



مجلة الاستراتيجية والتنمية

مجلة علمية دولية محكمة
متخصصة في الميدان الاقتصادي
تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير



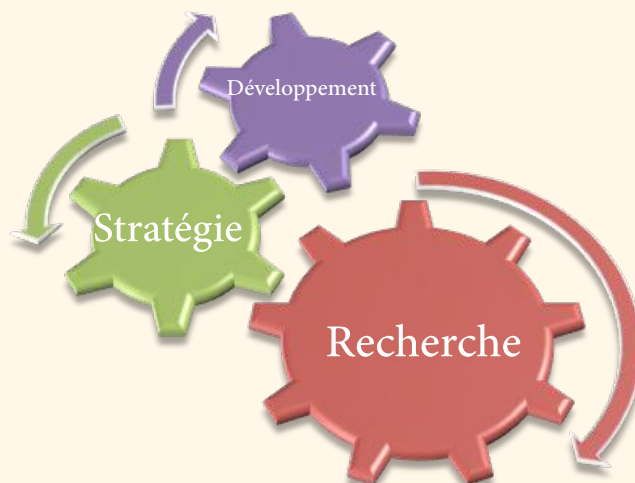


UNIVERSITÉ
ABDELHAMID BEN BADIS
MOSTAGANEM

Revue Stratégie et Développement



Revue Scientifique Internationale Approuvée
Spécialisée dans le domaine économique
éditée par la Faculté des sciences économiques,
commerciales et des sciences de gestion



REVUE
STRATEGIE ET DEVELOPPEMENT



**Les articles rédigés
en langue arabe**

- الرئيس الشرفي للمجلة:** أ.د. أحمد محمد صالح الدين صديقي- مدير جامعة مستغانم
- مدير ورئيس تحرير المجلة:** د. العجال عدالة
- مدير مساعد، مستشار قانوني:** د. جيلالي بوشرف
- أعضاء هيئة التحرير:** د. فاطمة الزهراء زرواط
- أ. محمد بلبية
- أ. أحمد بلقاسم
- أ. عبد الله بوقصة
- أ. محمد عبد الرزاق بوطغان
- أ. الحبيب سعيد قوار
- المكلف باللوجستيك:** السيد عباسه أحمد- الأمين العام للكلية
- خلية الإعلام والاتصال:** السيد أغولايش محمد
- السيد بلال دقيوس
- خلية الإعلام الآلي:** أ. أسماء دريسي
- أ. سامية دريسي

لجنة القراءة:

- أ.د. مسيكة بعداش (جامعة الجزائر)
- د. عبد القادر عدالة (جامعة معسكر)
- د. الحاج بن زيدان
- د. خالد عبد الوهاب البنداري (جامعة مصر)
- د. محمد محمود ولد محمد عيسى (جامعة مستغانم)
- د. محمد رمضاني (جامعة مستغانم)

اللجنة العلمية:

- د. عبد القادر براينيس (جامعة مستغانم) - عميد الكلية
- أ.د. ألبار لورد - رئيس جامعة سانغور أليكسوندي
- أ.د. عبد القادر بابا (جامعة مستغانم) الجزائر
- أ.د. مصطفى بلمقدم (جامعة تلمسان) الجزائر
- أ.د. محمد بن بوزيان (جامعة تلمسان) الجزائر
- أ.د. عبد السلام بندي عبدالله (ج تلمسان) - عميد كلية
- أ.د. عبد الرزاق بن حبيب (جامعة تلمسان) الجزائر
- أ.د. عبد القادر جفلاط (جامعة ليل) فرنسا
- أ.د. سعدية قصاب (جامعة دالي ابراهيم) الجزائر
- أ.د. عبد العزيز سالم (جامعة وهران) الجزائر
- أ.د. عاطف جابر طه عبد الرحيم (جامعة مصر) مصر
- أ.د. رشيد يوسفني (جامعة مستغانم) الجزائر
- أ.د. بلقاسم زايري (جامعة وهران) الجزائر
- أ.د. دليلة زناكي (جامعة وهران) الجزائر
- د. بشير بكار (جامعة مستغانم) الجزائر
- د. معمر بلخير (جامعة وهران) الجزائر
- د. كمال بوصافي (المدرسة العليا للتجارة) الجزائر
- د. نور الدين شريف الطويل (جامعة مستغانم) الجزائر
- د. بلقاسم دواح (جامعة مستغانم) الجزائر
- د. محمد العيد (جامعة مستغانم) الجزائر
- د. بوحفص حاكمي (جامعة وهران) الجزائر
- د. محمد التليلي حامدي (جامعة المنستير) تونس
- د. عبدالله حمود سراج (جامعة حضرموت) اليمن
- د. عبد المجيد سعدي (جامعة قرونوبل) فرنسا
- د. مليكة صديقي (جامعة دالي ابراهيم) الجزائر

مجلة الاستراتيجية والتنمية

مجلة علمية دولية محكمة متخصصة في الميدان الاقتصادي

تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير - جامعة مستغانم



الترقيم الدولي: 2170-0982

رقم الإيداع القانوني: 2011-4793



مقاييس النشر

تصدر مجلة " الاستراتيجية والتنمية " عن كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير - جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم. يتعلق الأمر بمجلة علمية دولية محكمة تهتم بالميدان الاقتصادي. تفتح فضاء لجميع أصحاب القدرات العلمية في الجزائر وخارجها بالمساهمة بأحد المواضيع المتعلقة بالاقتصاد ومستجداته، لا سيما في الجزائر، في الدول العربية وعلى المستوى الدولي.

تخضع البحوث العلمية التي ترد إلى المجلة لشروط نشر يتعين على الباحثين الالتزام بها، وهي كالآتي:

- كتابة اللقب والاسم والعنوان مرفق برقم الهاتف أو الفاكس والبريد الإلكتروني على ورقة مستقلة عن البحث؛
- أن ترسل البحوث في نسخة واحدة مكتوبة بالوارد (Word) إضافة إلى قرص مضغوط أو عن طريق البريد الإلكتروني للمجلة.
- لا تقبل إلا البحوث التي لم يسبق نشرها؛
- أن يشتمل البحث على ملخصين لا يتجاوز كل منهما نصف صفحة أحدهما باللغة العربية والآخر بإحدى اللغتين الأجنبية (الفرنسية أو الإنجليزية). كما يتضمن الملخص الهدف من البحث والنتائج المتوصل إليها؛
- ألا يتجاوز البحث 30 صفحة وألا يقل عن 15 صفحة إتباعا للمقاييس التالية:
 - البحث المنجز باللغة العربية محررا بخط (Traditional Arabic) حجم 14 بالنسبة للنص وحجم 12 بالنسبة للأرقام في العرض؛
 - البحث المنجز باللغة الأجنبية مكتوبا بالوارد وبخط (T. New Roman) بحجم 12؛
 - الهوامش بالسنتيمتر: علوي/ سفلي: 1,5، يمين/ يسار: 1,5، بين الأسطر: 1,0؛
 - حجم الورقة: عرض: 17 / طول: 24.
- يجب احترام المقاييس الأكاديمية والشروط الشكلية في إعداد المقالة، ويراعى في ذلك خاصة:

- مقدمة البحث: تحديد أهداف البحث ومنهجيته؛
- كتابة الهوامش أو توماتيكيا في أسفل الصفحة؛
- ترقيم الأشكال والجداول والرسومات ترقيما متسلسلا ولكل على حدة؛
- أن ينتهي البحث بخاتمة تتضمن النتائج، مع إدراج قائمة المراجع في آخر البحث مرتبة حسب الحروف الأبجدية؛
- إذا كان المرجع كتابا يدون الاسم الكامل للمؤلف(ة)، عنوان الكتاب بخط مغاير (مكان النشر: الناشر، سنة النشر)، الصفحة.
- تخضع البحوث للتحكيم من طرف هيئة علمية لقبول أو رفض نشرها أو القيام ببعض التعديلات اللازمة؛
- لا تقبل إلا البحوث المرسله من طرف أصحابها عن طريق البريد الإلكتروني الشخصي، ولا ترد نشرت أم لا؛
- تحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، وإعادة نشر موضوع الباحث يتطلب موافقة كتابية من المجلة؛
- المقالات التي يتم نشرها في المجلة، تعرض على مستوى موقع المجلة وهي قابلة للتحميل؛
- لا يمكن نشر مقال ثاني إلا بمضي ثلاث سنوات بعد نشر الأول؛
- المفاهيم والآراء المعبر عنها في المقالات لا تلزم إلا أصحابها.

المواصلات والاهتراك:

مجلة الاستراتيجية والتنمية، كلية العلوم الاقتصادية - موقع خروبة - جامعة مستغانم

ولاية مستغانم 27000 ، الجزائر

فاكس: 00213 45 421140 / البريد الإلكتروني: strg.dev@gmail.com

الموقع الإلكتروني: www.rsd-dz.net



الفهرس

العنوان	صاحب المقال	
كلمة العدد للدكتور بلقاسم دواح / نائب عميد كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير - جامعة مستغانم		05
دراسة مؤشرات التنمية المكانية باستخدام أسلوب التحليل التصنيفي (العنقودي)	د. يوسف صوار (جامعة سعيدة) أ. إدريسي مختار (جامعة معسكر)	07
التحليل القياسي لدالة الطلب على الاتصالات السلكية واللاسلكية في الجزائر	د. خواني ليلي (جامعة تلمسان) أ.د. شعيب بغداد (جامعة تلمسان)	31
التسويق الإلكتروني كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الإقتصادية الجزائرية، دراسة حالة شركة إتصالات الجزائر - مديرية مستغانم	بن نامة نورية (جامعة وهران) د. كربالي بغداد (جامعة وهران)	49
رأس المال الفكري كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات المصرفية في ظل اقتصاد المعرفة	أ. بوران سمية (جامعة بشار) د. شليل عبد اللطيف (جامعة تلمسان)	73
آثار السياحة البيئية على التنمية المستدامة في الجزائر	أ. ملاحي رقية (جامعة مستغانم)	94
نحو مفاضلة إحصائية بين نماذج قياس ممارسات إدارة الأرباح	أ. فداوي أمينة (جامعة عنابة)	115
الحكومة الالكترونية: السياق التاريخي، تقويم المسعى وتحدي التفعيل	د. أحمد ضيف (جامعة الجلفة) أ. بن موسى محمد (جامعة الجلفة)	139
محاولة تقدير التسعيرة المثلى لتأمين السيارات بتطبيق نموذج تخفيز - عقوبة دراسة ميدانية في الشركة الجزائرية للتأمين الشامل - وكالة تيارت	أ. بوجنان خالدية (جامعة تيارت)	164
أداة الإنفاق الحكومي في السياسة المالية بالجزائر 1992-2011	أ. بلوافي محمد (جامعة أدرار) أ. يمانى ليلي (جامعة تيارت)	187
الجباية المحلية في الجزائر بين الواقع والتحديات	أ. زيرمي نعيمة (جامعة بشار) أ. سنوسي بن عومر (جامعة معسكر)	211
السوابق المؤثرة على رضى المستهلك، دراسة إمبريقية لمستهلكي خدمات الهاتف النقال "بحمة"	د. بن أشنهو سيدي محمد (جامعة تلمسان) أ. قصاص زكية (جامعة مستغانم)	232
قراءة في نظام حوكمة الشركات	د. ولد محمد عيسى محمد محمود (ج. مستغانم)	253
معايير تطبيق إدارة الجودة الشاملة في التعليم العالي بالجزائر - وجهة نظر محور العملية التعليمية -	أ. يعقوبي خليفة (جامعة سعيدة) بليبة محمد (جامعة تلمسان)	271



خاتمة العدد

إذا كانت التنمية في مفهومها الاقتصادي التقليدي أو مفهومها الحديث الشامل هي مفتاح تواجد المجتمعات وتطورها، فإن التسيير هو الأداة الأساسية لتحقيقها وعليه يمكن اعتبار كل من التسيير والتنمية وجهين لعملة واحدة يتسايران ويرتبطان في مضمونهما.

فالتسيير كممارسة مستمرة يرجع تداوله إلى فجر تاريخ الإنسانية، إلا أن صياغته في قالبه النظري المفهومي الذي هو عليه اليوم في الأدبيات الاقتصادية عموما وأدبيات التسيير إلى التاريخ القديم. وباعتباره فنا لإدارة المنظمات يصبو إلى قيادة النشاط الجماعي عن طريق مجموعة من التقنيات بما فيها التنظيم، الإدارة والرقابة بغرض تحقيق أهدافها. وعليه فإن التسيير بمفهوم المانجمنت هو مرادف للقيادة والإدارة، فهو يهدف إلى تنمية المنظمة (مؤسسة، هيئة) بوضع وتسخير الأدوات المناسبة لإعداد ونشر المعلومات النوعية، كالتي تهدف إليها مجلة: "الاستراتيجية والتنمية" كمنتج علمي يتصفحه ويتداوله الأستاذ الباحث، الطالب والمهني. لكن هذا لا يتسنى إلا وفق إستراتيجية تضمن اتخاذ القرارات وتحديد الأهداف حسب الأولويات التي يسطرها المسير.

كما أن المانجمنت يرتبط ارتباطا وثيقا بتطور المؤسسة التي تحت تأثير التحولات العميقة والمستمرة في بنية المؤسسة التقليدية بميكلها التنظيمي المبسط حيث اجتمعت الملكية والتسيير في شخص واحد، إلى أن ظهرت وتشكلت المؤسسة الحديثة بمفهوم المانجمنت، فأصبح مفهوم المانجمنت يرتبط بمسؤوليها تحت تسميات مختلفة (إطارات، مسيرين أو إدارة)، يسهرون على إعداد وتنسيق الوظائف والمستخدمين لتحقيق الأهداف المسطرة.

فالمسير بمفهوم المانجمنت مهني تدوب شخصيته في الفريق أو المجموعة المسيرة لها باعتباره أجيرا يتسم بالحركية ما دام أن صفة المالك تحتفي وتحل محلها مجموعة المساهمين المتكونة عموما كنواة أساسية للمساهمة، وصغار المساهمين إضافة إلى مختلف المساهمين الآخرين. وعليه يفترض في تحديد هوية المصالح المشتركة من خلال تصور الرئيس المدير العام والمساهمين بإرساء مخططات تحفيزية.

في هذا السياق تركت مجموعة من الباحثين بصمة خاصة في تاريخ المانجمنت، من HENRI FAYOL الذي أدمج ما يسم بـ "الوظيفة الإدارية" إضافة إلى الوظائف العمودية الأخرى مروراً بـ FREDERICK TAYLOR الذي اقترح مفهوم التنظيم العلمي للعمل.

وأصبح العامل البشري الذي تم إدخاله من طرف مدرسة العلاقات الانسانية موضوع بحث للمناجمت من طرف كل من: Mary Parker Follet (1920) Elton Mayo (1930).

وقد أفرز تطور العلاقات الدولية والعمولة مفهوم التنمية ابتداء من سنوات التسعينيات بمصطلح جديد هو التنمية المستدامة في جوانبها الثلاثة: الاقتصادية، البيئية وخاصة الانسانية. فهذا المورد البشري ملزم بالاندماج في نظام التنمية المذكور، والمتضمن الحفاظ على الموارد الطبيعية، مع تناغم طموحات الفرد مع واجباته البيئية والاجتماعية. وبالتالي تقتضي التنمية المستدامة إدماج العوامل البيئية، الاجتماعية والاقتصادية وإيجاد الحلول المناسبة لها.

ففي هذا الفضاء العلمي المشترك ما بين المناجمت والتنمية تدرج هذه الكلمة الافتتاحية في مجلة الاستراتيجية والتنمية.

الدكتور دواح بلقاسم

نائب عميد مكلف بما بعد التدرج والبحث العلمي والعلاقات الخارجية

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

جامعة مستغانم

دراسة مؤشرات التنمية المكانية باستخدام أسلوب التحليل التصنيفي (العنقودي)

د. يوسف صوار

أستاذ محاضر (أ) كلية العلوم الاقتصادية - جامعة سعيدة

أ. إدريسي مختار

كلية العلوم الاقتصادية - جامعة معسكر

الملخص

إن تحقيق التنمية المكانية يتطلب معرفة البنية الاقتصادية للموقع وهذا لتحديد العوامل الاقتصادية الموقعية الكفيلة بتحقيق النمو والتنمية الاقتصادية المكانية، فدراسة هذه العوامل يستوجب تطبيق الطرق والتقنيات الكمية والتي تساهم في عملية تخطيط استغلال الموارد الاقتصادية من أجل التخصيص الأمثل وتحقيق أكبر قدر من التنسيق فيما بينها بغية تحقيق التنمية المكانية المتوازنة والتقليل من التباين التنموي والفوارق المكانية.

إن تطبيق أسلوب التحليل العنقودي على المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية المكانية قد يساعد في إبراز العديد من التفاعلات مابين المتغيرات للظواهر الاقتصادية والتي تساعد الأطراف الفاعلة في تخطيط العمل التنموي، توطین النشاطات الاقتصادية وتوجيه السياسات التنموية المكانية بأكثر فاعلية ورشادة اقتصادية.

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد المكاني، التنمية المكانية، التباين التنموي، التحليل العنقودي

Abstract

The achievement of spatial Développement requires knowledge of the spatial economic structure and this is to identify economic factors in space to achieve growth and economic Développement. the Studies of these factors requires the application of méthodes and quantitative techniques that contribute to the process of planning the exploitation of economic resources for optimal allocation and achieve greater coordination among them in order to achieve balanced spatial Développement and reduce Développement disparity and spatial inéqualities.

The application of cluster analysis method on spatial economic and social indicators may help to indicate many interactions between variables of economic phenomenon That help actors in the works planning of Développement, the allocation of economic activities and directing spatial Développement Policies as effectiveness and gouvernance economic.

Key words: Spatial economy, Spatial développement, Clustering analysis.

مقدمة:

لقد أهتمت النظرية الاقتصادية البعد المكاني في التحليل الاقتصادي باعتباره كمتغير يتحكم في عمليات التوطن للأنشطة الاقتصادية من خلال عامل المسافة كذا تكاليف النقل في حين أثبتت نظريات الاقتصاد الاقليمي أهمية المكان باعتباره عاملا من عوامل النمو والتنمية الاقتصادية المكانية. إن التفاعل بين العوامل المكانية ينتج عنه نمطا معيناً من التنمية المكانية، والتي تسعى إلى التخفيف من الفوارق والاختلافات التي تفرضها الطبيعة الجغرافية للمكان انطلاقاً من التأثير المتبادل مابين الفعاليات الاقتصادية والاجتماعية والبشرية وكذا خلق نوع من التوازن بين الأماكن الاقتصادية، والتي تمثل هدف السياسات التنموية المحلية.

إن ما يميز غالبية الدول التي لم تحض بتحقيق التطور الاقتصادي وخاصة الدول النامية هو حدة التباين والتفاوت المكاني بحيث تتركز معظم النشاطات الاقتصادية في مناطق معينة بينما تشهد المناطق الأخرى نوع التأخر التنموي ويرجع ذلك إلى غياب أساليب التخطيط المكاني غياب المعلومات وكذا قلة البحوث والدراسات الأكاديمية المتخصصة.

وفي هذا الإطار تهدف هذه الدراسة الى تطبيق إحدى الطرق الكمية في تحليل المعطيات المكانية بغية إيجاد تصنيف لعناصر الموقع المدروس من خلال ما يحتوي عليه من إمكانات مادية وبشرية وبالتالي ما هو واقع التنمية المكانية في ولاية سعيدة وما هي طبيعة الاختلافات المكانية في هذا الموقع ؟

أولاً : الإطار النظري للدراسة

1. ماهية الاقتصاد المكاني:

لقد ظهرت العديد من الإسهامات التي خصصت للاقتصاد المكاني كانت بمثابة نقاط التحول في إعادة النظر في مفهوم المكان في التحليل الاقتصادي من خلال اعتباره كعامل في تفسير توطن النشاطات الاقتصادية بعدما كان ينظر إلى المكان باعتباره يتحكم في تكاليف النقل مع إهمال التفاعلات في العلاقات القائمة بين العوامل الموقعية حيث يشير "Ponsard" أن المكان ليس اقتصادياً محايداً.¹ فالمكان مشكل ومتشكل بالعوامل البشرية، ويؤثر من خلال هيكله في النشاطات الاقتصادية ويشير "Ph. Aydalot" أن المكان هو مجموعة من النظم الاقتصادية والاجتماعية المعقدة المتفاعلة.²

¹ Jandir Ferrera De lima Géoeconomie et développement régional publibook, 2012, p 15

² Andrée matteaccioli philippe Aydalot pionnier de l'économie territoriale l'harmattan, 2004 paris France, p71

إن المكان من الناحية الاقتصادية يعتبر كظاهرة اقتصادية تتفاعل فيها العوامل الطبيعية والبشرية بحيث لا يمكن إهمال اعتبارات التكاليف والاهتمام بالربح وتحقيق النتائج الاقتصادية من خلال العلاقة ما بين عوامل الإنتاج وبالتالي فالطبيعة الاقتصادية للموقع قد تكون السبب لجملة من القرارات التي تؤثر في ديناميكية النظام الإنتاجي في موقع معين.

إن الاقتصاد المكاني هو النهج الذي يدرس تأثير المسافة في التوزيع الجغرافي للأنشطة الاقتصادية من الجانب الرياضي³ يبحث في تخصيص الموارد في المكان من أجل تفعيل لاستثمارات وكذا التوطين الأمثل للأنشطة الاقتصادية بما يتناسب مع البنية المكانية.

2. عناصر الهيكل المكاني:

يحتل المكان أهمية كبيرة في البناء الاقتصادي الحديث من خلال ما يحتويه من موارد اقتصادية ووفرات مادية يجعله يتميز عن باقي المواقع ويتخصص عنها ومن هذا المنطلق تبرز أهمية تحليل الهيكل المكاني بحيث أن التنمية المكانية تحقق نوعاً من الانسيابية في عملية التطور المكاني وهذا في المرحلة التي يكون المكان مستعداً وبشكل كاف لاستيعاب النشاطات التي تحقق الديناميكية والنمو فيه،⁴ ويشير "كلاسون" إن الهيكل المكاني يتركز على أسس رئيسية منها:⁵

- المسافة بحيث تحقق أفضل توليفة ما بين الأمكنة للنشاطات الاقتصادية؛
- سهولة الوصول عند ممارسة الفعالية الاقتصادية التي تميز بعض الأمكنة عن غيرها؛
- التكتلات المكانية بهدف تحقيق الوفرات الاقتصادية من خلال التخصص والتركز في أماكن مشتركة للنشاط الاقتصادي؛
- التدرج الهرمي الذي ينتج عن العلاقة الضمنية ما بين تجمع النشاط ومبدأ سهولة الوصول؛
- الاستقرار بحيث تتميز بعض الأمكنة بالتركز البشري الذي يميل للتجمع في مناطق مركزية لأسباب اقتصادية.⁶

³ Isabelle Géneau de Lamarlière Jean-François Staszak, Principes de la géographie économique collection Grand Amphi géographie, p25

⁴ Kuklinski Antonio « régional desegregation of national policies and plans »

نقلاً عن: د- كامل كاظم بشير الكناني الموقع الصناعي وسياسات التنمية المكانية -دار الصفاء للنشر والطباعة والتوزيع 2008

عمان الأردن، ص 30

⁵ د. كامل كاظم بشير الكناني، المرجع نفسه، ص 31

⁶ د. علي كريم العمار مساهمة نظرية تحليلية في تفسير آليات التنمية المكانية -المعهد العالي للتخطيط الحضري والإقليمي جامعة بغداد، ص 5

3. أهم النظريات الاقتصادية المكانية:

من النماذج والنظريات التي تناولت التحليل المكاني للأنشطة الاقتصادية إذ تعتبر نظرية Von Thünen (1826) كأولى المساهمات في إبراز خصوصيات المكان وأهميته في التأثير على استعمالات الأراضي الزراعية والتي تبحث في تعظيم الأرباح الاقتصادي وأعطت هذه النظرية تفسيراً لتوزيع بعض الأنشطة الزراعية رغم عدم إمكانية تطبيقها واقعياً والنتائج من فروض النظرية التي لا يمكن تطبيقها، ومن أهم النماذج التي أخذت البعد المكاني في توطین النشاطات الصناعية Alfred Weber (1909) بحيث تناول حلاً توازانياً جزئياً لمشكلة التوطن الصناعي مع التأكيد على تباين التكاليف في المجالات المكانية المختلفة ويكون التوطن الأمثل للمؤسسات الصناعية الوحيدة والمغزولة في المكان المتجانس،⁷ تلت إسهامات A. Weber إضافات إيزارد (Isard 1956) والتي أكدت على أهمية عناصر المكان وآلية حركته وطبيعة الآثار المتبادلة بينها ومع بداية الخمسينيات ظهرت العديد من الإسهامات النظرية العلمية التي حاولت تحليل الهيكل المكاني يمكن إدراجها في اتجاهين:⁸

■ الاتجاه الأول: ركز على فكرة أقطاب النمو لكل ومحاولة تكييفها على نماذج التوطن الصناعي واستعمالات الأرض؛

■ الاتجاه الثاني: تم التركيز في هذا الاتجاه على آليات التنمية المتوازنة وهذا بعد ظهور الاختلافات المكانية وأول من تطرق إلى مفهوم التنمية الغير متوازنة Ph. Aydalot .

كما ظهرت بعد سنوات 1970 العديد من الإضافات للنقائص التي تعرضت لها النماذج السابقة من بين هذه الإسهامات نجد الاقتصاد الجغرافي الجديد Krugman Venable et Fujita (1999) والتي جمعت ما بين ثلاث عناصر في التحليل المكاني: أثر أفكار "ألفرد مارشال" و"أقوست لوش" على فرضياتهما، وأثر العوامل الخارجية على المناطق والمنافسة الاحتكارية للأسواق.⁹ وتصنف هذه النماذج كما يلي:

- نظريات التوطن المكاني؛
- نظريات التنظيم المكاني؛
- نظريات التنمية المكانية.

⁷ د. هوشيار معروف، "تحليل الاقتصاد الإقليمي والحضري" - دار الصفاء للنشر الطباعة والتوزيع، 2006، عمان - الأردن، ص 12

⁸ كامل كاظم بشير الكناي، مرجع سبق ذكره، ص 33

⁹ Jandir Ferrera, op.cit, p 38

4. سياسات التنمية المكانية:

إن مفهوم التنمية المكانية يعني بلوغ الهيكل المكاني للاقتصاد في أي مكان وفي أي زمان مستوى من التطور يكون ملائماً لتعزيز عملية النمو الاقتصادي¹⁰ لهذا تهدف سياسات التنمية المكانية أحداث تغييرات في الهيكل المكاني الذي يكون قادراً على تأهيل المواقع الاقتصادية في إطار الاستغلال الأمثل للموارد الاقتصادية بما يضمن الاستفادة وهذا عن طريق تخصيص الموارد بأكبر قدر ممكن من التنسيق كما تهدف أيضاً إلى إيجاد نموذج يعمل على تنمية التنافسية الموقعية وتحسين ظروف ونوعية الحياة.

لقد انتهجت العديد من دول العالم مناهج تنموية كانت كفيلة بتحقيق التنمية المكانية فمن استراتيجيات التوطين الصناعي في النموذج الألماني (1933) Cristaller إلى نظرية أقطاب النمو François Perroux (1955) وكذا التكتلات الصناعية وسياسات العناقيد الصناعية (1985-1990) porter وأماكن الابتكار Milieux innovateur كل هذه السياسات حققت الكثير للمجتمعات التي تمت فيها هندستها والواقع التجريبي للعديد من البلدان التي حاولت تطبيق هذه النماذج على بلدانها فشلت في تحقيق النمو والتنمية الاقتصادية كما ساعد في الفشل النظرة الشمولية لمفهوم التنمية فالخصوصيات المكانية تعتبر المحرك الأساسي لعملية التنمية.

1.4. أهمية التخطيط المكاني:

يتعلق التخطيط المكاني بمشكلة التنسيق أو التكامل بين البعد المكاني للسياسات القطاعية وهذا عن طريق الإستراتيجية الإقليمية (Cullingworth and Nadin، 2006)، فهدف التخطيط المكاني هو ترقية وترتيب الأنشطة بأكثر عقلانية والتوفيق بين أهداف السياسة التنافسية كما يتعلق التخطيط المكاني بتحديد أهداف واستراتيجيات طويلة أو متوسطة الأجل لتنمية الإقليم، والتنسيق ما بين السياسات القطاعية مثل النقل والزراعة والبيئة (Koresawa 2001 و Konvitz) كما تعرفه اللجنة الأوروبية (1997) بأنه الطرق المستعملة من طرف القطاعات العمومية للتأثير على التوزيع المستقبلي للنشاطات الاقتصادية عبر المكان.¹¹

¹⁰ Antoni Kukenski, « regional polices in nigeria, andia, barazil » Hangary Meuton Volume, p195
نقلا عن: أ.م.د افتخار عبد الحميد النقاش -غفران حاتم علوان الجبوري استخدام أسلوب التحليل العاملي وانحدار الحرف في تحديد سلم أولويات التنمية المكانية للقطاع الصناعي على مستوى المحافظات العراقية المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية العدد34-2012،

ص ص: 148-119

¹¹ Economic Commission For Europe Geneva Spatial Planning Key Instrument for Development and Effective Governance with Special Reference to Countries in Transition UNITED NATIONS New York and Geneva, 2008, p1consulter au site:
http://www.unece.org/fileadmin/DAM/hlm/documents/Publications/spatial_planning.e.pdf

إن التخطيط المكاني يعتبر كآلية تنظيمية وتنموية في المدى المتوسط والطويل وينظر اليه كأسلوب وأداة عمل الأطر المؤسسية على جميع الأصعدة وفي جميع المستويات من أجل التخصيص والاستعمال المستقبلي للموقع من خلال توفير الخدمات والبنى التحتية وتوفير الفرص الاستثمارية ووضع التوجهات التنموية ويهدف التخطيط المكاني إلى:¹²

- ترقية التماسك الإقليمي من خلال تحقيق نوع من التوازن الاجتماعي والتنمية الاقتصادية وتحسين القدرة التنافسية
 - تشجيع التنمية المدارة بواسطة الوظائف الحضرية وتحسين العلاقة بين المدينة والمناطق الريفية؛
 - تطوير وتنمية امكانيات الحصول على المعلومات والمعارف؛
 - الحد من الأضرار البيئية، الكوارث الطبيعية، وتعزيز وحماية الموارد الطبيعية والتراث الطبيعي باعتباره عاملا للتنمية؛
 - تنمية الموارد الطاقوية مع الحفاظ على السلامة.
- ان التنظيم المكاني للنشاطات الاقتصادية يساهم في رفع الكفاءة المكانية والتخصص والتقليل من الفوارق المكانية وبخاصة بين المناطق الحضرية والريفية.

5. التحليل العنقودي:

يهدف التحليل العنقودي إلى تصنيف عناصر المشاهدات والظواهر المدروسة من اجل معرفة الخصائص المشتركة بين تلك العناصر والتي تترجم في شكل عناقيد تختلف عن بعضها البعض ويختلف التحليل العنقودي عن غيره من طرق التصنيف والتي يكون فيها أنماط التصنيف معروفة مسبقا.

فالعنقود يعتبر كمجموعة من المشاهدات التي تتميز بنفس الخواص كما يمكن اعتبار العناقيد أيضا كمناطق تركز كثيف لعناصر معينة في الفضاء المتعدد Hartigan 1975 مما يدل على تشابه في الخصائص المشتركة لها العناصر للظواهر المدروسة. ويتميز هذا التجميع بالخصائص التالية:¹³

- التجانس ما بين المجموعات أو العناقيد، فالبيانات التي تنتمي إلى نفس العنقود تكون متشابهة ومتماثلة بأكبر قدر ممكن؛

¹² Economic Commission For, op.cit, p VII.

¹³ Frank Hoepfner, Frank Klawonn, Rudolf Kruse, Thomas Runkler, Fuzzy Cluster, Analysis Methods For Classification, Data Analysis And Image Recognition A John Wiley & Sons, LTD 1999, p8

- عدم التجانس مابين المجموعات أو العناقيد، فالبيانات التي لا تنتمي إلى نفس العنقود تكون غير متشابهة وغير متماثلة بأكبر قدر ممكن.

1.5. طرق التحليل العنقودي: يوجد العديد من طرف التحليل العنقودي يميز منها ما يلي:

1.1.5. التحليل العنقودي الهرمي:

هذه الطريقة لا تتطلب المعرفة المسبقة لعدد من العناقيد المسبقة والمراد تجميع العناصر على أساسها كما تنقسم هذه الطريقة إلى نوعين من طرق التصنيف:¹⁴

أ- طرق التجميع:

يتم فيها تجميع المجموعات الجزئية من العناقيد أو المشاهدات مع بعضها بحيث نحصل على مجموعات أكثر شمولاً بمجموعة في عنقود واحد أي انه ينطلق من n عنقود أو مجموعة جزئية وتنتهي عند عنقود واحد يضم جميع المعطيات المجموعة.

ب- طرق التقسيم:

يتم فيها البدء بعنقود واحد يضم جميع المجموعات الجزئية والمشاهدات ويتم تجزئة هذا العنقود إلى مجموعات جزئية حتى مرحلة الحصول على n عنقود يضم مفردة واحدة. إن الهدف من تجميع العناصر في شكل مجموعات جزئية وعناقيد في كل مرحلة هو حساب التماثل ما بين العناقيد أي المسافة وهناك طرق عديدة منها:

ب-1- طريقة الربط الأحادي: في هذه الطريقة تعرف المسافة على أساس اصغر مسافة بين المجموعات الجزئية.

$$D(A, B) = \min\{d(y_i, y_j)\}$$

بحيث y_i عنصر من A ، و y_j من عنصر B ، A, B : تمثل عناقيد

كما تعرف $d(y_i, y_j)$ بالمسافة الإقليدية.

ب-2- طريقة الربط التام:

تعرف المسافة في طريقة الربط التام على أساس أكبر مسافة بين المجموعات الجزئية A و B .

$$D(A, B) = \max\{d(y_i, y_j)\}$$

من أجل : y_i من عنصر A ، و y_j من عنصر B

¹⁴ Alvine Rencher. Méthods of multivariate analysis second édition 2002 A John wiley et sons INC. Publication, p455

ب-3- طريقة الربط المتوسط:

نحسب المسافة في هذه الطريقة بين عنقودين بالاعتماد على متوسط المسافة بين المجموعات الجزئية

n_A n_B بحيث تكون n_A المفردة من العنقود A و n_B المفردة من العنقود B وتعطى المسافة بالعلاقة التالية:¹⁵

$$D(A, B) = \frac{1}{n_A n_B} \sum_{i=1}^{n_A} \sum_{j=1}^{n_B} d(y_i, y_j)$$

ويتم تجميع العنقودين على أساس أصغر مسافة.

ب-4- طريقة النقطة الوسطى:

تعرف المسافة في هذه الطريقة بالمسافة الاقليدية ما بين العوامل للعناقيد A و B

$$D(A, B) = d(\bar{y}_A, \bar{y}_B)$$

$$\bar{y}_A = \sum_{i=1}^{n_A} \frac{y_i}{n_A}$$

$$\bar{y}_B = \sum_{j=1}^{n_B} \frac{y_j}{n_B}$$

وبعدما يتم تجميع العناقيد تعطى المسافة للعنقود الجديد بـ:

$$\bar{y}_{AB} = \frac{n_A \bar{y}_A + n_B \bar{y}_B}{n_A + n_B}$$

ب-5- طريقة الوسيط:¹⁶

في حالة ما إذا تم تجميع عنقودين بطريقة النقطة الوسطى وكان العنقود A لا يحتوي على مجموعات جزئية

أكبر من B والمسافة المركزية $\bar{y}_{AB}$ تكون بالنسبة ل $\bar{y}_A$ أكثر مقارنة ب $\bar{y}_B$ وبالتالي يمكننا استعمال هذه

الطريقة للدمج الخطي بالنسبة للعنقود A و B في النقطة التي تعطي المسافة: $m_{AB} = \frac{1}{2}(\bar{y}_A + \bar{y}_B)$

وبالتالي العناقيد التي يكون لها أصغر مسافة يتم دمجها في كل مرحلة.

ب-6- طريقة وارد (La méthode de Ward):

تعتمد هذه الطريقة في التحليل الهرمي على حجم مجموع مربعات الأخطاء بين كل عنقودين مجتمعين

ويكون الهدف في كل خطوة تجميع هو تقليل الزيادة في مجموع مربعات الأخطاء وتعطى بالعلاقة التالية:¹⁷

¹⁵ Alvine Rencher, op.cit, p463.

¹⁶ الوسيط المشار اليه ليس الوسيط المعرف في الاحصاء الوصفي.

$$Em = \sum_{i=1}^{nA} \sum_{K=1}^{PK} (X_{AI.K} - \bar{X}_{A.K}) \text{ مع } E = \sum_{m=1}^g Em$$

حيث تمثل:

$$\bar{X}_{A.K} = (1/nA) \sum_{I=1}^{nA} X_{AI.K}$$

والذي يمثل متوسط A عنقود من أجل K متغير، في حين يمثل $(I = 1 \dots \dots \dots A)$ و $(A = 1 \dots \dots \dots g)$ ، وتكون الزيادة متناسبة مع المسافة الاقليدية بين النقطة الوسطى في الدمج.

2.1.5. التحليل العنقودي غير الهرمي:

هذه الطريقة تخص المجموعات الجزئية والمتغيرات والتي يمكن تعريف تجميعها مسبقا في شكل عناقيد ومن بين أهم الطرق: "طريقة المتوسطات (K-means)" والتي تعتمد هذه الطريقة في التصنيف على تجميع العناصر للظاهرة المدروسة (المشاهدات) في شكل عناقيد وعدد هذه العناصر يمكن أن يكون محدد مسبقا أو يعين كجزء من إجراء التحليل العنقودي ويمكن تلخيص خطوات هذه الطريقة في:¹⁸

- تجزئة العناصر (المشاهدات) إلى K عنقود أساسي؛
- تحويل البيانات الخاصة بالمتغيرات إلى قيم معيارية لتجريدتها من وحدات القياس الغير متشابهة؛
- ربط العناصر بالعناقيد الأكثر تشابها والتي تكون اقرب لمتوسط قيم العنقود مع إعادة حساب متوسط قيم العنقود المستقبل للعنصر الجديد والعنقود الذي فقد العنصر؛
- إعادة الإجراء رقم 03 إلى غاية الحصول على تشكيلات نهائية؛
- تحديد متوسط قيم العناقيد بحيث يتم حساب المسافة بين نقطة التقاء كل زوج من العناصر ومراكز المتوسطات، ويسمى جدول التشابه النسبي بمصفوفة القرابة؛
- يتم بعد احتساب المسافة توزيع العناصر وفقا للمسافة إلى مجموعات.

¹⁷ Brian S. Everitt -Sabine Landau -Morven Leese-Daniel Stahl Cluster Analysis 5th Edition John Wiley & Sons, Ltd Publication 2011, p 77

¹⁸ RICHARD A. JOHNSON .DEANW. WICHERN- Applied Multivariate statistical Analysis- PEASON Prentice Hall 2007, p 696.

3.1.5. مراحل إجراء التحليل العنقودي:

تتمثل خطوات التحليل العنقودي في:

- اختيار مقياس التماثل (proximité Measure) ويهدف إلى إيجاد التماثل وقياس المسافة بين كل

زوجين من البيانات وتعطي المسافة الاقليدية بين عوامل البيانات بالعلاقة التالية:¹⁹

$$X = (X_1, X_2, \dots, X_p) \quad Y = (Y_1, Y_2, \dots, Y_p)$$

$$d(X, Y) = \sqrt{(x - y)'(x - y)} = \sqrt{\sum_{j=1}^p (x_j - y_j)^2}$$

كما يمكن استعمال المسافة الإحصائية من اجل تصحيح الاختلاف ما بين التباين والتباين المشترك ل

$$d(X, Y) = \sqrt{(x - y)S^{-1}(x - y)}$$

حيث: S يمثل التباين المشترك للمصفوفة هذه المسافة تعطى في مصفوفة مربعة تسمى بمصفوفة التماثل؛

- اختيار طرق التجميع للبيانات في شكل عناقيد وهذا بالاعتماد على المسافة المحسوبة بين مختلف الأزواج

من البيانات المتشابهة؛

- المقارنة ما بين التمثيلات البيانية الهرمية والتي تصف نتائج التحليل العنقودي حيث يتم تمثيل كل

البيانات في مجموعات جزئية في شكل عنقود.

