء للمؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة مؤسسة نقاوس للمصبرات باتنة - مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التسيير 2012/2011 ، 85.

¹¹ Michel armstrong , performance management , kogan page , london and philadelphia , 2006 , p7 .

¹² حاب الله الشريف ، " دور التكاليف المعيارية في تحسين اداء المؤسسة الاقتصادية " ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2008-2009 ، ص 106.

¹³ علاء فرحان طالب ، مرجع سبق ذكره ، ص 63

¹⁴ عامر عامر احمد ، جميلة احسن ، التسيير الاستراتيجي و صياغة الاستراتيجيات التنافسية ، الملتقى الدولي الرابع حول : المنافسة و الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ، ص 4.

¹⁵ هاني عرب ، " محاضرات في الادارة الاستراتيجية " ، ص 26.

¹⁶ هلاي الوليد ، الاسس العامة لبناء المزايا التنافسية و دورها في خلق القيمة ، دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال mobilis ، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، جامعة المسيلة ، 2009/2008 ، ص 18.

¹⁷ http://www.grenc.com/show_article_main.cfm?id=12726 , 24/08/2015, 19.29.

¹⁸ بوعنان نور الیدن ، " جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء " ، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، جامعة محمد بوضياف ، مسيلة ، 2007/2006 ، ص 2.

¹⁹ مسعود طحطوح ، " اهمية التسويق في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة - دراسة حالة مؤسسة اقتصادية " ، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2009/2008 ، ص 47.

²⁰ خيضر كامل حمود ، هايل يعقوب فاخوري ، " ادارة الانتاج و العمليات " ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، ط1 ، 2009 ، ص 44 .

- ²¹ فاطمة جاسم محمد ، " اثر تكاليف الجودة في تحسين الاداء المالي -دراسة حالة في شركة المشروعات الغازية "، مجلة العلوم الاقتصادية ، العدد 20 ، شباط 2008 ، جامعة البصرة ، ص 92.
- ²² نادية تاهمي ، دور التوزيع في الاستراتيجية التنافسية للمؤسسة الانتاجية - دراسة حالة مؤسسة الحضنة لانتاج الحليب ومشتقاته بالمسيلة " ، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، 2003-2006 ، ص 62.
- ²³ فيصل سايعي ، " انظمة المعلومات ، استخداماتها ، فوائدها وتأثيرها على تنافسية المؤسسة - دراسة استطلاعية على مؤسسات منطقة تبسة " ، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2008-2009 ، ص 96.
- ²⁴ فيصل سايعي ، مرجع سبق ذكره ، ص 103
- ²⁵ عمر تيمجغدين ، " دور استراتيجية التنوع في تحسين اداء المؤسسة الصناعية - دراسة حالة مؤسسة condor برج بوعرييج " ، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2012-2013 ، ص 33.
- ²⁶ نوري منير ، " التسويق الاستراتيجي و اهميته في مسيرة العولمة الاقتصادية (اسقاط على الوطن العربي للفترة 1990-2000) ، اطروحة دكتوراة ، جامعة الجزائر ، 2004/2005 ، ص 82.
- ²⁷ بن دادة خير الدين ، الحوكمة كالية لتحسين الاداء في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، مذكر مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر في علوم التسيير ، 2011-2012 ، ص 35
- ²⁸ محمد ياسين غادر ، ورقة عمل بعنوان محددات الحوكمة ومعاييرها مؤتمر دولي حول عولمة الإدارة في عصر المعرفة ، 27 ديسمبر 2012 ، جامعة الجنان ، طرابلس لبنان ، ص 13.
- ²⁹ مركز المشروعات الدولية الخاصة ، 2011 ، دليل تأسيس حوكمة الشركات في الاسواق الصاعدة .

الأسواق المالية ودورها في تمويل الاستثمارات في ظل الأزمات

- دراسة حالة بورصة عمان للأوراق المالية -

د. بن يمينة كمال (جامعة مستغانم)

أ. عطية حليلة (جامعة محمد خيضر بسكرة)

الملخص:

أصبحت الأسواق المالية في العصر الحالي تمثل أداة فعالة لتمويل استثمارات ومشاريع التنمية الاقتصادية والاجتماعية وما شهدته العالم نهاية الألفية الثالثة من تغيرات جوهرية مسّت جميع الجوانب، جلبت معها آثارا إيجابية لم تخل من نقائص كبيرة تبلورت في الأزمات المالية، وفي ظل هذه التحوّلات برز دور البورصة في النّظام المالي ما جعل العديد من الدول دعم البورصات القائمة لمسايرة التغيّرات التي مسّت المالية الدولية من خلال الدّور الاستراتيجي الذي تقوم به عبر تحريك الادّخار الحرّ نحو طالبي الرّساميل من الأشخاص المعنوية فبهذا تكون البورصة قد وفّقت في نقل التدفّقات بين الأفراد بحيث تحقق العلاقة بين الاستثمارين المالي والحقيقي، فقيمة الأصول المالية للشركات تعتمد على أصولها الحقيقية بحيث يؤدي استخدام هذه الأخيرة في العملية الانتاجية إلى توزيع الدّخل الناتج عن هذه العملية في شكل أصول مالية.

في حين تتمثل أهداف هذه الورقة في تحديد الإطار النظري للأسواق المالية ومقوماتها وأنواعها ومن ثم التعرف على آليّة عمل السوق الأولي وإلقاء الضّوء على سوق رأس المال الأردني ودورها في تمويل استثمارات المملكة للفترة (2008-2014) لذلك أجرينا دراسة ميدانية لبورصة عمان.

الكلمات المفتاحية: الأسواق المالية، الاستثمار المالي، بورصة عمان للأوراق المالية.

Abstract:

Financial markets have become in the current era is an effective tool to finance investments and projects of economic and social development and what the world has witnessed the end of the third millennium of fundamental changes touched all aspects, brought with them a positive effect not without significant shortcomings crystallized in the financial crisis, and under these transformations emerged role of stock markets the financial system has made many countries support the stock exchanges in place to cope with the changes that have touched the international financial through the strategic role played by the cross-moving free savings towards

asylum capital of the persons moral Through this be the stock market have been able to transport flows between individuals, so check the relationship between the financial and real Alastmarin, The value of financial assets of companies rely on real assets so that the use of the latter leads in the production process to the distribution of income resulting from this process in the form of financial assets.

While The objectives of this paper is to identify the theoretical framework for financial markets and its components and types and then to identify the initial operation of the market mechanism and to shed light on the Jordanian capital market and its role in the financing of investments in the Kingdom for the period (2008-2014) so we conducted a field study of the ASE.

Key words: financial markets, the financial investment, the Amman Stock Exchange.

مقدمة:

شهدت العلاقات الاقتصادية الدولية خلال العشريتين الأخيرتين إنشاء تكتلات اقتصادية إقليمية ودولية، مما أدى إلى ظهور تحديات جديدة أهمها التحرر الاقتصادي والتجاري بما في ذلك حركة رؤوس الأموال، والتي نجم عن كثافة تدفقها بين الدول حدوث أزمة مالية في فترة ما بين الحربين العالميتين والتي كان من نتائجها هيمنة الولايات المتحدة الأمريكية على المصادر المالية على المستوى الدول.

وهذا ما جعل موضوع الأسواق المالية يحظى باهتمام بالغ في كافة الدول، حيث أصبح وجودها ضرورة ملحة أملتھا الظروف الاقتصادية العالمية. إذ أنها تهدف إلى توفير السيولة وتعبئة مدخرات الأشخاص الطبيعيين والمعنويين والإسهام في عملية الاستثمار وبالتالي التنمية، وذلك بوجود مسالك صحيحة وفعالة للتمويل.

ومن ضمن أسواق الأوراق المالية العاملة في منطقة الشرق الأوسط نجد سوق عمان للأوراق المالية الذي مارس نشاطه سنة 1976 كمؤسسة عامة لها شخصية اعتبارية واستقلاليين مالي وإداري، ويعتبر إنشاء هذا السوق من الخطوات البارزة في مسار تطوير القطاع المالي في الأردن وذلك بهدف تحقيق استغلال أفضل للموارد المتاحة من خلال تكوين سوق ملائمة للأوراق المالية وممارسة دورها في تمويل الاستثمارات ولكن مع ذلك بقيت الاستثمارات عند مستويات متواضعة.

من خلال ما سبق فإن الإشكالية التي يحاول هذا المقال أن يجيب عليها يمكن صياغتها فيما يلي:

➤ ماهو الدور الذي يمكن أن تلعبه السوق المالية لتمويل الاستثمارات في اقتصاد أي بلد بصفة عامة وفي سوق عمان بصورة خاصة؟.

أ- الأسئلة الفرعية: ولإجابة على إشكالية الورقة البحثية يتطلب الأمر وضع التساؤلات الفرعية التالية:

✓ إذا كان سوق المال إحدى الركائز الأساسية للتطور الاقتصادي، فما مكانتها ودورها في الحياة الاقتصادية المعاصرة؟

✓ كيف يمكن لسوق عمان المالي أن يستعمل الأدوات المتوفرة لديه بصورة مثلى في تمويل الاستثمارات في الأردن في كثير من المجالات الاقتصادية خلال الفترة (2008-2014)؟

ب- أهمية الدراسة: تنبع أهمية الدراسة الحالية من طبيعة الموضوع الذي تعالجه حيث أصبحت الموضوعات المتعلقة بالاستثمار والأوراق المالية تشغل جزءا كبيرا من تفكير غالبية الناس ولم تعد تقتصر على كبار المستثمرين ورجال الأعمال والمختصين والمتابعين والباحثين وتنبع الأهمية من خلال النقاط التالية:

✓ لفت أنظار المستثمرين الأفراد إلى ضرورة دراسة العوامل والمتغيرات المحددة للإستراتيجية الاستثمارية بدقة وموضوعية.

✓ يمكن المهتمين بالأسواق المالية من الاستفادة من النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة.

✓ الإيعاز إلى الشركات المدرجة في سوق عمان بتحسين وتطوير أدائها لزيادة إقبال المستثمرين عليها.

ج- منهج الدراسة: تطلب منا هذا المقال استعمال المنهج الوصفي والتحليلي كركيزتين أساسيتين في هذه الدراسة، حيث يتبع المنهج الوصفي من خلال التعرض إلى مختلف المفاهيم والأسس النظرية للمقال أما المنهج التحليلي سيستخدم في تحليل البيانات المجمعة وهذا تحقيقا للهدف الرئيسي للمقال.

د- محتويات الدراسة: وللإجابة على الإشكالية الرئيسية والتساؤلات الفرعية تم تقسيم المقال الى ثلاث محاور أساسية:

المحور الأول: الإطار النظري للأسواق المالية

المحور الثاني: بورصة عمان للأوراق المالية.

المحور الثالث: دور بورصة عمان للأوراق المالية في تلبية المتطلبات

الاستثمارية خلال فترة الأزمة المالية العالمية وما بعدها

المحور الأول: الإطار النظري للأسواق المالية:

أولاً: مفهوم السوق المالية: مكان التقاء بين عارضي رؤوس الأموال طويلة الأجل والطالبين لها، وذلك بغية تعبئة وتسهيل تدفق الفوائض المالية نحو من لهم عجز مالي، وفق شروط معينة من أجل المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية¹

ثانياً: الأدوات المتداولة في سوق المال: نوجزها في الآتي:

1- أدوات سوق النقد:

يعرّف سوق النقد على أنه سوق القروض القصيرة جداً، وهو سوق التعامل بين بنوك والذي يضمن تحقيق التوازن اليومي من آجال العمليات المدينة والدائنة للمؤسسات الائتمانية، حيث تقوم البنوك باستثمار فوائضها لدى هذه السوق كما تحصل منه على قروض اللازمة استناداً إلى وضعية احتياطاتها لدى البنك المركزي².

كما أن أدوات السوق النقدي تتمثل فيما يلي:

1-1- أذونات الخزينة: عبارة عن صكوك تصدرها خزانة الدولة لحاملها لمدة قصيرة تتراوح بين

15 يوم و 91 يوم غالباً ما تصدر لمقابلة الغطاء المترتب على زيادة الإصدار النقدي³

¹ - جمال لعمارة، حدة رايس، تحديات السوق المالي الإسلامي، ورقة مقدمة للملتقى الدولي حول سياسات التمويل وأثرها على الاقتصاديات والمؤسسات دراسة حالة الجزائر والدول النامية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، يومي 21، 22 نوفمبر 2006، ص3.

² - خالد عجولي، وظيفة الوساطة المالية في البورصة ودورها في تنمية المعاملات المالية دراسة مقارنة لبلدان المغرب العربي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، ديسمبر، 2006، ص 7.

³ - محمد سعيد، أنور سلطان، إدارة البنوك، الدار الجامعية، مصر، 2005، ص 448.

1-2- الأوراق التجارية: من الوسائل التقليدية التي استخدمت للدفع، ظهرت بعد النقود مباشرة⁴، بحيث تمثل كمبيالات لحاملها تصدرها الشركات المعروفة بمثابة مركزها المالي وسمعتها الضريبية في السوق وتراوح فترة استحقاقها بين ثلاثة أيام و 270 يوم.⁵

1-3- شهادات الإيداع القابلة للتداول: هي وثيقة دين تصدرها المصارف والمؤسسات المالية يثبت فيها قيام المستثمر بإيداع مبلغ معين لديها لأجل معين يبدأ من تاريخ إصدارها الشهادة وينتهي عند الاستحقاق وبسعر الفائدة معينة.⁶

1-4- القبولات المصرفية: إحدى أشكال الاقتراض بحيث يصادق البنك على سحب معين فيصبح للسحب سمعة وقوة تمنحانه قابلية التداول.⁷

1-5- اتفاقيات إعادة الشراء: عبارة عن قروض قصيرة أجل يقل أجل استحقاقها عن أسبوعين تستدينها المصارف بضمان أذونات خزانة تمتلكها، بحيث إذا لم يتمكن المصرف المقترض من السداد في التاريخ المتفق عليه مسبقا يصبح المقرض مالكا لأذون الخزانة الضامنة للقرض.⁸

2_ الأدوات المتداولة في سوق المال:

مفهوم سوق رأس المال: يعرف على أنه السوق الذي تقوم فيه الحكومات والمصارف والمنظمات الدولية وشركات العمال باقتراض واستثمار كميات كبيرة من النقود ولفترات طويلة أو متوسطة.⁹

⁴ - فارس فضيل، التقنيات البنكية محاضرات وتطبيقات، (الجزء الأول، ألو ساك رشيد، الجزائر، 2006)، ص 186.

⁵ - محمد علة، الدولة وعدم الاستقرار النقدي وأثر الدولار على الاقتصاد الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002_2003، ص 32.

⁶ - هشام صاحب عجم، نظرية التمويل، (دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2001)، ص 342.

⁷ - ناظم محمد نوري الشمري، طاهر فاضل البياتي، أحمد، زكريا، صيام، أساسيات الاستثمار العيني والمالي، (دار وائل، الأردن، 1990)، ص 246.

⁸ - محمد يونس، كمال أمين الوصال، اقتصاديات نقود وبنوك وأسواق مالية، (قسم الاقتصاد للنشر، مصر، 2005)، ص 90، 91.

⁹ - حازم بدر الخطيب، دور وأهمية العائدات والأوراق المالية في أسواق المال الإسلامية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة- الجزائر، العدد 11، ماي 2007، ص 6.

كما أن أدوات سوق رأس المال تتمثل فيما يلي:

2-1- الأسهم: صك يثبت امتلاك حائزها جزء من رأس المال الشركة لذلك فهي تمثل الملكية الأصلية في المنشأة، وهي أيضا الوسائل الرئيسية لتمويل طويل الأجل في المنشأة خاصة رأس المال الدائم¹⁰، وتنقسم الأسهم بحسب الحقوق التي تترتب عليها إلى قسمين:

2-1-1- الأسهم العادية: وعرف السهم العادي على أنه: "وثيقة تصدر عن شركة مساهمة ما بقيمة اسمية ثابتة تضمن حقوقا وواجبات متساوية للمالكين وتطرح على الجمهور عن طريق الاكتتاب العام في الأسواق المالية ويسمح لها بالتداول في الأسواق الثانوية."¹¹

2-1-2- الأسهم الممتازة: تتوسط كلا من الأسهم العادية والسندات، وتجمع في خصائصها بين النوعين، فهي تشبه السندات من ناحية ثبات العائد، وتشبه الأسهم كونها تحصل على جزء من الأرباح¹²، حيث يمثل السهم الممتاز مستند ملكية وإن كانت تختلف عن الملكية التي تنشأ في السهم العادي¹³

2-2- السندات: تعتبر السندات أكثر أدوات الائتمان شيوعا¹⁴، والسند هو شهادة تثبت ديننا على الجهة المصدرة للسند مقابل أن يحصل حامله السند على فائدة سنوية ثابتة¹⁵ وبالتالي يعتبر السند أداة تمويل طويلة الأجل تصدرها شركات مساهمة العامة للاقتراض في سوق رأس المال¹⁶.

¹⁰ - عبد الغفار حنفي، رسمية قريبا قص، أساسيات الاستثمار والتمويل، (مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2000)، ص 496.

¹¹ - محمد عوض عبد الجواد، علي إبراهيم الشديفات، (الاستثمار في البورصة، دار الحامد للنشر والتوزيع، مصر، 1998)، ص 13.

¹² - عبد الغفار حنفي، الاستثمار في البورصة، (دار حامد، الأردن، 2006)، ص 100.

¹³ - علي إبراهيم الشريفات، الاستثمار في البورصة: الأسهم - سندات - وثائق استثمار - خيارات، (دار الجامعة الجديدة، مصر، 2003)، ص 39.

¹⁴ - سعيد سامي الحلاق، محمد محمود العجلوني، النقود والبنوك والمصارف المركزية، (دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2010)، ص 74.

¹⁵ - سحر عباس حسنين، أثر تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في نشاط الأسواق المالية "الأردن حالة دراسية"، كلية الإدارة

والاقتصاد، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد 6، العدد 3، 2008، ص 26.

¹⁶ - محمد مطر، إدارة الاستثمارات، (دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2006)، ص 220.

2-3- الأوراق المالية المشتقة: تعرّف المشتقات المالية بأنها: عقود تشتق قيمتها من قيمة الأصول المعنية، وتتنوع هذه الأصول ما بين الأسهم والسندات والسلع وغيرها وتتم تسويتها في تاريخ مستقبلي، ولا تتطلب استثمارات مبدئية، أو تتطلب مبلغ مبدئي صغير مقارنة بقيمة العقود، وتسمح المشتقات المالية للمستثمر بتحقيق مكاسب أو خسائر اعتمادا على أداء الأصل موضوع العقد¹⁷.

- أنواعها: تتمثل في عقود الخيار، العقود المستقبلية، الآجلة وعقود المبادلات.

2-3-1- عقود الخيار: هي عبارة عن عقود مالية غير ملزمة لحاملها وهي عقود قانونية لحاملها الحق في شراء أو بيع أصل معين، بسعر معين يسمى سعر الممارسة أو التنفيذ وينفذ في تاريخ معين خلال مدة معينة وذلك مقابل حصول الطرف المحدد من الطرف المحدد له على علاوة معينة تحددها الشروط.¹⁸

-أنواع عقود الخيار: بناء على صاحب الحق وطبيعته تنقسم عقود الخيار الى:

أ- خيار الشراء: أداة مالية مشتقة تعطي حاملها الحق في شراء أصل معين بسعر معين وخلال فترة معينة أو تاريخ معين وله مطلق الحرية في ممارسة هذا الحق أو عدم ممارسته في مقابل دفع العلاوة¹⁹.

ب- خيار البيع: وهي أداة مالية مشتقة تعطي لحاملها الحق في بيع أصل معين قبل أو بحلول تاريخ محدد²⁰ يسمى تاريخ انتهاء الصلاحية أو تاريخ الاستحقاق.²¹

ج- العقود المزدوجة: هو عقد يجمع خيارات البيع و خيارات الشراء وبمقتضاه يصبح لحامله الحق في أن يكون مشتريا للأوراق المالية محل التعاقد أو بائعا لها، وذلك مرهون بمصلحة المشتري حيثما كانت فإذا ارتفعت أسعار السوق خلال فترة العقد كان شاريا وإذا انخفضت كان بائعا.²²

¹⁷ - طارق عبد العال حماد، المشتقات المالية "المفاهيم، إدارة المخاطر، المحاسبة"، (الدار الجامعية، مصر، 2001)، ص 16.

¹⁸ - فريد النجار، المشتقات والهندسة المالية، (الدار الجامعية، مصر 2009)، ص 20.

¹⁹ - عبد الغفار حنفي، أساسيات الاستثمار في بورصة الأوراق المالية "أسهم، سندات، وثائق الاستثمار، الخيارات"، (الدار الجامعية، مصر، 2005)، ص 408.

²⁰ - محمد مطر، فايز تيم، إدارة المحافظ الاستثمارية، (دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2005)، ص 258.

²¹ - محمد صالح الحناوي، نihal فريد، مصطفى، جلال العبد، تقييم الأسهم والسندات، (المكتب العربي الحديث، مصر، 2007)،

2-3-2- العقود المستقبلية والآجلة: هو اتفاق بين طرفين الطرف البائع ويطلق عليه صاحب المركز القصير، والطرف المشتري يطلق عليه صاحب المركز الطويل²³، يلزم الطرفين المتعاقدين على تسليم واستلام سلعة أو عملة أجنبية أو ورقة مالية بسعر متفق عليه في تاريخ محدد²⁴.

2-3-3- العقود الآجلة: عبارة عن عقد يلزم بمقتضاه طرفان أحدهما بائع وآخر مشتري لبيع أو شراء أداة مالية أو

عملة أجنبية أو سلعة في تاريخ محدد مستقبلاً بسعر متفق عليه²⁵ وهذا النوع من القيود لا يخضع لأي قيود، وبنوده تتحدد وفقاً لاتفاق الطرفين.²⁶

2-3-4- عقود المبادلات: هي اتفاق بين طرفين أو أكثر على تبادل تدفقات نقدية في تاريخ معين وهي المبادلات التي يتبادل طرفاها مدفوعات الفائدة الخاصة بكل منهما والمحسوبة بناءً على فائدة الثابتة أو المتغيرة أو يكون التبادل المدفوعات فرصة الدين بكل منهما والمقومة بعملات مختلفة²⁷.

المحور الثاني: بورصة عمان للأوراق المالية:

1-نشأة بورصة عمان: تم تأسيس بورصة عمان في 11/03/1999م، بموجب قانون الأوراق المالية كمؤسسة مستقلة لا تهدف إلى الربح وتدار من قبل القطاع الخاص ومصرح لها بمزاولة العمل كسوق منظم لتداول الأوراق المالية في المكملة وقد قامت بورصة عمان منذ نشأتها بخطوات مهمة هدفت إلى زيادة الشفافية والكفاءة في هذا السوق، وكذلك إلى زيادة ثقة المستثمرين فيه.²⁸ وتخضع البورصة لرقابة هيئة الأوراق المالية وذلك استناداً إلى أحكام قانون الأوراق المالية رقم 23 لسنة 1997 فقد جاء إصدار قانون الأوراق المالية عام 1997 في الأردن بهدف إعادة

²² -John c.hull,options,eutures,and other deveratives,prentice hall,toronti,5th edition,2003,p:6.

²³ - فاطمة الزهراء طاهري، العقود المستقبلية كوسيلة لتسيير مخاطر السعر في الأسواق الزراعية، أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة محمد خيضر بسكرة- الجزائر، العدد 05، جوان 2009، ص 161.

²⁴ - أحمد صلاح عطية، مشاكل المراجعة في أسواق المال، (الدار الجامعية، مصر، 2003)، ص 234.

²⁵ - بلعزوز بن علي، استراتيجيات إدارة المخاطر في المعاملات المالية، مجلة الباحث، العدد 7، جامعة ورقلة، 2009_2010، ص 339.

²⁶ - نادية العقون، العولمة الاقتصادية والأزمات المالية: الوقاية والعلاج " دراسة لازمة الرهن العقاري في الولايات المتحدة الأمريكية، مذكرة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012_2013، ص 71.

²⁷ - صالح مفتاح، العولمة المالية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد 2، جوان 2002، ص 6.

²⁸ www.ase.com.jo, 10/05/2016 , 12.05

هيكل سوق المال الأردني واستكمال البنية التحتية لسوق الأوراق المالية ليواكب الأسواق المالية الدولية.²⁹

وتتكون بورصة عمان من ثلاث قطاعات وهي: القطاع المالي، قطاع الخدمات وقطاع الصناعة، ويتم الإفصاح عن أوضاع تلك القطاعات من مقدار القيمة السوقية لكل منها ومقدار حجم التداول أيضا لكل منها، بالإضافة إلى المؤشر العام للبورصة ومؤشر كل قطاع.³⁰

2_ الأدوات المتداولة في بورصة عمان للأوراق المالية: بموجب قانون الأوراق المالية رقم 76 لسنة 2002 في مادته الثالثة، يتم التداول في بورصة عمان بالأدوات المالية التالية طيلة أيام الأسبوع ما عدا يومي الجمعة والسبت.³¹

- **الأسهم العادية:** وهي أسهم نقدية ويجوز أن تكون عينية وتسدد دفعة واحدة أو على أقساط لا تزيد عن أربع سنوات من تاريخ المباشرة وهي متساوية الحقوق والواجبات، وتأخذ أرقاما تسلسلية.³²

- **إسناد القرض:** وهي أوراق مالية ذات قيمة اسمية قابلة للتداول وتصدرها الشركات المساهمة العامة وتطرحها للاكتتاب العام أو الخاص للحصول على قرض لا تقل مدته عن خمس سنوات وتتعهد الشركة بموجب هذا الإسناد بسداد هذا القرض وفوائده طبقا لشروط الإصدار.³³

3- سندات المقارضة: وهي أداة من أدوات التمويل وفقا لقواعد التمويل الإسلامي وتختلف عن مثيلاتها في الاقتصاد الوضعي لكونها عبارة عن علاقة إقراض بين مصدر مكتتب تأخذ معنى لرد الأصل وليس المديونية أي أن الفائدة لا تحدد سلفا وإنما يترك أمرها لمدى الربح المحقق ولا يوجد أي ضمان لرد الأصل وذلك لاحتمال وجود خسائر.³⁴

²⁹ - عبد الناصر الزبيد، محمد أبو زيد، أثر الانترنت في الأسواق المالية "دراسة تطبيقية على بورصة عمان المالية"، مجلد 9، جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 23، العدد 01، 2007م، ص 85.

³⁰ - فاروق، رفيق، التهموني، مقال حول: فرضية السير العشوائي لبورصة عمان للأوراق المالية "دراسة مقارنة بين أنواع مؤشرات السوق من 2003-2007، على الموقع:

www.Shatharat.net/vb/Showthread.php?t=11034,10/05/2016,9m20

³¹ - المادة 3 من القانون المؤقت للأوراق المالية رقم 76 لسنة 2002.

Exchange.jo/sites/default/sec.laws.arabic,PdF,11/05/2016, 14:03

³² - فيصل محمود الشواورة، الاستثمار في الأوراق المالية "الأسس النظرية والعملية"، (دار وائل، الأردن، 2008)، ص 164.

³³ - نفس المرجع السابق، ص 166

³⁴ - نفس المرجع السابق، ص 166.

4- أدوات الدين العام: وهي عبارة عن أذونات وسندات الخزينة التي تصدرها الحكومة للحصول على قروض من الجمهور، ويعني الصك أو الكمبيالة الصادرة وسندات الخزينة الصادرة بالنيابة عن خزينة الحكومة والتي تنتقل ملكيتها بمجرد التسليم، وتنصّ على حق حاملها في استيفاء قيمتها الاسمية في التاريخ المحدد مع الفائدة المستحقة، أما السندات الخزينة فهي السندات المسجلة أو السندات لحاملها الصادرة عن الحكومة.³⁵

المحور الثالث: دور بورصة عمان للأوراق المالية في تلبية المتطلبات الاستثمارية خلال فترة

الأزمة المالية العالمية وما بعدها:

يعتمد الاقتصاد الأردني على القطاع الخدمي (تجارة خارجية وسياحة) بصورة كبيرة ما يمثل 75 بالمئة من إجمالي الناتج المحلي الإجمالي، وعلى بعض الصناعات الاستخراجية كالأسمدة والأدوية، وللوقوف على تأثير الأسواق المالية في الاقتصاد الأردني سيتم في هذا المبحث عرض لنشاط كلا من السوق الأولية والثانوية بحيث يصبح بالإمكان تحديد درجة كفاءة الأسواق المالية.

1_ واقع السوق الأولية للبورصة: يسمح تتبع نشاط السوق الأولي في الأردن بتحديد الدور الذي تلعبه هذه السوق في نمو الاستثمارات من خلال استيعاب المدخرات التي حققتها كفاءة السوق.

*** طبيعة الإصدارات في السوق**

³⁵ - نفس المرجع السابق، ص 168

جدول رقم: 01: توزيع إصدارات السوق الأولي الأردني (2008-2014)
الوحدة: مليون دينار أردني.

السنة	السندات			الأسهم			
	إسناد قرض	سلطة مياه	سندات وأذونات الخزينة	تأسيس الشركات	التحول من شركة ذات مسؤولية محدودة على شركة مساهمة عامة	زيادة رأس المال	المجموع
2008	141.700.000	128	2.981.2	242	89.4	3458.2	4.078.907.704
2009	151.750.000	138.5	4.191	3	10.7	2303.7	4.798.571.922
2010	93.768.170	268.5	4.641.3	10	13.6	96.1	5.122.849.441
2011	38.000.000	801.38	4110.9	/	55	81.7	5.086.951.251
2012	101.200.000	369	5622.5	/	/	144.8	6.237.525.273
2013	81.500.000	180	5.493	/	/	46	5.800.847.161
2014	86.725.000	40	6.135	/	/	153.8	6.370.043.338

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على:

— التقرير السنوي لبورصة عمان لسنة 2012، مرجع سابق، ص 85 من الموقع:

www.ammanexchange.com/art.phpid=98626319fa680dbeb8990cae5bb56509826, 31-11-2015, 12.30

— التقرير السنوي لبورصة عمان لسنة 2013، ص 27.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ارتفاع نسبة الإصدارات الأولية لسنة 2009 عنه في سنة 2008 بمقدار 17.6 % وتأتي هذه الزيادة كنتيجة منطقية لزيادة الدين العام الداخلي والمتمثل في قيام الحكومة بإصدار ما قيمته 4191 مليون دينار من سندات وأذونات الخزينة خلال عام 2009، كما ارتفعت نسبة الإصدارات لسنة 2010 بنسبة 6.8% عن مستواها في العام 2009 لزيادة حجم الدين الداخلي المترتب على الحكومة الأردنية.

في حين نلاحظ انخفاض في قيمة الإصدارات الأولية لسنة 2011 بنسبة 0.7% قيمة الإصدارات الأولية عن مستواها في العام السابق 2010 لتعاود الارتفاع بنسبة 27.6% عن مستواها في 2011 لقيام الحكومة بإصدار ما قيمته 5622.5 مليون دينار من أدوات دين حكومي.

وبالنسبة للإصدارات الأولية من الأسهم شهدت آخر ثلاث سنوات قبل عام 2008 إصدارات ضخمة من الأسهم نشطت سوق الإصدار الأولي والذي يؤثر بصورة أو بأخرى في الناتج المحلي الخام وبالتالي خلق فرص عمل وهو ما يؤدي إلى تحسين أداء مختلف القطاعات لذا يجب الإشارة إلى الدور الذي لعبه سوق عمان المالي في أداء الاقتصاد الأردني في تلك الفترة وذلك من خلال مساهمتها في استقطاب استثمارات كبيرة مصدرها المتغير بين الأردنيين والمستثمرين الأردنيين وخاصة الخليجيين سواء من خلال مشاركتهم في الاكتتاب بأسهم الشركات الحديثة التي طرحت للاكتتاب العام أو مشاركتهم في زيادة رؤوس أموال الشركات القائمة والتي يملكون حصة في رأسمالها ومنها مثلاً المشاركة الهامة والكبيرة في زيادة رأس مال البنك العربي وحيث ساهمت الأموال التي تم الاكتتاب بها وتجميعها بالعملات الأجنبية في زيادة احتياطات الأردن من العملات الصعبة مما عزز ميزان المدفوعات وساهم باستقرار سعر الصرف إضافة إلى مساهمتها في زيادة حجم الودائع إلى البنوك الأردنية وانعكاس نمو الودائع على حجم الإقراض وبالتالي المساهمة في دعم النمو.³⁶

حيث تم خلال العام 2008 تأسيس 15 شركة من الشركات المساهمة العامة وتحول خمس شركات إلى شركات مساهمة عامة إضافة إلى قيام الكثير من الشركات القائمة بزيادة رؤوس أموالها، في حين تم تأسيس شركة واحدة وتحول 3 شركات ذات مسؤولية محدودة إلى شركات مساهمة عامة وقيام 40 شركة قائمة بزيادة رؤوس أموالها بمبلغ 261.4 مليون دينار، كما تم خلال 2010 تسجيل أسهم شركة واحدة وتحول 3 شركات مساهمة عامة وقيام 33 شركة قائمة بزيادة رؤوس أموالها بمقدار 119.8 مليون سهم.

في حين تم تحويل شركة واحدة وقيام 8 شركات بزيادة رؤوس أموالها بمقدار 64.8 مليون سهم سنة 2011، كما تم خلال 2012 قيام 15 شركة قائمة بزيادة رؤوس أموالها بقيمة 144.8 م دينار.³⁷

36- مقال معروض على شبكة الانترنت، على الموقع الإلكتروني وتاريخ الزيارة الآتين:

www.alrai.com/article/637540.html, 12/05/2016, 18.25

37 - تم الاعتماد على مختلف التقارير السنوية لبورصة عمان للسنوات: 2008-2010-2011-2012.

وبالتفصيل في طبيعة هذه الإصدارات نجد توجه المصدرين نحو إصدار السندات أي هيمنة إصدار السندات على إصدارات أوراق رأس المال، حيث سجل إصدار الأسهم أعلى نسبة له خلال 2008 ب 10.98% بحيث اقتصر دور السوق على نقل ملكيات أسهم الشركات المدرجة من مستثمر إلى آخر دون أي إضافة تذكر للاقتصاد الوطني بصفة عامة وللسوق المال بصفة خاصة.

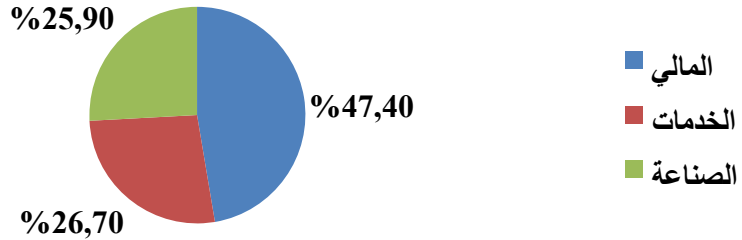
في حين كان للترافع المستمر لمؤشرات سوق عمان المالي منذ الربع الأخير من سنة 2008 والخسائر الجسيمة التي تعرض لها مساهمي الشركات والمستثمرين في السوق والتي تجاوزت حاجز 20 مليار دينار أردني من الأسباب الرئيسية لتوقف وجود سوق الإصدار الأولي وبالتالي من المفروض على الجهات الرقابية وأصحاب القرار الاقتصادي وضع الإجراءات المناسبة لتعزيز نشاط سوق عمان المالي في ظل تحسن مؤشرات معظم أسواق المنطقة والذي ساهم بعودة النشاط إلى سوق الإصدار الأولي.

وحسب البيانات الصادرة عن هيئة الأوراق المالية فقد بلغت قيمة الإصدارات في السوق الأولية من أسهم وسندات 6370 مليون دينار لعام 2014 بارتفاع نسبته 9.8% عن مستواها في العام 2013، حيث قامت الحكومة بإصدار ما قيمته 6135 مليون دينار من سندات وأذونات الخزينة خلال عام 2014، بلغت فيها قيمة سندات الخزينة المصدرة خلال العام 2014 ما قيمته 5585 مليون دينار. كما قامت سلطة المياه خلال عام 2014 بإصدار سندات بقيمة 82.5 مليون دينار، وتم إصدار ما قيمته 86.7 مليون دينار من أسناد قرض الشركات المساهمة العامة. وبالنسبة للإصدارات الأولية من الأسهم؛ فقد قامت 8 شركات قائمة بزيادة رؤوس أموالها بمقدار 69.0 مليون سهم وبقيمة 65.8 مليون دينار

2_ التنوع القطاعي للإصدارات: يختلف إسهام القطاعات الاقتصادية في إصدارات الأوراق المالية من سنة لأخرى، إلا أنه ما يلاحظ في بورصة عمان هيمنة القطاع المالي عامة والبنوك خاصة على هذا النوع من الإصدارات.

شكل رقم 1: نسب المساهمة القطاعية في حجم التداول لعام 2008.

نسبة المساهمة القطاعية في حجم التداول لعام 2008.

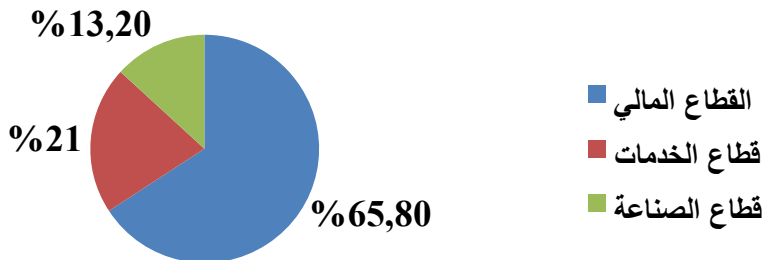


المصدر: التقرير السنوي العاشر لبورصة عمان لسنة 2008، ص 24، على الموقع الإلكتروني

www.ase.com.jo/node/1652,24/03/2016, 13:25

شكل رقم 2: نسبة المساهمة القطاعية في حجم التداول لعام 2009

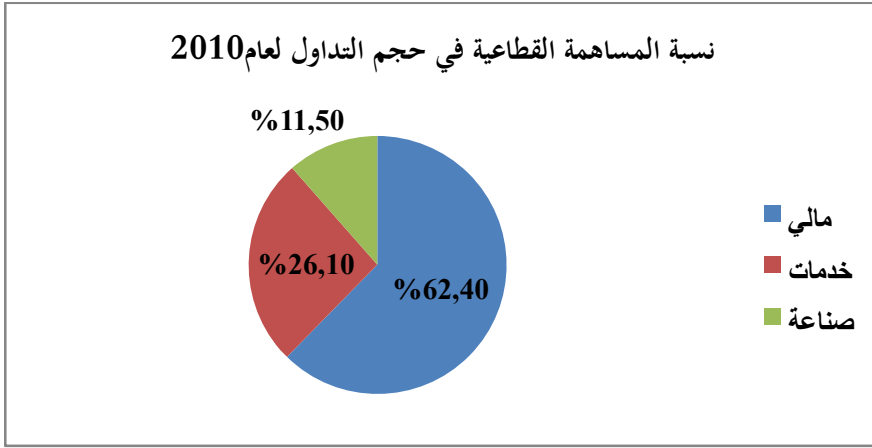
نسبة المساهمة القطاعية في حجم التداول لعام 2009.



المصدر: التقرير السنوي الحادي عشر لبورصة عمان لسنة 2009، ص 22، على الموقع التالي:

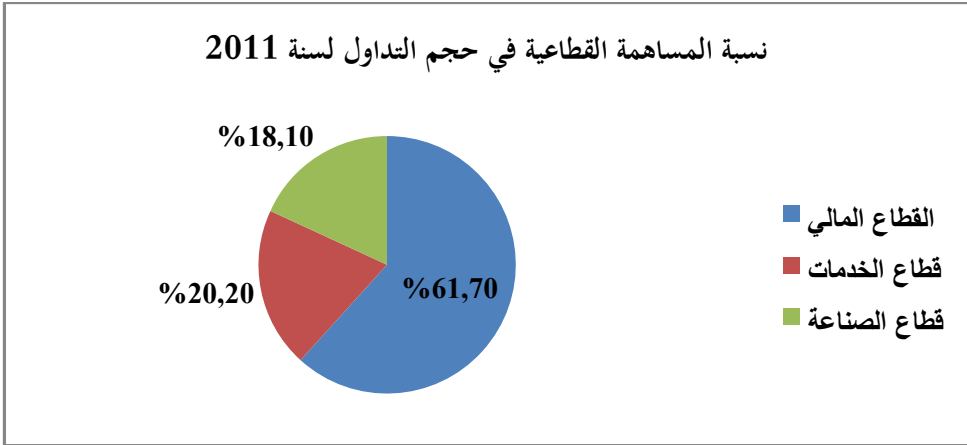
www.ase.com.jo/node/1652,24/03/2016, 13:30

شكل رقم 3: نسبة المساهمة القطاعية في حجم التداول لعام 2010



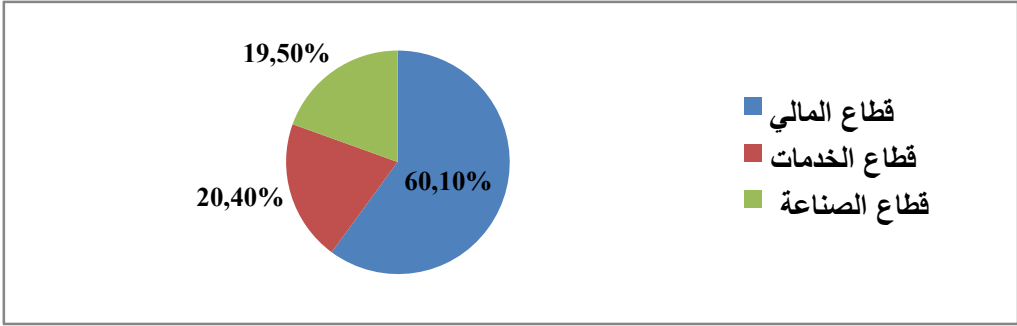
المصدر: التقرير السنوي الثاني عشر لبورصة عمان لسنة 2010، ص 22. على الموقع التالي:
www.ase.com.jo/node/1652,24/03/2016,13:40

شكل رقم 4: نسبة المساهمة القطاعية في حجم التداول لعام 2011



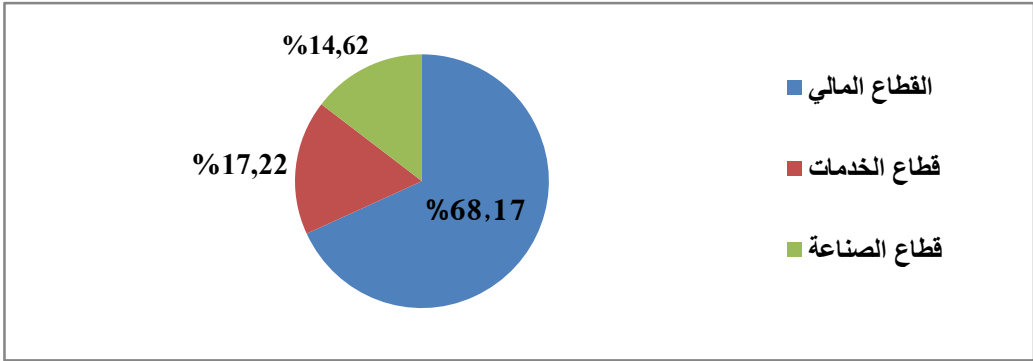
المصدر: التقرير السنوي لبورصة عمان لسنة 2011، ص 22:
www.ase.com.jo/node/1652,24/03/2016,13:35

شكل رقم: 5: نسبة المساهمة القطاعية في حجم التداول لسنة 2012.



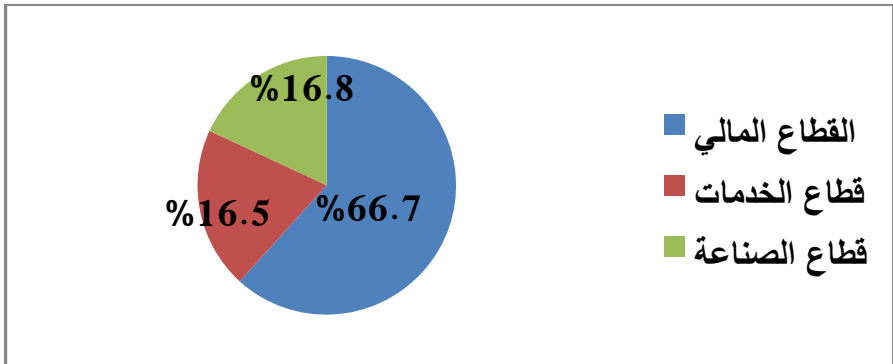
المصدر: التقرير الرابع عشر لسنة 2012، ص 20

شكل رقم: 6: نسبة المساهمة القطاعات في حجم التداول لسنة 2013



المصدر: شركة المحفظة الوطنية للأوراق المالية، الحصاد السنوي لسنة 2013، ص 5.

شكل رقم: 7: نسبة المساهمة القطاعية في حجم التداول لسنة 2014



المصدر: التقرير السنوي الثاني عشر لبورصة عمان لسنة 2014، ص 22.

- تحليل الأشكال السابقة:

سنة 2008: يبين الشكل السابق أن قطاع المالي قد احتل المرتبة الأولى من حيث حجم التداول، تلاه قطاع الخدمات ثم قطاع الصناعة، مما يذكر بأن التداول في القطاعات الصناعية الاستخراجية والتعدينية والعقارات والطاقة والمنافع والخدمات المالية المتنوعة والبنوك استحوذت على ما نسبته "30.3%، 17.5%، 16.5%، 11.6%، 15.9% على التوالي من حجم التداول الإجمالي.

سنة 2009: من الشكل أعلاه وفيما يتعلق بالتوزيع القطاعي لحجم التداول وعدد الأسهم المتداولة فقد احتل القطاع المالي المرتبة الأولى من حيث حجم التداول وعدد الأسهم المتداولة، تلاه قطاع الخدمات ثم قطاع الصناعة، مع الإشارة إلى أن قطاعات العقارات والخدمات المالية المتنوعة والبنوك والخدمات التجارية، الصناعات الاستخراجية والتعدينية استحوذت على ما نسبته: 3.4%، 3.8%، 9.8%، 9.3%، 7.1%، على التوالي من حجم التداول الكلي في البورصة.

سنة 2010: من الشكل أعلاه نلاحظ استحواذ القطاع المالي على الجزء الأكبر من حجم التداول، يليه قطاع الخدمات ثم قطاع الصناعة، ومما يذكر بأن التداول في القطاعات: العقارات، الخدمات المالية المتنوعة، الخدمات التجارية، البنوك والنقل استحوذ على ما نسبته 23.9%، 23.3%، 15.5%، 10.7%، 5.1%، على التوالي من حجم التداول الإجمالي في البورصة.

سنة 2011: وفيما يتعلق بالتوزيع القطاعي لحجم التداول وعدد الأسهم المتداولة، فقد احتل القطاع المالي المرتبة الأولى من حيث حجم التداول تلاه قطاع الصناعة ثم قطاع الخدمات، أما فيما يتعلق بعدد الأسهم المتداولة فقد احتل القطاع المالي المرتبة الأولى تلاه قطاع الصناعة ثم قطاع الخدمات، ومما يذكر بأن التداول في قطاعات العقارات والخدمات المالية المتنوعة والبنوك والصناعات الكهربية والصناعات الاستخراجية والتعدينية استحوذت على ما نسبته: 26.4%، 16.5%، 16.1%، 7.1%، و 6.2%، على التوالي من حجم التداول الإجمالي في البورصة.

سنة 2012: من خلال الشكل نلاحظ أن القطاع المالي احتل المرتبة الأولى من حيث حجم التداول وعدد الأسهم المتداولة، تلاه قطاع الخدمات ثم القطاع الصناعة، أما من حيث أحجام

التداول للقطاعات الفرعية، فقد استحوذت قطاعات العقارات البنوك والخدمات المالية المتنوعة، النقل، الصناعات الاستخراجية والتعدينية على ما نسبته: 52.2%، 17.2%، 17%، 8.3%، 4.6%، على التوالي من حيث حجم التداول الإجمالي في البورصة.

سنة 2013: من خلال الشكل نلاحظ أن القطاع المالي قد احتل المرتبة الأولى من حيث حجم التداول وعدد الأسهم المتداولة، تلاه قطاع الخدمات ثم الصناعة.

سنة 2014: وفيما يتعلق بالتوزيع القطاعي لحجم التداول، فقد احتل القطاع المالي المرتبة الأولى تلاه قطاع الصناعة ثم قطاع الخدمات، أما من حيث أحجام التداول للقطاعات الفرعية، فقد استحوذت قطاعات العقارات والبنوك والخدمات المالية المتنوعة والنقل والصناعات الاستخراجية والتعدينية والصناعات الكيماوية على ما نسبته % 29.7 و % 22.3 و % 13.9 و % 7.0 و % 4 و % 3.4 على التوالي من حجم التداول الإجمالي في البورصة

في حين يوضح الجدول الموالي القيمة السوقية للشركات المدرجة في البورصة قطاعيا:

جدول رقم 2: القيمة السوقية للشركات المدرجة في البورصة قطاعيا (2008-2014)

السنة	القطاع المالي مليون دينار	الخدمات مليون دينار	الصناعة مليون دينار	المجموع مليون دينار
2008	15501	3630	6270	25401
2009	12559	3877	6091	22527
2010	11742	3735	6381	21858
2011	9847	3481	5944	19272
2012	9584	3398	6159	19142
2013	10562	3276	4395	18233
2014	11001	3389	3693	18083

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على:

- التقرير السنوي الرابع عشر لبورصة عمان لسنة 2012.
- التقرير السنوي الرابع عشر لبورصة عمان لسنة 2013، مرجع سابق، ص 23.
- التقرير السنوي الرابع عشر لبورصة عمان لسنة 2014، ص 25.

من خلال الجدول نلاحظ أن القطاع المالي يستقطب أعلى نسبة من حيث مساهمته في القيمة السوقية للشركات المدرجة في بورصة عمان حيث يضم هذا القطاع مختلف البنوك وكذا مختلف المؤسسات المالية من شركات تأمين وشركات القطاع العقاري ويمكن إرجاع هذه السيطرة للقطاع المالي إلى ضخامة رؤوس الأموال وكذا القيمة السوقية لمختلف الشركات المنتسبة لهذا القطاع وارتفاع في قيمة التداول التي تشهدها أوراقها خلال مختلف السنوات محل الدراسة.

3- الخصخصة في الأردن:

بمرور الوقت وتنامي دور القطاع الخاص في الحياة الاقتصادية وازدياد الروح الريادية لدى قطاع كبير من رجال الأعمال والمستثمرون الأردنيين في الداخل والخارج وازدياد الأعباء الاقتصادية والاجتماعية والتشريعية والتنظيمية للحكومة، حيث جاء توجه الحكومة الأردنية نحو سياسة الخصخصة في مطلع الربع الأول من عام 1985 مستمدا من روح التكليف الملكي السامي للحكومة آنذاك الذي حث على تشجيع القطاع الخاص ليأخذ دوره سواء في التنمية الاقتصادية في معظم القطاعات بما فيها الصحة والتعليم، أو تحقيق العدالة الاجتماعية؛ حيث جاءت عملية الخصخصة كجزء من خدمة اقتصادية متكاملة تبنتها الحكومة منذ بداية التسعينات في إطار برنامج الإصلاح الاقتصادي والإعتماد على الذات في أعقاب الأزمة الاقتصادية التي حلت بالاقتصاد الأردني، بالإضافة إلى المنتجات الاقتصادية في مجال العولة وازدياد المنافسة وإزالة الحواجز الجمركية والإدارية لتحرير التجارة العالمية وتدفق رؤوس الأموال وثورة المعلومات والاتصالات.

لم تكن الخصخصة في المملكة الهاشمية ترفا اقتصاديا أو تقليعة جديدة أو محاكاة لتجارب دول أخرى وإنما أملت وفرضتها الدراسات والمسموحات التي أجريت على مشروعات القطاع العام والتي أكدت نتائجها على أن درجة كبيرة من عدم الكفاءة الإدارية والتشغيلية تسود شركات ومؤسسات القطاع العام إضافة إلى هدر المال العام والترهل الإداري وتدين الخدمات التي تقدمها ارتفاع المديونية في حين تحقق شركات القطاع الخاص عوائد ونتائج أفضل وتولد فرص عمل أفضل نظرا لارتفاع الكفاءة الإدارية والتشغيلية فيها،³⁸ وذلك استجابة لسياسة صندوق النقد والبنك الدوليين حيث لم يحقق الاقتصاد الأردني أي مكاسب من وراء الخصخصة، وقدمت الدولة تنازلات

38- موقع بورصة عمان:

اقتصادية وسياسية غير مبررة لأهم الشركات الوطنية في البلاد، كما قدمت الدولة تنازلات عن إيرادات الخزينة لصالح الشركات الأجنبية، في حين أن الخزينة هي بأمر الحاجة إلى هذه الأموال، قسم كبير من الشركات ليست متعثرة ولا تكبد الخزينة خسائر بل على العكس تحقق أرباحاً، فقط لاعتبارات تفرضها مصالح الاحتكارات العالمية، وللخضوع لشروط الصندوق والبنك الدوليين وقبل انتهاء من مرحلة بيع المؤسسات الدولة بدأت الخطوات اللاحقة لبيع الأراضي العقبة بذريعة إطفاء الديون علماً أن قيمة أرض العقبة البالغة 354.5 مليون درهم تم إنفاقها ضمن النفقات العام لعام 2008، ولم يتم إطفاء الديون بل على العكس قفزت المديونية بشكل يفوق كل التقديرات خلال العامين الأخيرين.³⁹

حيث كانت البداية الفعلية للخصخصة عن طريق بيع الأسهم في السوق الأولي الأردني كانت في 1996م بحصيلة قدرها 11 شركة وعلى الرغم من صغر حجم البرنامج الخصخصة في الأردن مقارنة ببعض الدول الأخرى إلا أنه يعتبر من أنجح البرامج في الدول العربية نظراً للسرعة التي تم فيها تنفيذه فقد قامت الحكومة خلال الفترة ما بين عامي 1996 و 2000 بيع أسهمها في 21 شركة تمتلك فيها 5 بالمائة أو أقل من الأسهم و 12 شركة تمتلك فيها بين 5 و 10% من الأسهم و 11 شركة تمتلك فيها أكثر من 10% من الأسهم.⁴⁰

في حين أظهر تقرير الخاصية أن حصيلة عملية الخصخصة في الأردن بلغت 5.2 مليار دينار منذ سنة 1998 حتى نهاية 2012، وأظهر التقرير أن خزينة الدولة حققت إيرادات بلغت 3.5 مليار دينار منذ بداية برنامج الخصخصة عام 1998 حتى نهاية 2012.⁴¹

³⁹ موقع بورصة عمان 12.25، 12/05/2016، www.ase.com.jo/ar/node/868

⁴⁰ لجنة التنسيق العليا للأحزاب المعارضة الوطنية الأردنية، مداخلة بعنوان نتائج وآثار الأزمة المالية والاقتصادية، المؤتمر الوطني للاقتصاد الوطني

للإصلاح الاقتصادي والاجتماعي، الأردن في 2010/3/20؛ ص ص 26، 27.

⁴¹ www.jfra.news.net/more_83267، 12/05/2016، 14 :33

خاتمة:

من خلال ما سبق نستطيع القول أن الهدف من هذه الورقة البحثية هو البحث عن مدى إمكانية الاستفادة من رأس المال الفائض واستثماره في مختلف الوحدات الاقتصادية، أي البحث عن إمكانية تمويلها في بورصة عمان من (2008-2014)، ولهذا توصلنا إلى مايلي:

1- لم تحقق بورصة عمان ما هو مرغوب منها كوسيلة تمويل فعالة خلال الفترة محل الدراسة (2008-2014) كنتيجة منطقية لزيادة أعباء الدين الداخلي والخارجي المترتب على الحكومة الأردنية، إذ لجأت هذه الأخيرة خلال كل عام إلى إصدار سندات خزينة وكذا أذونات تغطي بها عجز الميزانية، في حين إقتصرت عمليات إصدار الأسهم الخاصة بالشركات في نقل ملكيتها من مستثمر إلى آخر دون أي إضافة تذكر للاقتصاد القومي

2- ظهرت بورصة عمان بوجه شاحب وفي معظم مؤشرات الأداء ويعود هذا إلى تبعات الأزمة المالية العالمية وذلك للعلاقات الخارجية من جهة وللسياسات المتبعة في مواجهتها من جهة أخرى، كما لا ننسى أزمة المديونية الخارجية التي عانت منها المملكة والتي كان لها الدور الكبير في ركود السوق الأولي.

3- تداعيات الأزمة المالية العالمية خلفت آثارا كبيرة أدت الى ضعف الدور الذي يؤديه السوق الأردني في تمويل استثمارات المملكة.

قائمة المراجع:

أولاً- باللغة العربية:

1- الكتب:

- 1- الحلاق سعيد سامي، العجلوني محمد محمود، النقود والبنوك والمصارف المركزية، (دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2010).
- 2- الحناوي محمد صالح، مصطفى نحال فريد، العبد جلال، تقييم الأسهم والسندات، (المكتب العربي الحديث، مصر، 2007).
- 3- الشريفات علي إبراهيم، الاستثمار في البورصة: الأسهم _سندات_ وثائق_ استثمار_ خيارات، (دار الجامعة الجديدة، مصر، 2003).
- 4- الشمري ناظم محمد نوري، البياتي طاهر فاضل، صيام أحمد زكريا، أساسيات الاستثمار العيني والمالي، (دار وائل، الأردن، 1990).
- 5- النجار فريد، المشتقات والهندسة المالية، (الدار الجامعية، مصر، 2009).
- 6- حماد طارق عبد العال، المشتقات المالية "المفاهيم، إدارة المخاطر، المحاسبة"، (الدار الجامعية، مصر، 2001).
- 7- حنفي عبد الغفار، أساسيات الاستثمار في بورصة الأوراق المالية "أسهم، سندات، وثائق الاستثمار، الخيارات"، (الدار الجامعية، مصر، 2005).
- 8- حنفي عبد الغفار، قرياقص رسمية، أساسيات الاستثمار والتمويل، (مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2000).
- 9- حنفي عبد الغفار، الاستثمار في البورصة، (دار حامد، الأردن، 2006).
- 10- سعيد محمد، سلطان أنور، إدارة البنوك، (الدار الجامعية، مصر، 2005).
- 11- عبد الجواد محمد عوض، الشديفات علي إبراهيم، الاستثمار في البورصة، (دار الحامد للنشر والتوزيع، مصر، 1998).
- 12- عجم هيثم صاحب، نظرية التمويل، (دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2001).
- 13- عطية أحمد صلاح، مشاكل المراجعة في أسواق المال، (الدار الجامعية، مصر، 2003).
- 14- فضيل فارس، التقنيات البنكية محاضرات وتطبيقات، (الجزء الأول، ألو ساك رشيد، الجزائر، 2006).
- 15- مطر محمد، إدارة الاستثمارات، (دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2006).

- 16- مطر محمد، تيم فايز، إدارة المحافظ الاستثمارية، (دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2005).
- 17- يونس محمد، الوصال كمال أمين، اقتصاديات نقود وبنوك وأسواق مالية، (قسم الاقتصاد للنشر، مصر، 2005).

2- رسائل الماجستير:

- 18- علة محمد، الدولة وعدم الاستقرار النقدي وأثر الدولار على الاقتصاد الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002_2003.
- 19- عيجولي خالد، وظيفة الوساطة المالية في البورصة ودورها في تنمية المعاملات المالية دراسة مقارنة لبلدان المغرب العربي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، ديسمبر، 2006.

3- الأطروحات:

- 20- العقون نادية، العولمة الاقتصادية والأزمات المالية: الوقاية والعلاج: دراسة لازمة الرهن العقاري في الولايات المتحدة الأمريكية، مذكرة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012_2013

4- الملتقيات:

- 21- لعمارة جمال، رايس حدة، تحديات السوق المالي الإسلامي، ورقة مقدمة للملتقى الدولي حول سياسات التمويل وأثرها على الاقتصاديات والمؤسسات دراسة حالة الجزائر والدول النامية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، يومي 21، 22 نوفمبر 2006.
- 22- لجنة التنسيق العليا للأحزاب المعارضة الوطنية الأردنية، مداخلة بعنوان نتائج وآثار الأزمة المالية والاقتصادية، المؤتمر الوطني للاقتصاد الوطني للإصلاح الاقتصادي والاجتماعي، الأردن في 2010/3/20؛ ص ص 26، 27.

5- الدوريات:

- 23- الزيود عبد الناصر، أبو زيد محمد، "أثر الانترنت في الأسواق المالية" دراسة تطبيقية على بورصة عمان المالية"، مجلد 9، جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 23، العدد 01، 2007.

- 24- بدر الخطيب حازم، دور وأهمية العائدات والأوراق المالية في أسواق المال الإسلامية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة- الجزائر، العدد 11، ماي 2007.
- 25- بن علي بلعزوز، استراتيجيات إدارة المخاطر في المعاملات المالية، مجلة الباحث، العدد 7، جامعة ورقلة، 2009_2010.
- 26- حسنين سحر عباس، أثر تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في نشاط الأسواق المالية "الأردن حالة دراسية"، كلية الإدارة والاقتصاد، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد 6، العدد 2008.
- 27- طاهري فاطمة الزهراء، العقود المستقبلية كوسيلة لتسيير مخاطر السعر في الأسواق الزراعية، أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة محمد خيضر بسكرة- الجزائر، العدد 05، جوان 2009.
- 28- مفتاح صالح، العولمة المالية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد 2، جوان 2002.
- 6- التقارير:

29- التقارير السنوية لبورصة عمان للسنوات:

2008 , 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

7-المواقع الالكترونية:

- 30- www.ase.com.jo, 10/05/2016 , 12.0532 -
- 31- www.Shatharat.net/vb/Showthread.php?t=11034, 10/05/2016
- 32- www.alrai.com/article/637540.html, 12/05/2016, 18:25 33-
- 33- www.ase.com.jo/ar/node/868 , 12/05/2016, 12.25
- 34- www.jfra news.net/more_83267, 12/05/2016, 14:33
- 35- www.alrai.com/article/637540.html, 12/05/2016, 18.25

ثانياً-باللغة الأجنبية:

- 36- Johnc .hull, options, eutures, and other deveratives, prentice hall, toronti, 5th edition, 2003.

متطلبات تحسين جودة التعليم المحاسبي في الجزائر (دراسة قياسية)

د. درويش عمار

أستاذ محاضر بالمركز الجامعي بلحاج بوشعيب-عين تموشنت.

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى تبيان أهمية مؤسسات التعليم المحاسبي في توفير محاسبين مهنيين قادرين على ولوج عالم الشغل، وذلك بكفاءات تمكنهم من مواجهة تحديات التغير السريع في بيئة الأعمال ومعالجة المشكلات الاستثنائية، ولعل التعليم الجامعي يعتبر الركن الأساسي للوفاء بمتطلبات سوق العمل، وهذا من خلال تكوين الطلاب وفتح التخصصات التي تعنى بالتكوين والتأهيل في مختلف فروع العلوم المحاسبية والمالية.

فمن خلال هذا البحث تبين لنا أن هناك ضرورة لإعادة النظر في برامج التعليم المحاسبي في الجزائر، وتطوير مضامينه لتتوافق وتوصيات الاتحاد الدولي للمحاسبين (IFAC)، وتوسيع ثقافة التعليم المحاسبي بإنشاء تخصصات جديد، ومراكز ومعاهد تعليم حديثة تعنى بالتكوين المحاسبي، بالإضافة إلى تيسير دخول عالم مهنة المحاسبة بإصدار قوانين واضحة تنظم المهنة وتفعيل تطبيقها.

الكلمات المفتاحية: التعليم المحاسبي، معايير التعليم المحاسبي الدولية، الاتحاد الدولي للمحاسبين، مهنة المحاسبة.

Abstract:

The aim of this research is to identify the importance of accounting education in providing professional accountants able to enter the world of jobs efficiently, which would enable them to confront the changes and the challenges of rapid change in the business environment and addressing the exceptional issues, and perhaps university education is the cornerstone to fulfill the requirements of the job market during the formation of the students and the opening of specialties concerned with the training and qualification in the various branches of accounting and financial sciences.

Through this research we have found that there is a necessity to reconsider the accounting education programs in Algeria and the development of its contents to correspond to the recommendations of the International Union of Accounting Education, and expanding the culture of accounting education by creating a new specialties, centers and institutes of modern education concerned with accounting as well as to facilitate the entry to the world of the accounting profession by issuing clear laws regulating the profession and activate its application.

Key words: Accounting education, International Education Standards (IES), International Federation Accountant (IFAC), the accounting profession.

مقدمة:

لقد أوجبت ظاهرة عوامة الأسواق المالية على معظم دول العالم ضرورة توحيد نظمها المحاسبية قصد زيادة شفافية وموثوقية المعلومات الناتجة عن القوائم المالية المعدة في ظل هذه النظم، وحماية المستثمرين الأجانب وتسهيل قراءتهم للكشوف المالية، بحيث بات تنقل المستثمرين بين مختلف الدول السمة الأساسية والمظهر البارز من مظاهر العوامة، وكذا المساهمة في تسهيل عملية التعاون الدولي لمحاربة الجريمة المالية.

من هنا كان لزاما على كل دول العالم الإهتمام بجودة التعليم المحاسبي، وإنشاء له مدارس ومعاهد وجامعات تُعنى بتقديم برامج ومحتويات تتوافق والمعايير الدولية للمحاسبة بغية الوصول إلى توافق وتوحيد محاسبي دولي.

تكتسي قضية تطوير التعليم المحاسبي وتحسين جودته بما يتوافق وتوصيات الإتحاد الدولي للمحاسبين أهمية بالغة، لما للمحاسبين من مسؤولية مهنية وأخلاقية في بدل العناية اللازمة في ممارسة الأدوار المنوطة بهم، إذ تتعاطم هذه المسؤولية اليوم مع إزدياد المتغيرات التكنولوجية والمعرفية التي تشهدها بيئة الأعمال، خاصة بعد الإنفتاح على الأسواق الخارجية والعوامة، هذا ما يتطلب تسليح المحاسب إضافة إلى المادة العلمية الأساسية المتعلقة بعلوم المحاسبة، المالية، التدقيق والضرائب لا بد عليه من توسيع مداركه بتنمية قدرته على التفكير التحليلي والإنتقادي كذا ملكة الإتصال الفعال لديه، وإكسابه المهارات والقدرات اللازمة. إن هذه المسؤولية تقع على المؤسسات المكلفة بتكوين المحاسبين من جامعات ومعاهد متخصصة، لذا وجب عليها تطوير مناهجها ومساقاتها بما يتماشى مع معايير جودة التعليم المحاسبي الصادرة عن الإتحاد الدولي للمحاسبين إذ لا يمكن الحديث عن جودة تعليم محاسبي ما لم يهتم بجودة مدخلات هذه العملية من مضامين ومحتويات المواد الدراسية، كفاءة وتخصص المدرسين، طرق التدريس التي تعد الطالب من الناحية النظرية والفكرية ومن الناحية المهنية الميدانية بحيث يتم الجمع بينهما، والاستعدادات الشخصية للطلاب من ناحية القدرات والأخلاق المهنية.