¹⁹ ALIVINE.RENCHER , op.cit, p 452.

ثانيا - الجانب التطبيقي:

تم جمع المعطيات المتعلقة بالعديد من المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية المتعلقة بالموقع المدروس وفي محاولة للاجابة عن الإشكال المطروح تم تطبيق أسلوب التحليل العنقودي على المتغيرات المأخوذة في الدراسة. وتمثلت هذه المتغيرات التي تم الحصول عليها من عدة مصادر أولية منها بالأخص "مديرية التخطيط والتهيئة العمرانية" فيما يلي:

- عدد السكان	- قدرة تخزين المياه	- عدد قاعات العلاج
- المساحة	- نصيب التزويد بالماء ل/يوم/فرد	- معدل التأطير الطبي لـ 1000 فرد
- الكثافة السكانية	- المساحة الزراعية الاجمالية	- النشاطات الصناعية
- حجم الأسر المتوسط	- المساحة المستعملة (هكتار)	- النشاطات الحرفية
- معدل العمالة	- الانتاج الفلاحي النباتي (قنطار)	- النشاطات التجارية
- التشغيل في الفلاحة	- الانتاج الفلاحي الحيواني (رأس)	- نشاطات الاستيراد والتصدير
- التشغيل في البناء	- الطرق الوطنية (كلم)	- النشاط الخدماتي
- التشغيل في الصناعة	- الطرق الولائية (كلم)	- النقل الحضري
- التشغيل في التجارة	- الطرق البلدية (كلم)	- نقل البضائع
- التشغيل في الري والغابات	- المساحة الغابية (هكتار)	- النقل الريفي
- التشغيل في الادارة والخدمات	- معدل التمدرس 6 سنوات	- الكثافة الهاتفية لـ 100/فرد
- التشغيل في النقل	- معدل التمدرس 6-15 سنة	- الكثافة البريدية لـ 100/فرد
- معدل البطالة	- معدل التمدرس 15-19 سنة	- عدد المشتركين في الأنترنت
- معدل التغطية الاجتماعية	- عدد المؤسسات التعليمية	- الحضيرة السكنية
- معدل التزويد بالكهرباء	- معدل الأمية	- نسبة الثروة
- معدل الربط بالغاز	- معدل الامام بالدراسة	
- المعدل النباتي	- عدد الأسرة لكل 1000 فرد	

نتائج التطبيق العملي:**1. طريقة التحليل العنقودي الهرمي:**

تم تطبيق مراحل أسلوب التحليل العنقودي الهرمي والغير هرمي، ثم تفسير النتائج مع التأكد من صلاحية التحليل الهرمي واستقرار النتائج، وتقييم الاستقرار يتم باستخدام مختلف إجراءات التجميع على نفس البيانات واختبار ما إذا كانت تعطي نفس النتائج في المجموعات الهرمية، كما يمكن أيضا استخدام المسافة.

الجدول رقم (1) مصفوفة التماثل

المشاهدات	مربع المسافة الاقليدية															
	سعيدة	دوي ثابت	عين الحجر	أولاد خالد	مولاي العربي	يوب	هونت	سيدي أعمر	سيدي بويكر	حسانة	معمورة	سيدي أحمد	عين السخونة	أولاد ابراهيم	تيرسين	عين السلطان
سعيدة	,000	26,43	20,15	19,54	21,28	21,89	26,26	24,14	23,00	25,74	29,32	26,06	24,25	20,66	26,71	25,79
دوي ثابت	26,43	,000	6,496	4,083	5,581	3,973	2,968	3,860	2,813	5,215	4,834	7,686	4,658	4,212	3,192	2,197
عين الحجر	20,15	6,496	,000	5,025	4,021	4,318	8,950	6,977	4,809	6,427	8,238	6,210	8,611	5,119	6,328	6,569
أولاد خالد	19,54	4,083	5,025	,000	4,697	2,934	7,116	5,290	3,100	6,348	7,382	7,319	6,285	2,569	4,631	3,156
مولاي العربي	21,28	5,581	4,021	4,697	,000	3,750	4,690	3,965	3,559	6,199	6,836	4,169	4,010	4,200	5,096	3,965
يوب	21,89	3,973	4,318	2,934	3,750	,000	5,533	4,114	2,969	4,021	5,216	6,183	4,837	1,577	4,556	3,599
هونت	26,26	2,968	8,950	7,116	4,690	5,533	,000	1,958	2,977	7,411	6,228	8,641	4,992	5,413	5,753	4,443
سيدي أعمر	24,14	3,860	6,977	5,290	3,965	4,114	1,958	,000	2,092	8,814	6,604	8,155	3,903	4,774	5,849	4,728
سيدي بويكر	23,00	2,813	4,809	3,100	3,559	2,969	2,977	2,092	,000	5,720	6,024	6,587	5,042	2,846	4,186	3,096
حسانة	25,74	5,215	6,427	6,348	6,199	4,021	7,411	8,814	5,720	,000	5,208	5,538	6,752	5,178	5,546	5,790
معمورة	29,32	4,834	8,238	7,382	6,836	5,216	6,228	6,604	6,024	5,208	,000	5,502	4,932	7,013	4,388	4,795
سيدي أحمد	26,06	7,686	6,210	7,319	4,169	6,183	8,641	8,155	6,587	5,538	5,502	,000	6,798	7,074	4,918	6,725
عين السخونة	24,25	4,658	8,611	6,285	4,010	4,837	4,992	3,903	5,042	6,752	4,932	6,798	,000	6,116	4,875	4,896
أولاد ابراهيم	20,66	4,212	5,119	2,569	4,200	1,577	5,413	4,774	2,846	5,178	7,013	7,074	6,116	,000	4,145	2,646
تيرسين	26,78	3,192	6,328	4,631	5,096	4,556	5,753	5,849	4,186	5,546	4,388	4,918	4,875	4,145	,000	2,760
عين السلطان	25,79	2,197	6,569	3,156	3,965	3,599	4,443	4,728	3,096	5,790	4,795	6,725	4,896	2,646	2,760	,000

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات SPSS21

من خلال الجدول رقم (1) والذي يمثل مصفوفة التماثل للمسافات بين المشاهدات نلاحظ أن أصغر

مسافة كانت بين بلدية يوب وأولاد ابراهيم (1.577) وهذا يدل على وجود تقارب وتشابه بين هاتين البلديتين

في حين سجلت أكبر مسافة بين بلديتي سعيدة والمعمورة (29.322)

وبالاعتماد على المسافة المتوسطة بين المجموعات أظهرت نتائج التجميع ما يلي:

الجدول رقم (2) جدول التقارب للمجموعات

Etape	Regroupement de classes		Coefficients	Etape d'apparition de la classe		Etape suivante
	Classe 1	Classe 2		Classe 1	Classe 2	
1	6	14	1,577	0	0	5
2	7	8	1,958	0	0	4
3	2	16	2,197	0	0	6
4	7	9	2,534	2	0	9
5	4	6	2,751	0	1	7
6	2	15	2,976	3	0	7
7	2	4	3,889	6	5	10
8	5	13	4,010	0	0	9
9	5	7	4,358	8	4	10
10	2	5	4,594	7	9	13
11	10	11	5,208	0	0	12
12	10	12	5,520	11	0	14
13	2	3	6,111	10	0	14
14	2	10	6,288	13	12	15
15	1	2	24,090	0	14	0

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS21

نلاحظ من خلال هذا الجدول أنه تم ترتيب ربط المجموعات وفقاً للمسافة بينهما ومنه تم ربط كل من بلديتي "يوب" و"أولاد ابراهيم" وهي أصغر مسافة (1.577) في الخطوة الأولى ليتم بعد ذلك ربط بلدية "أولاد خالد" في الخطوة رقم 05 بالمجموعة الأولى بمتوسط مسافة (2.751) بين "أولاد خالد" و"يوب" ليتم الانتقال في الخطوة الموالية رقم 07 أين تم ربط بلدية "دوي ثابت" بالمجموعة الثانية بمسافة تقدر (3.889) وهي المسافة بين "دوي ثابت" و"أولاد خالد" وفي نفس الخطوة السابعة تم ربط بلدية "تيرسين" بالمجموعة الثانية بمسافة تقدر (2.976) بين "تيرسين" و"دوي ثابت" بعد ذلك يتم الانتقال إلى الخطوة رقم 10 حيث تم ربط "مولاي العربي" بالمجموعة الثالثة بمتوسط مسافة (4.594) بين "دوي ثابت" و"مولاي العربي" ثم الانتقال إلى الخطوة 14 حيث تم ربط بلدية "الحساسنة" بـ "دوي ثابت" بمسافة (6.288) وفي نفس الخطوة تم ربط "سيدي أحمد" بـ "الحساسنة"

بمتوسط مسافة (5.520) بعد ذلك يتم الانتقال إلى الخطوة 15 أين تم ربط بلدية "سعيدة" بـ "دوي ثابت" بمتوسط مسافة (24.09).

جدول رقم (3): توزيع المشاهدات في المجموعات

المشاهدات	المجموعة 4	المجموعة 3	المجموعة 2
سعيدة	1	1	1
دوي ثابت	2	2	2
عين الحجر	3	2	2
أولاد خالد	2	2	2
مولاي العربي	2	2	2
يوب	2	2	2
هونت	2	2	2
سيدي أعمار	2	2	2
سيدي بوبكر	2	2	2
حساسنة	4	3	2
معمورة	4	3	2
سيدي أحمد	4	3	2
عين السخونة	2	2	2
أولاد ابراهيم	2	2	2
تيرسين	2	2	2
عين السلطان	2	2	2

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات SPSS21

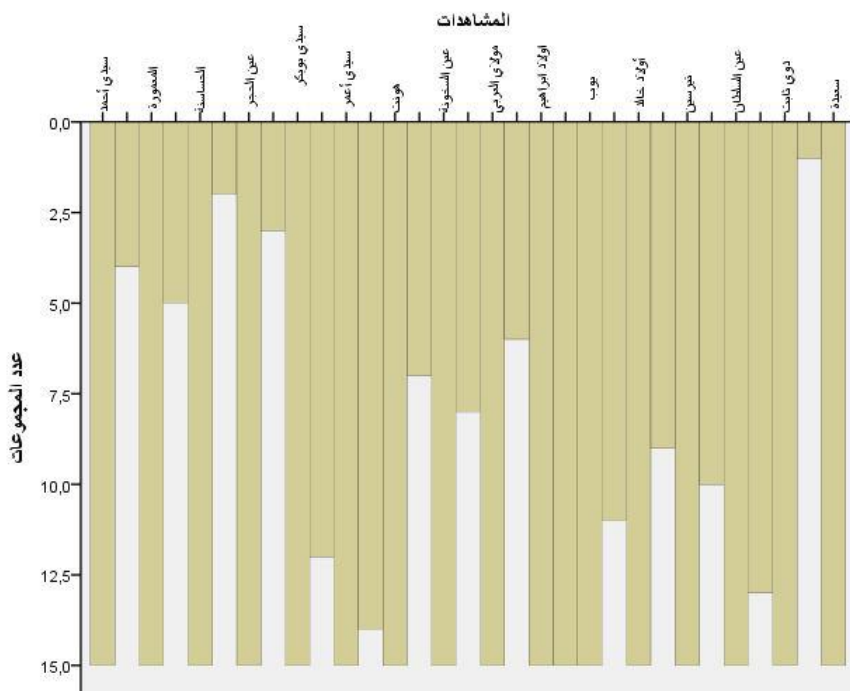
من خلال الجدول رقم (3) نلاحظ أن كل من بلدية "دوي ثابت"، "أولاد خالد مولاي العربي"، "يوب"، "هونت"، "سيدي أعمار"، "سيدي بوبكر"، "عين السخونة"، "أولاد ابراهيم"، "تيرسين"، "عين السلطان" تنتمي إلى المجموعة الثانية مهما كان التوزيع إلى مجموعات كما نجد أن بلدية "عين الحجر" تنتمي إلى المجموعة الثالثة في حالة التوزيع إلى أربع مجموعات في حين تنتمي إلى المجموعة الثانية في حالة التوزيع إلى ثلاث مجموعات أو مجموعتين، كما تنتمي بلدية "الحساسنة"، "المعمورة"، "سيدي أحمد" إلى المجموعة الرابعة في حالة التوزيع إلى أربع مجموعات وتنتمي إلى المجموعة الثالثة في حالة التوزيع إلى ثلاث مجموعات وإلى المجموعة الثانية في حالة التوزيع إلى مجموعتين.

جدول رقم (4): يمثل العناقيد الممكنة

العنقود الأول	العنقود الثاني	العنقود الثالث	العنقود الرابع
سعيدة	دوي ثابت مولاي العربي يوب هونت عين السلطان سيدي بوبكر عين السخونة أولاد ابراهيم تيرسين سيدي أعمر	عين الحجر	حساسنة معمورة سيدي أحمد

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS21

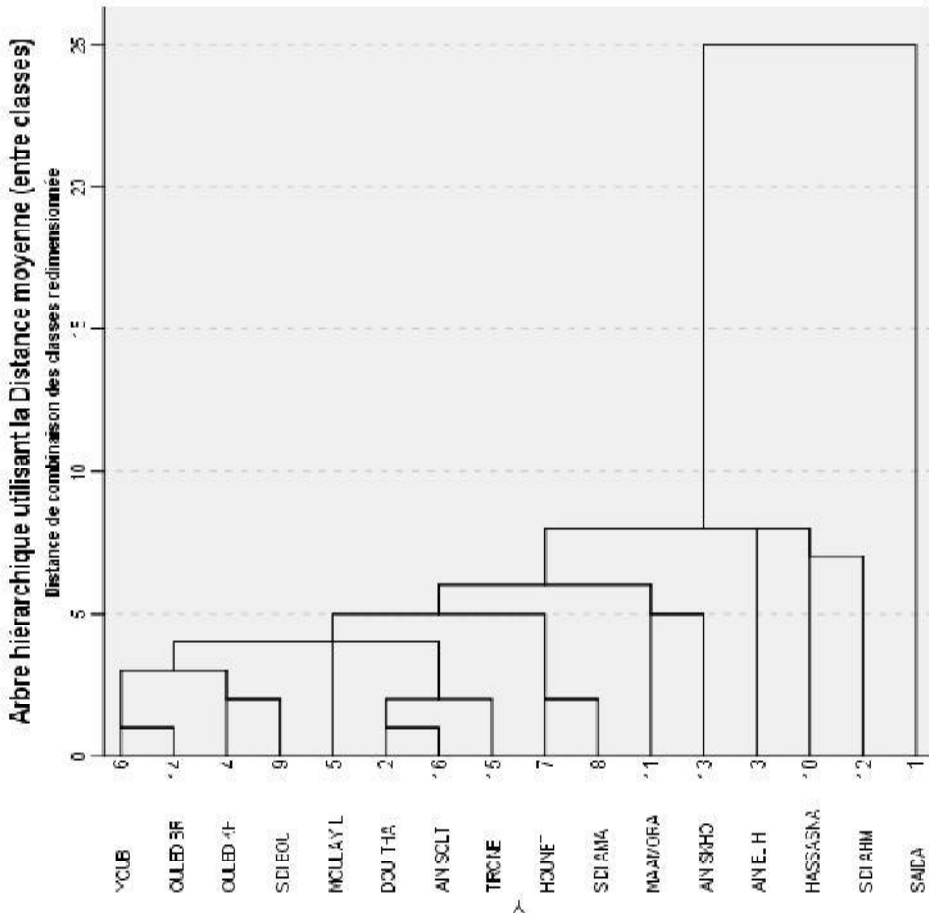
الشكل رقم (01): يمثل المجموعات الممكنة



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS21

من خلال هذا التمثيل البياني نلاحظ أن بلدية "أولاد ابراهيم" و "يوب" مرتبطة في مجموعة جزئية حيث تمثلان كأقصر مسافة من بين المجموعات الجزئية بعد ذلك تم الارتباط بين "دوي ثابت" و "عين السلطان" في مجموعة جزئية وبعد ذلك تم الدمج بين بلدية "هونت" و "سيدي أعمر" كما تم الدمج أيضا بين "أولاد خالد" و "سيدي بوبكر" في حين تم الربط كذلك بين "عين السلطان" و "تيرسين" كما تم دمج المجموعة الجزئية "أولاد خالد" و "سيدي بوبكر" بالمجموعة "يوب" و "أولاد ابراهيم" كما تم دمج "مولاي العربي" إلى المجموعة الجزئية "يوب" و "أولاد خالد" وهكذا يتم الدمج بين المجموعات الجزئية بحسب المسافة التي تربطها والتي تصف حجم التشابه والتماثل بين هاته المجموعات وهو ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم(02): للتمثيل الهرمي الشجري



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS21

2. التحليل العنقودي غير الهرمي (طريقة المتوسطات k-means):

نعتمد في هذه الطريقة من التحليل على تجزئة البيانات إلى k مجموعات جزئية متشابهة (عناقيد) وبعد ذلك يتم حساب مراكز العناقيد ويتم إما تحديدها مسبقاً أو يتم أخذها من الرسم البياني للعناقيد.

جدول رقم (5): يبين توزيع المجموعات والمسافة عن مركز المجموعة

المسافة	المجموعة	البلدية	عدد المشاهدات
,000	1	سعيدة	1
20869,133	2	دوي ثابت	2
64009,660	2	عين الحجر	3
47538,950	2	أولاد خالد	4
59786,003	2	مولاي العربي	5
53014,157	2	يوب	6
28191,996	2	هونت	7
60000,197	2	سيدي أعمر	8
38963,711	2	سيدي بوبكر	9
63401,622	2	حساسنة	10
34073,457	4	معمورة	11
,000	3	سيدي أحمد	12
34074,611	4	عين السخونة	13
54129,848	2	أولاد ابراهيم	14
37436,859	2	تيرسين	15
20871,322	2	عين السلطان	16

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS21

من خلال الجدول رقم (5) تضمنت المجموعة الأولى بلدية "سعيدة" بحيث تتقدم عن جميع البلديات وفي المجموعة الثانية نجد أن بلدية "عين الحجر" لها أكبر مسافة عن مركز هذه المجموعة (64009.66) في حين تنفرد بلدية "سيدي أحمد" في المجموعة الثالثة وفي المجموعة الرابعة بلدية "المعمورة" و"عين السخونة" وتمثل مسافة كل من البلديتين (34074.611) و(34073.457) وهما متقاربتين.

الجدول رقم (6) يبين توزيع العناقيد

العنقود الأول	العنقود الثاني	العنقود الثالث	العنقود الرابع
سعيدة	أولاد ابراهيم، تيرسين، عين السلطان، دوي ثابت، عين الحجر، أولاد خالد، مولاي العربي، يوب، هونت، سيدي أعمر، سيدي بوبكر، حساسنة	سيدي أحمد	عين السخونة المعمورة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS21

الجدول رقم (7) مركز المجموعات النهائي

	Classe			
	1	2	3	4
عدد السكان	138203,00	15712,83	15352,00	7544,50
المساحة	75,80	317,62	1257,30	810,45
الكثافة السكانية	1823,26	55,28	12,21	12,53
حجم الأسر المتوسط	5,70	5,99	6,20	6,30
معدل العمالة	47,50	44,36	42,30	43,25
التشغيل في الفلاحة	16,00	7,00	17,00	2,00
التشغيل في البناء	2286,00	29,58	8,00	8,00
التشغيل في الصناعة	59,00	11,67	20,00	,00
التشغيل في التجارة	8,00	4,67	11,00	,00
التشغيل في الري والغابات	243,00	10,33	19,00	6,50
التشغيل في الادارة و الخدمات	4522,00	479,58	592,00	565,50
التشغيل في النقل	16,00	,83	1,00	,00
معدل البطالة	20,34	9,74	11,15	5,97
معدل التغطية الاجتماعية	96,00	97,42	96,00	97,00
معدل التزويد بالكهرباء	98,65	92,57	92,66	95,33
معدل الربط بالغاز	84,25	57,84	50,02	60,17
المعدل النباتي	,30	,36	,21	,10
قدرة تخزين المياه	48100,00	2516,25	2850,00	1375,00
نصيب التزويد بالماء ل/يوم/فرد	200,00	157,00	180,00	190,00
المساحة الزراعية الاجمالية	5176,00	20273,83	115863,00	56573,00
المساحة المستعملة (هكتار)	3430,00	18474,08	42057,00	20515,00
الانتاج الفلاحي النباتي (قنطار)	22047,00	151541,67	216512,00	12690,00
الانتاج الفلاحي الحيواني (رأس)	15133,00	39724,17	144089,00	57010,50
24/الطرق الوطنية (كلم)	24,02	22,71	33,00	36,22
الطرق الولائية (كلم)	,00	43,72	61,23	14,99
الطرق البلدية (كلم)	30,90	37,97	105,70	53,20
المساحة الغابية (هكتار)	411,00	10234,58	9635,00	11770,00

معدل التمدد 6 سنوات	99,68	97,49	98,46	96,83
معدل التمدد 6-15 سنة	86,91	86,18	86,06	86,05
معدل التمدد 15-19 سنة	62,04	62,25	62,09	62,30
عدد المؤسسات التعليمية	78,00	14,75	12,00	6,50
معدل الأمية	79,30	58,97	50,70	55,90
معدل الامام بالدراسة	20,60	40,93	49,10	44,05
عدد الأسرة لكل 1000 فرد	4,44	56,35	39,64	80,84
عدد قاعات العلاج	7,00	3,83	6,00	1,00
معدل التأطير الطبي ل1000 فرد	7,19	2,77	1,95	3,81
النشاطات الصناعية	1524,00	149,83	100,00	15,50
النشاطات الحرفية	46,00	1,92	,00	,00
النشاطات التجارية	3853,00	196,42	109,00	62,00
نشاطات الاستيراد و التصدير	20,00	,42	,00	,00
النشاط الخدماتي	2837,00	239,58	98,00	50,00
النقل الحضري	1709,00	28,50	26,00	20,00
نقل البضائع	1133,00	92,83	40,00	12,00
النقل الريفي	,00	12,25	7,00	1,50
الكثافة الهاتفية ل 100/فرد	16,19	6,14	7,74	4,20
الكثافة البريدية ل 100/فرد	13820,30	7073,33	7676,00	3772,25
عدد المشتركين في الأنترنت	7099,00	194,17	61,00	27,50
الحضيرة السكنية	24809,00	2790,83	2519,00	1383,50
نسبة الثروة	3692,00	2175,58	2306,00	2084,50

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS21

من خلال الجدول رقم (7) والذي يمثل متوسط متغيرات الدراسة نجد أن المجموعة الأولى تتقدم في العديد من المتغيرات مقارنة بباقي المجموعات ما عدا متغير المساحة، حجم الأسر المتوسط، النقل الريفي عدد الأسرة الطبية لكل 1000 فرد، معدل الامام بالدراسة، معدل التمدد 15-19 سنة، المساحة الغابية (هكتار)، الطرق البلدية (كلم)، الطرق الولائية (كلم)، الطرق الوطنية (كلم)، الانتاج الفلاحي الحيواني (رأس)، الانتاج الفلاحي النباتي (قنطار) المساحة المستعملة (هكتار)، المساحة الزراعية الإجمالية المعدل النباتي، معدل التغطية الاجتماعية، التشغيل في التجارة، التشغيل في الفلاحة، حجم الأسر المتوسط .

بينما المجموعة الثانية تتميز عن بقية المجموعات في متوسط متغير معدل التغطية الاجتماعية، المعدل النباتي، النقل الريفي بينما تتميز المجموعة الثالثة عن باقي المجموعات بمتوسط المتغيرات المساحة، التشغيل في الفلاحة، التشغيل في التجارة، المساحة الزراعية الاجمالية، المساحة المستعملة (هكتار)، الانتاج الفلاحي النباتي (قنطار)، الانتاج الفلاحي الحيواني (رأس)، الطرق الولائية (كلم)، الطرق البلدية (كلم)، معدل الامام بالدراسة.

أما المجموعة الرابعة فتتميز عن المجموعات الأخرى بمتوسطات المتغيرات حجم الأسر المتوسط، الطرق الوطنية (كلم)، معدل التمدرس 15-19 سنة، المساحة الغابية (هكتار) وهو المتغير الذي يتميز بأكبر متوسط من بين المجموعات.

جدول رقم (8) تحليل التباين ANOVA

	Classe	Erreur	F	Signification		
	Moyenne des carrés	ddl	Moyenne des carrés	ddl		
عدد السكان	4,813E9	3	90490279,514	12	53,184	,000
المساحة	416702,225	3	43628,893	12	9,551	,002
الكثافة السكانية	987762,421	3	1640,390	12	602,151	,000
حجم الأسر المتوسط	,100	3	,121	12	,830	,502
معدل العمالة	5,494	3	4,776	12	1,150	,369
التشغيل في الفلاحة	75,313	3	122,500	12	,615	,618
التشغيل في البناء	1597533,674	3	534,743	12	2987,479	,000
التشغيل في الصناعة	838,924	3	324,556	12	2,585	,102
التشغيل في التجارة	31,590	3	108,056	12	,292	,830
التشغيل في الري والغابات	16941,924	3	109,431	12	154,819	,000
التشغيل في الإدارة والخدمات	5066176,861	3	123627,618	12	40,979	,000
التشغيل في النقل	73,257	3	1,472	12	49,759	,000
معدل البطالة	47,173	3	6,325	12	7,458	,004
معدل التغطية الاجتماعية	1,174	3	,910	12	1,290	,323
معدل التزويد بالكهرباء	14,555	3	24,044	12	,605	,624
معدل الربط بالغاز	245,199	3	166,679	12	1,471	,272
المعدل النباتي	,043	3	,005	12	7,917	,004
قدرة تخزين المياه	6,539E8	3	1920183,854	12	340,522	,000
نصيب التزويد بالماء لـ (يوم/فرد)	1155,667	3	662,833	12	1,744	,211
المساحة الزراعية الاجمالية	3,512E9	3	2,008E8	12	17,491	,000
المساحة المستعملة (هكتار)	2,603E8	3	90522348,410	12	2,875	,080
الانتاج الفلاحي النباتي (قنطار)	1,741E10	3	1,358E9	12	12,817	,000
الانتاج الفلاحي الحيواني (رأس)	3,759E9	3	7,341E8	12	5,120	,016
24 الطرق الوطنية (كلم)	126,430	3	211,892	12	,597	,629
الطرق الولائية (كلم)	1143,837	3	481,622	12	2,375	,121
الطرق البلدية (كلم)	1527,438	3	269,302	12	5,672	,012
المساحة الغابية (هكتار)	32732916,00	3	30390039,910	12	1,077	,396
معدل التمدرس 6 سنوات	2,140	3	3,333	12	,642	,602
معدل التمدرس 6-15 سنة	,192	3	27,447	12	,007	,999
معدل التمدرس 15-19 سنة	,023	3	,033	12	,703	,568
عدد المؤسسات التعليمية	1341,083	3	37,063	12	36,184	,000
معدل الأمية	166,106	3	92,962	12	1,787	,203
معدل الالتحاق بالدراسة	165,789	3	93,424	12	1,775	,205
عدد الأسرة لكل 1000 فرد	1383,078	3	1095,612	12	1,262	,331
عدد قاعات العلاج	10,257	3	2,306	12	4,449	,025
معدل التأخير الطبي لـ 1000 فرد	6,795	3	6,046	12	1,124	,378

النشاطات الصناعية	619085,424	3	19520,681	12	31,714	,000
النشاطات الحرفية	620,840	3	5,743	12	108,103	,000
النشاطات التجارية	4244538,840	3	25024,243	12	169,617	,000
نشاطات الاستيراد والتصدير	121,007	3	,576	12	209,940	,000
النشاطات الخدمية	2189656,278	3	47996,910	12	45,621	,000
النقل الحضري	883932,813	3	431,917	12	2046,536	,000
نقل البضائع	351732,757	3	8632,972	12	40,743	,000
النقل الريفي	104,563	3	156,063	12	,670	,587
الكثافة السكانية لـ 100 فرد	35,795	3	15,418	12	2,322	,127
الكثافة البريدية لـ 100 فرد	22548050,14	3	6162743,557	12	3,659	,044
عدد المشتركين في الإنترنت	15053084,59	3	39067,181	12	385,313	,000
الحضيرة السكانية	1,555E8	3	2452703,681	12	63,390	,000
نسبة التروية	733014,111	3	1106724,118	12	,662	,591

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS21

يتم من خلال جدول تحليل التباين تحديد المجموعات والتي تتشكل من التمييز الناتج بين المتغيرات التي لديها أكبر قيمة لفيشر وبالتالي تكون لديها معنوية كبيرة، نلاحظ أن التشغيل في البناء يتميز بأكثر قيمة لفيشر 2987,47، النقل الحضري، عدد السكان، حجم الأسر، الكثافة السكانية، التشغيل في الري والغابات التشغيل في الإدارة والخدمات، التشغيل في النقل، معدل البطالة، المعدل النباتي، قدرة تخزين المياه، المساحة الزراعية الإجمالية الطرق البلدية (كلم)، عدد المؤسسات التعليمية، عدد قاعات العلاج، النشاطات الصناعية، النشاطات الحرفية، النشاطات التجارية، نشاطات الاستيراد والتصدير، النشاط الخدمي النقل الحضري، نقل البضائع، الكثافة البريدية، عدد المشتركين في الإنترنت، الحضيرة السكانية هذه كل المتغيرات التي لها معنوية أما المتغيرات التي ليس لها معنوية فيمكن حذفها وإعادة إجراء التصنيف العنقودي بحيث نحصل على العناصر المعنوية فقط.

الاستنتاجات:

- من خلال النتائج التي تم التوصل إليها يمكن تقديم جملة من الاستنتاجات بخصوص النتائج العملية للتحليل العنقودي في تصنيف مكونات (بلديات) الموقع المدروس:
- تقارب مابين طرق التحليل العنقودي في ما يخص تصنيف البلديات حيث نلاحظ أن بلدية "سعيدة" تختلف عن باقي البلديات فيما يخص مؤشرات التنمية المحلية في حين تبقى كافة بلديات ولاية سعيدة في نفس التصنيف؛
- التشابه الكبير مابين بلدية "السحونة" و"المعمورة" حيث تقترن فيما بينها في كلا الطريقتين من التحليل العنقودي؛

- أظهرت نتائج التحليل معنوية متغير التشغيل في قطاع البناء وهو القطاع الأكثر استقبالا لليد العاملة ويساهم في تخفيض معدلات البطالة وهذا بفضل توجهات الاستثمار في التجهيزات العمومية من خلال البرامج الخماسية؛
- أوضحت نتائج التحليل العنقودي أهمية متغير الإنتاج الفلاحي الذي تتميز به بلدية "سيدي أحمد"؛
- تتميز بلدية "السخونة" وبلدية "المعمورة" بثروة غابية معتبرة يجب أن تولى لها أهمية وعناية كبيرة؛
- ما نلاحظه من نتائج الجدول أن متغير نسبة التشغيل في قطاع الفلاحة غير معنوي بينما نجد معنوية لمتغير الانتاج الفلاحي وهذا يظهر نوع الانتاج الفلاحي على أنه يخص الزراعات الموسمية.

الخاتمة:

- يظهر تحليل المتغيرات المكانية حجم التشابه وطبيعة الاختلافات والتباينات بين مختلف العناصر الموقعية والتي لها أهمية كبيرة في رسم السياسات التنموية وتوجيه الاستثمارات والنشاطات الاقتصادية عبر مختلف المواقع وهذا من أجل خلق توازن نسبي بينها والتخفيف من حدة التباين التنموي. إن نتائج التحليل العنقودي أظهرت وجود هذه الاختلافات بحيث تتميز بلدية "سعيدة" عن غيرها من البلديات الأخرى وهذا كونها حققت تقدم عن البلديات الأخرى من خلال مختلف متغيرات التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- إن ما أظهرته نتائج التحليل يظهر أنه لا تزال هناك تحديات كبيرة فيما يخص تحقيق التنمية المكانية في ولاية سعيدة وهذا ما تعبر عنه عدم معنوية بعض المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية.
- ومن خلال تناولنا لموضوع التنمية المكانية وتطبيق إحدى الطرق الكمية في التحليل والتي أعطت نوعا من التفسير والتصنيف للاختلافات في الموقع المدروس يمكننا تقديم بعض الاقتراحات والتوصيات:
- الاهتمام بالأساليب الكمية في تحليل الظواهر الاقتصادية المكانية كأساليب يمكنها تحديد التفاعلات المكانية بغية تحقيق التنمية؛
 - تكثيف البحوث والدراسات الأكاديمية والتطبيقية المتخصصة في الاقتصاديات المكانية والإقليمية والتي قد تكون كبنوك معلومات تساعد في معرفة الخصائص الموقعية كما أنها تساعد في هندسة التنمية الاقتصادية المكانية وهذا بتوجيه النشاطات الاستثمارية في المواقع الملائمة؛
 - إن هدف تحقيق التنمية الاقتصادية المنشودة يجب أن ينبع من خصوصيات المكان باعتباره المحرك الأساسي للبناء التنموي وهذا ما أثبتته التجارب التنموية في العديد من البلدان المتطورة، والتي فشلت في تحقيقه البلدان الأخرى وخاصة النامية منها في تحقيق التقدم الاقتصادي بانتهاجها، نظرا لاختلاف البيئة المكانية.

- ما تتوفر عليه مدينة سعيدة من الامكانيات والموارد الطبيعية في الميدان الفلاحي سواء النباتي والحيواني وكذا الموارد المائية يمكن أن يكسبها ميزة مكانية تنافسية اذا ما تم استغلالها استغلالاً أمثلاً ؛
- دعم هذه الميزة المكانية على مستوى المعاهد التكوينية والتعليمية ومؤسسات البحث العلمي وخاصة في المجال التخصصي المكاني؛
- العمل على تقليل التباين التنموي بين بلديات ولاية سعيدة وهذا بتحسين الوضع الاقتصادي والاجتماعي لسكان الولاية ؛
- تفعيل دور الجماعات المحلية والإقليمية وكل الأطراف الفاعلة في العمل التنموي.

قائمة المصادر:

أ - باللغة العربية:

1. كامل كاظم بشير الكناي، "الموقع الصناعي والسياسات التنموية المكانية" دار الصفاء للطباعة والنشر والتوزيع عمان الأردن، 2008.
2. هوشيار معروف، "تحليل الاقتصاد الاقليمي والحضري" - دار الصفاء للنشر والطباعة والتوزيع عمان الأردن، 2008.
3. أ.م.د افتخار عبد الحميد النقاش، غفران حاتم علوان الجبوري، "استخدام أسلوب التحليل العاملي وانحدار الحرف في تحديد سلم أولويات التنمية المكانية للقطاع الصناعي على مستوى المحافظات العراقية"، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، العدد: 34-2012.
4. علي كريم العمار، "مساهمة نظرية تحليلية في تفسير آليات التنمية المكانية"، المعهد العالي للتخطيط الحضري والإقليمي، جامعة بغداد.

ب - باللغة الأجنبية:

1. Alivine. RENCHER -methods of multivariate Analysis, Brigham Young University, second edition 2002 .
2. Andrée matteaccioli philippe aydalot pionnier de l'économie territoriale l'harmattan 2004 paris France .
3. Antoni KUKENSKI », regional polices in nigeria, andia, barazil », Hangary Meuton Volume.
4. Brian S. Everitt -Sabine Landau-Morven Leese -Daniel Stahl Cluster Analysis 5th Edition John Wiley & Sons, Ltd Publication 2011

5. Economic Commission For Europe Geneva Spatial Planning Key Instrument for Development and Effective Governance with Special Reference to Countries in Transition United Nations New York and Geneva, 2008, consulter au site:
6. Frank Hoepfner Frank Klawonn Rudolf Kruse Thomas Runkler Fuzzy Cluster Analysis Methods For Classification, Data Analysis And Image Recognition A John Wiley & Sons, Ltd 1999.
http://www.unece.org/fileadmin/DAM/hlm/documents/Publications/spatial_planning.e.pdf.
7. Isabelle Gèneau de Lamarlière Jean-François Staszak Principes de la géographie économique collection Grand Amphi géographie 2011 Paris-France .
8. Jandir Ferrera de Lima Géoéconomie et développement régional publibook, 2012 Paris – France .
9. Richard A. JOHNSON, Dean. WICHERN- Applied Multivariate statistical Analysis-PEASON Prentice Hall 2007.

التحليل القياسي لدالة الطلب على الاتصالات السلكية واللاسلكية في الجزائر

د. خواني ليلي

أستاذة محاضرة (ب)، جامعة تلمسان

البريد الإلكتروني: lilas_kh101@yahoo.fr

أ.د. شعيب بغداد

أستاذ تعليم عالي، جامعة تلمسان

البريد الإلكتروني: b_chaib@netcourrier.com

ملخص:

إن الطلب على خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية يتزايد يوما بعد يوم، ويتنوع بدءا من خط هاتفي بسيط إلى إقامة شبكة نقل المعلومات، هذا التطور يقودنا إلى إجراء تحليل قياسي لدالة الطلب على الاتصالات في الجزائر باستعمال سلسلتين زمنيتين المتمثلتين في الكثافة الهاتفية (DEN)، والناتج الداخلي الخام لكل ساكن (PIBH)، وذلك باستخدام بيانات سنوية خلال الفترة 1963-2008، معتمدين على أساليب قياسية متمثلة في كل من نموذج التكامل المشترك، ونموذج تصحيح الأخطاء، وبعض الاختبارات التي تبرز لنا مدى قوة العلاقة الموجودة بين متغيرات دالة الطلب على الاتصالات.

كلمات المفتاح: دالة الطلب على الاتصالات السلكية واللاسلكية، نموذج التكامل المشترك، ونموذج تصحيح الأخطاء.

Résumé :

la demande des services des télécommunications ne cesse de croître jour après jour, en passant d'une simple ligne téléphonique à un réseau de transfert de données, cette diversification nous mène à analyser la fonction de la demande des services des télécommunications en Algérie basé sur les séries chronologiques relevées au cours de la période 1963-2008, de la densité téléphonique (DEN) et du produit intérieur brut par habitant (PIB/H), utilisant les méthodes économétriques, telles que le modèle de cointégration et le modèle de correction d'erreur.

Mots clés: La fonction de la demande des télécommunications; modèle de cointégration ; modèle de correction d'erreur.

مقدمة:

الاتصالات السلكية واللاسلكية تحتل في النظام السياسي، والاقتصادي، والاجتماعي مكانة مهمة بحيث لا يمكن أن نتخلى عن خدماتها في الوقت الحالي فهي تمثل مدى استعمال الأنشطة الإنسانية في كل الميادين، ولذا يظهر دورها على المستوى المحلي في المجالات التالية:

- في توظيف هيكل الدولة بحيث تشكل جهاز مساند لا يمكن الاستغناء عنها بالنسبة للنشاطات السياسية، والإدارية للبلاد؛
- في النشاطات الاقتصادية بحيث تعتبر عامل ديناميكي يعمل على تحسين الفعالية الإنتاجية وذلك إذا استعملت استعمالا فعالا؛
- في النشاطات الاجتماعية، والثقافية فالاتصالات بغطائها الواسع والمكثف للتراب الوطني تعمل على أمن الأشخاص، وحماية التراب الوطني، وذلك باستخدام سياسة التهيئة العمرانية التي تتركز على التوازن الجهوي؛

- أما على المستوى الدولي، فقطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية يشغل مكانة مهمة، وحتى تتمكن شبكته من العمل بعلاقات دولية لا بد من أن تكون هذه الأخيرة فعالة وذات نوعية جيدة لتتمكن البلد من تطوير علاقاته الدولية، وخاصة السياسية، والاقتصادية منها.

فقطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية في بلادنا كان محتكرا من طرف الدولة خلال مدة ثمانية وثلاثون سنة، وقد عانى الكثير في مواجهة الطلب المتزايد على الخطوط الهاتفية، فالتفكير السائد آنذاك أن خدمات الاتصالات كانت تعتبر من الكماليات فافتئها يكون بعد تشبع الحاجات الضرورية الأخرى. فرغم المردودية المعتبرة للقطاع إلا أن أمواله كانت توجه إلى قطاعات أخرى مثل قطاع الصحة والتربية أو دعم خدمات البريد، باعتبارها قطاعات أساسية وهذا حسب الاعتقاد السائد آنذاك للحكومة.

لكن الأمور تغيرت سنة 2000 بحيث عرفت الجزائر إصلاحات كبيرة على الصعيد الوطني، نذكر من بينها تحرير وتطوير قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية من خلال سياسة قطاعية تهدف أساسا إلى:

- عرض متطور للخدمات الهاتفية، مع تحسين جودة هذه الخدمات المقدمة؛
- العمل على توصيل خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية إلى المناطق المحرومة كالمناطق الريفية مثلا؛
- تطوير شبكة فعالة تعمل بتكنولوجيات الإعلام والاتصال، تمكن القطاع من المنافسة والتفتح على العالم.

وقد ترجمت هذه الأهداف في إصدار قانون 03-2000 في 05 أوت 2000 الذي حدد القواعد العامة المتعلقة بقطاع البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية،¹ وقد عمل هذا القانون على ما يلي:

- تحديد إطار دستوري لسلطة ضبط مستقلة وحرّة؛
 - تحديد إطار وشروط ضبط النشاطات المتعلقة بالبريد، والاتصالات؛
 - خلق شروط التطور منفصلة عن نشاطات البريد، والاتصالات من قبل المتعاملين؛
 - تطوير وتقديم خدمات البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية ذات جودة وضمائها في شروط موضوعية، وشفافة، وغير تمييزية في بيئة تنافسية مع ضمان المصلحة العامة.
- فقد عمل القانون رقم 03-2000 المؤرخ في 5 أوت 2000 على افتتاح المنافسة، وترقية الاستثمارات الخاصة في مجال الاتصالات، كما فتح الأبواب أمام المستثمرين الخواص بحيث منحت الدولة للقطاع الخاص رخصا قصد تقوية العرض في هذا المجال.

فالدراصة تهتم بالطلب على خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية الذي يفسر بحاجيات الصناعة المتخصصة، وبالنسبة للعائلات يعبر عنه بتطور ووصول هذه الأخيرة إلى درجة أرقى، ومجال ثقافي أعلى. ويكون ذلك من خلال المواجهة الفعالة للطلب الذي يتزايد يوم بعد يوم والمتنوع بدءا من خط هاتفي بسيط إلى إقامة شبكة نقل المعلومات تستحوذ على مختلف ركائز التحويل، والكابل، والألياف البصرية، والساتل.... الخ.

وتهدف الدراصة إلى اختبار سلوك الطلب على الاتصالات السلكية واللاسلكية في الجزائر خلال الفترة الممتدة من 1963 إلى 2008، باستعمال التكامل المشترك أو المتزامن، ونموذج تصحيح الأخطاء، ويتم ذلك بتفحص السلاسل الزمنية الموجودة بحوزتنا والمتمثلة في سلسلة الكثافة الهاتفية (DEN) والناتج الداخلي الخام لكل ساكن بالسعر الثابت بحيث تم التعبير عن مستويات السلسلة الزمنية (PIBH) بالأسعار الثابتة، لأن الأسعار الجارية قد تنطوي على ضرائب غير مباشرة أو إعانات مما يجعلها غير معبرة عن قيمة السوق أي تخفي أثر ارتفاع الأسعار وتجعل المقارنة غير موضوعية.

فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لمختلف الدراسات القياسية التي تناولت موضوع الدراصة، إلى جانب استخدام منهج الاقتصاد القياسي باستعمال برنامج Eviews6 قصد اختبار العلاقة بين الكثافة الهاتفية والناتج الداخلي الخام بالاعتماد على التقارير الحكومية.

¹ الجريدة الرسمية، العدد 48 بتاريخ 6 غشت سنة 2000م.

1. الدراسات النظرية والقياسية للاتصالات السلكية واللاسلكية:

1.1. الدراسة النظرية للاتصالات:

قبل التطرق إلى الدراسات القياسية التي خصت موضوع الاتصالات السلكية واللاسلكية، لابد أن نرجع على التحليل النظري حتى تكون النظرة مكتملة. فالمفكر "روستو" من أوائل الاقتصاديين الذي تطرق إلى العلاقة النظرية الموجودة بين الاتصالات السلكية واللاسلكية والتنمية الاقتصادية والاجتماعية لأي بلد.²

بحيث يعتبر تزايد الإنتاج الصناعي يعمل على تشعب التبادلات وعليه يتزايد حجم المعلومات المتبادلة عن طريق الاتصالات، التي تعمل على تبادل المعلومات بين الأعوان الاقتصاديين. هذا التطور عند روستو يمكن حصره في النظرية الكلاسيكية للتنمية، لكن هذه الأخيرة شهدت انتقادا باعتبار أن الدول لا تستحوذ على نفس الموارد ومنه لا نستطيع العمل بخطة عالمية للتنمية، هذا ما يتبين من التطور السريع لدول آسيا ككوريا الجنوبية التي عرفت مرحلة الانطلاق في بداية الستينيات، والحالة العكسية المتمثلة في تباطؤ بعض دول إفريقيا كزائير (Zaire)، هذا ما يجعل تطور المنشآت القاعدية للاتصالات لا يتماشى مع التنمية الاقتصادية.

إلى جانب هذه النظرية توجد نظرية داخلية للتنمية تركز هي الأخرى على فرضية أن الهياكل القاعدية للاتصالات تتماشى مع التطور الاقتصادي،³ وتأخذ عدة عوامل في تحليل هذه النظرية منها تقسيم العمل، والتطور التقني، ورأس المال البشري، فهذا التحليل يمكننا من التفحص الجيد للعلاقة بين الاتصالات السلكية واللاسلكية والتطور الاقتصادي.

2.1. الدراسة القياسية للاتصالات:

أول الدراسات التي عملت على قياس العلاقة بين الكثافة الهاتفية والتنمية الاقتصادية هي علاقة البروفسور "Jipp" ببحث نشر مقاله سنة 1963 تحت عنوان "ثروة الأمم والكثافة الهاتفية"،⁴ في هذا المقال يقارن مستوى الكثافة الهاتفية من نصيب الفرد من الدخل، كما بين أن البلدان الغنية لها كثافة هاتفية عالية إذا ما قورنت بالدول الفقيرة، وهذه الفكرة وضحها في شكل منحني أطلق عليه اسم "منحنى Jipp". المنحنى يبين لنا تطور شبكة الاتصالات وتناسقها مع حاجيات البلاد ودرجة رفاهيته، فهدفه لم يكن محدود في إيجاد هذه العلاقة بل خلق وسيلة تعمل على مساهمة الاستثمارات في مجال الاتصالات. فقد شمل استعمال هذا القانون سنوات الستينات

² للمزيد من المعلومات انظر: Rostow, Les étapes de la croissance économique, Edition du seuil, 1960

³ Audrey Lainé, réseaux de communication et réseaux marchands en Afrique de l'ouest, DEA sous la direction de Annie Cheneau-Lloquay, Université de Bordeaux, France, Année 1998-1999, p 8.

⁴ Dominique Desbois, Inforoutes et développement: les enjeux de la mondialisation : <http://UFR-infop6.jussieu.fr> / Pour plus d'information, voir Jipp.A, Richesse des nations et densité téléphonique, journal des télécommunications, juillet 1963, pp199-201.

والعشريتين المئويتين، وفي هذا العهد كانت الاتصالات ملك للدولة (معدا كندا والولايات المتحدة الأمريكية) تابعة لوزارة البريد والاتصالات، وأن قرارات الاستثمار كانت خارج نطاق الوزارة. التفكير السائد آنذاك أن خدمات الاتصالات كانت تعتبر من الكماليات فالافتناء منها يكون بعد تشبع الحاجات الضرورية الأخرى.⁵ مع العلم أن قطاع الاتصالات مردوديته كانت معتبرة على العموم فأمواله كانت توجه إلى قطاعات أخرى مثل قطاع الصحة والتربية أو دعم خدمات البريد، باعتبارها قطاعات أساسية وهذا حسب الاعتقاد السائد للحكومة.⁶

كما نشر المفكر "Hardy" مقالا عنوانه " دور الهاتف في التنمية الاقتصادية" ⁷ استعمل فيه نموذج التأخر الزمني بحيث اعتبر أن التغير في الكثافة الهاتفية يؤدي إلى التغير في الناتج الوطني، وهذا الاستنتاج خص مستوى تجهيزات الاتصالات السلكية واللاسلكية في البلدان التي قام بدراستها. وفي عام 1988 دعم نتائجه بدراسة كمية اعترف بها الاتحاد الدولي للاتصالات (UIT) يستخلص فيها أن المساهمة الحدية لخط هاتفي بالنسبة للناتج الوطني تكون كبيرة كلما كان البلد فقير، فهذه المساهمة الحدية في البلدان السائرة نحو النمو تكون محتملة كون شبكة الهاتف تعمل بقوة على خدمة أغلبية المشتركين المحترفين.

على ذكر المشتركين المحترفين يعتبر "Bower"⁸ أن الحركة الهاتفية في المؤسسات تعتبر كاستهلاك بسيط لمرحلة الإنتاج، ويقترح منهجية تخطيط المعاملات التقنية لجدول المدخلات والمخرجات بحيث كل فرع إنتاجي يمكن من تحديد وزن الاتصالات في الاستهلاك الوسيط للمؤسسات، ويفترض في نموذجه أن التوازن بين العرض والطلب لخدمات الاتصالات يكون موجود، وهذا ما يؤدي إحلال هاته الخدمات في مختلف فروع النشاط، لكن هذه الفرضية تكون غير محققة في البلدان السائرة في طريق النمو.

المفكر "Gille"⁹ خصت ملاحظته تطور معامل المرونة للمتغيرين الناتج الوطني والكثافة الهاتفية لاقتصاد ما وهي على النحو التالي:

- المرحلة الأولى تتمثل في مرحلة الانطلاق والتي تكون مرونتها كبيرة بحيث يكون تطور شبكة الاتصالات موجه نحو تلبية حاجيات القطاع الحديث (المتطور) ؛
- المرحلة الثانية تعبر عن المرونة في مرحلة النضج، وتعبر عن الزيادة القوية لنمو التجارة وخاصة التبادلات الخارجية، ومنه تبرز المحاسن الكلاسيكية للاتصالات نذكر منها الطرقات والسكك الحديدية؛

⁵ William Pierce et Nicolas Jequier, les télécommunications au service du développement, UIT/ OCDE, Paris 1983, p 56.

⁶ UIT, Le chaînon manquant, rapport de la commission indépendante pour le développement mondial des télécommunications (rapport Maitland), 1984. [http : www.itu.int/osg/spu/sfo/missinglink/index.html](http://www.itu.int/osg/spu/sfo/missinglink/index.html).

⁷ Hardy, the role of telephone in economic development, telecommunication policy, 1980, Vol 5, n° 4, pp 278-286.

⁸ Bower.L, Demande du marché et besoins en investissements dans le secteur des télécommunications, journal des télécoms, Genève vol 393, 1972, p177-181.

⁹ Gille, Croissance et télécommunications, Bulletin l'idate, 1984.

- المرحلة الثالثة اهتمت بنمو شبكة العامة الموجهة للسكان، فالهاتف في هذه المرحلة تجاوز كل وسائل الاتصالات الخاصة في ميدان التبادلات الغير المادية.

اهتم "Waverman" وآخرون¹⁰ بدراسة حول "الأثر الاقتصادي للاتصالات النقالة على البلدان السائرة في طريق النمو" بحيث استعملوا نمطين مختلفين، الأول يعتمد على "نموذج دالة الإنتاج" والثاني يعتمد على "نمط التنمية الذاتية" وعليه يكون أثر الاتصالات المتنقلة على النمو الاقتصادي هو ضعف ما في البلدان النامية منها في البلدان المتقدمة.

أما عمل الاتحاد العالمي للاتصالات السلكية واللاسلكية (UIT)¹¹ فخص عدة دراسات منها اللجنة الدولية للتلغراف والهاتف (CCITT)¹² بحيث تم إنشاء فوج متخصص يعمل على دراسة العلاقة الموجودة بين الاتصالات السلكية واللاسلكية والتنمية الاقتصادية. وقد نشرت هذه الدراسة في منتصف الستينات تجمع ما بين الكثافة الهاتفية والناتج الوطني قصد تخطيط شبكات الاتصالات في البلدان السائرة في طريق النمو. فالدراسة ليس هدفها الجواب المباشر على سؤال السببية بين تنمية الاتصالات والتنمية الاقتصادية، بل تقدير الارتباط بين هاتين الظاهرتين قصد تخطيط تطور المنشآت القاعدية للاتصالات للبلدان السائرة في طريق النمو.

في 1994 الوصاية لسياسة الإعلام، والاتصال، والإعلام الآلي (PIIC)¹³ التابعة لمنظمة التعاون والتطور الاقتصادي (L'OCDE)¹⁴ نشرت بيانا حول فوائد المنافسة في البنية التحتية لتوفير الخدمات للاتصالات، كما أشار البيان للدور الإيجابي الذي يمكن أن تضطلع به في تعزيز المنافسة والخدمة الشاملة، وتلبية الطلب غير الملبي وجلب الاستثمار.¹⁵

كما أنجزت دراسات قياسية أخرى من طرف PIIC، واعتبرت أن الاستثمار في شبكة الاتصالات يعمل كمتغير مستقل من أجل تحفيز النمو، ثمّلت دراسة إحدى وعشرين بلد من منظمة التعاون والتنمية، و وجدت علاقة سببية بين الاستثمار في البنية التحتية للاتصالات السلكية واللاسلكية وزيادة الإنتاج الكلي.

2. دالة الطلب على خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية في الجزائر:

¹⁰ Waverman Leonard, Meloria Meschi et Melvyn Fuss, dans « Africa : the impact of mobile phones », the Vodafone policy paper series, numéro 2, Mars 2005, p16, http://www.Vodafone.com/assets/files/en/ AIMP_17032005.pdf.

¹¹ Organe technique de l'union internationale des télécommunications.

¹² Comité consultatif international télégraphique et téléphonique.

¹³ PIIC, le comité de la politique de l'information, et de l'informatique des communications.

¹⁴ L'OCDE, organisation de coopération et de développement.

¹⁵ Déclaration de l'OCDE sur les effets bénéfiques de la concurrence dans les télécommunications au niveau des infrastructures, SG/NR (94)20, Paris, 31 mars 2004.

الأساليب الإحصائية التي تستخدم في قياس العلاقات الاقتصادية لا يحددها الأسلوب، بمعنى آخر لا نعرف أي المتغيرات مستقل والآخر تابع، بل نستعين بالملاحظة أو النظرية الاقتصادية. فتفترض النظرية الاقتصادية أن دالة الطلب على العموم تتحدد بسعر السلعة، وأسعار السلع الأخرى البديلة والمكملة، والدخل، وعدد السكان... وغيرها. بالإضافة إلى ما سبق يمكن تحديد متغيرات تفسيرية أخرى تؤثر في الطلب على السلعة محل البحث من خلال المعلومات الخاصة المتاحة عن هذه السلعة على وجه التحديد. ولكن بالرغم من ذلك فإنه لا يمكن بوجه عام إدراج جميع المتغيرات التفسيرية التي تؤثر في الظاهرة محل البحث في النموذج الذي يتعين تقدير معالمته، وذلك لصعوبات كثيرة تتمثل في صعوبات القياس، ولذلك عادة ما يتم الاختصار فقط على عدد منها وهي المتغيرات الأكثر أهمية. وعليه الدالة تأخذ الصيغة أدناه وهذا راجع للدراسات التي تعرضنا إليها، وبالخصوص دراسة البروفيسور "Jipp" الذي يعتبر أول من صاغ نموذجاً لتقدير دالة الطلب على الاتصالات السلكية

$$Den = b_0 + b_1 Pib + \mu$$

حيث:

Den : الكثافة الهاتفية تمثل المتغير التابع؛

Pib : الدخل يعتبر أهم متغير تفسيري في دالة الطلب.

1.2. تحديد متغيرات دالة الطلب:

يمكن أن نحدد المتغيرات التي يتضمنها النموذج من خلال دراسة لظاهرة معينة أو من خلال مصادر عديدة، ولعل أول هذه المصادر النظرية الاقتصادية، وثانيها المعلومات المتاحة من دراسات قياسية سابقة في المجال الذي يبحث فيه بوجه عام، وثالثها المعلومات المتاحة على الظاهرة بوجه خاص. وعليه تم تحديد متغيرات دالة الطلب من الدراسات السابقة وأهم هذه المتغيرات تتمثل في الآتي:

* الكثافة الهاتفية (Den): دالة الطلب على خدمات الاتصالات تتحدد بالمتغير التابع، والمتغيرات التفسيرية المذكورة سابقا، لكن ليست كل المتغيرات التفسيرية على نفس الدرجة من الأهمية. فالجانب الأيسر من معادلة الطلب يتمثل في متغير الكثافة الهاتفية بحيث تمثل هذه الأخيرة عدد المشتركين في شبكة الهاتف الثابت مضافا إليهم عدد المشتركين في شبكة الهاتف النقال وقد عرف هذا الأخير توغلا كبيرا في المجتمع الجزائري نظرا للإصلاحات التي شهدتها قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية، والذي تعتمد تكنولوجيته على الارتدادات الهرتزية. فالكثافة الهاتفية تحسب لكل مائة أو ألف ساكن وتمثل في القانون التالي:

$$[(\text{عدد المشتركين بالشبكة الهاتفية} / \text{العدد الإجمالي للسكان}) \div 100]$$

البيانات التي توجد مجوزتنا تتمثل في السلسلة الزمنية التالية (1963 - 2008)، وتم أخذها من مصادر رسمية بحيث التجأنا إلى وزارة البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية لتمدنا بإحصائيات ما قبل تغيير النظام كانت تنحصر في الكثافة الهاتفية للهاتف الثابت، ثم سلطة ضبط الاتصالات لاستكمال السلسلة التي أصبحت تضم إحصائيات كل من الهاتف الثابت والنقال.

* الدخل الداخلي الخام (PIB): الطلب على الخط الهاتفي يكون حسب دخول فئات المجتمع، فوجود شرائح كثيرة في المجتمع يؤدي إلى اختلاف دخولهم، ونظرا لوجود أكثر من دخل الذي يتقاضاه كل فرد باختلاف شرائح المجتمع. فالدخل يحسب على أساس كل دخول فئات المجتمع ونشمله في الناتج الكلي الإجمالي، الذي يعبر عن المقابل المستحق نتيجة لأداء خدمات إنتاجية خلال فترة زمنية معينة، والدخل متاح يمثل الدخل الكلي ناقص الضرائب المباشرة زائد المدفوعات التحويلية. فالفرق بينهما يكمن في أن الدخل الكلي لا يستبعد الضرائب المباشرة التي تؤثر سلبا على المقدرة الإنفاقية، إلى جانب عدم احتوائه على مدفوعات تحويلية كالإعانات النقدية والأرباح الرأسمالية، وبالتالي يصبح الدخل متاح أكثر اعتبار من الدخل الكلي.

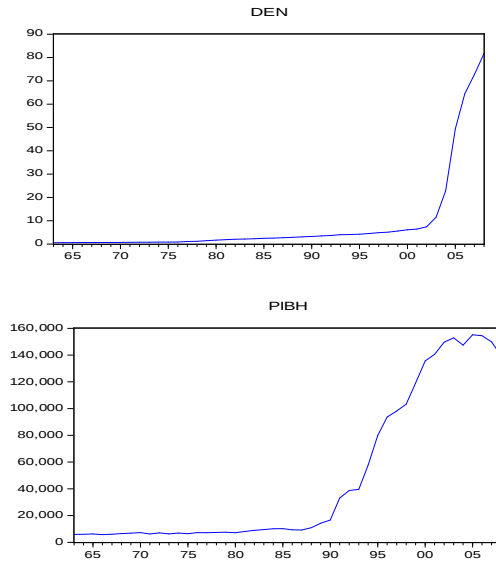
كما نواجه سؤالا آخر يطرح نفسه، هل نستخدم الدخل متاح أو متوسط الدخل؟ فقبل الإجابة على هذا السؤال، لابد من التطرق إلى الجانب الآخر من المعادلة فمن الضروري أن نستعمل متوسط الدخل القومي، وذلك بقسمة السلسلة الزمنية الممثلة للدخل متاح على عدد السكان حتى يكون التعامل بنفس الدرجة، ونعرف على المقدرة الإنفاقية للأمر. فالهدف من استعمالنا سلاسل زمنية من نفس المستوى، هو عدم التأثير سلبا على المعلومات المقدرة للنموذج، إلى جانب هذا تم التعبير عن مستويات السلسلة الزمنية بالأسعار الثابتة، لأن الأسعار الجارية تخفي أثر ارتفاع الأسعار من جراء التضخم.

* عدد السكان: استعمالنا سلسلة زمنية ثالثة تمثلت في عدد السكان، فدالة الطلب تعتبر هذا المتغير مستقل ولكن ضمنيا، بحيث قسمت السلسلتان اللتان مجوزتنا والممثلة في الكثافة الهاتفية، والناتج الداخلي الخام على عدد السكان ليطم عرضها في شكل متوسطات. فالسكان بصفة عامة عبارة على كل المقيمين على أرض الوطن باستثناء اللاجئين باعتبارهم ينتمون إلى بلدهم الأصلي.

2.2. استقرار متغيرات دالة الطلب:

الدراسات التطبيقية التي تستخدم بيانات سلاسل زمنية تفترض أن تكون مستقرة أو ساكنة، ومن المعايير التي تستخدم في اختبار سكون السلاسل الزمنية، نجد دالة الارتباط الذاتي، واختبار الاستقرار، وقد استعمالنا برنامج Eviews6 لإيجاد النتائج، ورسم البيانات حتى نتأكد من اقتصاد الوقت، والحصول على نتائج دقيقة.

الشكل(1): صفة سكون السلاسل الزمنية



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج Eviews6

يمثل الشكل (1) السلسلتين الزمنيتين للناتج الداخلي الخام، والكثافة الهاتفية لبلدنا الجزائر خلال الفترة 1963-2008 باستخدام بيانات سنوية، ويظهر من الشكل وجود اتجاه عام نحو الزيادة، ويعكس صفة عدم الاستقرار في البيانات المتوفرة لدينا.

*اختبارات السكون:

الجدول(1) : الارتباط الذاتي بين قيم البواقي لسلسلي الناتج الداخلي الخام لكل ساكن، والكثافة الهاتفية

CORRELOGRAM OF PIBH

Date: 10/08/10 Time: 00:42
Sample: 1963 2008
Included observations: 46

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1	0.794	0.794	30.947	0.000	
2	0.570	-0.165	47.247	0.000	
3	0.343	-0.149	53.269	0.000	
4	0.158	-0.030	54.599	0.000	
5	0.082	0.142	54.964	0.000	
6	0.054	0.013	55.126	0.000	
7	0.042	-0.040	55.227	0.000	
8	0.033	-0.023	55.291	0.000	
9	0.024	0.022	55.326	0.000	
10	0.016	0.010	55.341	0.000	
11	0.009	-0.009	55.346	0.000	
12	0.002	-0.014	55.346	0.000	
13	-0.005	-0.002	55.347	0.000	
14	-0.011	-0.002	55.356	0.000	
15	-0.018	-0.009	55.378	0.000	
16	-0.025	-0.014	55.423	0.000	
17	-0.031	-0.009	55.495	0.000	
18	-0.037	-0.010	55.604	0.000	
19	-0.043	-0.013	55.754	0.000	
20	-0.048	-0.014	55.952	0.000	

CORRELOGRAM OF DEN

Date: 10/08/10 Time: 00:53
Sample: 1963 2008
Included observations: 46

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1	0.958	0.958	45.051	0.000	
2	0.900	-0.218	85.726	0.000	
3	0.833	-0.114	121.35	0.000	
4	0.757	-0.113	151.49	0.000	
5	0.677	-0.054	176.20	0.000	
6	0.587	-0.166	195.24	0.000	
7	0.494	-0.052	209.05	0.000	
8	0.403	-0.011	218.48	0.000	
9	0.312	-0.056	224.29	0.000	
10	0.230	0.046	227.54	0.000	
11	0.156	0.014	229.08	0.000	
12	0.084	-0.004	229.54	0.000	
13	0.015	-0.054	229.55	0.000	
14	-0.044	0.053	229.68	0.000	
15	-0.088	0.060	230.24	0.000	
16	-0.121	0.012	231.32	0.000	
17	-0.153	-0.093	233.11	0.000	
18	-0.181	-0.024	235.70	0.000	
19	-0.198	0.048	238.92	0.000	
20	-0.214	-0.079	242.80	0.000	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج Eviews6

يتبين من الجدول أعلاه أن معاملات الارتباط الذاتي (AC) للسلسلتين يقعان خارج فترة الثقة المعبر عنهما بخطوط متقطعة عمودية، وعليه هذا المجال يجعل سلسلتي الكثافة الهاتفية والنتاج الداخلي الخام تتصفان بعدم الاستقرار. وبمعايير معامل الارتباط الجزئي (PAC) نجد هذا الأخير يقع هو الآخر خارج حدود فترة الثقة عند الفجوة الأولى للمتغيرين المذكورين آنفاً.

* إحصائية $Q(Ljung\text{-}box)$: تستعمل هذه الإحصائية في إيجاد الاختبار المشترك لمعاملات الارتباط الذاتي، فإذا كانت Q المحسوبة تفوق Q الجدولة نرفض فرضية العدم القائلة بأن كل معاملات الارتباط الذاتي مساوية للصفر، وتكون السلسلة غير مستقرة والعكس إذا قبلنا بفرضية البديل وتكون السلسلة مستقرة. إحصائية $Q\text{-stat}$ المحسوبة للمتغيرين $[(242,8) \text{ ل PIBH و } (55,952) \text{ ل DEN}]$ تفوق الجدولة $(31,41)$ عند درجة حرية 20 ودرجة ثقة 0,05 من جدول χ^2 ، مما يدل على رفض فرضية العدم والقبول بالفرضية البديلة التي تنص عن عدم استقرار السلسلة الزمنية، وإن احتمال الاختبار مساوياً للصفر وأقل من درجة الثقة $(0,05 < 0,000)$ وهذا ما يجعلنا نرفض فرضية العدم القائلة أن المعامل عبارة عن تشويش أبيض.

3. الخصائص الإحصائية لدالة الطلب:

نستخلص مما سبق، أن استخدام سلاسل زمنية غير ساكنة يترتب عنها احتمالان إما أن تكون العلاقة الموجودة بين المتغيرات عبارة عن علاقة زائفة، أي علاقة ارتباط واقتتان وليست علاقة سببية، أو لا تكون علاقة زائفة، ويتحقق ذلك لما تكون بيانات السلسلة الزمنية لمختلف المتغيرات متساوية التكامل.

1.3. اختبار التكامل المشترك أو المتزامن:

هدف طريقة التكامل المتزامن أو المشترك هو البحث عن العلاقة الحقيقية بين المتغيرات محل الدراسة بالرغم من كون السلسلتين الأصليتين غير ساكنتين، وتنطوي هذه الطريقة على مرحلتين؛

أ- المرحلة الأولى (الحصول على درجة تكامل السلاسل الزمنية):

تكمّن في تحديد درجة تكامل السلاسل الزمنية للمتغيرات التي تُكوّن دالة الطلب للاتصالات، ويكون ذلك من خلال استقرار تلك السلاسل الزمنية مستعملين اختبارات تمكّننا من إيجاد جذور الوحدة. ومن الاختبارات المستعملة في هذا الاتجاه نجد اختبار (phillips et Perron).

الجدول (2): اختبار فيليبس وبيرون (PP)

الكثافة الهاتفية (DEN)	الناتج الداخلي الخام لكل ساكن (PIBH)	
2,242119 (1,00000)	حد الاتجاه العام والثابت -1,553151 (0,7756)	السلاسل الأصلية
-2,637557 (0,2666)	حد الاتجاه العام والثابت -2,9330 53 (0,1625)	الفروق الأولى
-10,44529 (0,0000)	حد الاتجاه العام والثابت -14,24247 (0,0000)	الفروق الثانية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات¹⁶ برنامج EvIEWS6

عند تطبيقنا لاختبار فيليبس وبيرون تبين أن القيم المحسوبة أكبر من القيم المجدولة عند مستوى معنوية 5%، فإننا نقبل فرضية العدم حيث تكون السلاسل الزمنية محل الدراسة لها جذر وحدة، وهذا ما يؤكد أن السلاسل الأصلية تواجه مشكلة عدم السكون، كما تتكرر نفس المشكلة عند الفروق الأولى، لذا وجب علينا إعادة نفس التحليل مرة أخرى حتى نصل إلى سلسلة ساكنة، وحصل ذلك عند الفروق الثانية بحيث أصبحت كل من سلسلة الناتج الداخلي الخام لكل ساكن (PIBH) وسلسلة الكثافة الهاتفية (DEN) مستقرتين، وهذا ما يظهر جلياً من الجدول (2) لاختبار فيليبس وبيرون، فإن السلسلتان الأصليتان تكونان متكاملتان من الرتبة الثانية.

ب- المرحلة الثانية (تقدير دالة الطلب):

بينت المرحلة الأولى أن السلاسل الزمنية محل الدراسة أصبحت مستقرة عند إجراء الفروقات من الدرجة الثانية، وبالتالي تكون السلاسل التي بحوزتنا متساوية التكامل، وهذه النتيجة تمكننا من المرور إلى المرحلة الثانية ألا وهي مرحلة تقدير العلاقة بين متغيرات السلاسل الزمنية في المدى الطويل، ويمكن التعبير عن هذا السلوك بالمعادلة التالية:

$$\text{DEN} = 0.00021593664002 * \text{PIBH} - 1.6615$$

$$t \quad (5,752090) \quad (-0,594812)$$

$$n = 46 \quad R^2 = 0,429213$$

¹⁶ القيمة بين قوسين تمثل الاحتمال

تبين الصيغة النهائية للنموذج أن المعلومات المقدرة للعلاقة التوازنية طويلة الأجل بين المتغيرين: PIBH و DEN لها معنوية إحصائية.

ومن العلاقة المقدرة أعلاه، نبحث عن التكامل المشترك بين المتغيرين باستعمال اختبار "Johansen"

الجدول (3): اختبار التكامل المشترك لـ Johansen

Hypothesized no of ce(s)	Eigenvalue	Trace statistic	Critical value 0,05	Prob	Max- Eigen statistic	Critical value 0,05	Prob
None (r=0)	0.389673	23.26902	15.49471	0.0028	21.72545	14.26460	0.0028
AT most1	0.034473	1.543568	3.841466	0.2141	1.543568	3.841466	0.2141

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج Eviews6

نتائج اختبار الأثر (λ_{trace}) من الجدول (3) تشير إلى رفض فرضية العدم ($r = 0$) التي تنص على عدم وجود أي متجه للتكامل المشترك، بحيث تظهر النتائج أن القيمة المحسوبة لـ λ_{trace} (23,26902) < (15,49471) الجدولة عند مستوى معنوية 5%. كما أعطى اختبار القيمة الذاتية العظمى نفس النتائج حيث القيمة المحسوبة التي تقدر بـ (21,72545) تفوق الجدولة (14,26460) عند نفس مستوى معنوية 5%.
مكننا اختبار "Johansen" من إيجاد متجه واحد للتكامل المشترك الذي يكمن في وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين المتغيرين PIBH و DEN، وهذا ما يجعل المتغيرين لا يتعدان عن بعضهما في المدى الطويل بحيث يظهران سلوكا متشابها. فوجود علاقة موحدة بين المتغيرات المتمثلة في التكامل المشترك بين PIBH و DEN من خلال علاقة طويلة الأجل، تقودنا إلى إيجاد نموذج تصحيح الأخطاء.

ج- نموذج تصحيح الأخطاء:

يستعمل نموذج تصحيح الأخطاء لما تكون السلاسل الزمنية بالنسبة للمتغيرات غير ساكنة وذات تكامل مشترك، فهو يعمل على استخلاص علاقة موحدة للتكامل المشترك، والبحث عن العلاقة الحقيقية بين المتغيرات. كما يعمل نموذج تصحيح الأخطاء على الأخذ بعين الاعتبار التقلبات التي تحدث في المدى القصير، قصد أن يكون ميكانيزم تصحيح الأخطاء يؤول نحو علاقة طويلة الأمد. فهذا النموذج يمر بمرحلتين، الأولى التقدير والثانية فحص معنوية النموذج.

* المرحلة الأولى (تقدير نموذج تصحيح الأخطاء، باستعمال برنامج Eviews 6): حيث تحصلنا على المعلومات

المقدرة لنموذج تصحيح الأخطاء والمتمثلة في المعادلات التالية:

$$D(DEN) = A(1,1)*B(1,1)*DEN(-1) + B(1,2)*PIBH(-1) + B(1,3) + C(1,1)*D(DEN(-1)) + C(1,2)*D(PIBH(-1)) + C(1,3)$$

$$D(PIBH) = A(2,1) * (B(1,1) * DEN(-1) + B(1,2) * PIBH(-1) + B(1,3)) + C(2,1) * D(DEN(-1)) + C(2,2) * D(PIBH(-1)) + C(2,3)$$

$$D(DEN) = -0.1322 * (DEN(-1) - 0.0004 * PIBH(-1) + 12.1487 + 0.7436 * D(DEN(-1)) \\ (-4.97509) \quad (-5.72534) \quad (9.40749) \\ -0.0003 * D(PIBH(-1)) + 1.6491 \\ (-4.13147) \quad (3.44423)$$

$$D(PIBH) = -76.3691 * (DEN(-1) - 0.0004 * PIBH(-1) + 12.1487 - 259.0664 * D(DEN(-1)) \\ (-1.35825) \quad (-5.72534) \quad (-1.54993) \quad (2.89227) \\ + 0.4637 * D(PIBH(-1)) + 1941.7779 \\ (1.91784)$$

حيث: القيم بين قوسين تشير إلى توزيع ستودنت، و $R^2 = 0,7659$

يتبين لنا من المعادلتين السابقتين أن معاملات سرعة التعديل الجزئي أخذت الإشارة السالبة المنتظرة في كل من المعادلة الأولى الخاصة بالكثافة الهاتفية (DEN)، والثانية التي تخص الناتج الداخلي الخام لكل ساكن (PIBH)، وهذا ما يؤكد معنوية علاقة المدى الطويل. وأن التأثيرات الموجودة في المدى القصير والتي تم دراستها من خلال معامل سرعة التعديل تعود بنا ثانية إلى توازن المدى الطويل، وعليه العلاقة المقدرة تكون حقيقية بالرغم من كون السلسلتين الأصليتين غير ساكنتين.

* المرحلة الثانية (فحص معنوية معاملات النموذج):

بالرغم من أن للمعاملات المقدرة من نموذج تصحيح الأخطاء معنوية إحصائية حسب اختبار ستودنت،

فلا بد من التأكد أن بواقي النموذج تمثل تشويشا أبيض، ويتم ذلك من خلال إحصائية Q(Ljung-Box) وموجودة في الجدولين أدناه؛

الجدول (4): الارتباط الذاتي للبواقي

Correlogram of Resid01

Correlogram of Resid02

Date: 11/05/10 Time: 17:27
Sample: 1963 2008
Included observations: 44

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1	0.069	0.069	0.2225	0.637	
2	-0.339	-0.346	5.7675	0.056	
3	-0.059	-0.004	5.9379	0.115	
4	0.141	0.033	6.9392	0.139	
5	0.015	-0.025	6.9610	0.224	
6	-0.305	-0.282	11.913	0.064	
7	-0.214	-0.204	14.415	0.044	
8	0.099	-0.093	14.969	0.060	
9	0.146	-0.012	16.205	0.063	
10	-0.046	-0.052	16.332	0.091	
11	-0.181	-0.178	18.335	0.074	
12	0.063	-0.058	18.583	0.099	
13	0.220	-0.004	21.749	0.059	
14	-0.063	-0.147	22.013	0.078	
15	-0.007	0.123	22.016	0.107	
16	0.035	-0.037	22.105	0.140	
17	-0.025	-0.118	22.151	0.179	
18	-0.016	-0.061	22.170	0.225	
19	-0.002	0.022	22.170	0.276	
20	0.000	-0.004	22.170	0.331	

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1	0.046	0.046	0.0980	0.754	
2	-0.288	-0.291	4.1083	0.128	
3	0.119	0.163	4.8017	0.187	
4	0.181	0.083	6.4650	0.168	
5	0.185	0.273	8.2289	0.144	
6	0.046	0.083	8.3412	0.214	
7	-0.042	0.051	8.4360	0.296	
8	-0.024	-0.087	8.4673	0.389	
9	-0.198	-0.345	10.739	0.294	
10	-0.127	-0.299	11.702	0.305	
11	0.241	0.089	15.268	0.171	
12	-0.102	-0.124	15.927	0.195	
13	-0.263	0.065	20.456	0.084	
14	-0.009	0.129	20.462	0.118	
15	-0.007	0.077	20.465	0.155	
16	-0.029	-0.000	20.525	0.198	
17	-0.075	-0.110	20.944	0.229	
18	-0.012	-0.063	20.954	0.282	
19	-0.028	-0.210	21.019	0.336	
20	-0.053	-0.026	21.260	0.382	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج Eviews6

من الجدول (4) يتبين أن إحصائية Q-stat المحسوبة في كلتا الحالتين أصغر من الإحصائية Q-stat الجدولة عند درجة حرية 20 ودرجة ثقة 0,05 ، مما يدل على قبول فرضية العدم، وأن احتمال الاختبار أكبر من درجة الثقة $(0,05) > (0,331) > (0,05) > (0,382)$ وهذا ما يجعلنا نقبل فرضية العدم القائلة أن معاملات النموذج عبارة عن تشويش أبيض.

نستنتج مما سبق أن نموذج تصحيح الأخطاء معنوي، كما نلاحظ أن معامل التحديد يعطي توفيقاً جيداً للبيانات، حيث يفسر المتغير المستقل بنسبة 76 % من التغير الكلي الذي يحدث في المتغير التابع، أي المتغير المفسر يشرح بشكل جيد المتغير التابع.

د- اختبار قوة نموذج التكامل المشترك:

باختبار قوة النموذج من خلال استقرار المعلمات المقدرة لدالة الطلب للاتصالات في الأمد الطويل الذي تم التعبير عنها سابقاً، فوجدنا أن علاقة الانحدار المقدرة ليست زائفة بحيث المتغير PIBH متكامل من الرتبة الثانية، والمتغير DEN هو الآخر متكامل من الرتبة الثانية هذا ما يجعل السلسلتان متساويتا التكامل، ومن ثم العلاقة المقدرة بينهما لا تكون زائفة بالرغم من كون السلسلتين الأصليتين غير ساكنتين. وعليه نلجأ إلى بعض اختبارات الاستقرار التي تعمل على سير المعلمات المقدرة لدالة الطلب على الاتصالات في المدى الطويل ونذكر منها اختبار White، واختبار ARCH، واختبار Show، واختبار Cusum .

* اختبار الكشف عن مشكلة ثبات تباين الحد العشوائي:

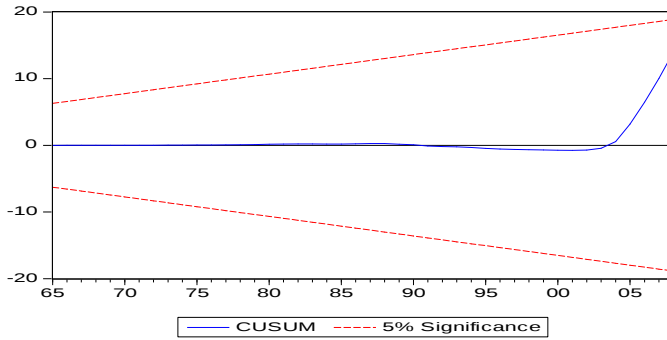
ترجع مشكلة عدم التباين إلى تغير تباين الحد العشوائي مع تغير قيم المتغير المستقل، وتكون العلاقة بين هذين المتغيرين على شكل علاقة خطية وعلاقة غير خطية. والارتباط بين الحد العشوائي والمتغير المستقل يؤدي إلى عدم ثبات تباين الحد العشوائي، وهذه المشكلة تؤدي إلى عدم كفاءة المعلمات المقدرة باستخدام طريقة المربعات الصغرى وتوجد عدة اختبارات للكشف عن مشكلة عدم ثبات التباين، من بين هذه الأخيرة نستخدم كل من اختبار White و ARCH ، اللذان يبحثان عن ثبات تباين الحد العشوائي لمعادلة الطلب على الاتصالات طويلة الأجل بحيث يتبين من إحصائية فيشر أنه لا توجد مشكلة ثبات التباين، ومنه نستنتج أن العلاقة مستقرة عند مستوى معنوية معينة 5% و 1% ودرجات حرية يساوي عددها للمعلمات الانحدارية مع استبعاد المعلمة التقاطعية.