الإشكالية:

تناول هذه الورقة البحثية دراسة البيئة الجزائرية على وجه الخصوص من حيث إهتمامها بإعداد المحاسبين لمتطلبات سوق العمل وفقا لمعايير الجودة المتفق عليها عموما، لذا كانت إشكالتنا تدور

حول السؤال الرئيسي التالي: ما مدى توافق التعليم المحاسبي في الجزائر مع المعايير الصادرة عن الاتحاد الدولي للمحاسبين؟

ولمعالجة هذه الإشكالية تم تحليلها لمجموعة من التساؤلات الفرعية التالي:

- ما المقصود بجودة التعليم المحاسبي؟
- ما أهم المدخلات التي ينبغي أن تهتم بها مؤسسات التعليم المحاسبي من أجل توفير جودة لمخرجاتها؟
- هل الجامعات والمدارس والمعاهد المتخصصة في الجزائر تحترم وتطبق معايير جودة التعليم المحاسبي الصادرة عن الاتحاد الدولي للمحاسبين؟

الفرضيات:

من أجل الإجابة عن الإشكالية المطروحة افترضنا أن واقع التعليم المحاسبي في الجزائر لا يزال دون المستوى، إذ يجب تطوير مضامينه، سواء من ناحية محتويات المواد الدراسية التي يتلقاها الطالب، كفاءة وتخصص المدرسين وتمتعهم بالخبرات اللازمة، قابلية الطالب للمهنة وتمتعته بالكفاءات الفنية والشخصية لدخول عالم العمل المحاسبي، وكذا طرق وأساليب التدريس النظرية والتطبيقية واستخدامات أجهزة الإعلام والاتصال الحديثة، بحيث الدمج بين مختلف هذه العناصر من شأنه تحسين جودة التعليم المحاسبي، لذا قمنا بصياغة هذا الافتراض في مجموعة من الفرضيات الجزئية كما يلي:

الفرضية 01: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مضامين ومحتويات المواد الدراسية ومستوى جودة التعليم المحاسبي؛

الفرضية 02: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة وتخصص المدرسين ومستوى جودة التعليم المحاسبي؛

الفرضية 03: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طرق وأساليب التدريس ومستوى جودة التعليم المحاسبي؛

الفرضية 04: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مضامين ومحتويات المواد الدراسية ومستوى جودة التعليم المحاسبي؛

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذا النوع من الدراسات التي تُعنى بالتعليم المحاسبي خاصة في الآونة الأخيرة في الجزائر، أين تم حل المصنف الوطني للخبراء المحاسبين، محافظي الحسابات والمحاسبين المعتمدين، وأصبح منح اعتماد ممارسة المهنة من صلاحيات وزير المالية كمحاولة من الوزارة الوصية إسترجاع مسؤوليتها على المهنة، لذا يفترض من المؤسسات التي تنوي الدولة إنشائها لتكوين المحاسبين أن تلتزم بمعايير جودة التعليم المحاسبي الصادرة عن الهيئات الدولية والإقليمية والمحلية، والمتفق عليها عموما من أجل إعداد الخريجين إعدادا لائقا بمتغيرات مستجدات بيئة الأعمال الحديثة.

أهداف الدراسة:

- إبراز واقع التعليم المحاسبي في الجزائر، والمعوقات والتحديات التي تحول دون وصوله إلى المستوى المطلوب؛
- إظهار أهم العناصر الواجب الإهتمام بها (المواد الدراسية، الطلاب، طرق التدريس، والمدرسين) من أجل تحسين مستوى التعليم المحاسبي في الجزائر؛
- إقتراح بعض الحلول الكفيلة بتصحيح مسار التعليم المحاسبي في الجزائر.

منهجية الدراسة:

إعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي التحليلي لإظهار أهم المفاهيم التي إشتملت عليها الدراسة في الجانب الدراسي، كما إستعملنا في الجانب التطبيقي الإستبيان لجمع آراء عينة الدراسة من الواقع حول محتويات عملية تدريس المحاسبة، وإبراز الإحتياجات الضرورية لتحقيق جودة التعليم المحاسبي، بحيث تم توزيع الإستبيان على مجموعة من الموظفين والممارسين لمهنة المحاسبة بولاية عين تموشنت.

الدراسات السابقة:

- دراسة محمد مفتاح الفطيمي، "دور التعليمي المحاسبي في صقل الخريجين بالمهارات اللازمة لسوق العمل"، المؤتمر العربي حول التعاليم العالي وسوق العمل، الجامعة المفتوحة، ليبيا.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة وتحديد أهم المهارات والخبرات التي يجب أن يكتسبها خريج المحاسبة عند دخوله للمهنة حتى يكون ناجحاً في عمله، ومعرفة أهم السبل لتحقيقها. حيث ثم التعرض بالتحليل إلى أهم المهارات والخبرات والمعارف التي يجب أن يكتسبها الخريج عند دخوله لسوق العمل ومن أهم هذه المهارات: المهارات الشخصية، مهارات الاتصال الشفهية ومهارات الوصول إلى مصادر التعلم والتحريرية، مهارات التعامل مع الآخرين. فقد خلصت إلى نتيجة مؤداها أن نوعية وجودة الخريجين وصقلهم بهذه المهارات لا يتم إلا من خلال تحسين العناصر الأساسية لنظام التعليم المحاسبي والتي من أهمها: المناهج، طرق التدريس، معايير قبول الطلاب.

● **دراسة خالد قطناني، خالد عويس،** "مدى ملائمة مناهج التعليم المحاسبي في الجامعات العمانية لمتطلبات سوق العمل في ظل تداعيات الأزمة المالية"، كلية الزهراء للبنات، جامعة مسقط، سلطنة عمان.

تعرض الباحثان في هذا الموضوع إلى ثلاثة نقاط أساسية هي: تداعيات الأزمة المالية وانعكاساتها، أهمية التعليم المحاسبي ودراسة واقع التعليم المحاسبي في سلطنة عمان وتقييمه في كافة المراحل والمستويات التعليمية، ثم تحديد أهم المتطلبات اللازمة لتطوير التعليم المحاسبي في سلطنة عمان ليشمل ذلك كافة عناصر العملية التعليمية والمؤسسات ذات العلاقة.

توصلا الباحثان إلى أن البرامج التعليمية المحاسبية المطبقة حالياً في الجامعات العمانية كافية بشكل عام لتزويد الخريج بحوالي 80 % من المعارف والمهارات والخبرات التي يتطلبها سوق العمل.

● **دراسة: الفاتح الأمين عبد الرحيم الفكي،** "تصور مقترح لتطبيق معايير التعليم المحاسبي ودورها في ضبط جودة مناهج المحاسبة في الجامعات السعودية"، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، المجلد السابع، العدد 16، جامعة الشقراء، المملكة العربية السعودية، 2014.

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على معايير التعليم المحاسبي وكيفية استخدامها عند تصميم مناهج البرامج المحاسبية بالجامعات، ودراسة معايير التعليم المحاسبي وتحليلها، وتوضيح كيفية الاستفادة منها، وكذلك محاولة وضع إطار عام يمكن الإسترشاد به عند تصميم البرامج المحاسبية وتقييمها.

توصل الباحث إلى عدة نتائج أهمها أن معايير التعليم المحاسبي توفر إرشادات واضحة لكيفية تصميم منهج المحاسبة، وذلك لأنها توفر مخرجات تعلم يمكن قياسها وتحقيقها، وأن هناك علاقة إيجابية بين معايير التعليم المحاسبي ومعايير الهيئة الوطنية للتقويم والإعتماد الأكاديمي بالمملكة العربية السعودية.

بالإضافة إلى هذه الدراسات هناك العديد من الدراسات العربية السابقة التي أجمعت على أن التعليم المحاسبي بالدول العربية لا يزال دون المستوى المطلوب، وذلك لعدة أسباب واعتبارات منها ما يعزى للمواد المدرسة، مناهج التدريس، والمدرسين من جهة، وإستعدادات الطلاب في حد ذاتهم من جهة أخرى، وذلك أن التعليم في معظم الدول العربية لا تزال جودته منخفضة بسبب إنتهاج سياسة الكم على حساب النوعية والكفاءة.

أولاً: الدراسة النظرية.

بحكم المنصب المهم الذي يشغله المحاسب بالمؤسسة يفترض منه إكتساب مهارات ومعرفة عالية بالعديد من المجالات، الإقتصادية والقانونية والتسيرية، وحتى برامج الإعلام الآلي إضافة للتقنية المتعلقة بعلم المحاسبة، وذلك حتى يتسلح بكامل الكفاءات والمهارات التي يمكن أن يواجه بها عالم الأعمال المتسم بالتغير المستمر.

1- ماهية التعليم المحاسبي:

لا بد من التأكيد إلى أن حاجة المجتمع إلى علم المحاسبة حاجة ملحة كبقية العلوم الأخرى لأنه يرتبط بشتى مجالات الحياة، وينظم الكثير من علاقات الأفراد، لذا ينبغي أن يُلي له الإهتمام اللازم لتدارك نقائصه.

"فالمحاسبة فن يعتمد على استخدام القدرات الذاتية للمحاسبين في الحكم على الكثير من الأحداث الاقتصادية والمالية التي تواجه العمل المحاسبي، كما أنها علم ضمن العلوم الاجتماعية يمتاز بمعرفة مصنفة لها مادتها العلمية التي أمكن الوصول إليها عن طريق الدراسة والخبرة معاً عبر مراحل مختلفة من الزمن، وكذلك فهي مهنة منظمة تمارس في الحياة العملية وفق خصوصية تتصف بها وتجعلها بارزة بين المهن الأخرى التي يحتاجها المجتمع بصورة دائمة ومستمرة.

وفي سبيل الوفاء باحتياجات المجتمع من المحاسبة كان لابد من الاهتمام بعملية التعليم المحاسبي، والتي يمكن من خلالها تهيئة الإطارات الأكاديمية والمهنية القادرة على سد احتياجات الطلب المتزايد على المحاسبة، والناشئ عن التطورات العديدة التي تحدث بصورة مستمرة¹.

يعد التخطيط الجيد للبرامج التعليمية المحاسبية وإتباع الأساليب العلمية الحديثة لطرق التدريس من العناصر الأساسية لنجاح التعليم المحاسبي وزيادة جودة مخرجاته. ففي الوقت الذي تعتبر فيه جودة مخرجات التعليم المحاسبي من التحديات الكبيرة في عصر الانفتاح الاقتصادي، نجد أن جودة هذه المخرجات تعتمد بالدرجة الأولى على جودة العناصر المكونة لنظام التعليم المحاسبي².

إن عملية لتطوير مخرجات التعليم المحاسبي تتم من خلال مجموعة من الأهداف المتتالية، تبدأ بتحديد احتياجات الواقع العملي فيما يتعلق بمهام وواجبات المحاسب، ثم تحديد المعرفة والخبرة والمهارة المطلوبة للقيام بهذه الواجبات، ويأتي هذا تحديد أساليب وطرق التعليم المناسبة لتأهيل خريج المحاسبة لأداء هذه المهام، وبعد ذلك يتم تحديد المشاكل والعوائق التي تواجه عملية تطوير وتحديث المناهج وطرق التدريس الحالية، وأخيراً اقتراح إجراءات حل المشاكل وإزالة العوائق³.

لذا يمكن القول أن التعليم المحاسبي هو تلك العملية التي من خلالها نؤهل الأفراد ليصبحوا قادرين على ممارسة العمل المحاسبي بكفاءة ومهارة مهنية، ويتمتعون بقدرات كافية لاستخدام تقنيات المعلومات في المجال المحاسبي.

¹ - زياد هاشم السقا، خليل إبراهيم الحمدان، دور التعليم الإلكتروني في زيادة كفاءة وفعالية التعليم المحاسبي، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 2، 2012، ص.ص. 48-49.

² - محمد مفتاح الفطيمي، دور التعليم المحاسبي في صقل الخرجين بالمهارات اللازمة لسوق العمل، المؤتمر العربي حول التعليم العالي وسوق العمل، ص. 04. أنظر الرابط: <http://www.7ou.edu.ly/alsatil/conf42010/1/21.pdf> Date 15-03-2016.

³ - عماد علي السويح، عبد المجيد الطيب شعبان، أثر تطبيق نظام الثانويات التخصصية على تحصيل الطلاب في المرحلة الجامعية (دراسة تطبيقية على طلبة قسم المحاسبة بكلية الإقتصاد بجامعة الزاوية)، المجلة الجامعة، العدد 16، المجلد الثاني، أفريل 2014، ص. 115.

2- جودة التعليم:

نعني بجودة التعليم جعل من خرجي العملية التعليمية قادرين على أداء أدوارهم في مجتمعاتهم، من خلال تزويدهم بكفاءات تعليمية ومهنية تمكنهم من القيام بمهامهم الخدمية أو الإنتاجية، ويتفاعلون مع مختلف حاجيات البيئة الحديث، ويطورون معارفهم باستمرار¹.

إستنادا لمؤتمر اليونسكو للتعليم والذي إنعقد بفرنسا سنة 1998م تم الإتفاق على أن جودة التعليم عبارة عن مفهوم متعدد الأبعاد، بحيث ينبغي أن يشمل جميع وظائف التعليم وأنشطته من مناهج التعليم، البرامج التعليمية، الطلاب، المرافق والأدوات التعليمية. بحيث ينبغي لكل عنصر أن يتميز ببعض الخصائص حتى يتصف بالجودة²:

- جودة هيئة التدريس: يقصد بها تأهيله العلمي والسلوكي والثقافي، وخبراته العملية التي تتكامل بدورها مع تأهيله العلمي؛
- جودة الطلاب: أي مدى تأهيلهم في مراحل ما قبل الجامعة عمليا وصحيا وثقافيا ونفسيا حتى يتمكنوا من إستيعاب دقائق المعرفة؛
- جودة البرامج التعليمية وطرق التدريس: ويقصد بذلك شمولها وعمقها ومرونتها واستيعابها لمختلف التحديات العالمية والثورة المعرفية، ومدى تطويعها بما يتناسب مع المتغيرات العالمية وإسهامها في تكوين الشخصية المتكاملة للطلاب.

3- أساليب التعليم المحاسبي:

بالنسبة لأدوات التعليم المحاسبي وأساليبه هناك تباين كبير بين دول العالم في الأسلوب الأمثل، إلا أنه قد أوصى الإتحاد الدولي للمحاسبين في مقدمة معاييرهم التعليمية على ضرورة تدريب المعلمين، وتشجيعهم على استخدام أساليب تدريس التعلم المركزي (Learner-centered Teaching Methods)، والتي تقع في أحد عشر أسلوبا، كما يلي:

¹ - محمد نعمان نوفل، مآزق سياسات التعليم العالي في ظل توجهات التنمية، مجلة مستقبل التربية العربية، العدد 3، المجلد 1، 1995، ص. 29.

² - محمد أبو القاسم زكري، التحديات والمشاكل المعاصرة التي تواجه الجودة الشاملة للتعليم المحاسبي في ليبيا (دراسة حالة في كلية الإقتصاد فرع الجفارة)، مداخلة بالمؤتمر السنوي الخامس للمنظمة العربية لضمان الجودة في التعليم حول نظم الجودة وتطبيقها باستخدام أساليب تكنولوجية مبتكرة لضمان الجودة في التعليم، تونس 12 ديسمبر 2013، ص. 6-7.

- (1) إستخدام دراسات الحالة، وعروض العمل، وغيرهما من الوسائل التي تحاكي مواقف العمل؛
 - (2) العمل في مجموعات؛
 - (3) تكييف الأساليب والمواد التعليمية، لمواكبة التغير المستمر في بيئة العمل التي يعمل بها المحاسبون المهنيون؛
 - (4) وضع المناهج التي تحث على التعلم الذاتي، وبالتالي فإن الطلاب سيتعلمون كيف يعلمون أنفسهم، وسيحملون معهم هذه المهارة إلى ما بعد التخرج؛
 - (5) تحفيز الطلاب للمشاركة بفعالية في العملية التعليمية؛
 - (6) إستخدام أساليب القياس والتقويم التي تعكس التغير في المعرفة والمهارات والقيم والأخلاق والسلوك المهني المطلوب للمحاسبين المهنيين؛
 - (7) دمج المعرفة والمهارات والقيم والأخلاق والسلوك المهني، ضمن المواضيع والفروع الدراسية، وذلك لعرض الجوانب المتعددة للمتطلبات المهنية والنموذج المثالي في المواقف المعقدة؛
 - (8) التعريف بالمشاكل القائمة وسبل حلها، الأمر الذي يشجع التعرف على المعلومات الملائمة، ووضع التقديرات المنطقية، والتوصل إلى استنتاجات واضحة؛
 - (9) إكتشاف النتائج البحثية؛
 - (10) تحفيز الطلاب لتطوير شكوكهم وآرائهم المهنية؛
 - (11) استخدام التكنولوجيا، والتعليم الإلكتروني في عملية التعليم المحاسبي¹.
- ومن خلال ما تقدم يلاحظ أن التعليم المحاسبي يتكون من شقين أساسيين هما:
- **التعليم المحاسبي الأكاديمي:** يتعلق بالجانب النظري، والذي يجب أن يلم به المتعلم كي يعتمد عليه في التطبيق العملي؛
- **التعليم المحاسبي المهني:** يتعلق بالجانب التطبيقي، والذي يؤهل المتعلم لممارسة مهنة المحاسبة².
- لعل أفضل أساليب التعليم المحاسبي هو الدمج بين الجانب النظري والتدريب الميداني، بحيث يتلقى المتعلم كل ما يتعلق بعلم المحاسبة كمادة خام ثم يحاول تطبيق تلك النظريات عملياً، وتحت إشراف

¹ - زبدة عطية بوفارس، التعليم المحاسبي المهني وسبل تطويره، ص. 11.

² - زياد هاشم السقا، خليل إبراهيم الحمدان، مرجع سبق ذكره، ص. 49.

مديره، بحيث تضلع الجامعات والمعاهد والمدارس العليا بالمهمة الأولى، أما المرحلة الثانية فمن اختصاص مكاتب الخبرة المحاسبية، ومحافظي الحسابات والمحاسبين المعتمدين، أو المؤسسات الإقتصادية وقطاع الأعمال حتى لا يكون الطالب عبارة عن جهاز فقط لحفظ المعلومات ولا يمتلك القدرات والمهارات الكافية لحل الإشكالات التي قد تواجهه ميدانياً.

4- معايير التعليم المحاسبي وفقاً لتوصيات الاتحاد الدولي للمحاسبين:

معايير التعليم المحاسبي الدولية هي عبارة عن معايير توفر إرشادات محددة يجب تحصيلها من طرف المحاسبين، وهي موجهة للجهات المكلفة بالتعليم المحاسبي من جامعات ومدارس عليا ومعاهد متخصصة، أو هيئات مهنية، تصدر هذه المعايير عن الاتحاد الدولي للمحاسبين¹. بحيث تهدف هذه المعايير إلى:

- تخفيض الخلافات الدولية بشأن التأهيل وعمل المحاسب المهني؛
 - تسهيل التنقل العالمي للمحاسبين المهنيين؛
 - توفير معايير دولية يمكن الرجوع إليها لقياس مدى التزام المؤسسات التعليمية بمتطلبات التعليم المحاسبي الدولية والتي تساعد في قياس كفاءة المخرجات².
- لقد دعي الاتحاد الدولي للمحاسبين إلى ضرورة تزويد طلبة علم المحاسبة والذين سيكونون محاسبي المستقبل بالجوانب المعرفية التالية³:

- **المعرفة العامة بتقنية المعلومات:** وتشمل هذه المعرفة النواحي المتعلقة باستخدام تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال، والرقابة الداخلية تقييم عمليات الأنظمة المعتمدة على الحاسوب.

¹ - الفاتح الأمين عبد الرحيم الفكي، تصور مقترح لتطبيق معايير التعليم المحاسبي ودورها في ضبط جودة مناهج المحاسبة في الجامعات السعودية، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، المجلد السابع، العدد 16، جامعة الشقراء، المملكة العربية السعودية، 2014، ص. 114.

² - الفاتح الأمين عبد الرحيم الفكي، المرجع السابق، ص. 118.

³ - نعيم حسني دهمش، غسان دعاس، عفاف أبوزر، التعليم المحاسبي بإستخدام نظم تكنولوجيا المعلومات في الجامعات الأردنية-مرحلة البكالوريوس، المؤتمر العلمي الأول لقسم المحاسبة (المحاسبة في عصر المعلوماتية: واقع وتحديات)، أيام 12-2004/10/13، جامعة مؤتة، الأردن، ص. 4.

● استخدام المعرفة ومتطلبات المهارة: تشغيل وإدارة أنظمة المعلومات المحاسبية والرقابة عليها وحمايتها، إضافة إلى البرمجيات المختلفة المستخدمة في تطبيقات الأعمال من برامج إدارية ومالية وتحليلية وخدمائية.

● كفاءات مدير أنظمة المعلومات أو مقيمها أو مصممها: وتمثل أدوار المقيم والمدير والمصمم كفاءات متخصصة لمهنة المحاسبة.

فقد أصدر مجلس معايير التعليم المحاسبي الدولي التابع للإتحاد الدولي للمحاسبين (06) معايير الأولى دفعة واحدة سنة 2003، ثم بعد ذلك أصدر المعيار السابع سنة 2004، ليصدر المعيار الثامن سنة 2006، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (01): معايير التعليم المحاسبي الدولية قبل التعديل.

رمز المعيار	المعيار
IES1	متطلبات الدخول في برنامج تعليم المحاسبة المهنية
IES2	محتوى برامج تعليم المحاسبة المهنية
IES3	المهارات المهنية
IES4	القيم والأخلاق والسلوك المهني
IES5	متطلبات الخبرة العملية
IES6	تقويم الكفاءة والقدرات المهنية
IES7	التطوير المهني المستمر
IES8	متطلبات الكفاءة لمحتري التدقيق

المصدر: عبد الله سليمان بن صالح، تفاعل الاتجاهات الحديثة للتعليم والتأهيل المحاسبي بين جودة المخرجات المحاسبية ومتطلبات سوق العمل بالدول العربية في ضوء التوجه نحو تطبيق معايير الإبلاغ المالي الدولية، المؤتمر العربي السنوي الأول "واقع مهنة المحاسبة بين التحديات والطموح"، بغداد، العراق، 16-17 أبريل 2014، ص. 28.

كانت تهدف هذه المعايير إلى حماية المصلحة العامة عن طريق وضع متطلبات نزيهة ومتناسبة للالتحاق بالبرامج - تساعد أولئك الأفراد الذين يفكرون بالالتحاق ببرامج تعليم المحاسبة المهنية على اتخاذ قرارات مهنية مناسبة - وضمان أن لا تتم إساءة تمثيل متطلبات الالتحاق ببرامج تعليم المحاسبة المهنية .

ليتم إدخال بعض التعديلات على هذه المعايير بعد سنة 2005 من أجل التوحيد والتمثيل الجيد للمتطلبات الواجب توفرها في المحاسب إستجابة لتغيرات بيئة الأعمال الحديثة كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (02): معايير التعليم المحاسبي الدولية بعد التعديل.

رمز المعيار	المعيار
IES1	متطلبات الدخول في برنامج تعليم المحاسبة المهنية
IES2	التطوير المهني الأولي - الكفاءة الفنية
IES3	التطوير المهني الأولي - المهارات المهنية
IES4	التطوير المهني الأولي - القيم والأخلاقيات والسلوكيات المهنية
IES5	التطوير المهني الأولي - الخبرة العملية
IES6	التطوير المهني الأولي - تقييم الكفاءة المهنية
IES7	التطوير المهني المستمر - التعليم مدى الحياة والتطوير المهني المستمر للكفاءة.
IES8	التطوير المهني للشركاء المسؤولين عن مهمة المراجعة للقوائم المالية.

المصدر: الفاتح الأمين عبد الرحيم الفكي، المرجع السابق، ص. 124.

"بالإضافة إلى العلوم الواجب تحصيلها للطالب الذي سوف يوجه للممارسة المهنية للمحاسبة من علم المحاسبة المالية، المحاسبة الإدارية، الضرائب والجباية، التمويل، التدقيق وغيرها من المواضيع المتعلقة ببيئة الأعمال، فقد تم اعتبار استخدام تقنية المعلومات والأجهزة الحديثة المسيرة لنظم المعلومات من المتطلبات الإلزامية للمحاسب المحترف حتى يضفي قيمة مضافة للمؤسسة التي يشتغل بها"¹.

¹ - نعيم حسني دهمش، غسان دعاس، عفاف أبوزر، مرجع سبق ذكره، ص. 02.

وفي هذا السياق فإن المعيار الدولي الثالث المشار إليه أعلاه يوضح مجموعة من المهارات المهنية اللازمة، والتي تتطلب من المحاسبين امتلاكها عند دخولهم إلى بيئة العمل المهنية. كما يبين كيف أن التعليم العام يمكن أن يساهم في تطوير هذه المهارات. ويمكن سرد هذه المهارات في خمس مجموعات رئيسة على النحو التالي¹:

1- المهارات الفكرية. 2 - المهارات الفنية والعملية.

3- المهارات الشخصية. 4 - مهارات التواصل والاتصال.

5- المهارات التنظيمية وإدارة الأعمال.

ثانيا: الدراسة الميدانية.

1- مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في الإطارات المكلفة بالعمل المحاسبي بولاية عين تموشنت تمثلت في (محاسب إداري، محاسب معتمد، وموظف مكلف بالمحاسبة والمالية)، وذلك بمختلف الإدارات والمؤسسات الاقتصادية والبنوك بالإضافة لممارسين الأعمال الحرة في المجال المحاسبي من خبراء محاسبة، محافظي حسابات ومحاسبين معتمدين، والذين درسوا مقياس تتعلق بالمحاسبة والمالية بإحدى الجامعات أو مؤسسات التعليم المهني الجزائرية، من أجل إستقصاء آرائهم حول مضامين المقياس المدرسة في مجال المحاسبة ومتطلبات العمل المحاسبي في الواقع.

تجدر بنا الإشارة إلى أن الإستمارات الموزعة لم يتم إسترجاعها بالكامل، بحيث تم توزيع (120) إستمارة ولم يتم إسترجاع سوى (80) منها بسبب عدم تعاون أفراد عينة البحث مع الباحث، كما أن جزء من هذه الإستمارات التي تم إسترجاعها لم تكن كلها قابلة للتحليل.

2- حدود الدراسة:

- حدود زمنية: تم إجراء الدراسة الميدانية خلال شهر مارس 2016.
- حدود مكانية: الإدارات، المؤسسات الاقتصادية، مكاتب الممارسة المهنية للمحاسبة بولاية عين تموشنت.

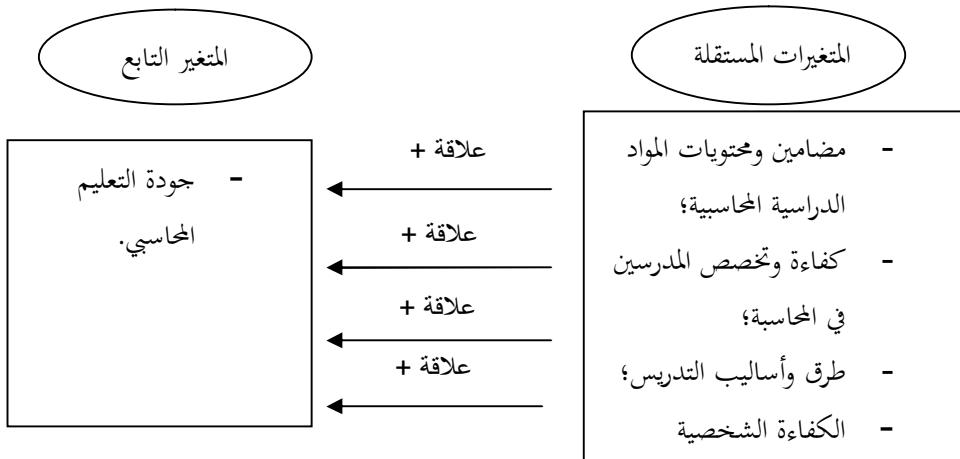
¹ - محمد مفتاح الفطيمي، مرجع سبق ذكره، ص. 07.

- حدود موضوعية: إقتصرننا في دراستنا الميدانية على البحث في تأثير بعض العناصر المكونة لبيئة التعليم المحاسبي تمثلت في (محتويات المواد الدراسية، المدرسين، طرق التدريس، والكفاءة الشخصية للطلاب)، دون غيرها من المتغيرات مع إعتقادنا أن هناك متغيراً أخرى تؤثر في جودة التعليم المحاسبي والتي قد تكون موضوع دراسات مستقبلية.

3- نموذج الدراسة:

يشتمل نموذج الدراسة على نوعين من المتغيرات، متغيرات مستقلة تتمثل في العناصر المكونة لعملية التدريس المحاسبي، ومتغير تابع تمثل في جودة التعليم المحاسبي، فمن خلال هذا النموذج سوف نحاول إختبار مدى توفر هذه المتغيرات بالعملية التعليمية وتأثير ذلك على جودة مخرجاتها من خلال تحليل الإنحدار الخطي البسيط، كما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم (01): نموذج الدراسة.



المصدر: من إعداد الباحث.

4- التعريف بأداة الدراسة:

بناءً على طبيعة البيانات التي يراد جمعها وعلى المنهج المتبع في الدراسة، وفي ظل الوقت المسموح به والإمكانات المادية المتاحة وجدنا أن الأداة الرئيسية الأكثر ملائمة لتحقيق أهداف الدراسة هي (الإستبيان)، حيث قامنا بإعداده وإخضاعه للأسس العلمية في البناء واختبارات الصدق والثبات من أجل التأكد من مدى صلاحيته لجمع البيانات.

تم تصميم الاستبيان وفق مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale) ، حيث يبدى المجيبون آرائهم حول فقرات الاستبيان من خلال خمس إقتراحات تحدد مستوى موافقتهم عليها، وتأخذ فيه الإجابات أوزان رقمية تمثل درجة الإجابة على الفقرة، حيث أن الفقرة التي يتم الموافقة عليها بشدة تأخذ الدرجة (5)، والفقرة التي يتم الموافقة عليها تأخذ الدرجة (4)، أما الفقرة التي يكون قرار الجيب عنها محايدا تأخذ الدرجة (3)، في حين أن الفقرة التي تكون الإجابة عليها غير موافق تأخذ الدرجة (2)، وكذلك الفقرة التي يجاب عليها بغير موافق بشدة تأخذ الدرجة (1)، ولتحديد مستوى الموافقة على كل فقرة من فقرات الاستبيان إعتمدت الدراسة على قيمة الوسط الحسابي والنسب المئوية.

وبناء عليه فقد تضمن الاستبيان ثلاث أجزاء، غني الجزء الأول بالبيانات العامة حول الأفراد محل الدراسة، في حين إهتم الجزء الثاني بالفقرات التي تخص المتغيرات المستقلة بحيث إشتمل على (30) عبارة في شكل (04) محاور (محور المواد الدراسية، محور كفاءة المدرسين، محور طرق التدريس ومحور الكفاءة الشخصية للطلاب)، أما الجزء الثالث فخصص للمتغير التابع في شكل محور واحد (جودة التعليم المحاسبي) يتكون من (05) فقرات، بحيث حاولنا قدر المستطاع جعل الإستمارة تتوافق مع فرضيات البحث.

5- إختبار صدق وثبات أداة الدراسة:

تم التأكد من توفر الثبات الداخلي للإستبيان من خلال معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha Coefficient) بإستخدام برنامج (SPSS. Ver. 20) فتحصلنا على قيمة معامل ألفا لجميع فقرات الإستبيان (0.697) أي (69.7%)، وهو معدل مقبول بحيث يمكن الاطمئنان لمصدقية وثبات أداة الدراسة وإعتمادها في الإجابة على الفرضيات وتحقيق أهداف البحث.

6- إختبار الفرضيات:

1- إختبار الفرضية الأولى:

تم إجراء إختبار الإنحدار الخطي البسيط بين المتغير المستقل "محتويات المواد الدراسية المحاسبية" بجميع فقراته والمتغير التابع "جودة التعليم المحاسبي" بجميع فقراته وفقا للمعادلة التالية:

$$Y = a_0 + a_1 X_1 + \epsilon_i$$

بحيث:

Y : تمثل المتغير التابع (جودة التعليم المحاسبي)؛

a_0 : الثابت؛

X_1 : محتويات المواد الدراسية المحاسبية؛

ε_i : الخطأ العشوائي.

يقوم هذا الاختبار على صياغة فرضيتين إحداهما عديمة والأخرى بديلة كما يلي:

(H_0): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محتويات المواد الدراسية المحاسبية وجودة التعليم

المحاسبي؛

(H_1): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محتويات المواد الدراسية المحاسبية وجودة التعليم

المحاسبي.

الإعتمادا على البرنامج الإحصائي (SPSS. Ver. 20) تم الحصول على النتائج التالية:

شكل معامل التحديد (R^2) قيمة (0,139) أي أن المتغير المستقل الأول المتمثل في محتويات المواد الدراسية المحاسبية لوحده يفسر ما نسبته (13,9%) من المتغير التابع المتمثل في جودة التعليم المحاسبي مما يعني أن هناك متغيرات أخرى ذات أهمية تؤثر في جودة مخرجات التعليم المحاسبي على غرار هذا هذا العنصر، وقد كانت قيمة (Sig.) تساوي (0,001) أي أنها أصغر من درجة المعنوية (0,05)، وهذا يؤدي بنا إلى قبول الفرضية البديلة (H_1) ورفض الفرضية العدمية (H_0)، وهو ما يؤكد على أن محتويات المواد الدراسية المحاسبية ومضامينها تمثل أهم المدخلات التي يجب أن يُعتنى بها من طرف مؤسسات التعليم العالي والتكوين المتخصص لتحقيق أعلى مستويات جودة التعليم المحاسبي في الجزائر، فقد ركزت لجنة تطوير التعليم المحاسبي سنة (1990) على أن برامج ومناهج المحاسبة يجب أن تعد الطلاب ليصبحوا مهنيين، وهو ما تبينه الجداول أدناه:

الجدول رقم (03): معامل الارتباط بين المتغير المستقل الأول والمتغير التابع.

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,373 ^a	,139	,128	,37801

a. Valeurs prédites : (constantes), contenu

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على مخرجات برنامج (SPSS. Ver. 20).

الجدول رقم (04): معامل نموذج الانحدار الخطي البسيط للمتغير المستقل الأول.

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	2,045	,465		4,392	,000
contenu	,416	,117	,373	3,553	,001

a. Variable dépendante : qualité.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS. Ver. 20).

2- اختبار الفرضية الثانية:

يهدف اختبار الفرضية الثانية المثلة بالمتغير المستقل " كفاءة وتخصص المدرسين في المحاسبة " وعلاقته "بجودة مخرجات التعليم المحاسبي" تم صياغة المعادلة كما يلي:

$$Y = a_0 + a_1 X_1 + \varepsilon_i$$

بحيث:

Y: تمثل المتغير التابع (جودة التعليم المحاسبي) ؛

a₀: الثابت؛

X₁: كفاءة وتخصص المدرسين في المحاسبة ؛

ε_i: الخطأ العشوائي.

يقوم هذا الاختبار على صياغة فرضيتين إحداهما عديمة والأخرى بديلة كما يلي:

(H₀): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة وتخصص المدرسين في المحاسبة جودة

التعليم المحاسبي؛

(H₁): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة وتخصص المدرسين في المحاسبة جودة التعليم

المحاسبي؛

أظهرت النتائج المتوصل إليها أن قيمة التحديد (R²) بلغت (0,044) أي أن المتغير المستقل

الثاني تخصص المدرسين في المحاسبة يفسر ما نسبته (4,4%) من المتغير التابع المتمثل في " جودة

التعليم المحاسبي " فعلى الرغم من انخفاض معامل التحديد إلا أنه لا يمكن إغفال أهمية تأثير هذا

المتغير في جودة التعليم المحاسبي، كما قد يدل من ناحية أخرى على نجاح العديد من المدرسين

المتخصصين في الإقتصاد وليس في المحاسبة والمالية بصفة دقيقة في توصيل المعلومة وتكوين المحاسبين

بسبب الخبرة والممارسة، وما يؤكد ذلك أن قيمة (Sig.) بلغت (0,042) أي أنها أصغر من درجة المعنوية (0,05)، وهو ما أدى بنا إلى قبول الفرضية البديلة (H1) ورفض الفرضية العدمية (Ho) استناداً إلى الجداول الواردة أدناه:

الجدول رقم (05): معامل الارتباط للمتغير المستقل الثاني والمتغير التابع.

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,209 ^a	,044	,032	,39843

a. Valeurs prédites : (constantes), enseignant.

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على مخرجات برنامج (SPSS. Ver. 20).

الجدول رقم (06): معامل نموذج الانحدار الخطي البسيط للمتغير المستقل الثاني.

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	3,016	,360		8,371	,000
1 enseignant	,191	,101	,209	1,891	,042

a. Variable dépendante : qualité.

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على مخرجات برنامج (SPSS. Ver. 20).

3- اختبار الفرضية الثالثة:

قمنا بصياغة المعادلة التالية بهدف اختبار وجود علاقة بين المتغير المستقل " طرق وأساليب التدريس " بجميع فقراته والمتغير التابع " جودة التعليم المحاسبي " بجميع فقراته:

$$Y = a_0 + a_1 X_1 + \varepsilon_i$$

بحيث:

Y: تمثل المتغير التابع (جودة التعليم المحاسبي)؛

a₀: الثابت؛

X₁: طرق وأساليب التدريس؛

ε_i: الخطأ العشوائي.

يقوم هذا الاختبار على صياغة فرضيتين إحداها عديمة والأخرى بديلة كما يلي:

(Ho): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طرق وأساليب التدريس وجودة التعليم المحاسبي؛

(H1): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طرق وأساليب التدريس وجودة التعليم المحاسبي. بغرض اختبار الفرضية الثالثة إعتدنا على البرنامج الإحصائي (SPSS. Ver. 20) فتم الحصول على النتائج التالية:

بلغت (R^2) قيمة (0,109) أي أن المتغير المستقل الثالث المتمثل في " طرق وأساليب التدريس " لوحده يفسر ما نسبته (10,9%) من المتغير التابع المتمثل في " جودة التعليم المحاسبي "، وهذا يؤكد أهمية هذا المتغير كمقوم أساسي لبنى النظام، وقد كانت قيمة (Sig.) تساوي (0,003) أي أنها أصغر من درجة المعنوية (0,05)، وهذا يؤدي بنا إلى قبول الفرضية البديلة (H1) ورفض الفرضية العدمية (H_0)، مما يدل على أن إستعمال الطرق التكنولوجية الحديثة يسهم بفعالية في تحسين جودة التدريس هذا ما أثبتته دراسة (نعيم حسني دهمش، غسان دعاس، عفاف إسحاق أبو زر، 2004)، كما أن التعليم المحاسبي يتطلب التكامل بين التدريس النظري والمهني وهو ما يميزه عن بعض العلوم الإقتصادية الأخرى، حيث أثبتت الجداول الواردة أدناه وجود علاقة إيجابية بين تنوع أساليب التدريس وجودة التعليم المحاسبي:

الجدول رقم (07): معامل الارتباط للمتغير المستقل الثالث والمتغير التابع.

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,330 ^a	,109	,097	,38466

a. Valeurs prédites : (constantes), méthode.

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على مخرجات برنامج (SPSS. Ver. 20).

الجدول رقم (08): معامل نموذج الإنحدار الخطي البسيط للمتغير المستقل الثالث.

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	2,665	,335		7,948	,000
méthode	,276	,090	,330	3,085	,003

a. Variable dépendante : qualité.

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على مخرجات برنامج (SPSS. Ver. 20).

4- اختبار الفرضية الرابعة:

تم التعبير رياضيا عن العلاقة بين المتغير المستقل " الكفاءة الشخصية للطلاب " بجميع فقراته والمتغير التابع " جودة التعليم المحاسبي " بجميع فقراته وفقا للمعادلة التالية:

$$Y = a_0 + a_1 X_1 + \varepsilon_i$$

بحيث:

Y : تمثل المتغير التابع (جودة التعليم المحاسبي) ؛

a_0 : الثابت؛

X_1 : الكفاءة الشخصية للطلاب ؛

ε_i : الخطأ العشوائي.

يقوم هذا الاختبار على صياغة فرضيتين إحداهما عديمة والأخرى بديلة كما يلي:

(H_0): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكفاءة الشخصية للطلاب وجودة التعليم المحاسبي؛

(H_1): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكفاءة الشخصية للطلاب وجودة التعليم المحاسبي.

من خلال عملية المعالجة الإحصائية توصلنا إلى النتائج التالية:

بلغ معامل التحديد (R^2) قيمة (0,115) أي أن المتغير المستقل الرابع "الكفاءة الشخصية للطلاب" لوحده يفسر ما نسبته (11,5%) من المتغير التابع "جودة التعليم المحاسبي"، وهذا يؤكد أهمية هذا المتغير كمقوم أساسي لتحقيق جودة التعليم المحاسبي، وقد كانت قيمة ($Sig.$) تساوي (0,002) أي أنها أصغر من درجة المعنوية (0,05)، مما يؤكد على أن السمات الشخصية والصفات النفسية والذكاء وغيرها تعتبر عنصرا أساسيا لنجاح الطالب في تعلم المحاسبة ومطلبا ضروريا لنجاحه في الحياة المهنية لاحقا، وهو ما أكدت عليه دراسة (عماد علي السويح، عبد المجيد الطيب شعبان، 2014)، وهذا ما أدى بنا إلى قبول الفرضية البديلة (H_1) ورفض الفرضية العدمية (H_0)، أي أن الكفاءة الشخصية للطلاب وإستعداداته النفسي والفطري لتعلم المحاسبة وممارستها وقناعاته بالمهنة سوف تساهم بصفة جيدة في تحقيق جودة التعليم المحاسبي، و هو ما توضحه في الجداول أدناه:

الجدول رقم (09): معامل الارتباط للمتغير المستقل الرابع والمتغير التابع.

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,339 ^a	,115	,104	,38330

a. Valeurs prédites : (constantes), étudiant.

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على مخرجات برنامج (SPSS. Ver. 20).

الجدول رقم (10): معامل نموذج الانحدار الخطي البسيط للمتغير المستقل الرابع.

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	2,198	,471		4,669	,000
1 étudiant	,394	,124	,339	3,185	,002

a. Variable dépendante : qualité.

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على مخرجات برنامج (SPSS. Ver. 20).

خاتمة:

نستخلص مما سبق أنه لضمان جودة مخرجات عملية التعليم المحاسبي ينبغي أولاً الإهتمام بمتطلبات تحقيق هذه الجودة لوفقاً لما تنص عليه معظم معايير الجودة وخاصة تلك الصادرة عن الاتحاد الدولي للمحاسبين، من الإهتمام بمضمون المواد الدراسة، طرق التدريس وكيفية إيصال المعلومة من خلال الدمج بين التكوين النظري والتطبيقي، وإعداد المدرسين إعداداً لائقاً بحيث ينبغي إختيار أصحاب التخصص والكفاءة للقيام بهذه المهمة، كما لا ينبغي إغفال إختيار الطلبة الذين يتميزون بالقابلية والإستعداد لتعلم تقنيات المحاسبة ولديهم قناعة بأنها مهنة المستقبل، وذلك لما لهذه العناصر من العلاقة الإيجابية والدور الفعال في تحسين جودة التعليم.

فلأجل تنمية التعليم المحاسبي بالجزائر لابد من إنتهاج سياسة واضحة تُعنى بالتكوين كأولوية، لتساير الإصلاح الذي باشرته الدولة في ما يتعلق بالتطبيق والمهنة. وتفعيل العلاقة ما بين الجامعة والمتعاملين الاقتصاديين بهدف تدريب الطلاب أثناء وبعد استكمال الدراسة النظرية خلال سنوات التكوين. بالإضافة إلى إنشاء مخابر متخصصة في العمل المحاسبي، ومكاتب خبرة تابعة للكليات في شكل فرق عمل مكونة من الطلبة وتحت إشراف الفرق البيداغوجية، بحيث يحاول الطالب من

خلالها توظيف المعارف النظرية المكتسبة ميدانيا في حالات واقعية، بحيث تكون الاستفادة من خدماتهم للأطراف أصحاب المصالح من أعوان اقتصاديين ومصالح الدولة، وبالتالي نساهم في تغطية إحتياجات سوق العمل وننمي مهارات الطلاب، ويكون هناك مردود مالي لمؤسسات التعليم.

كما يتطلب الأمر تحديث وتطوير المناهج المحاسبية ومفرداتها بحيث تغطي أحدث المستجدات من المعلومات في مجال التخصص، وكذلك أساليب التدريس المستخدمة يجب تطويرها حتى تنمي لدى الطلاب المهارات المعرفية والسلوكية والتنظيمية، وتتحول من التركيز على التلقين إلى التركيز على الإبداع من خلال استخدام استراتيجيات فاعلة كالمشروعات البحثية، أسلوب حل المشكلات، وعرض هذه المشكلات والحالات العملية التي تحتاج إلى مناقشة وتحليل، وكذلك استخدام الورقات البحثية المنشورة في الدوريات المحكمة، واستخدام أسلوب المحاكاة، وغيرها من الأساليب التي تحرك روح الحوار والمشاركة والإبداع لدى الطالب .

وينبغي أن يُنظر إلى التعليم المحاسبي والبحث العلمي والتنظيم المهني للمحاسبين على أساس أنها عناصر مكملة لبعضها البعض، والاهتمام أيضا بتوجيه بحوث التخرج نحو المشاكل والصعوبات العملية التي تتعرض لها الوحدات الاقتصادية، وهذا يتطلب توفير البيانات اللازمة حتى تساهم البحوث العلمية في حل مشاكل التطبيق العملي.

قائمة المراجع:

1. الفاتح الأمين عبد الرحيم الفكي، تصور مقترح لتطبيق معايير التعليم المحاسبي ودورها في ضبط جودة مناهج المحاسبة في الجامعات السعودية، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، المجلد السابع، العدد 16، جامعة الشقراء، المملكة العربية السعودية، 2014.
2. محمد أبو القاسم زكري، التحديات والمشاكل المعاصرة التي تواجه الجودة الشاملة للتعليم المحاسبي في ليبيا (دراسة حالة في كلية الاقتصاد فرع الجفارة)، مداخلة بالمؤتمر السنوي الخامس للمنظمة العربية لضمان الجودة في التعليم حول نظم الجودة وتطبيقها باستخدام أساليب تكنولوجيا مبتكرة لضمان الجودة في التعليم، تونس 12 ديسمبر 2013.
3. نعيم حسني دهمش، غسان دعاس، عفاف أبوزر، التعليم المحاسبي بإستخدام نظم تكنولوجيا المعلومات في الجامعات الأردنية-مرحلة البكالوريوس، المؤتمر العلمي الأول لقسم المحاسبة (المحاسبة في عصر المعلوماتية: واقع وتحديات) بجامعة مؤتة، الأردن، أيام 12-2004/10/13.
4. عبد الله سليمان بن صالح، تفاعل الاتجاهات الحديثة للتعليم والتأهيل المحاسبي بين جودة المخرجات المحاسبية ومتطلبات سوق العمل بالدول العربية في ضوء التوجه نحو تطبيق معايير الإبلاغ المالي الدولية، المؤتمر العربي السنوي الأول "واقع مهنة المحاسبة بين التحديات والطموح"، بغداد، العراق، 16-17 أبريل 2014.
5. محمد نعمان نوفل، مأزق سياسات التعليم العالي في ظل توجهات التنمية، مجلة مستقبل التربية العربية، العدد 3، المجلد 1، 1995.
6. عماد علي السويح، عبد المجيد الطيب شعبان، أثر تطبيق نظام الثانويات التخصصية على تحصيل الطلاب في المرحلة الجامعية (دراسة تطبيقية على طلبة قسم المحاسبة بكلية الاقتصاد بجامعة الزاوية)، المجلة الجامعة، العدد 16، المجلد الثاني، أبريل 2014،
7. زياد هاشم السقا، خليل إبراهيم الحمدان، دور التعليم الإلكتروني في زيادة كفاءة وفعالية التعليم المحاسبي، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 2، 2012.
8. محمد مفتاح الفطيمي، دور التعليم المحاسبي في صقل الخرجين بالمهارات اللازمة لسوق العمل، المؤتمر العربي حول التعليم العالي وسوق العمل، ص. 04. أنظر الرابط:

<http://www.7ou.edu.ly/alsatil/conf42010/1/21.pdf> Date de consultation : 15-03-2016.

دور الأزمات المالية و الاقتصادية في تطوير النظام النقدي الدولي

د. بوزيان العجال

أستاذ محاضر بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة عبد الحميد بن باديس /مستغانم

الملخص:

تهدف ورقتنا البحثية هذه إلى دراسة تطور النظام النقدي الدولي، و مدى تأثره بالأزمات المالية والاقتصادية، من نظام "القاعدة الذهبية" إلى نظام "التعويم"، وكما تصبو إلى عرض مكانة الذهب في عمل هذه الأنظمة مع تبيان آلية اختفاءه من المعاملات النقدية الدولية و بروز الدولار كعملة قوية معومة بعد أزمة نظام "بروتون وودز" وانحياره بعد أن كان يقضي بإمكانية تحويل الدولار إلى ذهب وبالتالي انحيار النظام النقدي الدولي .

الكلمات المفتاحية : النظام النقدي الدولي، الأزمة، أسعار الصرف، التحويل.

Abstract:

This paper aims to study the international monetary system and extent influenced by the financial and economic crisis, from the he "golden rule" system to the "floating" system.

Also aspires to offer gold status in the work of these systems, with an indication to the disappearance gold mechanism from the international monetary transactions ,and the rise of the dollar as a strong floating currency, after the crisis of "Breton Woods" system, - possibility of converting the dollar into gold- thus the collapse of the international monetary system.

Key Words: international monetary system, crisis, exchange rate, convertibility.

مقدمة :

عرف العالم منذ زمن بعيد العديد من الأزمات وخاصة قبل ظهور الرأسمالية والفكر الرأسمالي وحتى في بداية تكونه على يد الاقتصاديين الأوائل أمثال: آدم سميث ودافيد ريكاردو، لكن ما يلاحظ على هذه الأزمات أنها كانت بسيطة التحليل ومعرفة الأسباب فقد كانت تنشأ عن كوارث طبيعية عفوية كالجفاف والظوفان والجراد وغيرها من الآفات، كما كانت تنجم عن أحداث من صنع الإنسان كالحروب والنزاعات، خاصة تلك التي لوحظت في المرحلة الأولى من بداية التراكم البدائي وكذا بداية التراكم الرأسمالي، فكانت تصيب معظم القوى المنتجة بالخراب، وتدمر المنشآت، مما

يحدث انتشار واسع للفقر والمجاعات والأوبئة، وكانت تسمى بأزمات "ضعف الإنتاج" وتنجم عن أسباب غير نابعة مباشرة من جوهر أسلوب إنتاج معين، وإنما عن أسباب عمل الآلة الإنتاجية البسيطة، وقد أشار تقي الدين المقرئزي (845هـ) إلى معظم الأزمات التي حدثت في مصر على مر العصور وحدد أهم الأسباب التي نشأت عنها فمنها ما كان بسبب الطبيعة (كانخفاض منسوب النيل، وانحباس المطر، والآفات التي تصيب المحصولات) أو بسبب سلوك الإنسان وتصرفه، كالفتن والاضطرابات وتفشي الرشوة وغلاء السكنات وارتفاع أجورها وانخفاض قيمة النقود. ومع تطور النظام الرأسمالي، نشبت أزمات عديدة أثرت بشكل مباشر على تطور النظام النقدي الدولي، هذا النظام الذي تلعب فيه القوى العظمى أدواراً رئيسية، محافظة بذلك على مصالحها الاقتصادية والتجارية على وجه الخصوص.

ومن خلال هذا السياق يمكن صياغة إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي التالي :

كيف أثرت الأزمات المالية و الاقتصادية في تطوير النظام النقدي الدولي؟

ومن أجل الإجابة على هذا الإشكال المطروح سنحاول تناول أهم الأزمات التي عرفت البشرية حسب أهم مراحل تطور النظام المالي والنقدي الدولي متعرضين في ذلك لأهم الفاعلين وعملاتهم في هذا الشأن مستندين في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي بوصف الوقائع والأحداث التاريخية وتحليل العلاقات النقدية الدولية، وذلك من خلال المحاور التالية:

أولاً- مرحلة قاعدة الذهب l'étalon d'or وطبيعة أزماتها.

ثانياً- مرحلة نظام الصرف بالعملات والذهب وأزمة 1929.

ثالثاً- مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية "نظام بروتون وودز" وأزمة النظام النقدي الدولي.

رابعاً - مرحلة نظام التعويم والأناية النقدية الأمريكية واندلاع حرب العملات.

أولاً - مرحلة قاعدة الذهب l'étalon d'or وطبيعة أزماتها:

إن كلمة أزمة مشتقة من الكلمة اللاتينية Crisis و اليونانية krsis ،و قد استعملت هذه الكلمة أولاً في مجال الطب ،وهذا للتعبير عن المدد القصيرة والعسيرة أين تكون حالة المريض جد مقلقة بحيث يصبح في ميزان بين الموت و الشفاء ،وقد تعني كذلك لحظة حرجة من الحالات اليومية ،حيث كتب روجر مارتن دي جارد « roger martin de gard » الحالات اليومية والتي تسمح بمتابعتها يوم بعد يوم أزمة بأزمة ، الإيقاع النظامي والمستمر لتفانم الخطورة...." وتبين كذلك لحظات من التطور العام الحتمي ، وهذا مايسميه المؤرخون بالميل أو الاتجاه العام وقد وجد استعمال هذا اللفظ في العلوم الاقتصادية حيث يعبر عن المدد "الفترات" القصيرة التي على مداها صحة الاقتصاد تمر بأيام عويصة التي ستؤدي إلى مرحلة طويلة من التراجع تفوق السنة⁽¹⁾ .

ومن جهة أخرى يعبر مفهوم النظام النقدي الدولي الذي عن مجموع الشروط التي يتم في إطارها مختلف العمليات المرتبطة بالصرف والتي تؤثر على طبيعة المبادلات وكذا الموجودات النقدية للبلدان...وبمعنى أدق هو مجموع القواعد والمؤسسات التي تنظم وتضبط الأنظمة النقدية، وخلق النقود على المستوى الدولي، بمعنى آخر حيثما وجدت إمكانية دفع نقدي دولي هناك نظام نقدي دولي⁽²⁾.

إن حقيقة ما سبق مرحلة قاعدة الذهب يرتبط تماما بكيفيات التراكم البدائي والتي كانت تتلخص في عملية المقايضة l'économie de troc (سلعة مقابل سلعة)، وبالتالي في خصائص هذه الأزمات التي كانت تحدث في مرحلة ما قبل قاعدة الذهب فهي نفسها التي تكلمنا عنها في التقديم، أي أنها كانت تنشأ نتيجة اختلال جانب العرض أي فقدان السلع التي يمكن مبادلتها مع سلع أخرى، وبالتالي استحالة التبادل ومن ثم نشأة الأزمة.

لكن مع ظهور النقود تطورت عمليات التبادل كما أن التبادل ارتبط بظهور الإنتاج السلعي، أي التخصص وتقسيم العمل والإنتاج من أجل السوق، وقد زاد اختيار سلعة لتؤدي وظائف النقود تلاشت صعوبات التبادل القائم على المقايضة، بحيث تتمتع هذه السلعة بالقبول العام من أفراد المجتمع اختياريًا في حالة النقود السلعية "أو إلزاميًا" في حالة النقود القانونية.⁽³⁾

ومادام أن المعادلة الدولية لبناء التجارة الخارجية كانت تقوم على الاعتماد المتبادل بين الدول بحيث لكل دولة عملتها التي تسعى لتحويلها مقابل مجموعة من العملات ومن هنا ظهرت الحاجة البالغة لأهمية سعر الصرف كمحدد يقيم العملات فيما بينها والذي كان يتحدد خلال هذه المرحلة "قاعدة الذهب" على أساس تثبيت كل قيمة عملة وطنية بالذهب، حيث ترتبط العملات بأسعار صرف ثابتة في إطار تحويل الواحدة منها إلى الأخرى بلا قيود ولا شرط.

* أما عن أزمات هذه المرحلة فلا تبدو عسيرة وقوية وكانت أغلبها أزمات لا تتعدى الحدود الإقليمية لبعض الدول الرأسمالية خاصة أزمة إنجلترا عام 1825، وأدت هذه الأخيرة إلى تقلص في الإنتاج وأحدثت إفلاسات كثيرة وأزمة تسليف ونقد وتراجع في التصدير وانتشار البطالة والفقر، ثم أزمة أخرى سنة 1836 وشملت فروع الصناعة الإنجليزية حتى سنة 1842 وأخرى سنة 1866 كانت نتيجة بعض الحروب التي وقعت بين الدول الأوروبية مما سبب توترا كبيرا في أوروبا، وأخرى عام 1900 وعام 1907 وامتدت حتى سنة 1913 تاريخ تأسيس البنك الفيدرالي الأمريكي.⁽⁴⁾

فأغلب هذه الأزمات لم تنشأ نتيجة قصور الطلب وضعفه بل بالعكس كانت دائما تعصف بجانب العرض "الإنتاج وقصوره" ولم تتصف بالعدوى المفرطة وهذا يرجع لشروط عمل نظام القاعدة الذهبية بين الدول والتي تتصف بما يلي:

1. تحديد قيمة ثابتة للعملة الوطنية بوزن وعيار معين من الذهب وهذا الشرط هو الذي أعطى للذهب سعره الرسمي.
2. توفر حرية كاملة في سبك وصهر الذهب دون تكلفة وهذا الشرط ضروري لتحقيق التعادل بين السعر في السوق والسعر القانوني للذهب.
3. ضمان قابلية العملة الوطنية للصرف بالذهب وبالعكس بلا قيد ولا شرط.
4. يشترط عدم وجود قيود على تصدير أو استيراد الذهب من الخارج وهذا الشرط كذلك ضروري لتحقيق التعادل بين سعر الذهب في الداخل وسعره في الخارج.⁽⁵⁾

فرغم عيوب القاعدة الذهبية والمتمثلة خاصة في عدم كفاية الذهب من جهة وعدم توزيعه بشكل عادل بين مختلف الدول خاصة حديثة الظهور، إلا أن أزمات هذه المرحلة لم تؤدي كذلك إلى اختيارات واسعة في النظام المالي النقدي الدولي لولا الحرب العالمية الأولى وآثارها التي أدت إلى انهيار

قواعد اللعبة وأدت إلى تبني الفكر الاقتصادي القائم على العرض يخلق الطلب لجون باتيست ساي J.B.Say .

فتيجة الندرة التي ولدتها الحرب نتيجة الدمار والخراب الذي أصاب الآلة الإنتاجية باتت المؤسسة تنتج وتنتج إلى غاية بلوغ حالة من التشبع التي أدت إلى انفجار أزمة 1929 في ظل إقرار نظام نقدي دولي جديد تم رسم عناصره ومبادئه الأولى في معاهدة جينوة سنة 1922 أي ما يسمى بنظام الصرف بالذهب والعملات، حيث أنه قد تم سحب جزء من الثقة من الذهب نتيجة العيوب السابقة، وإدراج أهم العملات آنذاك والثتان هما الجنيه الإسترليني والدولار في المعاملات الدولية، وهذا ما خلق فوضى في النظام المالي النقدي الدولي نتيجة تمسك بعض الدول، كفرنسا، بلجيكا، هولندا، إيطاليا وسويسرا" إلى غاية 1936 بهذه الكتلة "كتلة الذهب".

ثانياً - مرحلة نظام الصرف بالعملات والذهب وأزمة 1929.

عندما ظهرت الدول الجديدة التي لا تملك الذهب ألزم الدول التفكير في نظام آخر وجاءت به سنة 1922 في مؤتمر جينوة للدول الكبيرة بحيث تقرر إدراج نظام الصرف بالعملات وهذا زيادة على الذهب، بحيث تمكن هذه العملات الاحتياطية الدول من إصدار النقود مقابلها مثلاً: الدولار والجنيه الإسترليني اللذان أصبحا العملة الاحتياطية الأولى، بحيث كانت بريطانيا تمثل المركز المالي العالمي وكانت جميع الدول تسعى إلى فتح فروع في بنك لندن، لكن ما ميز هذه المرحلة هو حدوث كساد لم يسبق له مثيل، وهذا سنة 1929، حيث اعتبره كينز J.M. Keynes على أنه "تعاقب منتظم ومكرر لاتجاهي الصعود والهبوط في مؤشرات الطلب والتشغيل والناتج والأسعار"، حيث تظهر قوى تدفع بهذه المؤشرات إلى الأعلى وحتى نقطة معينة تفقد قدراتها لتحل محلها قوى أخرى تضغط على نفس المؤشرات في الاتجاه المعاكس أي إلى الأسفل،⁽⁶⁾ فحسب كينز فحرية السوق لا تسمح بالعودة التلقائية للتوازن كما تصورها الكلاسيك بل بالعكس فالحرية تؤدي إلى حالة تحت العمالة Sous emploi الدائمة⁽⁷⁾.

ففي ظروف ما يصبح الطلب أقل جدا من العرض، فالمؤسسات تخفض من إنتاجها (لأنها لا تنتج سوى ما تراه يباع). وبالتالي انخفاض العمالة ويشهد الاقتصاد حالة من الركود ومع زيادة الانخفاض في الطلب يعرف الاقتصاد حالة من الكساد والبطالة.⁽⁸⁾

هذا عن السبب النظري لهذه الأزمة أما عن الأثر وخاصة على النظام النقدي الدولي نجد أنه بعودة إنجلترا إلى نظام السبائك الذهبية جعلتها غير قادرة على الصمود مما اضطرها في النهاية إلى الخروج عن القاعدة، خاصة وأن سعر صرف الإسترليني كان مغالا فيه على أساس القوة الشرائية لكلا العملتين (الجنيه والدولار)، وانعكس ضعف مركز لندن الاقتصادي على الأسواق النقدية العالمية فجعلها غير مستقرة. وهذا ما ساعد على تحول إفلاس بورصات نيويورك في خريف 1929 إلى أزمة عالمية، بحيث أدى هبوط أسعار السندات والأوراق المالية إلى مستويات متدنية جدا، أعقبها موجات ضخمة من البطالة، وهبوط شديد في حجم الطلب والأسعار وحجم الناتج كما لاحظنا سابقا، انعكست على الأسواق المحلية نظرا لارتباط الأسعار المحلية بالأسعار العالمية كشرط أساسي من شروط العمل بنظام الذهب، ومع تحول هذه الأزمة إلى حالة ذعر مالي ناتج عن عدم الثقة والخوف من احتمالات المستقبل، زاد إقدام الأفراد إلى تحويل أوراقهم المالية (البنكوت) إلى ذهب، ولما كانت الكمية المغطاة بالذهب لا تزيد عن 40% فإن تهاافت الأفراد على الصرف بالذهب - عرض مؤسسات الائتمان إلى حالة عجز حقيقي عن الدفع، مما أدى إلى إفلاسها، وقد وصل عدد البنوك التي أغلقت أبوابها حتى عام 1932 إلى أكثر من 3500 بنك.

ثالثاً - مرحلة ما بعد العالمية الثانية "نظام بروتون وودز" وأزمة النظام النقدي الدولي.

تميزت هذه المرحلة حتى سنة 1970 بنشأة المؤسستين الماليتين الدوليتين: صندوق النقد الدولي FMI والبنك الدولي للإنشاء والتعمير BIRD سنة 1944 والتي كان هدفها المحافظة على استقرار النظام المالي والنقدي والتجاري الدولي، وفعلا عرفت هذه الحقبة استقرار للعملة وانخفاض التضخم وتدني البطالة وارتفاع النمو وازدياد الدخل الفعلي. وقد شكلت هذه المرحلة في كل جانب من جوانبها نقىض ما كان سائدا خلال مرحلة نظام الصرف بالعملات والذهب أو ما يسمى بحرب العملات الأولى التي امتدت ما بين عامي 1921 و 1936. وارتكز النظام النقدي الدولي بموجب بروتون وودز على الذهب من خلال التزام الو.م.أ بقابلية تحويل الدولارات الورقية إلى ذهب (35 \$ للأونصة)، وقابلية التحويل كذلك إلى عملات أخرى تتركز بشكل غير مباشر على الذهب عن طريق الدولار⁽⁹⁾، و إلتزام صندوق النقد الدولي بتوفير قروضا قصيرة الأجل لدول محددة تعاني من عجز ميزان مدفوعاتها، والذي يشترط على الدول عدم تخفيض قيمة العملة إلا بإذنه⁽¹⁰⁾.

وقد شهد العالم الرأسمالي نوعاً من الاستقرار خلال الثلاثون 30 سنة أو ما تعرف بالثلاثين الذهبية للاقتصاد الرأسمالي وهذا ما شجع الو.م.أ على التوسع في الإنفاق خارج الحدود الأمريكية كالتالي:

➤ مشروع مارشال الذي ساهم منذ 1955 في نمو سريع للشركات متعددة الجنسيات FMN الأمريكية.

➤ تدفق رؤوس أموال أمريكية إلى دول آسيوية معينة لمواجهة امتداد النموذج الماركسي السوفييتي والصيني.

➤ زيادة الإنفاق على الآلة الحربية في الفيتنام خاصة بعد انتخاب ليندون ب. جونسون في عام 1974 وبرنامجه حول "الأسلحة والزبدة" -الأسلحة يقصد بها الحرب في الفيتنام والزبدة تشير إلى برنامج "المجتمع العظيم" والحرب على الفقر⁽¹¹⁾ -.

➤ تمويل الصراعات الإقليمية في الشرق الأوسط وأمريكا اللاتينية.

فكل هذه الأسباب جعلت من الدولار العملة الأقوى والأجدر بالثقة في المعاملات المالية الدولية والقابلة حسب اتفاقية بروتون وودز للتحويل إلى ذهب بالسعر الرسمي، والو.م.أ كان باستطاعتها تأمين ذلك بسهولة. لكن نفس الأسباب أدت منذ 1958 إلى حالة العجز الهيكلي في ميزان المدفوعات الأمريكي، بحيث خسرت الو.م.أ بين 1958 و 1960 خمس مليارات دولار بعدما كان حجم الأرصدة لديها سنة 1958 (22.8 مليار \$) فقد أصبح (18.8 مليار \$) سنة 1960، ويعود السبب في ذلك كون كمية الدولارات في الخارج رسمية كانت أو خاصة ازدادت بنسبة محسوسة، "ظروف الحرب الباردة" وبالتالي ظهور العجز في ميزان المدفوعات الأمريكي، وانخفاض الثقة في الدولار مما ولد زيادة في الطلب على الذهب واكتنازه، وأخذت المصارف المركزية تطلب من الو.م.أ تبديل قسم من أرصدها بالذهب وأخذت تسدد العجز بالدولار دون استعمال الذهب، وهنا تكمن الخطورة على الاقتصاد الأمريكي.⁽¹²⁾

بحيث لم تقف الو.م.أ مكتوفة الأيدي وهي ترى خروج الذهب من مصارفها نحو البنوك الأوروبية، أي أن الذهب أصبح منافس قوي للدولار والحل بالنسبة للإدارة الأمريكية هو التخلص منه في المعاملات الدولية.

➤ حقوق السحب الخاصة DTS

نتيجة تذبذب قيمة الدولار وتحسن الذهب بحيث انتقل من 35\$ للأونصة إلى 40\$ للأونصة، وبناءاً على قناعتها وقناعة حليفاتها بريطانيا كانت ترى الو.م.أ أن حجم السيولة الدولية غير كاف ويجب العمل على زيادته لتأمين حاجة النشاط التجاري الدولي، عكس القناعة الفرنسية التي كانت ترى أن هناك فائض في السيولة الدولية مما سبب اضطرابات نقدية دولية، لكن في الأخير انتصر الرأي الأمريكي بالقضاء على عجز ميزان المدفوعات BP في الو.م.أ من خلال خلق عنصر جديد من عناصر السيولة ويتعلق الأمر بحقوق السحب الخاصة DTS أو ما يعرف بالذهب الورقي، وهكذا تمكنت الو.م.أ من إزاحة الذهب من المعاملات الدولية وإحلال الدولار مكانه بعد إعلان نيكسون عن مبادئته الأربعة يوم 15/08/1970.

➤ توقف تحويل الدولار إلى ذهب.

➤ تخفيض الإنفاق الفيدرالي والمساعدات الخارجية الأمريكية.

➤ فرض ضريبة الإنتاج على السيارات الأمريكية.

هكذا وقد بدأ العمل فعلياً بحقوق السحب الخاصة منذ 1969، وكانت تتحدد بالعملات القوية آنذاك وهي الدولار والجنيه، الفرنك، اللين، المارك، أي أنه أصبح هناك سلة من العملات تحت شروط حيث البلد الساحب ليس له الحق في اختيار العملة التي يريد سحبها عكس حقوق السحب العادية، ويلزم البلد الساحب كذلك برد 30% منها فقط و70% تبقى معلقة. وبالتالي فال DTS عنصر جديد أضيف إلى عناصر السيولة الدولية السابقة وترمي بصورة صريحة إلى تمويل العجز الأمريكي والبريطاني وإعادة تغطية الدولار الأمريكي بحوالي 70% باستغلال فوائض الدول المصدرة للبترول والتي لا تعرف العجز، كالعراق والسعودية وإجبارها بطريقة غير مباشرة على تقديم سلع وخدمات مجانية، بالإضافة إلى رأس المال للاقتصاد الأمريكي.⁽¹³⁾

رابعاً - مرحلة نظام التعويم والأناية النقدية الأمريكية واندلاع حرب العملات:

على مستوى التبادلات الاقتصادية الدولية، فالاستقرار النسبي للعملات والذي سمح على مدى السنين الذهبية بتطور التجارة العالمية قد تم تعويضه بحرب نقدية حقيقية والتي أصبحت الوسيلة الأساسية لمواجهة تجارية التي أصبح من غير الممكن خوضها بالأسلحة التقليدية للسياسة

الحماية والتي قيدها طبعاً اتفاقية GAAT والمثال اشد وضوحاً عن هذه الحرب وهو كيفية التحكم في الدولار خلال عهدي الرئيس ريفن (1980-1988).

العهد الأولي: وتميزت بارتفاع سعر الدولار من 1980 إلى 1985 وتم ذلك من خلال الارتفاع المذهل لأسعار الفائدة وعن طريق سياسة استعراض القوة العسكرية والسياسية والمالية لأمريكا⁽¹⁴⁾. **الجدول رقم 01:** تطور سعر الدولار بالفرنك والمارك (1978-1985)

\$1	السنة	1978	1985
سعر الدولار بالفرنك الفرنسي	3.98	10.62	
سعر الدولار بالمارك الألماني	1.73	3.48	

المصدر: من إعداد الباحث بناءً على معطيات من كتاب دانييل أرنولد ص 73-74

فالتائج كانت جد ثقيلة فالعجز الأمريكي انتقل من 33 إلى 184 مليار دولار بين 1977 و 1985 وكذلك عجز الميزانية وكيلاهما تم تعويضهما من خلال سهولة الاستدانة بالنسبة للو.م.أ حيث أصبح أول دائن في العالم مدين وأصبح دين الو.م.أ في الثمانينيات مجموع دين العالم الثالث (Mds 1300) وبلغ Mds 4000 في العشرية الموالية.

فهذه العجوزات قد مثلت محفزات الاقتصاد الأمريكي ولاتصديات أهم الشركاء التجاريين للو.م.أ، فالأمريكيون يعيشون في كل الميادين وبشكل واسع فوق إمكانياتهم وقد استفادوا من مشروع مارشال بشكل عكسي وامتصت الو.م.أ معظم الادخار العالمي وبه توجب العالم تقديم طلب منقذ.

فارتفاع الدولار كان مفتعل وأثار العديد من الكوارث، فالواردات زادت تكلفتها وخاصة البترول الذي أصبح سعره خلال هذه المرحلة جد مرتفع مما أدى إلى وضعية جد حرجة للعديد من الدول النامية⁽¹⁵⁾ لأن مديونياتها المحررة بالدولار ارتفعت وبالتالي كان يمثل سبب من أسباب انفجار أزمة المديونية سنة 1982 والتي استغلتها الو.م.أ لصالح بنوكها المهددة بالإفلاس من خلال إنقاذ هذه الأخيرة عن طريق عمليتي إعادة الجدولة في نادي باريس ونادي لندن وبالتالي تعميق الفجوة بينها وبين هذه الدول المدينة.

فالأنانية النقدية الأمريكية فاقت كل الحدود وهذا نلمسه لما قال فرنسوا ميترون في فارسي سنة 1982 أن: " الدولار جد مرتفع، جد قوي"، فأجاب ريفن آنذاك أن العملات الأخرى هي الأكثر ضعفاً وأن الدولار القوي يعكس أمريكا القوية.

العهد الثاني: الأنانية الأمريكية نفسها أدت إلى تغيير الرؤية، فالعجز الأمريكي أصبح الشغل الشاغل، لأنه حل محل استئناف الاقتصاد الأمريكي بعد عملية التصفية من 1980 إلى 1982 لتقر خلال اتفاق plaza سبتمبر 1985 و Louvre فيفري 1987 بضرورة تخفيض الدولار واستقراره.

وازدادت المشاكل حدة لكن بشكل آخر، ففي هذه المرة أصيبت صادرات ألمانيا، فرنسا وخاصة اليابان و N.P.I بصدمة مماثلة للصدمة البترولية فبالنسبة لليابان، فالتحكم في أسعار الفائدة أصبح المحدد الرئيسي وكذلك السياسات الاقتصادية وكل التحركات النقدية، وقد أدى التخوف من ارتفاع أسعار الفائدة بعد الإعلان عن العجز الأمريكي إلى إحداث الصدمة البورصوية سنة 1987، وبالتالي نشأة حرب المعدلات بين الو.م.أ وألمانيا حتى سنة 1989.

وهكذا فقد طالت الأزمة وساد الاضطراب النقدي الدولي الذي تعبر عنه التغيرات شبه الطائشة للدولار بين 1980 و 1987، طائشة بمقدار ما استطاع الدولار الابتعاد كثيرا عن قيمه التوازنية لأجل قصير، المفروضة بنظرية تكافؤ القدرات الشرائية. لكن كيف كان تأثير ذلك على النمو؟ من خلال مراقبة صعود الدولار من 1980 إلى 1985 ثم هبوطه بين 1985 و 1987 يتبين أن التأثير لم يكن ركودي بشكل واضح. فصعود الدولار بين 1980 و 1985 لم يكن سببا بذاته في ببطء النمو الاقتصادي، ماعدا الولايات المتحدة الأمريكية التي تراجعت تنافسياتها وتطورت وارداتها على حساب إنتاج البلد. أما انخفاضه بعد 1985 فقد كانت له نتائج على النمو الاقتصادي من الصعب توضيحها، نظرا لتأثيرات السعر والحجم التي كانت تعمل بشكل معاكس مما يجعلها متكافئة تقريبا. وتعطى تأثيرات انخفاض الدولار على النمو الاقتصادي عام 1986 بين -0.2 نقطة و +0.3 نقطة⁽¹⁶⁾.

وعموما نستطيع القول أن التغيرات الطائشة للدولار هي إلى حد ما نتيجة ثانوية للأزمة في هذه المرحلة ولا تشكل تفسيراً لطول أمدها لكن تشكل تفسيراً لحرب عملات واضطرابات نقدية دولية.

➤ أزمة المكسيك 1994:

أدت الفوضى العارمة في النظام النقدي الدولي كذلك إلى بروز بعض الأزمات الإقليمية والتي تهدد بشكل أو بآخر النظام النقدي الدولي كأزمة المكسيك، حيث ظهر السوق المالي المكسيكي في الفترة الزمنية التي سبقت الأزمة كفرصة استثمارية مالية للأجانب نتيجة لارتفاع أسعار الفائدة

بعد الإصلاحات الاقتصادية الشاملة للبلد حيث كان البيزو مرتبطاً بالدولار الأمريكي واستثمرت مليارات الدولارات في هذا البلد وبدأت تظهر بوادر الحلم المكسيكي في اللحاق بدول جنوب شرق آسيا من حيث قدرتها على الحد من وطأة أزمة المديونية. مما أدى هذا الوضع إلى تهاطل رؤوس الأموال الأجنبية لشراء العقارات والقيم المنقولة نظراً للعوامل والأسباب التالية: - تدني معدلات الفائدة في الولايات المتحدة الأمريكية وما صاحبه من ركود الأعمال والاستثمارات التي هربت نحو المكسيك بحثاً عن مكاسب أكثر.

- زيادة الناتج المحلي بمعدلات مرتفعة (3.1% سنوياً بين 1988-1994)

- توسيع نطاق الخصوصية التي تعززت مع دخول المكسيك في اتفاقية نافتا وهذا ما عزز ثقة المستثمرين الأجانب⁽¹⁷⁾.

وبسبب النكسات السياسية التي هزت الثقة في استقرار المكسيك مما أدى إلى تباطؤ تدفق رؤوس الأموال وعجل في خلق عجز في ميزان المدفوعات المكسيكي، ونظراً لاستقرار العملة المكسيكية بسبب ارتباطها بعملة أخرى وتوسع الائتمان المصرفي، ومع تواصل العجز في ميزان المدفوعات ومع توقع حدوث الأزمة دفعت الحكومة إلى الرفع المتزايد في أسعار الفائدة الحقيقية بـ 40% من أجل دعم البيزو الـ Peso الذي لم ترتفع قيمته بل فقدت نصف قيمتها مع مطلع 1994⁽¹⁸⁾، لكن بمجرد تعويم هذه الأخيرة انخفضت قيمة البيزو وتباطأ التوسع الائتماني نتيجة ارتفاع أسعار الفائدة ومن ثم انفجار الأزمة وخروج رؤوس الأموال الأجنبية غير المقيدة وتفاقم مديونية المكسيك.

➤ أزمة جنوب شرق آسيا 1997:

يبدو من دراسة الظروف المالية والنقدية والاقتصادية الحقيقية والمؤسسية التي سادت في الفترة السابقة للأزمة الآسيوية، يتضح أن الوسطاء الماليين كانوا يمارسون نشاطاتهم في شركات تضمها الحكومة وتدعمها بشكل خاص عناصر النخبة وتعتبر قليلة الخبرة والتقنية الإدارية والمالية، بحيث قام هؤلاء الوسطاء بعمليات ائتمانية للمضاربين بفوائد أعلى، فتراكمت فوائض مالية كبيرة قابلة للتحويل عند أسعار صرف مثبتة pegged وهذا ما أسهم في الرفع من معدلات التضخم في أسواق السلع والخدمات والأموال المالية مما خلق حالة عامة من التقييم المغالى فيه over evaluation.

ولما كانت البنوك التي قامت بعملية الاقراض إلى هؤلاء الوسطاء مدينة اتجاه الخارج بأسعار فائدة متدنية أدت إلى نشأة ديون غير محسوبة، فانهارت الأصول المالية بعد إعلان الوسطاء عن عجزهم في تسديد ديونهم وخاصة في ظل عدم وجود سياسات إنقاذية مما أدى بالمضاربين إلى زيادة التدخل بعرض مزيد من الباهت Baht وبالتالي الضغط على العملة التي انخفضت مسجلة هروب لرؤوس الأموال الأجنبية وخسارة في الأصول المالية الكبيرة⁽¹⁹⁾ وخاصة أن حجم التدفقات المالية كان جد مرتفع فقد بلغ 12.3% من PIB في 1995 لكن 11.6% منها لم توظف في استثمارات مباشرة طويلة الأجل، الأمر الذي كان يعني أن هذه التدفقات لم تسهم في تعزيز الناتج المحلي، ومع الارتفاع الكبير في سعر صرف الدولار الأمريكي في 1998 مقابل الين الياباني منذ 1995 وهي-اليابان- المقرض الرئيسي لفترة قصيرة الأجل في جنوب شرق آسيا، تضطر إلى استرجاع ديونها من جهة ومن جهة أخرى رغم محاولات التثبيت بالتدخل في السوق النقدي لدعمه بواسطة الاحتياطات من العملات القابلة للتحويل، لكن مع تفاقم الخسائر، اضطرت السلطات إلى تخفيض القيمة الخارجية للباهت بنسبة 54.6% مقابل الدولار من جوان 1997 حتى فيفري 1998 وبالتالي انخفاض الرينجيت الماليزي 44.9% والروبية الاندونيسية 83.6% والبيزو الفلبيني 39.4%⁽²⁰⁾ وبالتالي انخفضت مواجهتها للعملات الأجنبية، فتدنت بذلك قيم الأصول لتلك الدول فتم اغتنامها، وهذا ما حدث بالفعل حيث زاد اهتمام الشركات الدولية وعلى غير المتوقع نحو أسواق تلك الدول لاغتنام فرصة تدني قيم الأصول الاستثمارية وشرائها بأسعار بخس، وقد خسرت مجموعة هذه الدول ما يفوق 100 مليار⁽²¹⁾ \$.

➤ الأزمة المالية 2007: الرهن العقاري

● ما قبل الأزمة: بؤادر الأزمة كانت مع مطلع 2001-2002 نتيجة تمثلت في اضطرابات في الرهن العقاري في الو.م.أ بسبب أزمة العقارات (ارتفاع الأسعار، قلة المعروض من المنازل، التشدد في الإقراض العقاري) مما دفع بالحكومة الأمريكية إلى البحث عن حل سريع للأزمة دون النظر إلى النتائج المنتظرة. فتم تسهيل عمليات الإقراض العقاري من قبل البنوك⁽²²⁾ وعرف التعامل في الأصول المالية من أسهم وسندات ومشتقاتها من عقود آجلة وعقود خيارات توسعا مذهلا مما سمح بدخول مدخرين صغار جدد من أبناء الطبقة الوسطى، وكبارا، مثل صناديق المعاشات والتأمينات... وارتفعت كتلة الأموال جريا وراء التكاثر المالي واتساع شبكة واسعة من

شركات السمسرة والوساطة المالية وصناديق الاستثمار والمخاطرة وعرفت الأوضاع المالية عزوف المستثمرين عن الأصول الحقيقية محدودة العائد واتجاههم بل تدافعهم نحو الصكوك والعقود المالية التي تذر عليهم أرباحا طائلة وبسرعة، وهكذا سارت الأوضاع بشكل محموم حتى وقعت الواقعة ونشبت الأزمة⁽²³⁾.

● أثناء الأزمة:

إن من الأسباب الأساسية لحدوث الأزمة الحالية هي توسع المؤسسات الأمريكية في منح القروض البنكية بصورة لم يسبق لها مثيل من ناحية وازدادت نسبة القروض إلى قيمة الممتلكات (العقارات) من ناحية أخرى، أي الإفراط في حجم الإقراض في السوق العقارية من دون ضمانات حقيقية بمعنى آخر الإفراط في الرهان على نزاهة المقترض ومصدقته والذي تدعم بزيادة الثقة عن حدها مؤسسات التصنيف⁽²⁴⁾ Rating agency.

وقد قدمت المؤسسات المالية تلك القروض لعدد كبير من المستهلكين أصحاب الملاة الضعيفة أو الجدارة الائتمانية الرديئة بمعنى أن رغبتهم وقدرتهم على سداد القروض متدنية وبالتالي يتعثرون عند حلول مواعيد سدادها، مما يؤثر سلبا على وضع المؤسسات المالية التي منحت القروض ومن ثم عدم قدرتها على الوفاء بالتزاماتها وبالتالي انهيارها، وكما تميزت المؤسسات المالية المصرفية بخاصية معينة وهي درجة التشابك الكبيرة بينها وخصوصا بعد استحداث الأدوات المالية الجديدة وتطور تكنولوجيات المعلومات والاتصال في المجال المالي بصفة عامة وفي مجال التمويل العقاري بصفة خاصة، فإذا تعرضت إحداها للاختيار أو الإفلاس سيؤدي بالضرورة الحتمية إلى تعثر وانحيار مؤسسات مالية أخرى effet domino، كما أن انهيار المؤسسة المالية بسبب وضعها السيئ يصيب المودعين بالذعر في المؤسسات المالية الأخرى، وبالتالي سيعمل المودعين على سحب ودائعهم بصورة مفاجئة وبالتالي انهيار هذه المؤسسة.

هذا عن السبب المباشر للأزمة أما عن غير المباشر يبدو أنه قد كان نتيجة تراكم السياسة الأمريكية خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر لما أعلنت الو.م.أ الحرب على الإرهاب في كل منطقة من العالم مما تطلب منها ضخ أموال هائلة لتمويل حروبها في العراق وأفغانستان في ظروف كان يعرف الاقتصاد الأمريكي ركود مستمر وإهمال الاقتصاد الوطني الذي عانى من العديد من الصدمات وأزمات اقتصادية واجتماعية كالسكن في الوقت الذي انخفضت فيه قيمة الدولار مقابل اليورو

واليوان وتحول العديد من الدول في مجال المعاملات التجارية الدولية للتعامل باليورو أو اليوان واعتمادها كاحتياطي تصدر العملة مقابله وتعتبر ضربة قوية للدولار الذي أصبح لا يفي بالغرض. ويبقى من أهم نتائج هذه الأزمة على الإقتصادات العالمية كالتالي:

● دخول الاقتصاد الأمريكي في مرحلة كساد منذ ديسمبر 2007 مع تسجيل إرتفاع حاد لمعدل البطالة بأكثر من 6.5 % وتسجيل انخفاض حاد في الإنتاج الصناعي الأمريكي بمعدل لم يسبق له مثيل منذ 34 سنة.

● تراجع الاقتصاد البريطاني وانحسار الطلب فيه الذي لم يعرفه منذ 13 عام.

● دخول منطقة اليورو مرحلة الركود الاقتصادي بعد انكماش ب 0.2% في الربع الثالث من 2008.

● انكماش الاقتصاد الياباني بمعدل 0.1% على مدى الأشهر الثلاث الأخيرة من عام 2008 كما تراجع الناتج الوطني بمعدل 0.4% خلال الفترة نفسها⁽²⁵⁾.

وعلى صعيد النظام النقدي الدولي ففعلا قد هددت هذه الأزمة الدولار بصفته العملة المعومة والأكثر قوة بحيث أنه في 2010/11/07 أعلن رئيس البنك العالمي روبرت زوليك أنه على مجموعة العشرين أن تفكر في استخدام الذهب كنقطة مرجعية دولية لتوقعات السوق في شأن التضخم والانكماش والقيم المستقبلية للعملة. وفي 2010/12/13 دعا الرئيس الفرنسي نيكولا ساركوزي إلى النظر في دور أكبر لحقوق السحب الخاصة في النظام النقدي الدولي، ويومين فيما بعد أي في 2010/12/15 روسيا والصين تطلبان بتقليص دور الدولار في التجارة العالمية.

الخاتمة:

يبدو من تتبع النظام النقدي الدولي وتطوره عبر الزمن أن كل صدماته كانت ناتجة عن العجز في ميزان المدفوعات الأمريكي من جهة ومن جهة أخرى سعي الولايات المتحدة الأمريكية لبسط سيطرتها على الفوائض المالية الخارجية بإلزام كل الدول باعتماد الدولار كعملة احتياطي تصدر على أساسه العملات الأخرى.

وكنتيجة لهذه الأنانية النقدية الأمريكية نشأت العديد من الأزمات التي عصفت بالعديد من الاقتصاديات وأدت إلى تصفية كل من لا تستطيع المقاومة والصمود سوى الولايات المتحدة الأمريكية التي لا زالت باعتبارها المركز المالي العالمي تلزم العالم بتمويل عجزها لأن عجزها هو عجز الاقتصاد العالمي .

إن من النتائج البارزة حالياً للتطورات النقدية الدولية في ظل تبعات أزمة 2008 هو بروز اليوان الصيني كعملة قوية منافسة للدولار خاصة بعدما تدفق نحو الصين حوالي نصف الاحتياطي العالمي من الدولار مما جعلها تطالب في مرات عدة العودة إلى القاعدة الذهبية أو على الأقل ضمان إمكانية تحويل الدولار إلى ذهب حتى تتمكن من تغطية عملتها بالذهب كما هو الحال بالنسبة للدولار، فالدراسة أثبتت لنا أن النظام النقدي الدولي بحاجة إلى وسائل دعم للسيولة الدولية كحقوق السحب الخاصة والتي يجب أن تفتح على العملات القوية الجديدة كالليوان للاكتتاب، أو الاستعانة بالذهب أو كلاهما.

قائمة الهوامش والمراجع :

- (1) - Jaque Pavoin, Les Trois Crises Du XX^{ème} Ciècle (Paris : Ed , Ellipses, 1994), P.08
- (2) - Joël Hermet, le système monétaire international et l'internationalisation financière depuis le 19^{ème} siècle, 2012[
http://hermet.org/pages/textes/le_smi.pdf, P03], Consulté le 04/03/2017
- (3) باسم الحجار، العلاقات الاقتصادية الدولية، (بيروت: ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2003، ص100. .
- (4) منير إبراهيم هندي، الأوراق المالية وأسواق رأس المال، (مصر: توزيع منشأة المعارف الإسكندرية، 1997)، ص86.
- (5) مرجع سابق الذكر ص 100، 103.
- (6) J. Bermonde. A. Jeledan, dictionnaire de théories et mécanismes économiques (Paris :ed, HATIER ;1987) PP 115.116.
- (7) بن حمودة سكيينة، أزمات النظام الرأسمالي وتفسيراتها حالة أزمة 2008، الجزائر: دار الحديث للكتاب، 2014 ص 65-66.
- (8) هوشيار معروف، تحليل الاقتصاد الدولي (عمان: ط1، دار جرير للنشر والتوزيع، 2006)، ص 62.
- (9) Frédéric Teulon, Croissance, Crises et développement, France :9^{ème} édition 2010, PUF, P124.
- (10) جايمس ريكاردز، حروب العملات - إفتعال الأزمة العالمية الجديدة - ترجمة أنطوان باسيل (بيروت: ط1، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، 2014)، ص 109، 110.
- (11) جايمس ريكاردز، مرجع سابق الذكر، ص 110.
- (12) بسام الحجار، مرجع سابق الذكر، ص 107.
- (13) عثمان ابو حرب، الاقتصاد الدولي، (عمان: ط1، دار أسامة للنشر، 2008)، ص 181-185.
- (14) - دانييل أرنولد، تحليل الأزمات الاقتصادية للأمس واليوم، ترجمة عبد الأمير شمس الدين، (بيروت: ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1992)، ص 73-74.
- (15) عثمان ابو حرب، مرجع سابق الذكر، ص 184.
- (16) - دانييل أرنولد، مرجع سابق الذكر، ص 73-74.

- (17) -جيرالد بوكسيرغر، هارالد كليمن، الكذبات العشر للعملة-بدائل ديكتاتورية في السوق، (سوريا: دار الرضا للنشر، 1999)، ص 52-54.
- (18) - محمد صالح القريشي، المالية الدولية، (الأردن: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2007)، ص 240.
- (19) Michel Mussolino, *Fluctuations et crises économiques* (Paris : ed1 ; Ellipses, 1997), P92
- (20) - هوشيار معروف، مرجع سابق الذكر، ص 152 .
- (21) - بسام الحجار، مرجع سابق الذكر، ص 164.
- (22) - عبد الحكيم مصطفى الشرقاوي، العملة المالية وإمكانات التحكم، عدوى الأزمات المالية (مصر: دار الفكر الجامعي، 2005)، ص 83-84.
- (23) - بن حمودة سكين، مرجع سابق الذكر ، ص 140.
- (24) - عبد القادر بلطاس، تداعيات الأزمات المالية العالمية - أزمة Sub-Prime (دار النشر: Légende، 2009)، ص 59.
- (25) - عبد الحكيم مصطفى الشرقاوي، مرجع سابق الذكر، ص 83-84

واقع وآفاق التبادل التجاري المغربي

د. وهراني مجدوب

أستاذ محاضر - ب -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم.

ملخص:

أثبتت التجارب الدولية، أن السبيل الوحيد لتأسيس كيان اقتصادي لمجموعة من الدول هو طريق التبادلات التجارية خصوصاً عند ما تكون تقع في نفس المنطقة مما يزيد من وتيرة ومعدلات التبادل التجاري الذي يلعب دور مهم في تحقيق النمو الاقتصادي والتنمية، ولكن في دول المغرب العربي قد لا تشكل التجارة البينية هذه المعادلة الراجحة .

وفي هذا الإطار جاءت هذه الدراسة ، والتي تهدف إلى إلقاء الضوء على واقع وآفاق التبادل التجاري بين البلدان المغربية.

الكلمات المفتاحية: التجارب الدولية، التبادلات، النمو الاقتصادي، البلدان المغربية.

Abstract :

International experiences prouve that to settle an effective economic union among economies is exchange, which will be enforced when these economies are sptially close .Therefore, commercial exchange flourish economic growth and facilitates devlopment. Yet intra-trade exchange between Maghreb economis is for away of these view.

The aim of this article is to look for possible is factors that hinder intra-trade exchange in this area.

Key words : International experiences, exchange, economic growth, Maghreb economis.

المقدمة :

أصبحت التكتلات والتجمعات الاقتصادية ضرورة تفرضها الأحداث والتطورات الدولية خاصة إذا تعلق الأمر بمجموعة من الدول التي تربطها جملة من المقومات التاريخية، الاجتماعية، الثقافية، السياسية والاقتصادية، وهذا ينطبق إلى حد بعيد على الدول المغربية فأمام التحديات التي تشهدها هذه الأخيرة أصبح التكامل الاقتصادي ضرورة حتمية وحقيقة تاريخية في عالم يتجه نحو

التعاون الاقتصادي المتبادل في إطار التكتلات الإقليمية، حيث تنزول الحواجز، أمام المبادلات التجارية وتنقل الأشخاص ورؤوس الأموال.

برزت في ظل التحولات التي تعرفها الساحة الدولية تكتلات اقتصادية في إطار العملة، حيث تسعى إلى تعزيز التعاون في جميع المجالات، وتجمعات جهوية تضم إلى جانب الدول المتقدمة دولاً نامية تهدف إلى بناء فضاءات اقتصادية مندمجة، ما جعل دول جنوب المتوسط تسعى بدورها لإيجاد فضاء اقتصادي يحقق لها تصريف منتجاتها والإشباع بمنتجات الغير وفق معايير التكتلات الاقتصادية، لذا اتجهت البلدان المغاربية (الجزائر، المغرب وتونس) مثل بقية دول جنوب المتوسط إلى إقامة علاقات تعاون وشراكة مع دول الاتحاد الأوروبي من أجل إيجاد حلول للالتزامات المالية والاقتصادية التي تعاني منها، حيث رأت في الشراكة ضرورة حتمية حتى تستطيع مواكبة العصر وتحقيق رغبتها المتمثلة في تحرير تجارتها الخارجية التي تعتبر المتنفس الوحيد للاقتصاديات الوطنية، التي تسمح بالانفتاح على العالم الخارجي ودخول الأسواق العالمية.

وفي سياق الاتجاه نحو الشراكة الثنائية مع وجود فارق كبير في المستوى الاقتصادي بين الضفتين نجم عن ذلك بعض التنازلات الإرادية وغير الإرادية لصالح الطرف الأوروبي باعتباره الطرف الأقوى في المعادلة مما شكل تكلفة اقتصادية يمكن لدول المنطقة تجنبها أو التقليل من حدتها وذلك لا يتم إلا بالعمل على تفعيل التكامل الاقتصادي المغاربي، الذي من خلاله يمكن تجنب هذه التكلفة أو تخفيضها على الأقل ومن هذا المنطلق يظهر لنا جليا ضرورة إيجاد الصيغ والآليات المناسبة والمساعدة على تحريك عجلة التكامل الاقتصادي المغاربي و قد أثبتت التجارب أن نسب التبادل التجاري المرتفعة بين مجموعة من الدول ذات الخصائص الاقتصادية المشتركة كانت من أهم الأسباب القوية في ظهور أهم التكتلات الاقتصادية .

وفي هذا السياق يمكن صياغة إشكالية الموضوع في السؤال الجوهرى التالي:

ماهو واقع وآفاق التبادل التجاري بين بلدان المغرب العربي؟

ولإجابة على هذه الإشكالية سيتم تناول الموضوع من خلال المحاور التالية:

- 1- التبادل التجاري المغاربي.
- 2- تطور المبادلات التجارية المغاربية.
- 3- متطلبات تفعيل التجارة البينية للمجموعة المغاربية.

1- التبادل التجاري المغربي:

1-1 التبادل التجاري والنمو:

يعتبر التبادل التجاري أحد أهم مجالات التفاعل بين الاقتصاد المحلي واقتصاديات العالم الخارجي، لما تتضمنه من تدفق للسلع والخدمات من وإلى الدولة و ما تخلقه من روابط على مستوى الاقتصاد الكلي، "دنيس روبرتسون" أول من أشار إلى أن الصادرات كانت محرك للنمو وذلك في مقالة نشرها عام 1940، وبعده حاول "نوركسه" أن يثبت أن زيادة الصادرات كانت محرك النمو في الأقطار المنتجة للمواد الخام في النصف الثاني من القرن التاسع عشر¹ وفي وقت مبكر من السبعينات من القرن الماضي أوضح عدد من الاقتصاديين درجة الارتباط بين التجارة والنمو، حيث أظهرت الدراسات بأن نمو الصادرات كان ذا ارتباط كبير مع الناتج المحلي الإجمالي، إذ كان أثر ذلك واضح على الارتباط بين الصادرات وهذا النمو، كما بينت الأدبيات أن البلدان التي تنمو بسرعة تميل إلى تصدير المزيد من السلع وأن زيادة الصادرات تقود إلى نمو سريع في الاقتصاد، كما أن الأقطار التي تنمو صادراتها بسرعة تميل إلى أن تنمو مستورداتها بسرعة أيضا.

إن نظرية النمو الداخلي بالغة الدقة للعلاقة الإيجابية بين التجارة الدولية والنمو الاقتصادي طويل الأجل والتنمية، وبالأخص الفروض النظرية الجديدة للنمو الاقتصادي الداخلي تعمل على تقليص العوائق التجارية وتسرع معدلات النمو الاقتصادي والتنمية في الأجل الطويل، من خلال استيعاب الدول النامية للتكنولوجيا المتطورة في الدول المتقدمة بمعدل أسرع وزيادة المنافع المتدفقة من الأبحاث والتطوير، كذلك تحقيق اقتصاديات الحجم في الإنتاج وتقليل تشوهات الأسعار يقود إلى كفاءة أكبر للاستخدام الموارد المحلية في القطاعات الاقتصادية وتحقيق تخصص أكبر وكفاءة أكبر في إنتاج المدخلات الوسيطة وتقلص منتجات وخدمات جديدة وهذا ما يعزز النمو والتنمية نتيجة تحرير التجارة.

تعمل نظرية النمو الداخلي بعمق وتبحث بشكل تفصيلي على التقليل بشكل دقيق من العوائق التجارية للقنوات الحقيقية التي تحفز النمو في الأجل الطويل، بشكل محدد تبحث هذه النظرية في تفسير كيفية خلق الآثار الخارجية الناتجة عن التغير التكنولوجي الداخلي.

¹ - خالد محمد السواعي، التجارة والتنمية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة 1 عمان 2006 ص 38.

نستنتج مما ورد سابقاً أن تحرير التجارة ورفع العوائق يساهم في رفع معدلات النمو وإن كان على المدى الطويل وإذا أسقطنا هذه الجزئية على الدول المغاربية نجد أن الاقتصاديات المغاربية تبنت التحرير التجاري وإن كان بدرجات متفاوتة وبالتالي نستطيع طرح تساؤلين وهما هل ساهم فعلاً التحرير التجاري في النمو والتنمية للدول المغاربية وهذا التساؤل لا جواب عليه في هذا المقام لأنه وبكل بساطة لا يعني الإشكالية الأساسية التي يدور حولها هذا المقال، بينما الطرح الثاني وهو بيت القصيد مفاده مدى انعكاس تحرير التجارة على التبادل التجاري بين دول المغرب العربي وهل يمكن له أن يعجل في تأسيس إتفاقية التجارة الحرة المغاربية ؟

2-1 واقع التجارة البينية المغاربية:

تتميز الاقتصاديات المغاربية بفقر تنوعها حيث تعتمد أساساً على المواد الأولية بنسبة تفوق 90% من الصادرات، المحروقات بالنسبة للجزائر وليبيا، المعادن والفوسفات أساساً والنسيج- فيما يخص المنتجات الصناعية- بالنسبة للمغرب. كما أنها اقتصاديات تبادلية بمعنى أنها قائمة على التجارة مع العالم الخارجي بنسبة كبيرة جداً فالتجارة تمثل 87% من الناتج الداخلي لموريتانيا²، أما فقر التنوع الاقتصادي فيجعلها عرضة لتقلبات الأسعار في الأسواق الدولية. وبحكم تخلفها فإن واردات هذه الدول هي أساساً مواد مصنعة مما يزيد صعوبة تطوير المبادلات بين هذه الاقتصاديات الموجهة أساساً نحو العالم المصنع، لكن القيادات السياسية لم تتخذ أي إجراء في سبيل دعم وتطوير التجارة البينية خاصة وأن إمكانيات التكامل موجودة في بعض المجالات مثل القطاع الزراعي الذي قد يساهم في تقليص التبعية الغذائية لبعض الدول، وللإشارة فإن كل الدول العربية تستورد أكثر مما تصدر من المواد الغذائية ما عدا تونس والمغرب وموريتانيا.

فتونس تقترب من الاكتفاء الذاتي، وأما المغرب فقد عرف أزمة غذائية مما زاد من حجم وارداته من القمح، فيما تحطم الجزائر الرقم القياسي المغاربي والعالمي في مجال الواردات الغذائية، حيث يصل عجزها الغذائي إلى نسبة 80%، وهي أول مستورد في العالم للقمح. وبالتالي يعاني المغرب العربي من تبعية اقتصادية لأوروبا، ويؤدي التخصص الكبير لهذه البلدان (الطاقة بالنسبة

²- الموسوعة الإلكترونية، موقع ويكيبيديا على الشبكة الإلكترونية تاريخ الإطلاع 15-01-2017.

للجزائر وليبيا، الزراعة والمواد المصنعة البسيطة بالنسبة لتونس والمغرب) إلى الاعتماد على الخارج لإمدادها بحاجياتها من المواد المصنعة مما حال دون تطوير التجارة البينية.

هذا الطغيان في منطق السيادة والتواضع في الأهداف الاقتصادية يجعلان معاهدة اتحاد المغرب بعيدة عن مشروع تكامل إقليمي، إذ طغى العامل السياسي في إنشاء اتحاد المغرب العربي على الجانب الاقتصادي. والغريب أن الأدبيات المغاربية المتخصصة تتحدث عن اتحاد المغرب العربي وضرورة تنشيطه وكأنه بنية إقليمية رفيعة المستوى في مجال التكامل.

تعتبر التجارة الحرة محرك أساسي لأي تكتل اقتصادي مبني على حرية الأشخاص وانتقال الخدمات والسلع وحرية انتقال رؤوس الأموال في مابين دول التكتل وهذا لا ينعكس على البلدان المغاربية كمجموعة إقليمية فالتبادل التجاري بين دول المغرب العربي يبقى محدودا رغم التطور النسبي الذي شهده في السنوات الأخيرة إلا أن العلاقات التجارية موجودة منذ سبعينيات القرن الماضي إلى الوقت الراهن، فعلى سبيل المثال خلال الفترة الممتدة من 1988-1994 زادت حركية التجارة البينية المغاربية فمن أجل توسيع التبادل التجاري بين بلدان المغرب العربي عملت كل واحدة إلى سد العجز الحاصل في الحاجيات الضرورية للبلد الآخر، باعتبار هذه البلدان توفر لبعضها، بعض الموارد الأساسية، منها الطاقة والمعدنية والفلاحة، فواردات المغرب مثلا بحسب أهمية المنتجات المستوردة من باقي البلدان المغاربية حيث يأتي المغرب في المرتبة الأولى من حيث الواردات التي تصل مع الجزائر إلى 69.19م.د و مع تونس حوالي 48.9م.د، و مع موريتانيا 3.88م.د، و مع ليبيا 44.24م.د³

³ - نشرة الإحصائيات والتعاونيات في المغرب، 2008 ص 15 .

الجدول رقم 01: واردات الدول المغاربية البينية خلال الفترة 1988 – 1994، مليون دولار أمريكي

-	المغرب	الجزائر	تونس	ليبيا	موريتانيا
المغرب	-	69.19	48.9	162.1	3.83
الجزائر	63.8	-	109.63	8.73	23.02
تونس	28.32	94.65	-	94.65	2.18
ليبيا	66	6.23	44.24	-	0
موريتانيا	0.77	2.21	0.28	0	-

**الجدول رقم 02: صادرات الدول المغاربية البينية خلال الفترة 1988 – 1994
الوحدة: مليون دولار أمريكي**

-	المغرب	الجزائر	تونس	ليبيا	موريتانيا
المغرب	-	69.19	48.9	162.1	3.83
الجزائر	63.8	-	109.63	8.73	23.02
تونس	28.32	94.65	-	94.65	2.18
ليبيا	66	6.23	44.24	-	0
موريتانيا	0.77	2.21	0.28	0	-

المصدر: نشرة الإحصائيات والتعاونيات في المغرب، لعام 2008

باعتبار هذه المرحلة تزامنت مع التقارب المغاربي من خلال تأسيس إتحاد المغرب العربي الذي لم يتوج بأي إتفاقية تجارة حرة أو إتحاد جمركي ما بين دول المغرب العربي مما جعل هذا الإتحاد المزعوم فارغ المضمون بحيث لم يرق بعد وإلى غاية الآن لمستوى التكتلات الاقتصادية التي تجتمع على تحقيق مصالحها المشتركة هذا من جهة ومن جهة أخرى هذا ما يفسر ضالة المبادلات

التجارية بين دول المنطقة رغم الإمكانيات المتوفرة، بعبارة أخرى أن الفرص المتاحة و الإمكانيات لا تعكسها حجم المبادلات التجارية بين الاقتصاديات في المغرب العربي.

تسجل التجارة البينية في الدول المغاربية أدنى المعدلات في العالم مقارنة بالمجموعات الاقتصادية الأخرى، إذ لا تتجاوز 3%

بالمقابل تمثل التجارة البينية في الاتحاد الأوروبي 60% و 22% بين دول المجموعة الاقتصادية لدول جنوب شرق آسيا و 20% بين دول السوق المشتركة لأمريكا اللاتينية وبرز ضعف نسبة التبادل التجاري في المغرب العربي ليس فقط مع المجموعات الاقتصادية المتطورة بل ضعفها لا يقارن حتى مع تجمعات اقتصادية أفريقية إذ تصل نسبة التبادل التجاري البيني في المجموعة الاقتصادية لدول غرب أفريقيا ما يعادل 20% من التجارة البينية⁴

وما يميز العلاقات التجارية الخارجية لدول المغرب العربي، أن الاتحاد الأوروبي يعتبر الشريك التجاري الأول لدول المنطقة منفردة، حيث تصل نسبة التبادل التجاري لتونس مع الاتحاد الأوروبي 60% وكذلك الشأن بين الجزائر وهذا الاتحاد الذي يأخذ حصة 50% تقريبا من حجم المبادلات التجارية مع الخارج، بقيمة تفوق 40 مليار دولار بينما المغرب يصل حجم التبادل التجاري له مع الاتحاد الأوروبي 70% من إجمالي مبادلاته مع العالم الخارجي كما يمثل الاتحاد الأوروبي الشريك الأول لموريتانيا لا سيما في قطاع الصيد البحري⁵ إن هذه النسب التجارية المرتفعة مع الشريك التجاري المشترك لدول المنطقة المغاربية، لها أسبابها الخاصة والعامة على سبيل المثال لا الحصر العامل التاريخي و الموقع الجغرافي وكذلك درجة التطور والتقدم والتنوع التكنولوجي والصناعي التي يتمتع بها الكيان الاقتصادي الأوروبي، هذا يعكس درجة التبعية التجارية والاقتصادية لدول المنطقة المغاربية لا الشريك التجاري، إن التنوع في الشركاء التجاريين من شأنه أن يخفف من درجة هذه التبعية ولو بدرجات أقل ففي 2014 تصدرت الصين المرتبة الأولى لشركاء الجزائر للمبادلات التجارية والفكرة أنه بإمكان دول المنطقة المغاربية بتخفيض نسبي في نسب التبادل

4- الحسن عاشي، الاندماج المغاربي في ضوء الربيع العربي، مركز كارنيغي للشرق الاوسط، مقال منشور بيومية الحياة اللبنانية 12 فيفري 2012.

5- مصطفى القلعي، الاتحاد الأوروبي يتطلع إتحاد المغرب العربي، مقال منشور يوم 13-05-2016 على موقع يومية العرب الصادرة في لندن

التجاري المرتفعة مع الشركاء التقليديين (الإتحاد الأوروبي) مثلا في حالة الرفع من حجم المبادلات التجارية البينية المغاربية التي تعتبر الأضعف عالميا إن لم نقل إقليميا.

3-1 معوقات وصعوبات التبادل التجاري المغاربي:

نتيجة لمفهوم التكتلات الاقتصادية الذي أصبح يتجه إليه العالم، ظهر إلى الوجود اتحاد المغرب العربي في فبراير 1989 حيث كان الهدف من إنشائه، توحيد الجهود من أجل إرساء قواعد التعاون والتكامل الاقتصادي ومواجهة التحديات المقبلة، التي تفرضها المتغيرات الدولية الجديدة القائمة على أساس المنافسة ومنذ تأسيس هذا الاتحاد وهو يعاني من أسباب القصور والثغرات التي أدت إلى جعل جميع الاتفاقيات التي تم توقيعها غير مفعلة وغير مطبقة على أرض الواقع، ومن أهم هذه الاتفاقيات اتفاقية للتبادل الحر الممهدة لخلق سوق مغاربية مشتركة، لم ترى النور إلى يومنا هذا، نظرا للكثير من الصعوبات والعوائق من أهمها:

- استمرار وجود الخلافات السياسية المعروفة واختلال الهياكل الاقتصادية، يمثل عائقا كبيرا أمام تجسيد وتطبيق القرارات وتفعيل الاتفاقيات المشتركة حول تطوير التجارة البينية المغاربية⁶.

- طبيعة أنظمة الإنتاج السائدة في دول المنطقة وغياب إستراتيجية واضحة لتفعيل وتطوير التجارة البينية.

- الهيمنة الأوروبية على هيكل التجارة الخارجية لدول المغرب العربي على حساب المبادلات التجارية البينية، خاصة في ظل اتفاقيات الشراكة المنفردة لدول المغرب مع الاتحاد الأوروبي.

- يشكل اختلاف الاختيارات التنموية والسياسات الاقتصادية جانبا آخر من هذه العوائق، خصوصا سياسات الحماية الجمركية والقيود على التجارة الخارجية من جهة والانفتاح في السوق وتحرير التجارة من جهة أخرى، حيث تساهم عوائق الحدود المغلقة وحواجز الجمارك وغياب البنية

6- فيصل بملولي، إقامة منطقة التجارة الحرة المغاربية كمدخل لتحقيق التكامل الاقتصادي بين دول المغرب العربي في ظل التحديات.

الدولية الاقتصادية الراهنة، الموقع الإلكتروني:

<http://revues.univ-ouargla.dz>

تاريخ الإطلاع 25-10-2016

التحتية التي من شأنها تسهيل حركة البضائع والأشخاص في إضعاف التجارة البينية لدول المغرب العربي.

- تصنف دول الاتحاد المغاربي في خانة الدول ضعيفة التنوع الإنتاجي، فتنوع بنية الإنتاج من شأنه أن يعزز التبادل التجاري البيني حيث أثبتت دراسات عدة ترابطا قويا بين مؤشر التجارة البينية غي رقعة اقتصادية معينة ومؤشر التنوع في هياكل الإنتاج، إلى جانب ضعف المزايا النسبية الديناميكية مع توافر المزايا النسبية الساكنة⁷.

- التنظيم والتسيير السائد في موانئ دول المغرب العربي بدوره يشكل عقبة حقيقية أمام التبادل البيني للمجموعة المغاربية، بحيث العديد من الدراسات تبرز ذلك بدليل أن البضائع المحملة في الحاويات تظل مركونة في الموانئ 20 يوما بالجزائر و18 يوما في تونس و11 يوما في المغرب .

- المستوى المرتفع للرسوم و التعريفات الجمركية والتعقيد المرتبط ببنية التعريفات حيث متوسط التعريفات يصل إلى 19% في الجزائر 26.2% في المغرب و 31.7% في تونس⁸ .

- تعتبر شبكة النقل البري بما في ذلك الطرقات والنقل بالسكك الحديدية الأكثر ضعفا بين دول المنطقة و الأقل جودة في المجموعات الاقتصادية ذات الرقعة الجغرافية الواحدة في العالم مما يعيق حركية نقل السلع والبضائع بين دول المنطقة.

- عدم وجود تعريف جمركية موحدة ولا قانون تجاري يمنح امتيازات لتشجيع وتنشيط حركة التجارة بين البلاد المغاربية، على غرار ما هو معروف عند المجموعات والتكتلات الاقتصادية، مما يحول دون تحقيق تسب عالية في التبادل التجاري المغاربي.

- غياب اتفاقيات تجارية تفضيلية متعددة الأطراف بين الدول المغاربية باعتبارها النواة الأساسية لتشكيل منطقة للتبادل الحر بين مجموعة من الدول وضعف التنسيق في السياسات التجارية بين دول المنطقة.

⁷ - بشير مصيطفى، نحو اتحاد اقتصادي مغاربي، مقال منشور في جريدة يومية الحياة اللندنية بتاريخ: 13-05-2015.

8 - عبد الفتاح الصادقي، محمد لبيب، جريدة الأعلام، موقع ستار تايمز

<http://www.startimes.com>

تاريخ التصفح: 21-11-2016.

في ظل غياب معالم لسوق مغربية مهيكلية، ومنطقة للتبادل الحر تسهила للتجارة البينية وتنقل الأشخاص يتعذر على دول المنطقة، تحقيق الأهداف المسطرة لمؤسسة إتحاد المغرب العربي منذ ما يزيد عن ربع قرن من الزمن.

2- تطور المبادلات التجارية المغربية:

تعد هزالة المبادلات التجارية البينية في المنطقة المغربية - كما بينا سابقا - بحد ذاتها عائقا لتحقيق التكامل والاندماج الاقتصادي المغربي، إذ تعتبر المبادلات التجارية مدخلا رئيسيا للوصول إلى هذا الهدف.

1-2 المبادلات الجزائرية المغربية :

تلعب الجزائر دورا حيويا في التبادل التجاري المغربي إن لم نحزم بأنها المحرك الأساسي للعلاقات التجارية المغربية حيث تربطها علاقات تجارية مع كل دول المغرب العربي دون أي استثناء في ظل تغييب اتفاقية عامة تشمل جميع هذه البلدان ونظرا لحجم الاقتصاد الجزائري الذي كان ولا يزال من أهم الاقتصاديات في المنطقة حيث تغذي الصادرات الجزائرية ووارداتها من وإلى دول المنطقة الحركية التجارية المغربية حيث تتمثل صادرات الجزائر أساسا في المحروقات (غاز البوتان المميع ، غاز طبيعي خام ، زيت البترول ، أمونياك ، الزنك ..) إضافة إلى المواد الغذائية المتمثلة في (زيت عباد الشمس ، السكر ، التمور ، المياه ، المشروبات ، الجبن ،.....) وكذا الأدوية و المواد المصفحة للحديد و الصلب .

فقد بلغت مداخل صادرات الجزائر نحو دول الاتحاد مبلغ 1.48 مليار دولار سنة 2011 مقابل 1.28 مليار دولار سنة 2010 أي بارتفاع 15.46%⁹.

بينما بلغت الواردات الجزائرية لدول المغرب العربي ما يعادل 677 مليون دولار أمريكي سنة 2011 مقابل 544 مليون دولار أمريكي سنة 2010 أي بارتفاع 24.5%¹⁰.

خلال العشرة الماضية كان هناك تطور ملحوظ في حجم التبادل البيني المغربي وإن كان في العموم لا يمثل ولا يعبر عن الإمكانيات التي تتوفر عليها المنطقة وبالأخص الجزائر والمغرب

⁹ -تقرير المركز الوطني للإحصاء والإعلام الآلي لسنة 2010 .

¹⁰ - الديوان الوطني للإحصاء

باعتبارهما الاقتصاديين الأكثر ديناميكية في المنطقة وبدرجة أقل تونس ويمكن أن نعاين التطور من خلال تطور حجم المبادلات الجزائرية مع كل من المغرب وتونس خلال الفترة الممتدة من سنة 2000 إلى غاية 2007 وذلك ما يوضحه الجدول رقم 03 والجدول رقم 04 الموالين:

الجدول رقم 03: التبادل التجاري الجزائري -المغربي للفترة 2007-2000

الوحدة: مليون دولار أمريكي

البيان	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
الصادرات	169	178	148	167	218	318	388	680
الواردات	4	6	17	20	37	80	50	66
الميزان التجاري	165	172	131	147	181	238	338	620

المصدر: المركز الوطني للإعلام والإحصائيات (CNIS) الجمارك الجزائرية، 2008

الجدول رقم 04: التبادل التجاري الجزائري - التونسي للفترة 2007-2000

الوحدة: مليون دولار أمريكي

البيان	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
الصادرات	75	87	84	80	168	73	106	208
الواردات	43	60	102	91	110	120	172	65
الميزان التجاري	32	27	18-	11-	58	47-	66-	143

المصدر: المركز الوطني للإعلام والإحصائيات (CNIS) الجمارك الجزائرية، 2008

يعتبر المغرب خلال الفترة المعنية الشريك التجاري الأول في المنطقة المغاربية للجزائر بتطور ملحوظ من 169 مليون دولار عام 2000 ليصل 688 مليون دولار في عام 2007 ويميزان تجاري لصالح الجزائر مقدّر بـ 620 مليون دولار أمريكي، ثم تأتي تونس في المرتبة الثانية من حيث حجم التبادل التجاري الجزائري -التونسي في المجموعة المغاربية، رغم هذا التطور الملحوظ الذي يبقى ضعيفا مقارنة مع حجم التجارة الجزائرية مع مجموعات اقتصادية أخرى كالإتحاد الأوروبي، فانقل حجم التبادل بين الجزائر وتونس من 75 مليون دولار في سنة 2000 ليصل إلى 208

مليون بميزان تجاري لصالح الجزائر بحجم 143 مليون دولار أمريكي وبالتالي الجزائر خلال هذه الفترة تعتبر المورد الأساسي في المنطقة المغاربية 888 مليون دولار أمريكي كما أن واردات الجزائر من المنطقة تبقى محدودة وباعتبار الجزائر ذات ميزة نسبة طاقة فصادرات الجزائر للمنطقة المغاربية بالأخص تونس والمغرب تتمركز بدرجة أكبر حول موارد الطاقة والمحروقات، ولمعرفة حجم التبادل الجزائري المغاربي ومكانته مع حجم التجارة الخارجية للجزائر الجدولين (5) و (6) الموالين يعبران عن التجارة الخارجية الجزائرية حسب المناطق الجغرافية:

الجدول رقم 05: التجارة الخارجية الجزائرية حسب المناطق الجغرافية (الواردات) للفترة 2014-2015، الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنة	2014	2014	2015	2015	التغير
المناطق	القيمة	%	القيمة	%	
الإتحاد الأوروبي	29684	50.67	25344	49.21	14.62-
مجموعة التعاون والتنمية الاقتصادية (خارج الاتحاد)	8436	14.40	7353	14.28	12.84-
بلدان أوروبية أخرى	886	1.51	1220	2.37	37.70
أمريكا الجنوبية	3815	6.51	2818	5.47	26.13-
آسيا	12619	21.54	11830	22.97	6.25-
البلدان العربية (خارج الاتحاد)	1962	3.35	1912	3.71	2.25-
المغاربي					
بلدان المغرب العربي	738	1.26	674	1.31	8.67 -
البلدان الأفريقية	440	0.75	350	0.68	20.45-
المجموع	58580	100	51501	100	12.08-

المصدر: المركز الوطني للإعلام والإحصائيات (CNIS) الجمارك الجزائرية، 2016.

الجدول رقم 06: التجارة الخارجية الجزائرية حسب المناطق الجغرافية (الصادرات) للفترة 2014-2015، الوحدة: مليون دولار أمريكي

المناطق	السنة	2014	2014	2015	2015	التغير
		القيمة	%	القيمة	%	
الإتحاد الأوروبي		40378	64.21	25801	68.28	-36.10
مجموعة التعاون والتنمية الاقتصادية) خارج الاتحاد)		10344	16.45	5428	14.36	-47.53
بلدان أوروبية أخرى		98	0.16	37	0.10	-62.24
أمريكا الجنوبية		3183	5.06	1575	4.17	-50.52
آسيا		5060	8.05	2619	6.93	-49.37
البلدان العربية (خارج الاتحاد المغاربي)		648	1.03	628	1.66	-3.09
بلدان المغرب العربي		3065	4.87	1607	4.25	-47.57
البلدان الأفريقية		110	0.17	92	0.24	-16.36
المجموع		62886	100	37787	100	-39.91

المصدر: المركز الوطني للإعلام والإحصائيات (CNIS) الجمارك الجزائرية، 2016.

يظهر جليا من الجدولين أعلاه تراجع حجم التجارة الجزائرية مع العالم الخارجي على العموم في سنة 2015، هذا يعود إلى تراجع صادرات الجزائر المكونة أساسا من المحروقات إن لم نقل من الكمية فالمؤكد من القيمة بانخفاض رهيب لسعر برميل النفط في الأسواق الدولية، حيث كان أثر ذلك على الواردات معتبرا، وذلك بتبني السلطات سياسة تخفيض الواردات ابتداء من 2014 كسياسة إستباقية لمواجهة العجز المالي والتجاري المتوقع في 2015، وبدوره تأثر حجم التبادل التجاري للجزائر مع منطقة المغرب العربي فبعد أن صدرت الجزائر للمنطقة ما يفوق 3 مليار دولار في 2014 تراجعت صادراتها للمنطقة في السنة الموالية ب 1.6 مليار أي بحوالي 47.57 % بالمقابل يمثل التبادل التجاري (صادرات) للجزائر مع دول المغرب العربي فقط 4.25 % في 2015 متراجع بنصف نقطة مئوية عما كان عليه في 2014 إلا أن الميزان التجاري مع المنطقة يبقى لصالح الجزائر فوارداتها من من دول المغربي مثلت 1.31 % فقط، وبالتالي لا تمثل دول المغرب العربي الشركاء التجاريين الأوائل للجزائر

وهذا لضعف وضآلة المبادلات التجارية لدول المنطقة وافتقارها للتنوع إلا أنه يمكن أن تتطور خصوصا أن كل من المغرب وتونس من الشركاء الأساسيين إقليميا.

حسب البيانات الإحصائية لسنة 2015 الصادرة عن المركز الوطني للإعلام والإحصائيات للجمارك في الجزائر احتلت تونس المرتبة 11 في قائمة تضم 14 دولة تمثل أهم الشركاء التجاريين لصادرات الجزائر بحوالي 856 مليون دولار أمريكي أي ما يمثل 2.27% من إجمالي الصادرات بالمقابل تراجعت صادرات الجزائر للمغرب التي احتلت المرتبة 13 ما قبل الأخيرة أي 13 ب 667 مليون دولار أمريكي ما يمثل 1.77% من إجمالي الصادرات وما يفسر تقدم تونس على المغرب بمرتبتين هو الاتفاق التجاري التفضيلي بين الجزائر وتونس الموقع سنة 2009، وتبعا لنفس البيانات لم تظهر كل من تونس والمغرب وباقي دول المنطقة (ليبيا وموريتانيا) في قائمة أهم الدول الموردة للاقتصاد الجزائري لسنة 2015 حيث تحتل الصين المرتبة الأولى وهذا ما يدل على ضعف التجارة البينية للدول المغاربية ، لكن الملفت أن الجزائر تربطها علاقات تجارية مع كل دول المنطقة باعتبار البنية للدول المغاربية له من الإمكانيات التي من شأنها أن تساهم في حركية التجارة المغاربية، بدليل أن الجزائر تعتبر الشريك التجاري الأول على المستوى المغاربي والإفريقي للمغرب وهذا ما يوضحه الجدولين (07) و(08) على التوالي:

الجدول رقم (07): البنية الجغرافية للصادرات المغربية إلى القارة الأفريقية.
الوحدة: مليون درهم مغربي

النسبة	التطور	2014	2013	2012	2011	2010	
1.5+	66+	4531	4465	4897	3368	3321	بلدان اتحاد المغرب العربي
0.8-	15-	1770	1785	1999	1899	1163	الجزائر
27.7+	341	1570	1229	1152	826	631	موريتانيا
18.8+	140+	885	745	1046	903	1208	تونس
56.7-	400-	306	706	700	240	319	ليبيا
6.6+	795+	12758	11963	12793	7577	7462	البلدان الأفريقية
5.2+	861+	17289	16428	17690	11445	10783	مجموع الصادرات إلى أفريقيا

المصدر: مجلة المالية لوزارة الاقتصاد والمالية المغربية، العدد 28 - أوت 2015 ص 15.

الجدول رقم (08): البنية الجغرافية للواردات المغربية من القارة الأفريقية، الوحدة: مليون درهم مغربي

النسبة	التطور	2014	2013	2012	2011	2010	
+2.0	+251	13083	12832	12013	11085	9579	بلدان اتحاد المغرب العربي
+3.3	+357	11161	10804	9725	8687	7055	الجزائر
-8.3	-157	1730	1887	2080	2280	2142	تونس
+42.3	+55	185	130	203	110	372	ليبيا
-36.4	-4	7	11	5	8	10	موريتانيا
+1.9	+131	7183	7052	7650	7957	8008	البلدان الأفريقية
+1.9	+382	20266	19884	19663	19042	17587	مجموع الواردات من أفريقيا

المصدر: مجلة المالية لوزارة الاقتصاد والمالية المغربية، العدد 28 - أوت 2015 ص 15.

يظهر التوزيع الجغرافي للواردات المغربية احتلال الجزائر الصدارة حيث بلغت نسبة واردات المغرب من الجزائر 55.1% من مجموع الواردات من القارة الأفريقية متبوعة بتونس ب 8.5% مع العلم أن هذه الأخيرة يربطها مع كل من مصر والأردن اتفاقية للتبادل الحر أو ما يسمى باتفاقية

أغادير، وتشكل هذه الواردات بالخصوص من الغاز النفطي والمحروقات الأخرى المستوردة أساسا من الجزائر.

تربط المغرب علاقات تجارية قوية مع الجزائر قابلة للتطور، إذ ما وضعت المشاكل السياسية على جانب (قضية الصحراء الغربية) وهذا مطلب السلطات في الجزائر أساسا، وإذا كان للعلاقات السياسية دور مهم للعلاقات الاقتصادية فالتوجه السياسي اليوم هو بناء دبلوماسية اقتصادية قوية مع الشركاء لضمان المصالح الإستراتيجية للدول.

يعتبر المغرب المورد الأساسي في المنطقة المغاربية لموريتانيا حيث تستوعب سوق هذه الأخيرة ما يقارب 1.6 مليار درهم مغربي لارتباط البلدين باتفاقيات تجارية ثنائية ولكن الصادرات الموريتانية نحو هذا البلد محتشمة وهذا يرجع لضعف التنوع الاقتصادي لموريتانيا والمنطقة المغاربية عموما، فرغم التطور النسبي الملحوظ في حجم التبادل التجاري المغاربي إلا أنه من أضعف النسب مقارنة بالمجموعات الاقتصادية الأخرى.

2-2 الإجراءات المتخذة لتفعيل التجارة البينية المغاربية:

تشكل التجارة سبيلا لتحقيق النمو الذي يعد عاملا حيويا لتقليص الفقر. فالبلدان التي عكفت على تقوية صلاتها وروابطها بالاقتصاد الدولي بتجمعات اقتصادية من خلال التجارة والاستثمار هي البلدان التي حققت بصورة اعتيادية نموا بمعدلات سريعة، لم تتمكن بعض البلدان المنخفضة الدخل من جني ثمار العولمة بسبب ضعف قدراتها فيما يتعلق بالتجارة مثل تدهور أوضاع البنية الأساسية وقصور السياسة التجارية المعتمدة، ففي ظل الإبقاء على حواجز تجارية ضخمة في البلدان المنخفضة الدخل، مثل الحواجز غير الجمركية، تؤدي تلك الحواجز إلى الإطاحة بقدرة المصدرين في هذه البلدان على المنافسة في الأسواق الإقليمية والعالمية على حد سواء¹¹

يمكن أن تخلق اتفاقيات التجارة الإقليمية أو الثنائية فرصا للتجارة قد لا تتوفر من خلال نظام التجارة المتعدد الأطراف، وغالبا ما يكون من الأسهل تحقيق تحرير تبادلي للتجارة في ظل عدد أقل من المشاركين المتزمين، كما تتمتع اتفاقيات التجارة الإقليمية (الثنائية) بمرونة التصدي للمشكلات والقضايا التي لا يتم التعامل معها بشكل جيد في إطار المفاوضات المتعددة الأطراف، فمثلا عادة

11- البنك العالمي ، الموقع الدولي:

ما تتجاوز الاتفاقيات الإقليمية بمجرد التخفيض الهائل للرسوم الجمركية لتتضمن الجهود الرامية إلى الحد من المشكلات المتعلقة بالمعايير ، الجمارك والتجارة عبر الحدود، واللوائح المنظمة للخدمات ومعالجة القواعد العريضة المتعلقة بتحسين المناخ العام للاستثمار وزيادة على ذلك غالبا ما تشكل اتفاقيات التجارة الثنائية جزءا من جهود اقتصادية وسياسية في مجال التعاون الثنائي أو الإقليمي وفي الإطار جاء الاتفاق التجاري التفاضلي بين الجزائر وتونس مجسدا هذا التوجه مثل هكذا تعاون الذي من شأنه أن يعزز التبادل التجاري البيني في المنطقة المغاربية إذ ما احتدت كل دولة مغربية مع أخرى مثل هذا النوع من الاتفاقيات.

2-1-2 الاتفاق التجاري التفاضلي بين الجزائر وتونس:

يشكل الاتفاق التجاري التفاضلي بين الجزائر وتونس نقلة نوعية في دعم الركائز الأساسية التي تحكم العلاقات التجارية بين البلدين، فالاتفاق يعتبر إطارا قانونيا يكفل تحفيز رفع حجم المبادلات التجارية والتمهيد لأفق سوق موحدة بين البلدين وتشجيع الاستثمار المشترك، وقع الاتفاق بين الجمهوريتين الجزائرية والتونسية مطلع عام 2009 وأصبح ساري المفعول في بداية 2010 من خلال المرسوم الرئاسي رقم 10-12 المؤرخ في 11-01-2010 حيث يسعى هذا الاتفاق إلى تطوير العلاقات الثنائية في المجالين الاقتصادي والتجاري من خلال دعم وتوسيع قاعدة المصالح المشتركة والمنافع المتبادلة في مختلف المجالات وتعزيز عوامل التكامل والاندماج بين الاقتصاد الجزائري والتونسي، كما يهدف هذا الاتفاق التفاضلي إلى إعفاء المنتجات الواردة في هذا الاتفاق ذات المنشأ الجزائري والتونسي من كافة الحقوق الجمركية والرسوم والضرائب ذات الأثر المماثل عند دخول المنتجات المعنية في الاتفاق إلى الإقليم الجزائري أو التونسي¹² وتحدد الإشارة أن الإعفاءات الجمركية المنصوص عليها في الاتفاق التجاري التونسي الجزائري لا تسري على السلع المنتجة داخل المناطق الحرة في أي من البلدين، في الواقع سمح هذا الاتفاق التجاري في تحسين مستويات التبادل التجاري بين البلدين و سبق أن أشرنا إلى ذلك من خلال الإحصاءات المقدمة أعلاه ولكن ليس بالقدر المطلوب لأن مثل هكذا اتفاق عادة ما يواجهه عوائق وصعوبات مفتعلة من الأطراف المتعاقدة ولكن هذا في منطقتنا المغاربية فقط فعلى سبيل المثال لا الحصر واجه أحد المصدرين

¹² - المادة 1 والمادة 2 من الاتفاق التجاري التفاضلي بين الجزائر وتونس الجريدة الرسمية العدد 12 ص 04.

الجزائريين اتجاها تونس في 2016 منعاً صارماً من طرف الجمارك التونسية بإيعاز من وزارة التجارة التونسية، رغم أن المنتج المصدر يدخل في الاتفاق التجاري بين البلدين وبالتالي هناك إشكال يبقى مطروح في كيفية تفعيل مثل هكذا اتفاقيات من خلال إشراك جميع المؤسسات و الهيئات التي لها علاقة مباشرة وغير مباشرة في تفعيل التجارة البينية بين دول المنطقة و على رأسها المنظومة الجمركية.