* اختبار Cusum:

الهدف الأساسي من هذا الاختبار هو دراسة تطور خطأ التنبؤ عبر الزمن، ويتم ذلك بحساب مجموع البواقي المتراكمة المتتالية، فإذا بقيت هذه الأخيرة داخل المجال المحصور بين المستقيمين عند درجات ثقة 1%،

5%، 10%، تكون معلمات النموذج مستقرة، أما إذا كانت معلمات النموذج غير مستقرة فتخرج البواقي المتتابة عن النفق المحصور بين المستقيمين.

الشكل(2): اختبار Cusum



المصدر: من إعداد الباحثين باستخدام برنامج Eviews 6

يتبين من الشكل أعلاه أن اختبار "Cusum" للعلاقة المقدرة للبواقي المتتابة المحسوبة تقع داخل المجال المحصور بين المستقيمين، وبالتالي فإن معلمات النموذج مستقرة عبر الزمن.
* اختبار تحول الأنظمة:

أشهر اختبارات تحول الأنظمة هو اختبار show يستعمل في حالة التغيرات الهيكلية أو الأحداث الاقتصادية التي يشهدها البلد،¹⁷ ويستعمل من أجل تفحص استقرار النموذج على مستوى عدة فترات أو فترتين أو فترة زمنية. لذا قمنا باختبار ثالث للاستقرار والمتمثل في اختبار Show على العلاقة المقدرة، بحيث يقوم هذا الاختبار على تقسيم المدة الزمنية الكلية إلى فترتين جزئيتين، وتقدير دالة الطلب على كل مدة جزئية كذلك عن المدة الكلية.

لقد استخدمنا سنة التحول هي سنة 2000 بحيث عرف قطاع البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية إصلاحات كبيرة على الصعيد الوطني، والمتمثلة في تحرير القطاع فأتاح المجال أمام المتعاملين الخواص للهاتف النقال،

¹⁷ Johnston .j et Dinardo.j, Méthodes économétriques, Economica 4ed, 1999, pp130, 138.

المزيد من المعلومات حول هذا الاختبار انظر في الكتاب التالي:

Gregory C. Show, Tests of equality between sets of coefficients in two linear regressions, Econometrica, 1960, vol 19.

بعد ما كان محتكرا من طرف الدولة لمدة قاربت الأربعون سنة، وقد عانى الكثير في مواجهة الطلب المتزايد على الخطوط الهاتفية.

الجدول(5): اختبار Show

Chow Breakpoint Test: 2000

Null Hypothesis: No breaks at specified breakpoints

Varying regressors: All equation variables

Equation Sample: 1963 2008

F-statistic	4.942044	Prob. F(2,42)	0.0118
Log likelihood ratio	9.721757	Prob. Chi-Square(2)	0.0077
Wald Statistic	9.884088	Prob. Chi-Square(2)	0.0071

المصدر: من إعداد الباحثين باستخدام برنامج Eviews 6

إحصائية Show تمكنا من التحقق من استقرار النموذج قبل وبعد تاريخ سنة التحول، وبالمقارنة بين قيمة فيشر المحسوبة والمجدولة $F_{1,43}^{0,01} = 7,31$ $F_{cal} = 4,94$ وجدنا أن العلاقة مستقرة عند احتمال 0.01، وهذا ما يفسر لنا أن تاريخ 2000 لا يؤثر على دالة طلب خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية في الجزائر. من خلال الاختبارات الثلاث نستنتج أن العلاقة المقدرة للمدى الطويل تعتبر مستقرة.

هـ- اختبار قوة نموذج تصحيح الأخطاء:

نستنتج مما سبق أن نموذج تصحيح الأخطاء معنوي، كما نلاحظ أن معامل التحديد يعطي توفيقا جيدا للبيانات، حيث يفسر المتغير المستقل بنسبة 76 % من التغير الكلي الذي يحدث في المتغير التابع أي المتغير المفسر يشرح بشكل جيد المتغير التابع. وبما أن معامل التحديد لا ينطوي على علاقة سببية، نلجأ إلى اختبار خاص بالسببية لنموذج تصحيح الأخطاء، والنتائج تظهر في الجدول أدناه.

الجدول(6): نموذج تصحيح الأخطاء واختبار السببية

VEC Granger Causality/Block Exogeneity Wald Tests
Date: 11/05/10 Time: 17:36
Sample: 1963 2008
Included observations: 44

Dependent variable: D(DEN)

Excluded	Chi-sq	df	Prob.
D(PIBH)	17.06908	1	0.0000
All	17.06908	1	0.0000

Dependent variable: D(PIBH)

Excluded	Chi-sq	df	Prob.
D(DEN)	2.402281	1	0.1212
All	2.402281	1	0.1212

المصدر: من إعداد الباحثين باستخدام برنامج Eviews 6

يتبين من الجدول (6) أن نموذج تصحيح الأخطاء يمثل بمعادلة واحدة حيث يكون المتغير المستقل هو الناتج الداخلي الخام لكل ساكن وليس العكس، بحيث نجد في أعلى الجدول أن الكثافة الهاتفية تعبر عن المتغير التابع، وأن احتمال الرفض هو 0,000 واقل من 0,05. أما العلاقة الثانية التي تعتبر أن الناتج الداخلي الخام لكل ساكن هو المتغير التابع فنجد أن احتمال الرفض هو 0,1212 واكثر من 0,05 وهذا ما يؤكد صحة نموذج تصحيح الأخطاء، وكذا أسلوب التكامل المشترك بصفة عامة.

خاتمة:

يعتبر البروفيسور Jipp أول من صاغ نموذج لتقدير دالة الطلب على الاتصالات، لكن دراسته اعتمدت على النماذج الكمية الكلاسيكية، دون استخدام مختلف الاختبارات للجواب على سؤال السببية بين متغيرات دالة الطلب للاتصالات. هذا التقصير دفعنا لاستعمال نماذج أكثر حداثة، المتمثلة في تقنيات جديدة للإحصاء القياسي والمتمثلة في نموذج التكامل المشترك أو المتزامن الذي يعمل على دراسة إيجاد العلاقة الحقيقية بين المتغيرين محل الدراسة، ونموذج تصحيح الأخطاء الذي يدرس التقلبات في المدى القصير قصد أن يكون ميكانيزم تصحيح الأخطاء يؤول نحو علاقة طويلة الأمد، ومنه التطرق إلى اختبار السببية من خلال نموذج تصحيح الأخطاء. وبينت الدراسة أن التحليل القياسي الذي خص ميدان الاتصالات السلكية واللاسلكية هو أداة أساسية لإيجاد دالة الطلب التي تمكننا من مقارنة مستوى الكثافة الهاتفية من نصيب الفرد من الدخل، وقد تم التركيز على الدخل كأهم متغير تفسيري لدالة الطلب في الجزائر. وعليه العلاقة المختبرة بين متغيرات دالة الطلب هي علاقة سببية، وهذه النتيجة لم تبرز في دراسة البروفيسور Jipp الذي اكتفى بوجود علاقة ارتباط واقتران فقط.

قائمة المراجع:

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Audrey Lainé, **réseaux de communication et réseaux marchands en Afrique de l'ouest**, DEA sous la direction de Annie Cheneau-Lioquay, Université de Bordeaux, France, Année 1998-1999.
2. Bower.L, **Demande du marché et besoins en investissements dans le secteur des télécommunications**, journal des télécoms, Genève vol 393, 1972.
3. Déclaration de l'OCDE sur **les effets bénéfiques de la concurrence dans les télécommunications au niveau des infrastructures**, SG/NR (94)20, Paris, 31 mars 2004.
4. Dominique Desbois, **Inforoutes et développement : les enjeux de la mondialisation** : <http://UFR-infop6.jussieu.fr> / Pour plus d'information,

- voir Jipp.A, Richesse des nations et densité téléphonique, journal des télécommunications, juillet 1963.
5. Gille, **Croissance et télécommunications**, Bulletin l'idade, 1984.
 6. Gregory C. **Show, Tests of equality between sets of coefficients in two linear regressions**, Econometrica, 1960.
 7. Hardy, **the role of telephone in economic development, telecommunication policy**, 1980, Vol 5, n° 4.
 8. Johnston .j et Dinardo.j, **Méthodes économétriques**, Economica 4ed, 1999.
 9. M. Sam Paltridge, **Les possibilités de développer l'accès a l'Internet dans le monde**, OCDE, Avril 2008.
 10. Rostow, **Les étapes de la croissance économiques**, Edition du seuil, 1960.
 11. UIT, **Le chaînon manquant, rapport de la commission indépendante pour le développement mondial des télécommunications (rapport Maitland)**, 1984. [http : www.itu.int/osg/spu/sfo/missinglink/index.html](http://www.itu.int/osg/spu/sfo/missinglink/index.html).
 12. Waverman Leonard, Meloria Meschi et Melvyn Fuss, dans « **Africa : the impact of mobile phones** », the Vodafone policy paper series, numéro 2, Mars 2005.
http://www.Vodafone.com/assets/files/en/AIMP_17032005.pdf.
 13. William Pierce et Nicolas Jequier, **les télécommunications au service du développement**, UIT/ OCDE, Paris 1983

المراجع باللغة العربية:

14. الجريدة الرسمية، العدد 48 بتاريخ 6 غشت سنة 2000م.

التسويق الإلكتروني كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

دراسة حالة شركة إتصالات الجزائر - مديرية مستغانم

بن نامة نورية

طالبة دكتوراه - جامعة وهران

البريد الإلكتروني: nouria.bennama@gmail.com

د. كربالي بغداد

أستاذ محاضر (I) - جامعة وهران

البريد الإلكتروني: kourb_bagdad@yahoo.fr

ملخص:

عرف الاقتصاد العالمي تطورات هامة وثورة تكنولوجية هائلة، حيث أحدثت هذه الثورة تغييرات جوهرية في عالم الأعمال، ومن أهم مظاهر التطور التكنولوجي ظهور شبكة الانترنت، حيث أدى استخدامها في مجال الأعمال إلى بروز مصطلحات ومفاهيم جديدة مثل: الاقتصاد الرقمي، التجارة الإلكترونية، التسويق الإلكتروني... الخ.

فالتسويق الإلكتروني يعتمد بشكل أساسي على الانترنت كوسيلة اتصال سريعة وسهلة وأقل تكلفة في ممارسة كافة الأنشطة التسويقية، حيث يساهم في تحسين مستوى الخدمات المقدمة للزبائن وهذا من خلال التعرف بصورة تفاعلية أكبر على حاجاتهم ورغباتهم والتلبية الفورية لطلباتهم كما يساهم في تقليص التكاليف الخاصة بطباعة وتوزيع الكتالوجات الترويجية، اختصار منافذ التوزيع وتحسين جودة المبيعات بسبب المنافسة بين المؤسسات العارضة على المواقع المخصصة لها على الانترنت مما يؤدي إلى انخفاض الأسعار، إتاحة فرص جديدة لانتشار السلع والخدمات والوصول إلى الأسواق العالمية كل هذا يخلق قيمة مضافة للزبائن تساهم في كسب رضاهم وولاءهم مما يؤدي إلى زيادة المبيعات والأرباح وبالتالي كسب ميزة تنافسية.

ومن خلال الدراسة الميدانية وجدنا أن استخدامات التسويق الإلكتروني في المؤسسات الجزائرية وبالأخص مؤسسة اتصالات الجزائر انحصرت في تعريف المؤسسة بنفسها وعروضها وبمختلف أنشطتها والترويج والإشهار لخدماتها وعرض أسعارها والاتصال بالموردين والزبائن والرد على انشغالهم.

الكلمات المفتاحية: التسويق الإلكتروني - الإستراتيجيات التسويقية - الانترنت - رضا وولاء الزبون - الميزة التنافسية.

Abstract:

the global economy Knows an important developments and massive technological revolution, which brought about this revolution changes and

fundamental shifts in the business world, and one of the most important aspects of technological development advent of the Internet, where the use in the field of business to the emergence of new terms and concepts such as the virtual economy, e-commerce, e-marketing, etc..

the e-marketing is depends mainly on the Internet as a communication quick, easy and less expensive to exercise all marketing activities, contributing to improving the level of services provided to customers and this by identifying interactive greater needs and desires and satisfaction immediate applications, also contributes to the reduce costs of printing and distributing catalogs promotional, prefix distribution outlets and raise the quality of sales due to competition among institutions crossbar on sites allocated to them on the Internet, leading to a low price, providing new opportunities for the spread of goods and services and access to global markets all this creates added value for customers contribute to gain satisfaction and loyalty, leading to increased sales and profits and thus gain a competitive advantage.

And through field study, we found that uses e-marketing in the Algerian institutions and especially Algeria Telecom Corporation was limited to in the definition of the institution it self and their offers and various activities promoting and advertising their services, prices and contact suppliers and customers and respond to their concerns.

Key words: marketing strategies - internet - e-marketing - customer satisfaction and loyalty - competitive advantage.

مقدمة:

يعتبر ظهور الواقع الجديد الذي يقوم على التواصل والاتصال اللحظي من خلال الأقمار الصناعية والشبكات الفضائية والانترنت من أهم مظاهر التطور التكنولوجي، حيث أدى انتشار شبكة الانترنت واستخدامها الواسع إلى العمل على نقل المعلومات وتخزينها وتبادل السلع والخدمات القابلة للنقل إلكترونياً، وأصبحت شبكة المعلومات الدولية تشكل ركيزة أساسية في التجارة الدولية والمحلية خاصة في الدول المتقدمة، باعتبارها الوسيلة الهامة في إنجاز اتفاقيات الأعمال والإعلان والتسويق والتبادل التجاري، مما أدى إلى انتشار مفهوم التجارة الإلكترونية، ففي ظل الاقتصاد العالمي الجديد الذي يفرض على الأسواق ظروفاً تنافسية صعبة وسريعة التغير أصبحت الطرق التقليدية التي كانت تعتمد عليها المؤسسات في إنجاز أعمالها تقف عائقاً بينها وبين متابعة أعمالها وقدرتها على الاستمرار والتنافس .

إن هذا التحول الكبير الذي شهده العالم بفضل انتشار التكنولوجيا الرقمية لم يكن بمنأى عن مهنة التسويق التي شهدت هي الأخرى تغيراً ملحوظاً في طبيعتها ومؤهلاتها وفرص نجاحها، فقد تحولت الوظائف

التسويقية إلى مفهوم جديد وأخذت أشكالاً أكثر فاعلية مع التكنولوجيا الرقمية، إلا أنها لم تستبعد أو تنكر نظريات التسويق التقليدية، إنما استطاعت الاستفادة منها في تطوير وإيجاد حلول لمشاكلها وأخرجت ظاهرة جديدة تدعى التسويق الإلكتروني، وهو المفتاح لتحقيق أهداف المؤسسة ويشمل تحقيق الرغبات والاحتياجات للسوق المستهدفة والحصول على رضا الزبون، فدأبت وعملت المؤسسات على كسب ولائه بإنشاء القيمة لديه بما يكفل تلبية حاجاته ورغباته المتجددة باستمرار بفعالية وكفاءة أكثر من المنافسين، حيث يشكل قوة دافعة في اتجاه تمييز المؤسسات وتوطيد صلتها بزبائناتها وبناء صورة جيدة عنها وجذبه إليه كسب ولائهم . وهذا نتيجة انخفاض تكلفته وازدياد قدرته على توسيع السوق، حيث تم تأسيس آلاف الشركات المتخصصة في التسويق الإلكتروني وأصبح هناك الملايين من الرسائل الإلكترونية التي تتحول يومياً في الشبكة تتضمن تحفيزات ونصائح لزبائن محتملين. إن هذه الطريقة من التسويق أتاحت للزبائن الحصول على احتياجاتهم من منتجات المؤسسات العالمية بغض النظر عن موقع المؤسسة إذ أن الشبكة العالمية للإنترنت قد أزلت الحدود الجغرافية ولا تعترف بها.

أ - إشكالية البحث: في ضوء ما تقدم يمكن صياغة الإشكالية التالية:

هل يعتبر استخدام التسويق الإلكتروني كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ؟
وتندرج ضمن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو مفهوم التسويق الإلكتروني وما هي خصائصه ؟
- ما هي الفوائد أو المزايا التنافسية التي تجنيها المؤسسة جراء استخدامها التسويق الإلكتروني ؟
- ما هو دور التسويق الإلكتروني في بناء رضا ولاء الزبون وتعزيز القدرة التنافسية ؟
- ما هو واقع التسويق الإلكتروني في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ؟

ب - فرضيات البحث:

- من أجل الإجابة على التساؤلات المطروحة قمنا بإدراج الفرضيات التالية وذلك للتأكد من تحققها أو نفيها:
- التسويق الإلكتروني يعتمد بشكل أساسي على الانترنت كوسيلة اتصال سريعة وسهلة وأقل تكلفة في ممارسة كافة الأنشطة التسويقية؛
 - يساهم التسويق الإلكتروني في نيل رضا ولاء الزبون وبالتالي كسب ميزة تنافسية للمؤسسة؛
 - معظم المؤسسات الجزائرية لا تستخدم الانترنت في ممارسة أنشطتها التسويقية.

1. مفاهيم عامة حول الميزة التنافسية، الانترنت والتسويق:

1.1. ماهية الميزة التنافسية:

لقد أفرزت العولمة ظاهرة جديدة طالما كانت في طي النسيان وهي القدرة أو الميزة التنافسية للمنظمات سواء على المستوى الكوني أو المحلي، والتي أصبح ينظر إليها كهدف واستثمار وإستراتيجية في وقت واحد فوجودها يضمن للمنظمة البقاء والاستمرار، ولتحقيق بقائها يتطلب رؤية بعيدة المدى تتصف بالشمول والديناميكية وحشد الموارد اللازمة كما تعتبر آلية من بين عدة آليات فاعلة لغزو الأسواق العالمية والمحلية .

1.1.1. مفهوم الميزة التنافسية:

يعرف " بورتر " الميزة التنافسية على أنها تنشأ بمجرد توصل المنظمة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع.¹

كما تعرف بأنها المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم المنافسون ويؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون هذا التميز، حيث يحقق لهم المزيد من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه المنافسون الآخرون.²

وتعرف كذلك بأنها ميزة أو عنصر تفوق للمنظمة يتم تحقيقه في حالة إتباعها لإستراتيجية معينة للتنافس.³ من خلال التعاريف السابقة نستنتج أنه هناك من يركز في تعريفه للميزة التنافسية على جوهرها، ألا وهو الإبداع أو على خلق القيمة للعميل أو على إستراتيجية التنافس أو خصائص وجودة المنتج، إلا أنه من المتفق عليه أن الميزة التنافسية تمثل نقطة اختلاف المنظمة وتميزها عن المنافسين الآخرين مما قد يؤهلها إلى تحقيق مزايا تنافسية عديدة منها الحصول على الأرباح من خلال خفض التكاليف، أو من خلال ديمومة عملية البيع للزبائن لمواصفات يؤمنون بها كالأمان والسمعة والشفافية وغيرها.

2.1.1. الأنواع الرئيسية للميزة التنافسية: هناك نوعين رئيسيين من المزايا التنافسية:⁴

- ميزة التكلفة الأقل: معناها قدرة المنظمة على تصميم، تصنيع وتسويق منتج بأقل تكلفة بالمقارنة مع المنظمات المنافسة، وبما يؤدي إلى تحقيق عوائد أكبر؛

¹ عبدوس عبد العزيز، دور الميزة التنافسية في تحسين أداء المؤسسات، رسالة ماجستير -جامعة تلمسان، 2006، ص 34

² علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة 2001، ص 104

³ نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال ، مركز الإسكندرية للكتاب، 1998، ص 37.

⁴ نبيل مرسي خليل، المرجع نفسه، ص 84 .

- تميز المنتج: معناه قدرة المنظمة على تقديم منتج متميز وفريد وله قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك.

3.1.1. أهمية الميزة التنافسية: أصبحت الميزة التنافسية ذات أهمية متزايدة في عالم اليوم، لم تعد الميزة التنافسية حاجة مقتصرة على المنظمات فقط بل وحتى للدول التي ترغب في تحسين أداء منظماتها واستدامتها، فالمنظمات التي تملك قدرات تنافسية عالية تكون قادرة على:⁵

- رفع مستوى معيشة أفراد دولتها، لأن مستوى معيشة أي دولة مرتبط بنجاح المنظمات العاملة فيها؛
 - ضمان بقاء واستمرار نشاط المنظمات وتحسين أدائها من خلال استغلال امثل لمجالات التنافس؛
 - اختراق الأسواق الأجنبية بفعالية وجدارة وتحقيق التقدم؛
 - إمكانية الحصول على حصة سوقية أفضل وأكبر قياسا بالمنافسين.
- ولتحقيق قدرة تنافسية عالية لابد من تبني الإستراتيجية المناسبة التي تعتمد على ترجمة الخيارات والخطط التي يتم تبنيها من قبل المنظمات إلى عمل فوري ومنتج، بالاستغلال الأمثل للموارد وبالتالي من شأن المنظمات العاملة في قطاعات ذات قيمة مضافة عالية والتي تتمتع بكفاءة عالية أن تكون رائدة في المنافسة.
- وتعرف الإستراتيجية التنافسية على أنها الإستراتيجية التي تهتم بخلق الميزة التنافسية للمنظمة ضمن إطار وقطاع الأعمال الذي تعمل فيه.⁶

4.1.1. الاستراتيجيات التنافسية العامة: فحسب "بورتر" فان الأداء المؤسسي يمكن أن يتجلى من خلال تطبيق الاستراتيجيات التنافسية، وكل إستراتيجية تتطلب خطوات مختلفة عن الأخرى بحسب الهدف الاستراتيجي الذي تسعى المؤسسة إلى تحقيقه من خلال هذه الاستراتيجيات:⁷

- إستراتيجية القيادة في التكاليف: تستطيع المنظمة أن تحقق ميزة تنافسية إذا استطاعت أن تخفض من تكلفتها بحيث يمكنها بيع منتجاتها عند سعر أقل من منافسيها وتحقيق قدر كبير من الربح؛
- إستراتيجية التمييز: تركز هذه الإستراتيجية على سياسة مفادها أن المنظمة تنفرد في عرض أو تقديم منتج ما للزبائن ذو خصائص جيدة مقابل سعر زائد؛
- إستراتيجية التركيز: تهدف إستراتيجية التركيز إلى بناء ميزة تنافسية من خلال إشباع حاجات خاصة لمجموعة معينة من المستهلكين أو لسوق جغرافي محدود أو التركيز على استخدامات معينة للمنتج.

⁵ محسن احمد الحضيري، اقتصاد ما بعد الحداثة و حداثة ما بعد الاقتصاد، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2006، ص 128.

⁶ مسان كرومية، المسؤولية الاجتماعية ميزة إستراتيجية، رسالة ماجستير - جامعة تلمسان، 2010، ص 70.

⁷ عبد العزيز صالح بن حبتور ، الإدارة الإستراتيجية - إدارة جديدة في عالم متغير ، دار المسيرة عمان، 2007، ص 228

2.1. ماهية الانترنت والتسويق:

1.2.1. مفاهيم حول التسويق: يعرف التسويق على النحو التالي:⁸ "التسويق هو تلك العملية الاجتماعية التي من خلالها يستطيع الأفراد والجماعات الحصول على احتياجاتهم ورغباتهم من خلال خلق وتبادل المنتجات والقيمة المقابلة لها".

لقد تم تعريف التسويق بأكثر من طريقة ولكن من أكثرها شمولية هو تعريف "فيليب كوتلر" بروفيسور التسويق المشهور وهو:⁹ "النشاط التسويقي هو نشاط بشري اجتماعي يقوم على إشباع الحاجة ولا يكتفي بذلك، بل يبحث في رغبات الفرد ويعمل على تليتها وهو ما يجعله نشاط يقوم على البحث والإستقصاء الدائم والمستمر طالما أن هذه الحاجات والرغبات تتميز بالتغير والتطور، وبالتالي فهو يبحث عن خلق القيمة".
ويبنى هذا التعريف على مفاهيم أساسية متعددة وهي كالتالي:¹⁰

- الاحتياجات والرغبات والطلبات: إن أساس التسويق يقع في الحقيقة أن النفس البشرية تحتاج وترغب بالحصول على خدمات ومنتجات محددة، وبعض هذه الاحتياجات ضروري مثل الطعام والشراب والبعض الآخر يرغبها الناس لجعل حياتهم أكثر سهولة ومتعة مثل الكماليات وهناك فرق بين الحاجة والرغبة؛
- المنتجات والخدمات: يلبي الناس رغباتهم واحتياجاتهم من خلال الحصول على منتجات وخدمات محددة، ففي حين تكون المنتجات مادية ملموسة يمكن للشخص امتلاكها ولمسها، فإن الخدمات تعرف بأنها تفاعل غير ملموس بين الناس.
- ولا يمكن لمسها أو تخزينها للاستعمال في المستقبل، مثل الاتصالات ويختلف تسويق المنتجات عن تسويق الخدمات نظرا للخصائص التي تميز الخدمة عن المنتج.
- القيمة والكلفة والرضا: عندما تكون هناك منافسة في السوق، كيف يمكن للزبائن الاختيار بين الخدمات والشركات التي يتم التعامل معها ؟ يحدد الزبائن قيمة لتلك المنتجات أو الخدمات التي تحقق احتياجاتهم، وهناك أيضا عامل جذب للمؤسسات التي تقدم المنتجات والخدمات بكلفة مناسبة؛
- التبادل والتعامل: يتضمن التبادل الحصول على المنتج أو الخدمة المرغوبة بعرض شيء له نفس القيمة بالمقابل، نظرا لأن التبادل حدث فإنه ينظر إليه كتعامل ويسجل على أساس ذلك وتتم المحاسبة مقابل ذلك بالنقد؛

⁸ أ. مصطفى يوسف كافي، "التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية المعاصرة"، دار رسلان - سوريا، 2009، ص 11.

⁹ kotler.p et autres, Marketing management, édition publie-union, 10^{ème} édition, paris, 1997, p40.

¹⁰ أ. مصطفى يوسف كافي، المرجع نفسه، ص 13.

- الأسواق: يمكن تعريف السوق على أنه مجموعة من الزبائن المحتملين الذين يتشاركون في احتياجات أو رغبات محددة ولديهم الرغبة في دفع النقود لتلبية هذه الاحتياجات، إن حجم السوق المتوقع للخدمة أو المنتج يحدد حسب متوسط دخل الزبائن. و هو ذلك الموقع الذي يلتقي فيه البائع والمشتري لإجراء عملية التبادل بينهما؛
- إدارة التسويق: تعتبر إدارة التسويق عملية ديناميكية من التحليل والتخطيط والتنفيذ لما تقدمه المؤسسة لتلبية احتياجات ورغبات الزبائن، ويعتمد نجاح الإدارة التسويقية على مصداقية الناس ذوي العلاقة وعلى خطة العمل التي تم تحديدها.

2.2.1. عناصر المزيج التسويقي:

يقصد بالمزيج التسويقي مجموعة العناصر والمتغيرات التي يمكن التحكم والسيطرة عليها من جانب المؤسسة والتي توظفها لتحقيق أهدافها التسويقية من خلال التأثير الإيجابي على مستهلكي منتجاتها وخدماتها التي تقدمها، ويتكون المزيج التسويقي من أربعة عناصر أساسية تتكون من أربع كلمات لاتينية تبدأ كلها بحرف "p" وهي كما يلي:¹¹

- مزيج المنتج "Product"؛

- مزيج السعر "price"؛

- مزيج الترويج "promotion"؛

- مزيج التوزيع "place".

وتعتبر هذه العناصر الأربعة مفاتيح قرار المسوقين في أسواقهم المختلفة، وذلك لإشباع احتياجات المستهلك الأساسية بدرجة أفضل من المنافسين، ومدخل المزيج التسويقي يبرز أهمية قرارات التسويق في الواقع العملي في المؤسسات المختلفة.

- **المنتج:** يشمل قرار المنتج تحديد السلع والخدمات التي يجب أن تعرض لمجموعات المستهلكين ويعتبر المنتج العنصر الأساسي في العملية التسويقية، حيث أن المنتجات هي موضوع التبادل وبدونها لا توجد حاجة لإطلاقا للتبادل؛

- **السعر:** يعتبر السعر أحد مكونات المزيج التسويقي لأنه يعكس الحدود التي تقبل بها المؤسسة أن تعرض السلعة من خلاله، والذي يعكس أيضا تكلفة المنتج، بالإضافة إلى هامش الربح للمؤسسات التي تباع السلعة؛

¹¹ د. أمين عبد العزيز حسن، مرجع سابق، ص 29-31.

- **الترويج:** يشكل الترويج العنصر الثالث من عناصر ومكونات المزيج التسويقي لما له من وظيفة إستراتيجية، تنطوي على تعريف المستهلك الحالي والمرتبب بنوعية السلع والخدمات، ومعاونته بصورة صادقة في اكتشاف احتياجاتهم ومن ثم إشباعهم على النحو المطلوب، ويتكون المزيج الترويجي من عناصر هامة وهي : الإعلان، البيع الشخصي، ترويج المبيعات العلاقات العامة والدعاية؛
- **التوزيع:** تعتبر قنوات التوزيع العنصر الرابع الذي يشكل التركيبة أو التوليفة المتكاملة لعناصر ومكونات المزيج التسويقي وترتبط سياسة التوزيع لاختيار منافذ التوزيع القادرة على تعريف منتجات المؤسسة بأعلى درجة من الكفاءة التوزيعية.

3.2.1. الانترنت كوسيلة تسويقية جديدة:

أ- **تعريف الانترنت** تعرّف الانترنت على أنها:¹² "شبكة عالمية مكونة من عدد من الشبكات المتصلة مع بعضها البعض، وهذا يتضمن الملايين من شبكات الحكومات والمؤسسات وحتى الشبكات الخاصة".

ب- تأثير الانترنت على المزيج التسويقي:¹³

المنتج: تحاول المؤسسات استخدام الانترنت في المجالات التالية:

- تصميم السلع والخدمات باستخدام الحاسوب بدلا عن أساليب التصميم التقليدية، حيث توجد العديد من البرمجيات الجاهزة والمفصلة للقيام بهذه المهام؛
 - الحصول على معلومات فورية وفي الوقت الحقيقي عن أوضاع المنتجات والعلامات التجارية والحصص السوقية وذلك من خلال شبكات الاتصالات المتطورة؛
 - استخدام نموذج الاختبار القبلي للمنتج الجديد، حيث يلجأ إليه المسوقون كأداة للتنبؤ بالحصص السوقية وعمل دراسات الجدوى الإقتصادية للمنتجات؛
 - بفضل استخدام الانترنت أصبح بإمكان المشتري القيام بمقارنة السلع والمنتجات المعروضة على الخط بشكل مباشر وفي الوقت الحقيقي مما يتيح لهم فرصة البحث عن أفضل العروض.
- التسعير:** أسهمت الانترنت في إحداث ثورة حقيقية في مجال هيكل الأسعار وديناميكيته وأساليبها وإجراءاتها حيث يمكن إنجاز ذلك بالآتي:

- دراسة إستراتيجيات التسعير البديلة وتفحصها؛
- دراسة تكاليف التصنيع والتوزيع وعلاقتها بالطلب على المنتج؛

¹² د. محمد طاهر نصير، " التسويق الإلكتروني "، دار الحامد، 2005، ص 38، 40.

¹³ بشير العلاق، " التسويق الإلكتروني "، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 22.

- تقدير الطلب على المنتجات و بالتالي تحديد الأسعار المناسبة؛
- باختصار فإن الانترنت قد أسهمت في انتقال أو تحول قوة المساومة من المنتجين إلى المشتريين مما سيحدث ثورة حقيقية في مجال التسعير بالذات.

التوزيع: من أبرز تأثيرات الانترنت على التوزيع أنها أسهمت في تقليص دور وأهمية الوسطاء التقليديين وأهميتهم، لدرجة أن عصر الانترنت أصبح يسمى بعصر عدم التوسط، و بروز القنوات الإلكترونية كبديل عن القنوات التقليدية القائمة في العالم ومن أبرزها: قناة الكتالوجات، قناة التلفزيون للمتسوق المنزلي، قناة الوسيط الإلكترونية... الخ.

الترويج: وهو من أكثر عناصر المزيج التسويقي تأثراً ب الانترنت لدرجة أن اسمه قد تغير ليصبح التسويق المباشر أو التسويق الشخصي أو التسويق عبر قواعد البيانات، ومن أبرز وسائل الترويج الجديدة والتي تقع ضمن التسويق المباشر: إعلان البريد المباشر، إعلان الإستجابة المباشرة، الترويجات الإعلانية على الانترنت، الإعلان حسب الطلب، الدفع مقابل المشاهدة، الاتصالات التسويقية التفاعلية التي مكنت المشاركين من إجراء محادثات بسرعة فائقة وتفاعل بشكل مباشر مع المروجين.

4.2.1. مجالات تأثير الانترنت على التسويق: يمكن ترتيب مجالات تأثير استخدام الانترنت في التسويق على النحو التالي.¹⁴

السرعة: تعتبر الانترنت أسرع وسيلة تم اكتشافها حتى الآن لنقل المعلومات من المؤسسة إلى الزبائن أو أي متعاملين معها في أي مكان في العالم. وقد اتضح أن أهم الآثار البارزة من استخدام الانترنت هو تحقيق السرعة في المراسلات مع الموردين والزبائن، سرعة معرفة هذه المؤسسات للأحداث العالمية التي ربما تؤثر على أسعار الخامات في البورصات العالمية، وكذلك السرعة في معرفة المعلومات عن المنافسين سواء على المستوى المحلي أو العالمي من خلال ما ينشر عنهم على شبكة الانترنت.

التكلفة: ويعد تخفيض التكلفة من أهم الآثار الناجمة عن استخدام الانترنت في التسويق، حيث أنها تعد وسيلة مجانية إذا ما قورنت بالوسائل الإعلانية الأخرى، فهي تخفض من الوقت وأعمال الورق، فالكتالوج الذي يعرض المنتجات على شبكة الانترنت أقل ثمناً في تحديده وتوزيعه من المطبوع.

¹⁴ د. عبد القادر محمد عبد القادر مبارك - أستاذ التسويق، جامعة الملك فيصل، " دور الانترنت في التسويق المباشر بين منشآت الأعمال " -

http://www.shbab1.com/2minutes.htm.2004 - تاريخ الإطلاع: 2012/02/25.

السهولة: من أهم المنافع المحققة من عامل السهولة هو متابعة الأعمال من أي مكان في العالم، حيث تحقق الانترنت سهولة الوصول سواء للعملاء أو الموردين، ويستطيع صاحب العمل أو مدير التسويق الرد على الزبائن والمتعاملين بمجرد فتح جهاز الكمبيوتر والاتصال بشبكة الانترنت، وبالتالي ممارسة جميع أعماله من أي مكان في العالم.

الاتصال المباشر: يعتبر تحقيق الاتصال المباشر بعدد أكبر من الزبائن في أقل وقت ممكن أهم المنافع الخاصة بعامل الاتصال المباشر والتواجد أمام العملاء 24 ساعة / يوم لمدة 365 يوم / سنة ووصول المعلومات للزائر كما تريد المؤسسة.

الصورة الذهنية: من أهم الآثار المترتبة على استخدام الانترنت هو بناء صورة ذهنية طيبة عن المؤسسة باعتبارها متقدمة فنيا وتكنولوجيا، وإمكانية تقديم عدد أكبر من الخدمات التي ترضي الزبائن وتحسين العلاقات معهم ومعرفة آرائهم وزيادة إلتئامهم للمؤسسة.

2. التسويق الإلكتروني كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية:

مما لا شك أن الانترنت كوسيلة اتصال وتواصل مبتكرة قد ساهمت في دعم نشاطات الأعمال خصوصا في المؤسسات التي نجحت في الانتفاع من قدراتها الكبيرة خاصة في مجال التسويق الإلكتروني، حيث أصبح التسويق الإلكتروني هو الأداة الفعالة لتحقيق النمو الاقتصادي في ظل العولمة وما يصاحبها من تطورات سريعة ومتلاحقة.

1.1. ماهية التسويق الإلكتروني:

يعتبر التسويق الوظيفة الأكثر ديناميكية بالمقارنة مع وظائف المؤسسة الأخرى، وقد تمكن التسويق الكلاسيكي من التأقلم ومسايرة التطور التكنولوجي حيث تطور هذا المفهوم مارا بعدة مراحل حتى وصل إلى ما يسمى بالتسويق عبر الانترنت أو التسويق الإلكتروني والذي تعددت تعاريفه وتنوعت بتنوع مداخل هذا التعريف ومنها:¹⁵ "هو الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية، بما في ذلك تقنيات المعلومات والاتصالات لتفعيل إنتاجية التسويق وعملياته المتمثلة في الوظائف التنظيمية، والعمليات والنشاطات الموجهة لتحديد حاجات الأسواق المستهدفة وتقديم السلع والخدمات إلى العملاء وذوي المصلحة في المؤسسة".

ويمكن تعريف التسويق الإلكتروني من خلال إجراء مقارنة بينه وبين التسويق الكلاسيكي بأنه:¹⁶ "نتيجة تطبيق تكنولوجيا المعلومات على التسويق التقليدي"، حيث أنه يؤثر على التسويق الكلاسيكي بطريقة:

- تزيد من كفاءة وظائف التسويق الأساسية للمستهلك؛
- تحويل العديد من استراتيجيات التسويق التقليدي مما يزيد من المنافع التي يحصل عليها الزبون وتبني علاقة وطيدة معه.

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف التسويق الإلكتروني بأنه: "عملية بيع وشراء السلع والخدمات عبر شبكة الانترنت".

1.1.1. خصائص التسويق الإلكتروني:

يمكن تدعيم التسويق الإلكتروني بخصائص الانترنت، وهذه الخصائص لا بد من فهمها من أجل إنجاح

العملية التسويقية ومن بين هذه المميزات:¹⁷

¹⁵ د. بشير العلاق، "التسويق الإلكتروني"، مرجع سابق، ص 17.

¹⁶ الخنساء سعادي، "التسويق الإلكتروني وتفعيل توجه نحو الزبون، من خلال المزيج التسويقي" مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، فرع التسويق، جامعة بن يوسف بن خدة 2005-2006، ص 42.

¹⁷ د. رجي مصطفى عليان، "أسس التسويق المعاصر"، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، ص 352.

- قابلية الإرسال الموجه: قد مكنت الانترنت المؤسسات من تحديد زبائنهم حتى قبل القيام بعملية الشراء، وذلك لأن التكنولوجيا الرقمية تجعل من الممكن لزائري موقع الويب أن يحددوا أنفسهم ويقدموا معلومات عن حاجاتهم ورغباتهم قبل الشراء.
- التفاعلية: ويعني بها قدرة الزبائن على التعبير عن حاجتهم ورغباتهم مباشرة للمؤسسة، وذلك استجابة للاتصالات التسويقية التي تقوم بها المؤسسة.
- الذاكرة: وهي القدرة على الوصول إلى قواعد ومستودعات البيانات التي تتضمن المعلومات عن الزبائن المحددين وتاريخ مشترياتهم الماضية وتفضيلاتهم، ممثلة بكن المؤسسة لتسهيل الوصول على الانترنت من استخدام تلك المعلومات في الوقت اللازم من أجل العروض التسويقية.
- الرقابة: وهي قدرة الزبائن على ضبط المعلومات التي يقدمونها، بحيث يصرون فقط بما يريدون، دون إجبارهم على تقديم معلومات سرية بينهم أو لا يرغبون في التصريح بها.
- قابلية الوصول: وهي إمكانية جعل الزبائن يمتلكون معلومات أوسع وأكثر عن منتجات المؤسسة وقيمها مع إمكانية المقارنة بالمنتجات والأسعار الأخرى المنافسة، لذلك تسعى المؤسسة جاهدة لإكساب منتجاتها تحسينات وتطورات وفق رغبات عملائها الذين سبق لهم شراء منتجاتها، رغبة منها في الوصول إلى ولاء عملائها لها .