2-2-2 اتفاقية أغادير للتبادل الحر:

تضم اتفاقية أغادير إلى جانب مصر والأردن بلدين من المغرب العربي وهما تونس والمغرب وبالتالي تنضوي هذه الاتفاقية إلى مصف الاتفاقيات المتعددة الأطراف، ولكن بما أنها تضم كل من تونس والمغرب من شأنها أن تساهم بشكل أو آخر في دعم التبادل التجاري بين المغرب وتونس على الأقل في القطاعات التي تشملها الاتفاقية.

تم التوقيع على هذه الاتفاقية في 25 يناير 2004 والهدف منها إقامة منطقة للتبادل الحر كمرحلة أولى في إطار عام وهو التوجه لسوق عربية مشتركة حيث تم الاتفاق على الإعفاء الكلي 100% بالنسبة للسلع الصناعية المتبادلة بين دول الاتفاقية بالمقابل تم الاتفاق على تحرير المنتجات الزراعية والزراعية المصنعة كما تبحث الاتفاقية في تنفيذ مشروع لربط الدول الأعضاء بشبكة نقل لزيادة التبادل التجاري بين دول الاتفاقية في إطار تطوير الجانب اللوجستي للإشارة ابتداء من 04-04-2016 انضمت إلى الاتفاقية كل من لبنان وفلسطين وبالتالي يمكن لباقي الدول المغاربية أن تستفيد من مزايا هذه الاتفاقية بانضمامها إليها، بالخصوص الجزائر التي أصبحت قادرة على أن تقدم سلع صناعية كالسيارات والأجهزة الإلكترونية بنسب إدماج تفوق 40% لقواعد المنشأ المنصوص عليها في اتفاقية أغادير فمنذ الدخول الفعلي لسريان الاتفاقية في 01-04-2007 حين أخذت الجمارك كل الالتزامات لتطبيق الاتفاقية على أرض الواقع بالنسبة للبلدان الأربعة فخلال السنة الأولى من تفعيل الاتفاقية زادت صادرات هذه البلدان في ما بينها بنسب كبيرة، حيث ارتفعت صادرات مصر بنسبة 115% وتونس 19% و المغرب 6% وأخيرا الأردن 86% والملاحظ أن هناك تفاوت في حجم الزيادات التي تستأثر بها كل من مصر والأردن وهذا ما يفسر بعض المشاكل التي تعترض هذه الاتفاقية من خلال الإجراءات الجمركية الصارمة والمعقدة التي تصدم المصدرين من وإلى الدول الأعضاء في الاتفاقية.

2-2-3 تأسيس البنك المغربي للاستثمار والتجارة الخارجية:

طُرحت فكرة إنشاء البنك المغربي للاستثمار والتجارة الخارجية منذ سنة 1993 غير أن المشروع جمد بسبب عدم الاتفاق حول تحديد آليات الرقابة الداخلية والخارجية وعدم عقد لقاءات دورية بين محافظي البنوك المركزية و وزراء المالية لدول المجموعة لإيجاد الصيغة النهائية لبعث المشروع الاستراتيجي، ليتم إعادة بعثه في أواخر 2015 والإعلان على تأسيسه من العاصمة تونس من قبل وزراء المالية للدول الخمسة للمغرب العربي الموقعين على النظام الداخلي ومحضر الجمعية العمومية التأسيسية للمصرف المغربي للاستثمار والتجارة والذي اختيرت تونس مقراً رئيسياً له، حيث يقدر رأس مال هذا المصرف بما يعادل 150 مليون دولار أمريكي، حيث ستكون هذه المؤسسة المالية بمثابة القاطرة الاقتصادية للعمل التنموي والاستثماري المغربي حيث سيقدم هذا البنك دعماً للتعاون الاقتصادي المغربي من خلال تعزيز حركة تدفق رؤوس الأموال ودفع عجلة الاستثمارات ودعم المبادلات التجارية البينية بين المجموعة المغربية.

3- متطلبات تفعيل التجارة البينية للمجموعة المغربية:

ينحصر التبادل التجاري بين دول المغرب العربي في قطاعات محدودة جداً حيث يصنف هذا الأخير في خانة المجموعات الاقتصادية الأضعف على الإطلاق في حدود 3% فقط كما يعزى هذا الضعف إلى محدودية التنوع والتشابه في الإنتاج إن لم نقل عوامل الإنتاج ولكن الأمر الأساسي الذي يحول دون الرفع من حجم المبادلات هو غياب اتفاقية للتجارة الحرة مفعلة تجمع بين كل دول المجموعة المغربية ولعل من بين الأسباب غير تلك المعروفة لدى العام والخاص، نجد من الجانب الاقتصادي تلجئ الدول إلى حماية اقتصادها من خلال تقييد التحرير التجاري الذي لم تصل له بعد دول المنطقة في ما بينها حسب هذا المنطق يكون التبادل دائماً لعبة ذات مجموع صفري حيث أرباح طرف تؤدي إلى خسائر الطرف الآخر، وهذه رؤية خاطئة لأسس التبادل الحر وهي رؤية سائدة حتى من طرف الذين يؤمنون بإيجابيات التبادل الحر، لأنهم يترددون في تطبيق مبادئه في جميع الحالات دون استثناءات، نظراً لاعتقادهم أنه في ظل تشابه البنيات الإنتاجية بين الدول فالتبادل الحر لا يمكن أن يكون مفيداً بالنسبة لجميع الأطراف، وهنا لابد أن نرجع إلى النظرية المؤسسة لهذا الطرح للاقتصادي البريطاني دافيد ريكاردو والتي تقول على كل بلد أن

يتخصص في فروع الاقتصاد التي يتوفر فيها على مزايا نسبية تتعلق بالإنتاجية، بعد ذلك يمكن لهذه الدول أن تتبادل بحرية منتجاتها ، وتستفيد من مزايا التخصص،

هذه النظرية صحيحة لكن تفسيرها قد يتم بشكل خاطئ من طرف من يعتقدون أن التبادل التجاري يجب أن يتم بين بلدان مختلفة وحول سلع مختلفة، ولكن وكما أشار إلى ذلك عالم الاقتصاد الأمريكي بول كروغمان الحاصل على جائزة نوبل في 2008 " في غالب الأحيان التبادلات التجارية تتم بين دول لا تتوفر على بنيات إنتاج متشابهة لكنها تتبادل نفس المنتجات " وهذا يظهر جليا في حالة فرنسا وألمانيا اللتان تتبادلان السيارات وأيضا في حالة السويد التي تصدر العلامة "فولفو" وتستورد من ألمانيا علامة "مرسيدس" إذا لا يمكن في أي حال من الأحوال تبرير الإنغلاق التجاري بحجة تشابه المنتجات¹³

ويرى كروغمان أن التبادل التجاري بين دول ذات بنيات متشابهة يبقى مفيدا لجميع الأطراف لأنه يسمح للمنتجين بالاستفادة من حجم السوق الاستهلاكية الأوسع من تلك التي تتوفر عليها السوق المحلية أو الوطنية، وذلك عن طريق ما يسمى بوفرات الإنتاج كما أن المستهلكين سيستفيدون من اختيارات أوسع وأثمان أرخص للسلع وإذا ما أضفنا إلى ذلك عامل التنافسية بين منتجين مدفوعين إلى الابتكار من أجل التميز عن منافسيهم فإن ذلك سيخلق حتما فرصا أكبر وتقسيما جيدا للعمل مما سيؤدي إلى تحقيق نمو اقتصادي دائم، التحرير التجاري يعني أذواقا جديدة لتلبية رغباتها وأسعار أرخص للمستهلكين حسب كروغمان.

تمثل البلدان المغاربية في شكلها الحالي أسواقا صغيرة نسبيا ومجزأة، في حين يسمح إنشاء سوق إقليمية تضم ما يعادل 80 مليون مستهلك أو يفوق، باستغلال الفوائض، ويجعل المنطقة قطبا مهما لاستقبال الاستثمار، ويرتقب أن يسعى كل من الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي إلى تعزيز علاقاتها الاقتصادية والإستراتيجية مع منطقة المغرب العربي في حال اندماجها والتسريع في أول خطوة نحو ذلك في تأسيس السوق المغاربية المشتركة، كما تشر التقديرات أن إنشاء منطقة للتجارة الحرة بين بلدان المغرب العربي يمكن أن يضاعف مستوى التجارة البينية، خمسة أضعاف على الأقل

13- رشيد المجيدي، مقال منشور على موقع منبر الحرية 25-05-2009

<http://minbaralhurriyya.org>

تاريخ الإطلاع: 09-11-2016

- في مقابل ما هي عليه حاليا ولا يتم هذا التوجه إلا إذا أخذت جملة من التدابير والقرارات الاقتصادية والسياسية الصارمة من طرف دول المجموعة يمكن أن نوجزها في ما يلي:
- رفع القيود الجمركية التي تعرقل تدفق البضائع وتحد من التبادل التجاري والنشاط الاقتصادي، بين البلدان المغاربية فتحفيز الرسوم والضرائب المطبقة على الواردات من شأنه أن يؤدي بصورة تلقائية إلى زيادة التبادل التجاري بين الدول الخمسة للمغرب العربي.
 - رفع الحواجز الإدارية والفنية والتي تفرض بشكل تعسفي وليس لها أي أساس قانوني، فهي غالبا ما تعيق حركة التبادل التجاري بين الدول الشريكة.
 - تكريس وتفعيل مفهوم الافضليات التجارية من خلال عقد اتفاق تجاري تفاضلي ثنائي أو متعدد الأطراف بين كل الدول المغاربية دون أي استثناء، حيث يندرج مفهوم الافضليات التجارية ضمن مقارنة تحرير التجارة البينية وتسهيلات التجارة، ويلي الخطوة التي يتم عندها وضع اتفاق بروتكول التعريف الجمركية التفضيلية، ويغطي الاتفاق التجاري التفاضلي بالأساس الجوانب المتعلقة بمنشأ المنتج، قواعد الحماية، التفكيك الجمركي، محاربة الإغراق، التسهيلات التجارية الممنوحة، والتعريف الجمركية والقيود الغير جمركية، وفي الواقع يعتبر العديد من هذه الجوانب حجرة العثرة أمام البلدان المغاربية ولا يمكن حلها إلا بمثل هكذا اتفاق مثل ما أثبتته التجارب الدولية.
 - العمل على تحرير المبادلات التجارية بين دول المجموعة، عبر الإسراع في مرحلة أولى بالتوقيع على مشروع اتفاقية التبادل الحر بين دول المغرب العربي مع اتخاذ كافة التدابير والإجراءات المتعلقة بتعزيز البنية التحتية بدول الاتحاد والإسراع في استكمال البرامج المغاربية ذات الصلة من خلال تكثيف الربط المباشر بالسكة الحديد والطرق السريعة والنقل البحري مع ضمان العبور بين دول المجموعة.

الخاتمة:

إن التجارة البينية لدول المغرب العربي هي الأضعف إقليمياً ودولياً كما أشرنا إلى ذلك، رغم الإمكانيات و الفرص التي تتمتع بها المنطقة، في الواقع ظلت المجموعة المغاربية المؤسسة لاتفاقية إتحاد المغرب العربي جامدة مؤسساتياً حيث لم تفعل ولا اتفاقية من ضمن الاتفاقيات السبع وعلى رأسها اتفاقية التبادل الحر بين دول المنطقة رغم أن الدول المغاربية لها علاقة مباشرة بالمنظمة العالمية للتجارة من خلال الانضمام إليها أو السعي للانضمام إلى هذه الهيئة وهذا من المفروض أن يسهل المهام ويزيل العقبات

وكأول خطوة للاتجاه نحو كيان اقتصادي مغاربي كان ولا بد العمل بنظام الأفضليات التجارية فالاتفاق التجاري التفاضلي من شأنه ان يحل جملة من المشاكل التي تشكل من تضارب السياسات التجارية بين الدول هذا من الجانب المؤسساتي ومن الناحية الاقتصادية على دول المنطقة أن تسعى إلى تحقيق ثلاثة أسباب تعمل على دفع حركية التجارة البينية بين دول المغرب العربي ورفع معدلات الاستثمار بها وهي أن تتوجه هذه الاقتصاديات إلى تحقيق التكامل في المنطقة ، زيادة التنوع في الإنتاج، والاتجاه نحو التدويل، فزيادة التكامل مرتبط بالانفتاح والتحرير ورفع كل القيود على حركية التجارة وتدفق الاستثمار فمن خلال إزالة الحواجز أمام التجارة البينية مما سيسمح بتدفق السلع والخدمات مما سيتيح فرصاً لا حصر لها في سوق تغطي أكثر من 80 مليون مستهلك، أما النقطة الثانية المتعلقة بزيادة التدويل مرتبطة بالمؤسسات الاقتصادية المغاربية المحلية كالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يمكن له ان تدخل التدويل من بوابة المنطقة المغاربية من خلال اكتسابها لحصص سوقية في المنطقة المغاربية في وضع يساعد على زيادة الصادرات إلى هذه الدول قد تتحول إلى استثمارات في المستقبل ولا يتأتى هذا التدويل إلا بتحقيق التنوع في الإنتاج الذي من الممكن أن تساهم فيه سهولة تنقل عوامل الإنتاج من وإلى دول المجموعة وهذه الأسباب الثلاثة مجتمعة كفيلة برفع مستويات التبادل التجاري والنمو الاقتصادي في المنطقة و لا يمكن ان تتحقق إلا إذا توفرت الإرادة السياسية لصناع القرار في المنطقة وحسمت قواعد الشراكة الاقتصادية الإستراتيجية بالعلاقة رابع رابع.

قائمة الهوامش و المراجع:

1. خالد محمد السواعي ، التجارة والتنمية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة 1 عمان 2006 ص 38 .
2. الموسوعة الإلكترونية، موقع ويكيبيديا على الشبكة الالكترونية.
3. نشرة الإحصائيات والتعاونيات في المغرب، 2008 ص 15
4. الحسن عاشي، الاندماج المغاربي في ضوء الربيع العربي، مركز كارنيغي للشرق الاوسط، مقال منشور بيومية الحياة اللبنانية 12 فيفري 2012.
5. مصطفى القلعي، الاتحاد الأوروبي يتلع إتحاد المغرب العربي، مقال منشور يوم 13-05-2016 على موقع يومية العرب الصادرة في
6. فيصل بهلولي، إقامة منطقة التجارة الحرة المغاربية كمدخل لتحقيق التكامل الاقتصادي بين دول المغرب العربي في ظل التحديات الاقتصادية الدولية الراهنة، الموقع الالكتروني: <http://revues.univ-ouargla.dz> تاريخ الإطلاع 25-10-2016
7. بشير مصيطفى، نحو إتحاد اقتصادي مغاربي، مقال منشور في يومية الحياة اللندنية بتاريخ 13-05-2015. ، تاريخ التصفح 21-11-2016.
8. عبد الفتاح الصادقي، محمد لبيب، جريدة الأعلام، موقع ستار تايمز. <http://www.startimes.com>
9. تقرير المركز الوطني للإحصاء والإعلام الآلي لسنة 2010 .
10. مجلة المالية لوزارة الاقتصاد والمالية المغربية، العدد 28 - أوت 2015 ص 15
11. رشيد المجيدي، مقال منشور على موقع منبر الحرية: <http://minbaralhurriyya.org> تاريخ الإطلاع: 09-11-2016
12. المادة 1 والمادة 2 من الاتفاق التجاري التفاضلي بين الجزائر وتونس الجريدة الرسمية العدد 12 ص 04.
13. الموسوعة الإلكترونية، موقع ويكيبيديا على الشبكة الالكترونية.

14. عبد القادر رزيق المخادمي، التكامل الاقتصادي العربي في مواجهة جدلية الإنتاج والتبادل، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 1، الجزائر 2009.
15. التقرير السنوي لصندوق النقد العربي 2014.
16. موقع البنك العالمي:

www.worldbank.org/trade

ممارسة مهنة تدقيق الحسابات في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

أ. تمار خديجة (طالبة دكتوراه)

جامعة عبد الحميد بن باديس — مستغانم.

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان مهام ممارسو مهنة تدقيق الحسابات في الجزائر من خلال دراسة أهم الهيئات والمنظمات التي تقوم بذلك مع تحديد شروط ممارسة هذه المهنة. حيث تعد مهنة تدقيق الحسابات مهنة دقيقة جدا لما تحتويه من عراقيل وما تمر به من صعوبات. ففي ظل التغيرات الاقتصادية التي طرأت على الاقتصاد الجزائري حديثا ، كان عليها الانخراط في هذه التغيرات التي مست الجوانب الاقتصادية ومحاوله التكيف مع انعكاساتها ، ورغم تبني الجزائر في الفترة الأخيرة معايير المحاسبة الدولية في إطار النظام المحاسبي المالي الجديد ، إلا أنه فيما خص مزاوله مهنة التدقيق في الجزائر فإنها بقيت تشهد قصورا و طغى عليها الطابع القانوني أكثر من الطابع الاقتصادي و لضمان استمرارية ونجاح مهنة التدقيق يتطلب تنظيم ورقابة داخلية وخارجية وهذا من طرف كل مستعملي المعلومة المحاسبية والمهتمين بها .

الكلمات المفتاحية: مراجعة الحسابات، الخبير المحاسبي، محافظ الحسابات ، المحاسب المعتمد .

Abstract:

This research aims to study the Practitioner the of the Auditing Profession through the study of the most important bodies and organizations that do so with the determination of the conditions to exercise this profession.

Where is the profession of auditing profession very accurate to the content of the obstacles and going through difficulties. In light of the economic changes in the newly Algerian economy, it had to engage in these changes that touched the economic aspects and trying to adapt to its impact, despite the adoption of Algeria in the recent period of international accounting standards in the context of the new financial accounting system, however, as regards the conduct auditing profession in Algeria they remained experiencing palaces and overshadowed by the more than economic nature of the legal nature

And to ensure the continuity and success of the audit profession requires the organization of internal control and external, and this by all the users of accounting information and interested in them.

Keywords: Auditor , Accounting expert, Governor accounts ,Chartered Accountant.

مقدمة :

إن ظهور مهنة تدقيق الحسابات كان منذ القدم حيث تطور مفهومها مع تطور النشاط الاقتصادي وتعبده و كان حينها الإنسان يزاول ويدير نشاطه الاقتصادي والتجاري بنفسه ، ومع توسع حجم أعماله لجأ إلى تفويض إدارتها إلى أشخاص آخرين بما فيها تسجيل العمليات المالية، وبذلك ظهرت الحاجة إلى رقابة من وكلت لهم إدارة نشاطاته .

لقد جاء نمو وتطور مهنة تدقيق الحسابات في العديد من دول العالم من خلال فكرة انفصال الملكية عن الإدارة، وذلك لحاجة أصحاب القرار في المؤسسة إلى رأي مهني مستقل عن مدى قدرة المؤسسة لاستخدام مواردها المتاحة.

و تحتل مهنة تدقيق الحسابات اهتماما متزايدا في كافة الأوساط المالية والقانونية والاقتصادية المعاصرة ، لأهمية رأي مدقق الحسابات ، حول صحة وسلامة القوائم المالية المنشورة عند اتخاذ القرارات من الأطراف المختلفة المستفيدة منها، ومن الجهات الحكومية المختصة في وحدات المحاسبة الحكومية أو شركات القطاع العام .

حيث يمكن لمهنة التدقيق أن تقدم تأكيد عن ما إذا كانت المعلومات المتوافرة يمكن الوثوق فيها ، أي أن دور المراجع هو زيادة درجة وثوق القارئ القوائم المالية في المعلومات الواردة بالقوائم المالية وينبع تزايد الاهتمام بخدمات مهنة التدقيق من طبيعة دور المدقق الخارجي (مراقب الحسابات) والمتمثل في النظرة الانتقادية للعناصر المقدمة إليه لغرض زيادة مقدرتها على مقابلة احتياجات مستخدمي المعلومات المحاسبية .

ففي ظل التغيرات الاقتصادية التي طرأت على الاقتصاد الجزائري حديثا ، كان عليها الانخراط في هذه التغيرات التي مست الجوانب الاقتصادية ومحاوله التكيف مع انعكاساتها ، ورغم تبني الجزائر في الفترة الأخيرة معايير المحاسبة الدولية في إطار النظام المحاسبي المالي الجديد ، إلا أنه فيما خص مزاوله مهنة التدقيق في الجزائر فإنها بقيت تشهد قصورا و طغى عليها الطابع القانوني أكثر من الطابع الاقتصادي.

إشكالية الدراسة:

و بناء على ما تقدم يمكن طرح الإشكالية التالية :

✓ ما هي الآليات المنظمة لممارسة نشاط مهنة تدقيق الحسابات في المؤسسات

الاقتصادية في الجزائر ؟

و هذه الإشكالية تمكنا من التطرق إلى الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هي أهم الهيئات و المنظمات المسيرة لمهنة التدقيق الحسابات في الجزائر ؟ ؛
2. ما هي مهام ممارسو المهنة التدقيق في الجزائر ؟؛
3. ما هي الشروط اللازمة لممارسة مهنة تدقيق حسابات المؤسسة الجزائرية؟.

فرضيات الدراسة:

ولإجابة على هذه التساؤلات لابد من طرح الفرضيات التالية :

1. تعد المنظمة الوطنية للخبراء المحاسبين و مجلس النقابة الوطنية و مجلس النقابة الوطنية و مجلس المحاسبة من أهم المنظمات المسيرة لمهنة التدقيق المحاسبي في الجزائر .
2. وفقا للقانون الجزائري فان مهام محافظ الحسابات تنقسم إلى مهام عادية وأخرى خاصة .
3. التأهيل العلمي والتأهيل العملي من أهم الشروط اللازمة لممارسة مهنة تدقيق حسابات المؤسسة الجزائرية .

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة في ما يلي:

- توضيح التطورات التي تشهدها الجزائر في ظل انتقالها للنظام المحاسبي المالي، وبالتالي مدى ضرورة إتباع ذلك بمهنة تدقيق من خلال إلزامية تبني معايير التدقيق الدولية؛
- تبيان أهمية الموضوع في ظل قصور مهنة التدقيق الحسابات في الجزائر، كون الكثير من الدول المجاورة من ذوي الواقع الاقتصادي المشابه للجزائر أقدمت على تطبيق معايير التدقيق الدولية.

أهداف الدراسة :

من الأهداف التي تسعى إليها الدراسة :

- التعرف على مهنة التدقيق المحاسبي ومدى تطبيقها في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية؛
- التعرف على أهم الهيئات و المنظمات المسيرة لمهنة التدقيق الحسابات في الجزائر؛

- دراسة الشروط اللازمة لممارسة مهنة تدقيق حسابات المؤسسة الجزائرية .

منهج الدراسة :

سيتم دراسة هذا البحث بالاعتماد على المنهج الوصفي لدراسة ما جاءت به الكتب والمراجع الأجنبية والعربية والمجالات والبحوث والمقالات العلمية ، كما نعتد كذلك على المنهج التحليلي في القوانين والمراسيم التنفيذية لباقي أطوار النظرية للدراسة .

هيكل البحث:

و لتحقيق الغرض المرجو من البحث قمنا بتقسيم هذه الدراسة لثلاثة محاور أساسية ممثلة في:

المحور الأول: الهيئات و المنظمات المسيرة لمهنة التدقيق الحسابات في الجزائر؛

المحور الثاني: مهام ممارسو مهنة التدقيق في الجزائر؛

المحور الثالث: الشروط اللازمة لممارسة مهنة تدقيق حسابات المؤسسة الجزائرية .

1- الهيئات و المنظمات المسيرة لمهنة التدقيق الخارجي في الجزائر:

ينظم مهنة التدقيق في الجزائر مجموعة من القواعد والآليات التي تعمل على تطور هذه المهنة ، وتمثل هذه الهيئات في :

1-1 المنظمة الوطنية للخبراء المحاسبين، محافظي الحسابات، المحاسبين المعتمدين :

تأسست هذه المنظمة الوطنية للخبراء المحاسبين، محافظي الحسابات والمحاسبين المعتمدين بموجب القانون 08/91 المؤرخ في 1991/04/27 ، بحيث نصت المادة الخامسة من القانون المذكور "تنشأ منظمة وطنية للخبراء المحاسبين ومحافظي الحسابات المعتمدين تتمتع بالشخصية المدنية وتجمع الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين المؤهلين لممارسة مهنة خبير محاسب ومحافظ الحسابات ومحاسب معتمد حسب الشروط التي يحددها القانون¹.

يدير المنظمة الوطنية مجلس يكون مقره في مدينة الجزائر، ويحدد تشكيل المنظمة وصلاحياتها وقواعد سيرها عن طريق التنظيم².

وبالتالي بعض مهام المنظمة مايلي³:

- السهر على التنظيم المهنة .

- الدفاع على كرامة أعضائه واستقلاليتهم .

- إعداد النظام الداخلي للمنظمة الذي يحدد على الخصوص شروط التسجيل و الإيقاف

والشطب من جدولها .

- يعد ويراجع وينشر قائمة الخبراء المحاسبين ومحافظي الحسابات والمحاسبين المعتمدين -

تنشر المنظمة الوطنية مقاييس تقدير الإجازات والشهادات التي تحول الحق لممارسة المهنة وتحدد

كيفية تطبيقها عن طريق التنظيم .

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، المطبوعة الرسمية، العدد رقم 20 ، السنة 28 ، المؤرخة بتاريخ 01 ماي 1991 الموافق ل 16 شوال 1411 ، ص 652 .

² المرسوم التنفيذي رقم 08/91 المؤرخ في 12 شوال عام 1411 الموافق ل : 1991/04/27 المتعلق بمهنة الخبير المحاسب ومحافظ الحسابات والمحاسب المعتمد، المادة 05.

³ تبعا للمواد : 9، 10، 11، من القانون التنفيذي رقم 08 / 91 .

1-2 مجلس النقابة الوطنية لأعضاء مهنة المراجعة :

تأسس مجلس النقابة الوطنية لأعضاء المهنة بموجب مرسوم 08/92 المؤرخ في 13/01/1992 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 458/97 المؤرخ في 01/12/1997 والذي يحدد تشكيل مجلس النقابة الوطنية لأعضاء المهنة ويضبط اختصاصه وفوائده عمله .

يدير النقابة مجلس يتكون من تسعة أعضاء تنتخبهم الجمعية العامة من بين الأعضاء المسجلين قانونيا في جدول النقابة الوطنية⁴.

ومن بين مهام المجلس مايلي⁵:

- حماية المصالح المعنوية والمادية لأعضاء النقابة.
- تمثيل النقابة الوطنية لدى السلطات العمومية وتجاه الغير والمنظمات الأجنبية المماثلة وتمثيلها في الأعمال المدنية وفي إدارة الأملاك العقارية والمنقولة التي تملكها النقابة الوطنية وفي تسييرها وفي الامتثال أمام العدالة باسم النقابة مدعيا أو مدعى عليه .
- الوقاية من كل النزاعات المهنية بين أعضاء النقابة وتسويتها وعرضها إن اقتضى الأمر على غرفة المصالحة والانضباط والتحكيم.
- تحصيل الاشتراكات المهنية التي يقررها المؤتمر.
- إعداد مشروع الإيرادات والنفقات واقتراحه على المؤتمر للمصادقة عليه .

1-3 المجلس الوطني للمحاسبة :

1 - 3 - 1 إنشاء المجلس الوطني للمحاسبة :

أنشئ المجلس الوطني للمحاسبة بموجب مرسوم تنفيذي رقم القانون 318/96 المؤرخ في 25/09/1996 ، حيث تنص المادة الثانية " يعد جهاز استشاري ذو طابع وزاري ومهني مشترك يقوم بمهنة التنسيق والتلخيص في مجال البحث وضبط المقاييس المحاسبية والتطبيقات المرتبطة بها ، وبالتالي

⁴ سهام محمد السويدي ،دراسة تحليلية لمستقبل تطبيق معايير المراجعة الدولية في مهنة المراجعة بالجزائر،الدار الجامعية،الإسكندرية،مصر،2010، ص 116.

⁵ مجلة الالكترونية "الاقتصاد الإسلامي العالمية "MEIG" اطلع عليها يوم: 2016/02/09 .

<http://giem.kantakji.com/article/details/ID/620/print/yes/>

يمكن للمجلس أن يطلع على كل المسائل المتعلقة بمجال اختصاصه بمبادرة منه أو بطلب من الوزير المكلف بالمالية ،ويمكن أن تستشير لجان المجالس المنتخبة والهيئات والشركات والأشخاص الذين تهمهم أشغاله

ومن بين مهامه مايلي⁶:

- جمع واستغلال كل المعلومات والوثائق المتعلقة بالحاسبة وتعليمها.
- انجاز أو تكليف من ينجز كل الدراسات والتحليل في مجال التنمية واستخدام الأدوات والطرق المحاسبة.
- اقتراح كل التدابير إلزامية إلى ضبط المقاييس المحاسبية واستغلالها العقلاني .
- إبداء رأيه وتوصياته في كل مشاريع النصوص التشريعية التي لها علاقة بالحاسبة.

1-3-2 تشكيل المجلس الوطني للمحاسبة :

فيما يخص تشكيلة المجلس ، فانه يرأسه وزير المالية أو ممثله ويتكون من :

- ممثل الوزير المكلف بالطاقة .
- ممثل الوزير المكلف بالإحصاء .
- ممثل الوزير المكلف بالتربية الوطنية .
- ممثل الوزير المكلف بالتجارة .
- ممثل الوزير المكلف بالتعليم العالي .
- ممثل الوزير المكلف بالتكوين المهني .
- ممثل الوزير المكلف بالصناعة .
- رئيس المفتشية العامة للمالية .
- مدير العام للضرائب .
- مدير المكلف بالتقييس المحاسبي لدى وزارة المالية .

⁶ مرسوم تنفيذي رقم 24- 11 مؤرخ في 22 صفر عام 1432هـ الموافق 27 يناير سنة 2011 ، يحدد تشكيل المجلس الوطني للمحاسبة وتنظيمه . وقواعد سيره، المادة 02 ، ص 04 .

- ممثل برتبة مدير عن بنك الجزائر .
 - ممثل برتبة مدير عن لجنة تنظيم ومراقبة عمليات البورصة.
 - ممثل برتبة مدير عن مجلس المحاسبة .
 - ثلاث (03) أعضاء منتخبين عن المجلس الوطني للمصف الوطني للخبراء المحاسبين .
 - ثلاث (03) أعضاء منتخبين عن المجلس الوطني للغرفة الوطنية لمحافظي الحسابات .
 - ثلاث (03) أعضاء منتخبين عن المجلس الوطني للمنظمة الوطنية للمحاسبين المعتمدين
 - ثلاثة (3) أشخاص يتم اختيارهم لكفاءاتهم في مجالي المحاسبة والمالية ويعينهم الوزير المكلف بالمالية.
 - يجب أن تتوفر في ممثلي الوزراء على الأقل رتبة مدير بالإدارة المركزية ويتم اختيارهم لكفاءاتهم في المجلس المحاسبي والمالي .
 - يعد أعضاء المجلس بقرار من الوزير المكلف بالمالية لمدة ست (6) سنوات بناء على اقتراح من الوزراء ومسؤولي الهيئات المذكورة في المادة 2 من المرسوم أعلاه⁷.
 - تحدد تشكيلة المجلس بالثلث (1/3) كل سنتين 2، وفي حالة انقطاع عهدة أحد الأعضاء يتم استخلافه حسب الأشكال نفسها، ويستخلفه العضو الجديد حتى نهاية العهدة.
- 1-3-3 لجان مجلس المحاسبة :**

تطبيقا لأحكام المادة 5 من القانون رقم 10-01 المؤرخ في 16 رجب عام 1431 الموافق 29 يونيو سنة 2010 والمذكور أعلاه تنشأ لدى المجلس اللجان المتساوية الأعضاء الآتية⁸:

- لجنة تقييس الممارسات المحاسبية والعناية المهنية.
- لجنة الاعتماد.
- لجنة التكوين.

⁷ نفس المرجع السابق ، المادة 02، ص 04 .

⁸ نفس المرجع السابق ، المادة 17 ، ص 06 .

- لجنة الانضباط والتحكيم.

- لجنة مراقبة النوعية.

2- مهام ممارسو مهن التدقيق في الجزائر:

2-1- أنواع تدقيق الحسابات:

قبل التطرق إلى إلى مهام ممارسو مهن التدقيق في الجزائر وفق ما جاء به القانون الجديد المنظم للمهنة والقانون التجاري. وكذا مهام المحاسبين المعتمدين، نذكر أنواع التدقيق في الجزائر والتي تنقسم إلى ما يلي :

الشكل رقم (1): أنواع تدقيق الحسابات.

المميزات	تدقيق قانوني	تدقيق تعاقدى	تدقيق داخلية	خبرة قضائية
-طبيعة المهمة	مؤسسية ، ذات طابع عمومي	تعاقدية	وظيفة دائمة في المؤسسة	تحدد بكل دقة من طرف المحكمة
-التعيين	من طرف المساهمين	من طرف المديرية العامة أو مجلس الإدارة	من طرف الإدارة العامة	من طرف المحكمة
-الهدف	المصادقة على شرعية وصدق الحسابات والفوتوغرافية المصادقة تدقيق معلومات مجلس الإدارة	المصادقة على شرعية وصدق الحسابات	تحسين الدورة الإدارية ، اقتراح شروط تحسين التنظيم ومعاملة المعلومات الإدارية	إعلام العدالة وإرشادها حول أوضاع مالية ومحاسبية
-التدخل	مهمة دائمة تغطي مدة التعيين الشرعية	مهمة محددة حسب الاتفاقية	مهمة تحددها المديرية العامة	مهمة ظرفية يحدد القاضي مدتها
-الاستقلالية	تامة تجاه مجلس الإدارة والمساهمين	تامة من حيث المبدأ	عدم الخضوع سلميا ووظيفيا إلا للإدارة العامة	تامة اتجاه الأطراف
-مبدأ عدم التدخل في التسيير	يجب احترامه تماما	يحترم مبدئيا لكن له تقلص إرشادات في التسيير	تدخل مباشر في التسيير	ينبغي احترامه
-إرسال التقارير إلى	مجلس الإدارة ، الجمعية العامة (عادية، غ عادية)	المديرية العامة ، مجلس الإدارة	المديرية العامة	إلى القاضي المكلف بالقضية
-شروط	التسجيل في الجمعية الوطنية	التسجيل مبدئيا في	أجير في المؤسسة	التسجيل في قائمة خبراء

ممارسة المهنة	الخبراء المحاسبة ،محافظي الحسابات	الجمعية الوطنية	المحاسبة لدى مجلس لدى القضاة
-أخبار وكيل الجمهورية بالأعمال الغير شرعية	نعم	لا	لا
-الالتزام	بحسب الوسائل	بحسب الوسائل أو بحسب النتائج حسب نوع المهمة	بحسب النتائج مبدئيا
-المسؤولية	مدنية ،جنائية،تأديبية	مدنية ،جنائية،تأديبية	مدنية ،جنائية،تأديبية
التسريح	مهمة تأسيسية ،عادة من طرف القضاء بعد طلب المؤسسة	محددة في العقد	حسب عقد العمل من طرف القاضي المشرف على الخبرات
-الأتعاب	قانون رسمي	محددة في العقد	أجرة اقتراح من الخبير يحدد من طرف القاضي
-طريقة العمل المتبعة	تقييم الإجراءات ،تقييم المراقبة الداخلية ،مراقبة الحسابات ،مراقبة قانونية	تقييم الإجراءات تقييم المراقبة الداخلية الحسابات	طريقة تتماشى وحاجة الخبرة القضائية المطلوبة

المصدر: سهام محمد السويدي ،دراسة تحليلية لمستقبل تطبيق معايير المراجعة الدولية في مهنة المراجعة بالجزائر،الدار الجامعية الإسكندرية ،مصر ،2010، ص 188،189.

وهناك نوعان من مدققي الحسابات في الجزائر وهم الخبراء المحاسبين المكلفين بالقيام بالتدقيق الخارجي التعاقدي، ومحافظي الحسابات المكلفين بمهام التدقيق الخارجي القانوني.

و تنص المادة 18 من القانون 01-10 :على أنه " يعد خبيرا محاسبا في مفهوم هذا القانون يمارس بصفة عادية باسمه الخاص وتحت مسؤوليته مهمة تنظيم وفحص وتقوم كل شخص وتحليل المحاسبة ومختلف أنواع الحسابات للمؤسسات والهيئات في الحالات التي نص عليها القانون والتي تكلفه بهذه المهمة بصفة تعاقدية لخبرة الحسابات ⁹ ."

⁹ قانون رقم 01-10،الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، مؤرخ في 28 رجب عام 1431 الموافق 11 يناير سنة 2010 ،يحدد في الفصل الرابع ممارسة مهنة الخبير المحاسب العدد 42، المادة 18 ، ص 06.

ويؤهل مع مراعاة الأحكام الواردة في هذا القانون لممارسة وظيفة محافظ الحسابات . كما عرف القانون التجاري محافظ الحسابات حسب المادة 715 مكرر4 على أنه: "الشخص الذي يدقق في صحة المعلومات المقدمة في تقرير مجلس الإدارة أو مجلس المديرين، حسب الحالة، و في الوثائق المرسلة إلى المساهمين حول الوضعية المالية للمؤسسة و حساباتها، و يصادق على انتظام الجرد و حسابات المؤسسة و الموازنة، و صحة لذلك و يتحقق مندوبو الحسابات إذا ما تم احترام مبدأ المساواة بين المساهمين ¹⁰ ."

وحسب المادة 11 من القانون رقم 01-10 على أنه: "كل شخص يمارس بصفة عادية باسمه الخاص وتحت مسؤوليته، مهمة المصادقة على صحة حسابات المؤسسات والهيئات وانتظامها و مطابقتها الأحكام التشريع المعمول به ¹¹ ."

من خلال هذه التعاريف نستخلص أن: محافظ الحسابات هو الشخص المؤهل علميا وعمليا لتدقيق حسابات المؤسسة، و يتمتع باستقلالية تامة، و يقوم عادة بتدقيق نظام الرقابة الداخلية و السجلات المحاسبية تدقيق انتقادي قبل إبداء رأيه في عدالة المركز المالي .

ووفقا للمادة 41 من القانون رقم 01-10 يعرف المحاسب المعتمد على انه " المهني الذي يمارس بصفة عادية باسمه الخاص وتحت مسؤوليته مهمة مسك وضبط الحسابات ، وحسابات التجار والشركات والهيئات التي تطلب خدماته ¹² ."

2-2: مهام ممارسو مهن التدقيق الخارجي في الجزائر.

هناك نوعان من مدققي الحسابات في الجزائر وهم الخبراء المحاسبين المكلفين بالقيام بالتدقيق الخارجي التعاقدي، ومحافظي الحسابات المكلفين بمهام التدقيق الخارجي القانوني، وسنتطرق إلى مهام كل من الفئتين وفق ما جاء به القانون الجديد المنظم للمهنة والقانون التجاري. وكذا مهام

¹⁰ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون التجاري، المادة 715 مكرر4 ، مطبوعات بيري، 1998، الجزائر، ص155 .

¹¹ قانون رقم 1-10 ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، مؤرخ في 28 رجب عام 1431هـ الموافق 11 يناير سنة 2010 ، العدد 42، المادة 22 ، ص07.

¹² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، مؤرخ في 28 رجب عام 1431هـ الموافق 11 يناير سنة 2010 ، العدد 42، المادة 41 ، ص08.

المحاسبين المعتمدين، وقبل التطرق إلى هته المهام لابد أن نذكر أنواع التدقيق في الجزائر والتي تنقسم إلى مايلي :

2-2-1 مهام الخبير المحاسبي :

تتمثل مهام الخبير المحاسب حسب المادة (18) من القانون 01-10 في مايلي :

- القيام بمسك ومركزة (centralisation) محاسبة المؤسسات .
- فتح وضبط ومراقبة وتجميع محاسبة المؤسسات والهيآت التي لا يربطه بها أي عقد عمل.
- تدقيق المالي والمحاسبي للشركات والهيآت وهو المؤهل الوحيد للقيام بذلك .
- تقديم استشارات للشركات والهيآت في الميدان المالي والاجتماعي والاقتصادي .
- إعلام المتعاقدين معه بمدى تأثير التزاماتهم والتصرفات الايدارية والتسيير التي لها علاقة بمهمته .
- تنظيم وفحص وتقويم وتحليل المحاسبة .
- ويعد الخبير المحاسب مؤهلا للقيام بمهام محافظ الحسابات (التدقيق القانوني) لدى الشركات والهيآت المعنية بالتدقيق القانوني، وحاليا في الجزائر معظم الخبراء المحاسبين إن لم نقل كلهم يمارسون مهام محافظة الحسابات.
- تعتبر مهنة الخبير المحاسبي مهمة ظرفية .

2-2-2 مهام محافظ الحسابات :

نص القانون التجاري على أن الجمعية العامة العادية لشركة المساهمة تعين محافظا للحسابات أو أكثر لمدة ثلاث سنوات تختارهم من بين المهنيين المسجلين على جدول المصنف الوطني للخبراء المحاسبين ومحافظي الحسابات والمحاسبين المعتمدين.

ويمكن تقسيم مهام محافظ الحسابات إلى مايلي¹³:

¹³ قانون رقم 10-01، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، مؤرخ في 28 رجب عام 1431 الموافق 11 يناير سنة

2010 ، يحدد في الفصل الرابع ممارسة مهنة الخبير المحاسب العدد 42، المادة 22 ، ص 07.

أولا : المهام العادية : حسب المادة 23 و 24 من القانون 10-01 فإن محافظ الحسابات يكلف بالمهام التالية:

- يشهد بأن الحسابات السنوية منتظمة وصحيحة ومطابقة تماما لنتائج عمليات السنة المنصرمة وكذا الأمر بالنسبة للوضع المالية وممتلكات الشركات والهيئات.
- يفحص صحة الحسابات السنوية ومطابقتها للمعلومات المبينة في تقرير التسيير الذي يقدمه المديرون للمساهمين أو الشركاء أو حاملي الحصص .
- يبدي رأيه في شكل تقرير خاص حول إجراءات الرقابة الداخلية المصادق عليها من مجلس الإدارة ومجلس المديرين أو المسير .

ثانيا :المهام الخاصة:

بالإضافة إلى المهام العامة (العادية) السابقة يقوم المراجع القانوني في الجزائر بمهام أخرى خاصة منها:

- إخبار الجمعية العامة العادية في حالة عدم انتظامية و دقة الحسابات.
- في حالة اكتشاف أي جنحة عليه إخبار السلطة.
- فحص حصص المساهمين.
- إثبات أن الأصول الصافية تساوي على الأقل رأس المال الاجتماعي في حالة تحويل المؤسسة.
- دعوة الجمعية العامة العادية للمساهمين للاجتماع في حالة عدم قيام مجلس الإدارة بذلك.

2-2-3 تقارير محافظ الحسابات :

يترب عن مهمة محافظ الحسابات إعداد التقارير التالية ¹⁴:

- تقرير المصادقة بتحفظ أو بدون تحفظ على انتظام وصحة الوثائق السنوية وصورتها الصحيحة أو عند الاقتضاء رفض المصادقة المبرر.

¹⁴ مرجع سابق، المادة 24 ،ص 07.

- تقرير المصادقة على الحسابات المدعمة أو الحسابات المدجة عند الاقتضاء .
- تقرير خاص حول الاتفاقيات المنظمة .
- تقرير خاص حول تفاصيل أعلى خمس تعويضات.
- تقرير خاص حول الامتيازات الخاصة الممنوحة للمستخدمين .
- تقرير خاص حول تطور نتيجة السنوات الخمس الأخيرة والنتيجة حسب السهم أو حسب الحصة الاجتماعية.
- تقرير خاص حول إجراءات الرقابة الداخلية.
- تقرير خاص في حالة ملاحظة تهديد محتمل على استمرار الاستغلال .
- تحدد معايير التقرير وأشكال وآجال إرسال التقارير إلى الجمعية العامة وإلى الأطراف المعنية عن طريق التنظيم.

2-2-4 عهدة محافظ الحسابات :وفقا للمادة 27 من نفس القانون:

- تحدد عهدة محافظ الحسابات بثلاث (3)سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة .
- لا يمكن تعيين نفس محافظ الحسابات بعد عهديتين متتاليتين إلا بعد مضي ثلاث (3) سنوات.
- في حالة عدم المصادقة على حسابات الشركة أو الهيئة المراقبة خلال سنتين (2) ماليتين متتاليتين ،يتعين على محافظ الحسابات إعلام وكيل الجمهورية المختص إقليميا بذلك، وفي هذه الحالة لا يجرى تجديد عهدة محافظ الحسابات.
- ووفقا للمواد 30....40 يمارس محافظ الحسابات مهامه بطرق والكيفيات التالية :
- عندما تعين شركة أو هيئة، شركة محافظة الحسابات بصفة محافظ الحسابات فإن هذه الأخيرة تعين من بين أعضائها المسجلين في جدول الغرفة الوطنية محافظا للحسابات يتصرف باسمها .
- عندما تقرر شركة أو هيئة تعيين أكثر من محافظ حسابات، فإن كل واحد منهم يمارس مهمته طبقا لأحكام هذا القانون .

- تحدد ممارسة هذه المهمة عن طريق التنظيم .
- يتعين على محافظ الحسابات أو مسير شركة أو تجمع محافظي حسابات، إبلاغ لجنة مراقبة النوعية بتعيينه بصفة محافظ للحسابات عن طريق رسالة موصى عليها في أجل أقصاه خمسة عشر (15) يوما .
- يمكن محافظ الحسابات الاطلاع في أي وقت وفي عين المكان على السجلات المحاسبية والموازنات والمراسلات والمحاضر وبصفة عامة كل الوثائق والكتابات التابعة للشركة أو الهيئة .

2-2-5 مهام المحاسب المعتمد :

يمارس المحاسب المعتمد المهام التالية¹⁵ :

- يعرض المحاسب المعتمد تحت مسؤوليته وعلى أساس الوثائق والأوراق المحاسبية المقدمة إليه الكتابات المحاسبية وتطور عناصر الممتلكات التاجر والشركة أو الهيئة التي أسندت إليه مسك محاسبتها .
 - تعد وتبقى الحسابات والموازنات والسجلات المحاسبية وكذا جميع الوثائق المتعلقة بها التي يتكلف بها المحاسب المعتمد ملكية الزبون .
 - يمكن المحاسب المعتمد أن يعد جميع التصريحات الاجتماعية والجبائية والإدارية المتعلقة بالمحاسبة التي كلف بها.
 - كما يمكنه أن يساعد زبونه لدى مختلف الإدارات المعنية.
- الجدول رقم (2): الاختلافات بين المهن المحاسبية الثلاثة.**

المهنة	تعريفها	مهامها	شروطها
الخبير المحاسبي	يعد خبيراً محاسباً في كل مفهوم هذا القانون يمارس بصفة عادية شخص باسمه الخاص وتحت مسؤوليته مهمة تنظيم وفحص وتقوم	تنظيم و فحص و تقوم و تحليل المحاسبة . مسك و مركزة و فتح و ضبط و مراقبة و تجميع محاسبة المؤسسات التدقيق المالي و المحاسبي للشركات	أن يكون جزائري الجنسية ؛ أن يكون حائزاً على الشهادة الجزائرية للخبرة المحاسبية أو شهادة معترفاً بمعادلتها ؛ أن يتمتع بجميع الحقوق المدنية و

¹⁵ مرجع سابق، المادة 42...45، ص08.

السياسية ؛ أن لا يكون قد صدر في حقه حكم بارتكاب جناية أو جناية مخلة بشرف المهنة ؛ أن يكون معتمدا من الوزير المكلف بالمالية و أن يكون مسجلا في المصف الوطني للخبراء المحاسبين ، وفق الشروط المنصوص عليها في القانون ؛ أن يؤدي اليمين بعد الاعتماد و قبل التسجيل في المصف الوطني أمام المجلس القضائي المختص إقليميا لحل تواجد مكاتبتهم.	و الهيئات و هو المؤهل الوحيد للقيام بذلك ؛ تقدم استشارات للشركات و الهيئات في الميدان المالي و الاجتماعي و الاقتصادي ؛ إعلام المتعاقدين معه بمدى تأثير الالتزام و التصرفات الإدارية و التسيير التي لها علاقة بمهمته	وتحليل المحاسبة ومختلف أنواع الحسابات للمؤسسات والهيئات في الحالات التي نص عليها القانون والتي تكلفه بهذه المهمة بصفة تعاقدية لخبرة الحسابات	
يجب ان يكون حائزا على الشهادة - الجزائرية لمحافظ الحسابات او شهادة ان يتمتع بجميع - معترف بمعادلتها الحقوق المدنية والسياسية ؛ آلا يكون قد صدر بشأنه حكم - على ارتكاب جناية أو جناية عمديه من شأنها أن تخل بالشرف لاسيما الجنايات والجناح المنصوص عليها في التشريع المعمول به و المتعلق بالمنع من ممارسة حق التسيير والتصرف ؛ أن يكون معتمدا من الوزير المكلف بالمالية من المصف الوطني و ان يكون مسجلا في الغرفة الوطنية - لمحافظي الحسابات ؛ ان يؤدي اليمين المنصوص عليها في القانون ؛ . أن يكون جزائري الجنسية-	يشهد بان الحسابات السنوية منظمة وصحيحة ومطابقة تماما لنتائج عمليات السنة المنصرمة وكذا الأمر بالنسبة للوضعية المالية و ممتلكات الشركات والهيئات ؛ يفحص صحة الحسابات - السنوية ومطابقتها للمعلومات المبينة في تقرير التسيير الذي يقدمه المسيريون للمساهمين أو الشركاء أو يدي هراي في -المشتركين ؛ شكل تقدير خاص حول إجراءات الرقابة الداخلية المصادق عليها من مجلس الإدارة و مجلس يقدر -المديرين أو المسير ؛ ين شروط إبرام الاتفاقيات بين الشركة التي يراقبها و المؤسسات او الهيئات التي تتبعها او بين المؤسسات و الهيئات التي يكون	الشخص الذي يدقق في صحة المعلومات المقدمة في تقرير مجلس الإدارة أو مجلس المديرين، حسب الحالة، و في الوثائق المرسلة إلى المساهمين حول الوضعية المالية للمؤسسة و حساباتها، و يصادق على انتظام الجرد و حسابات المؤسسة و الموازنة، و صحة لذلك و يتحقق مندوبو الحسابات إذا ما تم احترام مبدأ المساواة بين المساهمين	محافظ الحسابات

	فيها للقائمين بالإدارة أو المسيرين للشركة المعنية مصالح مباشرة أو غير مباشرة ؛ يعلم المسيرين والجمعية العامة - والهيئة المداولة المؤهلة بكل نقص قد يكتشفه أو اطلع عليه و من طبيعته ان يعرقل استمرار استغلال المؤسسة .		
	المسك وفتح وضبط الحسابات - عرض الكتابات - والحسابات ؛ الحسابية وتطور عناصر ممتلكات التاجر والشركة أو الهيئة التي -أسندت إليه مسك محاسبتها ؛ إعداد التصريحات الجبائية والإدارية المتعلقة بالحاسبة	المهني الذي يمارس بصفة عادية بسمه الخاص وتحت مسؤوليته مهمة مسك وضبط الحسابات ، وحسابات التجار والشركات والهيئات التي تطلب خدماته	المحاسب المعتمد

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على المواد 22.. 45 من القانون 10_01 الجريدة الرسمية
للجمهورية الجزائرية ، مؤرخ في 28 رجب . 2010 ، يحدد في الفصل الرابع ممارسة مهنة الخبير
المحاسب، العدد 42

3- الشروط اللازمة لممارسة مهنة تدقيق حسابات المؤسسة الجزائرية:

3-1 شروط المعرفة المتخصصة لممارسة مهنة :

إن المعرفة المتخصصة للمهنة تقتضي الحصول على تأهيل علمي وتأهيل عملي، وتشمل شروط المعرفة المتخصصة لممارسة المهنة ثلاثة عناصر رئيسية وهي¹⁶ :

- التعليم للحصول على التأهيل العلمي.
- التدريب للحصول على التأهيل العملي.
- الامتحان التأهيلي لتقييم مدى اكتساب الطالب للعنصرين السابقين .

التأهيل العلمي :

على المدقق أن يكون على درجة كبيرة من التحصيل العلمي في مجالي المحاسبة و التدقيق و الذي يتحقق من خلال الدراسة الأكاديمية في المعاهد و الكليات والمراكز المختصة بذلك، إذ يجب أن يتوج ذلك التكوين بشهادة جامعية عليا معترف بها دوليا. والقاعدة العامة ترى و أن الحصول على هذه الشهادة قد لا يكفي بل يجب مواصلة التكوين وتحديد المعارف باستمرار، فالمدقق الناجح هو الذي يدرك أن مستوى التعليم الذي حصل عليه ربما لا يكون كافيا لمقابلة متطلبات الدولية. فالحاسب و المدقق على حد سواء مطالبان و بصفة مستمرة ، بتحديث معلوماتهما والإلمام بأحدث التطورات العلمية والتكنولوجية في محيط المهنة، و تقوم المنظمات المهنية خاصة في أوروبا ، اليابان والولايات المتحدة ، بجهد كبير في هذا الغرض عن طريق تقديم برنامج دائم يضمن التعليم المستمر للأعضاء العاملين بالمهنة، إيماناً بان الحاسب والمدقق يجب أن يكون مواكبا للتغيرات البيئية بكل أبعادها وان يكون أيضا على معرفة تامة بالإصدارات الجديدة التي تصدر عن هيئة معايير المحاسبة والتدقيق التي تصدر عن لجنة معايير الدولية والإصدارات التي تنشرها المنظمات والهيئات الأخرى محلية كانت أو دولية¹⁷ ،

¹⁶ شرقي عمار، تنظيم المهني للمراجعة ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية ، نوقشت في 2013/01/12 ، جامعة سطيف ، ص 48 .

¹⁷ دكتور احمد لعماري أستاذة حكيمة مناعي ، ترشيد أداء المراجعين والمحاسبين الجزائريين للتقليل من مخاطر الانحراف في إنتاج وتوصيل المعلومات المحاسبية، مجلة العلوم الإنسانية ، العدد 45 ، جامعة باتنة ، 2010، ص 07.

وكل ما يتعلق بآداب وسلوك المهنة و جميع البيانات الرسمية الأخرى الصادرة. و كما يتطلب الأمر من المؤسسات الأكاديمية خاصة تحديد المقررات الدراسية بما يوافق تغير البيئة المحاسبية، كوسيلة فعالة للاحتفاظ بالكفاءة المطلوبة للمحاسب والمدقق في مجالات التخصص، و موضوع التعليم المستمر من الأهمية بمكان، إذ نجد بعض الولايات في أمريكا لا تجدد ترخيص المحاسب إلا إذا قدم ما يثبت حضوره عددا من المقررات الدراسية الإضافية المعدة مثلا (120 ساعة دراسية كل 3 سنوات) للتعليم المستمر.

و سواء كان هذا الالتزام قانونيا أو غير ذلك ، فيجب على المحاسب والمراجع أن يقبل الالتزام بأن يكون على درجة عالية من الكفاءة في جميع أوجه عمله .

التأهيل العملي (الخبرة المهنية) :

إن تحقيق الكفاءة المهنية تبدأ بالشهادة والمستوى الأكاديمي للمحاسب و للمدقق و من ثم تمتد إلى الخبرة الميدانية التالية، إذ يجب على كل مهني أن يجري التدريب الملائم لمقابلة متطلبات المهام التي تنتظره، عن طريق قضاء فترة زمنية محددة لدى أحد مزاوي المهنة. أي يجب أن يحصل على المهارة المهنية من شخص أكثر منه خبرة ودراية، فالاختلافات في الممارسة و التطبيق العملي تنشأ من تفاوت خبرات الأشخاص، و من ثم فعلى المدرب أن يحيط المتدرب بعناية و إشرافه جيد و تقلسم العون له خلال فترة التدريب و هذا يمثل أحد المسؤوليات الملقاة على عاتق أعضاء المهنة، على الرغم من أن غالبية المتدربين سوف يتركون العمل بعد فترة التدريب لمزاولة المهنة لحسابهم الخاص، أو العمل لدى مكاتب تدقيق أخرى أو العمل في الوظائف المحاسبية الأخرى¹⁸.

و مع ذلك فيجب على المدرب تزويدهم بالخبرة اللازمة لأداء الأعمال المتعلقة بمهنتهم كما لو كان موقنا من بقاءهم في مكتبة، فالمدرّب عليه التزام مهني بمشاطرة الآخرين في معلوماته و خبرته و في مساعدة المتدربين على الحصول على الخبرة الكافية لكي يصبحوا محاسبين متميزين و مراجعين مؤهلين .

¹⁸ د. منصور أحمد البدوي ، د/ شحاتة السيد شحاتة ، دراسات في الاتجاهات الحديثة في المراجعة ، الدار الجامعية الإسكندرية 2002-2003 ص 27.

إن التأهيل العلمي و العملي يكمل كل منهما الآخر عند قيام المدقق بأداء مهمته، و يجب أن يتضمن برنامج تدريب المراجع أحدث التطورات و يدرس و يطبق التوصيات التي تصورها الهيئات المهنية المتخصصة في الشؤون المحاسبية و الخاصة بالمبادئ المحاسبية و إجراءات التدقيق¹⁹.

- الامتحان التأهيلي :

يعتبر الإمتحان كآخر مرحلة بالنسبة للمترشح لممارسة المهنة، حيث أنه الوسيلة لاختبار مدى استيعاب الطالب للمعرفة المهنية المتخصصة ومدى امتلاكه للمهارات اللازمة للممارسة المهنية، وبالتالي قدرته على مواجهة المشاكل العملية واستعداده لإيجاد الحلول اللازمة لها.

3-2- الشروط العامة لممارسة المهنة :

لممارسة مهنة الخبير المحاسب أو مهنة محافظ الحسابات أو المحاسب المعتمد يجب أن تتوفر الشروط التالية²⁰:

- أن يكون جزائري الجنسية .
- أن يكون حائزا على الشهادة المطلوبة لممارسة المهنة على النحو التالي :
- بالنسبة لمهنة خبير محاسب ، يجب أن يكون حائزا على شهادة جزائرية للخبرة المحاسبية ،أو شهادة معترف بمعادلتها .
- بالنسبة لمهنة محافظ الحسابات، يجب أن يكون حائزا على شهادة جزائرية لمحافظ الحسابات ،أو شهادة معترف بمعادلتها .
- بالنسبة لمهنة المحاسب المعتمد، يجب أن يكون حائزا على شهادة جزائرية لمحاسب المعتمد،أو شهادة معترف بمعادلتها .

¹⁹ عبد الفتاح الصحن و آخرون ، مراجعة الحسابات بين النظرية والتطبيق، دار الجامعات المصرية ،الإسكندرية ، ب س ،ص 5 .

²⁰ قانون رقم 10-01، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، مؤرخ في 28 رجب عام 1431 الموافق 11 يناير سنة 2010 ، يحدد في الفصل الثاني أحكام مشتركة لمهن الخبير المحاسب ومحافظ الحسابات والمحاسب المعتمد ، العدد 42، المادة 08 ،ص 05.

- التمتع بكل الحقوق المدنية و السياسية.

- أن لا يكون قد صدر في حقه حكم بارتكاب جناية أو جنحة أو جنحة مخلة بشرف المهنة .

- أن يكون معتمدا من طرف الوزير المكلف بالمالية، وأن يكون مسجلا في المصف الوطني للخبراء المحاسبين، أو في الغرفة الوطنية لمحافظي الحسابات وفق الشروط المنصوص عليها قانونا.

- أن يؤدي يمين أمام المجلس القضائي المختص إقليميا لحل تواجد مكتب محافظ الحسابات أو الخبير المحاسب ، والمنصوص عليه في المادة رقم 06 من قانون رقم 10-01 اعلاه بالعبارات التالية :

" أقسم بالله العلي العظيم أن أقوم بعملتي أحسن قيام وأتعهد أن أخلص في تأدية وظيفتي وأن أكتم سر المهنة وأسلك في كل الأمور سلوك المتصرف المحترف الشريف، والله على ما أقول شهيد ".

لا يمكن لأي خبير محاسبي أو محافظ حسابات أو محاسب معتمد أن يسجل في الجدول ما لم يكن له عنوان مهني خاص، ويمكن له ممارسة المهنة في كامل التراب المهني .

ثانيا- الإجازات والشهادات :

أولى المشرع الجزائري أهمية بالغة لها وذلك من خلال إصداره لقرار خاص بها مؤرخ في 24 مارس 1999م، بالإضافة إلى قرار يتضمن كفاءات نشر وتقدير الإجازات والشهادات التي تخول الحق في ممارسة مهنة مراجعة الحسابات في الجزائر.

لمزاولة مهنة محافظ الحسابات لابد من توفير المعايير التالية²¹ :

الحائزون على إحدى شهادات التعليم الآتية أو أي شهادة أجنبية معادلة لها:

- ليسانس في العلوم المالية .
- الجزء الأول والثاني من الامتحان الأولي في الخبرة المحاسبية.
- شهادة الدراسات المحاسبية العليا .

²¹ الأزهر عزة ، واقع ممارسة مهنة المراجعة في الجزائر ، مجلة علمية دولية ، تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة وادي الجزائر ، العدد 5، 2012 ، ص 29.

- ليسانس في العلوم التجارية فرع (المالية والمحاسبة) .

- ليسانس في العلوم التجارية فرع المحاسبة .

- ليسانس في العلوم التسيير فرع المحاسبة .

- ليسانس في العلوم التجارية فرع المالية .

- ليسانس في العلوم التسيير فرع المالية .

ويجب عليها زيادة على ذلك :

إما متابعة تدريب مهني كخبير محاسب مدته سنتين (2) يمنح على إثره شهادة نهاية التربص القانوني .

وإما إثبات خبرة تقدر بعشر (10) سنوات في ميدان المحاسبة والمالية والقيام بتدريب مهني مدته ستة (6) أشهر .

الحائزون على إحدى شهادات التعليم العالي الآتية :

-شهادة المدرسة العليا للتجارة (فرع اخر غير فرع المالية والمحاسبة) .

-شهادة المدرسة الوطنية للإدارة (فروع المراجعة والمراقبة وفرع الاقتصاد والمالية).

- ليسانس في العلوم الاقتصادية (النظام القديم)

- ليسانس في التسيير .

-شهادة المدرسة الوطنية العليا للإدارة والتسيير (فرع مراجعة الحسابات)

-شهادة المعهد الوطني للمالية (فرع الخزينة أو الضرائب)

-شهادة معهد الاقتصاد الجمركي والمالي بالجزائر.

-شهادة معهد التمويل والتنمية للمغرب العربي بتونس.

-شهادة جامعة التكوين المتواصل في المالية والمحاسبة .

-شهادة التحكم في المحاسبة .

فضلا عن ذلك يأتي :

- إما تدريب مهني مدته سنتان (2) في مكتب خبير محاسب أو محافظ حسابات

- وإما عشر سنوات (10) من خبرة في الميدانيين المحاسبي والمالي وتدريب مهني مدته

ستة أشهر.

-المحاسبون المعتمدون والمسجلون في جدول النقابة الوطنية :

عند نهاية التاريخ المدة والذين نجحوا في امتحانات الاندماج التي تنظمها اللجنة الخاصة في دورة واحدة كل سنة خلال مدة ثلاث (3) سنوات .

- أعوان المفتشية العامة للمالية:الحاصلون على رتبة مفتش المالية في الدرجة الثانية أو مفتش عام للمالية على الأقل والمتمتعون بخبرة قدرها عشر(10) سنوات من النشاط ضمن هذه الهيئة .

3-3-كيفية الاعتماد لممارسة المهنة :

يلزم الشخص الطبيعي المترشح لممارسة مهنة الخبير المحاسب أو محافظ الحسابات أو المحاسب المعتمد بإرسال طلب الاعتماد بواسطة رسالة موصى عليها إلى المجلس الوطني للمحاسبة مرفقا بالوثائق الإدارية اللازمة²² ، وتقوم أمانة المجلس الوطني للمحاسبة بعد فحص مادي للوثائق،تمنح وصل إيداع للمعني يكون مؤرخا ومرقما وموقعا، يسلم له شخصيا مقابل وصل استلام أو يرسل له بواسطة رسالة موصى عليها.

3-4-معايير الأداء المهني لمدقق الحسابات في الجزائر :

تم تحديد ستة توصيات إلزامية ينبغي على محافظ الحسابات اتباعها،وعلى مجلس الخبراء المحاسبين،محافظي الحسابات والمحاسبين المعتمدين السهر على تطبيقها من طرف أعضائه .
وتتمثل معايير الأداء المهني لمراجع الحسابات في الجزائر باختصار فيما يلي¹²³:

3-4-1: قبول المهمة وبداية العمل: على محافظ الحسابات في البداية التأكد من توافر عدة شروط أهمها :

- سالمة تعيينه وأنه لم يقع في الحالات المتعارضة والممنوعة المنصوص عليها في القوانين والتنظيمات.

- عليه الحصول على قائمة أعضاء مجلس الإدارة وأعضاء مجالس إدارة الشركات الحليفة وكذا قائمة شركاء الحصص العينية إن وجدت.

²² مرسوم تنفيذي رقم 30- 11 مؤرخ في 22 صفر عام 1432 الموافق 27 يناير سنة 2011، يحدد شروط وكيفية الاعتماد لممارسة مهنة الخبير المحاسب ومحافظ الحسابات والمحاسب المعتمد،المادة 02 ، ص 21.

²³ سهام محمد سويدي،مرجع سبق ذكره ،ص 120.

- التأكد من أنه سيؤدي مهمته باستقلالية تامة وخاصة اتجاه مسؤولي المؤسسة التي سيراقبها.

3-4-2: ملفات العمل²⁴:

- أن كون المراجعة مستمرة، فإن ذلك يجعل المراجع مضطر إلى مسك ملفين ضروريين للقيام بالمهمة هما الملف الدائم والملف السنوي، فوجودهما يمثل بنك معلومات دائم وأدلة إثبات يسمح بالإشراف على أعمال مساعديه ودليل على إتباع معايير الأداء المهني المتفق عليها جهويا ودوليا.

3-4-3: التقارير:

أكد المشرع الجزائري في القرار المؤرخ في 24 جوان 2013 ، المحدد محتوى معايير تقارير مراجع الحسابات،

على مهام مراجع الحسابات كالمصادقة على الحسابات السنوية ومراجعة صدق وتطابق المعلومات لتحرير تقرير عام يوجه إلى الجمعية العامة للمساهمين.

3-4-4: التصريح بالأعمال غير الشرعية:

قد يعثر مراجع الحسابات على أعمال غير شرعية أثناء المراجعة والمراقبة، حماية ودفاعا على مصالح المساهمين، المستخدمين والمتعاملين مع المؤسسة المعنية، فعلى المراجع باعتباره مساعدا للعدالة، أن يحقق في القضية ويخبر وكيل الجمهورية في أقرب وقت ممكن، على أن ينشرها في تقريره العام الذي سيقدم للجمعية العامة للمساهمين .

3-4-5: إجراءات مراجع الحسابات: توجد ثالث مراحل للقيام بعمل المراجع وهي :

- مرحلة التأكد من سلامة تعيينه وتوفير الإمكانيات بجميع أشكالها للقيام بمهمته، إضافة لحصوله على معرفة عامة حول المؤسسة.

- مرحلة فحص وتقييم نظام الرقابة الداخلية؛

- مرحلة فحص الحسابات، وقد خصصت لها التوصية السادسة بعنوان "الاجتهادات المهنية الخاصة بمراجع الحسابات.

²⁴ سايج فايز، أهمية تبني معايير المراجعة الدولية في ظل الإصلاح المحاسبي -دراسة حالة الجزائر-، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في: علوم التسيير تخصص: علوم التسيير، جامعة بليدة نوشت في، 2015، ص 194.

3-4-6: فحص الحسابات: و هي مرحلة قد تتسع وقد تضيق الأشغال فيها، وذلك حسب النتائج التي توصل إليها المراجع في المرحلتين السابقتين.

الخاتمة :

من خلال الدراسة التي قمنا بها والتي استهدفت طرق ممارسة مهنة التدقيق الحسابات في الجزائر من خلال دراسة أهم الهيئات و المنظمات المسيرة للمهنة ، والشروط العلمية والعملية لمزاولة مهام كمدقق حسابات في الجزائر ، و قد تم التوصل إلى بعض الاستنتاجات حول موضوع الدراسة، و التي يمكن أن نذكر أهمها كما يلي:

أولا- النتائج:

- تعد مهنة تدقيق الحسابات مهنة دقيقة جدا لما تحتويه من عراقيل وما تمر به من صعوبات؛
- ضمان استمرارية ونجاح مهنة التدقيق يتطلب تنظيم ورقابة داخلية وخارجية وهذا من طرف كل مستعملي المعلومة المحاسبية والمهتمين بها ؛
- هناك نوعان من مدققي الحسابات في الجزائر وهم الخبراء المحاسبين المكلفين بالقيام بالتدقيق الخارجي التعاقدي، ومحافظي الحسابات المكلفين بمهام التدقيق الخارجي القانوني.
- و في ضوء هذه النتائج التي تم التوصل لها نقدم بعض المقترحات والتي من أهمها:

ثانيا- التوصيات:

- من خلال هذه الدراسة لمهنة التدقيق في الجزائر تتطلب هذه المهنة المزيد من التطور حتى تواكب التحديات المهنية الحالية ؛
- القيام بدورات تكوينية إضافية لمزاولي المهنة لاكتساب مهارات جديدة ؛
- إبرام اتفاقيات مع دول أجنبية لتبادل الخبرات واكتساب المزيد من المعلومات؛
- ضرورة افتتاح معاهد وجمعيات مهنية تقوم على أساس المواصفات والشروط الدولية لتوفير إمكانية أحسن على المستوى المحلي؛
- ضرورة تعامل الجزائر مع المنظمات المهنية الدولية في مجال المحاسبة والمراجعة ، وزيادة تفعيل عضويتها في تلك المنظمات .

قائمة المراجع :**1. المؤلفات :**

- دكتور منصور أحمد البدوي ، د/ شحاتة السيد شحاتة ، دراسات في الاتجاهات الحديثة في المراجعة ، الدار الجامعية الإسكندرية 2002-2003.
- عبد الفتاح الصحن و آخرون ، مراجعة الحسابات بين النظرية والتطبيق، دار الجامعات المصرية الإسكندرية ، ب س .
- سهام محمد السويدي ،دراسة تحليلية لمستقبل تطبيق معايير المراجعة الدولية في مهنة المراجعة بالجزائر،الدار الجامعية ،الإسكندرية ،مصر ،2010 .

2.المذكرات والأطروحات :

- شرقي عمار، تنظيم المهني للمراجعة ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية ، نوقشت في 2013/01/12 ، جامعة سطيف .
- سايح فايز،أهمية تبني معايير المراجعة الدولية في ظل الصالح المحاسبي -دراسة حالة الجزائر-اطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في: علوم التسيير تخصص: علوم التسيير،جامعة بليدة ،2015.

3.القوانين والمراسيم :

- الجريدة الرسمية ، العدد رقم 20 ، السنة 28 ، المؤرخة بتاريخ 01 مايو 1991 .
- الجريدة الرسمية ،العدد 56 المؤرخ في 1996/09/25.
- القانون التنفيذي رقم 08/91 المؤرخ في 12 شوال عام 1411الموافق ل : 1991/04/27 المتعلق بمهنة الخبير المحاسب ومحافظ الحسابات والمحاسب المعتمد .
- قانون المالية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية لسنة 1970 المادة 39 المؤرخة يوم الاربعاء 22 شوال 1969.
- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون التجاري، مطبوعات بيرتي، 1998، الجزائر .
- القانون رقم 01/10 المؤرخ في 2010/06/29 يتعلق بمهن خبير المحاسبي ومحافظ الحسابات والمحاسب المعتمد ،الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 42.

4.الدوريات :

- د. احمد لعماري أستاذة حكيمة مناعي ، ترشيد أداء المراجعين والمحاسبين الجزائريين للتقليل من مخاطر الانحراف في إنتاج وتوصيل المعلومات المحاسبية،مجلة العلوم الإنسانية ، العدد45 ، جامعة باتنة ،2010 .

- أزهر عزة ، واقع ممارسة مهنة المراجعة في الجزائر ، مجلة علمية دولية ، تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة وادي،الجزائر ،العدد 5، 2012 .
- مجلة الالكترونية "الاقتصاد الإسلامي العالمية "MEIG"
http://giem.kantakji.com/article/details/ID/620/print/yes -
اطلع عليها يوم : 2016/02/09 .

دور جودة الخدمة في تحقيق رضا الزبون -دراسة مقارنة-

د. زعباط سامي

أستاذ محاضر (ب)

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة جيجل

ملخص:

نسعى من خلال هذه الورقة البحثية إلى معرفة واقع استخدام مؤسسة موبيليس (وكالة جيجل ووكالة سطيف) لجودة الخدمة لتحقيق رضا الزبون، نظرا لزيادة حجم التحديات التي تواجهها سعيا منها للحفاظ على بقائها واستمرارها في السوق الوطنية، انطلاقا من كون الزبون أصبح أكثر اهتماما وإدراكا بجودة الخدمة. ومن أجل تحقيق ذلك تم توزيع 210 إستبانة على زبائن المؤسسة تم استرجاع منها 200 إستبانة، وقد تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لعرض وتحليل النتائج واختبار الفرضيات. وقد تبين من خلال الدراسة أن تقييم الزبائن لجودة الخدمة يختلف من زبون لآخر، وجودة الخدمة تؤدي إلى تحقيق رضا الزبون.

الكلمات الدالة: جودة الخدمة، توقعات الزبائن، رضا الزبائن، وكالة جيجل، وكالة سطيف.

Abstract:

We seek through this paper to know the reality of the use of Mobilis organization (agency Jijel) for the quality of the service as a tool to build customer satisfaction, because of the increased size of the challenges they face in an effort to maintain, its survival and continuity in the national market from the fact that the customer has become more interested and aware of the quality of service.

In order to achieve this, 210 questionnaires were distributed to the organization's customers, including the retrieval of 200 questionnaires, it has been used the statistical program SPSS to display, and analyze the results and test hypotheses.

It was found through the study that the evaluation of customers for the quality of service varies from one customer to another, and the quality of service will lead to customer satisfaction.

Key words: Quality of service, Customer expectations, Customer satisfaction, Agency Jijel, Agency Setif.

مقدمة:

أمام زيادة ونمو الوعي لدى الزبون وانفتاح الأسواق زاد من مستوى التحديات التي تواجهها المؤسسات الخدمية، الأمر الذي حتم عليها ضرورة إتباع أساليب تسويقية لمواجهة هذه البيئة الغامضة والمعقدة من خلال الاهتمام بجودة خدماتها المقدمة لزبائنهم لتحقيق رضاهم كأساس لضمان نجاحها واستمرارها، مما يمكنها من الاحتفاظ بزبائنهم الحاليين وكسب آخرين جدد على اعتبار الزبون احد أهم العناصر التي من أجلها وجدت هذه المؤسسات، ومنها مؤسسات اتصالات بالجزائر ممثلة في مؤسسة موبيليس (وكالة جيغل ووكالة سطيف).

ومن خلال هذه الورقة البحثية نحاول الإجابة على التساؤل التالي:

ما دور جودة الخدمة لدى مؤسسة موبيليس (وكالة جيغل ووكالة سطيف) في تحقيق رضا زبائنهم؟

ومن أجل ذلك سيتم تناول الموضوع من خلال المحاور التالية:

أولاً- مفاهيم حول جودة خدمة الاتصال والزبون.

ثانياً- الإطار المفاهيمي لرضا الزبون.

ثالثاً- الدراسة الميدانية.

أولاً- مفاهيم حول جودة خدمة الاتصال والزبون:

1- ماهية جودة خدمة الاتصال:

لقد تعددت التعريفات التي قدمت لجودة الخدمة، وذلك مرده عدة عوامل منها الاختلاف في حاجات الزبائن عند البحث عن جودة الخدمة المطلوبة، الاختلاف في الحكم على جودة الخدمة من زبون إلى آخر... الخ.

وفيما يلي البعض من هذه التعاريف:

-التعريف الأول: تعرف بأنها: "هي جودة الخدمات المقدمة سواء كانت متوقعة أو مدركة أي التي يتوقعها الزبائن أو يدركونها في الواقع الفعلي، وهي المحدد الرئيسي لرضا الزبون أو عدم رضاه حيث يعتبر في نفس الوقت من الأولويات الرئيسية التي تزيد تعزيز مستوى الجودة في خدماتها".¹

-التعريف الثاني: تعرف على أنها: "التفوق على توقعات الزبون، أي يقصد بجودة الخدمة في هذا التعريف بان المؤسسة تتفوق في خدماتها التي تؤذيها فعلياً على مستوى التوقعات التي يحملها الزبون اتجاه هذه الخدمات".²

-التعريف الثالث: هي: "ذلك الفرق الذي يفصل الزبون عن الخدمة، والجودة التي يحس بها بعد استعماله لها أو بعد تقديمها له".³

وما يمكن استنتاجه من التعاريف المختلفة التي قدمت لجودة الخدمة ومنها ماتم ذكره سابقاً أنها نتيجة تفاعل البعدين الإجرائي و الشخصي، الأمر الذي يستوجب ضرورة الاهتمام بهما من أجل تقديم خدمة ذات مستوى جودة.

في حين تكمن أهميتها في⁴:

أ- نمو الخدمات: لقد ازداد عدد المؤسسات التي تقوم بتقديم الخدمات أو التي يتعلق نشاطها بتقديم الخدمات.

¹ مأدون الدراكة وآخرون، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص 143.

² ريتشارد ويليامز، أساسيات إدارة الجودة الشاملة، ترجمة مكتبة جرير، الطبعة الأولى، الأردن، 1999، ص 36.

³ Gerard taker, Michel lingbais, **Marketing des services**, édition de nord, paris, 1992, p45.

⁴ مأدون الدراكة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 151.

ب-زيادة المنافسة: إن التزايد في عدد المؤسسات الخدمية يؤدي إلى وجود المنافسة الشديدة بينها، لذلك فإن الاعتماد على الجودة في الخدمات المقدمة سوف يعطيها ميزة تنافسية.

ج-المدلول الاقتصادي: حالياً أصبحت المؤسسات الخدمية تركز على توسيع حصتها السوقية الأمر الذي يتطلب منها البحث عن زبائن جدد من أجل كسبهم واستمالة سلوكهم الشرائي، مع ضرورة الحفاظ على الزبائن الحاليين.

د-فهم الزبون: إن الزبائن يريدون معاملة جيدة ولا يميلون إلى التعامل مع المؤسسات الخدمية التي تركز على الخدمة فقط، فلا يكفي تقديم الخدمة ذات جودة مقبولة وسعر معقول دون المعاملة الجيدة والفهم الأكبر لحاجات وتوقعات الزبون. كما أن لجودة الخدمة ثلاث مستويات هي¹:

***المستوى الأول: الجودة المتوقعة؛** عبارة عن توقعات الزبون لمستوى جودة الخدمة المقدمة التي تعود لعدة عوامل تتمثل في حاجاته الشخصية، خبراته السابقة، الاتصالات الخارجية، الاتصالات الشفهية.

***المستوى الثاني: الجودة الفعلية؛** تتمثل في المستوى الفعلي للجودة أثناء الحصول على الخدمة.

***المستوى الثالث: الجودة المدركة؛** يدركها الزبون نتيجة مقارنته بين الجودة المتوقعة والجودة المحصل عليها.

2-محددات جودة خدمة الاتصال: تتمثل أهم المحددات المعتمد عليها في الحكم على جودة الخدمة فيما يلي:

أ- الاعتمادية : تتمثل في قدرة مقدم الخدمة على أداء الخدمة التي يرغبها الزبون بدرجة عالية من الدقة.

ب- الاستجابة: تعبر عن استعداد مقدمي الخدمات على مساعدة الزبائن من خلال حل مشكلاتهم والرد على إعتراضاتهم بالشكل المناسب وفي الوقت الملائم مهما كانت الظروف.³

تاريخ الاطلاع 2016/01/03، سا 20.49 <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy>.

² Pierre Eiglier, **Marketing et Stratégie des Services**, édition économique, Paris, 2004, p76.

³ kotler et Dubois, **Marketing Management**, 10 édition, publié union, Paris, 2000, p453.

ج- الكفاءة: تعني قدرة مقدمي⁴ الخدمات على تقديم الخدمة من حيث القدرات والمعلومات اللازمة.

د- سهولة الحصول على الخدمة: أي مدى سهولة الحصول على الخدمة⁵ في الوقت والمكان المناسبين من حيث:

- توفير عدد كافٍ من منافذ الحصول عليها وسهولة الاتصال بمقدمي الخدمة؛
- ملائمة موقع تقديم الخدمة وتيسير الحصول على الخدمة عن بعد.

هـ- اللباقة:

تعني توفير الاحترام والتقدير لطالب الخدمة واللفظ في التعامل و إحترام عاداته وتقاليده⁶
و-الاتصال: وصف الخدمة باستعمال المعلومات المتعلقة بذلك بلغة بسيطة، سهلة وواضحة غموض⁷.

ز- المصداقية: تشير إلى تحلي مقدمي الخدمات بالأمانة والصدق في التعامل مع الزبائن⁸.

ح- الأمان: يعبر عن درجة الشعور بالثقة في الخدمة المقدمة ومن يقدمها⁹.

ط- الفهم والمعرفة: يشير هذا إلى مدى قدرة مقدم الخدمة على تحديد وفهم حاجات الزبائن من خلال دراسة وتحليل السلوك الشرائي لكل زبون على حدة¹⁰.

ي- الملموسية: تضم كل التسهيلات المادية المتاحة لدى المؤسسة الخدمية التي تيسر الحصول على الخدمة من قبل الزبون، ويستشهد بها في الحكم على جودتها.

⁴ جمال الدين لعويصات، إدارة الجودة الشاملة، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص24.

⁵ بريس عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسبية بن بوعلي الشلف، الجزائر، العدد3، 2005، ص256.

⁶ Kotler et Dubois, op-cit, p453.

⁷ بريس عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص257.

⁸ هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر، الأردن، 2005، ص444.

⁹ بريس عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص257.

¹⁰ هاني حامد الضمور، مرجع سبق ذكره، ص445-446.

3- نماذج قياس جودة خدمة الاتصال

هناك نموذجين رئيسيين لقياس جودة الخدمة وهما:

أ- نموذج الفجوات ("The Gaps Model"):

يسمى نموذج الفجوة (servqul) نتيجة الدراسة التي قام بها كل من "berry

و Parasuraman.zeilhmal

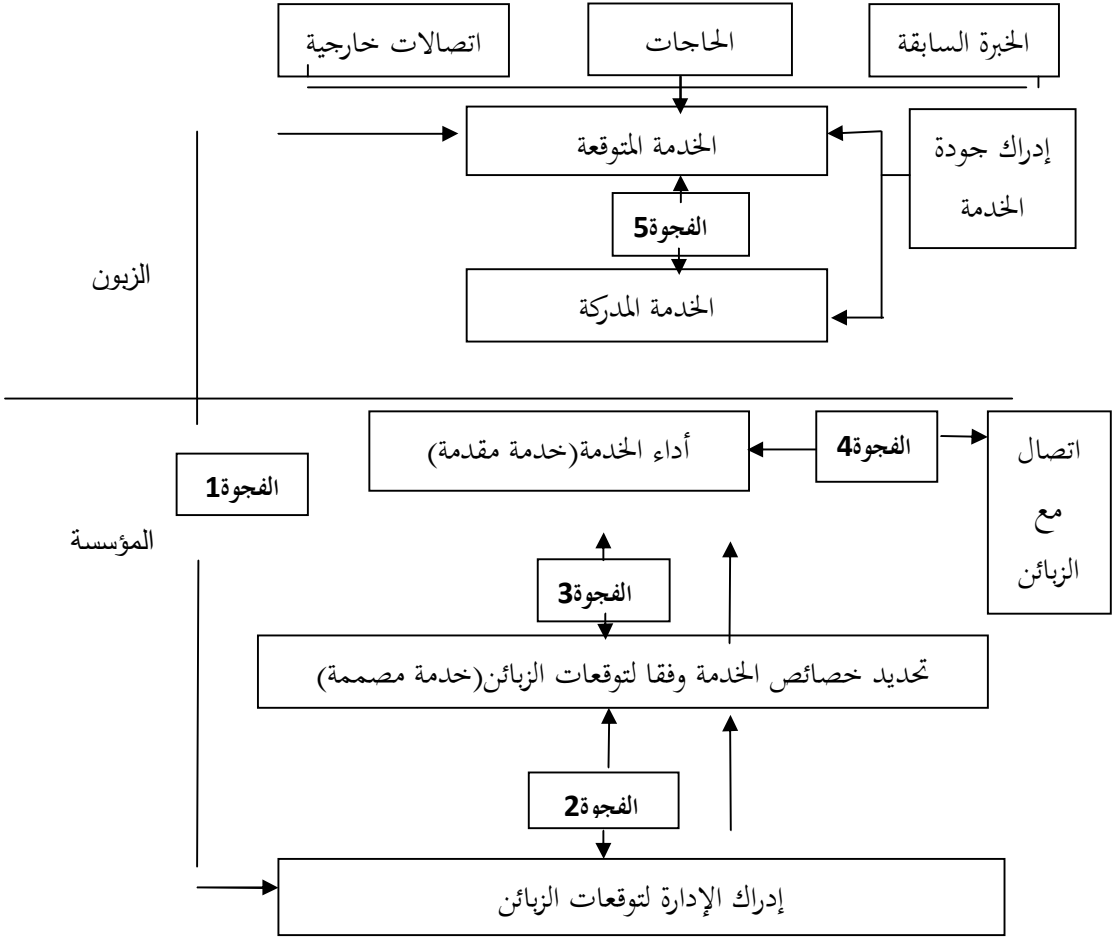
بهدف استخدامه في تحديد وتحليل مصادر مشاكل الجودة وإيجاد حلول لها، فجودة الخدمة

يمكن التعبير عنها بالمعادلة التالية:

$$\text{جودة الخدمة (servqul)} = \text{الإدراك الفعلي} - \text{التوقعات}$$

ووفقا لهذا النموذج فان تقييم جودة الخدمة المتحصل عليها من قبل الزبون تكون من خلال مقارنة ما يتم الحصول عليه فعلا مع ما يرغب في الحصول عليه، ومن ثم معرفة وتحديد طبيعة الفجوة بينهما، إذ تم حصر خمس (05) فجوات تسبب عدم بلوغ الجودة بالنسبة للخدمة المقدمة، والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (01): نموذج الفجوات



Source: Lamin. J-J, Marketing Strategique et Operational, Dunod, Paris, 2002, p345.

ومن الشكل السابق نشرح مختلف الفجوات:

*** الفجوة الأولى:** تتحقق بسبب الاختلاف بين توقعات الزبون وإدراك إدارة المؤسسة الخدمية

لها، كعدم الدقة اللازمة لرغبات الزبائن

كيفية حكم الزبون على مكونات الخدمة المرغوبة... الخ.

*** الفجوة الثانية:** نتيجة عدم وجود تطابق بين مواصفات جودة الخدمة الموضوعة وإدراك إدارة

المؤسسة الخدمية لتوقعات الزبون

كوجود قيود تنظيمية تحد من إمكانية تحقيق الترجمة الحقيقية لتلك الادراكات.

***الفجوة الثالثة:** تعبر عن اللاتطابق بين مواصفات الخدمة الموضوعة والأداء الفعلي لها، فالمؤسسة الخدمية هنا لم تتمكن من وضع المواصفات المطلوبة في الخدمة التي تقدمها لريائها.

***الفجوة الرابعة:** تشير إلى أن الوعود المعطاة من خلال الأنشطة الترويجية وخاصة الإعلان منها لا تتطابق مع الأداء الفعلي للخدمة.

***الفجوة الخامسة:** تتضح من خلال الاختلاف بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة، والتي تمثل محصلة لجميع الفجوات السابق ذكرها.

من خلال هذا النموذج يمكننا القول أن الزبون يقارن بين ما يحصل عليه من خدمات مع ما كان يتوقعه، فإذا كان الانحراف إيجابياً فالزبون راضٍ عن الخدمة المقدمة له (مستوى جودة عالي)، وإذا كان الانحراف سلبياً فالزبون هنا غير راضٍ عن الخدمة المقدمة له (مستوى جودة الخدمة في أدنى مستوياته).

ب- نموذج الاتجاه (نموذج أداء الخدمة)

The Service Performance Model/SERVPERF

ظهر سنة 1992 الذي جاء نتيجة الانتقادات التي وجهت إلى النموذج السابق ذكره، إذ يرفض فكرة الفجوة بين ادراكات الزبائن وتوقعاتهم ويركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة المقدمة للزبون، ومن الناحية العملية أحد الأدوات الفعالة المساعدة على إيضاح جوانب الضعف في مستوى جودة الخدمة من وجهة المستفيد منها.¹

وتتضمن عملية تقييم الجودة وفقاً لهذا النموذج الافتراضات التالية:²

- في غياب خبرة الزبون السابقة في التعامل مع المؤسسة فإن توقعاته حول الخدمة تحدد بصورة أولية لمستوى تقييم جودتها؛

- بناء على خبرة الزبون السابقة المتراكمة كنتيجة لتكرار التعامل مع المؤسسة؛

- إن الخبرات المتعاقبة مع المؤسسة ستقود إلى مراجعات إدراكية أخرى لمستوى الجودة.

¹ رقاد صليحة، تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون (دراسة حالة مؤسسة البريد والمواصلات)، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008، ص 51.

² ناجي معلا، قياس جودة الخدمة المصرفية، مجلة العلوم الإدارية، الأردن، المجلد 25، العدد 2، جوان 1998، ص 362.

4- تصنيفات الزبائن

يعرف الزبون على أنه: "هو ذلك الفرد الذي يصبح معتادا على الشراء، وهذا الاعتياد يتحقق من خلال مناسبات متعددة وعبر فترات زمنية معينة، وعلى ذلك فانه من دون وجود تكرار منتظم للشراء فان الشخص المشتري لا يمكن إعتباره أبدا زبونا".³

وفيما يلي مختلف التصنيفات الأساسية للزبائن:

أ- حسب أهمية الزبون: وهنا نميز بين الأصناف التالية:⁴

أ-1- الزبون الاستراتيجي: وفي لخدمات المؤسسة وهو الزبون الأكثر أهمية ومردودية.

أ-2- الزبون التكتيكي: يعتبر هذا النوع من الزبائن أقل مردودية من النوع الأول لكنه ذو مكانة لا بأس بها في سلم أولويات المؤسسة التي تسعى لرفعه إلى مستوى أحسن.

أ-3- الزبون الروتيني: يعتبر أقل الزبائن أهمية ومردودية بالنسبة للمؤسسة.

ب- على أساس العائد والنفقة: يمكن تقسيم الزبائن تبعا لنفقات الاحتفاظ بهم والعائد المتوقع منهم إلى:⁵

ب-1- زبائن يزيد العائد منهم عن نفقاتهم: يجب تحديد هذا النوع من الزبائن والتركيز عليهم ودراسة حاجاتهم ومحاولة إشباعها.

ب-2- زبائن يتساوى العائد منهم مع نفقاتهم: يمكن إتباع إستراتيجية تفاعلية مكثفة مع هذا النوع من الزبائن لبيع المزيد الخدمات.

ب-3- زبائن يقل العائد منهم مع نفقاتهم: يجب تقليص نفقات الاحتفاظ بالزبائن بدلا من زيادتها.

ج- التقسيم على أساس الخصائص الشخصية: أدرج الباحثون تحت هذا المعيار الأنماط التالية:¹

³ عباس علاء، ولاء المستهلك: كيفية تحقيقه والحفاظ عليه، الدار الجامعية، مصر، 2009، ص104.

⁴ سعادي الخنساء، التسويق الالكتروني وتفعيل التوجه نحو الزبون من خلال المزيج التسويقي، دراسة تقييمية لمؤسسة بريد الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006، ص5.

⁵ بشير العلاق، التسوق عبر العلاقات المستندة للتكنولوجيا، ملتقى التسويق في الوطن العربي، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 15-16 أكتوبر 2002، ص33.

¹ محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك، الطبعة الأولى، دار المناهج، الأردن، 2007، ص19.

- ج-1- **الزبون العاطفي**: يتصرف وفق عواطفه فلا نجد في الغالب تحليلاً منطقياً لهذه التصرفات.
- ج-2- **الزبون الرشيد**: قراراته تتميز بالعقلانية والبحث الدائم عن تحقيق المنفعة وراء أي سلوك.
- ج-3- **الزبون الودود**: يعتبر من الزبائن المرغوب فيهم، فهو لا يسبب أي مشاكل في نقاط البيع.
- ج-4- **الزبون الانفعالي**: يتخذ أحياناً قرارات شراء عشوائية.
- ج-5- **الزبون الهادئ**: يتميز بالتأني في اتخاذ قرارات الشراء ولا يستجيب بسرعة لجهود الاستمالة.

ج-6- **الزبون الخجول**: لا يعبر عن رأيه، وهو ما يمثل مشكلة أمام المؤسسة.

ثانياً- الإطار المفاهيمي لرضا الزبون:

1- محددات رضا الزبون:

إن أساس وجود أي مؤسسة خدمية هو الزبون، من خلال توجيه مختلف أنشطتها واستراتيجياتها التسويقية وغير التسويقية نحوه بغرض تحقيق رضاه، وفيما يلي بعض التعاريف التي قدمت لرضا الزبون:

- التعريف الأول: يعرفه "P. Kotler" بأنه: "حكم الزبون بالنظر إلى الخبرة الاستهلاكية أو الاستعمال الناتج عن توقعاته بالنسبة للمنتج والأداء المدرك".²

- التعريف الثاني: يعرفه "R. Ladwin" بأنه: "الحالة النفسية الناتجة عن عمليات تقييم مختلفة".³

- التعريف الثالث: يعرف كذلك بأنه: "الانطباع بالمكافأة أو عدم المكافأة لقاء التضحيات التي يتحملها الزبون عند الشراء".⁴

ومما سبق من تعريفات يمكننا القول أن رضا الزبون حالة نفسية مرتبطة بمستوى جودة الخدمة المدركة لديه، إذ تسمح تلك حالة الرضا بتوثيق العلاقة الترابطية التبادلية مع المؤسسة الخدمية. وفيما يلي مختلف محددات رضا الزبون:⁵

² Philippe Kotler, B. Dubois, op-cit, p 68.

³ Richard Ladwin, **Le comportement de consommateur et de l'acheteur**, 2^{ème} édition, édition economica, Paris, 2003, p 3.

⁴ Daniel Ray, **Mesurer et Développer la satisfaction des clients**, 2^{ème} édition, édition d'organisation, Paris, 2001, p22.

⁵ مزيان عبد القادر، أثر محددات الجودة على رضا العملاء (دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي)، مذكرة

ماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2012، ص 103-105.

أ-التوقع: هو التصور الذي يكونه الزبون في ذهنه قبل الحصول على الخدمة والمنافع المتوقع الحصول عليها معتمدا على المعلومات التراكمية التي يكونها من خبراته السابقة من الاستفادة من الخدمات المماثلة، وقد يتأثر قراره الشرائي بتجاربه السابقة حول الخدمة وبما ينقل إليه من أخبار عن تجارب الأصدقاء على سبيل المثال، إذ هناك عدة تصنيفات للتوقعات نذكر منها:

***التوقعات عن طبيعة الخدمة:** تتمثل في المنافع التي يتوقع الزبون الحصول عليها من شراء الخدمة.

***التوقعات عن تكاليف الخدمة:** هي التكاليف التي يتوقع أن يتحملها الزبون في سبيل حصول الخدمة.

***التوقعات عن المنافع أو التكاليف الاجتماعية:** هو رد الفعل المتوقع للأفراد الآخرين كالأقارب عند شراء الخدمة.

ولقد عرض "Pitts et Woodside" ثلاثة أنواع من التوقعات هي:

النوع الأول-التوقع التنبؤي: يوضح معتقدات العميل عن الخصائص التي يتوقع وجودها في الخدمة.

النوع الثاني-التوقع المعياري: يركز على المستويات المثالية التي يجب أن يكون عليها أداء الخدمة، هو انسب محددات الرضا.

النوع الثالث: التوقع المقارن: يعبر عن معتقدات العميل حول أداء الخدمة بالمقارنة بالخدمات الأخرى المنافسة.

ب- الأداء المدرك: يعبر عن مستوى الأداء الذي يحصل عليها فعلا الزبون نتيجة إستعماله للخدمة وتقييمها معتمدا على المعلومات التراكمية التي يكونها من خبراته السابقة المماثلة، ويرى "Permant Churchill" أن الأهمية الأساسية للأداء المدرك تكمن في كونه يعتبر أداة مرجعية لتحديد مدى تحقق التوقعات التي كونها الزبون بخصوص الخدمة محل إختياره، ومن بين المعايير المعتمدة في نظرية مقاييس المقارنة لقياس الرضا نجد الأداء المثالي، الأداء المتوسط... الخ.

ج-المطابقة: تتحدد من خلال المقارنة بين أداء الخدمة المدرك وبين توقعات الفرد، إذ نميز بين ثلاث مستويات هي:

الزبون غير راضي

*الأداء > التوقعات



الزبون راضي

*الأداء = التوقعات



2- أساليب قياس رضا الزبون

تتعدد الأساليب المستخدمة في قياس رضا الزبون وهي:¹

أ- القياسات الدقيقة: متنوعة يمكننا ذكر منها ما يلي:

أ-1- **الحصة السوقية:** يعد قياس الحصة السوقية سهل نسبياً إذا تعلق بمجموعة من الزبائن، ولكن النجاح في ذلك يكون لفترة زمنية قصيرة، وعدد الزبائن لا يعبر حقيقة عن الحصة السوقية بأخذ نمو رقم أعمال المؤسسة الخدمية، العائد على رأس المال... الخ، ولكن اعتماد هذا المقياس يكون من خلال الزبائن الذين لهم علاقة طويلة مع المؤسسة.

أ-2- **معدل الاحتفاظ بالزبون (أقدميه الزبون):** إن أحسن طريقة للحفاظ على نمو الحصة السوقية هي الاحتفاظ بالزبائن الحاليين، إذ يعتمد قياس الرضا أو عدم الرضا على هؤلاء الزبائن من خلال معدل نمو مقدار الأعمال المنجزة معم.

أ-3- **جلب زبائن جدد:** من أجل نمو مقدار أعمال المؤسسة الخدمية تبدل قصارى جهودها لتوسع قاعدتها من الزبائن.

أ-4- **المردودية:** يكون حسابها من خلال قياس الربح الصافي الناتج عن كل زبون أو صنف من الزبائن؛ إذ تعبر عن رضاه أو عدم رضاه عن الخدمات المقدمة له، فمعدل الرضا المرتفع والحصة السوقية كذلك ما هما إلا وسيلتين من وسائل نمو الأرباح، وعليه فالأمر يتطلب من المؤسسة الخدمية ليس قياس مقدار الأعمال التي تنجزها مع زبائنهم فقط وإنما الاهتمام بمردودية هذا النشاطات.

أ-5- **معدل الطلب من قبل الزبون:** إذا إرتفع معدل طلب الزبون على خدمات المؤسسة فهذا يدل على أن تلك الأخيرة تلبي حاجاته وتحقق مستوى الإشباع المرغوب فيكون شعوره هو الرضا.

أ-6- **تطوير عدد الزبائن:** يمكن اعتبار تطور عدد الزبائن أداة للتعبير عن رضاهم.

ب- **القياسات التقريبية:** تعتمد على نوعين وهما:

¹ كشيدة حبيبة، إستراتيجية رضا العميل، مذكرة ماجستير، جامعة البليدة، 2005، ص 69-73.

ب-1- البحوث الكيفية: لقد أصبح الزبون يمثل نقطة إرتكاز مختلف أعمال ومهام المؤسسة الخدمية، إذ ظهرت عدة شعارات تؤكد هذا القول على سبيل الذكر مثل: "الزبون أولاً" و "الزبون دائماً على حق".

إن القياسات الدقيقة لا تعبر عن حقيقة شعور الزبون بالرضا أو عدم الرضا، إلا أنها لا تأخذ بعين الاعتبار توقعاته وهي تنجز بعيداً عن الزبائن، أما القياسات التقريبية فهي تعتمد على إنطباعات الزبائن من خلال الاستماع لهم إذ تشمل:

* **تسيير شكاوي الزبائن:** يمكنها من تحقيق رضا وبالتالي إمكانية الاحتفاظ به ولا يتحول إلى زبون مفقود.

* **بحوث حول الزبائن المفقودين:** من خلال دراسة وتحليل أسباب عدم تعاملهم مع المؤسسة الخدمية والعمل على تحقيق رضاهم.

* **بحوث الزبائن الخفي:** من خلال عملية المطابقة بين الشروط المثلى التي تحقق رضا مع تلك المتوفرة على مستوى المؤسسة الخدمية.

ب-2- البحوث الكمية: تعتبر سجلات الشكاوي والاقتراحات غير كافية لإعطاء قياس دقيق عن رضا الزبون، إذ توجد نسبة كبيرة من الزبائن غير الراضين لا يفضلون التعبير عن ذلك، فيجب على المؤسسة الخدمية إستعمال طرق كمية في القياس باستعمال الاستقصاء، وأن إعداد بحوث الرضا يتم من خلال منهجية تتمثل في:

* **أهداف البحث:** من خلال حصر النتائج المراد الوصول إليها، مثل تحديد أسباب عدم الرضا، قياس درجة الرضا... الخ.

* **إعداد الاستقصاء:** الأمر هنا يتطلب عناصر أساسية تتمثل في أبعاد الرضا، صياغة الاستقصاء... الخ.

* **صياغة الأسئلة:** باستخدام المنهج الإجمالي أو المنهج التفصيلي، بالإضافة إلى مناهج أخرى كسلم الرضا، نقاط الرضا... الخ.

* **تحديد العينة:** اختيار عينة ممثلة للمجتمع المدروس، فالنتائج المتوصل إليها يمكننا تعميمها.

* **تجميع البيانات:** إتباع الطريقة الملائمة بطبيعة البحث أخذاً بعين الاعتبار مجموعة من العوامل منها التكلفة وحجم العينة.

*تحليل البيانات الجمعية؛

*عرض النتائج.

3- أدوات تحسين رضا الزبون

تتم عملية تحسين الرضا من خلال الأدوات التالية:¹

أ- **الجودة المدركة:** إن تحسين الأداء الداخلي للمؤسسة الذي يتمثل في تحسين الجودة الغرض منه إرضاء الزبون، إلا أنه غير كاف حيث يجب على المؤسسة أن تقوم بقياس رضا زبائنهم.

ب- **تحليل عدم الرضا:** في حالة عدم الرضا تصبح عدد الاتصالات التي من الضروري على المؤسسة أن تقوم بها لمعالجة المشاكل المسببة لهذه الحالة كبير، لأن عدم الرضا المعالج بطريقة سيئة يعادل زبون مفقود.

ج- **متابعة الزبون:** هذه العملية تأخذ عدة أشكال هدفها إقامة علاقة وثيقة بين الزبون والمؤسسة، فمن الضروري أن تكون هذه العلاقات شخصية.

د- **ولاء الزبون:** إن الزبون الوفي مردوديته تمثل مرتين ويكلف أقل من جلب زبون جيد، فيجب على المؤسسة توجيه إستراتيجيتها نحو اعتبار ولاء الزبون نقطة بداية، وأن التسيير الجيد بعدم الرضا يعتبر ركيزة فعالة لخلق الرضا.

4- جودة الخدمة محور رضا الزبون

إن المؤسسة الخدمية هدفها الاستراتيجي هو كسب زبائن جدد وإقامة علاقات طويلة الأجل معهم تقوم على التقدير الاحترام، الجذب... الخ، يفترض فيها وجود تفاعلات عرضية تحتوي في طياتها تبادلات ذات طبيعة مختلفة يتوفر فيها:²

- التفاعل بين طرفين على الأقل (مقدم الخدمة والمستفيد منها) نظرا للطبيعة غير المادية للخدمات؛
- الاستمرارية في العلاقة؛

¹ كشيدة حبيبة، مرجع سبق ذكره، ص 99.

² Peelen et autres, **Gestion de la relation client**, 2^{ème} édition, Pearson éducation, Paris, 2006, p23.

-ترتبط أثار التفاعل بين الأطراف بالأحداث الواقعية، مما يتطلب معالجة موضوعية بين الطرفين.
إن علاقة المؤسسة بالزبون تتشكل من العناصر الأساسية التالية:³

أ-الثقة: من خلال الاحترام المتبادل بين الطرفين يمكن تنمية تلك العلاقة والمحافظة عليها؛
ب-الالتزام المتبادل: كلما كان هناك التزام متزايد ومتبادل أثر إيجابا على علاقة قوية وبعيدة المدى بين الطرفين؛

ج-الرضا: يعتبر دليل على ذلك الشعور الايجابي الناتج عن الثقة والالتزام المتبادلين؛
د-التبادلية: مؤشر على تبادل المنافع بين الطرفين مما يخلق رغبة شعورية بتكراره مرات أخرى في فترات لاحقة؛

هـ-التفاعل: من خلال عملية التبادل في حد ذاتها ثم متابعة سلوك الزبون بعد عملية الشراء.
ومما سبق يمكننا القول حتى يمكن للمؤسسة الخدمية تقييم فعالية علاقاتها مع الزبائن، فالأمر يتطلب منها استعمال تلك الصفات بشكل جيد بالتركيز على الزبائن المهمين من خلال قيمة حياة الزبون التي هي العوائد المحصل عليها من الزبون خلال مدة علاقته بالمؤسسة الخدمية مطروحة منها تكاليف جذبه وإرضائه والمحافظة عليه، و يمكننا التعبير عنها بالمعادلة التالية:

قيمة الزبون = التوقعات لشراء الزبائن للخدمة / تكاليف جذب الزبائن

إن المؤسسة الخدمية بقدرتها على تلبية الحاجات المختلفة للزبائن يتحقق لديهم الإشباع المرغوب وبالتالي رضاهم مما يوحي بأن الخدمات المقدمة ذات جودة عالية، وبالتالي فإن رضا الزبائن يعد هدفا رئيسيا من أهداف الجودة فالمؤسسات الناجحة هي التي تأخذ بآراء الزبائن في عملياتها المختلفة وخدماتها المقدمة لهم، يسمح لنا بالقول في الأخير بأن الخدمة ذات مستوى الجودة الأعلى تؤدي إلى تحقيق رضا أكبر لدى الزبون.

³ بنشوري عيسى، دور التسويق بالعلاقات في زيادة ولاء الزبون-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالمديرية الجهوية (ورقلة)، مذكرة ماجستير، جامعة ورقلة، 2009، ص7.

ثالثاً: الدراسة الميدانية

1- منهجية الدراسة

أ- حدود الدراسة:

أ-1- الحدود الموضوعية: ستقتصر الدراسة على تحديد مختلف المفاهيم المتعلقة جودة خدمة الاتصال، الإطار المفاهيمي لرضا الزبون بالإضافة إلى المفاهيم ذات العلاقة.

أ-2- الحدود الزمنية: تم إجراء هذه الدراسة خلال الأربعة أشهر الأولى من سنة 2016.

أ-3- الحدود المكانية: تتمثل في مؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف)، إذ تم توزيع إستبانة على زبائن المؤسسة.

ب- أسلوب جمع البيانات: تم استخدام أسلوب الاستقصاء للزبائن حيث صيغ استبيان موجه للزبائن مؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف)، والمهدف المرجو من وراء ذلك هو تحديد مستوى جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة ودراسة علاقة الارتباط بين الجودة المدركة ودرجة الرضا لدى الزبائن وفقاً لمقياس ليكارت (likert) الخماسي.

وقد تم التأكد من ثبات الإستبانة من خلال معامل كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) الذي بلغت قيمته 0.945 وهي ذات دلالة إحصائية عالية مما يشير إلى علاقة إثبات وترابط عالي بين عبارات الاستبيان، حيث لو تم إعادة توزيع الإستبانة أكثر من مرة في نفس الظروف سيكون هناك إستقرار في النتائج.

ج- مجتمع الدراسة وحجم العينة: يتمثل مجتمع هذه الدراسة في جميع زبائن مؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف)، حيث تم اختيار 200 زبون كجزء من هذا المجتمع الذي هو عينة الدراسة باستعمال العينة العشوائية، حيث تم الاعتماد على أسلوب الاستقصاء من خلال تصميم استمارة أسئلة موجهة لهؤلاء الزبائن بغرض معرفة وتقييم مستوى جودة الخدمات المقدمة لهم و مستوى الرضا لديهم، وبعد جمع الاستبيانات تم الإبقاء على 200 استبانة من أصل 210 استبانة.

د- فرضيات الدراسة: تم وضع الفرضية الرئيسية التالية:

*توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف) ومستويات رضا الزبائن عند مستوى دلالة (0.05).

ويتفرع عن هذه الفرضية الرئيسية الفرضيتين الفرعيتين التاليتين:

* **الفرضية الأولى:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محددات جودة خدمات مؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف) ومستوى رضا زبائنهم عند مستوى دلالة (0.05).

* **الفرضية الثانية:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجودة الكلية للخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف) ورضا الزبائن عند مستوى دلالة (0.05).

هـ- أدوات الدراسة: يعتبر الاستبيان الأكثر ملائمة لمثل هذه الدراسات، حيث تم تصميم قائمة من الأسئلة تتكون من ثلاثة أجزاء:

* **الجزء الأول:** يتضمن بيانات شخصية متعلقة بالزبون (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة، مدة الاشتراك).

* **الجزء الثاني:** يقوم على تحديد ادراكات الزبائن لمستوى الأداء الفعلي للخدمة المقدمة من طرف مؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف) من خلال قياس محددات الجودة للخدمة المستفاد منها من خلال أربعة عشر (14) عبارة.

* **الجزء الثالث:** يتعلق بتحديد درجة رضا زبائن مؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف) عن الجودة الكلية للخدمات المحصل عليها من خلال سبع (07) عبارات.

ولتفسير النتائج واختبار فرضيات الدراسة تم قياس متغيرات الجزئين الثاني والثالث باستخدام مقياس ليكرات الخماسي عند مستوى دلالة (0.05) الذي يقابله مستوى الثقة (0.95).

ولمعالجة بيانات الدراسة تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية تتمثل في:

- معامل الارتباط بيرسون - معامل الفاكرونباخ - التكرارات والنسب المئوية - الانحراف المعياري

- برنامج SPSS

- اختبار T-est - المتوسط الحسابي - معامل ألفا كرونباخ.

2- التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة

أ- وصف خصائص عينة الدراسة: من أجل التعرف

على الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة سنتناول الجزء الأول من الاستبيان الذي يشمل

الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة، مدة الاشتراك كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (01): خصائص عينة الدراسة.

المتغير	الفئات	التكرارات		النسبة %	
		وكالة سطييف	وكالة جيغل	وكالة سطييف	وكالة جيغل
الجنس	ذكر	110	126	55	63
	أنثى	90	74	45	37
العمر	أقل من 25 سنة	33	26	16.5	13
	من 25 سنة إلى 35 سنة	100	82	50	41
	من 36 سنة إلى 45 سنة	45	54	22.5	27
	46 سنة فما فوق	22	38	11	19
المستوى التعليمي	متوسط	12	08	6	4
	ثانوي	66	58	33	29
	جامعي	70	90	35	45
	دراسات عليا	52	44	26	22
المهنة	موظف	100	92	50	46
	مهن حرة	40	42	20	21
	متقاعد	20	38	10	19
	بدون عمل	40	28	20	14
مدة الاشتراك	أقل من 1 سنة	30	24	15	12
	من 1 سنة إلى 3 سنوات	50	38	25	19
	3 سنوات فما فوق	120	138	60	69
المجموع		200		100	

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبيان باستعمال SPSS.

من الجدول السابق يظهر مايلي:

* **بالنسبة للجنس:** يلاحظ أن عينة الدراسة متنوعة بين الجنسين بالوكالتين، ونسبة الذكور هي الأعلى بما يعادل 63% بوكالة جيكل و 55% بوكالة سطيف من إجمالي عينة الدراسة.

* **بالنسبة للعمر:** الفئات العمرية لعينة الدراسة هي متنوعة، ولكن فئة الشباب التي يتراوح عمرها بين 25 و 35 سنة هي الأعلى بنسبة تعادل 41% بوكالة جيكل و 50% بوكالة سطيف.

* **بالنسبة للمستوى التعليمي:** نلاحظ أن المستوى التعليمي لعينة الدراسة متنوع، ولكن الفئة ذات المستوى الجامعي هي الأعلى بنسبة تعادل 45% بوكالة جيكل و 35% بوكالة سطيف.

* **بالنسبة للمهنة:** نلاحظ أن مهن عينة الدراسة متنوعة، ولكن الموظفين هي الأعلى بنسبة إذ تعادل 46% بوكالة جيكل و 50% بوكالة سطيف، وأدنى نسبة هي 10% لفئة المتقاعدين بوكالة سطيف كذلك.

* **بالنسبة لمدة الاشتراك:** نلاحظ أن مدة الاشتراك لعينة الدراسة متباينة، ولكن الفئة ذات الاشتراك الذي يفوق ثلاث سنوات هي الأعلى بنسبة تعادل 69% بوكالة جيكل و 60% بوكالة سطيف.

ب- تحليل إجابات العينة: بخصوص:

ب-1- الجزء الثاني بخصوص محور جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس (وكالة

جيكل)

يوضح الجدول الموالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لإجابات أفراد العينة حول مستوى جودة الخدمات المقدمة لهم:

الجدول رقم (02): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمختلف عبارات محور الجودة

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد			موافق	موافق بشدة		الرقم
			النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		النسبة %	التكرار	
عالية	1.181	4.10	05	10	10	20	05	10	30	60	50	100	1
عالية	0.802	4.06	04.5	9	09	18	07	14	32	64	47.5	95	
عالية	1.224	4.09	04	08	12.5	25	09	18	19.5	39	55	110	2
عالية	0.980	4.02	09	18	15	30	07.5	15	15	30	53.5	107	
عالية	1.109	4.02	02.5	05	15	30	-	-	42.5	85	40	80	3
عالية	0.758	4.12	04	08	06	12	-	-	45	90	45	90	
عالية جدا	0.491	4.60	-	-	-	-	-	-	40	80	60	120	4
عالية	0.656	4.04	-	-	04.5	09	05	10	46.5	93	44	88	
عالية	1.288	3.74	07	14	17	34	06	12	35	70	35	70	5
عالية	0.581	4.23	0.5	01	09	18	0.03	06	37.5	75	50	100	
عالية	0.500	4.52	-	-	-	-	-	-	74.5	95	52.5	105	6
عالية	0.723	4.21	-	-	05	10	-	-	39	78	56	112	
عالية	0.792	3.97	-	-	10	20	02.5	05	67.5	135	20	40	7
عالية	0.503	4.16	-	-	05.5	11	-	-	71.5	143	23	46	
عالية	0.904	3.73	-	-	16.5	33	05	10	65	130	13.5	27	8
عالية	0.971	3.87	-	-	12.5	25	-	-	78.5	157	09	18	

عالية	1.073	3.45	-	-	30	60	10	20	45	90	15	30	تتوفر المؤسسة على عدد كافي من منافذ الحصول على الخدمة.	9
عالية	0.825	4.02	03	06	15	30	-	-	60	120	22	44		
عالية جدا	0.485	4.62	-	-	-	-	-	-	38.5	77	61.5	123	اشعر بالأمان عند تعاملي مع المؤسسة	10
عالية	0.609	3.46	-	-	01.5	03	07.5	15	32.5	65	58.5	117		
عالية جدا	0.4781	4.65	-	-	-	-	-	-	35	70	65	130	أحظى بالاحترام والتقدير عند تعاملي مع مقدمي الخدمات.	11
عالية	0.610	4.12	-	-	-	-	0.5	01	40.5	81	59	118		
عالية	1.034	3.84	-	-	17.5	35	10	20	43.5	87	29	58	إدارة المؤسسة تضع مصلحة الزبائن في مقدمة اهتماماتها.	12
عالية	0.683	4.35	-	-	13.5	27	06	12	48	96	32.5	65		
عالية	1.081	3.73	-	-	25	50	-	-	51.5	103	23.5	47	مقدمو الخدمات بالمؤسسة لديهم قدرات عالية على فهم حاجات الزبون.	13
عالية	0.502	3.56	-	-	21	42	03	06	49.5	99	26.5	53		
عالية	0.827	4.17	02	4	05	10	-	-	60	120	33	66	المؤسسة تعلم زائنها بكل المعلومات حول خدماتها الجديدة.	14
عالية	0.610	4.05	-	-	11.5	23	05.5	11	57	114	26	52		
عالية	0.280	4.09											المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام	
عالية جدا	0.340	4.21												

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبيان باستعمال SPSS.

من الجدول السابق يظهر مايلي:

إن اتجاهات أفراد العينة نحو جميع العبارات تقع ضمن مجال التقييم العالي والعالي جداً؛ حيث أن المتوسط الحسابي لجميع العبارات أكبر من 3.40 إذ بلغ 4.09، والانحراف المعياري 0.280. هذا بوكالة جيجل، أما بوكالة سطيف فقد بلغ المتوسط الحسابي 4.21 والانحراف المعياري 0.340، أي أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن جاذبية المظهر الخارجي للمؤسسة وتوفرها على معدات وتجهيزات حديثة مما يجعل الخدمات التي يحصلون عليها خالية من الأخطاء، السرعة في الرد على الاستفسارات من طرف الموظفين... الخ، كما أبدى أفراد العينة موافقتهم على أنهم يحضون بالاحترام والتقدير الكبيرين عند تعاملهم مع مقدمي الخدمات بالوكالتين، ولكن بوكالة سطيف أحسن بالمقارنة مع وكالة جيجل.

ومما سبق يمكننا القول أن تقييم إدراكات أفراد العينة لمستوى جودة الخدمة المقدمة من طرف مؤسسة موبيليس (وكالة جيجل) يقع ضمن مجال التقييم العالي وبالنسبة لوكالة سطيف يقع ضمن مجال التقييم العالي جداً، مما يدل أن خدمات هذه الأخيرة تتلائم وتوقعات الزبائن وتلبي حاجاتهم، التزامها بالوقت والأداء كما تم الوعد به من قبل مما جعل الزبائن يشعرون بالأمان عند حصولهم على الخدمة، وأن مقدمو الخدمات لديهم قدرات عالية على فهم حاجات الزبائن، كما يتم الرد بسرعة على الاستفسارات والشكاوي المقدمة. وما ساعد على ذلك الجوانب الملموسة المتمثلة على وجه الخصوص في المظهر اللائق لمقدمي الخدمات والمظهر الخارجي للمؤسسة وتصميمها الداخلي بشكل يفوق نظيراتها وكالة جيجل.

ب-2- الجزء الثالث بخصوص محور الرضا حول الجودة الكلية للخدمات الفعلية

يوضح الجدول الموالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لإجابات أفراد العينة حول مستوى رضاهم عن جودة الخدمات المقدمة لهم:

الجدول رقم (03): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمختلف عبارات محور الرضا.

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الرقم	العبرة
			النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
عالية	1.004	3.79	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	تتبع المؤسسة مبدأ حماية مصالح الزبون والدفاع عنها.
عالية	1.073	3.97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54	
عالية	0.708	4.27	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75	الخدمات التي تقدمها المؤسسة بالاقارنة مع المنافسين تلي
عالية	1.260	3.85	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	70	حاجاتك ورغباتك.
عالية	1.017	3.83	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50	رسوم الاشتراك في الخدمات الجديدة
عالية	1.251	3.40	05	10	23.5	47	04	08	49.5	99	23.5	47	4	(3G,4G) تتناسب مع جودتها.
عالية	0.811	3.99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	الموقع الالكتروني للمؤسسة يحتوي على كل المعلومات
عالية	1.355	3.17	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	38	التي يحتاجها الزبون.
عالية	4.090	3.97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	65	البرامج الترويجية للمؤسسة واضحة وحذائية.
عالية	1.279	3.58	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	73	
عالية	0.985	3.73	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	تقدم المؤسسة خدمات تكميلية أخرى (تصليح أعطال،
عالية	1.30	3.65	07.5	15	18.5	37	05.5	11	48.5	97	16.5	33	7	الاستعلام...) مما يزيد من مستوى جودة خدماتها.
متوسطة	1.229	2.75	23.5	47	20	40	14	28	42.5	85	-	-	10	المؤسسة تأخذ بعين الاعتبار الشكاوي والملاحظات
عالية	1.130	3.67	16	32	32.5	65	07.5	15	39	78	05	10	7	التي يسجلها الزبون في السجلات المخصصة لذلك.
عالية	0.371	3.76												المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام
عالية	0.342	3.61												

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبيان باستعمال SPSS، وكالة جيحل

وكالة سطيف

من الجدول أعلاه يتضح لنا أن اتجاهات أفراد العينة نحو أغلب العبارات تقع ضمن مجال التقييم العالي؛ حيث أن المتوسط الحسابي لجميع العبارات أكبر من 3.40 إذ بلغ بوكالة جيكل (وهو الأعلى) 3.76 والانحراف المعياري 0.371، وبوكالة سطيف بلغ المتوسط الحسابي 3.61 والانحراف المعياري 0.342، مما يبين أن أفراد العينة يوافقون عن رضاهم عن الجودة الكلية للخدمات التي تقدمها الوكالتين، لكن مع تفوق قليل بالنسبة لوكالة جيكل من حيث تلبية رغباتهم، تناسب رسوم الاشتراك للخدمات الجديدة مع جودتها، توفر الموقع الإلكتروني للمؤسسة على مختلف المعلومات التي هم بحاجة إليها، ضف إلى ذلك جاذبية البرامج الترويجية والخدمات التكميلية المصاحبة لخدمها الجوهر.

ومما سبق يمكننا القول أن كلا الوكالتين تسعيان من وراء هذه الجهود إلى تحقيق رضا الزبائن والمحافظة عليهم من خلال ما تقدمه من خدمات وبرامج وإجراء التعديلات اللازمة، حتى تكون أكثر استجابة لاحتياجاتهم في ظل بيئة عالية المرونة خاصة المنافسة منها ونمو الوعي لديهم، على اعتبار أن تحقيق رضا الزبون هدفا رئيسيا من أهدافهما.

ج- اختبار الفرضيات

***الفرضية الأولى:** تتمثل في: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محددات جودة خدمات مؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف) ومستوى رضا زبائنها عند مستوى دلالة (0.05).

H₀: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين محددات جودة خدمات مؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف) ومستوى رضا زبائنها عند مستوى دلالة (0.05).

الجدول رقم (04): نتائج تحليل اختبار t-test لاختبار الفرضية الأولى.

الفرضية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T الجدولية	T المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوبة	القرار
H ₀	4.09	0.280	1.645	54.905	0.000	رفض
	4.21	0.340	1.645	62.127	0.000	رفض

وكالة جيكل وكالة سطيف

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبيان باستعمال

يظهر من الجدول أعلاه مايلي:

- بالنسبة لوكالة جيغل: المتوسط الحسابي لاتجاهات أفراد العينة بلغ 4.09 وانحراف معياري 0.280 هو اتجاه عالي، وقد بلغت قيمة (t) المحسوبة 54.905، وهي أكبر من قيمة (t) الجدولية 1.645، وأن مستوى الدلالة المحسوبة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد

(0.05). لذلك نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1).

- بالنسبة لوكالة سطيف: المتوسط الحسابي لاتجاهات أفراد العينة بلغ 4.21 وانحراف معياري 0.340 هو اتجاه عالي، وقد بلغت قيمة (t) المحسوبة 62.127، وهي أكبر من قيمة (t) الجدولية 1.645، وأن مستوى الدلالة المحسوبة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد

(0.05). لذلك نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1).

وكالة جيغل ووكالة سطيف من خلال ماتقومان به من أنشطة متنوعة تصميم داخلي

ملائم لطبيعة خدماتها، الاستعانة بالتكنولوجيا الحديثة، الاهتمام بمظهر مقدمي الخدمات، السرعة في الرد على الشكاوي والتساؤلات... الخ الغرض منه هو التحسين في مستوى جودة خدماتها وصولاً إلى إشباع مختلف حاجات ورغبات الزبائن على إختلاف طلباتهم وهو ما وفقنا فيه.

***الفرضية الثانية:** تتمثل في: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجودة الكلية للخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس (وكالة جيغل ووكالة سطيف) ورضا الزبائن عند مستوى دلالة (0.05).

H_0 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجودة الكلية للخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس (وكالة جيغل ووكالة سطيف) ورضا الزبائن عند مستوى دلالة (0.05).

الجدول رقم (05): نتائج تحليل اختبار t-test لاختبار الفرضية الأولى.

الفرضية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T الجدولية	T المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوبة	القرار
H_0	3.76	0.371	1.645	29.121	0.000	رفض
	3.61	0.342	1.645	18.721	0.000	رفض

وكالة جيغل وكالة سطيف

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبيان باستعمال SPSS

يظهر من الجدول أعلاه مايلي:

- بالنسبة لوكالة جيكل: المتوسط الحسابي لاتجاهات أفراد العينة بلغ 3.76 وانحراف معياري 0.371 هو اتجاه عالي، وقد بلغت قيمة (t) المحسوبة 29.121، وهي أكبر من قيمة (t) الجدولية 1.645، وأن مستوى الدلالة المحسوبة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)

لذلك نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1).

- بالنسبة لوكالة سطيف: المتوسط الحسابي لاتجاهات أفراد العينة بلغ 3.61 وانحراف معياري 0.342 هو اتجاه عالي، وقد بلغت قيمة (t) المحسوبة 18.721، وهي أكبر من قيمة (t) الجدولية 1.645، وأن مستوى الدلالة المحسوبة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05). لذلك نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1).

- الفرضية الرئيسية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف) ومستويات رضا الزبائن عند مستوى دلالة (0.05).

H_0 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف) ومستويات رضا الزبائن عند مستوى دلالة (0.05).

الجدول رقم (06): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية.

محتوى الفرضية	r	Sig	مستوى الدلالة	N	القرار
جودة الخدمات	0.214	0.002	0.005	200	رفض
رضا الزبون	0.375	0.003	0.005	200	رفض

وكالة جيكل وكالة سطيف

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبيان باستعمال SPSS

- بالنسبة لوكالة جيكل: من الجدول أعلاه نلاحظ أن $\text{Sig}=0.002 < 0.05$ وعليه نرفض الفرضية العدمية (H_0) ونقبل الفرضية (H_1)

وأن $r=0.214$ مما يدل على وجود علاقة ارتباط موجبة بين جودة الخدمات التي تقدمها الوكالة عند مستوى المعنوية 0.05 ورضا

الزبائن.

- بالنسبة لوكالة سطيف: من الجدول أعلاه نلاحظ أن $\text{Sig}=0.002 < 0.05$ وعليه نرفض الفرضية العدمية (H_0) ونقبل الفرضية (H_1) وأن $r=0.375$ مما يدل على وجود علاقة ارتباط موجبة بين جودة الخدمات التي تقدمها الوكالة عند مستوى المعنوية 0.05 ورضا الزبائن.

وما يمكن استخلاصه أن وجود اهتمام من طرف الوكالتين بمؤشرات الجودة من خلال تقديم خدمات تتلائم وتوقعات الزبائن، مما يمكنهما من الحفاظ على الزبائن الحاليين وكسب آخرين جدد كأحد المدخل الرئيسية لكسب مكانة سوقية مميزة وزيادة أرباحها.

الخاتمة:

لقد سعت هذه الدراسة للكشف عن دور جودة الخدمة في تحقيق رضا الزبون لدى مؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف) في تحقيق رضا زبائنهما، فبعد تحليل ومعالجة البيانات تم التوصل إلى النتائج التالية:

* اتجهت مؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف) إلى الاهتمام بجودة خدماتها لتحقيق رضا زبائنهما لمواجهة التحديات التي تواجهها؛

* إن التطورات الحاصلة في مجال المعلوماتية والاتصال سمحت بنمو الوعي لدى الزبون والمفاضلة بين الخدمات المعروضة من طرف مؤسستي نجمة وجيزي، وهو ما أدركته مؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف) من خلال التحسين في جودة خدماتها وقياس مستوى الرضا لدى زبائنهما؛

* توفر الموظفين بمؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف) على المعلومات المختلفة التي يحتاجها الزبون جعل هذا الأخير لا يتنقل بين الموظفين للحصول عليها، والخدمة المستفاد منها خالية من الأخطاء؛

* الخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس (وكالة جيكل ووكالة سطيف) ذات مستوى جودة عالية، وهذا ما تعكسه تقييم أفراد العينة لمختلف محاور الاستبيان الذي كان ضمن مجال التقييم العالي والعالي جدا؛

* من أكثر العناصر تأثيرا على جودة الخدمة لذا الزبون وبالتالي تحقيق رضاه هو الشعور بالأمان والثقة عند التعامل مع مقدمي الخدمة، بالإضافة إلى الالتزام بأوقات العمل وحسن المعاملة؛

*الزبون يربط مفهوم جودة الخدمة من وجهة نظره بقدرته مؤسسة موبيليس (وكالة جيغل ووكالة سطيف) على تقديم خدمات تتوافق وتوقعاته، وهذا ما تحقق بمعدلات عالية مما خلق انطباع ايجابي لديه ومنه تحقيق رضاه.

وعلى ضوء ما سبق يمكننا تقديم **التوصيات** التالية:

*نظرا لتغير بيئة المؤسسة الأمر يتطلب منها التحسين المستمر في جودة خدماتها لتحقيق أعلى درجات الرضا لدى الزبون؛

*التركيز على الأبعاد المختلفة للجودة لما لها من تأثير مباشر على رضا الزبون.

*إقامة دورات تدريبية تركز على المهارات السلوكية لمقدمي الخدمات للتعامل مع الزبائن المختلفين؛

قائمة المراجع:

أولاً: باللغة العربية

* الكتب:

- 1- جمال الدين لعويسات، إدارة الجودة الشاملة، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005.
- 2- عباس علاء، ولاء المستهلك: كيفية تحقيقه والحفاظ عليه، الدار الجامعية، مصر، 2009.
- 3- ريتشارد ويليامز، أساسيات إدارة الجودة الشاملة، ترجمة مكتبة جرير، الطبعة الأولى، الأردن، 1999.
- 4- مآدون الدراكة وآخرون، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.
- 5- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك، الطبعة الأولى، دار المناهج، الأردن، 2007.
- 6- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر، الأردن، 2005.

* الرسائل الجامعية:

- 7- بنشوري عيسى، دور التسويق بالعلاقات في زيادة ولاء الزبون-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالمديرية الجهوية (ورقلة)، مذكرة ماجستير، جامعة ورقلة، 2009.
- 8- رقاد صليحة، تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون (دراسة حالة مؤسسة البريد والمواصلات)، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008.
- 9- سعادي الخنساء، التسويق الإلكتروني وتفعيل التوجه نحو الزبون من خلال المزيج التسويقي، دراسة تقييمية لمؤسسة بريد الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006.
- 10- كشيدة حبيبة، إستراتيجية رضا العميل، مذكرة ماجستير، جامعة البليدة، 2005.
- 11- مزيان عبد القادر، أثر محددات الجودة على رضا العملاء (دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي)، مذكرة ماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2012.

*المجلات العلمية والمليقيات:

- 12- بريش عبد القادر ، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة حسبية بن بوعلي الشلف، الجزائر، العدد3، 2005.
- 13- بشير العلاق، التسوق عبر العلاقات المستدة للتكنولوجيا، ملتقى التسويق في الوطن العربي، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 15-16 أكتوبر 2002.
- 14- ناجي معلا، قياس جودة الخدمة المصرفية، مجلة العلوم الإدارية، الأردن ، المجلد25، العدد2، جوان1998.

*المواقع الالكترونية

15-<http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy>.

ثانيا- باللغة الفرنسية

*الكتب:

- 16- Daniel Ray, **Mesurer et Développer la satisfaction des clients**, 2^{ème} édition, édition d'organisation, Paris, 2001.
- Gerard taker, Michel lingbais, **Marketing des services**, édition de nord, 17-paris, 1992.
- 18- kotler et Dubois, **Marketing Management**, 10 édition, publié union, Paris, 2000.
- 19- Peelen et auters, **Gestion de la relation client**, 2^{ème} édition, Pearson éducation, Paris, 2006.
- 20- Pierre Eiglier, **Marketing et Stratégie des Services**, édition economica, Paris, 2004.
- 21- Richard Ladwin, **Le comportement de consommateur et de l'acheteur**, 2^{ème} édition , édition economica, Paris, 2003.

دور الطاقات المتجددة في تحقيق التنمية المستدامة

أ.موساوي رفيقة ، أستاذة مساعدة

المدرسة العليا للإدارة و التسيير - تلمسان

د.موساوي زهية ، أستاذة محاضرة

كلية العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية - تلمسان

الملخص :

يمثل موضوع الطاقات المتجددة أحد أهم المصادر الرئيسية للطاقة العالمية بخلاف الطاقة التقليدية ، باعتبار أنها طاقة نظيفة وغير ملوثة للبيئة مما يكسبها أهمية بالغة في تحقيق التنمية المستدامة، وهو ما نحاول إبرازه من خلال هذه الدراسة وذلك بتسليط الضوء على الدور الذي تلعبه الطاقات البديلة في تحقيق التنمية المستدامة، إضافة إلى تحليل واقع الاستثمار في الطاقات المتجددة في الجزائر

كلمات المفتاح : الطاقات المتجددة، المصادر الرئيسية ، التنمية المستدامة، الطاقات المتجددة في الجزائر.