2.1.2. نموذج "ARTHUR" للتسويق الإلكتروني:

- لقد قدّم " Arthur D. Little " نموذج يعبر عن دورة التسويق الإلكتروني وتتكون هذه الدورة من أربع مراحل أساسية هي:¹⁸
- مرحلة الإعداد: في هذه المرحلة يتم تحديد حاجات ورغبات المستهلك وتحديد الأسواق المستهدفة المجدية والجذابة كما يتم تحديد طبيعة المنافسة وهذا الأمر يتطلب سرعة الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة عبر الانترنت باستخدام منهج بحوث التسويق وعن طريق الاستعانة بالمراكز المتخصصة في بحوث التسويق العاملة على الانترنت كما تلجأ إلى جمع البيانات والمعلومات باستخدام الوسائل والأدوات التقليدية.
 - إن التحديد الدقيق لحاجات ورغبات المستهلك وحجم الأسواق الجذابة وطبيعة المنافسة يساعد المؤسسة في طرح المنتجات الملائمة عبر الانترنت التي تحقق أهدافها.
 - مرحلة الاتصال : في هذه المرحلة تحقق المؤسسة عملية الاتصال مع الزبون لتعريفه بالمنتجات الجديدة التي يجري طرحها إلى السوق الإلكترونية عبر الانترنت ومرحلة الاتصال تتكون من أربع مراحل فرعية هي:

18. د. يوسف أحمد أبو فارة " التسويق الإلكتروني "، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص 136.

- ✓ مرحلة جذب الانتباه: يجري استخدام وسائل متعددة لجذب انتباه الزبون وأهم هذه الأدوات والوسائل الأشرطة الإعلانية ووسائل البريد الإلكتروني؛
- ✓ مرحلة توفير المعلومات اللازمة: في هذه المرحلة يجري توفير البيانات والمعلومات التي يحتاجها الزبون والتي تساعد على بناء رأي خاص حول هذا المنتج الجديد؛
- ✓ مرحلة إثارة الرغبة: في هذه المرحلة يجري التركيز على إثارة الرغبة في نفس الزبون، وحتى تنجح عملية إثارة الرغبة فإنه ينبغي أن تكون عملية العرض والتقديم عملية فاعلة، ويفضل استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة؛
- ✓ مرحلة الفعل والتصرف (الشراء): كمحصلة للمراحل السابقة فإن الزبون إذا اقتنع بالمنتج المطروح عبر الانترنت فإنه يتخذ الفعل الشرائي.
- مرحلة التبادل: هذه المرحلة تعبر عن عملية التبادل التي تجري بين البائع والمشتري، فالمؤسسة توفر المنتجات المطلوبة بالكميات المطلوبة في الوقت المناسب، والمشتري يدفع الثمن المطلوب وتتعدد أساليب الدفع، وأهم هذه الأساليب الدفع باستخدام البطاقات الائتمانية عبر الانترنت، وهذا يتطلب استخدام المتجر الإلكتروني لنظم الدفع الآمنة والتبادل يتضمن عمليات التبادل النقدي وعمليات التبادل غير النقدي؛
- مرحلة ما بعد البيع: ينبغي أن لا تكتفي المؤسسة بإجراء عملية البيع، بل من الضروري المحافظة على علاقات فاعلة مع المشتري، فالعملية التسويقية لا تقف عند كسب واستقطاب زبائن جدد، بل لا بد من الاحتفاظ هؤلاء الزبائن، وينبغي أن تستخدم المؤسسة كل الوسائل الإلكترونية التي تحافظ على هؤلاء الزبائن ومن هذه الوسائل: المجتمعات الافتراضية وغرف المحادثة والتواصل عبر البريد الإلكتروني وتزويد المشتري بكل جديد حول المنتج.

2.2. دور التسويق الإلكتروني في خلق المزايا التنافسية:

- 1.2.2. **مناخ التسويق الإلكتروني باستخدام الانترنت:** يمكن القول أن التسويق الإلكتروني باستخدام الانترنت قد ينطوي على العديد من المنافع والإسهامات سواء على مستوى المؤسسة أو على مستوى الزبائن الذين يقومون بالفعل بالتسوق الإلكتروني عبر شبكة الانترنت. ويمكن تلخيص هذه المنافع في النقاط التالية:¹⁹
- إمكانية الوصول إلى الأسواق العالمية: يؤدي التسويق الإلكتروني إلى توسيع الأسواق وزيادة الحصة السوقية للمؤسسات بسبب الانتشار العالمي، كما يتيح للزبائن الحصول على احتياجاتهم والإختيار من بين منتجات

19. د. بشير العلاق "التسويق عبر الانترنت"، الوراق للنشر والتوزيع، عمان 2002، ص 42.

المؤسسات العالمية بغض النظر عن مواقعهم الجغرافية، حيث التسويق الإلكتروني لا يعترف بالفواصل والحدود الجغرافية؛

- استخدام أساليب ترويج تفاعلية مع الزبائن: يعتبر الإعلان الإلكتروني عبر الانترنت من أكثر وسائل الترويج جاذبية وقد قدم التسويق الإلكتروني مفهوم جديد للإعلان وهو أن المؤسسات تقدم رسائلها الترويجية بشكل معتمد إلى بيئات مستهدفة من خلال مواقع إلكترونية محددة يتوقعون أن تكون جماهيرهم قادرة على تمييزها وإدراكها؛
- دعم وتفعيل إدارة العلاقة مع الزبون: يستند التسويق الإلكتروني إلى مفاهيم جديدة وقناعات ترقى إلى اعتبار الزبون شريكا إستراتيجيا في المؤسسة، لذا استهدف بناء ودعم علاقات ذات معنى وهدف مع الزبون وذلك من خلال تفعيل ديناميكية وإستمرارية إتصال مباشر مع الزبون؛
- تحسين الخدمات المقدمة للزبون: ويتم ذلك من خلال الأدوات التفاعلية التي توفرها الانترنت بالشكل الذي يمكن من تكوين قواعد للبيانات تنطوي على احتياجات ورغبات الزبون واستشعار السوق بواسطة الآليات التفاعلية للتسويق الإلكتروني وبالتالي تحسين الخدمات المقدمة للزبون بما يلي احتياجاته ورغباته مما يؤدي إلى كسب رضاه وولائه؛
- تقليل التكاليف: وذلك من خلال تقليل الحاجة للاستعلامات البيعية والتسويقية، وأيضا تقليل الحاجة لطباعة وتوزيع المواد اللازمة لإجراء الاتصالات التسويقية، حيث يتم نشر ما يلزم على موقع الويب بدلا من القيام بهذه الطباعة؛
- الميزة التنافسية: فإذا استطاعت المؤسسة تقديم قدرات جديدة لمنتجات أو أسواق جديدة قبل منافسيها وذلك باستخدام الانترنت والتكنولوجيا الحديثة في نشاطاتها وخاصة التسويقية، فإنها عندئذ تستطيع تحقيق ميزة تنافسية تستمر إلى أن يستطيع المنافس امتلاك نفس القدرة .

2.2.2. المزايا التنافسية التي يحققها استخدام التسويق الإلكتروني للمؤسسات:

- إن المؤسسات التي تستخدم التسويق الإلكتروني تتحقق لها مزايا تنافسية تميزها عن الآخرين ومن أهم هذه المزايا التنافسية ما يلي:²⁰
- يوفر التسويق الإلكتروني للمؤسسة فرصة التعامل مع سوق جماعي ضخم يمكن الوصول إليه والتسويق فيه، والخروج عن حدود المحلية وإمكانية التسويق على نطاق عالمي وهذا يعطي للمؤسسة ميزة تنافسية؛

²⁰ طابيل، مجدي محمد محمود، "توظيف التسويق الإلكتروني كأداة للتمييز بمنظمات الأعمال"، ورقة عمل مقدمة إلى ندوة التجارة الإلكترونية، جامعة الملك خالد، السعودية، ص 11.

- مواكبة التطورات الحديثة في مجال الأعمال من خلال إطلاق موقع تسويقي إلكتروني للمؤسسة يعطيها ميزة تنافسية في التعامل مع الزبائن حيث أنها تصل إليهم في كل مكان ووقت وبأدنى تكلفة؛
 - الترويج للمؤسسة على نطاق واسع يحقق لها ميزة تنافسية في الوصول إلى الشرائح التسويقية المستهدفة في أسرع وقت وبأقل تكلفة؛
 - الالتزام بالمصادقية والقواعد الأخلاقية في مجال المعاملات التسويقية الإلكترونية يحقق للمؤسسة ميزة تنافسية في عالم التسويق الإلكتروني حيث أن من أهم المعوقات التي تحد من انتشار التسويق الإلكتروني عدم الالتزام بالقواعد الأخلاقية في المعاملات؛
 - الاستجابة الفورية لطلبات الزبائن، وإتمام الصفقات في وقت قياسي من خلال عمليات التسويق الإلكتروني تحقق ميزة تنافسية هامة للمؤسسة خاصة وأن الوقت أحد أهم الموارد بالنسبة للأشخاص والمؤسسات؛
 - تحسين العلاقات التسويقية بين المؤسسة وأهم عناصر بيئتها مثل الزبائن والموردين؛
 - إشراك الزبائن في الجهود التسويقية والحوارات من خلال عمليات التسويق الإلكتروني تُعطي المؤسسة ميزة تنافسية لدى الشرائح السوقية التي تسعى للتسويق لديها؛
 - يتميز التسويق الإلكتروني بانخفاض تكاليفه مقارنة بالتسويق التقليدي مما يساعد على طرح المنتجات والخدمات بأسعار مقبولة لدى الزبائن وهذا يُعطي للمؤسسة ميزة تنافسية؛
 - تزايد الاهتمام بالانترنت على نطاق واسع خاصة بين قطاع رجال الأعمال والمؤسسات التجارية مع تقديم الانترنت خدمات وفرص أكبر وأعظم في مجال الاتصالات وجمع المعلومات والتسويق والصفقات التجارية يحقق لها ميزة تنافسية حيث أن هذا يوفر لها رؤية شاملة وواضحة لبيئة الأعمال.
- وهذا ينعكس بشكل مباشر وإيجابي على أداء وجودة منتجات وخدمات المؤسسة ومركزها التنافسي.

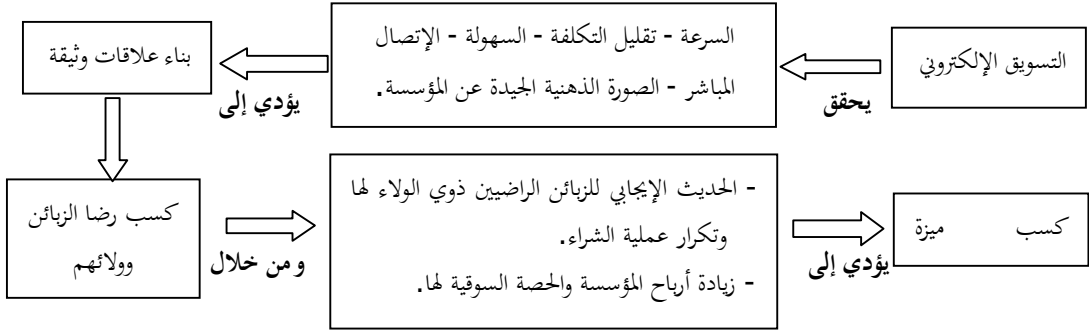
3.2.2. دور التسويق الإلكتروني في بناء ولاء الزبون كسب الميزة التنافسية:

الزبون ذو الولاء للمؤسسة على استعداد لدفع أسعار مرتفعة نسبيا مقابل حصوله على القيمة المرجوة أو الميزة المكتسبة من مزايا التسويق الإلكتروني وهذا ما يؤدي إلى كسب المؤسسة لميزة تنافسية تميزها عن المنافسين، إضافة إلى أن إنشاء علاقات قوية مع الزبائن والاحتفاظ بهم لا يتطلب جهودا تسويقية كبيرة مثل التي تتطلبها جذب زبائن جدد.

مما سبق يمكن القول أن هدف المؤسسة هو كسب ولاء الزبائن، ومن خلال إستراتيجيات التسويق الإلكتروني والمزايا التي يحققها، تقوم المؤسسة هنا ببناء مزايا تنافسية ودور التسويق الإلكتروني هنا يظهر في تحديد

مصدر هذه المزايا وعليه نستنتج أن التسويق الإلكتروني يؤدي إلى كسب رضا وولاء الزبون وبالتالي تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة،²¹ والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل 1: دور التسويق الإلكتروني في بناء ولاء الزبون وكسب الميزة التنافسية



المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على الاستنتاجات السابقة

3. واقع التسويق الإلكتروني في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية (دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر - مديرية مستغانم):

تدعيما لما قدمناه في الجانب النظري قمنا بدراسة ميدانية للإجابة على الإشكالية المطروحة حول دور التسويق الإلكتروني في تحقيق ميزة تنافسية، وهذا من خلال تحقيقه لمزايا وفوائد تؤدي إلى كسب رضا وولاء الزبون، سنحاول في هذا الفصل التطبيقي تسليط الضوء على تلك المزايا التي تقدمها مؤسسة "إتصالات الجزائر" وبالتحديد مديرية مستغانم. أما السبب الذي دفعنا إلى اختيار هذه المؤسسة هو أنها تعتبر رائدة في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية في الجزائر.

1.3. نبذة عن مجمع إتصالات الجزائر:

إتصالات الجزائر هي مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم "SPA" برأس مال إجتماعي يقدر بمائة مليون دينار جزائري. وكانت الانطلاقة الرسمية لمجمع إتصالات الجزائر في 01 جانفي 2003 حيث أصبحت مجبرة على إثبات وجودها، خاصة مع فتح سوق الاتصالات على المنافسة.

²¹ صادق زهراء، مرجع سابق، ص 160.

2.3. منهجية الدراسة التطبيقية:

1.2.3. الطريقة المتبعة وأداة الدراسة:

لقد قمنا باتباع أسلوب دراسة الحالة ومنهج التحليل الإحصائي من خلال توزيع الاستبيان، وتم استعمال البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل نتائج الإستمارات المقدمة لموظفي اتصالات الجزائر بمستغانم وقد تضمنت الاستمارة معلومات شخصية عن الموظف ثم الأسئلة المتعلقة بمتغيرات البحث وهي في قسمين:

- القسم الأول: يتكون هذا القسم من العبارات التي تقيس مدى توفر الانترنت لدى المؤسسة وما هي الاستخدامات الرئيسية لها ؟ وما إذا كان لديها موقع إلكتروني أم لا ؟ وفي حالة نعم هل تفضل المؤسسة التسويق والإشهار عن خدماتها وعروضها عبر شبكة الانترنت؟
- القسم الثاني: يتكون هذا القسم من العبارات التي تبين المزايا والمنافع التي يحققها استخدام الانترنت في النشاطات التسويقية، مقسمة على سبعة محاور وهي على النحو التالي: استخدام الانترنت في البحوث التسويقية، السرعة، تقليل التكلفة، السهولة، الاتصال المباشر، الصورة الذهنية ورضا الزبون، تحقيق الميزة التنافسية.

وتم استخدام " مقياس ليكرت LIKERT SCALE " وهو أكثر المقاييس شيوعا حيث يطلب فيه تحديد درجة موافقته أو عدم موافقته على خيارات محددة وهذا المقياس مكون غالبا من 5 خيارات متدرجة على النحو التالي: 1- غير موافق إطلاقا 2- غير موافق 3- محايد 4- موافق 5- موافق تماما .

أ- **مجتمع الدراسة**: يتمثل في جميع موظفي شركة اتصالات الجزائر عبر مختلف المصالح والأقسام .

ب- **عينة الدراسة**: تمثلت عينة الدراسة في 30 موظف الذين يزاولون النشاط التسويقي وعلى هذا الأساس وزعت الإستمارات بطريقة عشوائية على الموظفين في مصلحة التسويق واسترجعت كلها حيث أصبحت صالحة للدراسة والتحليل.

ج- متغيرات الدراسة:

- متغير الدراسة المستقل: يتمثل في التسويق الإلكتروني.

- متغير الدراسة التابع: يتمثل في الميزة التنافسية.

د- الفرضية الرئيسية:

- فرضية العدم H_0 : عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين استخدام التسويق الإلكتروني وتعزيز القدرة التنافسية.

- الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين استخدام التسويق الإلكتروني وتعزيز القدرة التنافسية.
- هـ- الفرضيات الفرعية:
 - الفرضية الأولى:
 - فرضية العدم H_0 : عدم وجود علاقة ارتباط بين القيام ببحوث تسويقية عبر الانترنت وتعزيز القدرة التنافسية؛
 - الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ارتباط بين القيام ببحوث تسويقية عبر الانترنت وتعزيز القدرة التنافسية.
 - الفرضية الثانية:
 - فرضية العدم H_0 : عدم وجود علاقة ارتباط بين تحقيق السرعة في الأنشطة التسويقية وتعزيز القدرة التنافسية؛
 - الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ارتباط بين تحقيق السرعة في الأنشطة التسويقية وتعزيز القدرة التنافسية.
 - الفرضية الثالثة:
 - فرضية العدم H_0 : عدم وجود علاقة ارتباط بين انخفاض تكلفة التسويق الإلكتروني وتعزيز القدرة التنافسية؛
 - الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ارتباط بين انخفاض تكلفة التسويق الإلكتروني وتعزيز القدرة التنافسية.
 - الفرضية الرابعة:
 - فرضية العدم H_0 : عدم وجود علاقة ارتباط بين السهولة في استخدام التسويق الإلكتروني وتعزيز القدرة التنافسية؛
 - الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ارتباط بين السهولة في استخدام التسويق الإلكتروني وتعزيز القدرة التنافسية.
 - الفرضية الخامسة:
 - فرضية العدم H_0 : عدم وجود علاقة ارتباط بين تحقيق الاتصال المباشر بالزبائن وتعزيز القدرة التنافسية؛
 - الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ارتباط بين تحقيق الاتصال المباشر بالزبائن وتعزيز القدرة التنافسية.
 - الفرضية السادسة:
 - فرضية العدم H_0 : عدم وجود علاقة ارتباط بين كسب رضا ولاء الزبائن وتعزيز القدرة التنافسية؛
 - الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ارتباط بين كسب رضا ولاء الزبائن وتعزيز القدرة التنافسية.
- و- ثبات أداة الدراسة: تم التأكد من الاتساق الداخلي للمقياس عن طريق اختبار "كرونباخ ألفا"، وكانت درجة الاتساق الداخلي 0,751 وهي تقترب من الواحد، إذن أداة القياس تتمتع بدرجة عالية من الثبات بالنسبة

لكل أسئلة المحاور، كما يمكن حساب معامل الصدق عن طريق حساب جذر معامل الثبات، وتكون النتيجة كالتالي: $B = 0.866$ ، وهي قيمة تقترب من الواحد إذن المقياس صادق.

2.2.3. تحليل نتائج الدراسة:

بعد الدراسة الميدانية التي أجريناها في اتصالات الجزائر وبعد الاطلاع على نتائج الاستبيان المتحصل عليها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS تمكنا من الوصول إلى النتائج التالية:

أ- تحليل المعلومات الشخصية للموظفين:

تبين أن معظم أفراد العينة كانوا ذكوراً، حيث بلغ عددهم 19 أي ما نسبته 63.30% من عينة الدراسة، وهذا يدل على أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث، حيث بلغ عدد الموظفين الذين يتراوح عمرهم ما بين 20 و 30 سنة 11 موظف بنسبة 36.7%، ومن 30 إلى 40 سنة 10 موظفين، ونسبتهم 33.30%.
أما بالنسبة للمستوى الدراسي فأكدت النتائج المتحصل عليها أن معظم أفراد العينة كانوا من الحاملين لشهادات عليا والمتخرجين من الجامعة، حيث بلغ عددهم 15 بنسبة 50%، نستنتج أن فئة الشباب في هذه المؤسسة تمثل أكبر نسبة وهذا يدل على أنها تهتم بفئة الشباب وتقوم بتوظيفهم خاصة الذين لهم شهادات عليا وكفاءات متميزة، فهم يمثلون رأس مال حقيقي يجب الاهتمام به.

ب- تحليل نتائج أسئلة المحور 1: "إستخدام الانترنت في البحوث التسويقية"

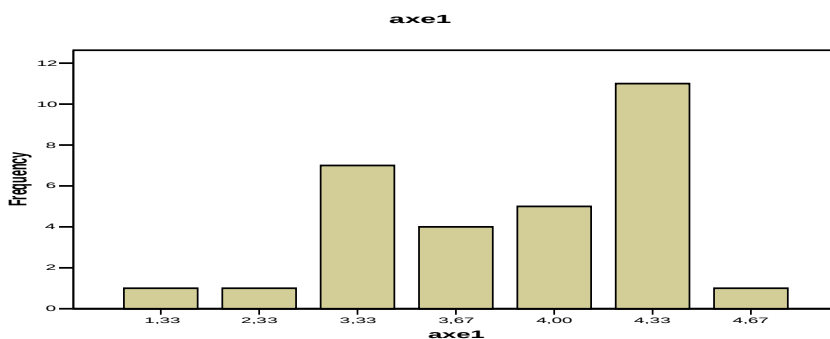
الجدول 1

النسبة المئوية	التكرار	
3.30%	1	1.33
3.30%	1	2.33
23.30%	7	3.33
13.30%	4	3.67
16.70%	5	4.00
36.70%	11	4.33
3.3%	1	4.67
100%	30	المجموع:

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS

يبين الجدول تكرارات الإجابات المختلفة للمحور الأول، حيث نلاحظ أن أكبر التكرارات هو 11 وهو الذي يمثل الإجابة 4.33 أي "متوفر" وهو يقترب من "متوفر تماما" وهي تمثل أكبر نسبة مما يعني أن مؤسسة اتصالات الجزائر تقوم ببحوث تسويقية عبر الانترنت والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل 2



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS

■ مقاييس النزعة المركزية:

3.80	المتوسط الحسابي
4.00	الوسيط
4.33	المنوال
0.12	الانحراف المعياري

نلاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي في كل أسئلة المحور الأول تساوي 3.80 فهي تفوق 3 وتنتجه إلى 4 أي "متوفر" أما الوسيط يساوي 4 أي "متوفر" أيضا ومنه نلمس أن عمال مؤسسة اتصالات الجزائر يؤكدون أنها تقوم ببحوث تسويقية عبر الانترنت عن حاجات الزبائن ورغباتهم التي هي في تغيير مستمر كما تقوم بتطوير خدماتها مواكبة بذلك التطورات التكنولوجية. أما قيمة الانحراف المعياري فهي مساوية لـ 0.12 وهي أقل من الواحد وهذا يدل على تركيز الإجابات وعدم تشتتها.

وقمنا باتباع نفس الطريقة وذلك من خلال استخراج جدول التكرارات والشكل الموضح له لكل سؤال، ثم لكل محور من محاور الاستمارة.

ج- تحليل واختبار علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة:

ينطوي هذا المطلب على قياس علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة التابعة والمستقلة وهذا من خلال اختبار الفرضية الرئيسية التالية:

- فرضية العدم H_0 : عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التسويق الإلكتروني وتعزيز القدرة التنافسية في المؤسسة.
 - الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التسويق الإلكتروني وتعزيز القدرة التنافسية في المؤسسة.
- ولاختبار هذه الفرضية يجب اختبار الفرضيات الفرعية وذلك بقياس معامل الارتباط "بيرسون" فإذا كان أكبر من الصفر هذا يعني أن هناك علاقة ارتباط بين المتغيرين.

■ اختبار الفرضية الأولى:

- فرضية العدم H_0 : عدم وجود علاقة ارتباط بين القيام ببحوث تسويقية عبر الانترنت وتعزيز القدرة التنافسية.
- الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ارتباط بين القيام ببحوث تسويقية عبر الانترنت وتعزيز القدرة التنافسية.

من أجل معرفة وجود علاقة ارتباط بين القيام ببحوث تسويقية عبر الانترنت وتعزيز القدرة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر قمنا بقياس معامل الارتباط بيرسون بين المحور الأول والمحور السابع والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول 2: الارتباط

		axe1	axe7
axe1	Pearson Correlation	1	,034
	N	30	30
axe7	Pearson Correlation	,034	1
	N	30	30

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS

نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بين المحورين موجبة ومساوية لـ 0.034 عند مجال ثقة قدره 99% وبالتالي نقبل الفرضية H_1 ، أي توجد علاقة ارتباط بين القيام ببحوث تسويقية عبر الانترنت وتعزيز القدرة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر ومنه نستنتج أن القيام ببحوث تسويقية عن حاجات الزبائن الحاليين والمرتبين وتطوير خدمات المؤسسة يؤدي إلى كسب رضا ولاء الزبون وبالتالي كسب ميزة تنافسية.

وقمنا بإتباع نفس الطريقة وذلك من خلال قياس معامل الارتباط "بيرسون" بين بقية المحاور والمحور السابع ووجدنا أن الفرضية البديلة صحيحة بالنسبة لبقية الفرضيات الفرعية.

د- تقييم التسويق الإلكتروني في المؤسسة ودوره في تعزيز القدرة التنافسية:

لمعرفة حقيقة وواقع التسويق الإلكتروني ودوره في تعزيز القدرة التنافسية في مؤسسة اتصالات الجزائر سنقوم بتحليل نتائج محاور الاستبيان.

✓ استخدام الانترنت في البحوث التسويقية: تؤكد مؤسسة اتصالات الجزائر أنها تقوم ببحوث تسويقية عبر الانترنت عن حاجات الزبائن ورغباتهم التي هي في تغيير مستمر كما تقوم بتطوير خدماتها مواكبة بذلك التطورات التكنولوجية.

✓ السرعة: تستفيد مؤسسة اتصالات الجزائر من الانترنت في تحقيق السرعة في أنشطتها التسويقية خاصة الاستجابة لطلبات الزبائن وتلبيةها.

✓ تقليل التكلفة: توفر مؤسسة اتصالات الجزائر تكاليف الاتصالات المحلية والدولية، إضافة إلى توفير تكاليف طباعة الكتلوجات الترويجية من خلال التسويق والإشهار عبر الموقع الإلكتروني.

✓ السهولة: إن مدير المؤسسة باستطاعته ممارسة جميع أعماله والبحث عن الموردين من أي مكان في العالم والرد على الزبائن بكل سهولة.

✓ الاتصال المباشر: مؤسسة اتصالات الجزائر على اتصال مباشر بالزبائن حيث يوجد تفاعلية بين المؤسسة والزبون، يعني قدرة الزبائن على التعبير عن حاجتهم ورغباتهم مباشرة للمؤسسة وذلك نتيجة الاتصالات التسويقية التي تقوم بها.

✓ الصورة الذهنية ورضا الزبون: تسعى اتصالات الجزائر إلى بناء صورة جيدة عنها وعن خدماتها وتحرص على رضا الزبائن وتسخر كل جهودها لكسب ولائهم من خلال تقديم خدمات ذات نوعية جيدة.

✓ تحقيق ميزة تنافسية: بناء اتصالات الجزائر لعلاقات وثيقة مع الزبائن وكسب رضاهم وولائهم ومن خلال الحديث الإيجابي للزبائن الراضين ذوي الولاء لها وتكرار عملية الشراء، ينجم عنه زيادة في الأرباح وزيادة الحصة السوقية وبذلك استطاعت أن تجد لنفسها موقعا في السوق وبالتالي تعزيز قدرتها التنافسية.

خاتمة:

يعد التسويق بمثابة الرابط بين المؤسسة وبيئتها ويرتبط بمدى نجاح التسويق بمدى تكيف المؤسسة مع بيئتها بما يكفل لها مصالحها ويجعلها تحتل أحسن المراتب في ظل إمكانياتها مقارنة بالمنافسين، ونجاح هذا التسويق لا يكتمل إلا إذا اكتسب طابع الاتصال والتواصل والتفاعل مع الزبون من جراء الانتفاع بمزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والاعتماد على وسائلها، وعلى رأسها الانترنت ليتولد ما يسمى بالتسويق الإلكتروني أو التسويق عبر الانترنت. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- إن التسويق الإلكتروني يعتمد بشكل أساسي على الانترنت كوسيلة اتصال سريعة وسهلة وأقل تكلفة في ممارسة كافة الأنشطة التسويقية فهو يساهم في زيادة حجم الزبائن وعدد الصفقات المبرمة، ويختصر الكثير من منافذ التوزيع، الأمر الذي يؤدي إلى الوصول إلى أسواق جديدة، وهذا بدوره يزيد من حدة المنافسة الدولية وهذه المنافسة من شأنها أن تؤدي بدورها إلى تحسين جودة المنتج بسبب كثرة الشركات العارضة على المواقع المخصصة لها على الشبكة العنكبوتية وتخفيض الأسعار بسبب تخفيض التكاليف، وبالتالي زيادة المبيعات والأرباح ودعم الاقتصاد وزيادة الناتج الوطني، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى؛
- إن التسويق الإلكتروني يحقق للزبون منافع ومزايا عديدة مما ينشأ لديه حالة الرضا والولاء وكلما احتفظت المؤسسة بهذا الولاء وأقامت علاقة طويلة المدى مع الزبون، حققت مزايا تنافسية مقارنة مع المؤسسات المنافسة في السوق، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية؛
- إن إتصالات الجزائر مصممة على الحفاظ على مكانتها الرائدة في سوق خدمات وشبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية وهذا بإتباع السياسات التالية: تطوير خدمات جديدة للعملاء، تحديث شبكة البنية التحتية، ضمان جودة الخدمات وتحسين الإنتاجية، مسايرة التكنولوجيا ومواكبة التطورات والاستفادة منها في إستراتيجية التسويق، حيث استخدمت الانترنت وموقعها الإلكتروني في ممارسة أنشطتها التسويقية لكسب أكبر قدر ممكن من الزبائن والحفاظ عليهم وتعزيز القدرة التنافسية وهذا ما يثبت نفي الفرضية الثالثة.

قائمة المراجع:

المؤلفات :

1. بشير العلاق، " التسويق الإلكتروني "، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
2. بشير العلاق، "التسويق عبر الانترنت"، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
3. ربحي مصطفى عليان، " أسس التسويق المعاصر "، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن .

4. عبد العزيز صالح بن حبتور، الإدارة الإستراتيجية، إدارة جديدة في عالم متغير، دار المسيرة عمان، 2007.
5. علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع - القاهرة، 2001.
6. محسن احمد الخضير، اقتصاد ما بعد الحداثة وحداثة ما بعد الاقتصاد، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2006 .
7. محمد طاهر نصير، " التسويق الإلكتروني "، دار الحامد، 2005.
8. مصطفى يوسف كافي، " التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية المعاصرة "، دار رسلان - سوريا، 2009.
9. نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، 1998.
10. يوسف أحمد أبو فارة، " التسويق الإلكتروني "، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2003.

مذكرات التخرج:

11. الخنساء سعادي، "التسويق الإلكتروني وتفعيل توجه نحو الزبون، من خلال المزيج التسويقي"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، فرع التسويق - جامعة بن يوسف بن خدة 2005 - 2006.
12. عبدوس عبد العزيز، دور الميزة التنافسية في تحسين أداء المؤسسات، رسالة ماجستير، جامعة تلمسان، 2006.
13. مسان كرومية، المسؤولية الاجتماعية ميزة إستراتيجية، رسالة ماجستير، جامعة تلمسان، 2010 .

المقالات :

14. طابيل، مجدي محمد محمود، " توظيف التسويق الإلكتروني كأداة للتميز بمنظمات الأعمال " ورقة عمل مقدمة إلى ندوة التجارة الإلكترونية، جامعة الملك خالد - السعودية.
15. عبد القادر محمد عبد القادر مبارك- أستاذ التسويق - جامعة الملك فيصل - " دور الانترنت في التسويق المباشر بين منشآت الأعمال " - 2004 <http://www.shbab1.com/2minutes.htm> تاريخ الإطلاع : 2012/02/25.

المراجع باللغة الفرنسية:

- kotler. p et autres, Marketing management, édition publie-union, 10^{ème} édition, paris, 1997.

رأس المال الفكري كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات المصرفية

في ظل اقتصاد المعرفة

أ. بوران سمية

أستاذة مساعدة (ب)، كلية العلوم الاقتصادية - جامعة بشار

البريد الإلكتروني: soumia_bourane@yahoo.fr

د. شليل عبد اللطيف

أستاذ محاضر (أ)، كلية العلوم الاقتصادية - جامعة تلمسان

البريد الإلكتروني: Chelil.abdellatif@gmail.com

ملخص:

يعتبر موضوع رأس المال الفكري أحد مواضيع الساعة الذي تهتم به العديد من الدوائر الاقتصادية، وهو حديث نسبياً في الفكر الإداري والمحاسبي حيث بدأ الاهتمام به وبشكل خاص في فترة التسعينات، حيث ونظراً للتزايد المستمر الذي اكتسبته منظمات الأعمال وما أصبحت تشهده من تنافسية شديدة في الوقت الحالي، فقد حرصت العديد من المنظمات الدولية وكثير من المهتمين بتناول مدخل رأس المال الفكري كآلية تسهم في تزايد تنافسية هذه المنظمات من خلال خلق ميزة تنافسية لها على غرار تلك المؤسسات المصرفية خاصة في ظل الموجة الرقمية واستخدامات اقتصاد المعرفة.

وعليه تهدف هذه الورقة البحثية إلى إلقاء الضوء على ذلك الدور الذي يلعبه مدخل رأس المال الفكري في توجيه نظم الإدارة في المؤسسات المصرفية وتفعيلها نحو الأداء الجيد وإكسابها ميزة تنافسية في ظل اقتصاد المعرفة.

الكلمات المفتاحية: رأس المال الفكري، رأس المال البشري، الميزة التنافسية، منظمات الأعمال، المصارف،

اقتصاد المعرفة

Abstract :

The subject of intellectual capital is one of the topics you are interested in by many economic circles, which is relatively new in the thought of the administrative and accounting, where he began interest in him and in particular in the nineties, where the view of the continuing increase gained by business organizations and are seen in the highly competitive at a time current, I made sure of many international organizations and many of those interested in eating the entrance to the intellectual capital as a mechanism contributing to the increasing competitiveness of these organizations by creating a competitive advantage, such as those banking institutions especially in light of the wave of digital and uses the knowledge economy.

There fore, this paper aims to shed light on the role played by the entrance to the intellectual capital to guide the management systems of the banking institutions and activate some good performance and give them a competitive advantage in light of the knowledge economy.

مقدمة:

لقد حصلت تطورات في شتى المجالات، وحظي الفكر الإداري بجزء منها، فغني عن البيان أهمية المؤسسات، والدور الاقتصادي الذي تلعبه في بناء الاقتصاد الوطني ونموه، حيث يعتبر أداؤها من أهم المؤشرات الاقتصادية، وتطورها هو دليل عافية الاقتصاد وتقدمه، وأن اقتصاد أي بلد يقاس بمؤشر أداء المؤسسات الاقتصادية التي تساهم فيه على غرار تلك المؤسسات المصرفية التي هي بمثابة شريان التمويل الاقتصادي لغالبية نشاطات الدول في مساراتها التنموية.

ففي ظل اقتصاد المعرفة، وسعي إدارات المؤسسات الاقتصادية ومنها المؤسسات المصرفية لمواجهة المنافسة المحتدمة وتحقيق الميزة التنافسية، أصبح للعنصر البشري المتمثل في الموارد البشرية يحتل أهمية كبيرة في اهتمام مختلف المؤسسات المصرفية من خلال زيادة الاستثمار البشري واستخدام رأس المال الفكري الذي يعد من بين الأهداف الرئيسة لبرامج التكييف الهيكلي وتهيئة البيئة المناسبة المحفزة على النمو الاقتصادي لمواكبة ركب العولمة. وهكذا غدت تنمية الموارد البشرية، وإيجاد أنظمة حوافز مادية ومعنوية وإدخال وتفعيل نظم المعلومات الإدارية داخل المصارف ليست ضرورة ملحة فحسب، وإنما شرطاً أساسياً للديمومة والاستمرارية وتحقيق إنتاجية عالية في صناعة العمل المصرفي من خلال السعي نحو تحسين مستوى الخدمات والمنتجات المصرفية، لمواجهة التطورات المتسارعة في هذه الصناعة عالمياً.

وإذا كانت التكنولوجيا تستمر في تحويل أمكنة العمل والأسواق، فقد أصبح رأس المال الفكري واحداً من بين أهم المسائل الأساسية التي يجب على المؤسسات المختلفة التفاعل معها بهدف الاستمرار بتوفير العملاء والمستخدمين ذوي المهارات المتفوقة وبخدمات واستشارات ذات النوعية الجيدة والقيمة المضافة خاصة في ظل اقتصاد المعرفة وتزايد المنافسة ما بين المؤسسات.

وعليه تأتي هذه الدراسة لغرض الإشارة إلى مدى ضرورة مدخل رأس المال الفكري كآلية تسهم في كسب المؤسسات المصرفية ميزة تنافسية وذلك من خلال محاولتها الإجابة على الإشكال الجوهري التالي:

إلى أي مدى يمكن أن يساهم رأس المال الفكري في تحسين وتفعيل أداء المؤسسات المصرفية بشكل يساهم في

إكسابها ميزة تنافسية أمام المنظمات الأخرى في ظل اقتصاد المعرفة ؟

أهمية وأهداف الدراسة:

تنبع أهمية البحث من أهمية بيان مفهوم رأس المال الفكري باعتباره المورد غير الملموس الذي يساهم في الرفع من قيمة وكفاءة المؤسسات المصرفية ويحقق لها الميزة التنافسية على مختلف الأصعدة المحلية والعالمية. وتسعى هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على ذلك الدور الذي يلعبه رأس المال الفكري في توجيه نظم الإدارة وتفعيلها نحو الأداء الجيد في المؤسسات المصرفية، كما تهدف إلى:

- التعرف على مفهوم وأهمية رأس المال الفكري بأنواعه المختلفة؛
- إبراز أهمية رأس المال الفكري في المؤسسات المصرفية ومدى ضرورته؛
- تسليط الضوء على مصادر الميزة التنافسية في المؤسسات المصرفية بالتركيز على رأس المال المعرفي خاصة في ظل اقتصاد المعرفة.

فرضيات الدراسة:

يستند البحث إلى فرضية أساسية مفادها أن هناك إدراكا واضحا لمفهوم رأس المال الفكري لدى المؤسسات المصرفية، وتصورا جيدا لدوره في رفع أداء هذه المؤسسات وقيمتها السوقية مما يحقق لها ميزة تنافسية على مختلف الأصعدة المحلية والعالمية في ظل الاقتصاد المعرفي.

منهج الدراسة:

من أجل الإحاطة بجوانب الإشكال أعلاه سنستخدم في هذه الدراسة المنهجين الوصفي والتحليلي في قالب نسعى من خلاله إلى الإجابة على أهم متطلبات الإشكالية وهذا بالاستعانة بتحليلات ورسومات بيانية.

خطة الدراسة:

بغية الإحاطة بأهداف الدراسة والإجابة على إشكالياتها الجوهرية سيتم تغطيتها من خلال المحاور التالية:

- أولا: رأس المال الفكري: التعريف، الأهمية والمميزات؛
- ثانيا: اقتصاد المعرفة ورأس المال الفكري: العلاقة والتأثير؛
- ثالثا: مصادر الميزة التنافسية في المؤسسات المصرفية؛
- رابعا: رأس المال الفكري كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسات المصرفية في ظل اقتصاد المعرفة.

لتختتم الدراسة بعدد من النتائج في ضوء ما ورد فيها من معطيات وجملة من التوصيات لتشجيع تنمية رأس المال الفكري والاستناد عليه كمورد أساس لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات المصرفية على اختلاف أهدافها وأحجامها ومواقعها في ظل اقتصاد المعرفة.

1. رأس المال الفكري: التعريف، الأهمية والأنواع:

1.1. مفهوم رأس المال الفكري:

ظهر في السنوات الأخيرة تغير ملحوظ في شركات الأعمال عكسه تزايد الاستثمار في موارد قائمة على المعرفة، نتج عنه انخفاض دور الأهمية النسبية للاستثمار في السلع المادية مثل الاستثمار في رأس المال المادي كالآلات والمواد والطاقة... الخ، وتزايد الاستثمار في العوامل غير الملموسة كالموارد البشرية والبحث والتطوير، والتنمية التنظيمية، والبرمجيات، والتسويق والعلاقات، ويبرهن هذا التغير على نمو متزايد في ظاهرة يشار إليها بـ "الاقتصاد القائم على المعرفة".