Résumé :

Les énergies renouvelables représentent l'un des principales ressources de l'énergie mondiale contrairement à l'énergie traditionnelle.

L'énergie renouvelable est une énergie saine et elle ne présente aucun risque sur l'environnement ce qui lui donne une grande importance dans la réalisation du développement durable.

Nous allons mettre en exergue à travers cette étude, le rôle jouer par les énergies alternatives dans la réalisation du développement durable, ajoutant à cela, l'analyse de l'investissement de l'énergie renouvelable en Algérie.

Mots-clés : énergies renouvelables, principales ressources, développement durable, énergie renouvelable en Algérie.

مقدمة

تعتبر الطاقة مطلب ضروري للتطوير الاقتصادي و الاجتماعي المستدام اذ يعتبر توفيرها و الوصول إليها من القضايا الهامة على مستوى العالم ،خاصة في ظل الارتفاع المتزايد في أسعار النفط، لم يعد أمام الدول من خيار سوى البحث عن مصادر أخرى جديدة للطاقة، نظيفة ورخيصة، وبخاصة مع استمرار المخاوف من ظاهرة الاحتباس الحراري والتغيرات المناخية. ويشهد العالم اليوم دعوات و توجهات متزايدة وبخاصة في أوروبا وأمريكا للاستثمار في مصادر الطاقة المتجددة التي تبشر بآفاق اقتصادية واعدة في السنوات القليلة المقبلة. و أشار تقرير أصدرته شبكة سياسة الطاقة المتجددة للقرن 21 إلى أنه من الضروري أن تلعب الطاقة المتجددة دورا رئيسيا في إمدادات الطاقة العالمية، و ذلك من أجل مواجهة التهديدات البيئية و الاقتصادية للتغير المناخي التي تتزايد خطرا ، وهذا ما يؤكد بأن للطاقات المتجددة أهمية بالغة في حماية البيئة باعتبارها طاقة غير ناضبة و توفر عامل الأمان البيئي.

وفي هذا الإطار يمكن صياغة إشكالية هذه الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

كيف تعمل الطاقات المتجددة على تحقيق التنمية المستدامة؟

وكمحاولة منا للإجابة على هذا الإشكال سنتناول هذه الدراسة من خلال المحاور التالية:

المحور الأول: مفهوم الطاقات المتجددة وأهميتها.

المحور الثاني : ماهية التنمية المستدامة

المحور الثالث: الطاقات المتجددة وأثرها في تحقيق التنمية المستدامة

المحور الرابع : الاستثمار في الطاقات المتجددة في الجزائر

المحور الأول: مفهوم الطاقات المتجددة وأهميتها

1- مفهوم الطاقة المتجددة :

هي الطاقة المستمدة من الطبيعة من مورد لا ينفذ متجددة باستمرار تعتبر نظيفة نسبيا و غير ملوثة للبيئة ، كما أنها تلك الطاقات التي يتكرر وجودها في الطبيعة على نحو تلقائي ودوري ، كما تعرف الطاقة المتجددة بأنها الطاقة التي تولد من مصدر طبيعي لا ينضب وهي متوفرة في أي مكان على سطح الأرض ويمكن تحويلها بسهولة إلى طاقة ، تتميز الطاقات المتجددة بأنها أبدية وصديقة للبيئة، وهي بذلك على خلاف الطاقات غير المتجددة القابلة للنضوب الموجودة غالبا في مخزون جامد في الأرض لا يمكن الاستفادة منها إلا بعد تدخل الإنسان لإخراجها منه¹

2- أهمية الطاقة المتجددة :

إن الدافع الرئيسي الأول للبحث عن بدائل للطاقة التقليدية هو دافع بيئي، حيث أنه من أهم الآثار لاستعمال الطاقة التقليدية هي ظاهرة الاحتباس الحراري و على العكس للطاقة المتجددة أثر معروف في حماية البيئة ، نتيجة ما تحققه للتقليل من انبعاثات الغازات السامة ، اذ أنه من المتوقع أن تصل انبعاثات الغاز التقليدي 190 مليون طن من غاز ثاني أكسيد الكربون سنة 2017² .

وعليه يمكن إنجاز الأهمية المكتسبة لاستعمال الطاقة المتجددة في النقاط التالية :

- متوفرة بكثرة في جميع أنحاء العالم.
- تقلل الاعتماد على واردات الطاقة وتوفر بديلا محليا ذي قيمة.
- تمثل الأساس لإمداد الدول الصناعية والنامية بالطاقة بشكل مستدام.
- واحدة من الأسواق التي تشهد نموا معتبرا في العالم.
- اقتصادية في كثير من الاستخدامات وذات عائد اقتصادي كبير.

¹ قدي عبد المجيد، منور أوسير، محمد حمو، الاقتصاد البيئي، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، ص 133

² طالبي محمد، ساحل محمد، أهمية الطاقة المتجددة في حماية البيئة لأجل التنمية المستدامة، عرض تجربة ألمانيا، مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة قاصدي مرباح، ورقلة، العدد السادس 2008 ، ص

- مصدر محلي لا ينتقل، ويتلاءم مع واقع تنمية المناطق النائية والريفية واحتياجاتها.

- تتمتع مصادر الطاقة المتجددة بالديمومة و التجدد.

3 - مزايا استخدام الطاقات البديلة :

يمكن أن نورد منافع الطاقة المتجددة ، أدناه:

- تعتمد هذه الأنظمة على مصادر الطاقة المحلية المتوفرة في سائر الدول، ما يضمن بالتالي أمن الطاقة.

- موارد الطاقة مستدامة، ما يعني أنها لن تُستنفد أبداً أو تلحق الضرر بالبيئة المحلية أو الوطنية أو العالمية.

- هي موارد موثقة فالنظام الموزع لتوليد الطاقة من مجموعة متنوعة من المصادر المتجددة يوفر نظام طاقة أكثر متانة وأقل عرضة لانقطاع إمدادات الطاقة مقارنة بالأنظمة المركزية. فإن تعطل نظام واحد منها، لن تعيش المدينة بأكملها أو أحياناً الدولة ككل حالة من الطوارئ.

- لا تلوث هذه الموارد الهواء أو اليابسة أو البحر، في حين أن تلوث الهواء بفعل قطاعي النقل والطاقة قد حوّل العديد من المدن إلى مصدر خطر يهدد صحتنا.

- تقي الاقتصاديات من الأزمات التي تحدثها التقلبات في أسعار الوقود التقليدية. فالاعتماد على مصادر الطاقة المحلية المتجددة يمكن أن يحمي الاقتصاديات المحلية من مظاهر الفوضى الاقتصادية العارمة التي تنشأ عن تقلبات في الأسواق العالمية للسلع الأساسية مصدرها التخمينات.

- النظام الموزع من أنظمة توليد الطاقة المتجددة يبقى بمأمن عن أي هجوم، بمعنى أنه لن يشكل على الأرجح أهدافاً عسكرية. لكن حتى وإن حدث ذلك، ستكون النتيجة ضرراً بيئياً طفيفاً. في المقابل، تطرح مصانع الطاقة النووية والوقود الأحفوري اللامركزية الكبيرة مشاكل هامة في ما يتعلق بالأمن الوطني.

- تتميز هذه الأنظمة بوجودها على مقربة من المجتمعات التي تستخدمها، ما يوفر الحس بالقيمة والملكية الجماعية المشتركة ويعزز التنمية المستدامة.

- توفر أنظمة الطاقة المتجددة فرص عمل جديدة ونظيفة ومتطورة تكنولوجيا فالقطاع يشكل مزوداً سريع النمو للوظائف العالية الجودة؛ وهو يتفوق من بعيد في هذا السياق على قطاع الطاقة

التقليدية الذي يستلزم توافر رأسمال كبير.

4- عقبات استخدام الطاقة البديلة¹:

هذه الصورة الإيجابية لتطوير الطاقة المتجددة لا تلغي وجود عقبات تكنولوجية وبيروقراطية تواجه برامج التحول نحو الطاقة المتجددة منها:

- ✓ اعتماد اقتصاد الدول النفطية الكبير على مصادر الطاقة التقليدية مما يؤدي إلى تقليل الإندفاع نحو الطاقات المتجددة خوفا من التأثيرات السلبية على أسعار النفط .
- ✓ المساحات الكبيرة من الأراضي الواجب تخصيصها لمشروعات الطاقة الشمسية وطاقة الرياح الأمر الذي يتطلب برامج واضحة فيما يخص استخدامات الأراضي لهاته المشروعات.
- ✓ تنظيف منشآت الطاقات الشمسية من الغبار تحتاج إلى كميات كبيرة من المياه.
- ✓ تتطلب صناعات الطاقة المتجددة عناصر نادرة مثل الغاليوم، التيتانيوم، ولا يزال التنقيب عنها محدودا.
- ✓ ارتفاع رأس المال اللازم لمشروعات الطاقة المحددة مما يفرض الحاجة إلى مشاركة الاستثمار الأجنبي

5 - خصائص مصادر الطاقة البديلة :

- هي مصادر دائمة ذلك لأنها مرتبطة أساسا بالشمس و الرياح و المياه والطاقة الصادرة عنهم.
- مصادر الطاقة البديلة رغم ديمومتها على المدى البعيد إلا أنها لا تتوفر بشكل منتظم طول الوقت وعلى مدار الساعة، فهي ليست مخزونا جاهزا نستعمل منه ما نشاء متى نشاء فمصادر الطاقة البديلة تتوفر أو تختفي بشكل خارج قدرة الإنسان على التحكم فيها أو تحديد مقادير المتوفر منها، كالشمس وشدة الإشعاع.
- شدة الطاقة في المصادر البديلة ليست عالية التركيز، وبالتالي فإن استخدام هذه المصادر يتطلب استعمال العديد من الأجهزة ذات المساحات والأحجام الكبيرة، والواقع أن هذا هو أحد

¹ آفاق المستقبل، مجلة سياسية اقتصادية، مركز الإمارات للدراسات الإستراتيجية، العدد 02، أوت 2011، ص.36.

أسباب ارتفاع التكلفة الأولية لأجهزة الطاقة البديلة وهو ما يشكل في نفس الوقت أحد عوائق أمام انتشارها السريع.

● تتوفر أشكال مختلفة من الطاقة في مصادر الطاقة البديلة الأمر الذي يتطلب استعمال تكنولوجيا ملائمة لكل شكل من الطاقة البديلة فالطاقة الشمسية هي طاقة الموجات الكهرومغناطيسية المكونة لأشعة الشمس وتتجسد على الأرض بعدة أشكال منها الضوء والحرارة، أما الطاقة الهوائية ففي حركة الهواء نفسه وهي بذلك طاقة ميكانيكية.

● ضعف تركيز الطاقة في بعض المصادر البديلة والطاقة الشمسية بالذات يتفق مع كثافة الطاقة المطلوبة في العديد من نقاط الاستهلاك، وتوضح صحة هذه العلاقة وتبلور بشكل أفضل إذا ما اتبعت الإجراءات الكفيلة بتقليل الاستهلاك

6 - مصادر الطاقة البديلة :

أولا - الطاقة الشمسية : تتمثل في الضوء المنبعث من الشمس وفي الحرارة الناتجة عنها، حيث استطاع الإنسان تسخيرها منذ العصور القديمة، باستخدام مجموعة من وسائل التكنولوجيا التي تتطور باستمرار ؛ وتقدر كمية الإشعاع الشمسي الواصلة إلى الأرض ب 1,36 كيلو واط \ المتر المربع، وأن حوالي 50 % منها تنعكس في الفضاء و 15 % منها تنعكس على سطح الأرض و 35 % تمتص من قبل الهواء والماء والأتربة¹. وتتلخص خصائص الطاقة الشمسية في أكثر مصادر الطاقة المعروفة وفرة ؛ توفر عنصر السليكون اللازم لاستخدام الطاقة الشمسية بكميات كبيرة في الأرض؛ سهولة تحويل الطاقة الشمسية إلى معظم أشكال الطاقة الأخرى، مما يجعلها متعددة أوجه الاستخدام؛ تعتبر طاقة نظيفة و غير ملوثة، كما لا توجد مخلفات إنتاج ضارة؛ اختلاف شدة الإشعاع الشمسي من مكان لآخر، و من زمان لآخر. و ذلك بحسب موقع المنطقة من خط الاستواء.

وتحبط طاقة الشمس على هيئة إشعاعات كهرومغناطيسية ، حيث يكون حوالي 47% منها أشعة مرئية، ونحو 45 % منها أشعة تحت الحمراء، ونحو 8 % منها أشعة فوق البنفسجية وتنبعث طاقة الشمس بمعدل ثابت تقريبا يسمى بالثابت الشمسي ويقدر بنحو 1.35 كيلو

¹ مخلفي أمينة، " أثر تطور أنظمة استغلال النفط على الصادرات دراسة حالة الجزائر بالرجوع الى بعض التجارب العالمية"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم .الاقتصادية غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013 ، ص29

وات/م 2 ، ولا يصل من هذه الطاقة إلى الأرض إلا نحو % 70 ، منها وينعكس الباقي وهو 30 % إلى الفضاء مرة أخرى على هيئة موجات وإشعاعات¹

أن مصدر الطاقة في كل من الغذاء والوقود يرجع إلى الطاقة الشمسية بواسطة التمثيل الضوئي في النبات، فبهذه الطريقة يتحد ثاني أكسيد الكربون ببخار الماء، مع وجود مادة الكلوروفيل الخضراء كحافز للحصول على الكربوهيدرات اللازمة لنمو النبات وإثماره، وليس أنواع الوقود الأحفوري من البترول والغاز إلا بقايا من المواد العضوية الأخرى التي تغذت بها، تراكمت منذ ملايين السنين وتحولت بفعل الحرارة والضغط في باطن الأرض إلى أنواعها ومركباتها الحالية. ويتم استغلال الطاقة الشمسية، إما عن طريق استخدام الحرارة الشمسية لتسخين ناقل ما للحرارة لكي تستهلك هذه الحرارة إما مباشرة أو من أجل تحويلها إلى أشكال أخرى للطاقة .

ثانيا -الطاقة المائية : يعود تاريخ الاعتماد على المياه كمصدر للطاقة إلى ما قبل اكتشاف الطاقة البخارية في القرن الثامن عشر، حيث استخدم الإنسان مياه الأبار في تشغيل بعض النواعير التي كانت تستعمل لإدارة مطاحن الدقيق وآلات النسيج ونشر الأخشاب . أما اليوم، وبعد أن دخل الإنسان عصر الكهرباء، بدأ استعمال المياه لتوليد الطاقة الكهربائية . كما تشهد في دول عديدة مثل النرويج والسويد وكندا والبرازيل .ومن أجل هذه الغاية، تقام محطات توليد الطاقة على مساقط الأمطار، وتبنى السدود الاصطناعية لتوفير كميات كبيرة من الماء تضمن تشغيل هذه المحطات بصورة دائمة.

● أشكال الطاقة المائية :

أ-الطاقة الكهرومائية : فالمياه المتبخرة بفعل الشمس تتكاثف لتسقط مطرا تتكون منه الأنهار، وأستغلت طاقة الجاذبية الأرضية لمياه الأنهار في توليد الطاقة الميكانيكية والكهربائية خلال المائة عام الماضية، وهي تمثل حاليا حوالي 18 % من الطاقة الكهربائية المولدة في العالم ،وترجع أهمية هذه المصادر ليس لأنها طاقة متجددة باستمرار، ولا لأنها طاقة نظيفة فحسب بل لأنها تمثل جزءا متكاملًا من أفضل إستخدامات المصادر المائية ، وأيضا لأنها جزء هام من نظم توليد الطاقة الكهربائية الضخمة نظرا لمرونتها وإرتفاع درجة الإعتمادية في تشغيلها .ويبلغ إجمالي المصادر المالية

¹ المؤتمر الوطني العربي، التقنيات الحديثة للطاقة من أجل إزدهار البيئة ، عدد 67 - 68 ، سبتمبر 2005 ص 94-95

المستغلة والصالحة للإستغلال ما قيمته 2.2 مليون جيغاواط وبطاقة إنتاجية سنوية تبلغ 9.70 بليون ميغاواط ساعة

ب- طاقة التدرج الحرارية لمياه المحيطات :وهي الطاقة الكهربائية الناتجة من الفارق في درجات الحرارة بين طبقات OTEC مياه المحيط والتي يطلق عليها طاقة التدرج الحراري لمياه المحيطات وذلك من خلال دورة ديناميكية حرارية ، ذات كفاءة منخفضة جدا، وعلى أساس التباين ما بين مياه السطح والمياه العميقة.

ج- طاقة المد والجزر والأمواج. وقد أستخدمت ظاهرة المد والجزر في الولايات المتحدة الأمريكية منذ القرن السابع عشر لإنتاج طاقة محركة فقط لإدارة بعض طواحين الغلال، وقد نجحت كذلك فرنسا في إنشاء محطة كهربائية تعمل بطاقة المد والجزر في مدخل نهر السين، وبلغت قدرة هذه المحطة 240000 كيلووات ووصلت كفاءتها إلى 25% ومثل هذه المحطات لا يمكن إقامتها في أي مكان ومع ذلك تشهد محطات الطاقة المد والجزر حيوية كبيرة في بعض الدول، وهي تعد طاقة متجددة يجب إستغلالها في المستقبل،¹ ويرى الخبراء ان لها مستقبل في صناعة الطاقة

ثالثا - الطاقة الهوائية :

أدى تزايد دور الطاقات غير المتجددة في التقنية والتنمية الاقتصادية وارتفاع أسعارها خلال أواخر القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين إلى إعادة الاهتمام بالرياح كمصدر للطاقة وتعتبر طاقة الرياح صورة غير مباشرة من صور الطاقة الشمسية، حيث أن حركة الهواء هي نتيجة لفرق الضغط في الغلاف الجوي، ويسبب فرق الضغط تحرك الهواء من منطقة ذات ضغط مرتفع إلى أخرى منخفضة الضغط وينشأ فرق الضغط نتيجة اختلاف التأثيرات الحرارية للشمس التي تتحكم في درجة حرارة الأرض والتي تكون السبب في حدوث الرياح .حيث يمكن لهبوب الرياح أن يولد طاقة أكثر كثافة مما تولده أشعة الشمس تقدر ب 10 كيلووات/م مربع في العواصف الشديدة وما مقداره 25 كيلووات/م مربع عند هبوب الأعاصير، في حين أن الحد الأقصى للطاقة الناتجة عن الإشعاع الشمسي تقدر ب 1 كيلووات /م مربع، هذا في حين أن هبوب نسيم عليل بسرعة 18 كم في الساعة من شأنه أن يولد ما مقداره 0.075 كيلووات/م مربع²

¹ مكي البرادعي ، مذكرات في اقتصاد البترول ،جامعة القاهرة ، ص95

² Volker Quaschnig, Understanding Renewable Energy Systems, Earthscan publications, UK, First published 2005, P 181.

أما عن الدول العربية من أكثر المواقع ملائمة لاستغلال طاقة الرياح سلطنة عمان ومصر والمغرب، حيث تتوفر في بعض المناطق منها الرياح الملائمة على مدى 2500 ساعة/سنة وبسرعة تتراوح بين 8 إلى 11 متر/ثانية

ومع كل هذه الوفرة فإن استخدام هذا المصدر يواجهه صعوبات ومعوقات عدة ، مثل تباين سرعة الرياح واتجاهها من وقت لآخر، ومن مكان لآخر، بسبب حركة الأرض والشمس والتضاريس الجغرافية وعوامل أخرى ؛ الكلفة المرتفعة للإنتاج الكهرباء والمقدرة بأربعة أضعاف تكاليف الكهرباء بواسطة الطاقة التقليدية، حيث يحتاج هذا المصدر إلى مساحات واسعة .فعلى سبيل المثال يلزم 50 ألف طاحونة هوائية قطرها 56 مترا للإنتاج طاقة كهربائية تعادل مليون برميل من النفط الخام ؛ كما أن هذا النوع من الطاقة لا يتوفر إلا في بعض المواقع مع عدم استقرار ، إضافة إلى صعوبة حفظ الطاقة الكهربائية التي يمكن توليدها من هذا المصدر ومن ثم تتولد مشكلة التخزين.

المحور الثاني : ماهية التنمية المستدامة

1- مفهوم التنمية المستدامة :

حظي مفهوم التنمية المستدامة باهتمام دولي خلال عقد السبعينات في مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية البشرية عام 1987 ، والذي ركز أساسا على قضايا البيئة التي كانت واضحة بصورة كبيرة في الشمال وارتبطت بالتنمية الصناعية والنمو المتسارع لمعدلات الاستهلاك .ولم تحظى القضايا البيئية التي تهم الدول الأقل نموا بالاهتمام الكافي وخصوصا حاجتها إلى اقتصاد أكثر استقرارا وكذلك تحسين الأوضاع البيئية فيها، إلا أن الحاجة إلى الربط بين أهداف البيئة والتنمية أصبحت أكثر وضوحا، و لفت الانتباه إلى القيود التي فرض على النمو نتيجة النقص في الموارد الطبيعية مثل الثروات الطبيعية ومصادر الطاقة، كما انتشر الاهتمام بقضايا التنمية المستدامة في أدبيات العالم الثالث نتيجة تعثر الكثير من السياسات التنموية المطبقة فيه، والتي أدت إلى تفاقم المديونية الخارجية وتردي الإنتاجية وخصوصا في القطاع الصناعي، وكذلك اتساع الفجوة الاجتماعية في عدد كبير من الدول بل . والمجاعة وقلة التغذية في بعض الأحيان لدى الفئات الفقيرة التي ساءت أحوالها.

أن "فكرة التنمية المستدامة" تم التصديق عليها رسمياً في مؤتمر قمة الأرض الذي عقد في "ريو دي جانيرو" عام 1992م؛ حيث أدرك القادة السياسيين في هذا المؤتمر أهمية فكرة التنمية المستدامة، لا سيما أنهم قد أخذوا في اعتبارهم أنه ما زال هناك جزء كبير من سكان العالم يعيشون تحت ظل الفقر، وأن هناك تفاوتاً كبيراً في أنماط الموارد التي تستخدمها كل من الدول الغنية وتلك الفقيرة، إضافة إلى أن النظام البيئي العالمي يعاني من ضغوط حادة، كل هذه الأمور استدعت ضرورة إعادة توجيه النشاط الاقتصادي بغية تلبية الحاجات التنموية الماسة للفقراء ومنع حدوث أضرار سلبية من دورها أن تنعكس على البيئة العالمية، وبالفعل استجابت الدول سواء النامية أو الصناعية، واقترحت البلدان النامية صياغة ما يسمى عهد جديد من النمو لمعالجة قضايا الفقر والمشاكل التي تعاني منها الدول الأقل فقراً، وأما بالنسبة للدول الصناعية، فقد ارتأت ضرورة بذل الجهود المضنية من أجل زيادة الطاقة والمواد الفعالة والكافية إضافة إلى إحداث تحول في النشاط الاقتصادي لتخفيف حدة الثقل من على كاهل البيئة

كما تعرف بأنها " :التنمية التي تلبي احتياجات الأجيال الحالية بدون المساس بقدرات الأجيال المستقبلية لتلبية احتياجاتهم" تمت صياغة مفهوم التنمية للمرة الأولى من خلال تقرير مستقبلنا المشترك الذي صدر عام 1987 م عن اللجنة العالمية للتنمية والبيئة حيث كان مفهوم التنمية المستدامة مفهوم جديداً وثورياً في الفكر التنموي، إذ أنه وللمرة الأولى دمج ما بين الإحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والبيئة في تعريف واحد.

كما وردت عدة تعاريف للتنمية المستدامة منها.

- هي التنمية التي تفي بإحتياجات الحاضر دون الإضرار بقدرة أجيال المستقبل على الوفاء بإحتياجاتها الخاصة، وهي تفترض حفظ الأصول الطبيعية لأغراض النمو والتنمية في المستقبل.
- هي تنمية إقتصادية وإجتماعية متوازنة ومتناغمة، تعني بتحسين نوعية الحياة، مع حماية النظام الحيوي¹.
- هي تنمية إقتصادية وإجتماعية مستمرة، دون الإضرار بنوعية الموارد الطبيعية .التي تستخدم في الأنشطة وتعتمد عليها عملية التنمية

¹ نصر الدين، الطاقة والتنمية المستدامة، الجزائر مجلة النفط والتعاون العربي، عدد 118 ، سنة 2006 ، ص130

2-أهداف التنمية المستدامة¹:

تسعى التنمية الاقتصادية المستدامة من خلال آلياتها ومحتواها إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن تلخيصها فيما يلي :

أولاً- تحقيق رفاهية السكان: عمل التنمية المستدامة على التوفيق بين طرفي معادلة السكان / الموارد من أجل ضمان التوازن بينهما، من خلال ضبط معدلات النمو السكاني وزيادة معدل النمو الاقتصادي بوتيرة تتفوق على معدلات الزيادة السكانية، وبوتيرة بعيدة عن طاقة تحمل قاعدة الموارد الاقتصادية المتاحة مما يترتب عليه تزايد الأعباء الاقتصادية والاجتماعية الملقاة على عاتق الأجهزة المسؤولة عن الوفاء بحاجات ضغط الإنفاق الاجتماعي.

ثانياً- الحفاظ على قاعدة الموارد الطبيعية وتقليل التلوث: تركز التنمية المستدامة على العلاقة بين نشاطات السكان والبيئة من خلال التعامل مع النظم البيئية ومحتواها على أنها أساس حياة الإنسان، وتعد النفايات المتراكمة باختلاف مصادرها من أهم المشاكل التي تنتج عن عملية التنمية وتغرق مسارها في الوقت نفسه، وإلى هذا فإن تطوير التقانات والأساليب التي تهدف إلى تقليل النفايات ومنع التلوث يعد أحد أهداف التنمية المستدامة التي تضمن سلامة الصحة العامة والحفاظ على البيئة وصيانتها واستدامتها.

ثالثاً- الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية وتحديد طاقة استيعاب النظم البيئية: للبيئة قدرة على استيعاب التغيرات التي تطرأ عليها نتيجة تغير النشاط البشري، فإذا تعدت هذه التغيرات حدود الاستغلال والطاقة الطبيعية لهذه الأنظمة فإن النتيجة تكون في تبيد الأراضي والموارد الطبيعية وتهديد مستقبل الكون، فقد أريبت دراسة موسعة أجراها البنك الدولي على الموارد الطبيعية أن المفتاح الرئيسي لاستغلالها بطريقة مثلى ومستدامة يتمثل في استكمال قاعدة هذه الموارد بمؤسسات قوية ورأس مال بشري وتقانات تكنولوجية ومعرفية تسمح بالحفاظ على طاقة الأرض للجيل الحالي والأجيال المستقبلية.

¹ محمد سمير مصطفى، استراتيجيات التنمية المستدامة : مقارنة نظرية وتطبيقية، الموسوعة العربية للمعرفة من أجل التنمية المستدامة، المجلد الأول، الدار العربية للعلوم -ناشرون بموجب اتفاق مع منظمة اليونسكو والأكاديمية العربية للعلوم، الطبعة الأولى، بيروت، ص 2006 ص 447-453

رابعا :تحسين الأسواق وإحداث تغيير مناسب في حاجات وأولويات المجتمع؛ تغيب المؤسسات والأسواق

في كثير من الدول النامية ومن ثم تدعو الضرورة إلى بناء المؤسسات من أجل تصحيح اختلالات هذه الأسواق من خلال تحديد حقوق الأطراف المتعاملة في السوق من وجهة نظر حقوق الملكية التي تسمح بتحسين أوضاع الفقر وتشجيع التفاعل بين القوى الاجتماعية والاقتصادية والسياسية لإصلاح المؤسسات، والعمل على تغيير أنماط الاستهلاك والإنتاج المحففة في حق البيئة والبشرية معا.

المحور الثالث : الطاقات المتجددة وأثرها في تحقيق التنمية المستدامة

في تقرير صدر أخيراً عن برنامج البيئة التابع للأمم المتحدة، جاء فيه أن تزايد الاستثمارات في مجال الطاقة المتجددة حول العالم، سيساهم في إمداد العالم بربع ما يحتاجه من الطاقة النظيفة بحلول العام 2030 ، فقد أشار التقرير الى انه في قطاع طاقة الرياح والوقود الحيوي والطاقة الشمسية تم استثمار أكثر من 35 مليار دولار في عام 2006 أي أكثر بنسبة 43% عن عام 2005.

فالطاقات المتجددة تلعب دورا هاما في تحقيق التنمية المستدامة حيث ينعكس استخدام هذا النوع من الطاقات على الأبعاد الثلاث المكونة للتنمية المستدامة بشكل إيجابي و المتمثلة في الأبعاد اقتصادية ، الأبعاد الاجتماعية و الأبعاد البيئية ،سنبين مدى انعكاس استخدام الطاقات المتجددة على تحقيق هذه التنمية:

أولا : دور الطاقات المتجددة في تحقيق البعد الاقتصادي

أدى تزايد الطلب على الطاقة استجابة للتصنيع والتمدن و ثراء المجتمع إلى توزيع عالمي لاستهلاك الطاقة الأولية توزيعا شديدا التفاوت، فاستهلاك الفرد الواحد من الطاقة في اقتصاديات السوق الصناعية يعادل ثلاث أرباع الطاقة الأولية في العالم ككل¹، وتعتمد التنمية الاقتصادية على توافر خدمات الطاقة اللازمة سواء لرفع وتحسين الإنتاجية أو للمساعدة على زيادة الدخل المحلي من خلال تحسين التنمية الزراعية وتوفير فرص عمل خارج القطاع الريعي .ومن المعلوم أنه بدون

¹ تقرير اللجنة العالمية للبيئة والتنمية، ترجمة محمد كامل عارف، مستقبلنا المشترك، سلسلة عالم المعرفة، عدد 142 ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1978 ، ص 215

الوصول إلى خدمات طاقة ومصادر وقود حديثة يصبح توفر فرص العمل وزيادة الإنتاجية وبالتالي الفرص الاقتصادية المتاحة محدودة بصورة كبيرة. إذ أن توفر هذه الخدمات يساعد على إنشاء المشاريع الصغيرة وعلى القيام بأنشطة معيشية وأعمال خاصة، ويعتبر الوقود كذلك ضروريا للعمليات التي تحتاج إلى حرارة، ولأعمال النقل وللعديد من الأنشطة الصناعية، ويضاف إلى هذا أن واردات الطاقة تمثل حاليا أحد أكبر مصادر الديون الأجنبية في العديد من الدول الأكثر فقرا بالإضافة إلى دور مشاريع الطاقات المتجددة في استحداث فرص العامل الدائمة والتي يمكن عرضها فيما يلي¹:

- بروز مبادرات اقتصادية جديدة تتماشى مع التنمية المستدامة من خلال الحوافز التي تعزز أنماط أكثر استدامة من الاستهلاك والإنتاج على الصعيد الوطني، كما يمكن أن يساهم تشجيع القطاعات الجديدة غير الملوثة، ولاسيما خدمات وإنتاج المنتجات الملائمة للبيئة، والبحث عن البدائل الطاقوية غير التقليدية في تحويل توجه الأنشطة الاقتصادية باتجاه استحداث الوظائف في القطاعات المستدامة بيئي.
- بالنسبة للدول النامية تعتبر المشاريع المربحة الجديدة في القطاعات الاقتصادية المستدامة بيئي أقل شيوعا، ومع ذلك فإن البحوث والتنمية في التكنولوجيات الإيكولوجية وإدارة الموارد الطبيعية والزراعة العضوية وإيجاد الهياكل الأساسية وصيانتها، تقدم فرص حقيقية لعمل دائم ومستدام وتحويل دون تحمل تكاليف بيئية إضافية.
- تمكين سكان الريف من مصدر أو مصادر للطاقة المتجددة يساهم في تحفيز النشاط الاقتصادي الذي يترتب عنه تحسين الظروف المعيشية بتواز مع احترام للبيئة وتوطين لهؤلاء السكان بأراضيهم، يعتبر رهانا هاما على صناع القرار في الدول النامية.

ثانيا :الطاقات المتجددة والبعد الاجتماعي للتنمية المستدامة

تتضمن القضايا الاجتماعية المرتبطة باستخدام الطاقة التخفيف من الفقر، وإتاحة الفرص أمام المرأة، والتحول الديمغرافي والحضري، إذ يؤدي الوصول المحدود لخدمات الطاقة إلى تهميش الفئات الفقيرة وإلى تقليل قدرتها بشكل حاد على تحسين ظروفها المعيشية؛ فحوالي ثلث سكان العالم لا

¹ تقرير مكتب العمل الدولي، تعزيز التنمية المستدامة لتحقيق سبل عيش مستدامة، البند الثاني من جدول الأعمال،

الدورة 294 ، جنيف، نوفمبر 2005، ص 3

تصل إليهم مصادر الطاقة الضرورية، بينما تصل إلى الثلث الآخر بصورة ضعيفة، كما أن اعتماد سكان المناطق الريفية على أنواع الوقود التقليدية في التدفئة والطهو له تأثيرات سلبية على البيئة وعلى صحة السكان. وبالإضافة إلى ذلك ما زال هناك تباين كبير بين الدول المختلفة في معدلات استهلاك الطاقة، فالدول الأكثر غنى تستهلك الطاقة بمعدل يزيد 25 ضعفا لكل فرد مقارنة بالدول الأكثر فقرا¹

- ان الاعتماد على مصادر الطاقات الجديدة والمتجددة كالسخان الشمسي والخلايا الضوئية، وعمليات تدوير المخلفات الزراعية وتحويلها إلى سماد عضوي يساهم في القضاء على البطالة و القضاء على الفقر وفي الحفاظ على الموارد المالية والمادية من المهدر.

- يساهم استعمال الطاقة الشمسية في المناطق النارية للتدفئة الحرارية أو لتوليد الكهرباء بالبخار أو تخفيف المحاصيل في فك عزلة المناطق النارية واكتساب العديد من الخبرات والمهارات ومنه المساهمة في تحقيق التنمية المحلية²

- تحتاج مشاريع البنى التحتية كالمرافق الصحية والمستشفيات والمدارس خاصة في المناطق النائية والصحراوية المعزولة إلى مصادر تمويلية ضخمة، ولكن إذا ما تم تصميمها بتقنيات البناء الخضراء حيث تستمد طاقتها من مصادر الطاقات المتجددة (شمس، رياح، مياه، وغيرها)، فمن شأنها أن تقلل من تكاليف الربط بالطاقة وتكاليف صيانة الأسلاك وتشيد المحطات التقليدية، ومن شأنها كذلك أن تعمل على تحفيز الاستثمار في هذا المجال، وتساهم في توزيع الفرص العادلة بين جميع ولايات البلد الواحد

ثالثا: الطاقات البديلة والبعد البيئي: يعد الانعكاس السلبي للطاقات التقليدية عن البيئة أهم الأسباب التي دفعت بدول العالم للبحث عن طاقات بديلة كفيلة بإصلاح ما أفسدته الطاقات التقليدية و على الأقل التخفيف من حدته.

¹ تقرير اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، الطاقة لأغراض التنمية المستدامة في المنطقة العربية: إطار العمل، السكرتارية الفنية لمجلس. الوزراء العرب المسؤولين عن شؤون البيئة، برنامج الأمم المتحدة للبيئة، المكتب الإقليمي لغربي آسيا، ص 5

²، عدلي عماد الدين، دور المجتمع المدني في ترشيد وتحسين كفاءة الطاقة: آفاق جديدة ومتجددة، الشبكة العربية للبيئة والتنمية، RAED 2011، ص. 12، www.raednetwork.org على موقع المنظمة

في ظل التغيرات المناخية الواضحة التي يشهدها العالم، ينبغي التفكير جدياً في تقليل انبعاث غازات الاحتباس الحراري الناتجة من استخدام مصادر الطاقة الأحفورية والتي لها صلة وثيقة بهذه التغيرات المناخية. ولهذا كله وبسبب إمكانية نضوب البترول والغاز بعد سنوات لا تتجاوز القرن كما يؤكد الكثير من الباحثين، أصبح لزاماً التوجه إلى الطاقة البديلة النظيفة التي لا تنضب بأشكالها المتعددة. ولأن أنظمة الطاقات المتجددة تعتمد على مصادر الطاقة المحلية المتوفرة في سائر الدول فهي تعتبر مصدر إمداد آمن، لا يمكن أن يستنفذ ولا يلحق الضرر بالبيئة، في حين أن تلوث الهواء بفعل قطاعي النقل والطاقة قد حول العديد من المدن إلى مصدر خطر يهدد الصحة العامة.

إن أهم التحديات التي تواجه التنمية المستدامة، هي تحسين نوعية الحياة، و الإدارة المثلى للموارد الطبيعية، و ذلك بالتركيز على المحافظة على خدمات الموارد الطبيعية و نوعيتها، من خلال التشجيع على إتباع أنماط إستهلاك متوازنة دون الإفراط في الاعتماد على مورد واحد. وهناك دور أساسي تلعبه الطاقة في تحقيق التنمية المستدامة.

المحور الرابع : الاستثمار في الطاقات المتجددة في الجزائر

تقود الجزائر خطة جديدة مكثفة لتطوير إستثماراتها في الطاقة المتجددة فخلال العشرين سنة المقبلة، تأمل إنتاج كميات من الكهرباء من مصادر الطاقة المتجددة بنفس القدر الذي تنتجه حالياً من مصانعها للطاقة التقليدية الغاز الطبيعي والنفط وهذا وتعمل الجزائر على تفعيل إستخداماتها من الطاقة المتجددة مع شركات أجنبية فعالة من أجل مساعدتها على القيام بأنجاز مشاريعها والإستغلال الأمثل لموارد الطاقة المتجددة في البلد.

- السياسات الوطنية لتطوير الطاقات المتجددة :

لقد وضعت السياسات الوطنية لتطوير الطاقات المتجددة ضمن إطار قانوني ونصوص تنظيمية، حيث تمثلت النصوص الرئيسية في : قانون التحكم في الطاقة، قانون ترقية الطاقات المتجددة في إطار التنمية المستدامة إلى جانب قانون الكهرباء والتوزيع العمومي للغاز، وترتكز هذه السياسات على مجموعة من الهيئات والمؤسسات الاقتصادية، بحيث تهتم كل واحدة منها، في حدود اختصاصها، بتطوير الطاقات المتجددة، ويتم تنفيذ هذه السياسة عبر مجموعة من

المنظمات والمؤسسات الاقتصادية ومراكز البحث مثل¹: المركز الوطني لتطوير الطاقات المتجددة CDER ، وحدة البحث في الطاقات المتجددة بالمنطقة الصحراوية URERMS ، وحدة البحث في الطاقات المتجددة URAER ، وحدة تطوير المعدات الشمسية UDES ، وحدة تطوير تكنولوجيات السليسيوم UDTs ، وحدة البحث في معدات الطاقة المتجددة بجامعة تلمسان URMER

تنطلق الجزائر في مسار الطاقة المتجددة وذلك من اجل إيجاد حلول شاملة ومستدامة لتحديات البيئة، وإشكالية المحافظة على الطاقة الاحفورية، وتستند هذه الاختيارات الإستراتيجية على الإمكانيات الهائلة للجزائر للطاقة الشمسية (الطاقة الشمسية الضوئية والطاقة الشمسية الحرارية)، التي تمثل المحور الأساسي للبرنامج، حيث من المنتظر الوصول إلى 37 % من إنتاج الكهرباء بحلول 2030 يكون عن طريق الطاقة الشمسية، ويهتم البرنامج أيضا بالطاقة الهوائية التي تمثل المحور الثاني حيث يقدر أن تشارك بما نسبته 3 % من إنتاج الكهرباء سنة 2030

من بين الانجازات التي تم تحقيقها على كل التراب الوطني، نذكر ما يلي:

- الحقل الشمسي بحجم 169440 تيراواط/ساعة سنويا . ويصل المعدل السنوي للطاقة الشمسية المستقبلية إلى 1700 كيلو واط/س للتر المربع الواحد سنويا بالمناطق الساحلية وفي مناطق الهضاب العليا، بينما 2650 في الصحراء.
- إنشاء شركة مشتركة بين كل من سونطراك، سونلغاز ومجموعة سيم، يتعلق الأمر ب ، نيو اينارجي ألجيريا " NEAL " المؤسسة سنة 2002 وتمثل مهمتها في تطوير الطاقات المتجددة في الجزائر على المستوى الصناعي
- دشنت الجزائر في 14 جانفي 2011 محطة لتوليد الكهرباء تعمل بالغاز والطاقة الشمسية بمنطقة (حاسي الرمل) جنوبي العاصمة الجزائرية في إطار الشراكة بين شركة (نيال) الجزائرية والشركة الاسبانية (أينير) لاستثمار نحو 350 مليون او رو، حيث أكبر حقل غازي في إفريقيا، وتبلغ إنتاج هذه المحطة 150 ميغاوات منها 120 ميغاوات يتم إنتاجها بواسطة الغاز و 30 ميغاوات عن طريق الطاقة الشمسية وهي متصلة بالشبكة الكهربائية

¹ دليل الطاقات المتجددة، إصدار وزارة الطاقة والمناجم، طبعة 2007 ص 35

الوطنية .وتغطي المحطة مساحة 64 هكتارا حيث يوجد بها 224 جامع للطاقة الشمسية يبلغ طول كل واحد منها 150 مترا.

● تمكنت مؤسسة سونلغاز من ربط 1000 عائلة في 20 قرية منتشرة في 4 ولايات صحراوية جنوب الجزائر بالكهرباء الشمسية بعد أن تم تزويد مساكنهم بالعتاد اللازم لاستغلال الطاقة الشمسية.

● أبرمت الجزائر العديد من عقود الشراكة مع الجانب الأوروبي، من بينها مذكرة تفاهم مع الجانب الألماني حول الطاقة المتجددة وحماية البيئة في 2009

● تعمل الجزائر حاليا في إطار شراكة علمية مع ألمانيا على انطلاق عملية إنجاز أكبر برج عالمي للطاقة الشمسية بالمدينة الجديدة سيدي عبد الله غرب العاصمة الجزائرية بحوالي 35 كيلومترا، وقد تم التوقيع بهذا الشأن على عقد اتفاق تعاون وشراكة من قبل المديرية العامة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي بالجزائر مع الشريك الألماني لإعداد الدراسة والتصميم المتعلقين بهذا الصرح العلمي الكبير الذي سيسمح بإنتاج ما يسمى بكهرباء الطاقة الشمسية.

● بالنسبة للطاقة المائية، فنسبة قدرات الري لحظيرة الإنتاج الكهربائي هي حوالي 286 جيغاواط، وترجع هذه الاستطاعة للعدد غير الكافي لمواقع الري والى عدم استغلال مواقع الري الموجودة.

اما المشاريع التي ما زالت قيد الانجاز , فنذكر ما يلي:

➤ قررت الحكومة الجزائرية تعليق مشاركتها في مشروع سونلغاز-ديزرتيك للطاقة المتجددة حتى العام 2013 ، لحين موافقة ديزرتك الألمانية على شروط الحكومة.

➤ مصنع الصفائح الكهرو-ضوئية مؤجل بعدما كان مرتقبا دخوله نطاق الخدمة في ديسمبر

2011، جرى تأجيله ، بسبب العراقيل الكثيرة التي واجهت تجسيده وقد أنفق فيه

الكثير من الجهد والمال، ومع تباطؤ الممولين في تسليم التجهيزات اللازمة، ما يجعل إنتاج

أولى الصفائح الكهرو -ضوئية مؤجلا إلى إشعار غير معلوم ، وهذا المصنع يمكنه أن

يستحدث 200 ألف منصب شغل 100 ألف في مجال الإنتاج الوطني و 100 ألف

منصب شغل آخر في التصدير

➤ تقرر تشييد أول مزرعة رياح بالجزائر، بطاقة تقدر ب 10ميغاواط بأدرار؛ ولقد وكلت مؤقتا للمجمع ل CEGELEC مشترك بين فرنسا والجزائر، إذ اقترح أفضل عرض في المناقصة المفتوحة بخصوص هذا المشروع.

- النقائص و الصعوبات للاستثمار في الطاقات البديلة :

➤ ارتفاع التكلفة الرأسمالية لمشروعات الطاقة المتجددة مع قصور آليات التمويل، إضافة الى الاعتقاد الخاطئ بأن الاستثمار في مثل هذه المشروعات يمثل مخاطرة مالية على الرغم من كونها طاقة تحافظ على البيئة.

➤ إن إنتاج واستخدام التكنولوجيات المتقدمة في إنتاج الطاقة يحتاج إلى تضافر جهود عدد كبير من الشركاء منهم شركات التصنيع والمستخدمين، والسلطات التشريعية والتنفيذية ذات الصلة والبحث العلمي وغيرها، كما يجب تحديد الأدوار وخطط التنفيذ ووضع نظام إداري متكامل للتنسيق بين هذه الأطراف من أجل الوصول إلى إنتاج الطاقة من مصادر متجددة، و هو ما تفتقر اليه الجزائر

➤ نقص الطاقات الفنية والتقنية اللازمة من اجل تطبيق تكنولوجيا الطاقة المتجددة، وهذا ما يحول دون انتشارها، فهي تحتاج إلى دراسات دقيقة للقدرات المحلية في التصنيع وما تتطلبه إجراءات تصنيع مكونات ومعدات الطاقة المتجددة ومدي توافر الأيدي العاملة.

➤ إن قلة الاهتمام باستخدام المصادر المتجددة لإنتاج الطاقة والفهم الخاطئ لطبيعة عمل وتطبيقات تكنولوجيات الطاقة المتجددة من قبل الأطراف المعنية والمجتمع بأسره يشكل عائقا كبيرا نحو الاعتماد على المصادر المتجددة في إنتاج الطاقة، وهنا يبرز دور الإعلام والتوعية للدفع نحو تأهيل الأفراد والمجتمع نحو مفهوم صحيح لإنتاج الطاقة من مصادر نظيفة وصديقة للبيئة، الأمر الذي يساعد علي توضيح الحقائق الاقتصادية والبيئية والفنية في هذه المجالات.

➤ لا زالت الجزائر تعتمد على النفط بشكل أساسي في إنتاج الطاقة رغم خاصية نضوبه وهذا يؤثر سلبا على التحول إلى الطاقات البديلة التي قد تساهم بشكل كبير في الحفاظ على هذه الثروة، فهي احد مفاتيح التنمية المستدامة لأنها تتوافق مع الشروط البيئية والاقتصادية والاجتماعية.

➤ إن استخدام الطاقة المتجددة في الوهلة الأولى قد يوحي لنا بأنها تتعارض مع التنمية الاقتصادية بسبب ارتفاع التكاليف الأولية لها، لكن الحقيقة غير ذلك بل هي إحدى دعائم التنمية الاقتصادية.

الخاتمة:

لقد أصبح هناك ضرورة وحاجة حقيقية للتوجه نحو تطوير واستغلال مصادر الطاقة المتجددة المتوفرة في عالمنا ، وتشجيع وتسهيل النشاطات الواعدة خاصة في قطاعي الطاقة الشمسية والرياح حيث يعدان من أسرع مصادر الطاقة نمواً وجذباً للاستثمارات في الوقت الحالي، مع الاهتمام بدراسة التحديات الجغرافية والمناخية التي من الممكن أن تواجه استخدام مصادر الطاقة البديلة ، وتوفير الموارد المالية اللازمة لإجراء البحوث والدراسات العلمية الدقيقة في هذا المجال ، والاستفادة من تجارب الدول المتقدمة لاستخدام مصادر الطاقة المتجددة كما أنها وسيلة لنشر المزيد من العدالة في العالم بين دول العالم الغني و دول العالم الفقير بالإضافة إلى أنها ليست حكراً على الذين يعيشون اليوم فالحد الأقصى من استعمال الشمس و الرياح اليوم لن يقلل من فرص الأجيال القادمة بل على العكس فعندما نعتمد على الطاقة المتجددة سنجعل مستقبل أولادنا و أحفادنا أكثر أماناً فالطاقة المتجددة بأنواعها تعتبر بالفعل الأمل في توفير الطاقة في المستقبل من ناحية لأنها لا تنضب ومن ناحية أخرى لأنها غير ملوثة للبيئة بالإضافة إلى ذلك فإن تطبيق التقنيات الحديثة لتوليد هذه الأنواع من الطاقة سيوفر فرص عمل متعددة للشباب وبالتالي يفترض في الجزائر تكثيف الاهتمام بهذا المجال من خلال :

- وضع إطار تشريعي سليم وإجراءات صارمة لدعم برامج الطاقة المتجددة ليتم انجازها في الوقت المحدد لها
- إنشاء مراكز تكوين في الطاقات المتجددة لتأهيل كوادر ومهارات مقتدرة خصوصا في مجال تكنولوجيا الطاقة الشمسية بدلا من استيرادها من الخارج
- تشجيع التعاون مع الدول المتقدمة في هذا المجال للاستفادة من خبراتها
- دعم الشراكة بين القطاع العام والخاص والتعاون مع الجامعات ومراكز البحث المتخصصة لقيادة التنمية في مجال الطاقة المتجددة
- القيام بعملية توعية واسعة لإدراك أهمية الطاقة المتجددة وذلك عن طريق وسائل الإعلان التي تستهدف كل الفئات ليس فقط المستثمرين والمؤسسات الاقتصادية
- دعم الدولة لهذا النوع من المشاريع من خلال امتيازات مالية أو جبائية ، التي تدعم بشكل قوي نجاح هذه المشاريع، وفرض غرامات وعقوبات على المشاريع الملوثة للبيئة.

قائمة المراجع:

- 1- قدي عبد المجيد، منور أوسرير، محمد حمو، الاقتصاد البيئي، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
- 2- طالي محمد، ساحل محمد، أهمية الطاقة المتجددة في حماية البيئة لأجل التنمية المستدامة، عرض تجربة ألمانيا، مجلة الباحث، كلية العلوم. الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة قاصدي مرباح، ورقلة، العدد السادس 2008 .
- 3- آفاق المستقبل، مجلة سياسية اقتصادية، مركز الإمارات للدراسات الإستراتيجية، العدد 02، أوت 2011
- 4- مخلفي أمينة، " أثر تطور أنظمة استغلال النفط على الصادرات دراسة حالة الجزائر بالرجوع الى بعض التجارب العالمية "، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم. الاقتصادية غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013 .
- 5- المؤتمر الوطني العربي، التقنيات الحديثة للطاقة من أجل ازدهار البيئة ، عدد 67 - 68 ، سبتمبر 2005
- 6- القاهرة ، جامعة البترول اقتصاد في مذكرات ، البرادعي منى
- 7- Volker Quaschnig, Understanding Renewable Energy Systems, Earthscan publications, UK, First published 2005, P 181.
- 8 -نصر الدين، الطاقة والتنمية المستدامة، الجزائر مجلة النفط والتعاون العربي، عدد 118 ، 2006
- 9- محمد سمير مصطفى، استراتيجيات التنمية المستدامة : مقارنة نظرية وتطبيقية، الموسوعة العربية للمعرفة من أجل التنمية المستدامة، المجلد الأول، الدار العربية للعلوم -ناشرون بموجب اتفاق مع منظمة اليونسكو والأكاديمية العربية للعلوم، الطبعة الأولى، بيروت، ص 2006 .
- 10- تقرير اللجنة العالمية للبيئة والتنمية، ترجمة محمد كامل عارف، مستقبلنا المشترك، سلسلة عالم المعرفة، عدد 142 ، المجلس الوطني للثقافة و الفنون والآداب، الكويت، 1978 .
- 11- تقرير مكتب العمل الدولي، تعزيز التنمية المستدامة لتحقيق سبل عيش مستدامة، البند الثاني من جدول الأعمال، الدورة 294 ، جنيف، نوفمبر. 2005.
- 12- تقرير اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، الطاقة لأغراض التنمية المستدامة في المنطقة العربية: إطار العمل، السكرتارية الفنية لمجلس . الوزراء العرب المسؤولين عن شؤون البيئة، برنامج الأمم المتحدة للبيئة، المكتب الإقليمي لغربي آسيا.
- 13- عدلي عماد الدين، دور المجتمع المدني في ترشيد وتحسين كفاءة الطاقة: آفاق جديدة ومتجددة، الشبكة العربية للبيئة والتنمية، الموقع الالكتروني:

www.raednetwork.org

- 14- دليل الطاقات المتجددة، إصدار وزارة الطاقة والمناجم، طبعة 2007.

السوق المالي (البورصة) في ظل تطبيق النظام المحاسبي المالي - واقع وآفاق -

أ. لصنوني حفيظة، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم

أ.د. بشوندة رفيق، جامعة الجيلاي اليابس - سيدي بلعباس

الملخص:

نظرا للأزمة الاقتصادية والخلل في التسيير عرفت الجزائر عدة تحولات جعلها تسارع في القيام بإصلاحات لتحرير الاقتصاد وتهيئة المحيط، فرأت السلطات العمومية أنه من المفيد الانتقال إلى نظام اقتصاد السوق من خلال تبني النظام المحاسبي المالي ومن خلال إنشاء بورصة الجزائر التي يمكن أن تساهم في توجيه الاستثمار وتنشيطه وإعطائه قوة دفع أكبر وشمولية أعم.

الكلمات المفتاحية: البورصة، النظام المحاسبي المالي، الشركات المدرجة في البورصة، الأسهم والسندات.

Résumé:

En raison de la crise économique et le défaut de la gestion; Algérie a vu plusieurs changements font accélérer les réformes pour libéraliser l'économie et de créer un environnement, les pouvoirs publics ont vu la transition utile à un système d'économie de marché grâce à l'adoption du système comptable financier et par la mise en place de l'Algérie Bourse, qui peut contribuer à l'investissement direct et la revitalisation et de donner une plus grande impulsion et l'exhaustivité en général.

Mots-clés: La bourse; système comptable financier; les sociétés cotées, actions et obligations.

مقدمة:

نظرا للأزمة الاقتصادية التي تعيشها الجزائر والخلل في التسيير بسبب هيمنة القطاع العام وتذبذب وتيرة النمو الاقتصادي، عرفت الجزائر عدة تحولات ما جعلها تسارع في القيام بإصلاحات لتحرير الاقتصاد وتهيئة المحيط، ورغبة منها في ربح الوقت رأت السلطات العمومية أنه من المفيد الانتقال إلى نظام اقتصاد السوق، وهذا ما حدث فعلا من خلال إنشاء بورصة الجزائر التي يمكن أن تساهم في توجيه الاستثمار وتنشيطه وإعطائه قوة دفع أكبر وشمولية أعم.

وبما أن البورصة تعتبر بمثابة المرآة الحقيقية التي تعكس حقيقة الأوضاع الاقتصادية للدولة وحقيقة أوضاع الشركات المقيدة بها يمكن طرح التساؤل التالي:

ما هو واقع البورصة في ظل تبني النظام المحاسبي المالي وما مدى قدرة هذا الأخير في تنشيطها وتفعيل حركتها؟

وللإجابة على هذا الإشكال قمنا بتقسيم هذا البحث إلى النقاط التالية:

- I. بورصة الجزائر ومراحل إنشائها "Société du Valeur Mobile":
- II. مقاييس قبول شركة ما في البورصة.
- III. الشركات المدرجة في بورصة الجزائر.
- مؤشرات الشركات المدرجة في بورصة الجزائر من سنة 2011 إلى غاية 2016.
- الامتيازات الممنوحة للشركات المدرجة من قبل بورصة الجزائر.
- آفاق بورصة الجزائر من خلال تفعيل مشروع إنعاش البورصة
- IV. النظام المحاسبي المالي الجديد.
- مفهوم النظام المحاسبي المالي.
- واقع تطبيق النظام المحاسبي المالي في بورصة الجزائر.
- أسباب توجه الجزائر نحو هذا النظام والتي تساعد في بناء سوق مالي قوي وشفاف.
- الامتيازات التي يقدمها النظام المالي المحاسبي للشركات المدرجة بالبورصة.

I. بورصة الجزائر ومراحل إنشائها:

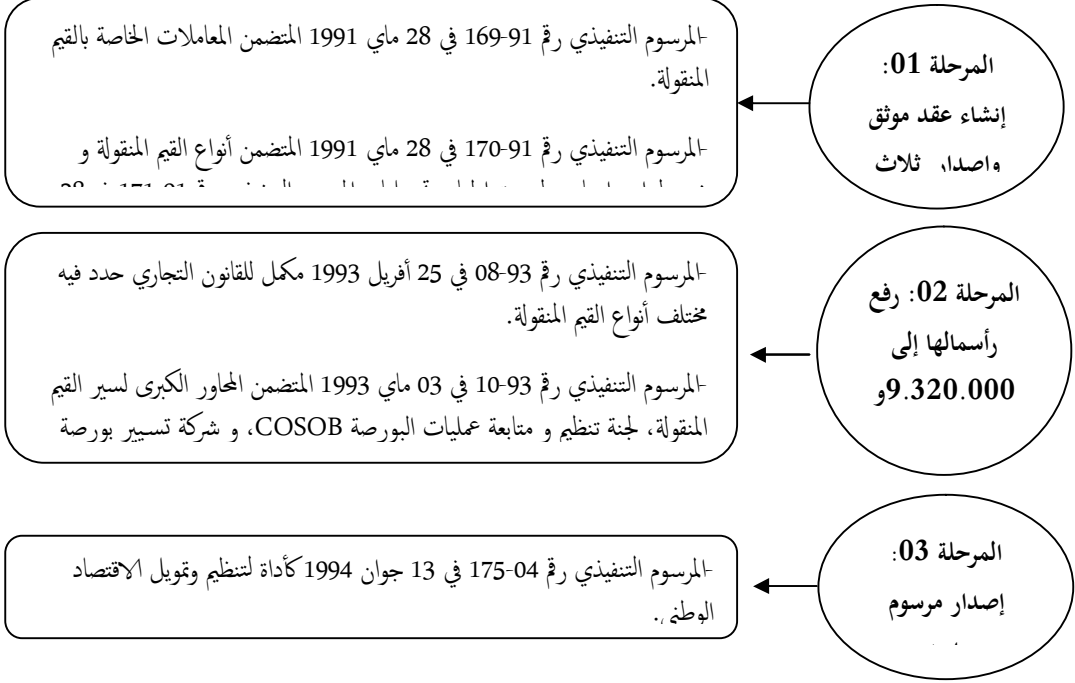
تم إنشاء هذه البورصة في 9 سبتمبر 1990 برأسمال إجمالي قدره 320.000 دج تحت اسم " شركة القيم المنقولة "SVM"¹، استنادا للمادة 01 من القانون رقم 03-88 الصادر بتاريخ 02 جانفي 1988، ليتم في فترات لاحقة باستبدال هذه التسمية باسم "بورصة القيم المنقولة" BMV" قبل أن يصل رأسمالها إلى 9.32 مليون دج،² حيث كان الافتتاح الرسمي والفعلي لها يوم 17 ديسمبر 1997 بمقر الغرفة الوطنية للتجارة بالجزائر العاصمة.

بدأت نشاطها بموجب المرسوم التأسيسي للجنة تنظيم عمليات البورصة رقم 93-10 المؤرخ في 23 ماي 1993 والمعدل والمتمم بالقانون رقم 04-03 الصادر بتاريخ 17 فيفري 2000 حيث تعرفها المادة الأولى منه بـ "تعد بورصة القيم المنقولة إطارا لتنظيم وسير العمليات فيما يخص القيم المنقولة التي تصدرها الدولة والأشخاص للآخرين من القانون العام والشركات ذات الأسهم".

¹ - سميت شركة القيم المنقولة تحاشيا لكلمة البورصة التي لها علاقة بإيديولوجية رأس المال هذا من جهة وانعدام النص القانوني الذي ينظم عمليات البورصة لأن التشريع التجاري الساري المفعول آنذاك لم يتطرق لمثل هذه النشاط.

² - الشريف ريجان، الطاووس حمداوي، "بورصة الجزائر، رهانات وتحديات التنمية الاقتصادية"، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 34، جوان 2013، ص 50.

➤ مراحل إنشاء شركة القيم المنقولة Société du Valeur Mobile



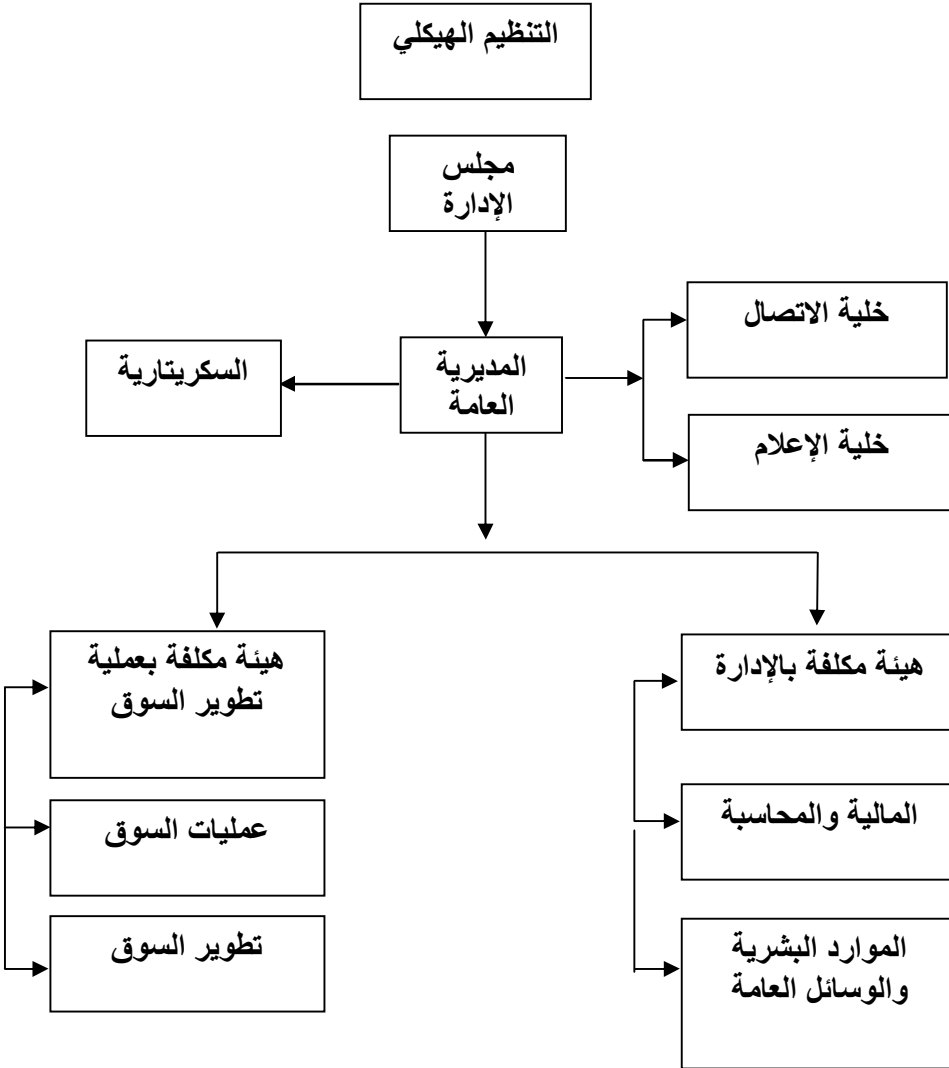
المصدر: من إعداد الباحثين.

تحتوي البورصة الجزائرية على:

- لجنة تنظيم عمليات البورصة ومراقبتها **COSOB**: تشكل سلطة سوق القيم المنقولة؛
- شركة تسيير بورصة القيم **SGBV**: هي مؤسسة السوق؛
- الوسطاء في عملية البورصة **IOB**: مؤسسات الاستثمار؛
- المؤتمر المركزي **PB**: الجزائر للمقاصة.¹

¹ - <http://www.sgbv.dz>.

➤ الهيكل التنظيمي لبورصة الجزائر:



المصدر: الموقع الرسمي لبورصة الجزائر <http://www.sgbv.dz/ar>

يوجد حاليا خمس شركات مدرجة في تسعيرة السوق الرئيسية هي مجمع "صيدال" الناشط في القطاع الصيدلاني، مؤسسة التسيير الفندقي "الأوراسي" الناشطة في قطاع السياحة، شركة "أليانس" للتأمينات الناشطة في قطاع التأمينات، "أن" "سي" "أ" روية الناشطة في قطاع

الصناعات الغذائية، وشركة "بيوفارم" الناشطة في القطاع الصيدلاني، في حين أنه قدر عدد الشركات التي تتوفر فيها شروط الدخول في البورصة بنحو 1200 شركة في حالة القيام بجد موضوعي للمؤسسات والشركات العامة والخاصة والأجنبية الخاضعة للقانون الجزائري.

➤ أسواق بورصة الجزائر:

تتضمن التسعيرة الرسمية لبورصة القيم المنقولة سوقاً لسندات رأس المال وسوقاً لسندات الدين.

1. تتكون سوق سندات رأس المال من:

✓ **السوق الرئيسية:** الموجهة للشركات الكبرى. ويوجد حالياً أربع (04) شركات مُدرجة في تسعيرة السوق الرئيسية، وهي: مجمع صيدال - مؤسسة التسيير الفندقي الأوراسي، أليانس للتأمينات، أن - سي - روية.

✓ **سوق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المخصصة للشركات الصغيرة والمتوسطة:** وقد تم إنشاء هذه السوق في سنة 2012 بموجب نظام لجنة تنظيم عمليات البورصة ومراقبتها رقم 12-01 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق 12 يناير 2012، المعدل والمتّم للنظام رقم 97-03 المؤرخ في 17 رجب 1418 الموافق 18 نوفمبر 1997 المتعلق بالنظام العام لبورصة القيم المنقولة. (صادر في الجريدة الرسمية رقم 41 بتاريخ 15 يوليو 2012)، ويمكن لهذه السوق أن توفر للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة عند انطلاقتها مصدراً بديلاً للحصول على رؤوس أموال ما يتيح فرصة ممتازة للنمو بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال توفير سوق مُحكمة التنظيم للمستثمرين من أجل توظيف استثماراتهم.

2. تتكون سوق سندات الدين من:

✓ **سوق سندات الدين التي تصدرها الشركات ذات الأسهم والهيئات الحكومية والدولة:** ويوجد سند واحد مدرج في تسعيرة هذه السوق، وهو خاص بمجموعة "دحلي" التي حل تاريخ استحقاق سندها في سنة 2016.