ويشار إلى الاستثمار في هذه العوامل [غير المادية] بأنه استثمار في موجودات غير ملموسة. وتدعى الموارد والموجودات المتولدة عن هذه الاستثمارات أحياناً برأس المال الفكري (IC)¹ وتواجه جميع المنظمات العاملة في اقتصاد معين، خاصة منها تلك التي تستثمر بكثافة في الموارد القائمة على المعرفة (مثل شركات البحث، والشركات المستخدمة للتقنية العالمية، والشركات ذات الكثافة الاستثمارية البشرية) استخدام تلك الموارد بصورة كفئة، وتدقيق الاستثمارات، وإدارة عملية الإنتاج المعتبرة، والتثبت من النتائج والإفصاح عن الحقائق لأصحاب المصالح على اختلاف أنواعهم.

أما من حيث مفهومه فتتفق أغلبية المراجع على أن محتوى مفهوم رأس المال الفكري يتألف مما يلي:²

— أولاً: رأس المال البشري: أي قدرات مستخدمي الشركة اللازمة لتوفير حلولاً لعملائها، والابتكار والتجديد، وهو يمثل مصدر الابتكار والتحسين، ولكنه في الوقت نفسه هو الأصعب على القياس. وهو ينمو باستخدام الشركة لمعارف المستخدمين وزيادة هذه المعارف.

— ثانياً: رأس المال الهيكلي: وهو البنى الارتكازية لرأس المال البشري، بما في ذلك القدرات التنظيمية لمواجهة متطلبات السوق، كما يتضمن نوعية نظم المعلومات التقنية وإمكانية الوصول إليها، ورؤى الشركة، وقواعد المعلومات والمفهوم والتوثيق التنظيمي، وهو يمثل الهيكل التنظيمي للشركة ومادتها الصلبة، وتعتمد قيمته على مدى قدرته على تمكين الشركة من تغليف وتحريك استخدام رأس المال البشري، أي معارف الشركة في خدمة أهدافها.

¹ Brooking, A, 1997-**Intellectual Capital**, London, International Thomson Business Press, pp 6-12

² Edvinsson, L, and Malone, M.S., 1997- **Intellectual Capital**, New York, Harper Business, p 3

— **ثالثاً : رأس مال العملاء:** وهو العلاقة مع الناس الذين تتعامل الشركة معهم والذين يمثلون بزيائنها ومجهزيتها. وقد أسماء البعض برأسمال العلاقات، وهو الأعلى قيمة بين مكونات رأس المال الفكري والأسهل على القياس من خلال الإيرادات.

إن التفاعل بين هذه الأنواع الثلاثة لرأس المال هو الذي يساعد على تحديد القيمة الحقيقية لرأس المال الفكري الكلي للمؤسسة، ومن هنا نستطيع إبراز تعاريف هذا المصطلح من خلال ما يلي:³

◆ تعريف (Theodore Schultz): هو مجمل الطاقات البشرية التي يمكن استخدامها لاستغلال مجمل الموارد الاقتصادية.

◆ تعريف (Leif Edvinsson): هو الموجودات الفكرية التي تتجاوز قيمتها قيمة الموجودات الأخرى التي تظهر في الميزانية العمومية، وتتكون هذه الموجودات من نوعين، بشري: ويمثل مصدر الابتكار والتجديد، وهيكلية: ويمثل الجزء المساند للبشري كنظم المعلومات وقنوات السوق وعلاقات الزبائن.

◆ تعريف (Awad & Gaziri): هو مجموعة الأفراد الذين يستخدمون عقولهم أكثر من استخدامهم لأيديهم، لأنهم يمتلكون خبرات ، قيم، ثقافة، قدرة على الابتكار والإبداع من أجل إيجاد حل متخصص أو خلق قيمة.

ومن خلال هذه التعاريف أعلاه يمكن إجمال مفهوم رأس المال الفكري في التعريف التالي:⁴

"رأس المال الفكري هو مجموعة من العاملين يمتلكون قدرات عقلية، عناصرها (معرفة، مهارة، خبرة، قيم) يمكن توظيفها واستثمارها في زيادة المساهمات الفكرية، لتحسين أداء عمليات المنظمة، وتطوير مساحة إبداعاتها، بشكل يحقق لها علاقات فاعلة مع جميع الأطراف المتعاملة معها، ويجعل الفرق بين قيمتها السوقية عن قيمتها الدفترية كبيراً".

2.1. المقارنة بين رأس المال المادي ورأس المال الفكري:

إذا أردنا أن نحدد بدقة مفهوم رأس المال الفكري، يجب تمييزه عن رأس المال المادي ويمكننا التفريق بين

الاثنين من خلال الجدول التالي:

³ سعد على العنزي وأحمد علي صالح، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص ص 167-169.

⁴ سعد على العنزي وأحمد علي صالح، المرجع نفسه، ص 171.

الجدول رقم 01: مقارنة بين رأس المال المادي ورأس المال الفكري

البيان	رأس المال المادي	رأس المال الفكري
الميزة الأساسية	مادي ملموس	غير مادي - غير ملموس
موقع التواجد	ضمن البيئة الداخلية للشركة	في عقول الأفراد العاملين في الشركة
التمثيل النموذجي	الآلات ، المعدات ، المباني	الأفراد ذوي المعارف والخبرات
القيمة	متناقصة بالاندثار	متزايدة بالابتكار
نمط خلق الثروة	بالاستخدام المادي	بالتفكير والانتباه والخيال الواسع
الواقع التشغيلي	يتوقف عند حدوث المشاكل	يتوقف عند حدوث المشاكل
الزمن	له عمر إنتاجي ، (دورة تقادم)	ليس له عمر مع تزايد في القدرات الإبداعية (دورة توليد وتعزيز ذاتي)

المصدر: عبد الستار حسين يوسف، دراسة تحليلية لرأس المال الفكري وطرق قياسه في منظمات الأعمال، مجلة الإداري، معهد الإدارة العامة سلطنة عمان ، العدد 117، 2009، ص 17.

3.1. أهمية رأس المال الفكري:

يستحوذ "رأس المال الفكري" الذي يعبر عن الأصول غير الملموسة في المنظمة على اهتمام كبير في الوقت الحاضر من حيث مفهومه، عناصره، وتحديد قيمته، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب منها: أن قياس الأصول غير الملموسة يساعد الإدارة على أن تركز اهتمامها على تنمية وحماية رأس المال الفكري كما أنها تدعم هدف المنظمة الخاص بزيادة قيمة الأسهم، بالإضافة إلى المساعدة على زيادة كفاءة أسواق رأس المال من خلال تزويد المستثمرين الحاليين والمرتقبين بمعلومات أفضل، ومن ثم تخفيض التقلبات إلى الحد الأدنى مما يؤدي إلى تخفيض تكلفة رأس المال في الأجل الطويل.

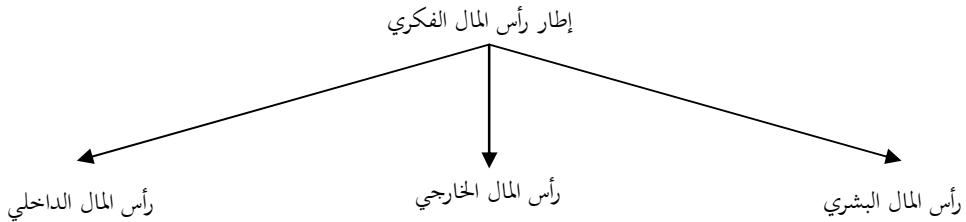
ويلعب "رأس المال الفكري" بعناصره المختلفة دورا هاما في نجاح المنظمات في الوقت الحاضر، حيث أنه يميز المنظمات التي يمكنها تقديم منتجات جديدة، وبشكل أفضل مع تقديم ابتكارات لمنتجاتها وخدماتها بمعدلات سريعة، ويؤكد ذلك ما ظهر من نتائج استقصاء رؤساء مجال إدارة المنظمات كبيرة الحجم في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث أكدوا أن "رأس المال الفكري" يعتبر أكثر الأصول أهمية، ويعد أساس النجاح في القرن الحادي والعشرين (Wiig 1997) .

وفي استقصاء آخر أجرى على رؤساء 95 منظمة بريطانية، تبين أنه توجد درجة كبيرة من الاتفاق بين الرؤساء من حيث إدراكهم لأهمية الموارد غير الملموسة المختلفة في نجاح منظماتهم ويقول أحد الكتاب أن المديرين أصبحوا يدركون بشكل متزايد أن استمرارية ونجاح المنظمات يعتمدان على قدرتها التنافسية فيما يتعلق بـ "رأس

المال الفكري" والأصول المستندة إلى المعرفة، وكذلك مدى القدرة على الاستفادة من تلك الأصول في أنشطتها التشغيلية.⁵

4.1. أنواع رأس المال الفكري:

تختلف وجهات النظر الإدارية والمحاسبية من حيث مكونات أو أنواع رأس المال الفكري وهذا عائد إلى مؤهلاتهم العلمية سواء أكانت محاسبية أم إدارية فقد أشار العديد من الباحثين إلى أنواع مختلفة من رأس المال الفكري لعل أهمها ما استعرضه الباحث (Xera) من خلال استعراضه الآتي:⁶



فالرأس المال الداخلي يتضمن ما يلي: براءة الاختراع، حقوق النشر، العلامات التجارية، الأصول المحولة، فلسفة، الإدارة، ثقافة المنظمة، إدارة العمليات، نظم المعلومات، نظام الإنترنت، العلاقات المالية، العمليات التكنولوجية.

أما رأس المال الخارجي يتضمن: التعويضات، حصة السوق، رضا العميل، أسماء الشركات، قنوات التوزيع، اتفاقيات التراخيص، عقود المفضلة، اتفاقيات الامتياز، معايير الجودة.

ويتضمن رأس المال البشري: المعرفة، التعليم، المؤهلات، إشراك الموظفين في لجان اجتماعية، التطوير الوظيفي، روح المبادرة والابتكار والقدرة على مواجهة التغييرات، برامج تدريبية، الإنصاف في العرف والخبرة والدين، قضايا الملكية والإعانة، النشاط الثقافي، نشاط الوحدة، عدد العاملين، شكر العاملين، عروض للموظفين، خطة تقود العاملين، خطة استحقاقات العاملين، منفعة العاملين، حصة العاملين، حصة الموظفين في الخيارات والخطط، متوسط خبرة العاملين، المستوى التعليمي، القيمة المضافة من كل عنصر، القيمة المضافة لكل عامل.

إذن، من خلال ما سبق نستطيع أن نستنتج بأن المعرفة من خلال مدخل رأس المال الفكري أصبحت بالنسبة للمنظمة ميزة تنافسية لها تميزها عن غيرها من المنظمات، وتمثل المعرفة في توافر الأفراد الذين لديهم

⁵ أحمد السيد كوردى، أهمية رأس المال الفكري، بحث مقدم لقسم إدارة أعمال، جامعة بنها، 2010م، لوحظ على الموقع الإلكتروني موسوعة

الإسلام والتنمية: <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/topics/67675/posts/189386>

⁶ Xera, I, A., 2001- A Framework to Audit Intellectual capital, Journal of Knowledge Management Practice, August, pp 1-8.

معلومات، معرفة مخزنة، تقنيات مختلفة. وكان ولا يزال وسيظل موضوع الموارد البشرية من أكثر الموضوعات أهمية وإلحاحا بالنسبة للمخططين الإستراتيجيين والممارسين الإداريين على مستوى المنظمات الإدارية أو المجتمعات. بل يمكن القول بأن هذا الموضوع يعد اليوم من أكثر الموضوعات تحديا بالنسبة للمجتمعات المتقدمة والنامية، سواء من حيث الإعداد أو التأهيل أو الاستثمار خاصة في ظل اقتصاد المعرفة.

2. اقتصاد المعرفة ورأس المال الفكري: العلاقة والتأثير

1.2. اقتصاد المعرفة:

إن نمو بيئة المعارف وما تحوزه من هياكل متطورة وقدرات بشرية وبنى تحتية لإنتاج ونشر المعرفة وتوظيفها، أدى إلى ظهور نمط اقتصادي متطور قائم على المعرفة والابتكار والتطور التكنولوجي خاصة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، هذا النمط الجديد عرف فيما بعد " باقتصاد المعرفة ".

1.1.2. تعريف اقتصاد المعرفة:

هو الاقتصاد الذي يلعب فيه نشوء واستثمار المعرفة دورا في خلق الثروة، فالثروة في الحقبة الصناعية التي تم إنشاؤها باستخدام الآلات والطاقة التي استبدلت عمل الإنسان. والعديد من الاقتصاديون يربطون اقتصاد المعرفة، بالصناعات التكنولوجية، مثل خدمات الاتصالات والخدمات المالية.

ويعرف نجم اقتصاد المعرفة في سياق المفهوم الواسع للمعرفة "المتضمن للمعرفة الصريحة التي تشمل على قواعد البيانات والمعلومات والبرمجيات وغيرها، والمعرفة الضمنية التي يمثلها الأفراد بخبراتهم وعلاقاتهم وتفاعلاتهم السياقية" بأنه الاقتصاد الذي ينشئ الثروة من خلال عمليات وخدمات المعرفة "الإنشاء، التحسين، التقاسم والتعلم، التطبيق والاستخدام للمعرفة بأشكالها" في القطاعات المختلفة بالاعتماد على الأصول البشرية واللاملموسة ووفق خصائص وقواعد جديدة⁷.

ويستخدم كل من "سميث" و"بيج" (Smith&Begg) تسمية "اقتصاد المعلومات" بدلا من "اقتصاد المعرفة". كما أنهما يربطان اقتصاد المعلومات بالاقتصاد الرقمي أو الإلكتروني، حيث يعتبران المعلومات هي منتج إلكتروني " E-Product "، لذا يحددان اقتصاد المعلومات بالاعتماد على إنتاج المعلومات أو المنتج الإلكتروني الذي يتميز بالكلفة الثابتة العالية مع تكلفة حدية منخفضة جدا⁸.

⁷ عبد الرحمان الهاشمي، فائزة محمد العزاوي، المنهج والاقتصاد المعرفي، دار السيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى 2007، ص 25.

⁸ نجم عبود نجم، إدارة المعرفة المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية 2008، ص 186-187.

اقتصاد المعرفة هو الاقتصاد الذي تحقق فيه المعرفة الجزء الأعظم من القيمة المضافة، وهذا يعني أن المعرفة في هذا الاقتصاد تشكل مكونا أساسيا في العملية الإنتاجية كما في التسويق وأن النمو يزداد بزيادة هذا المكون القائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصال وذلك باعتبارها المنصة الأساسية التي ينطلق منها.

2.1.2. السمات الأساسية لاقتصاد المعرفة: يحمل الاقتصاد المعرفي السمات التالية:

- يتمتع بمرونة فائقة، وقدرة على التطويع وعلى التكيف مع المتغيرات والمستجدات، التي يتسارع معدل تغيرها، ويتكاثف حجم تأثيرها؛⁹
- يملك القدرة على الابتكار، وإيجاد وتوليد وتوالد منتجات فكرية ومعرفية وغير معرفية جديدة تماما لم تكن تعرفها الأسواق من قبل، ثم يساعد على خلق وإيجاد غير المسبوق الأكثر إشباعا وإقتناعا للمستهلك، والموزع، والمتعامل معه؛
- مجالات خلق القيمة المضافة فيه متعددة ومتنوعة، وممتدة، ومتجددة وذوات طبيعية تزامنية متدفقة، وهي وإن كانت تناسبية المضمون والمحتوى، فإنها في الوقت ذاته ثرية وغنية وتكاد تكون لانهائية وتعطي تأثيرها الحافز على مجالات هذا الاقتصاد كافة؛
- يمتاز اقتصاد المعرفة بأن القوة فيه يمكن الوصول إليها من خلال وسائل وطرق عديدة، وأن الاجتهاد والمثابرة والبحث والدراسة واستخدام العقول الكبيرة هو الوسيلة الوحيدة للوصول إلى قمة القوة.¹⁰
- الاستخدام الكثيف للمعرفة العلمية، والمعرفة العملية، وبالذات المتطورة منها عالية المستوى في عمل الاقتصاد وفي أداء نشاطه وفي توسعه ونموه؛
- الموارد الضخمة والإمكانات الكبيرة التي يتم استخدامها في المجالات المعرفية العلمية سواء منها تلك المتصلة بالبحوث العلمية والتطوير التكنولوجي في مجالاته الأساسية، والتطبيقية، والذي تقوم به المشروعات الاقتصادية بمساندة الحكومات وبالذات في الدول المتقدمة، وكذلك الموارد الضخمة والإمكانات الكبيرة التي يتم استخدامها في الاستثمار في المعرفة والتي من خلالها تكوين رأس المال المعرفي، وكذلك في تحقيق الإنتاج المعرفي، وهذا الاستثمار ورأس المال والإنتاج المعرفي غير مادي وغير ملموس، ويرتبط بالمعرفة العلمية، والمعرفة العملية أساسا، يتحقق من خلاله بروز أنشطة جديدة معرفية، ومنتجات معرفية جديدة، وتوليد وسائل وأساليب معرفية جديدة واستخدامها في عمل الاقتصاد، وفي تطوير نشاطاتها، وفي نموه وبصورة مستمرة ومتسارعة.¹¹

⁹ محسن أحمد الخضري، اقتصاد المعرفة، مدينة القاهرة، مجموعة النيل العربية، الطبعة الأولى 2001، ص 5.

¹⁰ عبد الرحمن الهاشمي، فائزة محمد العزاوي، مرجع سابق، ص 35.

¹¹ فيلح حسن خلف، اقتصاد المعرفة، عالم الكتاب الحديث، جدار للكتاب العالمي، الطبعة الأولى 2007، ص 17-18.

3.1.2. فوائد اقتصاد المعرفة وكيفية الانتقال من الاقتصاد الصناعي إلى الاقتصاد المعرفي:

1.3.1.2. فوائد اقتصاد المعرفة:

إن اقتصاد المعرفة في واقع الأمر أصبح اقتصادا قائما بذاته، ولكنه اقتصاد منطلق يؤثر في محيطه، ويفترض بقوة هيمنته على هذا المحيط، ويجعله يستجيب وينصاع لما يمليه عليه ومن ثم فإن هذا الاقتصاد له أدواته، وله عناصره وعوامل إنتاجه وله مؤسساته وقوى الفعل والمفاعلة التوازنية. فهو يحقق الفوائد التالية:

- يرغم المؤسسات على التجديد والابتكار؛
- يقوم على نشر المعرفة وتوظيفها وإنتاجها؛
- يحقق التبادل إلكترونيا؛
- يحقق مخرجات ونواتج تعليمية مرغوبة وجوهرية؛
- يعطي المستهلك ثقة أكبر وخيارات أوسع؛
- الإسهام في تحسين الأداء، ورفع الإنتاجية، وتخفيض كلفة الإنتاج، وتحسين نوعيته، من خلال استخدام الوسائل والأساليب التقنية المتقدمة التي يتضمنها اقتصاد المعرفة، وما يتاح في إطاره من معرفة علمية وعملية ويساندها قدر واسع من المعلومات، والتي تسهم في توفيرها الاتصالات الاقتصادية، والإنتاجية منها خصوصا سلعية أو خدماتية، وبالذات من خلال ما يتاح لها عن طريق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبحيث أن نسبة مهمة وتقارب نصف الزيادة في الإنتاجية ترتبط باستخدام التكنولوجيا المتقدمة في المعلومات والاتصالات في الاقتصاد الأمريكي هو الأمر الذي ينطبق على إنتاجية المشروعات والقطاعات بالضرورة؛¹²
- إسهام مضامين اقتصاد المعرفة ومعطياته وتقنياته في إحداث التجديد والتحديث والتطور للنشاطات الاقتصادية، وبما يسهم في توسعها ونموها بدرجة كبيرة وبشكل متسارع، ومتزايد وهو الأمر الذي ينتج استمرارية التطور في النشاطات الاقتصادية، وتوسعها ونموها وبذلك يتم تحقيق الاستمرارية في التطور الاقتصادي ونموه وبسرعة واضحة.

ولذلك ونتيجة لكل ما سبق أصبحت مضامين اقتصاد المعرفة ومعطياته، وتقنياته المتقدمة والمجالات التي تولد هذه التقنيات وتستخدمها هي المجالات القائدة لعملية تطور الاقتصاد ونموه، والمترتبة بثورة المعرفة العلمية والعملية خصوصا حاليا، وفي الدول المتقدمة بالذات المحرك الأساس لعملية نمو الاقتصاد، وبما يتضمن استمراره وتطوره وتقدمه حالها في ذلك حال الثورة الصناعية التي كان محرك النمو الأساسي فيها الصناعة وبالذات صناعة النسيج وما ارتبط بها من استخدام التكنولوجيا التي مثلتها وسائل الإنتاج وبالذات الآلات وما رافقها من قوى

¹² عبد الرحمن الهاشمي، فائزة محمد العزاوي، مرجع سابق، ص 28.

محركة تمثلت بالطاقة ومالها من تطورات ارتبطت بالسكك الحديدية والصناعة المعدنية والميكانيكية وصناعة النقل والصناعات الكهربائية والإلكترونية لاحقاً وصناعة المعرفة في اقتصاد المعرفة والتي تتمثل بمعطيات اقتصاد المعرفة ومضامينه وتقنياته المتقدمة وهو الأمر الذي يجعل المعرفة العلمية والعملية قاطرة النمو الاقتصادي ومحركة في ظل اقتصاد المعرفة.¹³

2.3.1.2. كيفية الانتقال من الاقتصاد الصناعي إلى الاقتصاد المعرفي:

إن الخصائص المعنوية الأثرية اللاملموسة للمعرفة في الخصائص المادية والملموسة للأشياء تجعل من الضروري التحول من الاقتصاد الصناعي إلى اقتصاد المعرفة. وهذا ما ترم به اقتصاديات الدول المتقدمة التي تتسم بأن النسبة الأكبر من استثماراتها تتجه إلى المجالات كثيفة المعرفة سواء كانت صناعية كالإلكترونيات والأجهزة الدقيقة وصناعة الفضاء أو في الخدمات كالاتصالات عن بعد والإنترنت ونماذج الأعمال الجديدة وتكنولوجيا المعلومات إضافة إلى المصارف والتأمين والجامعات والمستشفيات والتسليّة وغيرها.¹⁴ والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول (02): من الاقتصاد الصناعي إلى الاقتصاد المعرفي

العصر الصناعي	←	عصر المعرفة
الملموسات	←	اللاملموسات
التركيز العالي	←	مجموعة الأداء المتوازنة
موجهة للحدث	←	موجهة للعملية
التكلفة	←	القيمة
التقرير الدوري	←	الوصول الفوري والدائم
التوجه نحو الماضي	←	التوجه المستقبلي
القيمة في الإنتاج	←	القيمة في التدفقات
إحصاءات الإنتاج	←	إحصاءات الابتكار
معايير من أجل وضع التقارير	←	معايير من أجل الإدارة
المعايير: المواصفات القياسية	←	زبونية
المعرفة منتشرة ومبعثرة	←	المعرفة متقاسمة
الابتكار عند الضرورة	←	الابتكار دائماً
يدار من أجل الكفاءة	←	يدار من أجل التنفيذ

المصدر: نجم عبود نجم، إدارة المعرفة المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية 2008، ص 195.

¹³ فليح حسن خلف، مرجع سبق ذكره، ص 23، 24، 29.

¹⁴ نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص 194 - 195.

وكل هذا بالتأكيد يجعل هذه المجالات هي التي تحقق أكبر نسبة من المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي في الدول المتقدمة والذي يتم على حساب الاقتصاد الصناعي التقليدي.

2.2. علاقة اقتصاد المعرفة برأس المال المعرفي:

إن الخاصية المميزة للذكاء البشري (رأس المال المعرفي) هي القدرة على الابتكار والإبداع، أبرزها تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

من هذا يتضح أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إطار اقتصاد المعرفة أثرت على البشرية في نمط الاتصال بينهم، إن التأثير الكبير الذي أتت به تكنولوجيا المعلومات والاتصال قد أدى إلى بروز مفاهيم جديدة على الساحة السياسية والاقتصادية ومن أبرزها هي قضية بناء مجتمع معلومات والذي يركز على أسس وخصائص، وهذا يعني أن هذه التكنولوجيا أصبحت عصب حياة المجتمعات البشرية من خلال استخدامها لرأس المال الفكري.

هذا وإن الإنسان كذلك له تأثير خاص على هذه التكنولوجيا وذلك من خلال المساهمات الفكرية في هذا الميدان والابتكارات المستمرة لأساليب ووسائل الاستخدام المتعددة، حيث أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتأثر كثيرا بتصرفات الأشخاص حيث أننا نجدها تتأثر من مجتمع إلى آخر وهذا حسب القوانين والعادات التي تحكم ذلك المجتمع وكذلك أساليب تفكير وتصرف الأشخاص سيؤثرون على محتواها.

وهكذا تكون العلاقة التبادلية بين الإنسان (رأس المال الفكري) وتكنولوجيا المعلومات والاتصال (اقتصاد المعرفة) ففي الوقت الذي يقوم الإنسان بتنمية وتطوير هذه التكنولوجيا من خلال الإبداعات والابتكارات والمساهمات الفكرية، فهو يستفيد في الوقت نفسه من هذه الابتكارات عن طريق تسهيل ورفع كفاءة الاتصال وتقليل تكلفته، مع تنمية كفاءة ومهارة الأفراد العلمية والفكرية، كما أنها تقضي على الحواجز الاتصالية وتجعل قوة السلطة الحكومية ضعيفة في السيطرة على المعلومات أي أنها تجعل من إمكانية احتكار المعلومات من أي هيئة أو منظمة مهما كانت قوتها ومركزها ضعيفة، حيث تجعل فرصة الحصول على المعلومات متساوية أمام الأفراد والمنظمات.¹⁵

ولعل امتزاج المعرفة العلمية للأشخاص في إطار رأس المال الفكري مع ما يوفره اقتصاد المعرفة من تكنولوجيا لذلك هو كفيل بحصول منظمات الأعمال والمؤسسات المصرفية على ميزة تنافسية تستطيع من خلالها

¹⁵ عبد الله قلش، تكنولوجيا المعلومات والاتصال واقتصاد المعرفة، الملتقى الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهماتها في

تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة الشلف، 04-05 ديسمبر 2007، ص ص 13-15.

الصمود أمام المنافسة، وسوف يتم الإشارة إلى ذلك أدناه بعد استعراض أهم مصادر الميزة التنافسية للمؤسسات المصرفية في ظل اقتصاد المعرفة.

3. مصادر الميزة التنافسية في المؤسسات المصرفية:

لقد أصبحت المؤسسات المصرفية تواجه تحديات داخلية وخارجية عديدة نتجت عن التغير المستمر والسرير الذي يشهده العالم في كافة المجالات، فقد أدى بروز ظاهرة العولمة وآثارها المتزايدة على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي والثقافي، والمنافسة الدولية وتحرير التجارة وزيادة التطورات المتعلقة بالاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والانترنت إلى تحويل العالم الواسع إلى قرية صغيرة كل جزء منها متصل بالآخر، وانكشفت الأسواق أمام العملاء وزادت اختياراتهم في اقتناء المنتجات والخدمات، وهكذا غدت المؤسسات المصرفية تعيش في بيئة جديدة مليئة بالفرص والتحديات في الوقت ذاته مما استلزم عليها التفكير في سبل تساعدها على المنافسة وتحسن من أدائها، وتعتبر الجودة الشاملة واحدة من أهم المداخل التي تميز منظمة أعمال عن غيرها من المنظمات المماثلة فهي بمثابة أحد الحلول المتميزة لتحسين قدرة المؤسسات المصرفية على مواجهة الأسواق العالمية والمحلية، والرفع من مستوى أدائها عبر تحسين أسلوب إدارتها وعملها، وتحسين جودة منتجاتها وخدماتها.

1.3. مفهوم الميزة التنافسية وشروط فعاليتها:

لم يظهر مفهوم الميزة التنافسية صدفة وإنما هو نتاج التحول في مفهوم الميزة النسبية بسبب التحولات التي شهدتها العالم ولا يزال على جميع الأصعدة. فقد كان مفهوم الميزة النسبية حجر الزاوية في تحديد مسار التجارة الدولية ومجالات التخصص وتقسيم العمل بالنسبة للمؤسسات والدول على حد سواء، ومنذ كتابات "RICARDO" وحتى عهد قريب كان هذا هو المفهوم السائد بين الاقتصاديين ورجال الأعمال.¹⁶

وفي أواخر السبعينيات من القرن الماضي ظهر مفهوم جديد للميزة التنافسية فأصبحت تنشأ " بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرائق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا. وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع"، كما أصبحت تعرف على: "أما ميزة أو عنصر تفوق المؤسسة يتم تحقيقه في حالة إتباعها لإستراتيجية معينة للتنافس".¹⁷

¹⁶ وفي هذا الإطار يقصد بالميزة التنافسية قدرة الدولة على إنتاج سلع وخدمات وتصديرها في الأسواق العالمية دون توفر لها مزايا طبيعية أو مناخية ولكن بسبب التفوق التكنولوجي. أما الميزة النسبية فهي توفر مزايا للدولة إلا أنها لا تساعدها على المنافسة في الأسواق العالمية بسبب انخفاض الجودة وارتفاع التكلفة أو غياب التكنولوجيا. للمزيد انظر: زايري بلقاسم، اقتصاديات التجارة الدولية، دار الأديب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، وهران-الجزائر، 2006، ص 61 وما بعدها.

¹⁷ نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 1998، ص 37.

وحتى تكون الميزة التنافسية فعالة يتم الاستناد إلى الشروط الآتية:

- حاسمة، أي تعطي الأسبقية والتفوق على المنافس؛
- الاستمرارية، بمعنى يمكن أن تستمر خلال الزمن؛
- إمكانية الدفاع عنها، أي يصعب على المنافس محاكاتها أو إلغائها.¹⁸

2.3. مصادر الميزة التنافسية في المؤسسات المصرفية:

تتعدد مصادر الميزة التنافسية بالنسبة للمؤسسات المصرفية التي تتنافس فيما بينها على حصة السوق، أو على تحقيق ربحية ومرتبة أكبر، أو جلب عملاء جدد، مما يتطلب استغلال فرص جديدة متاحة في المحيط الخارجي والداخلي للمؤسسة.

ويتطلب تحقيق التمايز في المؤسسة المصرفية رفع مستوى أدائها وجودة منتجاتها وخدماتها من خلال التركيز على مجموعة من العناصر من أهمها مايلي:¹⁹

1.2.3. إدخال التكنولوجيا الحديثة:

تعتبر التكنولوجيا من أهم العناصر التي يمكن إدخالها إلى المؤسسة المصرفية لتحقيق الجودة كميزة تنافسية. حيث يمكن إحداث التطور عبر تصميم منتجات أو خدمات جديدة وكذلك تكنولوجيا جديدة. وتساعد التكنولوجيا المؤسسة المصرفية على القيام بالعمليات التالية:

- تسهيل العمليات المصرفية وتقليل الأخطاء؛
- تدفق نتائج البحث والتطوير ومساعدة البنك على خلق وإبداع منتجات وخدمات جديدة أو تطوير المنتجات الحالية؛
- القيام بدراسة السوق لمعرفة احتياجات ومتطلبات العملاء؛
- تحديد العمليات والمهام المختلفة؛
- تراكم الخبرة في التكنولوجيا مما يؤدي إلى زيادة حجم العمليات المصرفية وتحسين نوعيتها.

2.2.3. الضغط على التكاليف:

حيث يعتبر "شومبتير"²⁰ التطور على أنه مزج عناصر الإنتاج بطريقة مختلفة، وذلك بواسطة الإبداع. حيث يمكن تحقيق التمايز عبر التقليل أو الضغط على تكاليف الإنتاج، ويمكن تحقيق ذلك عبر:

¹⁸ عمار بوشناف، الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002، ص 17.

¹⁹ حمداوي وسيلة، الجودة ميزة تنافسية في البنوك التجارية، دار النشر لجامعة قالمة، 2009، ص 137 وما بعدها.

²⁰ Y. Choumpeter : Théorie du développement économique, Edition progrès, Moscou, 1982.

- الإنتاج بأدنى كلفة من خلال تنظيم المهام وتوزيعها بطريقة متناسقة وملائمة (تحقيق التوافق بين الأشخاص والوظائف)؛
- تحسين نوعية العمليات عبر تبسيطها ونزع التكرار فيها؛
- تحقيق أعلى إنتاجية عمل عبر تكوين الأشخاص وتحفيزهم؛
- الاهتمام بالمهام التي لها صلة مباشرة بالعملاء.

3.2.3. إدخال التقنيات الحديثة في التسويق:

إن وظيفة التسويق هي التي تحدد احتياجات ومتطلبات العملاء عبر القيام بدراسة السوق، والجودة وهي تسعى للإجابة على هذه المتطلبات بطريقة ملائمة لما يتطلبه العميل حتى يتم تحقيق الرضا والولاء من طرف العميل، ومن أهم الأهداف المنتظرة من وظيفة التسويق ما يلي:

- دقة الاستجابة لطلبات العميل؛
- الاستجابة السريعة والملائمة للعملاء؛
- تسعير الخدمات المتاحة بشكل ملائم؛
- إدخال منتجات وخدمات جديدة وخلق الطلب عليها؛
- تسهيل إمكانية اتصال العميل بالمؤسسة المصرفية.

4.2.3. تطوير الموارد البشرية:

حيث تؤكد الكثير من الدراسات أن خلق المعارف يعتبر من أهم العوامل التي تمكن منظمات الأعمال من تحقيق الميزة التنافسية. ويعتبر الذكاء الاقتصادي كعملية أساسية لخلق المعارف عبر تصميم مختلف النماذج التي يمكن أن تحتّم بذلك.

5.2.3. تطوير القدرات التنظيمية والإدارية:

إن تطوير الهياكل التنظيمية المناسبة والأساليب الإدارية الملائمة ووضع النظم التي تنسق المعلومات والمعارف... إلى غير ذلك، لا يكفي لإدخال التغيير الجذري المناسب فاختيار القيادة التي لها القدرات اللازمة لإحداث التغيير أمراً ضرورياً. ويتم ذلك من خلال اختيار الكفاءات التي لها المعرفة والخبرة اللازمة والقدرة على التكيف وإدارة التغيير.

ومن أهم المواصفات التي يجب أن تتوفر لدى المديرين في المؤسسات المصرفية في العصر الحالي:

- القدرة على الخلق والإبداع والقدرة على التنبؤ بالتغيرات في المحيط الخارجي والتكيف معها؛
- القدرة على الوقوف اتجاه المخاطر؛
- القدرة على تحويل الأفكار إلى فرص ناجحة.

ويقتضي خلق الميزة التنافسية أو تطويرها في المؤسسة المصرفية من خلال مدخل رأس المال الفكري بالإضافة إلى إدخال التكنولوجيا الحديثة والضغط على التكاليف وتطوير العمليات التسويقية وتطوير القدرات التنظيمية والإدارية، البحث على تقنيات أو أساليب أو ممارسات جديدة في العمل، والقيام بذلك يتطلب إدخال تغيير شامل يهدف إلى تحقيق تطور متكامل في مختلف مجالات عمل المؤسسات المصرفية.

4. رأس المال الفكري كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسات المصرفية في ظل اقتصاد المعرفة:

تبعاً لدخول المصارف ألفية جديدة أصبح لازماً عليها إيجاد تصور جديد لمستوى الأداء المطلوب من الموارد البشرية (رأس المال الفكري)، وبالتالي لا بد من تركيز جل اهتمامها على نوعية العاملين لديها ومستوى أدائهم وكفاءتهم بتنمية قدراتهم وتعزيز روح المبادرة لديهم.

1.4. أهمية رأس المال الفكري النوعي في المؤسسات المصرفية:

إن للموارد البشرية أهمية استثنائية في عمل النشاطات الاقتصادية للمؤسسات المصرفية، وتنميتها وتطويرها وبالذات في ظل اقتصاد المعرفة، ذلك لأن الموارد البشرية هي التي تؤدي الدور الإيجابي الوحيد في القيام بذلك. ويمكن التأكيد على دور الإنسان في القيام بالنشاطات الاقتصادية عموماً والنشاطات الإنتاجية خصوصاً، وبالذات عندما تتطور نوعية الإنسان بتوفير المعلومات والمعارف والمهارات له عن طريق التعليم الذي يسهم في ذلك، هذا الدور الذي يتأكد من خلال ما يلي:²¹

- تجربة الدول المتقدمة في مسار تطورها التاريخي تثبت أن التطور النوعي لمواردها البشرية، ومن خلال تطورها تعليمياً وثقافياً واجتماعياً، كان أساساً وسابقاً لتطور نشاطاتها الاقتصادية؛
- إن التطور المستمر والمتسارع في مضامين التطور ومعطياته في الدول المتقدمة يستند على التطور في نوعية الموارد البشرية من خلال تطور التعليم والبحث العلمي والتطوير التكنولوجي، وبالذات من خلال تطور التقنيات المتقدمة في المجالات المختلفة، والتي يتضمنها اقتصاد المعرفة والارتباط مع تقنيات المعلومات والاتصالات والحاسوب والانترنت وغيرها؛
- إن تجربة الدول التي تعرضت منشأها الاقتصادية والاجتماعية للدمار في الحرب العالمية الثانية وكذلك رأس مالها المادي، تثبت أهمية مواردها البشرية في إعادة تعمير ما دمرته الحرب؛

²¹ بداوي مصطفى وغردي محمد، الاستراتيجية التنموية للكفاءة البشرية في المؤسسات المصرفية في ظل اقتصاد المعرفة، المنتدى الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة الشلف، 04-05 ديسمبر 2007،

- تجربة الدول المتقدمة التي استطاعت تحقيق التطور والتقدم فيها دون أن تتوفر لديها القدر الكافي من الموارد الطبيعية، تثبت هي الأخرى وتؤكد أهمية الموارد البشرية، ودورها الحاسم في عمل الاقتصاد وتطوره .

2.4. الرأس المال الفكري كميزة تنافسية في المؤسسات المصرفية:

حاولت العديد من الدراسات أن تربط بين الرأسمال الفكري والميزة التنافسية على نحو متباين من حيث المقاييس والنتائج، فقد وجد "Stewart" أن الموارد الفكرية تعد أهم موارد المؤسسة وأن استثمار القدرة العقلية والعمل على تعزيزها وتسييرها بشكل فعال يحقق الأداء الفكري المؤدي إلى التفوق التنافسي من خلال تحويل القيمة المهيمنة المتاحة في عقول العاملين بالمؤسسة وولاء الزبائن والنظم والمعرفة الجماعية. وقد بين "Pfeiffer" أن البيئة التنافسية الجديدة سريعة التغير، وأن شدة المنافسة تتغير أذواق الزبائن وتعدد حاجاتهم مازالت تدفع بالمؤسسات إلى تحسين أدائها وبالتالي تحسين إنتاجيتها وجودة منتجاتها عن طريق الابتكار وتطوير الوظائف والعمليات من خلال توظيف رأسمالها الفكري وهذا ما يؤكد على دوره المحوري في تعزيز أداء المؤسسة ومميزاتها التنافسية، إذ ينظر إلى الموجودات الفكرية كمصدر لإنشاء القيمة.²² كما يرى "gwan" أن القيمة الحقيقية للمؤسسة تكمن في رأسمالها الفكري وقدرة توظيفها للمعرفة الكامنة فيه وتحويلها إلى تطبيقات تحقق الأداء العالي وبالتالي تحسين قدرتها التنافسية، بينما أشار "youndt" إلى أن التسيير الفعال للرأسمال الفكري محدد أساسي لنجاح المؤسسة المصرفية، وبالتالي يتطلب الأمر من المؤسسات الراغبة في التفوق التنافسي أن تحسن الاستثمار في موجوداتها الفكرية، وقدرة جذب الكفاءات ذات القدرات والمهارات التي تفوق ما لدى المنافسين، وبالتالي فإن المطلوب من العاملين الانتقال من العمل التقليدي ذي المسؤوليات محددة التنفيذ إلى العمل المعرفي، بحيث تتوسع مسؤولياتهم لمجموعة أوسع من النشاطات.²³

وحسب "Miller" فإن المعرفة والذكاء هم الموجودات الفكرية الأساسية لدى أي مؤسسة مصرفية وهما اللذان يؤثران على الأداء الكلي للمؤسسة، ويرى أيضا أن نجاح المؤسسة يعتمد على مدى استثمارها للقدرات العقلية، فالذكاء هو المادة الخام الرئيسية لما يتم إنتاجه وبيعه حيث أن القيمة الحقيقية للمؤسسة تتوقف على قدرة التعلم ونقل المعرفة الجديدة ووضعها حيز التطبيق، هذا ما يؤدي إلى تعزيز الرأسمال الفكري وبالتالي

²² محمد حباينة، دور الرأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في

العلوم الاقتصادية، تخصص: إدارة أعمال، جامعة البليدة 2006-2007، ص 63.