✓ سوق كتل سندات الخزينة العمومية (OAT) المخصصة للسندات التي تصدرها

الخزينة العمومية الجزائرية: تأسست هذه السوق في سنة 2008 وتحصي حالياً 26 سند للخزينة العمومية مدرجة في التسعيرة بإجمالي أكثر من 400 مليار دينار جزائري، ويتم التداول على سندات الخزينة، التي تتنوع فترات إستحقاقها بين 7 و 10 و 15 عاماً، من خلال الوسطاء في عمليات البورصة وشركات التأمين التي تحوز صفة "المتخصصين في قيم الخزينة" بمعدل خمس حصص في الأسبوع.

ويمثل الشكل البياني التالي التسعيرة الرسمية لبورصة القيم:



المصدر: الموقع الرسمي لبورصة الجزائر <http://www.sgbv.dz/ar>

II. مقاييس قبول شركة ما في البورصة¹:

يجب تقديم تقرير مالي تقييمي لأصولها يعده خبير مالي مستقل؛ أن تكون قيمة أسهم الشركة مدفوعة بالكامل؛ أن تكون السنة المالية الأخيرة رابحة للشركة التي تود الدخول في البورصة. لقبول السهم يجب أن يكون للشركة رأسمال لا يقل عن 100 مليون دينار جزائري؛ توزع على الجمهور نسبة 20 % من رأسمالها؛ يكون لها 300 مساهم على الأقل يوم إدراجها في البورصة.

¹ - لجنة تنظيم عمليات البورصة و مراقبتها، "الاستعلام عن سير البورصة"، الجزائر، 2004، ص 06، والمنشورة

أما بالنسبة لقبول السندات فيجب أن يكون مبلغ سندات الدين مساويا على الأقل لمئة مليون دينار جزائري؛ عدد حائزي السندات 100 حائز على الأقل يوم الإدخال؛ تضع الشركة هيكلًا داخليًا لرقابة الحسابات وضمان خدمة مقبولة لنقل السندات.

III. الشركات المدرجة في بورصة الجزائر:

الجزائر في الواقع ليست بحاجة إلى بورصة، ويعود ذلك إلى طبيعة الشركات الجزائرية التي قسمها إلى شركات عمومية، وأخرى خاصة، خصوصًا وأن الشركات العمومية لا تحتاج للحصول على تمويل من طرف البورصة، لأن لديها مصادر تمويل بديلة تتمثل في الخزينة والبنوك العمومية، مما يفسر وجود عدد قليل جدًا من الشركات العمومية المدرجة¹.

وبالنسبة لشركات القطاع الخاص تنقسم لصنفين، عائلية تعتمد على تمويل ذاتي، كونهما تمتلك إمكانيات مالية ضخمة ولا تحتاج إلى تمويل البورصة، والقسم الثاني يمثل الشركات المتوسطة والصغيرة حيث لا يحق لـ 98% منها الدخول في البورصة، لأن أعمالها ضعيفة، وبالنسبة للشركات المتبقية والتي تقدر نسبتها بـ 2% فهي شركات عائلية لا تحتاج إلى تمويل من البورصة، لعدم وجود إمكانية للتوسع في الإنتاج بسبب غياب التنافسية في السوق.

جدول رقم (٠): الشركات المدرجة في بورصة الجزائر.

الرمز في البورصة	اسم الشركة	القطاع/الفئة	ق. اسمية دج	عدد الأسهم
ALL	أليانس للتأمينات	التأمينات	200	5 804 511
ROUI	أن سي أ. رويبة	صناعة غذائية	100	8 491 950
AUR	الأوراسي	الفندقة	250	6 000 000
SAI	صيدال	الصيدلة	250	10 000 000
BIO	بيوفارم	الصيدلة	200	25 521 875

Référence : http://www.sgbv.dz/ar/?page=ligne_societe vue le 22/08/2016.

¹ - <http://www.aljazeera.net/news/ebusiness/2015/8/21>

➤ مؤشرات الشركات المدرجة في بورصة الجزائر من سنة 2011 إلى غاية 2016:

مؤشر البورصة هو مؤشر قياس أسعار الأسهم في السوق بشكل عام على أساس يومي، وهو عبارة عن مجموع سعر الأسهم مضروباً بحجم الشركة في السوق بحيث يكون موجب حين يكون عدد الأسهم التي ارتفعت أسعارها أكثر من عدد الأسهم التي انخفضت أسعارها خلال اليوم ذاته والعكس صحيح.

المؤشر بمثابة مقياس الحرارة بالنسبة للسوق ويظهر إن كان مستوى السوق قد ارتفع أو انخفض وبحسب الارتفاع والانخفاض على أساس تغير مستوى المؤشر بالنقطة حيث يحتسب مستوى مبدئي للمؤشر يتم معرفة التغير بالنسبة له تقيس المؤشرات في أسواق الأوراق المالية مستوى الأسعار حيث تقوم على عينة من أسهم الشركات التي يتم تداولها في السوق المالية ويتم اختيار العينة بطريقة تتيح للمؤشر أن يعكس حالة السوق التي يهدف المؤشر إلى قياسها.

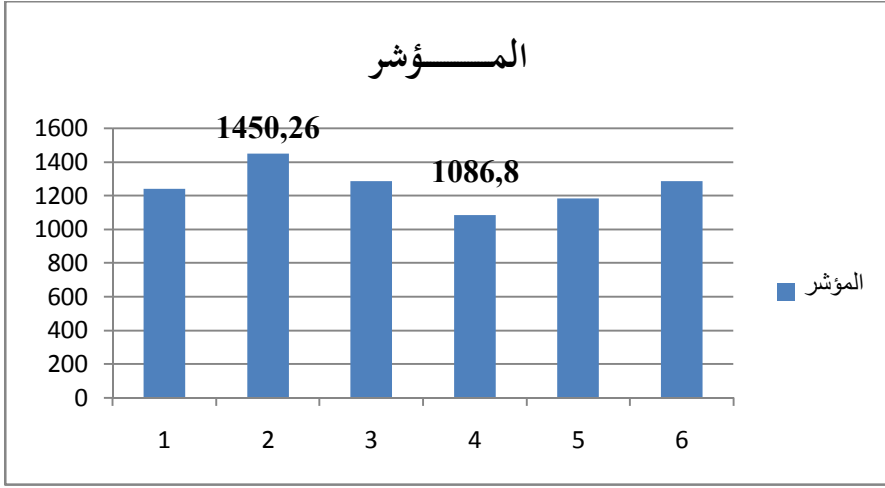
جدول رقم (٠): مؤشرات بورصة الجزائر للسنوات من 2011-2016

السنة	2011	2012	2013	2014	2015	2016
المؤشر	1244,1 7	1450,2 6	1289,5 1	1086, 8	1187,3 9	1288,5 2

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على :

<http://www.sgbv.dz/ar>

يمكن تمثيل الجدول بيانيا كما يلي:



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الجدول السابق.

من خلال الشكل البياني نلاحظ أن مؤشر التداول في بورصة الجزائر بلغ ذروته سنة 2012 بقيمة 1450,26 بينما لاحظنا أدنى قيمة في سنة 2014 وقدرت بـ 1086,8 وهذا راجع لعدة عوامل أبرزها انخفاض أسعار النفط خلال هذه الفترة.

➤ الامتيازات الممنوحة للشركات المدرجة من قبل بورصة الجزائر

بمقتضى القانون رقم 08 - 13 المؤرخ في 27 صفر عام 1435 الموافق 30 ديسمبر سنة 2013 المتضمن قانون المالية لسنة 2014

- تستفيد الشركات التي تسعر أسهمها العادية في البورصة من تخفيض على الضريبة على أرباح الشركات يساوي معدل فتح رأسمالها في البورصة لمدة خمس (5) سنوات، وذلك ابتداء من أول يناير سنة 2014.

- تعفى من الضريبة على الدخل الإجمالي أو الضريبة على أرباح الشركات، لمدة خمس (5) سنوات ابتداء من أول يناير سنة 2014، نواتج وفوائض القيمة الناتجة عن عمليات التنازل عن الأسهم والسندات المماثلة المسجلة في تسعيرة البورصة وكذا نواتج الأسهم أو حصص هيئات التوظيف الجماعية في القيم المنقولة.

- تعفى من حقوق التسجيل ولمدة خمس (5) سنوات ابتداء من أول يناير سنة 2014، العمليات المتعلقة بالقيم المنقولة المسجلة في تسعيرة البورصة أو المتداولة في سوق منظمة.
- تفتح فوائض القيم الناتجة عن عمليات التنازل عن الأسهم أو الحصص الاجتماعية المحققة من طرف الأشخاص الطبيعيين والأشخاص المعنويين غير المقيمين مجالا للإخضاع على التوالي، بصدد الضريبة على الدخل الإجمالي أو الضريبة على أرباح الشركات. ويحدد هذا الإخضاع الضريبي بنسبة 20 % محرة من الضريبة.
- ووفقاً للقانون رقم 09-09 المؤرخ في 13 محرم عام 1431 الموافق 30 ديسمبر سنة 2009 المتضمن قانون المالية لسنة 2010:
- تعفى من الضريبة على الدخل الإجمالي أو الضريبة على أرباح الشركات الناتج وفوائض القيمة الناتجة عن عمليات التنازل عن الأسهم والسندات المماثلة المحققة في إطار عملية الإدخال إلى البورصة.
- تعفى من حقوق التسجيل العمليات المتعلقة بالإدخال إلى البورصة.

➤ آفاق بورصة الجزائر من خلال تفعيل مشروع إنعاش البورصة:

وقعت الحكومة الجزائرية وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي في 31 ماي 2011 على مشروع دعم إصلاح السوق المالية في الجزائر بقيمة 1,5 مليون دولار بحسب ما أعلنته لجنة تنظيم ومراقبة عمليات البورصة المكلفة بالإشراف على هذا المشروع الذي يندرج في إطار مسعى الحكومة الجزائرية وإستراتيجياتها التنموية الرامية إلى تنويع اقتصادها بغض النظر من تقليل تبعيتها للمحروقات وتحسين تنافسية المؤسسات، حيث من المنتظر أن تساهم النشاطات المدرجة في إطار هذا المشروع إلى تطوير سوق فعال، مفتوح، منظم، وموثوق بهدف تشكيل مصدر تمويل مباشر للمؤسسات العمومية والخاصة.

ويهدف هذا المشروع إلى تصور نموذج ومخطط تنظيم تسيير سوق مالية في الإطار المؤسسي للجزائر وفقاً للمعايير الدولية، والتزام دعم مراقبة السلطات وفاعلي السوق في الجزائر من خلال وحدة تسيير المشروع التي ستضم خبراء دوليين ووطنيين وسلطات وفاعلين، ويمول المشروع

كل من الحكومة الجزائرية، لجنة تنظيم ومراقبة عمليات البورصة، شركة تسيير بورصة القيم وبرنامج الأمم المتحدة للتنمية.¹

ولإعادة بعث نشاط البورصة الجزائرية منح مجلس مساهمات الدولة خلال اجتماعه في 26 سبتمبر 2013 الضوء الأخضر لدخول 10 مؤسسات وطنية في البورصة كشركة "كوسيدار" وبنك "القرض الشعبي الجزائري"، "موبيليس" وشركة التأمينات "كار" والمؤسسة الوطنية للصناعات الكهرومنزلية "أونيام" ومؤسسات عمومية للإسمنت، في حين لم يتم تحديد النسبة المئوية لرأسمال كل مؤسسة ليتم تداوله وشروط الدخول.

وينتظر أن تمنح الحكومة موافقتها في مرحلة ثانية لشركات وطنية أخرى لدخول البورصة كالخطوط الجوية الجزائرية، نفطال، البنك الوطني الجزائري، بنك التنمية المحلية وهذا بهدف الوصول إلى إدخال 40 شركة عمومية في البورصة وبالتالي ضخ ديناميكية جديدة وإضافية في بورصة الجزائر.²

كما تنوي بورصة الجزائر فتح "شبابيك للبورصة" على مستويات الوكالات البنكية بمختلف مناطق الوطن من أجل إعطاء ديناميكية لساحة البورصة، حسبما أعلن عنه المدير العام لشركة تسيير بورصة القيم. وتنظيم دورات تكوينية لصالح إطارات البنوك من أجل التحضير للإطلاق التدريجي لهذه الشبابيك في جميع الوكالات البنكية، حيث تهدف هذه العملية إلى التقرب أكثر من المستثمرين والمتعاملين الاقتصاديين وكذا الجمهور العريض وتحسيسهم بأهمية الاستثمار في البورصة وضمان دفع أكبر لبورصة الجزائر، وتندرج هذه العملية في إطار أعمال أخرى لشركة تسيير بورصة القيم والهادفة إلى ضمان تمويل منتظم لسوق البورصة، ومن أجل ترسيخ "ثقافة البورصة" لدى المتعاملين الاقتصاديين تنوي شركة تسيير بورصة القيم إطلاق حملة إعلامية لدى المتعاملين من خلال تنظيم لقاءات وملتقيات جهوية، كما سيتم بهذا الصدد إنشاء مدرسة مختصة في البورصة ودورات تكوينية في المالية والأسواق المصرفية لفائدة الجامعيين.

¹ - جريدة المجاهد ليوم 31 ماي 2011 المنشورة عبر الموقع الإلكتروني:

<http://www.elmoudjahid.com/ar/inscription>

أطلع عليه يوم 22 أكتوبر 2016.

² - http://www.ennaharonline.com/ar/algeria_news/185869.html vue le 02 août 2015.

حيث أن دخول هذه المؤسسات البورصة سيسمح برفع رسملة البورصة من 14 مليار دج حاليا إلى 10 ملايين دولار في ظرف خمس سنوات، كما قد أعلن سنة 2012 عن إطلاق مخطط لإصلاح السوق المالية من أجل تنويع عرض السندات وتحسين ظروف تامين الاحتياط بسوق البورصة.¹

V. النظام المحاسبي المالي الجديد:

من أجل توفير قوائم مالية تلبي حاجيات المستثمرين والمقرضين بالدرجة الأولى من أجل توفير معلومات مالية محاسبية دقيقة² كان من الضروري القيام بتعديلات جوهرية على المخطط المحاسبي الوطني ومحاولة تكييفه مع المعايير الدولية للمحاسبة وذلك من خلال إعداد إطار نظري يتماشى مع متطلبات اقتصاد السوق³، فبدأت عملية إصلاح المخطط المحاسبي الوطني في شهر أبريل 2001 من طرف المجلس الوطني للمحاسبة بالتعاون مع عدة خبراء فرنسيين، والتي انبثقت عنها النظام المحاسبي المالي بموجب القانون 11/07 المؤرخ في 25 نوفمبر 2007 والذي جاء في مضمونه تعريف للمحاسبة المالية على أنها "نظام لتنظيم المعلومة المالية، يسمح بتخزين معطيات قاعدية عددية، تصنيفها، تقييمها، وتسجيلها وعرض كشوف تعكس صورة صادقة عن الوضعية المالية وممتلكات الكيان ونجاعته، ووضعية خزينته في نهاية السنة المالية"⁴

من خصائص ومميزات هذا النظام أنه يركز على مبادئ أكثر ملائمة مع الاقتصاد الدولي وإعداد معلومات مالية تعكس الصورة الصادقة عن الوضعية المالية للمؤسسة لإعدادها بصفة أكثر وضوحا عن المبادئ التي تحدد التسجيل للمعاملات وتقييمها وإعداد القوائم المالية مما يسمح بالتقليل من التلاعبات وتسهيل مراجعة الحسابات.

¹ - Le Temps d'Algérie 23/04/2014, publier sur le site : <http://www.sgbv.dz/ar>

² - شعيب شنوف، "محاسبة المؤسسة طبقا للمعايير المحاسبية الدولية"، الجزء الأول، مكتبة الشركة الجزائرية، بوداود، الجزائر، 2008، ص 23.

³ - مداني بن بلغيث، "إشكالية التوحيد المحاسبي - تجربة الجزائر -"، مجلة الباحث، الجزء الأول، جامعة ورقلة، 2002، ص 57.

⁴ - المادة الثالثة من القانون 11/07 المؤرخ في 25 / 11 / 2007 والمتعلق بالنظام المحاسبي المالي الجديد.

يتضمن النظام المحاسبي إطاراً تصورياً للمحاسبة المالية ومعايير محاسبية ومدونة حسابات تسمح بإعداد خمس كشوف مالية متمثلة في الميزانية؛ حسابات النتائج؛ جدول تغيرات الأموال الخاصة؛ جدول تدفقات الخزينة؛ وملحق يبين فيه القواعد والطرق المحاسبية المستعملة ووفر المعلومات المكملة عن الميزانية وحسابات النتائج.

➤ واقع تطبيق النظام المحاسبي المالي في بورصة الجزائر:

إن تطبيق النظام المحاسبي المالي يمس كل المؤسسات الاقتصادية والمالية الوطنية التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالبورصة.

1- واقع تطبيق النظام المحاسبي المالي بالنسبة للشركات المدرجة في البورصة:

إن الشركات المسجلة في البورصة تدرك تمام الإدراك التغيرات التي جاء بها النظام المحاسبي المالي وعملت جاهدة للاستعداد لذلك، ولا سيما في مجال تكوين المستخدمين في المحاسبة واقتناء البرامج المعلوماتية المطابقة أو بالأحرى التماس المساعدة من مكاتب الدراسات الخارجية المتخصصة، وذلك بهدف مرافقتها في أشغال الانتقال.

إن تطبيق النظام المحاسبي المالي كان امتحانا صعبا للغاية بالنسبة لهذه الشركات بسبب إلزامها بضبط حساباتها الخاصة بالسداسي الأول من سنة الانتقال وفقه، حيث أشارت بعض المؤسسات المسجلة في البورصة إلى بض الصعوبات التي اعترضتها والمتعلقة بنشر بعض الجداول خاصة جدول تدفقات الخزينة لعدم وجود بيانات تتعلق بتقييم الآثار التي تمت معاينتها بحكم التغير الذي طرأ على المرجعية المحاسبية الجزائرية.

2. واقع تطبيق النظام المحاسبي المالي على مستوى "لجنة تنظيم ومراقبة عمليات البورصة":

قامت لجنة تنظيم ومراقبة عمليات البورصة بدورات تكوينية لصالح المستخدمين في مجال المحاسبة والمالية حيث قامت مؤسسة ECOFAM بدورات تكوينية بشأن المعايير الدولية للمحاسبة ومعايير الإبلاغ المالي الدولية، وأقام المعهد الوطني العمومي SIGP بتقديم النظام المحاسبي المالي الجديد وكيفية الانتقال إليه، ومؤسسة IAHEF بتقديم معايير النظام المحاسبي المالي وتطبيقاته.

وأوكلت لجنة تنظيم عمليات البورصة ومراقبتها مهمة إعداد النظام المحاسبي المالي إلى مديرية الشؤون القانونية والإدارية التي أعدت مشروع المخطط وجدول المطابقة بين النظام القديم والنظام المحاسبي المالي وتم تقديم ذلك إلى محافظ الحسابات وإلى اللجنة.

أما فيما يخص البرمجيات المعلوماتية والمحاسبية فقد تم الانطلاق في عملية الاستشارة بغرض اقتناء هذه البرمجيات حسب النظام المحاسبي المالي في فبراير 2010 عن طريق مناقصة وطنية وذلك بقصد إدراج عملية إنشاء قاعدة بيانات وتم توسيع هذه المناقصة لتشمل اقتناء برمجيات الشركات المصدرة وتطبيقات التحليل والمساعدة في اتخاذ القرار.

مصالح مديرية الشؤون القانونية والإدارية قد توجهت نحو استشارة محدودة لدى الموردين بالبرمجيات المحلية قصد تفعيل العملية وحصرها على برمجيات مسك المحاسبة فقط، ولقد تم انجاز العملية مع شركة خاصة (شريك مهني) بكلفة قدرها 220.000.00 دج بما في ذلك تكوين المستخدمين.

➤ أسباب تبني النظام المحاسبي المالي والتي تساعد على بناء سوق مالي قوي وشفاف:

ويمكن حصر أسباب توجه الجزائر نحو تبني هذا النظام والتي يمكن أن تساعد على بناء سوق مالي قوي وشفاف في محاولة ترقية السوق المالي من خلال توفير معلومات ذات مصداقية وقوائم تمتاز بالشفافية والوضوح باعتبار أن القوائم المالية من المدخلات الأساسية في عملية تحليل الوضعيات المالية لمختلف المؤسسات الاقتصادية، وتقريب ممارساتنا المحاسبية بالممارسات العالمية مما يسمح لنا بالعمل على ركيزة مرجعية ومبادئ أكثر ملائمة مع الاقتصاد المعاصر والتي تمكن من إعداد معلومات دقيقة تعكس صورة صادقة عن الوضعية المالية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية مما يحقق الشفافية في تقديم المعلومات التي تعتبر من المدخلات الأساسية للمستثمرين من أجل اتخاذ قرارات الاستثمار في الأسواق المالية، إضافة إلى الإعلان الأكثر وضوحاً عن المبادئ والقواعد التي توجه التسجيل المحاسبي للمعاملات، تقييمها وإعداد القوائم المالية، الأمر الذي سيسمح بالتقليل من أخطار التلاعب الإداري وغير الإداري بالقواعد، وتسهيل مراجعة الحسابات وبالتالي تقديم معلومات مالية ومحاسبية دقيقة تعكس الوضعية الحقيقية للمؤسسات الاقتصادية مما يسهل في

تحقيق الشفافية في السوق المالي، مع ضمان الحصول على معلومات مالية ومحاسبية صحيحة تمكن من التقييم الصحيح للأسهم والسندات المتداولة في السوق المالي.¹

➤ الامتيازات التي يقدمها النظام المالي المحاسبي للشركات المدرجة بالبورصة:

- سواء تعلق الأمر بالشركات الوطنية المسعرة بالبورصة او التي هي في طريقها إلى البورصة فان استخدام النظام المالي المحاسبي يمكنها من أن تحظى بمجموعة من الامتيازات والتي تؤثر بطريقة أو بأخرى في نشاط بورصة الجزائر بحيث أن استخدام هذا النظام يؤدي إلى:
- إعطاء شفافية وثقة أكبر في المعلومات المالية والمحاسبية المقدمة، الأمر الذي من شأنه الزيادة مصداقية المعلومات التي يحتاجها كل من المستثمرون وأصحاب الأسهم وكذا باقي المتعاملين الاقتصاديين.
- تقديم فرصة أكبر لتسهيل الرقابة سواء الداخلية أو الخارجية.
- تشجيع المستثمرين الأجانب من الإقبال على شراء أوراقها المالية بسبب سهولة قراءة المعطيات المالية للشركة المستخدمة للنظام المالي المحاسبي والذي يقرب ممارستها المحاسبية بالممارسات العالمية.
- الرفع من جودة المعلومة المحاسبية الأمر الذي يسهل من عملية اتخاذ القرارات بالنسبة للمستثمرين في أوراقها المالية.
- يقترح النظام المحاسبي المالي حولا تقنية للتسجيل المحاسبي للعمليات غير المعالجة في المخطط الوطني للمحاسبة والتي منها عمليات القرض التجاري، ويسمح بالانتقال من محاسبة الذمة إلى المحاسبة المالية، بتغليب الحقيقة الاقتصادية على المظهر القانوني عند تسجيل التعاملات التي تقوم بها المؤسسة.
- يمكن من إجراء أفضل مقارنة في الزمن لنفس المؤسسة، وفي نفس الوقت بين باقي المؤسسات الوطنية أو الدولية حول الوضعيات المالية والأداء، وسهولة قراءة وفهم المعلومات المالية الموجهة لمستعملي المعلومة من داخل الجزائر.

¹ - ثناء القباني، المحاسبة الدولية، الدار الجامعية الإبراهيمية، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 150.

رغم كل هذه الامتيازات إلا أننا لاحظنا من خلال ما سبق عزوف الشركات عن الدخول في البورصة واللجوء إلى البنوك للاستفادة من قروض بنكية لتمويل مشاريعها ويمكن أن نوجز أسباب هذا العزوف في المناخ الاقتصادي الجزائري الذي يعتمد بنسبة كبيرة على الريع؛ غياب ثقافة البورصة لدى المواطنين العاديين أو الخواص، الشركات الخاصة هي عادة شركات عائلية حيث لا يقبل أفرادها فكرة دخول مستثمر أجنبي، طول مدة إجراءات الدخول في البورصة التي تتراوح من ستة (06) أشهر إلى سنة كاملة في الغالب وهذا راجع إلى أن البورصة الجزائرية سوق ناشئة يجب عليها المحافظة على مدخرات المستثمرين الذين يسعون إلى تحقيق أرباح مستقبلية.

خاتمة:

تعد بورصة الجزائر أصغر بورصة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا برأس مال لا يتعدى 13 مليار دينار جزائري أي أقل من 0.01 % من الناتج الداخلي الخام للبلاد من خلال الخمس مؤسسات المدرجة فيها، وهو رقم ضئيل رغم السيولة النقدية الهائلة، حيث تتذيل الجزائر الترتيب العالمي لمقياس كفاءة أسواق المال الذي يندرج في إطار تقرير المنافسة الدولية الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي لعام 2013 و 2014، فتحتل بذلك المرتبة 143 من أصل 148 دولة نظرا للغياب الشبه التام للبورصة في تمويل نشاطات الاقتصاد الوطني، وهذا ما دفع السلطات المعنية إلى العمل على تطويرها من خلال ما تبذله من مجهودات جبارة تهدف إلى التقرب أكثر من المستثمرين والمتعاملين الاقتصاديين وكذا الجمهور العريض وتحسيسهم بأهمية الاستثمار في البورصة وضمان دفع أكبر لبورصة الجزائر خاصة بعد تبني النظام المحاسبي المالي سنة 2010، الذي يتطلب فترة زمنية كافية لكي يؤتي ثماره ويتم الحكم على سلبياته وإيجابياته، وهذا لن يكون في بيئة مؤسساتية تفتقر لكوادر بشرية مختصة، وغير واعية بالأهمية البالغة لشفافية المعلومات المحاسبية المقدمة بالإضافة إلى انعدام تام للوسائل التكنولوجية الحديثة وافتقاد للثقافة الاستثمارية لدى الأفراد بتفضيلهم اكتناز الأموال واستثمارها في شراء المعادن النفيسة على أن يتم استثمارها في شراء الأوراق المالية.

قائمة المراجع:1- المؤلفات:

- 1- شعيب شنوف، "محاسبة المؤسسة طبقا للمعايير المحاسبية الدولية"، الجزء الأول، مكتبة الشركة الجزائرية، بوداود، الجزائر، 2008.
- 2- ثناء القباني، المحاسبة الدولية، الدار الجامعية للإبراهيمية، الإسكندرية، مصر، 2003.

الدوريات:

- 1- الشريف ربحان، الطاووس حمداوي، "بورصة الجزائر، رهانات وتحديات التنمية الاقتصادية"، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 34، جوان 2013، ص 50.
- 2- مداني بن بلغيث، "إشكالية التوحيد المحاسبي - تجربة الجزائر"، مجلة الباحث، الجزء الأول، جامعة ورقلة، 2002.

قوانين:

- 1- المادة الثالثة من القانون 11/07 المؤرخ في 25 / 11 / 2007 والمتعلق بالنظام المحاسبي المالي الجديد.

مواقع الكترونية:

- 1- <http://www.sgbv.dz>.
- 2- www.COSOB.org
- 3- <http://www.aljazeera.net/news/ebusiness/2015/8/21>
- 4- <http://www.elmoudjahid.com/ar/inscription>
- 5- http://www.ennaharonline.com/ar/algeria_news/185869.html

المقالات

باللغة الاجنبية

Etude de l'évolution des pratiques managériales des entreprises prestataires de services aux entreprises à Béjaïa entre 2004 et 2014.

Dr.Moussa CHENINI

Maitre de conférences, Ecole Supérieure de Management – ESM Tlemcen – Algérie

Mlle.Yasmina MAOUCHE

Doctorante, Université Abderrahmane MIRA – Béjaïa – Algérie.

Pr.Hamid KHERBACHI

Professeur, Université Abderrahmane MIRA – Béjaïa – Algérie.

Résumé :

L'objectif de cet article est d'analyser la manière dont les pratiques de gestion des entreprises du secteur des services aux entreprises de la wilaya de Bejaia ont évolué au cours de la décennie **2004 – 2014**. Cette étude est basée sur l'analyse des données d'une enquête nationale réalisée par le **CREAD** en 2004 et sur la base de données de notre propre enquête de terrain réalisée sur un échantillon de 31 entreprises de la Wilaya de Bejaia en 2014.

La comparaison des résultats obtenus révèle que les entreprises accordent de plus en plus d'importance au client, à la gestion et aux technologies, qu'en dix ans l'utilisation de l'équipement informatique de base et d'Internet a connu une forte augmentation et que la connaissance des parts de marché dépend de l'évolution du chiffre d'affaires.

Mots-clés : Algérie, Bejaia, Organisation, Part de marché, Prestations de services, PME, Secteur Tertiaire, Services, Stratégie, TIC.

Abstract:

This article aims to analyze how the management practices of enterprises in the business services sector of Bejaia city have evolved during the decade 2004 - 2014. This study is based on the analysis of the data of a national survey carried out by CREAD in 2004 in Algeria and on the basis of data from our own field survey realized on a sample of 31 companies in Bejaia in 2014.

A comparison of the results shows that companies are increasingly focusing on customer, management and technology, and that over the past decade, the use of basic computer equipment and Internet has been strong and that knowledge of market shares depends on the enterprise's gross.

Keywords : Algeria, Bejaia, Organization, Market share, Services, SMEs, Services sector, Strategy, ICT.

Introduction :

Considérée pendant longtemps comme une activité sans intérêt économique, l'activité de services a connu une progression impressionnante dans le monde, et ce, depuis les années 1970. Cette progression a été favorisée, entre autres, par la hausse de la demande, le progrès technologique et le savoir comme facteur déterminant de la réussite et de la compétitivité des entreprises et comme nous l'avons déjà cité, par l'externalisation, par des entreprises industrielles, de certaines activités qui étaient auparavant réservées à ce secteur.

En effet, le secteur des services est devenu le premier secteur économique dans les pays développés, devant l'agriculture et l'industrie, contribuant ainsi en 2013 à plus de 70% du PIB de l'union européenne, du PIB américain, japonais et sud-africain, à plus de 40% du PIB chinois et turque et à plus de 30% du PIB algérien **(C.I.A, The World Fact Book. 2014).**

La croissance rapide des services marchands aux entreprises s'accompagne d'une forte imbrication entre les métiers de production et les métiers des services. Aujourd'hui, la recherche permanente de réduction des coûts et la spécialisation des entreprises (recentrage sur le métier de base) ont engendré un phénomène nouveau celui du recours à l'extérieur pour faire - faire certaines fonctions ou services périphériques par des prestataires plus qualifiés **(Abedou & Al, 2004).**

Cette nouvelle façon de faire des entreprises de prêter une partie de leurs activités à l'extérieur a fondamentalement modifié les limites du périmètre de l'entreprise, changé la mentalité et la culture de l'entreprise à vouloir tout faire seule et enfin elle a ouvert le champ de la coopération et de la collaboration entre les entreprises demandeur de travail et des entreprises prestataire de service.

Nous tenterons de voir dans cet article la manière avec laquelle ont évolué les différentes pratiques managériales des entreprises prestataires de services aux entreprises dans la wilaya de Béjaia, et ce pour faire apparaître à quel point le poids de l'aspect « management » se fait ressentir, et quel est son ampleur dans une ère des TIC et de l'émergence de l'économie des services dans notre pays.

Voici deux hypothèses susceptibles d'apporter des éléments de réponse aux questions posées :

1. Les entreprises ont connu des mutations organisationnelles et technologiques remarquables **(2004 / 2014).**
2. Les entreprises ont une meilleure connaissance de leur marché.

1. Notions de base sur les services et les services aux entreprises :

Selon **R. Judd (2004)** : « *un service est une transaction réalisée par un entrepreneur ou une entreprise où l'objet de l'échange est autre que le transfert de propriété d'un bien tangible* ». Dans ce sens, **Leonard Berry (1980)** estime qu'un bien tangible est « *un objet, une chose, un moyen* », alors qu'un service est un « *acte, une exécution, un effort (INSEE, 2015)* ».

Le concept de servuction a été développé par **Pierre Eiglier et Eric Langeard (1987)**, ils définissent la servuction comme « *l'organisation systématique et cohérente de tous les éléments physiques et humains de l'interface client-entreprise nécessaires à la réalisation d'une prestation de service dont les caractéristiques commerciales et les niveaux de qualité ont été déterminés* ».

Pour **Hervé GREUGNY & Al (2010)** : « Les services aux entreprises sont « *l'ensemble des services marchands dont l'utilisateur principal est une entreprise ou une collectivité, même si les ménages peuvent également, et de façon minoritaire, utiliser ces mêmes services* ».

Toutefois, la demande de services s'est considérablement accrue lorsque celles-ci se sont mises à externaliser des tâches précédemment effectuées en interne telle que l'informatique, la publicité, les études de marché, le nettoyage, la sécurité, etc.

Pour ces entreprises, il s'agit essentiellement de réduire les coûts et d'optimiser la capacité de production, d'assurer la qualité à travers l'expertise externe et d'accroître la spécialisation dans la mesure où le prestataire détient une expérience plus pointue dans son domaine de spécialisation. Les emplois externalisés ne constituent pas réellement de nouveaux postes mais représentent un transfert des emplois industriels vers des structures indépendantes de services.

La relation qui s'établit entre l'entreprise prestataire de services et son client est complexe car deux entités ayant deux cultures distinctes doivent se côtoyer. En effet, un prestataire peut être amené à évoluer dans une relation de dépendance très forte vis-à-vis de son client. **La figure n°1**, qui met en évidence la complexité de la relation entre la qualité de la prestation (satisfaction du client) et le niveau de dépendance du prestataire vis-à-vis du client.

L'analyse de ces quatre situations a permis de déterminer les quatre éléments constitutifs de l'intégration de la prestation au sein de l'entreprise cliente (**Frederick DUPOND, 2000**) :

- Le premier est la caractéristique des échanges (s'agit-il d'une prestation qui suppose la mise à disposition d'un bien matériel ou est-ce une prestation à connotation immatérielle ?).
- Le second identifie les différents intervenants dans la production de services et leur poids dans la prise de décision.
- Le troisième est l'atmosphère de la relation qui est déterminée par le climat social, les stratégies, l'organisation et les représentants des deux parties.
- Et le quatrième est l'environnement dans lequel évoluent le client et le prestataire.

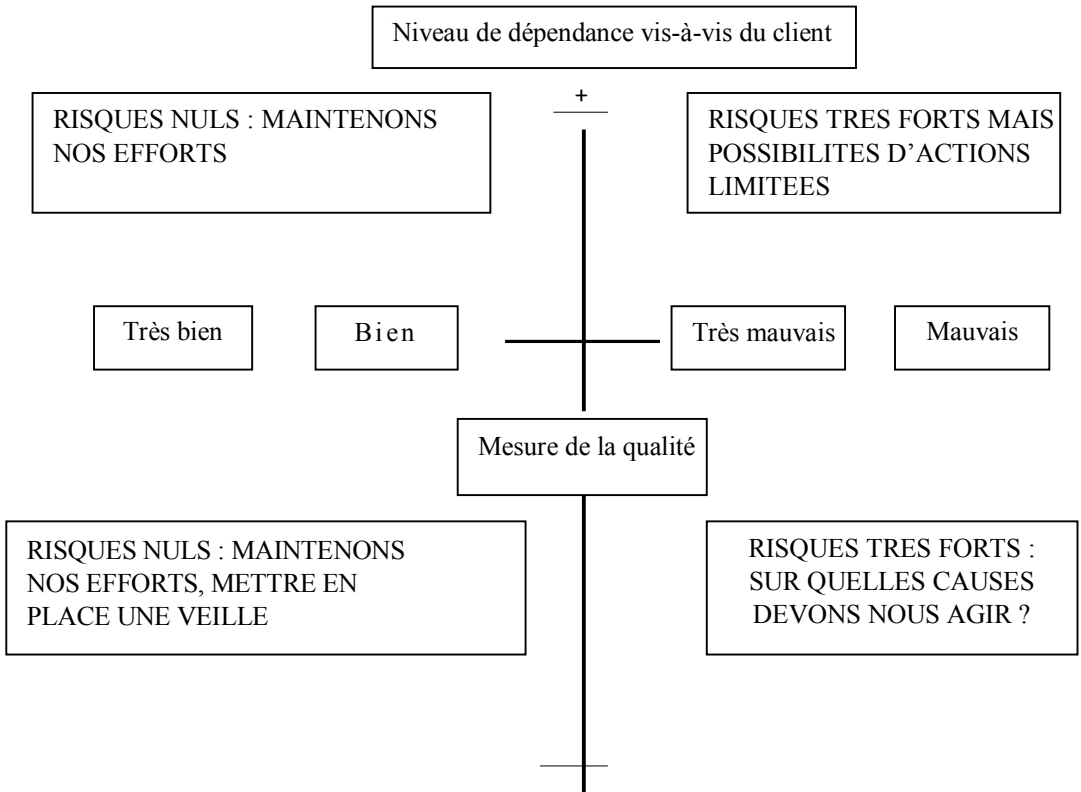
2. Présentation et Objectifs de l'enquête:

L'étude du **CREAD (2004)** se base sur de trois axes principaux : l'organisation, la stratégie et l'utilisation de supports électroniques pour évaluer l'évolution de ces dernières. Elle a été réalisée pour le compte du ministère de la PME et de l'Artisanat auprès des entreprises donneurs d'ordres des entreprises preneurs d'ordres et l'association des patrons d'entreprises (**Abedou & Al, 2004**). Nous allons uniquement étudier la partie consacrée aux preneurs d'ordres (les prestataires de services).

L'objectif principal recherché était de montrer la structure de l'offre de services, le fonctionnement des entreprises du secteur, leurs stratégies et le profil de l'entreprise de services en matière de résultats, d'innovation, de management, etc. Ce sont autant de questions de recherche que l'enquête a tenté de prendre en charge par :

- La mesure et l'appréciation du poids et de la contribution du secteur dans le développement économique ;
- La détermination des écarts significatifs, s'il en existe en matière de structuration entre l'offre et la demande de services, ou plus exactement entre les donneurs d'ordres et les preneurs d'ordres ;
- L'analyse des déterminants des choix organisationnels des entreprises selon la taille et l'expérience ;
- La mesure de l'intérêt accordé à la Gestion de la Ressource Humaine au sein des entreprises de services et la détermination des gisements potentiels pour l'émergence d'un management des ressources humaines. ;
- La connaissance des stratégies des entreprises de services au sein du territoire qui constitue sans aucun doute une piste importante pour la compréhension du développement et la concentration spatiale de l'activité ;
- Enfin, connaître l'opinion des opérateurs institutionnels –le patronat- sur le fonctionnement du marché des services aux entreprises.

Figure n°1. Les efforts possibles pour le prestataire de service / client.



Source: Frederick DUPOND, *Management des Services*, Editions ESKA, Paris, 2000. Page 25

3. Méthodologie de l'enquête :

Pour les besoins de collecte d'information, l'équipe de recherche du CREAD a confectionné **trois (3)** types de questionnaires dont un consacré à l'offre de service destiné aux preneurs d'ordres. Il contient 77 questions ouvertes et fermées réparties en **8 sections** : identification de l'entreprise, sa création, son organisation, sa stratégie, les contraintes qu'elle a rencontrées, la gestion de ses ressources humaines, l'usage d'outil informatique et le profil de son responsable.

- La partie identification de l'entreprise et de l'activité exercée a pour objectif d'identifier les principales caractéristiques de l'entreprise

étudiée. Elle regroupe 15 questions qui nous donnent des renseignements sur l'identité de l'entreprise, à savoir son emplacement géographique, son statut juridique, sa date de création, son affiliation, sa branche de rattachement, le chiffre d'affaire et son évolution et des informations relatives au personnel.

- La partie création de l'entreprise vise à mettre en évidence les conditions de création de l'entreprise. Elle est composée de 7 questions qui identifient, de manière détaillée, les conditions de création et les moyens par lesquels elle a été financée.
- La partie organisation interne de l'entreprise comporte cinq questions relatives aux structures et aux critères d'organisation de l'entreprise. Elles permettent d'analyser les déterminants des choix organisationnels de l'entreprise.
- La partie stratégie de l'entreprise est composée de 11 questions qui permettent d'avoir des informations sur le champ d'intervention et la connaissance des parts de marché de l'entreprise et de ses concurrents, des informations sur la stratégie, la perception de la croissance et les facteurs déterminants la compétitivité de l'entreprise.
- La partie contrainte de fonctionnement n'a qu'une seule question qui essaie de déterminer les principales contraintes rencontrées durant les deux dernières années d'activité de l'entreprise et qui ont entravé son fonctionnement.
- La partie gestion de la ressource humaine, à travers les 14 questions qu'elle comporte, a pour objectif d'identifier les moyens de recrutement, les méthodes de sélection et d'apporter des informations sur la ventilation, la formation du personnel et les principales contraintes de la législation du travail.
- La partie informatisation de l'entreprise a 13 questions pour mesurer le niveau d'informatisation de l'entreprise, c'est-à-dire, savoir si l'entreprise utilise l'outil informatique et pour quelles raisons. L'intérêt de cette partie réside dans le fait de savoir si elle est en accord avec son temps et son secteur qui repose sur les connaissances, le support informatique et sur le net.
- En ce qui concerne la partie relative au profil du dirigeant les questions sont posées dans le but de savoir si le responsable est le créateur de l'entreprise, la fonction qu'il assure, les fonctions qu'il délègue aux

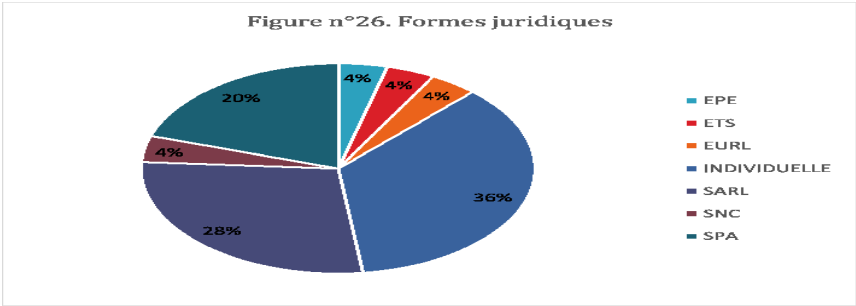
autres, son dernier employeur, son diplôme et la fonction qu’occupe son père.

Tableau n°1. La chaîne de valeurs stratégiques de l’entreprise de services.

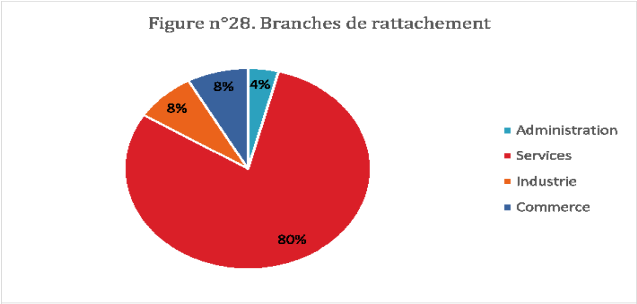
Fonctions	Principaux services liés aux entreprises
Administration	Conseils en gestion, Audit et comptabilité Services juridiques
Ressource humaine	Travail temporaire, Recrutement de personnel
Intermédiation financière	Banque ,Assurance Location et location/bail
Fonction de production et technique	Services d’ingénierie et technique Tests et contrôle qualité Recherche et développement Entretien et réparation d’équipement
Gestion de l’information	Informatiques et technologie de
Marketing et ventes	Publicité Commerce de distribution Relation publiques
Transport et logistique	Logistique Services de transport
Gestion d’installations	Services de sécurité Services de nettoyage Restauration Immobilier (entrepôts)

Source : Enquête du CREAD, 2004.

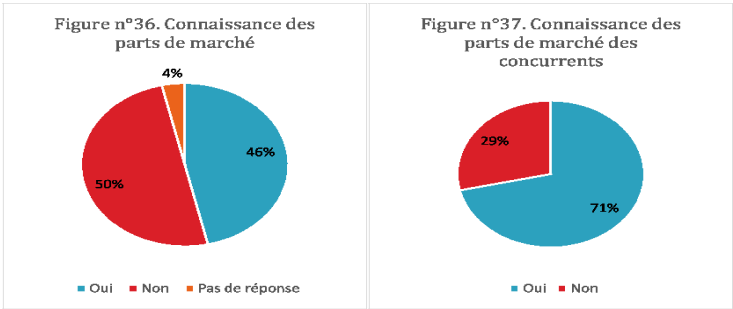
4. Résultats de l’enquête de 2004 pour la wilaya de Béjaia :



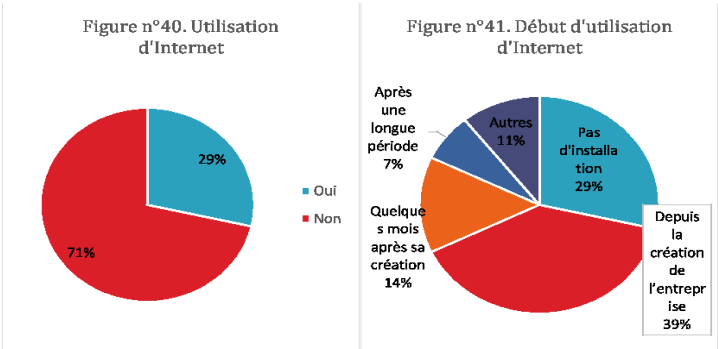
Nous observons, à travers la figure n°26, que les trois formes juridiques les plus répondues sont les entreprises individuelles, les sociétés à responsabilité limitée et les sociétés par actions qui occupent 84% de l’effectif total. Les ETS représentent 4% des réponses indiquant que très peu d’entreprises ne connaissent pas leur statut.



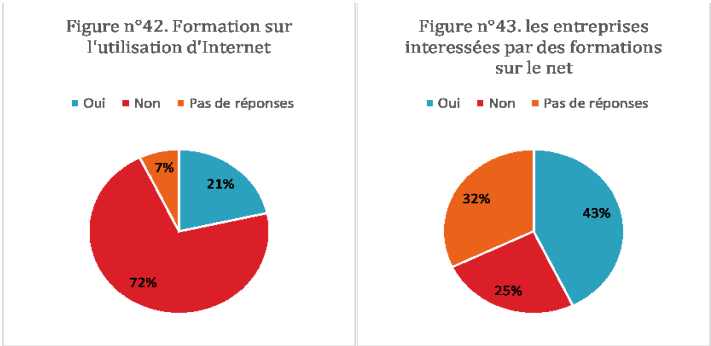
On observe, à travers la figure n°28, que 71% de l’effectif exercent des activités de services. L’administration, l’industrie, le commerce et d’autres types de services se partagent les 29% restants.



D’après la figure n°36 et la figure n°37, 46% des prestataires de la wilaya de Bejaia connaissent leur part de marché et 71% connaissent les parts de marché de leurs concurrents. Cela montre que les entreprises enquêtées sont attentives à leurs concurrents.



D'après la figure n°40, 58% des entreprises sont accès à internet. Ainsi, une assez grande partie ne bénéficie pas des avantages qu'offre internet en termes d'efficacité et de rendement. La figure n°41 nous indique que 29% ont pu utiliser internet dès leur installation et que le reste des entreprises qui ont eu des installations ont dû attendre pendant une durée relativement longue avant de pouvoir l'utiliser.



D'après la figure n°42, le personnel a suivi une formation sur l'utilisation d'internet dans 72% des entreprises enquêtées de la wilaya de Bejaia. Et d'après la figure n°43, 43% des entreprises enquêtées seraient intéressées par des formations sur l'utilisation d'Internet et seulement 25% ne le seraient pas.

5. Enquête auprès des entreprises prestataires de services aux entreprises à Béjaia au cours de la Décennie 2004 - 2014 :

5.1. Objectifs de l'étude :

L'enquête auprès des entreprises fournissant un service aux entreprises dans la wilaya vise à exposer et à analyser les changements qui ont eu lieu pendant ces dix dernières années au sein de ce secteur d'activités économiques.

L'objectif principal recherché était de montrer les évolutions de la structure de l'offre de services, de l'organisation des entreprises du secteur, l'évolution de leurs stratégies et de l'utilisation de l'outil informatique et d'internet au sein de celles-ci. Notre objectif principal actuel est de connaître les caractéristiques de l'offre de services, l'organisation des entreprises du secteur, leurs stratégies et connaissances du marché.

5.2 Méthodologie d'enquête :

L'enquête, lancée dans la wilaya de Bejaia en décembre 2014, sur les entreprises fournissant des services à d'autres entreprises, a pour objectif de contribuer à construire une connaissance plus ou moins précise de l'évolution de la conjoncture des affaires de ce secteur, de connaître la structure du marché des services, les principaux opérateurs intervenant sur le marché et leurs stratégies concurrentielles.

Pour les besoins de collecte d'information, nous avons élaboré un questionnaire consacré à l'offre de service des prestataires de services aux entreprises. Il contient 46 questions ouvertes et fermées réparties en 4 sections similaires aux parties du questionnaire utilisé dans l'étude du CREAD en 2004 : identification de l'entreprise, organisation de l'entreprise, stratégie, et enfin usage d'outil informatique et d'internet au sein de celles-ci.

L'enquête a concerné les entreprises de services intervenant dans le champ d'activités couvrant les rubriques 70 à 74 de la nouvelle nomenclature d'activités (**voir Tableau n° 2**).

Tableau n°2 : Liste exhaustive des activités selon la nouvelle nomenclature.

<u>70ACTIVITES MMOBILIERES</u> 70.1 Activités immobilières (biens propres/loués) 70.11 Promotion immobilière 70.12 Supports juridiques de programme 70.13 Marchands de biens immobiliers 70.2 Location de biens immobiliers 70.21 Location de logements 70.22 Location de terrains 70.23 Location d'autres biens immobiliers 70.3 Activités immobilières (compte de tiers) 70.31 Agences immobilières 70.32 Administration de biens immobiliers 70.33 Supports juridiques gestion de patrimoine <u>71 LOCATION SANS OPERATEUR</u> 71.1 Location de véhicules automobiles 71.10 Location de véhicules automobiles 71.2 Location d'autres matériels de transport 71.21 Location d'autres matériels de transport terrestre 71.22 Location de matériels de transport par eau 71.23 Location d'appareils de transport aérien 71.3 Location de machines et équipements 71.31 Location de matériel agricole	72.4 Activités de banques de données 72.40 Activités de banques de données 72.5 Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique 72.50 Entretien et réparation de machines de bureau et de matériel informatique 72.6 Autres activités rattachées à l'informatique 72.60 Autres activités rattachées à l'informatique <u>73 RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT</u> 73.1 Recherche-développement en sciences physiques et naturelles 73.10 Recherche-développement en sciences physiques et naturelles 73.2 Recherche-développement en sciences humaines et sociales 73.20 Recherche-développement en sciences humaines et sociales <u>74 SERVICES FOURNIS PRINCIPALEMENT AUX ENTREPRISES</u> 74.1 Activités juridiques, comptables et de conseil de gestion 74.11 Activités juridiques 74.12 Activités comptables 74.13 Etudes de marché et sondages 74.14 Conseil pour les affaires et

71.32 Location de machines et équipements pour la construction 71.33 Location de machines de bureau et de matériel informatique 71.34 Location de machines et équipements divers 71.4 Location de biens personnels et domestiques 71.40 Location de biens personnels et domestiques <u>72ACTIVITES INFORMATIQUES</u> 72.1 Conseil en systèmes informatiques 72.10 Conseil en systèmes informatiques 72.2 Réalisation de logiciels 72.20 Réalisation de logiciels 72.3 Traitement de données 72.30 Traitement de données	l'administration d'entreprises 74.2 Activités d'architecture et d'ingénierie 74.21 Activités d'architecture 74.22 Métreurs, géomètres 74.60 Enquêtes et sécurité 74.7 Activités de nettoyage 74.70 Activités de nettoyage 74.8 Services divers fournis principalement aux entreprises 74.81 Activités photographiques 74.82 Conditionnement à façon 74.83 Secrétariat, traduction et routage 74.84 Organisation de foires et salons 74.85 Services annexes à la production

Source : Enquête du CREAD, 2004.

Tableau n°3 : Échantillons d'enquête :

Population ciblée	Echantillon prévu	Echantillon réalisé	Taux
Preneurs d'ordres	39	31	79,48%

Source : Enquête de terrain, 2014.

Tableau n°4 : Structure de l'échantillon

Taille de l'entreprise	Entreprises enquêtées en (%)
TPE (0 à 9 salariés)	90,3%
Petites entreprises (10 à 49 salariés)	9,7%
Moyennes entreprises (50 à 250 salariés)	0%
Total	100%

Source : Enquête de terrain, 2014.

5.3 Comparaison des résultats obtenus par les analyses uni-variée et bi-variée :

Nous pouvons synthétiser l'essentiel des facteurs de comparaison durant la décennie 2004 – 2014 pour la population d'entreprises étudiées comme suit :

1. Le chiffre d'affaires moyen des entreprises de services aux entreprises de la wilaya de Bejaia a légèrement baissé, passant de 9 000 000 DA à 7 000 000 DA au cours des dix dernières années mais l'évolution du chiffre d'affaires est plus positive actuellement qu'il y a dix ans.
2. Le secteur des services aux entreprises de Bejaia emploie majoritairement des hommes. Ainsi, 75% des employés en 2004 étaient de sexe masculin (seulement 58 sur 211 étaient des femmes) et 73% des employés le sont aussi au jour d'aujourd'hui.
3. Le recours à l'expertise externe dans le secteur des services aux entreprises a connu une forte augmentation au cours de ces dix dernières années. En effet, en 2004, la majorité (71%) des entreprises enquêtées n'avaient pas recours à l'expertise externe pour la production et la prestation des services qu'elles offraient. Aujourd'hui, seulement 29% des entreprises enquêtées n'y ont pas eu recours. Cette situation est favorable pour le secteur qui voit sa demande globale augmenter et les demandeurs de services se diversifier.

Cela indique aussi que ce secteur suit la tendance à l'externalisation qui a été initiée par les grandes et moyennes entreprises du secteur industriel. Ainsi, le recentrage des efforts sur le cœur de métier n'est plus réservé aux industriels ni aux grandes firmes. Les petites et très petites entreprises se sont aussi réapproprié cette pratique.

4. La fonction production de services est la fonction la plus importante pour les entreprises étudiées sur les deux périodes de temps. En effet, 68% des entreprises enquêtées en 2004 et 77% des entreprises enquêtées en 2014 comptent cette fonction au sein de leur organisation.

Quant à la fonction commerciale, les entreprises lui ont donné, à travers le temps, plus d'importance puisque celle-ci se trouve aujourd'hui dans plus de la moitié des entreprises enquêtées alors, qu'il y a encore dix ans, elle n'était présente que dans un tiers des entreprises étudiées.

La troisième fonction la plus répandue reste la fonction financière qui est présente dans un tiers (1/3) des entreprises enquêtées de 2004 et de 2014.

5. Les critères d'organisation des entreprises enquêtées n'ont pas vraiment changé à travers le temps. En 2004, 67% des administrations font de la clientèle leur principal critère d'organisation. Alors que la moitié des entreprises de services, de l'industrie, 67% des unités commerciales et 80% des entreprises qui ne se sont identifiées dans aucune des branches d'activités proposées, privilégient le type de prestations offertes.

6. En 2014, les grandes tendances restent les mêmes. 72% des entreprises de services et des entreprises commerciales s'organisent en fonction de la clientèle, de leurs besoins et de leurs attentes. Les prestations proposées restent aussi importantes dans toutes les branches d'activités et occupent la deuxième position. Cela indique que les entreprises du secteur des services aux entreprises de la wilaya de Bejaia ont toujours donné beaucoup d'importance aux clients et aux types de services offerts.

Cela suppose alors la mise en avant du front office qui se charge de la relation client et qui interagit avec ce dernier et du back office qui est responsable de la création de l'offre de service et de certains éléments de la servuction qui ne peuvent être dissociés de la participation du client dans la réalisation de celle-ci.

7. La demande des services aux entreprises a, quant à elle, connu une augmentation au cours de ces dix dernières années. Ces trois dernières années, 55% de l'effectif a connu une augmentation alors qu'en 2004, seulement 39% des entreprises enquêtées ont vu leur demande

augmenter. Cette augmentation, d'après 74% des entreprises de services, n'est pas prête de s'arrêter.

En effet, ces entreprises prévoient une augmentation du volume des prestations qui leur seront confiés par leurs clients au cours des trois prochaines années. Le nombre d'entreprises ayant vu leur demande baisser a aussi diminué de 15% et seulement 10% de celles-ci prévoient une diminution.

8. Le pourcentage d'entreprises ayant connaissance de leur part de marché a connu une augmentation importante. 46% des prestataires connaissaient, en 2004, leur part de marché. En 2014, 71% des entreprises de notre échantillon connaissent leur part de marché. La connaissance des parts de marché des concurrents est resté relativement la même (elle passe de 71% à 68%). Cela indique que les entreprises sont plus attentives à leur environnement et donnent plus d'importance à la connaissance de leur marché qu'il y a dix ans.

9. En 2004, les deux axes stratégiques les plus importants pour les prestataires de services aux entreprises étudiés dans la wilaya de Bejaia étaient le capital et les ressources humaines, car ces entreprises souffraient d'insuffisances au niveau de la demande, des ressources humaines et du capital.

En 2014, en plus des deux axes précédemment cités, la technologie et la gestion sont les deux éléments sur lesquels se basent les entreprises pour dépasser la limitation des capacités de production induite par des insuffisances au niveau financier, au niveau de la demande et au niveau du personnel.

10. En dix ans, l'objectif stratégique principal des entreprises prestataires de services aux professionnels est passé de l'amélioration de la qualité à la recherche de la croissance. La croissance, considérée comme étant synonyme d'augmentation des ventes et des capacités de production, représente toujours cela pour les entreprises de la wilaya de Bejaia.

Ainsi, les entreprises enquêtées aujourd'hui, ne sont plus à la recherche d'une qualité meilleure mais sont en quête de rentabilité et d'expansion.

11. L'équipement informatique de base (ordinateur) est répandu dans l'ensemble des entreprises et cela a toujours été le cas. Par contre, le nombre d'entreprises qui l'ont mis à la disposition de tous les membres de la direction a augmenté de 60%, ce qui n'est pas négligeable. Il est aisé de dire que le nombre d'ordinateurs et leur utilisation au sein des

entreprises de services de Bejaia a augmenté au cours de la dernière décennie.

L'utilisation d'Internet a une marge de progression de 26%. Ce qui est tout à fait compréhensible vu le place qu'occupe l'équipement informatique et la connexion à l'internet dans notre société.

5.4 Comparaison des résultats avec la méthode ACM :

Après avoir présenté les caractéristiques des entreprises enquêtées et analysé leur fonctionnement, nous allons procéder à une analyse multidimensionnelle. Cette méthode permet aussi de quantifier et de modéliser les relations entre les dimensions (facteurs) qui expliquent la majorité des informations contenues dans les variables utilisées.

■ Analyse multidimensionnelle des résultats de l'enquête de 2004 :

D'après le tableau récapitulatif des modèles, le lancement de l'analyse factorielle multiple sur SPSS a donné trois facteurs qui expliquent la quasi-totalité (99,8%) de toutes les informations contenu dans l'ensemble des variables utilisées dans cette analyse. Le premier facteur explique 36%, le second 32% et le troisième 31%.

Tableau n°5. Récapitulatif des modèles

Dimension	Alpha de Cronbach	Variance expliquée	
		Total (valeur propre)	Inertie
1	.889	6.136	.361
2	.871	5.544	.326
3	.862	5.287	.311
Total		16.968	.998
Moyenne	.875 ^a	5.656	.333

Source : Réalisé à partir des données de l'enquête de terrain.

Les variables qui représentent l'évolution du chiffre d'affaires et les insuffisances que connaissent les entreprises enquêtées en 2004 sont les deux variables qui expliquent le plus d'informations et qui sont les plus fortement corrélées avec le reste des variables. Elles sont même corrélées entre elles.

Ainsi, d'après le **tableau n°6 (Annexe 01)**, l'évolution du chiffre d'affaire peut être expliquée par le champ d'intervention (50%), la

signification de la croissance (52%), la branche d'activité (54%) et l'ancienneté de l'entreprise (52%).

En effet, par exemple, une entreprise opérant sur un marché local n'aura pas les mêmes opportunités d'affaires qu'une entreprise ayant accès au marché national et une entreprise qui n'a que deux années d'existence n'aura pas le même rendement qu'une entreprise ayant plusieurs années d'expérience.

Les causes de limitation des capacités de servuction des entreprises de notre échantillon influencent aussi l'évolution du chiffre d'affaires (71%) sachant que toutes les entreprises, ayant connu une diminution au cours des trois années qui ont précédé l'enquête, souffrent d'une demande insuffisante et que le manque de professionnalisme est le facteur le moins influant sur ce dernier.

Ces insuffisances sont aussi fortement corrélées avec la branche d'activités des entreprises enquêtées (51%) et avec leur ancienneté (57%). Ainsi, les entreprises qui font, par exemple, du commerce n'auront pas à utiliser les mêmes ressources (financiers, humaines, technologiques, locaux, etc.) qu'une entreprise de maintien des machines industrielles et les entreprises offrant des services purement immatériels n'auront pas la même approche du marché ni la même cible qu'entreprise proposant des services qui supposent l'utilisation de biens tangibles.

Les dernières variables, à être corrélées entre elles, sont l'évolution de la demande et les prévisions concernant cette dernière (62%). Ainsi, les prévisions sont faites essentiellement sur la base de l'évolution de la demande au cours des années précédant leur établissement.

Chaque dimension (facteur) est constituée de plusieurs variables de départ. D'après le **tableau n°7**, le premier axe factoriel est une combinaison linéaire de quatre variables. Ainsi, le nombre d'employés, les causes de limitations des capacités des entreprises (insuffisances), l'évolution du chiffre d'affaires et la signification de la croissance sont les composantes principales du facteur n°1.

Cette première dimension (D1) peut être modélisée comme suit :

$$D1 = 0,54 X1 + 0,51 X2 + 0,61 X3 + 0,67 X4$$

Sachant que :

- X1 : Nombre d'employés

- X2 : Insuffisances

- X3 : Signification croissance
- X4 : Evolution du chiffre d'affaires

Le second axe factoriel est une combinaison linéaire de six variables : la date de création, le nombre d'employés, les critères d'organisations, les objectifs stratégiques, les rapports des entreprises prestataires de services avec les entreprises demandeurs de services et l'évolution du chiffre d'affaires.

Cette deuxième dimension (D2) peut être modélisée de la manière suivante :

$$D2 = 0,50 X5 + 0,81 X1 + 0,60 X6 + 0,50 X7 + 0,61 X8 + 0,51 X4$$

Sachant que :

- X5 : Date de création
- X6 : Organisation
- X7 : Rapport-dépendance
- X8 : Objectifs stratégiques

Le troisième axe factoriel est constitué de la date de création, du nombre d'employés, des insuffisances dont souffrent les entreprises, de l'évolution du nombre d'employés et celle du chiffre d'affaire. Nous avons modélisé cette composante comme suit :

$$D3 = 0,53 X5 + 0,95 X1 + 0,54 X2 + 0,60 X9 + 0,62 X4$$

Sachant que : X9 : Evolution du nombre d'employés

Tableau n°7. Mesures de discrimination :

Dimensions	1	2	3	Moyenne
1-date de création	,444	,506	,537	,496
2-Autonomie	,028	,141	,188	,119
3-Branches d'activités	,486	,208	,141	,278
5-Nombre d'employés	,544	,818	,958	,773
7-Nombre d'échelons	,326	,380	,061	,256
8-organisation	,197	,600	,395	,397
9-Type de clients	,170	,050	,369	,196
10-Champ d'intervention	,413	,184	,081	,226
11-évolution-demande	,251	,081	,104	,145
12-Insuffisances	,511	,277	,545	,444
13-expertise externe	,077	,045	,011	,044
14-volume des prestations	,349	,265	,031	,215
15-Rapport-dépendance	,261	,506	,102	,290
16-Objectifs stratégiques	,334	,617	,256	,402
17-Signification-	,611	,083	,276	,324
6-Evolution-employés	,456	,271	,609	,445
4-Evolution du CA	,679	,513	,623	,605

Source : Réalisé à partir des données de l'enquête de terrain.

■ Analyse multidimensionnelle des résultats de l'enquête de 2014 :

D'après le tableau récapitulatif des modèles, le lancement de l'analyse factorielle multiple a donné deux facteurs qui expliquent 89% de toutes les informations contenues dans l'ensemble des variables utilisée dans cette analyse. Le premier facteur explique 48% et le second explique 40%.

Tableau n°8. Récapitulatif des modèles

Dimension	Alpha de Cronbach	Variance expliquée	
		Total (valeur propre)	Inertie
1	,934	8,277	,487
2	,908	6,890	,405
Total		15,166	,892
Moyenne	,922 ^a	7,583	,446

Source : Réalisé à partir des données de l'enquête de terrain.

D'après le **tableau n°9 (Annexe 02)**, La date de création est fortement corrélée avec un ensemble de variables telles que le nombre d'employés (67%), l'évolution du chiffre d'affaires (78%), la signification de la croissance (82%), les facteurs organisationnels (84%), les insuffisances (66%), l'état de la demande (89%) et les rapports interentreprises (73%).

Ceci est la preuve que l'ancienneté de l'entreprise influence l'entreprise dans beaucoup de domaines, que ce soit au niveau de sa rentabilité, de sa taille, de sa stratégie, de ses rapports avec le marché et avec sa cible. Elle modifie même la façon dont les responsables pensent la croissance et la façon dont ils envisagent le futur (prévisions de la demande). Cela peut être le signe que l'ancienneté est une source de sérénité pour les entreprises.

Les facteurs sur lesquels se basent les entreprises pour s'organiser, tels que la clientèle, la nature des prestations, les fonctions des entreprises et les projets sont fortement corrélés avec les objectifs stratégiques (73%), ce que la croissance signifie pour les entreprises (64%) et avec la demande (73%). Ainsi, le choix des éléments qui constituent des priorités organisationnelles, pour les entreprises enquêtées, influence le choix des objectifs stratégiques et pèse sur l'état de la demande et modifie ainsi profondément le fonctionnement de ces dernières.

Les insuffisances ou causes de limitation des capacités de production des entreprises enquêtées sont fortement corrélées avec le champ d'intervention de celles-ci. En effet, la majeure partie des insuffisances touche les entreprises qui ont étendu leur champ d'activité au marché national. Les entreprises qui exercent au niveau du marché local ne souffrent que d'insuffisances financières.