²³ سعد العنزي، أثر رأس المال الفكري في أداء المؤسسة، مجلة العلوم الاقتصادية والعلوم الإدارية، جامعة بغداد العدد 28، 2001،

ص 161.

ضمان الأداء المتفوق.²⁴**3.4. أهمية ومتطلبات التسيير الاستراتيجي لرأس المال الفكري في المؤسسات المصرفية:**

تزداد الحاجة إلى الاهتمام بالتسيير الاستراتيجي لرأس المال الفكري في المؤسسات الاقتصادية المصرفية، بسبب أولا ازدياد الوعي بأهمية الموارد البشرية كأصل أساسي من أصول المؤسسة، فالمؤسسات المصرفية بحاجة إلى ابتكارات وجودة شاملة فر لها ميزة تنافسية، وهو ما تمتلكه وتصنعه الكفاءات البشرية، مما زاد من أهمية التركيز عليها مقارنة بأصول المؤسسة المالية والتكنولوجية، وثانيا بفضل زيادة الحاجة إلى كفاءات تحسن استخدام تكنولوجيا المعلومات، فالمؤسسات في ظل العولمة لا تعاني من فقر في المعلومات، بل صعوبة تشغيلها، وتحليلها، وتوظيف الكميات الضخمة والسائلة منه، بسبب سرعة تغير البيئة التنافسية "لذلك يجب النظر إلى الأصول البشرية على أنها أصول إستراتيجية يجب تسييرها بعناية فائقة وأن تكون جزءا أساسيا ومكملا للتسيير الاستراتيجي، ويعتمد نجاح المؤسسة في تحقيق أهدافها إلى جانب تسييرها للأصول الأخرى على حسن تسييرها للموارد البشرية.

وتتجلى أهمية التسيير الاستراتيجي لرأس المال الفكري في المؤسسات الاقتصادية المصرفية، بسبب تحديات البيئة الداخلية ومنها اتجاهات العاملين السلبية المؤثرة على تطوير الأداء التنافسي ومنها:²⁵

- انخفاض رضا الأفراد عن الأجور والمزايا الممنوحة لعدم قدرتها على تلبية الاحتياجات الضرورية؛
- شعور الأفراد بقلّة المعلومات المتاحة لهم في بيئة العمل واللازمة لتنمية مهاراتهم وتحسين أدائهم؛
- الشعور المتزايد للأفراد بعدم الأمان الوظيفي بسبب نقص المهارات نتيجة استخدام تكنولوجيا المعلومات؛
- الاعتقاد المتزايد للأفراد بعدم استغلال وتوظيف قدراتهم بشكل كامل وفعال؛
- شعور الأفراد بعدم وضوح وعدالة تطبيق معايير تقييم أدائهم، وعدم ارتباط الأداء المتميز بالحوافز المكافئة؛
- الطلب المتزايد من العاملين للمشاركة الفعالة في تقديم الاقتراحات، واتخاذ القرارات المرتبطة بعملهم وأدائهم؛
- الطلب الأجنبي الكبير على العمالة المتخصصة من قبل المؤسسات دولية النشاط، وتقديمها إغراءات كبيرة لاستقطابهم نحو الخارج.

²⁴ سملاي بخضية، تسيير المعرفة وتحسين الأداء التنافسي للمؤسسة الاقتصادية، مؤتمر دولي حول الأداء المتميز للمؤسسات والحكومات

جامعة ورقلة، الجزائر 08 و 09 مارس، 2005، ص 2.

²⁵ بدوي مصطفى وغردي محمد، مرجع سبق ذكره، ص ص 13-14. (بتصرف)

- كما تتوقف قدرة المؤسسات الاقتصادية على تبني الاتجاه الاستراتيجي في تسيير مواردها البشرية، على إمكانية تطوير بيئة داخلية تحقق ما يلي:
- أن تكون الموارد البشرية عنصراً أساسياً ضمن القرارات الإستراتيجية والتشغيلية؛
 - ضرورة ارتباط القرارات المتعلقة بالموارد البشرية باحتياجات الأداء الفعلي؛
 - التكامل بين الموارد البشرية وبقية الموارد المالية والتكنولوجية؛
 - تكامل سياسات الموارد البشرية (الاستقطاب، والتدريب، والتجهيز... الخ) وتدعيم بعضها.

خاتمة:

أصبح رأس المال الفكري في الفترة الحالية بمثابة مفتاح الإدارة الإستراتيجية المحدد للتنمية، وعندما تحدث الفجوة بين رأس المال الفكري وباقي رؤوس الأموال فلا بد أن ينصب الاهتمام على البشر إعداداً وتدريباً وتعميقاً للخبرة ودعماً للقدرة الإدارية، وحين يتكامل الإعداد البشري يصبح من السهل زيادة القدرة التنموية في استخدام باقي رؤوس الأموال أفضل استخدام، لذا فإن الدولة الناشطة في مجال التنمية تضع أمامها هدفاً استراتيجياً هو تطوير كفايات رأس المال البشري.

إن تكوين رأس المال الفكري وتنميته ضرورة حضارية تفرضها متطلبات العصر ولا يمكن تصور مجتمع متقدم في إمكاناته الإنتاجية فقيراً في كفاءة رأس المال البشري العائد له أو العكس. و تتماز بيئة العمل المصرفي كما أشارت الدراسة بالتغير بصورة دائمة مما يضع إدارة المصارف أمام تحد دائم باتجاه التكيف مع المستجدات في هذه البيئة، وهذا الأمر لا يتم إلا إذا امتلكت هذه المصارف الأطر البشرية المؤهلة وتوفير ثقافة منتظمة تمتاز بالإبداع والابتكار مما يكسبها ميزة تنافسية أمام المنافسة، وعلى ضوء ما سبق يمكن تقديم الاقتراحات والتوصيات التالية:

- ضرورة الاهتمام بموضوع الموجودات المعرفية والفكرية والتوسع في الدراسات والبحوث المتعلقة بها بالشكل الذي يمكن من استثمار تلك الموجودات استثماراً يسهم في تعظيم الموجودات المادية؛
- السعي على عدم التفريط في رأس المال الفكري، لأنه يمثل ثروة كبيرة لها تسهم في زيادة قيمتها السوقية؛
- العمل على تشجيع العاملين في المصارف على تنمية قدراتهم ومهاراتهم الشخصية، وإفساح المجال أمامهم للابتكار والإبداع؛
- ضرورة تنشيط عملية استقطاب وصناعة رأس المال الفكري وإدامته في المؤسسات المصرفية؛

- زيادة الفرص الابتكارية والإبداعية التي من شأنها تطوير خدمات مصرفية من خلال تنشيط خبراتها مع الخبرات الأكاديمية للجامعات؛
- تأسيس وحدة تنظيمية في المؤسسات المصرفية باسم (إدارة المعرفة) هدفها تنظيم مدخلات؛
- وعمليات ومخرجات رأس المال الفكري.

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

المؤلفات:

1. حمداوي وسيلة، الجودة ميزة تنافسية في البنوك التجارية، مديرية النشر لجامعة قلمة، 2009.
2. زايري بلقاسم، اقتصاديات التجارة الدولية، دار الأديب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، وهران-الجزائر، 2006
3. سعد على العنزي وأحمد علي صالح، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009
4. عبد الرحمان الهاشمي، فايزة محمد العزاوي، المنهج والاقتصاد المعرفي، دار السيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، 2007.
5. فيلح حسن خلف، اقتصاد المعرفة، عالم الكتاب الحديث، جدار للكتاب العالمي، الطبعة الأولى 2007
6. محسن أحمد الحضري، اقتصاد المعرفة، مدينة القاهرة، مجموعة النيل العربية، الطبعة الأولى 2001
7. نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 1998
8. نجم عبود نجم، إدارة المعرفة المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية 2008

مذكرات تخرج ومقالات:

9. أحمد السيد كردى، أهمية رأس المال الفكري، بحث مقدم لقسم إدارة أعمال، جامعة بنها، 2010م
- لوحظ على الموقع الالكتروني موسوعة الإسلام والتنمية:

<http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/topics/67675/posts/189386>

10. سعد العنزي، أثر رأس المال الفكري في أداء المؤسسة، مجلة العلوم الاقتصادية والعلوم الإدارية،

جامعة بغداد ، العدد 28، 2001

11. عمار بوشناف، الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في

علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002

12. محمد حباينة، دور الرأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة ، مذكرة تدخل ضمن

متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص: إدارة أعمال، جامعة البليدة 2006-

2007

مداخلات:

13. بداوي مصطفى وغردي محمد، الإستراتيجية التنموية للكفاءة البشرية في المؤسسات المصرفية في

ظل اقتصاد المعرفة، الملتقى الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين

المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة الشلف، 04-05 ديسمبر 2007.

14. سملاي يخضية ، تسيير المعرفة وتحسين الأداء التنافسي للمؤسسة الاقتصادية ، مؤتمر دولي حول

الأداء المتميز للمؤسسات والحكومات جامعة ورقلة ، الجزائر 08 و 09 مارس، 2005

15. عبد الله قلش، تكنولوجيا المعلومات والاتصال واقتصاد المعرفة، الملتقى الدولي الثاني حول المعرفة

في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة الشلف، 04-05

ديسمبر 2007.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Brooking, A, 1997-**Intellectual Capital**· London, International Thomson Business Press
2. Edvinsson, L, and Malone, M.S.,1997- **Intellectual Capital**, New York, Harper Business
3. Xera, I, A., 2001- **A Framework to Audit Intellectual capital**, Journal of Knowledge Management Practice, August
4. Y.Choumpeter : **Théorie du développement économique**, Edition progrès, Moscou, 1982.

آثار السياحة البيئية على التنمية المستدامة في الجزائر

أ. رقية ملاحي

أستاذة مساعدة (أ) ، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

- جامعة مستغانم

ملخص:

تهدف الدراسة إلى إبراز معنى ومفهوم السياحة البيئية والتنمية السياحية المستدامة ومتطلبات تطبيقها، وذلك بغرض الوصول إلى معايير التنمية السياحية المستدامة التي من خلالها يمكن تقويم تجارب التنمية السياحية؛ وصف الوضع الراهن للسياحة البيئية في الجزائر.

وقد توصلنا من خلال النتائج إلى أن مفهوم التنمية السياحية ليس حالة ثابتة من التوازن بين تحقيق الفوائد الاقتصادية وبين حماية البيئة، بحيث أن مفهوم أفضل ممارسة بيئية قد يختلف من منطقة لأخرى من منطلق اختلاف مشكلات وظروف التنمية في كل منطقة، الأمر الذي يترتب عليه اختلاف مفهوم التنمية السياحية المستدامة.

الكلمات المفتاحية: السياحة، البيئة، السياحة البيئية، التنمية السياحية المستدامة.

Abstract:

The purpose behind this article show the concept of eco-tourism and sustainable tourism development and application requirements, in order to reach standards of sustainable tourism development by which they can evaluate the experiences of tourism development; describe the current status of eco-tourism in Algeria.

And may study found that the concept of tourism development is not a static state of equilibrium between economic benefits and environmental protection, so that the concept of best environmental practice may vary from one region to another in terms of the different problems and development conditions in each region, which would result in a difference the concept of sustainable tourism development.

مقدمة:

لقد أدركت العديد من الدول بأن السياحة في القرن الحالي ستكون أكبر صناعة في العالم، ويمكن إبراز دور السياحة في تحفيز النشاط الاقتصادي من خلال دراسة الآثار الاقتصادية للسياحة على بعض متغيرات الاقتصاد الوطني منها: التشغيل، ميزان المدفوعات، تشكيل الدخل الوطني وإعادة توزيعه والتضخم؛ فعلى سبيل المثال فقد كان متوسط مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في مصر 1.7% بين سنتي 1991/ 1996، بينما بلغت هذه النسبة في المملكة المتحدة 3.8% سنة 1993، وفي النمسا 7.4% سنة 1975، وفي اليابان 5.1%، وفي اسبانيا 3.4%، وفي سويسرا 3.0%، وفي كندا 5.0% سنة 1976؛ في حين كان متوسط مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي بين سنتي 1991 و 2001 في كل من تونس، الجزائر والمملكة المغربية 7.5% و 0.14% و 5.4% على الترتيب.¹

وعلى الصعيد البيئي تعتبر السياحة عاملاً جاذباً للسياح وإشباع رغبتهم من حيث زيارة الأماكن الطبيعية المختلفة والتعرف على تضاريسها وعلى نباتاتها والحياة الفطرية، بالإضافة إلى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها.

وفي الجزائر وبالأخص في ولاية مستغانم لا تزال صناعة السياحة تواجه الكثير من الصعوبات التي حالت حتى الآن دون وصولها إلى المستوى المطلوب الذي يلاءم ما تمتلكه الولاية من المقومات الكثيرة التي تجعل منها ولاية رائدة في مجال السياحة ومقصد سياحي محلي ودولي، وذلك لأنها لم تحتل في الماضي موقعها المطلوب كصناعة ذات أولوية، كما أنه لا توجد إستراتيجية واضحة ومتكاملة للنهوض بهذه الصناعة، مما انعكس سلباً على تقديم منتج سياحي متكامل ومتنوع وغني بالأنشطة السياحية الملائمة للمقومات السياحية الموجودة في الولاية.

ومن أبرز المشاكل التي تواجهها الولاية عدم وجود وعي ثقافي لدى المجتمع المحلي كذلك عدم دراية القائمين على العمل السياحي بأهمية عوامل الجذب بالولاية، والنمو الصناعي الذي صاحبه التلوث بمختلف أنواعه وخاصة تلوث مياه البحر بسبب القاء مخلفات المصانع بها، صعوبة التمييز والفصل بين المواقع الأثرية ومسكن الأهالي المجاورة، وقلق لساحات الخضراء لا تتناسب مع حجم السكان و كذا مشكلة الموسمية.²

وانطلاقاً من هذا الطرح تبرز مشكلة البحث الممكن صياغتها كالآتي: ما دور السياحة البيئية في تحقيق

التنمية المستدامة بالجزائر ؟

¹ محمد إبراهيم عرقى، "الأداء السياحي في مصر في وضع مقارن بالأداء السياحي الدولي"، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، العدد الأول، يناير،

1998، كلية التجارة، جامعة عين شمس، القاهرة، ص 7.

² مديرية السياحة لولاية مستغانم.

هدف الدراسة: يهدف البحث إلى ما يلي:

- إبراز معنى ومفهوم السياحة البيئية والتنمية السياحية المستدامة ومتطلبات تطبيقها، وذلك بغرض الوصول إلى معايير التنمية السياحية المستدامة التي من خلالها يمكن تقويم تجارب التنمية السياحية؛
- وصف الوضع الراهن للسياحة البيئية في الجزائر؛
- عرض دراسة حالة ولاية مستغانم.

1. السياحة والتنمية المستدامة:

يعتبر أهم المراجع التي تطرقت الى مفهوم التنمية المستدامة هو "مستقبلنا المشترك" وهي الوثيقة الصادرة عن المؤتمر العالمي للبيئة والتنمية الذي انعقد في "استكهولم" بـسويدا عام 1987، وفي هذه الوثيقة نجد التهميش للدور الذي تلعبه السياحة، حيث لم يتم التطرق بالحديث عن السياحة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة.³ ولقد تم تقديم المبادئ الاساسية والخطوط العريضة لتبني مفهوم الاستدامة في صناعة السياحة من خلال الوثيقة الصادرة عن المؤتمر العالمي الذي انعقد في Lanzarote بجزر كنارى باسبانيا عام 1995، أما التبنى الفعلي فكان من خلال قمة الارض التي انعقدت في نيويورك بالولايات المتحدة الامريكية عام 1997.⁴

1.1 مفهوم التنمية السياحية المستدامة:

تعرف التنمية السياحية المستدامة والمتوازنة بأنها تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة علمية كاملة، و مخطط داخل اطار التخطيط المتكامل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية داخل الوطن ككل أو داخل أي اقليم من الدولة، تتجمع فيه مقومات التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية أو أيهما.⁵ وعرف الاتحاد الاوروي للبيئة والمنتزهات القومية في عام 1993 التنمية السياحية المستدامة على انها: نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية.⁶

ويذكر Cooper & Archer في عام 1993 أن التنمية السياحية المستدامة هي المحور الاساسي في اعادة تقويم السياحة المستدامة، على أنها التنمية التي تقابل وتشجع احتياجات السياح والمجتمعات المضيفة الحالية، وضمان استفادة الأجيال المستقبلية؛ كما أنها التنمية التي تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الاقتصادية

³ Wahab S. and Pigram J.J., **Tourisme Development and Growt : the challange of Sustainability**, First edition, Routledge, London, HK, 1992, p33.

⁴ Holden A, **Environment and Tourisme**, First edition, Routledge, London, UK, 2000, p 165 .

⁵ عبد الوهاب صلاح الدين، التنمية السياحية، مطبعة زهران، القاهرة، ط1، 1991، ص 82.

⁶ Eman Helmy, **Towards Sustainable Planing for Tourism Development : Case Study on Egypt, An International Sustainble Development in Emerging Markets : Sustainable Development Forum**, George Washington University, Alexandria, Egypt, January 8-9, 1999, p58.

والاجتماعية والجمالية، مع الابقاء على الوحدة الثقافية واستمرارية العمليات الأيكولوجية والتنوع البيولوجي، ومقومات الحياة الأساسية.⁷

الجدول رقم (01) يوضح المقارنة بين التنمية السياحية المستدامة والتنمية السياحية التقليدية

التنمية السياحية التقليدية	التنمية السياحية المستدامة
مفاهيم عامة	
تنمية سريعة	تنمية تتم على مراحل
ليس لها حدود	لها حدود، طاقة استيعابية معينة
قصيرة الأجل	طويلة الأجل
سياحة الكم	سياحة الكيف
ادارة عمليات التنمية من الخارج	ادارة عمليات التنمية عن طريق السكان المحليين
استراتيجيات التنمية	
تنمية بدون تخطيط	تخطيط أولا ثم تنمية بعد ذلك
تخطيط جزئي لقطاعات منفصلة	تخطيط كامل متكامل
التركيز على انشاء وحدات لقضاء الاجازات	مراعاة الشروط البيئية في البناء، تخطيط الأرض
مباني حضرية تقليدية	أنماط معمارية محلية
برامج خطط لمشروعات	برامج خطط مبنية على مفهوم الاستدامة
مواصفات السائح	
مجموعات أعداد كثيفة من السياح	حركة أفراد، مجموعات صغيرة
فترات الإقامة قصيرة	فترات إقامة طويلة
ضوضاء، أصوات مزعجة	رزانة، هدوء في الأداء
في الغالب زيارة واحدة للمكان	احتمال تكرار الزيارة مرة أخرى للمكان
مستويات ثقافية مختلفة	مستوى عالي من الثقافة، التعليم

المصدر: عطا الله فاروق عبد النبي حسانين، التنمية السياحية المستدامة: دراسة تقويمية لبعض معايير التخطيط بقطاع الغردقة سفاجا، مذكرة ماجستير، كلية السياحة والفنادق، جامعة القاهرة، فرع الفيوم، 2003، ص 62.

⁷ World Tourism Organization, **sustainable Tourisme Developement : Guide for Local Planners**, Madrid, Spain, 1993.

2.1. مبادئ وأهداف التنمية المستدامة: تتمثل أهمها في:⁸

- حماية البيئة وزيادة التقدير والاهتمام بالموارد الطبيعية والموروثات الثقافية للمجتمع؛
- مقابلة الاحتياجات الأساسية للعنصر البشري والارقاء بالمستويات المعيشية؛
- تحقيق العدالة على مستوى الجيل الواحد وكذلك بين الأجيال المختلفة من حيث الحق في الاستفادة من الموارد البيئية وتوزيع الدخل.....؛
- خلق فرص جديدة للاستثمار وبالتالي فرص العمل ودخول جديدة وتنوع الاقتصاد؛
- زيادة عوائد الحكومة من خلال فرض الضرائب في مختلف النشاطات السياحية؛
- تحسين النية الأساسية والخدمات العامة في المجتمعات المضيفة؛
- خلق أسواق جديدة للمنتجات المحلية؛
- الارقاء بمستوى تسهيلات الترفيه وإتاحتها للسياح والسكان المحليين على حد سواء؛
- الارقاء بالوعي البيئي والقضايا البيئية لدى السياح العاملين والمجتمعات المحلية؛
- مشاركة المجتمعات المحلية في اتخاذ قرارات التنمية السياحية وبالتالي خلق تنمية سياحية مبنية على المجتمع؛
- التشجيع على الاهتمام بتأثيرات السياحة على البيئة والمنظومة الثقافية للمقاصد السياحية؛
- إيجاد معايير للمحاسبة البيئية والرقابة على التأثيرات السلبية للسياحة؛
- الاستخدام الفعال للأرض وتخطيط المساحات الارضية بما يتناسب مع البيئة المحيطة.

3.1. أساليب تطبيق مبادئ ومعايير التنمية السياحية المستدامة:

- تشير الأدبيات إلى أن النظريات فلسفات السياحة المستدامة تظل على هيئة لمسلمات إذا لم تعطي أو توفر مقومات تطبيقها عند تنفيذ مخططات التنمية السياحية.⁹
- وعلى الرغم من الصعوبات التي تواجه تطبيق التنمية السياحية المستدامة، إلا أنه لا يوجد خلاف على أهمية تبني مبادئ الاستخدام لإدارة وحماية الموارد الطبيعية.¹⁰ فإقتصاديات السوق لا تحقق بطبيعتها الاستخدام ومن الأهمية بمكان تبني أدوات لتحقيقها.¹¹

⁸ Eraqi M. I, **Eco-TOURISME Resources Management : a case Study of the Red Sea Coast of Egypt**, An International Sustainable Development in Emerging Markets : Sustainable Development Forum, George Washington University, Alexandria, Egypt, January 8-9, 2003, p173.

⁹ Gunn C.A, and Var T, **Tourism Planing**, Fourth edition, Routledge, New York, USA, 2002, p463.

كما أن العامل الأساسي في نجاح التنمية السياحية في المستقبل هو قدرة الأجهزة والمنظمات القائمة على النشاط السياحي في التكيف مع التغير باعتباره حقيقة حتمية لأي نشاط إنساني بالأسلوب الذي يحقق الاستدامة بمختلف أنواعه.¹²

و يعتمد مفهوم أفضل ممارسة لإدارة بيئية بمثابة الأسلوب الأمثل للاستجابة للتغيير وما يتطلبه من إعادة هيكلة للعمليات المختلفة كما أنه يعتبر الإطار الشامل الذي يقدم المعايير البيئية والارتقاء بمستوى التخطيط والتنمية في المناطق السياحية.¹³

ويهدف مفهوم أفضل ممارسة لإدارة البيئية إلى:

- الاستخدام الرشيد للموارد الطبيعية مثل الأرض والتربة والطاقة والمياه وغيرها؛
- العمل على خفض نسب التلوث بأشكاله المختلفة، الصلبة والسائلة والغازية؛
- الحفاظ على التنوع البيولوجي من خلال حماية النباتات والحيوانات والنظام الأيكولوجي والحفاظ على المناطق ذات الحساسية العالية؛
- الحفاظ على التراث الثقافي بأشكاله المختلفة من عادات وتقاليد وتراث معماري وغيرها مع العمل على تكامل الثقافات المحلية؛
- المشاركة المحلية لكافة طوائف المجتمع في عمليات التنمية؛
- استخدام العمالة والمنتجات المحلية؛
- التقليل من المواد الكيماوية الملوثة للتربة؛
- وضع سياسة تراعي الشروط البيئية في كافة مراحل التنمية السياحية؛
- الأخذ بالاعتبار شكاوي السائحين.

وهناك مراحل عديدة لمفهوم أفضل ممارسة لإدارة البيئة وهي:¹⁴

- المدخل الاقتصادي: مثل فرض مبالغ نقدية وغرامات على المنشآت التي تلوث البيئة؛

¹⁰ Pearson C.S, **Economics and the Global Environment**, First edition, Cambridge University Press, Cambridge, UK, 2000, p 463.

¹¹ Theobald W.F, **Global Tourism**, second edition, Butterworth Heinemann, Oxford, HK, 1998, p361 .

¹² Wahab S. and Pigram J .J , **Tourisme Development and Growth : the challenge of Sustainability**, First edition, Routledge, London, HK, 1992, p27.

¹³ Webster K, **Environmental Management in the Hospitality Industry**, First edition, Cromwell Press LTD, London, UK, 2000, p217.

¹⁴ Aronssont L, **The Development of Sustainable Tourism**, First edition, Bass Press, London, UK, 2000, p 174 .

- المدخل القانوني والإداري: التشريعات والتعليمات المتعلقة باستخدام الموارد السياحية فضلا عن توفير الهيكل الإداري الذي يحقق ذلك؛
 - مدخل فني: استخدام التكنولوجيا الصديقة للبيئة في إدارة العمليات السياحية؛
 - مدخل ثقافي: مثل قياس اتجاهات المجتمعات المضيفة تجاه السياحة.
- مما تقدم يتضح أن مفهوم أفضل ممارسة لإدارة بيئة يعتبر الطريقة المثلى لبقاء المناطق السياحية في المنافسة بكفاءة مع المحافظة على الموارد الطبيعية، والتي تعتبر من عوامل الجذب الأساسية في السياحة.
- ويمكن القول بأن تبني أي مدخل من مداخل هذا المفهوم. الاقتصادي أو القانوني أو الإداري، أو الفني أو الثقافي. سوف يتوقف على مدى ملائمة للمرحلة التي تمر بها المنطقة السياحية في دورة حياة منطقة الجذب وأهداف التنمية فيها، وإن كانت الفاعلية تكمن في تبني أكثر من مدخل واحد في المنطقة السياحية الواحدة.
- ونظرا لأهمية الممارسات العلمية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، يتم فيما يلي عرض نماذج من أفضل الممارسات للإدارة البيئية في بعض مناطق العالم، وما تمثله من مداخل مختلفة للإدارة البيئية وبالتالي للتنمية السياحية المستدامة.

4.1. التنمية السياحية المستدامة من واقع التجارب العملية:

لدراسة الحالة العديد من المزايا يمكن إجمالها فيما يلي:

- تقديم أمثلة لقضايا معينة تتم مناقشتها؛
- تختبر المبادئ النظرية ومدى الالتزام بها في الممارسات العملية؛
- تساعد على تقويم الأدوات والأساليب والاستراتيجيات المختلفة التي يتبناها صناع القرار في عمليات التخطيط ووضع سياسات التنمية سواء كانت في الوقت الحالي أو في المستقبل.

1.4.1. تجربة غانا: 15

- المشكلة: عدم وجود استراتيجية شاملة للتنمية السياحية في غانا مناسبة للمجتمع المحلي.
- مفهوم التنمية السياحية المستدامة: التخطيط لتنمية سياحية تحافظ على التراث البيئي والتاريخي والثقافي في غانا.

¹⁵ Word Tourism Organization, **Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism : Supplementary Volume on Sub- Saharan Africa**, Madrid, Spain, 1999, pp 49- 51.

■ البرامج والاجراءات التي تم القيام بها:

- اعداد خطة للتنمية السياحية على المستوى القومي؛
- اعداد برامج عمل و خطة للتمويل المالي للتنمية السياحية؛
- تحديد مشروعات التنمية السياحية ذات الاولوية في التنفيذ واعداد دراسات الجدوى المختلفة لها؛
- القيام بالدراسات والابحاث الخاصة بتدريب العاملين بالأجهزة الحكومية العاملة في القطاع السياحي وأعماله؛
- تبني برنامج لحماية وصيانة القلاع والحصون التاريخية والتي يرجع تاريخها الى القرنين الخامس عشر والسادس عشر الميلاديين؛
- تخصيص مبالغ نقدية وفرض رسوم دخول الى المزارات السياحية للاتفاق على برنامج الحماية لهذه المناطق؛
- تنمية طريق العبيد السياحي، وتحويل مراكز بيع العبيد القديمة الى محطات ترانزيت توفر فرص عمل ودخول للمجتمع المحلي المحيط بهذه المراكز؛
- التخطيط والتنمية السياحية لمباني القرن التاسع عشر ذات الأهمية التاريخية؛
- برنامج لحماية الحياة البرية عن طرق إنشاء منتزهات قومية بوصفها محميات طبيعية مثل منتزه كاكوم القومي؛
- تنمية السياحة البيئية في غانا من خلال تصميم ثلاثة برامج والرحلات للسياحة البيئية في المناطق ذات الحساسية الخاصة؛
- تنمية مراكز الصناعات الحرفية المحلية في القرى يتم ادارتها بواسطة القرويين؛
- تنمية السياحة الريفية و سياحة المزارع.

■ النتائج التي توتبت على هذه التجربة:

- خلق فرص للعمالة ومزيد من الدخول عن طريق فرض رسوم للدخول الى الآثار والأماكن المحمية و كذلك من بيع التحف والتذكارات المحلية؛
- قامت الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية بمنح إعانات مالية بصفة منتظمة لتشجيع على استمرارية هذا البرنامج؛
- خلق سوق جديد للسياحة في غانا ممثل في السياحة العرقية (سياحة الحنين إلى الماضي) قيام السائحين الأمريكيين من أصل افريقي بزيارة مراكز بيع العبيد التي تم فيها بيع أجدادهم الزوج و ترحيلهم إلى الولايات المتحدة الأمريكية.

■ الدروس المستفادة من هذه التجربة:

يمكن الاستفادة من هذه التجربة بالحفاظ على التراث الطبيعي والتاريخي في الجزائر؛ فمثلا يكمن استقطاب شرائح سياحية من أسواق فرنسا وألمانيا وغيرها من الدول عن طريق المحافظة على آثار ومخلفات الحرب العالمية الثانية في الصحراء، أيضا إمكانية تنمية السياحة البيئية المبنية على الاتزان البيئي ومراعاة الشروط البيئية من خلال رحلات السفاري لمشاهدة الحفريات في منطقة تلمسان على سبيل المثال.

2.4.1. تجربة منتجع كانيون رانتش بالولايات المتحدة الأمريكية:¹⁶

- **المشكلة:** افتقاد المنتجع لبرنامج يحقق الكفاءة الاقتصادية في الاستفادة من المخلفات الصلبة وتجنب ثلوث البيئة.
- **مفهوم التنمية السياحية المستدامة:** التقليل من المخلفات الصلبة والذي يترتب عليه التقليل في مدخلات الانتاج وتعظيم جودة المنتج وبالتالي التقليل من فاقد الانتاج.
- **الخطوات والبرامج التي تم القيام بها:**
 - تبني برنامج لتدوير العديد من والمنتجات ويتولى العاملون بالمنتجع القيام بها؛
 - قيام قسم المشتريات بتجميع الأواني المصنوعة من البلاستيك وإعادة استخدامها مرة أخرى؛
 - تم إعطاء النزلاء زجاجات مياه لاستخدامها طوال فترة الإقامة والاستفادة منها بعد ذلك؛
 - في كافتريا العاملين تم إلقاء المحاضرات عن موضوعات مختلفة مثل المبادئ الأساسية لعملية التدوير والمنتجات المصنوعة من المواد التي تم تدويرها، بالإضافة الى تزويد النزلاء بفناجين شاي معادة الاستخدام والتي تم تصنيعها من البلاستيك الذي تم تدويره؛
 - تدوير العديد من المنتجات ومزجها مع بعضها البعض مثل الأواني المكونة من الزجاج والألمنيوم والبلاستيك والتي تسمى بالأواني الخليط، كذلك الورق الخليط، والذي يتكون من ورق عادي مضاف إليه ورق الجرائد.
- **النتائج التي تدرت على هذه التجربة:** قام المنتجع بإنتاج 43 طن من المواد المعاد تدويرها في عام 1994.

¹⁶ عطا الله فاروق عبد النبي حسانين، التنمية السياحية المستدامة: دراسة تقويمية لبعض معايير التخطيط بقطاع الغردقة سفاجا، مذكرة ماجستير، كلية السياحة والفنادق، جامعة القاهرة، فرع الفيوم، 2003، ص 63.

■ الدروس المستفادة من هذه التجربة:

يمكن الاسترشاد بهذه التجربة في الإدارة البيئية السليمة للكميات المختلفة من مخلفات الصلبة الناتجة عن المنتجعات السياحية في الجزائر وخاصة المناطق الساحلية، والتي يؤدي تراكمها إلى انبعاث روائح كريهة والاصابة بالأمراض فضلا عن إساءتها الى المنظر العام.

3.4.1. تجربة الحاجز المرجاني العظيم بأستراليا:¹⁷

- **المشكلة:** تداخل النشاطات الاقتصادية وعدم الاستغلال الأمثل للموارد في المنطقة.
- **مفهوم التنمية السياحية المستدامة:** التخطيط الاستراتيجي لتنمية سياحية متكاملة لأعظم حاجز مرجاني في العالم.
- **ما تم اتخاذه من خطوات:**
 - إعلان المنطقة محمية بحرية طبيعية متعددة الاستخدام في عام 1975، وتسجيلها كثرات علمي في عام 1981، وتصنيفها كمنطقة ذات حساسية خاصة في عام 1990 طبقا لمعايير منظمة الملاحة العالمية؛
 - وضع المنطقة تحت إشراف ومتابعة أكبر سلطة حكومية وهي الكومنولث الأسترالي؛
 - وضع خطة استراتيجية طويلة الأجل للمنطقة لمدة 25 سنة بدأت منذ عام 1994 وسوف تنتهي عام 2019؛
 - وضع خطة قصيرة الأجل لمدة 5 سنوات بتمويل 100 مليون دولار سنويا لإدارة المنطقة؛
 - تقسيم المنطقة الى مناطق أصغر بنظام Sub-Systems لكل منها استخدام خاص بها مما يساعد على عدم تداخل النشاطات مع توفير الخرائط والأدلة المناسبة.
- **النتائج التي ترتبت على هذه التجربة:**
 - تطورت السياحة بالمنطقة من المستوى العادي والعائلي الى السياحة المعتمدة على تكنولوجيا عالية ومستوى تسويقي رفيع؛
 - تحقيق دخل سنوي يقدر ب 700 مليون دولار من الرياضات البحرية؛
 - تحقيق حوالي 400 مليون دولار سنويا من الصيد التجاري والترفيهي والتقليدي للأسماك.
- **الدروس المستفادة من هذه التجربة:** أهمية اتباع أفضل الأساليب في إدارة المحميات الطبيعية البحرية على السواحل الجزائرية.

¹⁷ Biliana Cicin –Sain and Knech R.W, **Integrated Coastal and Ocean Management : Concept and practices**, First edition, Island Press, Washington, DC, USA, 1998, p 225.

من تحليل التجارب العملية يتضح لنا أنها جميعا تخاطب التنمية السياحية المستدامة بمداخل مختلفة، فمنها ما يخاطب التخطيط للتنمية السياحية المستدامة باعتبارها سياسة شاملة على نطاق الإقليم أو الدولة ككل، ومنها من يخاطب جزئية معينة من التخطيط محل الاهتمام، فقد تكون المشاركة الشعبية للمجتمع المحلي في التنمية أو المعالجة لمياه الصرف الصحي بالطرق الملائمة بيئيا أو التخلص من المخلفات الصلبة أو ترشيد استهلاك الطاقة وإدارة المياه العذبة أو تخطيط المساحات الأرضية وغيرها من القضايا محل اهتمام التنمية السياحية المستدامة.

2. التنمية السياحية المستدامة في الجزائر:

تمتع الجزائر عالميا بالموقع الجغرافي الاستثنائي، وبالتنوع الكبير في خصوصياتها المحلية والتراث الثقافي والرصيد الطبيعي وبشبكة نقل هي قيد الإنجاز وفق المقاييس الدولية، تتيح جميع التنقلات عبر الطرق السيارة والموانئ والمطارات؛ ناهيك عن وسائل الإعلام والاتصال، بما يسمح بالالتحاق، في ظرف ساعات قليلة، بأبعد الوجهات العالمية، فعمدت الجزائر إلى وضع مخطط توجيهي للتهيئة السياحية وقد انطلق العمل به وحددت سنة 2025 كآخر أجل للانتهاء من تطبيقه.

1.1. مخطط الأعمال للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025:

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر وبموجبه تقوم الدولة بـ:

الإعلان عن رؤيتها للتنمية السياحية الوطنية لمختلف الآفاق، على المدى القصير 2009، المدى المتوسط 2015 والمدى الطويل 2025 وذلك في إطار التنمية المستدامة، بحيث تصبح الجزائر بلدا متلقي أي مستقبل. تحديد أدوات لتنفيذه مع توضيح شروط إمكانية تحقيق ذلك: يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 أحد مكونات المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية 2015، الذي من خلاله تبين الدولة لجميع القطاعات والمناطق مشروعها السياحي الإقليمي لآفاق 2025.

وعليه، يصبح المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، أداة تترجم إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية لترقيتها إلى صف الوجهات المميزة في المنطقة الأورو. متوسطة، بهذا سيتمنح هذا المخطط بحمل البلاد ولكل جزء من التراب الوطني، التوجيهات الإستراتيجية للتهيئة السياحية في إطار من التنمية المستدامة. ويعتبر كذلك حصيلة ناضجة لمسار طويل من الأبحاث، التحريات، الدراسات، مشاورات والخبرات، إنه حصيلة لتلاحق أفكار واستشارات موسعة دارت مع المتعاملين الوطنيين والمحليين، العموميين والخواص طيلة انعقاد الجلسات الجهوية وعمليات الإثراء التي أسفرت عنها.

يتمثل الرهان في ملائمة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، في كافة مراحل تطوره من الإعداد والتنفيذ والمتابعة مع المتعاملين والفاعلين المركزيين والمحليين في السياحة بمختلف الرتب: إدارات فندقية، أصحاب مطاعم، القائمين على الرحلات، المرشدين، الفاعلين والجمعيات.

2.2. يتكون التقرير العام حول المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 من ستة محاور:

- التشخيص: تشخيص السياحة الجزائرية؛
- الحركات الخمس وبرامج العمل السياحي ذات الأولوية؛
- الأقطاب السياحية للامتياز والقرى السياحية للامتياز؛
- تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025: المخطط العملياتي؛
- المشاريع السياحية ذات الأولوية؛
- تلخيص عام للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.

وتتحدث هذه المحاور حول تحول الجزائر إلى بلد سياحي في آفاق 2025 وانطلاقة 2007 / 2009 .

يعتمد تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 على مقارنة تدمج مجمل العوامل المساهمة في تهيئة سياحية منسجمة. الأمر الذي يستدعي وضع هيئات للقيادة على المستوى الوطني تجمع أهم الفاعلين والشركاء العموميين والخواص ومكاتب التهيئة ذات البعد الدولي بصفتها هيئة للوساطة. ويقوم الانطلاق 2007 / 2009 في إطار تحول الجزائر إلى بلد سياحي في آفاق 2015 على تجسيد الأقطاب الأولى والقرى السياحية للامتياز المندمجة كمشاريع ذات أولوية وروافع للانطلاق السياحي، هذا ما يستدعي بالخصوص تطهير العقار السياحي على مستوى مناطق التوسع السياحي والأرضيات المندمجة المخصصة للتوسع السياحي، كذلك لإنجاز هياكل الدخول إلى خارج مناطق التوسع السياحي.

يتم تفعيل الأثر السياحي بدفع من المشاريع ذات الأولوية المحددة مسبقا من طرف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 مثل:

الاستثمار السياحي الوطني؛ فنادق الشبكة؛ القرى السياحية للامتياز الأرضيات الجديدة المندمجة المخصصة للتوسع السياحي.

سيتم وضع تسيير سياحي جديد لمرافقة هذه الحركات، يهدف إلى تشجيع إقامة تفاعل بناء بين المبادئ الثلاثة المكونة للتنمية السياحية:

- الدولة تبقى محرك للتنمية ترمي إلى خلق بيئة سياحية وقانونية ملائمة وبرامج للتنمية، وضع الوجهة وعلامتها؛

- الفاعلون الاقتصاديون الذين يحملون المشاريع ويخلقون الموارد وينشئون الوظائف؛
- المجتمع المدني الذي يسهل التفاعل السياسي والاجتماعي، البحث ومساعدة السكان على المشاركة في الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

3. التنمية السياحية المستدامة في ولاية مستغانم:

تزخر منطقة مستغانم بالعديد من المقومات التي تمكن من خلالها جذب السياح، وفيما يلي سيتم التطرق إلى المقومات السياحية للمنطقة وآفاق التنمية السياحية المستدامة في ولاية مستغانم.