L'état de la demande explique 89% de l'évolution du chiffre d'affaires et les prévisions de la demande (86%). Cela est parfaitement rationnel car le chiffre d'affaires suit les fluctuations de la demande. L'évolution du chiffre d'affaire est aussi fortement corrélée avec les prévisions en ce qui concerne la demande (96%). Ainsi, l'évolution positive du chiffre d'affaires implique plus ou moins l'augmentation de la demande dans le cas où les ressources financières sont mises en œuvre dans le but d'améliorer l'offre de services, de réduire les coûts ou dans le but d'être plus attractifs vis-à-vis de la clientèle.

Les rapports interentreprises sont fortement liés à ce que la croissance signifie pour les entreprises prestataires de services. En effet, 80% de la signification de la croissance est expliquée par les relations entre les prestataires et leurs clients. Les entreprises relativement dépendantes cherchent à augmenter les capacités de production plus qu'autre chose alors que les entreprises qui sont plus ou moins dépendantes voient la croissance comme étant la hausse des ventes et le renforcement de l'image.

D'après le **tableau n°10**, le premier axe factoriel est une combinaison linéaire de sept variables. En l'occurrence, les facteurs d'organisation, l'évolution et les prévisions de la demande, les causes de limitations des capacités des entreprises (insuffisances), l'évolution du chiffre d'affaires, les rapports entretenus avec les entreprises clientes et la signification de la croissance. Cette première dimension (D1) peut être modélisée comme suit :

$$D1 = 0,78 X1 + 0,94 X2 + 0,57 X3 + 0,72 X4 + 0,59 X5 + 0,76 X6 + 0,75 X7$$

Sachant que :

- X1 : Facteurs d'organisation
- X2 : Evolution de la demande
- X3 : Causes de limitation des capacités de production
- X4 : Prévisions concernant la demande
- X5 : Rapports interentreprises
- X6 : Signification de la croissance
- X7 : Evolution du chiffre d'affaires

Le second axe factoriel est une combinaison linéaire de cinq variables : les branches de rattachement, le nombre d'employés, les

objectifs stratégiques, les rapports des entreprises prestataires de services avec les entreprises demandeurs de services et l'évolution de la demande.

Cette deuxième dimension (D2) peut être modélisée ainsi:

$$D2 = 0,54 X2 + 0,58 X5 + 0,81 X8 + 0,90 X9 + 0,85 X10$$

Sachant que :

- X8 : Branche de rattachement
- X9 : Nombre d'employés
- X10 : Objectifs stratégiques

Ces deux dimensions sont représentées dans la **figure n°2 (Annexe 03)**. Nous voyons clairement les regroupements de variables et leurs tendances.

A travers les résultats de ces deux **ACM**, on peut voir qu'en 2004, la variable la plus influente était l'évolution du chiffre d'affaires. Les causes de limitation des capacités étaient fortement liées à l'ancienneté de l'entreprise et à sa branche de rattachement. L'insuffisance de la demande entraînait la diminution du chiffre d'affaires et les prévisions concernant la demande étaient faites sur la base de l'évolution de celle-ci. Dix ans après, l'ancienneté de l'entreprise prend le dessus sur l'évolution du chiffre d'affaires et prend la place de facteur le plus influant.

Elles sont expliquées par le champ d'intervention des entreprises, augmentant, ainsi, quand le champ d'intervention s'élargit. Les facteurs d'organisations influencent le choix des objectifs et l'évolution positive du chiffre d'affaires implique l'augmentation de la demande dans le cas où les ressources financières sont mises en œuvre dans le but d'améliorer l'offre de services.

Tableau n°10. Mesures de discrimination :

Dimensions	1	2	Moyenne
1-date-de-création	1,106	1,142	1,124
2-autonomie	,089	,001	,045
3-branche	,282	,815	,548
4-Nombre D'employés	,490	,900	,695
5-organisation	,780	,109	,444
6-niveaux-hiérarchiques	,188	,419	,303
7-type-de-clients	,148	,230	,189
8-champ-d-intervention	,195	,411	,303
9-��tat-de-la-demande	,941	,543	,742
10-cause-limitation	,576	,099	,337
11-expertise-externe	,153	,047	,100
12-prévisions-demande	,728	,266	,497
13-rapports-enter-	,589	,580	,585
14-objectif-stratégique	,286	,850	,568
15-signification-	,758	,179	,468
16-��volution emploi	,217	,068	,142
17-��volution CA	,752	,231	,492
Total actif	8,277	6,890	7,583

Source : Réalisé    partir des données de l'enquête de terrain.

Conclusion :

L'objectif visant à identifier les changements les plus importants qui ont touché au cours de la décennie 2004 - 2014 les entreprises prestataires de services aux entreprises de la wilaya de Bejaia, nous a permis d'établir que le secteur connaît depuis 2001 et connaîtra, au cours des années à venir, une augmentation persistante de la demande et du chiffre d'affaires des entreprises le constituant. Celles-ci représentent une source d'emplois pour la wilaya de Bejaia et une source de richesse pour le secteur du fait que la majorité d'entre elles font appel à l'expertise externe.

Les clients prennent de plus en plus d'importance pour ces entreprises qui, en l'espace de dix ans, ont fait de la fonction marketing et commercial un axe crucial dans l'organisation et la stratégie de celles-ci. La technologie et la gestion prennent, aussi, petit à petit de l'ampleur.

Ces résultats montrent que le secteur des services aux entreprises de la wilaya de Bejaia a connu une évolution assez positive. Mais il a aussi régressé, notamment en termes d'objectifs stratégiques et d'utilisation de l'outil informatique. En effet, les entreprises ne prennent plus en considération la réalité de leur fonctionnement dans l'élaboration des objectifs stratégiques et ne visent plus que la rentabilité.

En dix ans, l'objectif principal des entreprises est passé de l'amélioration de la qualité à la recherche du profit. Malgré la large augmentation du nombre d'ordinateurs et de leur utilisation ainsi que l'utilisation d'Internet, les entreprises n'ont pas su tirer profit des avantages que ces outils présentent.

Nous pouvons aller encore plus loin et dire que la stratégie des entreprises enquêtées a aussi évolué à travers le temps. L'évolution de la gestion a été positive, celle de la stratégie et de l'utilisation de l'outil informatique est relativement négative.

Bibliographie :

1. ABEDOU Abderrahmane et Al, « **Les Pme de la branche services aux entreprises** », Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement CREAD – ministère de la PME et de l'Artisanat, 2005.
2. Central Intelligence Agency (C.I.A) « **The World FactBook** », [en ligne], 2014, disponible sur <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html> (consulté le 25/12/2014).
3. Robert C. JUDD, « **The case of redefining services** », Journal of Marketing, Vol. 28, No. 1, 1964, In Eric Vogler, Management Stratégique des Services, DUNOD, Paris, 2004.
4. Leonard L. BERRY, « **Services Marketing Is Different, Business** », Mai-Juin, 1980. In Eric Vogler, op.cit. DUNOD, Paris, 2004.
5. <http://insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/services.htm> consulté le 08/04/2015.
6. Pierre EIGLIER, Eric LANGEARD, « **servuction : le marketing des services** », McGraw-Hill, Paris, 1987
7. Hervé GREUGNY et Al, « **Les Services aux Entreprises en Bretagne** », GREF Bretagne, Rennes, 2010.
8. Frederick DUPOND, « **Management des Services** », Editions ESKA, Paris, 2000.

Annexe n°1 : Tableau des corrélations des variables de la base de données de 2004.

Tableaux n°6. Corrélations des variables																	
Dimension: 1																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	14	15	16	17
1-date de création	1,000	,093	,313	,522	,462	,086	,244	,128	,232	,356	,423	,574	,301	,463	,068	,119	,262
2-Autonomie	,093	1,000	,109	,133	,201	-,115	,130	,309	-,389	-,122	,100	,152	,175	,255	-,120	-,192	,120
3-Branches	,313	,109	1,000	,546	,246	,225	,209	,382	,193	,214	,241	,514	,209	,228	,431	,182	,475
4-Evolution du CA	,522	,133	,546	1,000	,425	,184	,365	,360	,170	,503	,394	,715	-	,426	,305	,475	,525
5-Nombre	,462	,201	,246	,425	1,000	,106	,460	,233	,404	,342	,048	,369	,266	,196	,105	,298	,460
6-Evolution-	,086	-,115	,225	,184	,106	1,000	,287	,105	,295	-,015	-,239	,179	-	-,211	,322	,119	,369
7-Nombre d'échelons	,244	,130	,209	,365	,460	,287	1,000	-,170	,250	,205	,081	,361	,341	,228	,406	,396	,428
8-organisation	,128	,309	,382	,360	,233	,105	-,170	1,000	,117	,247	,146	,201	-	,259	,152	,218	,444
9-Type de clients	,232	-,389	,193	,170	,404	,295	,250	,117	1,000	,168	-,060	,093	,248	,155	-,108	,438	,381
10-Champ	,356	-,122	,214	,503	,342	-,015	,205	,247	,168	1,000	,496	,231	,166	,334	,396	,446	,317
11-évolution-	,423	,100	,241	,394	,048	-,239	,081	,146	-,060	,496	1,000	,159	,164	,620	,280	,214	,239
12-Insuffisances	,574	,152	,514	,715	,369	,179	,361	,201	,093	,231	,159	1,000	,131	,276	,137	,280	,457
13-expertise externe	,301	,175	,209	-,006	,266	-,121	,341	-,179	,248	,166	,164	,131	1,00	,096	-,133	,170	,037
14-volume-	,463	,255	,228	,426	,196	-,211	,228	,259	,155	,334	,620	,276	,096	1,000	,133	,226	,142
15-Rapport-	,068	-,120	,431	,305	,105	,322	,406	,152	-,108	,396	,280	,137	-	,133	1,000	,268	,217

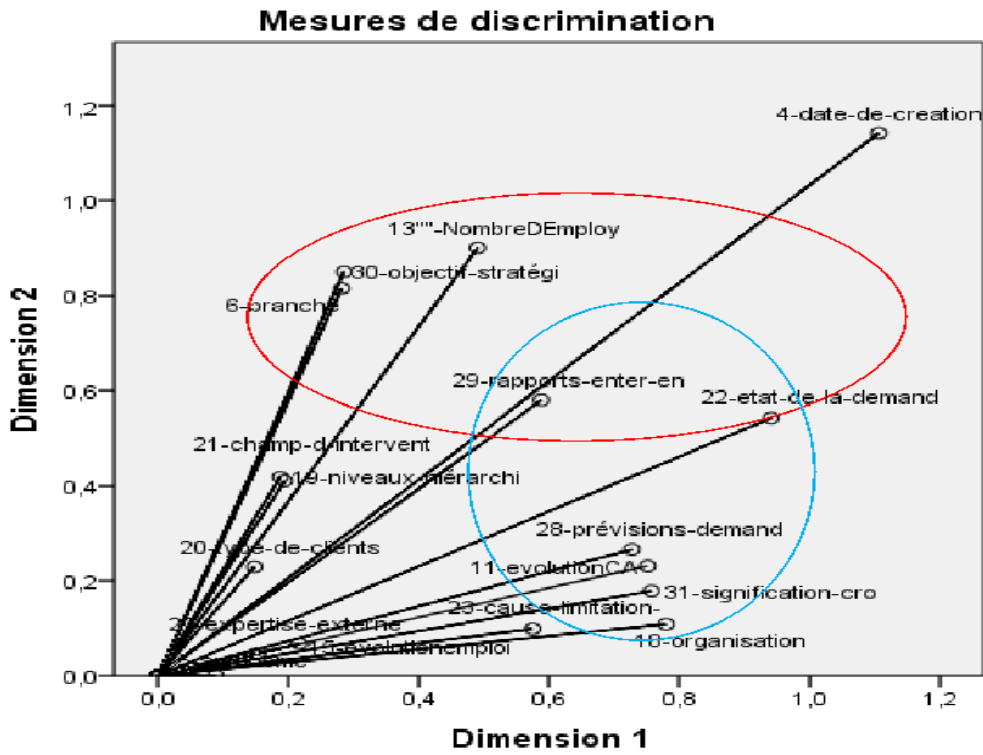
16-Objectifs	,119	-,192	,182	,475	,298	,119	,396	,218	,438	,446	,214	,280	,170	,226	,268	1,000	,394
17-croissance	,262	,120	,475	,525	,460	,369	,428	,444	,381	,317	,239	,457	,037	,142	,217	,394	1,00
Dimension	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Valeur propre	5,138	2,053	1,691	1,560	1,274	1,008	,836	,736	,705	,541	,482	,301	,259	,158	,123	,081	,054

Annexe 02 : Tableau des corrélations des variables de la base de données de 2014.

Tableau n°9. Corrélations des variables																	
Dimension	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1-date de création	1,000	,290	,481	,670	,839	,405	,361	,408	,889	,658	-,031	,811	,727	,487	,828	-,145	,783
2-autonome	,290	1,000	,532	,185	,050	,520	,023	-	,185	,001	,080	,132	,294	-,229	,312	,115	,144
3- Branche	,481	,532	1,000	,301	,508	,336	-,154	-	,358	,248	,056	,101	,335	,490	,560	,081	,101
4- Nombre d'employés	,670	,185	,301	1,000	,535	,210	,305	,095	,561	,394	,136	,569	,431	,286	,470	,471	,587
5- organisation	,839	,050	,508	,535	1,000	,185	,093	,320	,735	,584	-,109	,583	,442	,729	,630	-,157	,594
6-niveaux hiérarchiques	,405	,520	,336	,210	,185	1,000	,238	,220	,325	,328	,001	,255	,236	-,138	,340	,169	,210
7- type de clients	,361	,023	-,154	,305	,093	,238	1,000	,352	,244	,505	,099	,241	,305	-,031	,373	-,118	,178
8- champ d'intervention	,408	-,125	-,239	,095	,320	,220	,352	1,00	,377	,748	-,099	,486	,149	,013	,054	-,380	,499
9- état de la demande	,889	,185	,358	,561	,735	,325	,244	,377	1,000	,525	-,120	,890	,595	,524	,636	-,172	,855
10- insuffisances	,658	,001	,248	,394	,584	,328	,505	,748	,525	1,000	-,010	,398	,349	,420	,433	-,269	,375
11- expertise externe ^a	-,031	,080	,056	,136	-,109	,001	,099	-	-,120	-,010	1,000	,049	,110	-,110	-,125	-,048	-,060

12- prévisions demande	,811	,132	,101	,569	,583	,255	,241	,486	,890	,398	,049	1,000	,582	,227	,491	-,116	,966
13- rapports inter-	,727	,294	,335	,431	,442	,236	,305	,149	,595	,349	,110	,582	1,00	,124	,805	-,259	,487
14- objectif stratégique	,487	-,229	,490	,286	,729	-,138	-,031	,013	,524	,420	-,110	,227	,124	1,000	,388	-,281	,263
15- signification	,828	,312	,560	,470	,630	,340	,373	,054	,636	,433	-,125	,491	,805	,388	1,00	-,138	,430
16- évolution du nb	-,145	,115	,081	,471	-,157	,169	-,118	-	-,172	-,269	-,048	-,116	-	-,281	-,138	1,000	-,086
17- évolution CA ^a	,783	,144	,101	,587	,594	,210	,178	,499	,855	,375	-,060	,966	,487	,263	,430	-,086	1,000
Dimension	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Valeur propre	6,985	2,253	1,832	1,438	1,153	1,132	,921	,422	,396	,188	,137	,075	,055	,009	,004	,000	,000

Annexe 03 : (Figure 02) : Mesure de discrimination.



Normalisation principale de la variable.

Annexe 04 : Questionnaire d'enquête.**ENQUETE 2014 :****BRANCHE D'ACTIVITES
SERVICES AUX
ENTREPRISES****OBJET D'ETUDE : LES
ENTREPRISES PRESTATAIRES
DE SERVICES AUX
ENTREPRISES**Recommandations aux enquêteurs

- Toutes les données sont traitées de manière strictement confidentielle.
- Prière de cocher la case (☐) qui convient ou indiquer une valeur chiffrée (estimée si nécessaire).
- Pour de plus amples informations sur l'enquête veuillez vous adresser au CREAD en téléphonant au 021-94-12-72 ou bien au 021-94-11-74.
- Veuillez remplir le questionnaire même si les réponses sont parfois incomplètes ou approximatives.
- Veuillez viser le questionnaire par le responsable de l'entreprise à la fin de l'entretien.

**INFORMATIONS SUR
L'ENTREPRISE :**

1. Nom de l'entreprise :
2. Adresse de l'entreprise :
3. statut de votre entreprise :
4. date de création de l'entreprise :
5. Votre est-elle :
 - Une entreprise autonome
 - Une entreprise filiale d'un groupe
6. Branche de rattachement :
 - Administration
 - Banque
 - Services
 - Industrie
 - Commerce
 - Autres.
7. Veuillez indiquer sur la liste suivante des activités du secteur

votre principal service fournis
aux entreprises :(1) _____ -
Conseils en gestion

- Services juridiques
- Audit et comptabilité

(2) _____

- Travail temporaire
- Recrutement de personnel
- Formation professionnelle

(3) _____

- Banque et Assurance
- Location et location/bail

(4) _____

- Services d'ingénierie
- Tests et contrôle qualité
- R recherche développement
- Design industriel
- Entretien et réparation d'équipement

(5) _____

- Services informatiques et technologie de l'information
- Télécommunications

(6) _____

- Publicité
- Commerce de distribution
- Relations publiques
- Foires et expositions
- Services après-vente

(7) _____

- Logistique Services de transport
- Messagerie express

(8) _____

- Services de sécurité
- Services de nettoyage
- Restauration
- Services gestion des déchets
- Services de fourniture d'énergies et d'eau
- Immobilier (entrepôts)

8. Veuillez indiquer les trois (ou deux) entreprises qui représentent la source majeure de vos revenus (citer ces entreprises par ordre décroissant)
 - Première :
 - Seconde :
 - Troisième :

9. Y-a-t-il eu un changement dans votre activité par rapport aux trois dernières années

- Oui
- Non

si oui, veuillez donner quelques précisions sur les raisons du changement

10. Chiffre d'affaires réalisées en 2003 : Da

11. Votre chiffre d'affaire a évolué approximativement depuis 2001 selon la tendance suivante :

- Augmentation.....%
- Diminution.....%
- Inchangé

12. Quelle a été la part dans votre chiffre d'affaires des travaux ou activités destinées aux donneurs d'ordres :

- Grande entreprises.....%
- Petite entreprise%
- Administration%

13. Nombre total d'employés en 2003 :

- Dont Hommes :
- Femmes :
- Dont Permanents :
- Temporaire :

14. Ventilation des effectifs par niveau de qualification

- Ouvriers et ouvriers spécialisés
- Ouvriers qualifiés
- Maîtrise
- Personnel administratif
- Cadres et ingénieurs

15. Le nombre d'employés a évolué approximativement depuis 2001 selon la tendance suivante :

- Augmentation.....%
- Diminution.....%
- Inchangé

**CONDITIONS DE CREATION DE
L'ENTREPRISE :**

16. Votre entreprise, vous l'avez créée

- Acquisition d'un brevet
- Opportunités d'investissement
- Taille importante du marché
- Faible degré de concurrence
- Expérience accumulée dans le domaine
- Héritage de la famille
- Autres.

17. Avez vous fait une étude de marché avant la création de votre entreprise ?

- Oui
- Non

18. Avez vous sollicité un crédit bancaire pour la création de votre entreprise,

- Oui

Non	8. Pouvez-vous nous indiquer le nombre d'échelons hiérarchiques entre la direction de l'entreprise et les travailleurs opérationnels	15. Pour la production de votre prestation, faites-vous appel à l'expertise externe ?
1. Si la banque vous a refusé l'octroi du crédit demandé, comment avez-vous fait pour réunir le capital nécessaire ?	- Un seul échelon	- Oui
- A partir de vos économies personnelles	- Deux échelons	- Non
- Auprès de vos proches (amis et famille)	9. Votre clientèle est composée essentiellement de (classer par ordre d'importance)	16. Le volume des prestations qui vous sera confié par les entreprises donneurs d'ordres, au cours des trois prochaines années, sera-t-il à votre avis
- Auprès d'entreprise	- De grandes entreprises	- En augmentation (+)
2. Pour la création de votre entreprise, vous avez bénéficié de l'appui :	- Des administrations	- Sans changement (S)
- Organisme de soutien à la création d'entreprises	- De petites entreprises	- En diminution (-)
- Entreprises donneurs d'ordre	STRATEGIE DE L'ENTREPRISE	17. Estimez-vous que votre entreprise, vis à vis des entreprises donneurs d'ordres, est actuellement
- Aucun appui	10. Votre champ d'intervention (marché) est-il	- Très dépendante
3. Depuis la création de votre entreprise, avez-vous demandé un crédit bancaire de fonctionnement ?	- Local	- Assez dépendante
- Oui	- Régional	- Peu dépendante
- Non	- National	- Non dépendante
4. Si oui, pour financer	11. Ces trois dernières années, les demandes de prestations formulées par les entreprises ont-elles été	18. Quel a été récemment le principal objectif de la stratégie de votre entreprise ?
- Extension des capacités de production	- En hausse (+)	- La lutte pour la survie
- Moderniser les équipements	- Stable (S)	- Consolidation de vos parts de marché
- Les opérations courantes	- En Baisse (-)	- Croissance
ORGANISATION DE L'ENTREPRISE	12. Estimez-vous actuellement être en situation de limitation de vos capacités de production de services comme vous le souhaiteriez en raison de	- Augmenter les profits
5. Quelles sont les principales structures fonctionnelles qui existent dans votre entreprise ?	- D'une demande insuffisante	- Améliorer la qualité
- Production du service	- D'un manque de personnel compétent	- Introduire de nouvelles technologies
- Finances et comptabilité	- D'un manque de professionnalisme dans la profession	- Autres
- Personnel	- De contraintes financières	19. Que signifie pour vous la croissance ?
- Commerciale	- Difficultés d'acquisition d'équipements performants	- Augmenter les ventes
- Administration	- Autres (précisez)	- Renforcer l'image de l'entreprise
- Achat et approvisionnement	13. Quels sont vos besoins pour faire face à la compétitivité ?	- Augmenter le nombre d'employés
- Autres	- Technologies	- Augmenter les capacités de production
6. Votre entreprise dispose-t-elle d'un organigramme ?	- Gestion	- Autres
- Oui	- Formation	20. Sur quels facteurs considérez-vous que votre entreprise est compétitive ?
- Non	- Capital	- Vous êtes performant en terme de délais et de coûts
7. Selon quels critères votre entreprise est-elle principalement organisée ?	- Main-d'œuvre qualifiée	- Vous offrez les plus bas prix
- D'après la clientèle	- Autres (précisez)	- Vous avez une bonne réputation auprès des entreprises du secteur
- D'après la nature des prestations offertes	14. Pour les prestations que vous réalisez. Connaissez-vous votre part de marché	- Vous offrez les meilleures compétences
- D'après les différentes fonctions de l'entreprise (production, administration, personnel, commercial, etc.)	- Oui	- Autres
- D'après les projets et les équipes de travail.	- Non	PRINCIPALES CONTRAINTES POUR LES ENTREPRISES
	connaissez-vous les parts de marché de vos concurrents	Quelles sont les principales contraintes rencontrées durant les deux dernières années et qui ont entravé le bon
	- Oui	
	- Non	

1. fonctionnement de votre entreprise : - Manque de main-d'œuvre qualifiée - Accès aux financements - Mise en œuvre de nouvelles technologies - Les exigences de qualité imposées par les donneurs d'ordres - Réglementations administratives - Difficultés d'accès ou indisponibilité des moyens de travail (électricité, téléphone, etc.) - Autres - Aucune	- Maîtriser les nouvelles technologies introduites - Mise en œuvre du programme de mise à niveau - Mieux fidéliser le personnel - Autres	- D'un complément de formation pour être performant - D'être motivé pour fournir plus d'effort - D'être informé sur le devenir de l'entreprise - D'être mieux encadré (dirigé et orienté) dans son travail
INFORMATION SUR LE PERSONNEL		
2. Par quel moyen recrutez-vous vos employés ? - Par placard publicitaire - Par le réseau (connaissance et famille) - Par les agences d'emploi (ANEM) - Directement des centres de formation et université - Autres	8. Dans quels domaines votre entreprise a formé son personnel ? - Domaine technique - Domaine financier et comptable - Dans la gestion du personnel - Dans le domaine commercial - Dans le domaine de l'administration - Dans les achats et approvisionnements - Autres	14. Comment faites-vous pour retenir vos meilleures compétences techniques au sein de l'entreprise ? - En attribuant plus de responsabilité et d'autonomie - En augmentant les salaires - En donnant plus d'avantage en nature - En les intégrant dans le capital de l'entreprise - Autres
3. Quelles sont vos méthode de sélection ? - Aucune - Sur la base d'entretien - Sur la base de tests - Sur la base du diplôme - Sur la base de l'expérience	9. Si non, veuillez mentionner uniquement deux raisons qui vous paraissent les plus importantes - La formation prend beaucoup de temps - La formation est difficile à réaliser à cause des contraintes financières - La formation est difficile à cause du manque de personnel de remplacement - La qualification du personnel est insuffisante - Le personnel n'est pas intéressé - Il n'y a pas d'offre de formation appropriée aux besoins de l'entreprise - Les PME ne sont pas suffisamment aidées en matière de conseil en formation - Ne sais pas - Autres	15. Quelles sont les principales contraintes de la législation du travail qui entravent le bon fonctionnement de l'entreprise ? - Législation du travail - Hygiène et sécurité des travailleurs - Fiscalité du travail - Procédures administratives de recrutement - Contrat du travail - Ne sais pas - Autres
4. Le personnel recruté répond-il suffisamment aux exigences professionnelles et techniques de l'entreprise ? - Oui - Non	10. Evaluez-vous votre personnel - Oui - Non	INFORMATISATION DE L'ENTREPRISE
5. Depuis son recrutement, votre personnel a-t-il suivi une formation continue ? - Oui - Non	11. Quelles sont les raisons de l'évaluation ? - Attribution de primes - Connaissance du potentiel humain - envoi en formation - La promotion - Autres	16. Votre entreprise est-elle équipée en ordinateurs ? - Oui - Non
6. Si oui, quelle est la ventilation des proportions des formés par catégories professionnelles - Ouvriers et ouvriers spécialisés% -Ouvriers qualifiés.....% - Maîtrise% -% Personnel administratif.....% -% Cadres et ingénieurs.....%	12. Qui est chargé de l'évaluation ? - Vous-même - Le chef hiérarchie - Le responsable du personnel - consultant externe - Autres	17. Combien de membres de la direction utilisent l'ordinateur couramment dans leur travail ? - Aucun - Quelques uns seulement - La plupart - Tous
7. pour quelles raisons votre personnel a été formé - Augmenter la performance du personnel	13. D'après vous, votre personnel a besoin (choisir une seule réponse)	18. Votre entreprise est-elle branchée sur Internet ? - Oui - Non 19. Si oui, depuis combien de temps Internet est devenu opérationnel au sein de votre entreprise ? - Dès son installation - Quelques mois après - Après une longue période - Autres

1. A quelles fins votre entreprise utilise-t-elle Internet ?
 - Diffusion de l'information sur l'entreprise et ses offres de services
 - Services à la clientèle
 - Transactions commerciales sur le Net (achat et / ou vente)
 - Communication et transferts de données
 - Recherche d'information (veille)
 - Autres
2. Quels sont les services de l'entreprise qui ont accès à Internet ?
 - Direction
 - Service commercial
 - Service financier et comptabilité
 - Achat et approvisionnement
 - Administration
 - Autres
3. Pensez-vous qu'Internet vous a apporté un plus au niveau de votre entreprise ?
 - Oui
 - Non
4. Si oui, a quel niveau ?
5. Votre personnel a-t-il suivi une formation à Internet
 - Oui
 - Non
6. Si oui, dans quels domaines ?
 - Manipulation de logiciels et outils informatiques
 - Commerce en ligne
 - Marketing en ligne
 - Veille en ligne (surveillance de la concurrence)
 - formation en ligne
 - Autres
7. Seriez-vous intéressé à proposer des formations à votre personnel sur l'usage d'Internet ?
 - Oui
 - Non
8. Si oui, parmi les domaines suivants, lesquels seriez-vous intéressé à proposer à votre personnel ?
 - Production du service
 - Gestion des affaires sur le Net (comptabilité, gestion ressource humaine...).
 - Faire du commerce sur le Net
 - Faire du marketing sur le Net
 - faire de la veille
 - Autres

9. Si non, veuillez indiquer les principales raisons
 - Technologie complexe
 - Le personnel ne dispose pas de compétences requises
 - Les programmes de formation ne correspondent pas aux champs d'activité de l'entreprise
 - Ne sais pas
 - Autres

INFORMATIONS SUR L'ENTREPRENEUR

10. Etes-vous le créateur de l'entreprise
 - Oui
 - Non
11. Quelle fonction assurez-vous au sein de l'entreprise ?

.....
12. Quelles sont les fonctions que vous avez délégué à vos collaborateurs ? (cocher les cases correspondantes)
 - Production du service
 - Finances et comptabilité
 - Personnel
 - Commerciale
 - Administration
 - Achat et approvisionnement
 - Autres
13. Quel est votre age :
14. Votre lieu de naissance :
15. Quel est votre lieu de résidence :
16. Votre Sexe :
17. Votre situation matrimoniale :
18. Quel était votre dernier emploi avant la création de votre entreprise ?

.....
19. Quel était votre dernier employeur ?
 - Entreprise publique
 - Entreprise privée
 - Formation
 - Chômage
 - Autres
20. Quel votre diplôme initial ?
 - Aucun diplôme
 - Ecole coranique, Médersa
 - Certificat d'étude
 - Brevet ou BEG ou BEF
 - Diplôme formation professionnelle
 - BAC
 - Licence, ingénieur
 - Autres
21. Quelle était la profession de votre père ?.....

L'IMPACT DE LA PUBLICITE TELEVISUELLE DIFFUSEE PAR LE SECTEUR DES TELECOMMUNICATIONS EN ALGERIE SUR LES CONSOMMATEURS ALGERIENS DURANT LES ANNEES 2008/2010

Dr. MANSOURI Kheira Mounia

Maître de conférences de rang B

Université de Mostaganem.

Dr. BENAMAR Amel

Maître de conférences de rang B

Université d'Oran 2

Résumé :

Ce travail a pour objectif de montrer l'impact de la publicité télévisuelle diffusée par le secteur des télécommunications en Algérie sur le comportement du consommateur algérien.

La concurrence rude entre les produits et les marques et l'ouverture du marché, conduisent les entreprises à recourir à la publicité pour se différencier et montrer leurs particularités. Les entreprises algériennes sont dans l'obligation de mettre en œuvre une communication destinée à leur public cible notamment le secteur des télécommunications qui représente ces dernières années le plus grand annonceur dans le pays mais il reste à vérifier si leurs publicités sont efficaces, c'est de là que vient la nécessité d'évaluer leur impact.

Dans les pays développés et notamment la France, de telles études sont non seulement déjà très pratiquées et même diffusées notamment par l'Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires-IREP-. Enfin, en Occident le retour sur investissement de chaque dépense de marketing est effectivement effectué à partir du concept de ROMI « Return on marketing investment »

Mots clés : Annonceurs, Consommateurs, Communication, Publicité, Télévision, Télécommunication, Impact.

ملخص :

يهدف هذا العمل إلى تبيان تأثير الإشهار التلفزيوني لقطاع الاتصالات في الجزائر على سلوك المستهلك الجزائري نظرا للمنافسة الشديدة بين المنتجات والعلامات الناجمة عن انفتاح السوق، كل هذا دفع المؤسسات إلى استعمال الإشهار كوسيلة لتحقيق ميزة تنافسية لها.

يتعين على المؤسسات الجزائرية تطبيق سياسة الاتصال الموجهة إلى جمهورها المستهدف خاصة مؤسسات قطاع الاتصالات باعتبارها وخلال السنوات الأخيرة تمثل المعلن الأول والأكبر في البلد، ولكن تبقى العديد من التساؤلات مطروحة حول مدى فعالية الإشهار ما يستدعي ضرورة تقييم آثاره.

الكلمات المفتاحية : المعلنون، المستهلكون، الاتصال، الإشهار، التلفاز، الأثر.

Introduction :

Le besoin en communication marketing est une préoccupation majeure des entreprises dans le monde en général et en Algérie en particulier, notamment dans cette nouvelle ère d'ouverture sur le monde caractérisée par 2 phénomènes à savoir l'entrée en vigueur de l'accord d'association avec l'Europe et la prochaine adhésion de notre pays à l'OMC.

La communication est l'ensemble des techniques et moyens servant à l'entreprise à présenter elle-même, ses activités ou ses produits et services afin d'améliorer son image, d'accroître sa notoriété ou d'augmenter les contacts avec des clients potentiels.

On considère de plus en plus la communication comme un véritable dialogue entre l'entreprise et ses clients, qui se déroule avant et pendant la vente, pendant et après la consommation. Compte tenu des possibilités offertes par les technologies de l'information, l'entreprise ne doit plus simplement se demander : «Comment contacter mes clients?» mais aussi : « Comment permettre à mes clients de me contacter ? ».¹

Communiquer est une nécessité pour toute entreprise puisqu'il ne suffit pas de produire le bon produit au meilleur prix avec une distribution adéquate, mais encore plus, il faut le faire connaître pour pouvoir conquérir de nouvelles parts de marché ou maintenir ses parts existantes. Pour cela l'entreprise émet des signaux, des informations, des messages de toute sorte en direction des publics cibles auxquels elle s'intéresse (clients, prospects, prescripteurs, distributeurs).

Toute communication a ses raisons d'être parmi lesquelles nous relevons :

- Le comportement du consommateur est largement déterminé par sa connaissance du produit et de la marque, ce qui le pousse à l'achat, donc ce comportement dépend de ce qu'il sait, de ce qu'il pense, c'est-à-dire des communications auxquelles il a été exposé.

¹ P. Kotler et Alii, « Marketing Management », 12^{ème} Ed Pearson Education, 2006, p.639.

- Le produit ne pourrait à lui seul constituer la meilleure communication ; l'image de l'entreprise peut aussi faire la différence à titre d'exemple : lorsqu'il s'agit de produits semblables, c'est la marque la plus connue qui l'emporte.
- L'intensification de la concurrence nationale et internationale pousse l'entreprise à démontrer la supériorité et la singularité de ses produits à ses publics, et à leur rappeler son existence.
- Les produits de grande consommation se sont banalisés ce qui pousse l'entreprise à se différencier en communication en montrant les spécificités de ses produits.
- Le lancement de nouveaux produits et de manière plus large l'innovation nécessite une forte communication pour se faire connaître auprès des différents publics cibles.

Parmi les outils de la communication marketing figure notamment la publicité. Cette dernière constitue une force importante pour le développement économique de l'entreprise.

Robert Leduc dans son livre « Qu'est-ce que la publicité »², définit la publicité comme étant l'ensemble de moyens destinés à informer le public et à le convaincre d'acheter un produit ou un service.

Nous remarquons que nous pouvons trouver plusieurs définitions de la publicité mais on remarque que la plupart de ces dernières insistent sur trois éléments essentiels³ à savoir la publicité est une communication qui est destinée à une masse de gens et qui a une fonction socio-économique :

- La publicité est un ensemble de communication provenant d'un commanditaire, le courant d'information est unidirectionnel et s'adresse aux clients potentiels de l'annonceur.
- La publicité est une communication de masse, puisqu'elle vise tout le marché.
- La publicité a une fonction socio-économique qui provient de son objectif à long terme qui est de convaincre les clients et les acheteurs potentiels d'acheter les produits ou services annoncés par l'entreprise.

Ce que nous pouvons déduire c'est que la publicité est une communication constituée de messages informatifs qui ont pour raison d'être de convaincre et persuader l'acheteur éventuel d'acquiescer un bien ou un service, et bien sûr la publicité n'est pas une information désintéressée ; souvent son contenu d'information est très pauvre, Lendrevie et Lindon dans leur livre "Mercator"⁴ affirme que même lorsque son objet est la

² Robert Leduc, « Qu'est-ce que la publicité », Ed Dunod, 1983

³ J-E. Brisoux et alli, « Gestion de la publicité », Ed Mc Graw-Hill, 1987, p.47.

⁴ Jacques Lendrevie et Denis Lindon, « Mercator », 5^{ème} Ed Dalloz, Paris, 1997.

description des caractéristiques d'un produit, l'information est choisie, souvent tronquée, toujours partielle.

Les entreprises algériennes se voient dans l'obligation de mettre en œuvre une communication commerciale destinée à leur cible (clients, fournisseurs, leaders d'opinion, distributeurs,...).

La publicité dans la presse, la télévision, la radio et l'affichage a connu des enrichissements pour parvenir au niveau actuel mais a-t-elle vraiment de l'effet sur son public ciblé ? Qui pourra justifier ses investissements engagés, là est la question qui se pose aux annonceurs.

La publicité est l'art de convaincre le consommateur en l'amenant consciemment ou inconsciemment vers un produit ou une marque.

Les entreprises algériennes investissent de plus en plus d'argent dans leurs campagnes notamment dans les publicités télévisuelles étant donné que ce média occupe une grande importance dans l'univers de la publicité due à ses particularités (son, image, mouvement, audience, cible,...).

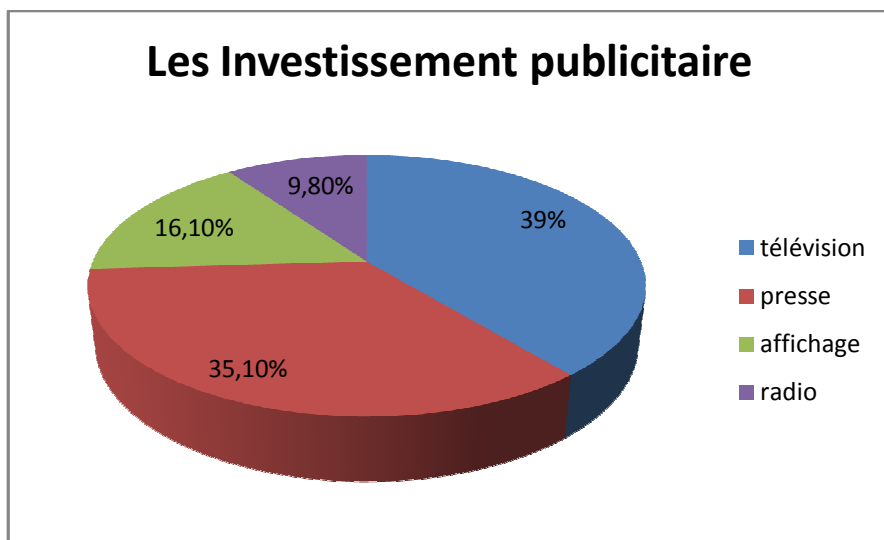
Les dépenses publicitaires qui sont de plus en plus croissantes, doivent être justifiées par une évaluation de leur impact sur le consommateur qui représente la cible principale de ses publicités ; leur effet sur ce dernier ne doit pas être négligé vu qu'il permettra de justifier ces dépenses déployées et d'agir mieux sur les campagnes menées dans le futur pour un meilleur effet en améliorant la qualité des publicités diffusées, en prenant en compte l'appréciation des consommateurs qui servira à une meilleure performance dans le futur.

Notre travail portera sur l'analyse de l'impact de la publicité télévisuelle diffusée par les télécommunications en Algérie en analysant les cibles principales : les entreprises et les consommateurs algériens.

L'objectif de notre étude est de suivre le déroulement général des publicités télévisuelles diffusées par le secteur des télécommunications et particulièrement la manière de procéder à l'évaluation de l'efficacité de ces publicités télévisuelles sur les consommateurs qui sont la cible visée par les entreprises qui justifient leurs grands investissements dans ce domaine.

On a spécifié le média qui fera l'objet de notre étude : « **la télévision** » étant donné ses particularités et son importance dans le domaine publicitaire.

Figure n°1 : Les investissements publicitaires pluri média en Algérie en 2010



Source : Réalisé selon les données de Sigma conseil

Voila des chiffres clés du marché publicitaire en Algérie en 2009 donnés par M. Zargouni (directeur de l'agence SIGMA):⁵

Investissement publicitaire pluri média : 12 415 705 727DA :

- Investissement Publicitaire TV : 5 139 770 448 DA en hausse 2.4 %
- Investissement Publicitaire Presse : 4 084 188 827 DA en hausse 33.3 %
- Investissement Publicitaire Radio : 874 663 156 DA en baisse - 30.8%
- Investissement Publicitaire Affichage : 2 165 679 166 DA en hausse 4.5 %
- Investissement Publicitaire Internet : 151 401 130 DA

On va s'intéresser au secteur des télécommunications en raison de la part cruciale qu'il occupe dans les dépenses publicitaires en Algérie ; il est classé parmi les trois premiers annonceurs sur les dix grands annonceurs en Algérie.

⁵ <http://www.tvdz.com/index.php?2010/02/04/1932-programme-open-sigma-2010-et-bilan-annuel-medias-et-publicite-2009>

Tableau n°1 : Le top 10 des annonceurs en Algérie en dinars (2009)

Annonceur	Dépenses en dinars
Orascom Télécom Algérie	1,246 milliard
WTA	924 millions
d'ATM Mobilis	724 millions
Cevital	717 millions
Hyundai Motors Algérie	427 millions
Renault Algérie	379 millions
Danone Algérie	235 millions
Nissan Algérie	208 millions
Autres entreprises	enregistrent moins de 200 millions de dinars

Source : Réalisé selon les données de Sigma conseil

En détaillant le top 10 M. Zargouni a annoncé que Orascom Télécom Algérie (OTA) se classe premier annonceur en Algérie avec 1,246 milliard de dinars consentis en 2009. Les autres entreprises non citées dans le classement, enregistrent toutes moins de 200 millions de dinars investis dans le marché publicitaire.

En 2009, les groupes Orascom et Cevital ont été les plus gros annonceurs en Algérie selon Sigma, ATM Mobilis, Renault, Danone et Toyota sont également bien placés dans le top 10. L'ENTV a diffusé 22783 minutes de réclame venant de 123 annonceurs représentant 151 marques⁶. La téléphonie mobile et l'agroalimentaire dominent le marché publicitaire algérien à plus de 50%.

Après plusieurs années de stagnation de ce secteur, notre Gouvernement a mis en œuvre, en 2000, un calendrier de réformes se fixant pour objectif d'introduire la concurrence dans ce secteur et de mettre au standard international son secteur public des télécommunications tant sur la qualité et la diversité de l'offre que sur l'amélioration du service universel.

Cette réforme qui prévoyait dès son lancement l'ouverture progressive de tous les segments du marché à la concurrence, a permis la création en 2001 du premier opérateur privé de télécommunications mobile, Orascom Telecom Algérie sous la marque commerciale Djazzy et du second opérateur privé fin août 2004, Wataniya Telecom Algérie sous la marque Nedjma.

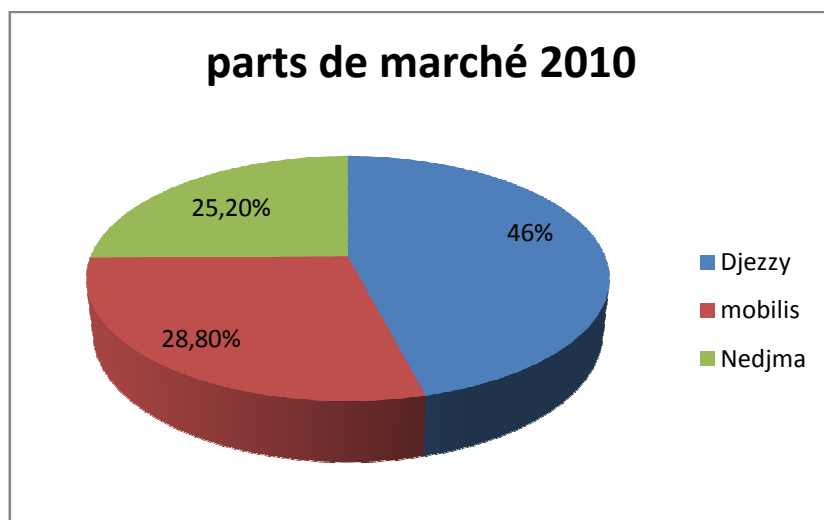
La concurrence est rude entre les trois opérateurs mobiles : Mobilis (Filiale d'Algérie Télécom, c'est le premier opérateur mobile en Algérie, devenu

⁶ <http://www.africopen.com/index.php/2010/02>

autonome en août 2003), Djezzy (filiale du groupe égyptien Orascom Telecom), ou Nedjma (filiale du groupe koweïtien Watanyia Telecom) les trois opérateurs de la téléphonie mobile en Algérie. Les Algériens vivent le boom de la téléphonie mobile.

Mr. Amar Tou, ex-Ministre des Postes et des Technologies de l'information et de la communication affirme « Le portable est devenu un outil indispensable dans la société algérienne. Au sein d'une seule famille, il arrive que chaque membre possède un mobile et que certains utilisent deux puces d'opérateurs différents.»⁷

Figure n° 2 : Parts de marché des trois opérateurs des télécommunications en 2010



Source : Réalisé selon les données de l'ARPT

Dans l'objectif d'avoir un aperçu sur les pratiques publicitaires télévisuelles dans le secteur des télécommunications, nous avons mené une enquête de terrain portant sur deux études :

La première étude nous a permis de jeter un regard sur le respect de certaines étapes nécessaires à la réalisation d'un spot publicitaire par les entreprises du secteur des télécommunications particulièrement le contrôle de l'efficacité publicitaire qui est l'objet de notre travail. Nous avons procédé à une enquête exhaustive auprès de la population de ces 3 entreprises du secteur des télécommunications en Algérie, l'étude a été lancée en Janvier 2011.

⁷ <http://www.jeuneafrique.com>

La seconde étude porte sur l'impact de la publicité télévisuelle diffusée par ce secteur sur le consommateur algérien. Bien entendu, le point de vue pris en considération dans notre enquête est celui du consommateur oranais. L'enquête effectuée auprès de l'échantillon des consommateurs a duré 2 mois, lancée en Juin 2011; le nombre de questionnaires répartis est de 300 et de ceux récupérés est de 160 questionnaires bien remplis pour obtenir un échantillon relativement représentatif et fiable à analyser par la suite.

Notre étude a été menée par le biais des questionnaires destinés aux deux angles de notre approche (les entreprises du secteur des télécommunications en Algérie et les consommateurs) et par les techniques d'observation et d'interview qui nous ont permis respectivement de collecter des informations utiles recueillies durant nos enquêtes.

Nous avons essayé de trouver les facteurs susceptibles d'améliorer l'efficacité publicitaire pour mieux guider les annonceurs dans leurs stratégies de conception et de réalisation des messages publicitaires. Cette efficacité publicitaire est aujourd'hui l'une des préoccupations majeures des principaux acteurs du paysage publicitaire avec l'arrivée de nouveaux annonceurs notamment étrangers, l'apparition de nouveaux supports audiovisuels concurrents, l'encombrement de spots publicitaires, il est donc de plus en plus difficile de garantir une audience déterminée à l'annonceur ainsi que l'attention des téléspectateurs.

On est arrivé aux résultats suivants :

Toutes les entreprises sont conscientes du but de la publicité celui de créer une image propre de l'entreprise dans l'esprit des consommateurs qui favorisera le choix de l'entreprise donc son produit en le mettant en avant par le défilement de ses qualités diverses, en outre faire connaître et aimer la marque pour pouvoir mieux vendre tels sont les objectifs de la publicité. En ajoutant que chaque publicité a un but précis visé par l'entreprise, elle reste relative principalement par rapport à la période donnée pour communiquer ce qu'elle veut atteindre comme objectif et le cycle de vie de son produit ou service à promouvoir qui changent ses objectifs.

Par ailleurs, les consommateurs sont conscients de l'objectif de la publicité télévisuelle transmis par chaque opérateur mobile (meilleurs opérateurs en Algérie), de vanter ses services pour les influencer et les mettre en avant pour plus de consommation et de maximaliser davantage le nombre d'abonnés en informant sur ses nouvelles offres et en faisant appel aux promotions qui sont vraiment remarquées par les consommateurs et les fidéliser par la suite.

Pour cela, il communique sur les trois composantes de la marque : le logotype le slogan et le jingle, qui sont essentielles lors de la communication

pour faciliter la mémorisation du message, c'est de là que vient l'intérêt de bien les choisir. Notamment les consommateurs mémorisent bien les slogans, ils sont bien choisis selon certains consommateurs et c'est un élément important dans les publicités.

Pour mieux répondre aux besoins de communiquer, toutes les entreprises ont une cellule de publicité au sein de leur organigramme. Pour rester dans un esprit marketing, le budget de publicité doit être déterminé en fonction du marché (concurrence, maximiser l'audience à attendre pour garantir un meilleur contact avec la cible, stratégie que veut atteindre l'entreprise,...).

Le télévision reste le média le plus favorisé par l'ensemble des entreprises vu ses qualités (un vecteur de communication très puissant, à fort impact et offrant une couverture nationale massive).

Nous constatons que les critères pour choisir les chaînes de diffusion des publicités pour l'ensemble des entreprises donnent de l'importance au consommateur pour mieux agir sur lui et avoir plus de contacts. Mais les chaînes algériennes restent les plus sollicitées pour faire de la publicité et si on voit les chaînes les plus regardées par les consommateurs en Algérie, ces chaînes choisies restent moins regardées comparativement aux MBC, aux chaînes d'information et aux chaînes françaises qui occupent plus d'audience selon les réponses des consommateurs interrogés, d'où la nécessité de faire des études continues préalables d'audience pour choisir les chaînes de diffusion des publicités et le passage publicitaire pour garantir le plus de contact avec les consommateurs ciblés et un meilleur impact par la suite et constater effectivement dans notre enquête que la publicité ne peut pas avoir d'impact (positif ou négatif ; les réponses restent neutres) sur un nombre important de consommateurs vu qu'ils ne la regardent pas de façon permanente pour la raison simple que les chaînes qu'ils regardent de façon permanente, ne diffusent pas cette publicité.

Selon SIGMA le bureau leader dans les études marketing et médias en 2012, la chaîne A3 domine le paysage audiovisuel, en plaçant en première place du top 10 des télévisions les plus regardées en Algérie avec un taux d'audience de 11,9%. Elle est suivie en seconde position par la télévision saoudienne MBC4, puis MBC et Abou Dhabi TV.

Il est clair que les positions de ces chaînes ont été confortées grâce aux multitudes Drama turcs. La chaîne d'information Al Jazeera se place en 5e position des télévisions les plus regardées avec un taux d'audience de 5,4%. C'est la chaîne terrestre ENTV qui arrive en 6e position 4,6% suivie à la 7e position de MBC Drama avec 4,4%, alors qu'Abou Dhabi Drama, MBC 2 et MBC action se classent dans les dernières places de ce top 10.⁸

⁸ http://www.lexpressiondz.com/culture/lecran_libre/168483-ennahar-tv-menace-tv-a3-au-classement-algerien-de-sigma-conseil.html

La durée optimale d'un spot publicitaire pour un meilleur impact sur le consommateur est de 15 secondes à 20 secondes. Le consommateur dans ses réponses relève parmi ses remarques : ne pas être long dans les spots publicitaires et de bien résumer ce qu'on veut transmettre comme message pour ne pas être ennuyeux et le forcer à zapper pour l'occasion.

Le briefing est un document qui constitue la plateforme pour l'élaboration des messages publicitaires et toutes les entreprises ont pris conscience de son importance.

En résumant bien les informations qu'il doit fournir qui dépendent de l'objectif à atteindre et un briefing doit répondre aux questions suivantes : Qu'est-ce qu'on veut ? (objectif), Comment le veut-on ? (la création et à ce niveau on peut donner des informations sur le service en question pour orienter ce dernier), Quand le veut-on ? (délais, contrainte à respecter), et à combien le veut-on ? (le budget à respecter). Ces réponses garantissent bien la bonne rédaction d'un briefing et de ses principaux éléments.

Dans la copie stratégie d'un message publicitaire télévisuelle, nous devons montrer que l'entreprise prend en compte les attentes des consommateurs pour mieux les satisfaire en centrant son avantage produit particulier par rapport à la concurrence qui facilite le choix du consommateur et ceci constitue l'axe publicitaire (la promesse : le bénéfice consommateur) tout en prenant la forme d'une publicité faisant appel à une bonne création (ton et atmosphère choisis).

Chacune des entreprises a sa manière d'insérer son produit dans un message publicitaire (la consommation ou l'utilisation du service) au début, à la fin ou à plusieurs reprises ; la plus concluante des réponses selon le message et le but à atteindre, les insertions doivent être opérées.

Les insertions de la marque doivent garantir une meilleure mémorisation de cette dernière ; nous constatons que toutes les entreprises ont perçu la nécessité de l'insérer à la fin pour qu'elle reste imprimée dans l'esprit du consommateur.

Les entreprises font appel à plusieurs genres de campagnes, le plus important est de garder la continuité dans le temps et toujours communiquer et informer son public cible sur les nouvelles offres notamment promotionnelles que le consommateur suit avec intérêt.

Les entreprises se préoccupent bien de l'impact de leurs publicités qui est un élément important ; leurs études d'impact leur permettent de mieux communiquer en prenant en compte leurs consommateurs et l'appréciation de leurs messages pour mieux les influencer, les convaincre et être plus efficace.

Pour cela, ils font appel aux pré-tests pour tester l'efficacité de leurs campagnes menées, les post-tests sont un peu négligé pour le contrôle de leurs campagnes publicitaires alors que ce sont des outils importants pour

contrôler l'effet des publicités menées sur les consommateurs et leur efficacité réelle sur ces derniers (le feed back) pour garantir une meilleure communication dans le futur en prenant en charge l'avis des consommateurs sur nos communications pour être plus convaincant et efficace dans le futur.

Parmi les outils utilisés : les Focus groupes, voire le Feed back par des sondages et questionnaire ; mener des études quantitatives et qualitatives.

Les annonceurs doivent maîtriser les outils de contrôle de l'efficacité des publicités diffusées pour l'étude de l'impact pour mieux agir dans le futur et garantir une meilleure efficacité d'où l'intérêt d'une formation préalable dans le domaine pour une meilleure maîtrise.

Les entreprises jugent que la publicité qu'ils diffusent a de l'effet positif sur le consommateur.

L'impact de l'influence de la publicité est mesuré par les entreprises sur le chiffre d'affaires, le nombre des appels et des communications, le nombre d'abonnés et le nombre de visites des clients aux points de ventes en ajoutant qu'il y a des études menées par sondages pour bien comprendre et interpréter les résultats, vu qu'on ne peut pas calculer l'effet des publicités sur le chiffre d'affaires de façon exacte car d'autres facteurs entrent en jeu lesquels font qu'on ne peut pas dissocier l'effet de cette publicité et le mesurer de façon exacte sur le chiffre d'affaires.

Donc la meilleure façon de calculer l'effet de la publicité est de mener des études notamment des sondages qui peuvent expliquer le comportement des consommateurs de telle ou telle façon et voir si c'est dû réellement à la publicité ou bien à d'autres facteurs qui entrent en jeu (si c'est principalement la publicité ou pas).

Les consommateurs prennent en considération la qualité du service et les promotions pour leur choix d'opérateur ; la publicité reste un facteur négligé dans la décision d'achat du consommateur ; d'où découle son rôle à ce niveau de mettre en avant un avantage produit crédible de l'entreprise et ses particularités pour mieux l'influencer et notamment l'informer sur les promotions proposées par l'entreprise qui doivent être bien organisées dans le temps.

La publicité doit mettre en avant des avantages produits fiables et prouvés ; dans la réalité vu qu'un nombre de consommateurs ne pas négliger, ne croient pas aux publicités diffusées en Algérie et pour l'occasion la regardent sans grand intérêt ou ne la regardent pas du tout, de là vient la nécessité de modifier cette mauvaise image incrustée dans l'esprit du consommateur vis-à-vis de la publicité pour qu'elle puisse jouer son rôle d'attirer l'intérêt du consommateur et transmettre ses messages.

Les publicités de Nedjma restent les plus admirées par les consommateurs et les plus convaincantes et sincères et celles auxquelles ils font confiance et

éprouvent de la sympathie, en pensant que cette publicité leur montre que les services répondent bien à leurs attentes et que cette marque porte de l'intérêt aux consommateurs (sponsoring, campagne préventive, promotions du patrimoine culturel pour promouvoir le tourisme) Djezzy a aussi son rôle à ne pas négliger, Mobilis reste avec le moins de réponses positives, c'est un service public il donnait plus d'importance à sa couverture réseau au début, mais notamment une amélioration des publicités diffusées de plus en plus pour être au même niveau que ses deux rivales, l'opérateur est conscient de l'intérêt de communiquer avec son public cible mais il faut travailler davantage pour mieux satisfaire ce consommateur de plus en plus exigeant et être toujours à l'écoute de son marché.

Cependant, le pourcentage de neutralité des réponses des consommateurs vis-à-vis des messages publicitaires, reste le plus déterminant pour les consommateurs pour la même raison déjà évoquée auparavant (le choix de chaînes de diffusion des publicités qui nécessite une étude préalable d'audience).

Les opérateurs doivent prendre en considération les avis des consommateurs dans la perception de leurs publicités pour mieux les améliorer notamment en relevant les points suivants :

- Faire appel à des idoles, des chanteurs populaires des stars comme Zidane.
- Faire usage d'humour que pas mal de consommateurs aiment bien.
- Penser à être créatif, les opérateurs doivent avoir plus d'inspiration et faire appel à plus d'idées nouvelles et originales pour mieux convaincre les consommateurs.
- Diffuser plus d'informations sur les différentes offres proposées pour mieux orienter et faciliter les choix.
- Être bref dans les messages et simple, pour faciliter son interprétation et éviter la confusion.
- Le sponsoring sportif reste apprécié par les consommateurs et le message qui les avait le plus marqué est : le message qui unit l'Algérie « maak ya khadra diri hala » par Djezzy qui a été le message le plus remarqué et mémorisé par les consommateurs pour supporter l'équipe nationale durant la coupe du monde 2010.
- Aussi, les publicités qui accompagnent la météo, les campagnes d'intérêt général et de protection de l'environnement sont aussi appréciées par les consommateurs et les publicités pour l'intérêt du patrimoine algérien (pour promouvoir le tourisme) présenté par Nedjma et Mobilis qui montrent que les opérateurs pensent à l'intérêt général : les communications institutionnelles sont appréciées par les consommateurs.

- Bien choisir les personnages, les scénarios et les discours des publicités qui doivent être simples et bien compris, les couleurs et les endroits de mise en scène et l'ambiance choisie ; elles doivent être en cohérence avec la marque et les messages à transmettre notamment elles sont bien perçues pour Nedjma plus que les autres opérateurs qui doivent améliorer leurs publicités en prenant compte la cohérence de ces éléments.
- Les promotions doivent être bien organisées dans le temps pour que les consommateurs puissent suivre les offres.
- La spontanéité dans les publicités pour être plus captivantes.

La publicité diffusée par les télécommunications remplit bien ses rôles :

Le faire connaître,
Le faire aimer,
Le faire acheter.

Ce sont les trois objectifs d'une publicité notamment remplis beaucoup plus par Djezzy et Nedjma (plus de la moitié des réponses positives) que par Mobilis (moins de la moitié), cette dernière doit prendre plus en considération les besoins de ses consommateurs en matière de publicité pour être plus convaincante.

Les consommateurs restent conscients que Djezzy et Mobilis sont connues pour leur bon réseau et Nedjma pour ses promotions et ses techniques de multimédia ; elle reste la mieux adaptée encore plus avec ses offres internet, elle répond bien aux besoins de ses consommateurs qui évoluent et l'importance qu'elle accorde au patrimoine culturel et au sponsoring sportif l'avantage et fait que le plus grand pourcentage des réponses positives lui soit attribué ; leurs publicités tentent de montrer que l'entreprise donne de l'importance au consommateur et à la société en général avec ses messages sur la culture de la société qui essaient de promouvoir le tourisme, les opérateurs font appel de plus en plus aux messages promotionnels ; Mobilis considérée selon les consommateurs la moins chère (économique) avec un réseau qui couvre tout le territoire algérien et représente le secteur public mais la moins visible au niveau des publicités, elle a du travail à faire pour se mettre au niveau de ses concurrents et elle a pris conscience du fait qu'une amélioration de ses publicités est constatée par certains consommateurs durant l'enquête.

Conclusion :

Nous concluons que la publicité reste l'un des outils privilégiés de la communication marketing qui influence de façon positive le comportement d'achat du consommateur mais il faut savoir s'y prendre en commençant à être à l'écoute de leurs consommateurs cibles, coller à leur marché ; les entreprises doivent être de plus en plus créatives et attractives pour mieux convaincre et avoir de l'impact et pour cela il y a du travail à faire pour l'ensemble des entreprises pour être toujours à cheval notamment dans le domaine du contrôle de l'efficacité publicitaire qui peut donner des informations très précieuses pour mieux comprendre les consommateurs et mieux agir sur eux en leur communiquant des messages publicitaires de façon plus efficace et pertinente sans oublier le fait que leurs publicités sont des investissements importants à supporter par l'entreprise et qui doivent être justifiés par leurs résultats.

Cette influence regroupe l'attention portée au message, sa perception, sa compréhension et le plus important son impact final sur la perception du produit à promouvoir se concrétise par l'acte d'achat donc le choix du produit ; ces éléments restent positifs beaucoup plus pour Djazzy et Nedjma selon les réponses des consommateurs et moins pour Mobilis qui a le moins de réponses positives à ce niveau, donc il lui faut davantage de travail.

La nécessité de la communication publicitaire n'est pas à prouver ; elle doit être intégrée dans une démarche globale de marketing. La communication est au service des objectifs marketing et de ses principales décisions, le plus important n'est pas communiquer pour communiquer mais de communiquer efficacement. Sachant que les consommateurs sont de plus en plus avertis et mieux informés, ce qui nécessite de la part des annonceurs un intérêt plus grand à la créativité et à l'originalité des campagnes. La création doit se fonder sur les attentes des consommateurs afin de mieux les convaincre.

Cependant, il est à noter que l'ouverture du paysage audiovisuel, si le gouvernement renonçait au monopole, dynamiserait encore plus le marché publicitaire et en conséquence l'économie algérienne.

La réflexion sur une loi, devenue indispensable, existait depuis des années, afin de réglementer les activités de publicités radiophoniques, télévisuelles, la vente par la télévision et le parrainage, elle devient une nécessité.

Nous finissons par soulever le problème du manque de travaux sur le domaine publicitaire en Algérie, malgré l'ampleur que prend progressivement la publicité dans notre vie quotidienne ; en effet, il y a peu d'études descriptives des pratiques publicitaires qui ont été réalisées. Cette modeste étude empirique a donc apporté un certain nombre de réponses à nos questions et suscite également d'autres interrogations pour des recherches futures ; notre objectif est de contribuer à l'enrichissement de la connaissance des pratiques publicitaires permettant aux annonceurs et acteurs de publicité de pouvoir améliorer l'efficacité des annonces.

Bibliographie :

- Armand Dayan, «La publicité », Ed PUF, France, 2001.
- Bernard Brochand et Jacques Lendrevie, « Le nouveau publicitor », 5^e Ed Dalloz, 2001.
- Philip Kotler, Kevin Keller et Delphine Manceau ; Marketing Management 14^{ème} Edition, Pearson France Paris, 2012.
- Robert Leduc , «Qu'est-ce que la publicité», Ed Dunod, 1983
- Philip Kotler et Bernard Dubois et Kevin Lane Keller et Delphine Manceau, « Marketing management », 12^e Ed Pearson Education, 2006. France.
- Jacques Lendrevie et Denis Lindon, « Mercator », 5^{ème} Ed Dalloz, Paris, 1997.
- Jean-Marc Decaudin, « La communication marketing », Ed Economica, Paris, 2003.
- Eric Vernet, «La publicité », Notes et études documentaires N°5121-5122, France, 2000.
- Daoudi Salah, « Les pratiques publicitaires télévisuelles : Essai d'appréciation du contexte algérien », Thèse de Doctorat d'Etat en Sciences économiques, Faculté des Sciences économiques, des Sciences de gestion et des Sciences commerciales, Université d'Oran, Année 2008/2009.
- Goumri Said Souad, « L'impact de la publicité télévisée sur le comportement du consommateur algérien », Mémoire de Magister, Université d'Oran, 2008/2009.
- Taibi Asmaa, « L'impact du Benchmarking sur l'élaboration d'une stratégie de communication », Mémoire de Magister, Université de Tlemcen, 2011/2012.
<http://dspace.univ-tlemcen.dz/bitstream/112/1155/1/HAMDOUNE-Asmaa.pdf>
- <http://www.africopen.com>, consulté le 03 Juillet 2016
- <http://www.tvdz.com>, consulté le 03 Juillet 2016
- <http://www.jeuneafrique.com>, consulté le 05 Juillet 2016
- <http://www.algerie360.com/algerie/marche-de-la-telephonie-mobile-une-croissance-de-200-en-quatre-ans/> , consulté le 05 juillet 2016
- http://www.lexpressionondz.com/culture/lecran_libre/168483-ennahar-tv-menace-tv-a3-au-classement-algerien-de-sigma-conseil.html, consulté le 05 juillet 2016
- <http://www.tvdz.com/index.php?2010/02/04/1932-programme-open-sigma-2010-et-bilan-annuel-medias-et-publicite-2009>, consulté le 05 juillet 2016

SOMMAIRE :

Etude de l'évolution des pratiques managériales des entreprises prestataires de services aux entreprises à Béjaïa entre 2004 et 2014.

Dr.CHENINI Moussa, Mlle.MAUCHE Yasmina, Pr. KHERBACHI Hamid
[01]

L'IMPACT DE LA PUBLICITE TELEVISUELLE DIFFUSEE PAR LE SECTEUR DES TELECOMMUNICATIONS EN ALGERIE SUR LES CONSOMMATEURS ALGERIENS DURANT LES ANNEES 2008/2010

Dr. MANSOURI Kheira Mounia , Dr. BENAMAR Amel

[34]

مجلة: المالية والأسواق

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 الـ Word و يرسل الى البريد الالكتروني للمجلة.
rfm2014@yahoo.fr
- En- tête et pied de page 1.25 cm. 24-16 سم ورق 1.5 يسار /يمين/ تحت /يمين/ يسار 1.5 سم ورق 16-24
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 مجلات 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



**Président d'honneur
de la revue :**

**Pr BELHAKEM
Mustapha**

Recteur de l'université

**directeur de la revue
et rédacteur en chef:**

Pr. LAID Mohamed

**Directeur de
Publication:**

Dr. BRAINIS aek

Assistants de rédaction:

**Dr. RAMDANI
Mohammed**

**Dr. MOHAMED ISSA
Mohamed Mahmoud**

**E.mail:
rfm2014@yahoo.fr**

REVUE Finance & marchés

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

Université de Mostaganem

Études analytiques et quantitatives sur :

- La gouvernance;**
- Énergies renouvelables;**
- Économie du sport;**
- Les économies maghrébines.**