1.3. مقومات السياحة في ولاية مستغانم:

تعتبر ولاية مستغانم مدينة سياحية، تقع في الشمال الغربي من الوطن؛ تغطي مساحة قدرها 2269 كم²، ذات واجهة بحرية تمتد طول 224 كم²، يحدها شمالا البحر الأبيض المتوسط، غربا ولايتي وهران ومعسكر، شرقا ولاية شلف وجنوبا ولاية غليزان، ويجتازها الطريق الوطني رقم 11. تمتاز الصورة السياحية للولاية بالعوامل التالية: المناخ اللطيف والهادئ؛ صدق المواقع المحمية؛ سهولة الوصول إليها بسبب قربها من مطار وهران؛ وتجتازها أربعة طرق وطنية إضافة إلى وجود الميناء التجاري الكبير؛ تنوع التراث الثقافي ومقوماتها البحرية.

من بين المقومات السياحية التي تزخر بها ولاية مستغانم نذكر:

- **الشواطئ:** الشاطئ هو شريط إقليمي للساحل الطبيعي، يضم المنطقة المغطاة بأمواج البحر في أعلى مستواها خلال السنة في الظروف الجوية العادية والملحقات المصاحبة لها والتي تضبط حدودها بحكم موقعها وقابليتها السياحية لاستقبال بعض الهيئات بغرض استغلالها السياحي.¹⁸ تملك ولاية مستغانم 21 شاطئاً محمياً و 11 شاطئاً غير محمي.¹⁹
- **أماكن السياحة العلاجية:** ويقصد بها ينابيع المياه المعدنية الحارة التي تستخدم للعلاج من الكثير من الأمراض التي تصيب الإنسان. وتمتلك ولاية مستغانم ثلاث "3" ينابيع معدنية من أهمها:
 - **منبع عين نويصي:** الذي يصب على مدار السنة ولكنها ما تزال تعاني من ضعف في الاستثمار أو الجذب السياحي؛
 - **منبع مكبرثة:** يقع ببلدية سيرات، حيث تصل درجة حرارة مياهه 25 درجة مئوية، رغم سهولة الوصول إليه فهو قليل الاستعمال، ويعتبر مأوّه جيد للأمراض الجلدية؛

¹⁸ نص قانوني خاص بالسياحة في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 11. 18 ذو الحجة عام 1423 هـ، ص9

¹⁹ مديرية السياحة لولاية مستغانم.

- **منيع سيدي بشاعة:** يقع ببلدية سيدي علي، بحيث يصعب الوصول إليه، وهو منبع غير مستغل.
- **المعالم الدينية:** في إطار العلوم الدينية تتضمن الولاية 39 ضريحاً وزاوية، تستقطب سنوياً عدداً معتبراً من السياح المهتمين بالثقافة الدينية مثل الزاوية التجانية، البوزيدية والعلاوية .
- **المعالم الثقافية:** تنظم ولاية مستغانم سنوياً العديد من المهرجانات، من أهمها:
 - ✓ المهرجان الوطني لمسرح الهواة الذي ينظم في شهر جويلية من كل سنة؛
 - ✓ المهرجان الوطني للمسرح المدرسي الذي ينظم في نفس الفترة؛
 - ✓ مهرجان سيدي لخضر بن خلوف الذي ينظم في دائرة سيدي لخضر في شهر أوت من كل سنة على شكل حفلات موسيقية ذات طابع شعبي؛
 - ✓ المهرجان الوطني للتراث العيساوي الذي ينظم في كل صائفة؛
 - ✓ مهرجان الشعر والموسيقى البدوية الذي ينظم في شهر سبتمبر من كل سنة في دائرة عين تادلس؛
 - ✓ مهرجانات الوعدات من أبرزها وعدة سيدي بلقاسم، وعدة سيدي بن ذهيبة، وعدة سيدي الشارف؛
 - ✓ مغارات ماسرة التي تضم مجموعة من النحوت؛
 - ✓ منارة "رأس إيفي" الذي أنشئ سنة 1878 في عهد الاحتلال الفرنسي؛
 - ✓ مهرجان الموسيقى الأندلسية.
- **الغابات والأماكن الخلابة:** تشكل الغابات ثروة طبيعية وسياحية لولاية مستغانم، من أهمها غابة بن عبد المالك رمضان، غابة سيدي منصور، غابة السوافلية، غابة شواشي سيدي لعربي، غابة ستيديا، جبل الديس. بالإضافة إلى أماكن خلابة تدعم السياحة الطبيعية للولاية، منها مغارات عين النويصي، الكاف لصفر؛ شلالات ومغارات سداوة، حديقة الصور، مستنقع المقطع، سد كراميس. كما تساهم جبال الظهرة في السياحة الطبيعية، العلمية، البيئية، الصيد والاستجمام.
- **المعالم الأثرية والمتاحف:** تمتاز المدن القديمة (تيجديت، المطمر، التبانة) لولاية مستغانم بطابع معماري يعود إلى القرن السادس عشر والسابع عشر؛ وبأحياء تشبه أحياء القصبة لولاية الجزائر.²⁰

²⁰ مديرية السياحة لولاية مستغانم.

من الأماكن الأثرية لولاية مستغانم نجد صور العرب الذي بني من قبل الأتراك، برج المحل الذي بني عام 1082، متحف دار القايد، الجامع الكبير الذي بني سنة 1340 وقصر الباي محمد الكبير، الميناء القديم من عهد الرومان المتواجد ببحارة ببلدية بوغالم.²¹

2.3. آفاق التنمية السياحية المستدامة في مستغانم:

بموجب المرسوم رقم 03- 01 المؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق لـ 17 فبراير 2003 والذي يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، وفقا للمادة 18 تتخذ الجزائر إجراءات وأعمال الدعم وتقديم المساعدات وتمنح الامتيازات المالية والجبائية، النوعية الخاصة بالاستثمار السياحي قصد تشجيع التنمية السريعة والمستدامة للسياحة واستحداث آثار ايجابية على الاقتصاد الوطني. كما تسعى في هذا الإطار إلى استحداث أدوات أخرى لدعم عملية التنمية السياحية، وذلك حسب المادة 19 بهدف:²²

- إعطاء دفع للنمو الاقتصادي؛
- إدراج التنمية السياحية ضمن ديناميكية التطور والتكيف التكنولوجي؛
- تشجيع إحداث مؤسسات جديدة وتوسيع مجال نشاطها؛
- ترقية نشر الإعلام ذو الطابع التجاري الاقتصادي والمهني المتعلق بقطاع السياحة؛
- تشجيع كل عمل يرمي إلى رفع عدد مواقع هياكل الاستقبال الموجهة للسياحة؛
- تشجيع القدرة التنافسية داخل القطاع؛
- ترقية محيط ملائم لتحفيز روح المبادرة لتطوير السياحة؛
- اعتماد سياسة تكوين وتسيير الموارد البشرية بتشجيع الاحترافية وروح الإبداع والابتكار؛
- تمكين المستثمرين من الاستفادة من الأدوات والخدمات المالية الملائمة مع متطلباتهم؛
- تحسين الخدمات البنكية المتعلقة بدراسة ملفات تمويل المشاريع السياحية؛
- تشجيع بروز محيط اقتصادي وقانوني يوفر الدعم للأنشطة السياحية ويضمن شروط ترقيتها وتثمينها في إطار منسجم.

²¹ دار الثقافة لولاية مستغانم

²² نص قانوني خاص بالسياحة في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 11. 18 ذو الحجة عام 1423 هـ، 19 فبراير سنة 2003، ص 7.

1.2.3. مناطق التوسع السياحي بولاية مستغانم:²³

تسعى ولاية مستغانم بدورها إلى النهوض بقطاع السياحة، من خلال التخطيط للقيام بتهيئة وتوسيع 15 منطقة سياحية، حددت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 88-232 المؤرخ في 1988/11/05. قد خصصت الولاية غلafa ماليا خاصا بعملية تهيئة وتنظيف الشواطئ لموسم الاصطياف لسنة 2011 يقدر بـ 2478478600.

تبلغ المساحة الإجمالية لهذه المناطق 4238,1 هكتار، منها 1797,1 هكتار مساحة قابلة للبناء. جدول الموالي يلخص مناطق التوسع السياحي بولاية مستغانم.

جدول رقم 02: مناطق التوسع السياحي بولاية مستغانم

منطقة التوسع السياحي	البلدية	منطقة التوسع السياحي	البلدية	منطقة التوسع السياحي	البلدية
المقطع	فرناكة	رأس إيفي	بن عبد المالك رمضان	عين ابراهيم	سيدي لخضر
ستيديا	ستيديا	بن ع م رمضان	زريفة	خضرة	
أوريعة صبلات	مزغران	حجاج	كاف قادوس		
خروية	مستغانم	الكاف الأصفر	سيدي عبد القادر	عشعاشة	
شلف شاطئ		الميناء الصغير	سيدي لخضر	بحارة	اولاد بوغالم

المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم

تم اقتراح منطقة "الصخرة" لتصنيفها كم منطقة التوسع السياحي 16، وهي واقعة بين منطقتي التوسع السياحي: رأس إيفي وشاطئ شلف بحث تبلغ مساحتها 130 هكتار.

في سنة 1987 بادرت ولاية مستغانم بالشروع في دراسة تهيئة أول قطب نموذجي للاستثمار السياحي بالولاية بمنطقة صبلات التي تحتل مساحة 42 هكتار، منها 32 هكتار قابلة للبناء، والذي يمثل الآن القطب السياحي الوحيد الذي تتركز فيه المشاريع السياحية، منها 10 مشاريع منجزة، والتي توفر طاقة إيواء تقدر بـ 884 سرير بالإضافة إلى المشاريع التي هي في طور الإنجاز.

لقد قامت الوكالة الوطنية للتنمية السياحية بدراسة تهيئة منطقتي التوسع السياحي "بن عبد المالك رمضان" و "رأس إيفي" اللتين انتهتا وتم المصادقة عليهما في انتظار الشروع في عملية تهيئة المنطقتين.

²³ مناطق التوسع السياحي: كل منطقة أو امتداد من الاقليم بصفات أو بخصوصيات طبيعية وثقافية وبشرية وإبداعية مناسبة للسياحة مؤهلة لإقامة أو تنمية مؤسسة سياحية، ويمكن إستغلالها في تنمية نمط أو أكثر من السياحة ذات المردودية.

2.2.3. الاستثمار السياحي بولاية مستغانم:

بالنسبة للاستثمار السياحي بولاية مستغانم هنالك مشاريع سياحية منجزة والأخرى في طور الإنجاز، مشاريع سياحية مبرمجة، مشاريع سياحية متوقفة، وطلبات الاستثمار السياحي التي سجلتها مديرية السياحة:

أ- المشاريع السياحية المنجزة في ولاية مستغانم:

- 03 فنادق بسعة 198 سرير: فندقين بمنطقة صبلات، فندق حضري؛
- 04 إقامات سياحية بسعة 700 سرير، بمنطقة صبلات ومنطقة التوسع السياحي بن عبد المالك رمضان؛
- 01 نزل طريق (موتيل) بسعة 28 سرير، ب "وربعة".

ب- المشاريع السياحية في طور الانجاز لسنة 2010 في ولاية مستغانم:

- 38 مشروع بحيث تقدر سعة الاستقبال ب 5347 سرير مقابل خلق حوالي 770 منصب شغل منها 32 مشروع سياحي بقطب صبلات، 03 فنادق حضرية ببلدية مستغانم، مركز عطل تابع للحرس البلدي بن عبد المالك رمضان والآخر تابع للإدارة المحلية للولاية بالميناء الصغير، ونزل طريق ببلدية سيرات؛
- النسبة المتوسطة لتقدم الأشغال بهذه المشاريع تقدر ب 50 %؛
- مقارنة بسنة 2005 التي كان عدد المشاريع فيها يقدر ب 24 مشروع ارتفع سنة 2010 إلى 38 مشروع وذلك بزيادة 14 مشروع.
- بناء بيت الشباب بخروبة أيضا يتسع ل (50) سرير سيفتح قريبا، وواحد باستيدية في طور الإنجاز إضافة إلى مركز العطل باستيدية دائما؛
- مخيمات صيفية خاصة بأعوان الحماية المدنية وعائلاتهم بسيدي لحضر. فالنسبة المئوية لتقدم الأشغال لهذه المشاريع تقدر ب 50 %؛
- إعادة تهيئة الساحل منحدر إفريز (كورنيش) من سيدي المجذوب إلى غاية صبلات؛
- إنشاء مخيم للشباب بوربعة يتسع ل (300) سرير أُتُهِت دراسته .
- مقارنة بسنة 2005 كان عدد المشاريع يقدر ب (24) مشروعا، ارتفع بزيادة (14) مشروعا، تم انطلاقتها منذ سنة 2008 بقطب صبلات.²⁴

²⁴ مديرية التخطيط والتعمير لولاية مستغانم.

ج - مشاريع مرتقبة أخرى لها علاقة بقطاع التنمية السياحية:

هناك عدة مشاريع لها علاقة مباشرة وغير مباشرة بالسياحة، تعطي صورة أجمل للمنطقة وتزيد من انتعاش اقتصادها، كما لها تأثير إيجابي لجذب السياح، من بينها ما يلي:

■ مشاريع ذات أغراض اقتصادية:

- تحديث الطريق الوطني رقم (11)، الذي يتراوح طوله (32 كلم) الرابط بين بلدية مستغانم وبلدية كل من سيدي لخضر وبن عبد المالك رمضان، ذلك لتجنب حوادث المرور والتخفيف من الزحمة والمخاطر؛
- إنشاء ميناء جوي قيد الإنجاز؛
- إنشاء محطة نقل للمسافرين جديدة ببلدية مستغانم، وذلك لتخفيف الضغط على المحطة الأولى وتوفير الراحة والوقت للسياح؛
- إنشاء ميناء للصيد بصلامندر تجاري وللأسفر، انطلاقا من نهاية سنة 2010، يوفر 1000 منصب شغل مباشر وغير مباشر؛
- إنشاء مصب مائي يربط بين قنوات (مستغانم، أرزيو ووهران) على يتراوح طوله (53.4 كلم) يحقق رغبات وحاجات المستهلكين.

■ مشاريع ذات أغراض ثقافية: من بين المشاريع الثقافية التي تمت دراستها، والتي هي في طور الإنجاز ما يلي:²⁵

- إنشاء مسرح جهوي على في طريق الإنهاء؛
- إنشاء معهد موسيقي بجوار المسرح الجهوي؛
- إنشاء المتحف الجهوي، أُختمت دراسته، وسيُشرع في التشييد؛
- إنشاء مركز ثقافي مجاور المسرح الجهوي؛
- إنجاز ملحقة للمكتبة الوطنية تابعة للحامة المتواجدة بالجزائر العاصمة؛
- إنشاء 26 مكتبة جديدة موزعة على مختلف البلديات في المنطقة؛
- إنشاء مدرسة الفنون الجميلة مع إقامة خاصة لطلبتها تسع لـ 60 سرير؛
- إعادة تهيئة دار الثقافة، ودار الراحة للمجاهدين بأوريرة؛
- تهيئة ضريح سيدي لخضر بن خلوف؛
- إعادة تهيئة قاعة السينما الإفريقية.

²⁵ مديرية التخطيط العمر والبناء بولاية مستغانم.

- **مشاريع ذات أغراض رياضية:** من بين هذه المشاريع نذكر ما يلي:
 - إنشاء المركب الأولمبي الرياضي بالقرب من "صبيلات" الذي يتسع لـ 50.000 متفرج (القطب الممتاز)، يوجد به مسبح وقاعات للرياضة والملاحق الأرضية، إضافة إلى المحلات التجارية والفنادق، أنهيت دراسته من طرف مستثمرين كوريين، وقريبا سيبدأ في الإنجاز، هذا ما سيدعم وينشط السياحة الرياضية بالمنطقة؛
 - إنشاء ثلاث مساح شبه أولمبية بالبلديات التالية: عشعاشة، بلدية ستيدية وعين تادلوس؛ إنجاز معهد الرياضة بخروبة.
- **مشاريع ذات أغراض دينية:** توجد عدة مشاريع ذات أغراض دينية منها ما سيتم ذكره:
 - إنشاء 277 مسجدا و 60 منها في طريق الإنجاز؛
 - إنجاز عدة مدارس قرآنية يقدر عددها 145 مدرسة منها جاهزة، ومنها في طور الإنجاز.
- **مشاريع ذات أغراض إجتماعية:** تم إنشاء العديد من المشاريع في هذا المجال من بينها ما يلي:
 - بناء ثلاث مستشفيات ببلديات: بوقيرات، عشعاشة، ماسرى، عين النويصي وذلك لتخفيف الضغط على المستشفى المركزي المتواجد ببلدية مستغانم ومستشفى عين تادلوس. 60 سرير لكل مستشفى؛
 - إنشاء المركز الاستشفائي الجامعي ببلدية مستغانم، الذي تقدر عدد الأسرة فيه 240 سريرا .
- **مشاريع ذات أغراض علمية:** هناك مشاريع ذات أهمية بالغة في المنطقة منها ما يلي:
 - إنشاء كلية الطب تتسع لـ 4000 مقعد بيداغوجي، ترافقها إقامة خاصة تتسع لـ 1000 سرير وإقامتين جامعتين تتسع الأولى لـ 2000 سرير والثانية لـ 3000 سرير، لقد بدأ الشروع في الأشغال سنة 2011؛
 - بناء مكتبة مركزية بخروبة تتسع لـ 1000 مقعد.

خاتمة:

كل هذه المشاريع المنجزة والتي هي في طور الإنجاز سيكون لها تأثير على التنمية السياحية المستدامة بمختلف أنواعها منها الثقافية، الرياضية، الدينية والعلمية، والبيئية وغيرها مما سيزيد من قوة الجذب فيها واستقطاب شريحة سياحية دولية.

وقد توصلت الدراسة الى ان مفهوم التنمية السياحية ليس حالة ثابتة من التوازن بين تحقيق الفوائد الاقتصادية وبين حماية البيئة، وأظهرت الدراسة ايضا ان مفهوم أفضل ممارسة بيئية قد يختلف من منطقة لأخرى

من منطلق اختلاف مشكلات وظروف التنمية في كل منطقة، الامر الذي يترتب عليه اختلاف مفهوم التنمية السياحية المستدامة.

كما ان التخطيط للتنمية السياحية المستدامة قد يكون سياسة عامة للاقليم أو الدولة وقد يكون برنامج مقتصر على مساحة معينة من العمليات داخل نطاق معين، وقد وضع ذلك من خلال دراسات الحالة المختلفة التي استعانت بها الدراسة.

إضافة لذلك توصلنا من خلال الدراسة إلى النتائج التالية:

- نقص حجم الاستثمارات السياحية سواء الوطنية أو الأجنبية؛
- عدم استجابة خصخصة المؤسسات السياحية للمعايير السياحية الدولية؛
- نقص التكوين السياحي على جميع المستويات خاصة على مستوى التعليم العالي؛
- السعي إلى تحسين الأوضاع الأمنية والاهتمام بالنهوض بالقطاع السياحي؛
- نقص الوعي الثقافي لدى المواطنين؛
- لا تزال السياحة في ولاية مستغانم سياحة موسمية وداخلية؛
- ضعف في الاستثمار في البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال السياحي.

قائمة المصادر:

المراجع باللغة العربية:

1. عبد الوهاب صلاح الدين، التنمية السياحية، مطبعة زهران، القاهرة، ط1، 1991.
2. عطا الله فاروق عبد النبي حسانين، التنمية السياحية المستدامة: دراسة تقييمية لبعض معايير التخطيط بقطاع الغردقة سفاجا، مذكرة ماجستير، كلية السياحة والفنادق، جامعة القاهرة، فرع الفيوم، 2003.
3. محمد إبراهيم عرقى، "الأداء السياحي في مصر في وضع مقارن بالأداء السياحي الدولي"، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، العدد الأول، يناير، 1998 كلية التجارة، جامعة عين شمس، القاهرة.

المراجع باللغة الأجنبية:

4. A. Holden, **Environment and Tourisme**, First edition, Routledge, London, UK, 2000.
5. Biliana CICIN –SAIN and R.W KNECH, **Integrated Coastal and Ocean Management: Concept and practices**, First edition, Island Press, Washington, DC, USA, 1998.

6. C.A GUNN, and Var T, **Tourism Planing, Fourth** edition, Routledge, New York, USA, 2002.
7. C.S. PEARSON, **Economics and the Global Environment**, First edition, Cambridge University Press, Cambridge, UK, 2000.
8. Eman HELMY, **Towards Sustainable Planing for Tourism Development : Case Study on Egypt, An International Sustainable Development in Emerging Markets : Sustainable Development Forum**, George Washington University, Alexandria, Egypt, January 8-9, 1999.
9. K. WEBSTER, **Environmental Management in the Hospitality Industry**, First edition, Cromwell Press LTD, London, UK, 2000.
10. L. ARONSSONT, **The Development of Sustainable Tourism**, First edition, Bass Press, London, UK, 2000.
11. M .I ERAQI, **Eco-TOURISME Resources Management : a case Study of the Red Sea Coast of Egypt**, An International Sustainable Development in Emerging Markets : Sustainable Development Forum, George Washington University, Alexandria, Egypt, January 8-9, 2003.
12. S. WAHAB and J .J. PIGRAM, **Tourisme Development and Growt : the challenge of Sustainability**, First edition, Routledge, London, HK, 1992.
13. W.F. THEOBALD, **Global Tourism**, second edition, Butterworth Heinemann, Oxford, HK, 1998,.
14. Word Tourism Organization, **Guide for Local Authorities on Developing Suctainable Tourism: Supplementary Volune on Sub- Saharan Africa**, Madrid, Spain, 1999.
15. Wordld Tourism Organization, **sustainable Tourisme Developement : Guide for Local Planners**, Madrid, Spain, 1993

نحو مفاضلة إحصائية بين نماذج قياس ممارسات إدارة الأرباح

أ. فداوي أمينة

طالبة دكتوراه في المالية المحاسبة والتسويق في المؤسسة - جامعة عنابة

ملخص:

عندما اكتشفت الشركات بأن القوانين تخبرك فقط بما لا تستطيع فعله وليس ما تستطيع فعله، قررت اختيار ما تستطيع جعله ملعباً لها لتسجيل الأهداف، فإن كنت لا تستطيع أن تكسب الأرباح فإنك تستطيع على الأقل ابتداعها، إنها إدارة الأرباح وتعد من أحدث ممارسات اللاعبين المحاسبي الذي يمارس باستغلال المرونة المحاسبية ودون خرق القواعد والمعايير المحاسبية، بحيث تؤثر على جودة المعلومة المحاسبية بتحريفها وتضليل مستخدمي القوائم المالية.

من خلال هذه الدراسة حاولنا أن نتعرف على مفهوم إدارة الأرباح، أنواعها، طرقها ونماذج قياسها، كما حاولنا إجراء تجربة مفاضلة إحصائية بين تلك النماذج على عينة عشوائية من خمسة شركات مساهمة فرنسية مسجلة بمؤشر SBF250، لنستخلص في النهاية أن نموذج "Jones، 1995" المعدل، هو النموذج الأكثر فعالية في تقدير المستحقات الاختيارية وقياس ممارسات إدارة الأرباح.

الكلمات الدالة: إدارة الأرباح، المستحقات الاختيارية، المفاضلة الإحصائية، نماذج القياس

Abstract:

When companies discovered that laws only tell you what it cannot do, and not what you can do, it decided to choose what you can make it as a playground to score goals, if you cannot earn profits, you can at least create them, it is earnings management, it is one of the latest practices of accounting manipulation that exploit the flexibility without violating rules and accounting standards, it can also affect and distort accounting information quality by misleading financial statements users.

Through this study, we tried to identify the concept of earnings management, its types, methods and its measuring models, as we tried to make the experience a trade-off differences between these models on a random sample of five French joint-stock companies registered in SBF250 index, to conclude in the end that the "Jones, 1995" model, is the most effective model to estimate discretionary accruals and measure earnings management practices.

مقدمة:

قد يؤدي السلوك الانتهازي للإدارة إما لتخفيض أرباحها بغرض التهرب الضريبي، أو زيادتها بغرض زيادة مكافآت أعضاء مجلس الإدارة، وهذا السلوك يعرف بـ "إدارة الأرباح أو المكاسب"، ويطلق على بعض الإجراءات المحاسبية التي تلجأ إليها إدارات الشركات في بعض الأحيان سعيًا وراء إحداث تحسين صوري إما في ربحيتها أو في مركزها المالي عن طريق استغلال الثغرات المتواجدة في المحاسبة أو بالاستفادة من تعدد البدائل والطرق المتوفرة في السياسات المحاسبية التي تتيح المعايير المحاسبية الدولية للمنشأة إتباعها في مجالات القياس والإفصاح، مما يؤثر سلباً على نوعية الأرقام التي تظهرها تلك القوائم ومن ثم على مصداقية النسب المالية وبالتالي انعدام الشفافية ومصداقية المعلومة المحاسبية، وبهذا كانت إدارة الأرباح أثراً حاسماً لاسيما بتبني المعايير المحاسبية الدولية وضرورة توحيد تطبيقها عالمياً .

أ - إشكالية الدراسة:

من خلال ما سبق ذكره نطرح السؤال الرئيسي التالي:

ما هو النموذج الأكثر فعالية في قياس ممارسات إدارة الأرباح ؟

ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

- ماذا نقصد بإدارة الأرباح وما هي أنواعها ؟
- ما هي طرق إدارة الأرباح ؟
- ما هي نماذج قياس ممارسات إدارة الأرباح ؟
- ما هو النموذج الأكثر فعالية في قياس ممارسات إدارة الأرباح ؟

ب - أهمية وأهداف الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية التوافق المحاسبي الدولي بتبني المعايير المحاسبية الدولية والتي تشتمل على المرونة المحاسبية وتعدد الطرق والبدائل المحاسبية وتعميم تطبيقها دولياً دون الأخذ بعين الاعتبار الثغرات الموجودة بها والتي يمكن أن تفتح المجال للتلاعب المحاسبي بطريق إدارة الأرباح .

و تسعى هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على النقاط الآتية:

- التعرف على مفهوم إدارة الأرباح وأنواعها؛
- التعرف على طرق إدارة الأرباح؛
- التعرف على نماذج قياس ممارسات إدارة الأرباح؛
- إجراء مفاضلة إحصائية بين نماذج قياس ممارسات إدارة الأرباح.

ج- فرضيات الدراسة:

يمكن طرح فرضية الدراسة كما يلي:

- **الفرضية العدمية (H_0):** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نماذج قياس ممارسات إدارة الأرباح؛
- **الفرضية البديلة (H_1):** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نماذج قياس ممارسات إدارة الأرباح.

د- منهج الدراسة:

تحقيقاً لأهداف الدراسة السابقة ووصولاً لأفضل الأساليب والطرق للتعرف على النموذج الأكثر فعالية في قياس ممارسات إدارة الأرباح، فإننا سوف نعتمد على المنهجين الوصفي والتحليلي، وذلك بإجراء تجربة المفاضلة الإحصائية بين نماذج تقدير المستحقات الاختيارية لقياس ممارسات إدارة الأرباح على عينة عشوائية من خمس شركات مساهمة فرنسية مسجلة بمؤشر SBF250.

هـ- الدراسات السابقة:

تناولت العديد من الدراسات السابقة في الفكر المحاسبي موضوع إدارة الأرباح من عدة جوانب بالدراسة والتحليل، ويشير الباحث ان هنا إلى وجود العشرات من الدراسات الهامة المتعلقة بموضوع الدراسة على النحو التالي:

■ دراسة (Dechow et al. ، 1995)

هدفت هذه الدراسة إلى تقويم النماذج المستخدمة في قياس الاستحقاقات الاختيارية للكشف عن إدارة الأرباح، ولمعرفة مدى قدرة هذه النماذج في كشف إدارة الأرباح وتحديد النموذج الأكثر قدرة، وقد شمل التقويم النماذج التالية:

- نموذج " Healy ، 1985 "؛
- نموذج " De Angelo ، 1986 "؛
- نموذج " Jones ، 1991 "؛
- النموذج القطاعي " Industry Model ، 1991 "؛
- نموذج " Modified Jones Model ، 1995 "؛

وقد تم إجراء الدراسة على عينة مكونة من 3032 شركة، وتوصلت الدراسة إلى أن جميع النماذج التي خضعت للتقويم لديها القدرة على الكشف عن إدارة الأرباح بنسب مختلفة، ويعتبر نموذج "Modified Jones"، 1995 "الأكثر قدرة من بين تلك النماذج على كشف ممارسات إدارة الأرباح.

■ دراسة (Kim et al.، 2003):

هدفت هذه الدراسة إلى اختبار تأثير حجم الشركة على إدارة الأرباح، وقد أجريت الدراسة في الفترة من 1983 م إلى 2000 م، وتوصلت إلى أن الشركات صغيرة الحجم تمارس إدارة الأرباح بغرض تجنب التقرير عن الخسائر أكثر من الشركات المتوسطة والكبيرة، ومن ناحية أخرى فإن الشركات المتوسطة والكبيرة تمارس إدارة أرباح تعسفية أكثر لتجنب التقرير عن انخفاض الأرباح.

■ دراسة (Spyros، 2004)

من خلال استبيان وزع على الممارسين من مراجعين ومحاسبين حاولت هذه الدراسة الإجابة عن لماذا؟ وكيف؟ وإلى أي مدى؟ وفي أي اتجاه؟ تمارس إدارة الأرباح في اليونان، وأشارت النتائج إلى الممارسة المتكررة من قبل الشركات اليونانية لإدارة الأرباح حيث أن الشركات الكبيرة تضخم الأرباح بدافع الحصول على التمويل الخارجي، أما الشركات الصغيرة فتخفض الأرباح وذلك من أجل التقليل من الضرائب التي تفرض على الدخل.

■ دراسة (السهلي، 2006)

تناولت هذه الدراسة ظاهرة إدارة الربح في الشركات المساهمة السعودية مع التعرف على بعض الدوافع لدى الشركات لممارسة إدارة الأرباح. ولتحقيق أهداف الدراسة تم صياغة الفرضيات التالية:

- تمارس الشركات السعودية الاستحقاق الاختياري في التقارير المالية السنوية؛
- تمارس الشركات السعودية الاستحقاق الاختياري الموجب عند انخفاض الأرباح أو عند تحقيق خسائر منخفضة نسبياً؛
- تمارس الشركات السعودية الاستحقاق الاختياري الموجب في السنوات التي يتم فيها زيادة رأس المال؛
- تمارس الشركات السعودية الاستحقاق الاختياري الموجب عند ارتفاع نسبة المديونية.

وقد أجريت الدراسة على عينة مكونة من 40 شركة تمثل قطاع الصناعة وقطاع الزراعة وقطاع الاسمنت وقطاع الخدمات وذلك بنسبة 53 % من عدد الشركات المقيدة في السوق المالية للأسهم خلال الفترة من 2001 م إلى 2004 م، وقد تم استخدام في تقدير الاستحقاق الاختياري للكشف عن إدارة الأرباح نموذج الصناعة Industry Model وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن الشركات السعودية تمارس الاستحقاق الاختياري بطريقة موجبة وسالبة حيث بلغت النسبة 5,3 % لعام 2002 م و 7,4 % لعام 2003 م و 2,3 % لعام 2004 م؛
- تعد شركات القطاع الزراعي أكبر القطاعات ممارسة للاستحقاق الاختياري حيث بلغت نسبة الممارسة 33% ؛
- تمارس الشركات السعودية الاستحقاق الموجب عندما يكون الربح منخفضاً وعند تحقيق خسائر منخفضة نسبياً؛
- تمارس الشركات السعودية الاستحقاق السالب عندما ترتفع الأرباح بشكل ملحوظ عن الفترة السابقة.
- تعد رغبة الإدارة في زيادة رأس المال دافعاً لدى الشركات السعودية لممارسة الاستحقاق الاختياري بشكل إيجابي في السنوات التي تتم فيها الزيادة؛
- لا تعد نسبة المديونية دافعاً لدى الشركات السعودية لممارسة الاستحقاق الاختياري سواء عند انخفاض أو ارتفاع نسبة المديونية، ويفسر الباحث هذه النتيجة بعدم لجوء الشركات السعودية إلى الاقتراض لتمويل مشاريعها حيث تمول هذه الاحتياجات عن طريق زيادة رأس المال.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

يمكن اعتباره الدراسة الحالية شبيهة بدراسات أجريت من قبل، إلا أن ما يميزها عن الدراسات السابقة التي تناولت قياس إدارة الأرباح هو إجراء تجربة مفاضلة إحصائية بين نماذج قياس إدارة الأرباح التالية:

- نموذج " Modified Jones ، 1995 "
- نموذج " Ress , Gill & Gore ، 1996 "
- نموذج " Kothari, Leone & Wasley ، 2005 "
- نموذج " Raman & Shahrur ، 2008 ."

أولاً: الجزء النظري:

1- إدارة الأرباح، مفهومها وأنواعها:

قد يؤدي السلوك الانتهازي للإدارة إما لتخفيض أرباحها بغرض التهرب الضريبي، أو زيادتها بغرض زيادة مكافآت أعضاء مجلس الإدارة، ومع ذلك فهناك تباين في الدوافع التي تحرك الإدارة لتبني مثل هذا السلوك والذي يعرف بإدارة الأرباح أو المكاسب.

1-1- مفهوم إدارة الأرباح:

يرى "Shipper، 1989" أن "إدارة الأرباح يمكن أن تحمل معنى إدارة الإفصاح وذلك باعتبارها تدخل متعمد في عملية إعداد البيانات المالية الخارجية بغية تحقيق بعض المكاسب الخاصة".¹ وحسب "Healy & Wahlen، 1999" فإن: "إدارة الأرباح تتحقق عندما يقوم المديرون باستخدام الحكم الشخصي في إعداد البيانات المالية، وإعادة هيكلة العمليات بهدف تعديل البيانات المالية إما بتضليل المساهمين بشأن الأداء الاقتصادي للشركة، أو لإبرام تعاقدات باستخدام الأرقام المحاسبية". ويرى كلا من "Watts & Zimmerman، 1999" أن: "إدارة الأرباح تظهر عندما تمارس الإدارة الاختيار عند إعدادها للأرقام المالية بدون قيود، بعض هذا الاختيار يمكن أن يكون لتعظيم قيمة الشركة أو لتحقيق أغراضها الانتهازية".²

ويراها "Rosenfield، 2000": "أي سلوك تقوم به الإدارة ويؤثر على الدخل الذي تظهره القوائم المالية ولا يحقق مزايا اقتصادية حقيقية، وقد يؤدي في الواقع إلى أضرار على المدى الطويل".

كما يرى كلا من "Scott & Ritman، 2005" أن: "لجوء الإدارة لإدارة الربح يكون استناداً للمبررات التالية: أنها لا تخالف القواعد القانونية سواء كانت عامة أو خاصة بالنشاط التجاري، أنها لا تخالف المبادئ المحاسبية المتعارف عليها، وأنها لا تتجاوز نطاق سلطاتها".³

ويعرفها "الداعور وعابد، 2009" على أنها: "اختيار للسياسات المحاسبية من جانب الوحدة الاقتصادية لتحقيق أهداف معينة للإدارة، وتحدث عندما يستخدم المديرون المرونة المتاحة لهم للاختيار بين الطرق والسياسات المحاسبية، وكذلك حالات التقدير والحكم الشخصي لبعض البنود الظاهرة في التقارير المالية لهيكلة الصفقات،

¹ Joshua Ronen & Varda Yaari : **Earning management, emerging insights in theory, practice & research**, Springer edition, New York, USA, 2008, p 26.

² سمير كامل محمد عيسى : أثر جودة المراجعة على عملية إدارة الأرباح مع دراسة تطبيقية، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، العدد: 2، المجلد: 45، الإسكندرية، مصر، جويلية، 2008، ص: 13.

³ سمير كامل محمد عيسى، المرجع والصفحة نفسهما.

لتعديل التقارير المالية، سواء أكانت لتضليل بعض أصحاب المصلحة حول الأداء الاقتصادي للوحدة الاقتصادية، أو للتأثير على النتائج التعاقدية التي تعتمد على الأرقام المحاسبية الواردة بالتقارير".⁴

واستناداً للتعريفات السابقة يمكننا الاستنتاج بان إدارة الأرباح هي ممارسات متعددة تتبعها الإدارة عند إعداد وعرض التقارير المالية للشركة مستغلة المرونة المحاسبية والسلطة التقديرية الممنوحة لها لتقدير بعض عناصر التقارير المالية بقصد التأثير على أرباح الشركة إما بالزيادة أو بالنقصان.

1-2- أنواع إدارة الأرباح:

تصنف إدارة الأرباح إلى عدة أنواع تبعاً لشرعيتها واتجاهها، ومن حيث مدى تأثيرها على التدفقات النقدية، ونية الإدارة من وراء ممارستها، وذلك كما يلي.⁵

أ - من حيث شرعيتها:

- إدارة الأرباح الشرعية: وهي التي تكون وفق ما تسمح به المبادئ المحاسبية المقبولة عموماً من حيث الاختيار بين البدائل والتقديرات المحاسبية وأيضاً تكون موافقة للأنظمة والقوانين.
- إدارة الأرباح الغير الشرعية: وهي التي تخالف وتنتهك المبادئ المحاسبية المقبولة عموماً أو القوانين للوصول إلى أهداف الإدارة. وهذا النوع من إدارة الأرباح يمكن اعتباره غشاً.

ب - من حيث اتجاهها:

- إدارة الأرباح الهابطة: وهي التي تهدف إلى تخفيض الدخل.
- إدارة الأرباح الصاعدة: وهي التي تهدف إلى زيادة الدخل.

ج - من حيث مدى تأثيرها على التدفق النقدي:

- إدارة الأرباح الاقتصادية: وهي التي تنتج عن القيام بالأنشطة الحقيقية للشركة للتأثير على الدخل، وهذا النوع يؤثر على التدفق النقدي.
- إدارة الأرباح من خلال إدارة الاستحقاق: وهي التي تستفيد من المرونة في التقديرات المحاسبية والبدائل للتأثير على الدخل، ولكن يقتصر تأثيرها على الدخل دون التدفقات النقدية.

⁴ جبر إبراهيم الداعور، محمد نواف عابد : أثر السياسات المحاسبية لإدارة المكاسب على أسعار أسهم الوحدات الاقتصادية المتداولة في سوق فلسطين للأوراق المالية: دراسة تطبيقية، مجلة الجامعة الإسلامية، سلسلة الدراسات الإنسانية، المجلد رقم :17، العدد الأول، غزة، فلسطين، 01/ 2009، ص: 823.

⁵ فواز سفير القشامي، توفيق بن عبد المحسن الخيال، إدارة الأرباح في الشركات المساهمة السعودية، دراسة تطبيقية، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية الصادرة عن جامعة الإسكندرية، العدد :01، المجلد رقم : 47، الإسكندرية، مصر، 07/ 2010، ص:249.

د- من حيث نية الإدارة:

- إدارة الأرباح المعلوماتية: ويهدف مثل هذا النوع إلى توفير معلومات لمستخدمي التقارير المالية من مستثمرين وغيرهم حول مستقبل التدفق النقدي للشركة، وتوقعاتها المستقبلية.
- إدارة الأرباح الانتهازية: ويهدف هذا النوع إلى التأثير على النتائج المالية من أجل تدعيم حصول الإدارة على بعض المنافع الخاصة على حساب مصالح الأطراف الأخرى مما يمثل سلوكاً انتهازياً.

2- طرق إدارة الأرباح:

هناك ثلاث طرق لإدارة الأرباح وهي:

1- إدارة الاستحقاقات:

- يرى "كامل محمد عيسى، 2008" أن نظام المحاسبة على أساس الاستحقاق يتطلب وفقاً لمعايير المحاسبة المتعارف عليها من المديرين القيام بوضع العديد من التقديرات المحاسبية التي لها تأثير جوهري على الأرباح المعلنة، ومن بين أحكام التقديرات المحاسبية التي يمكن أن تؤثر على الأرباح في اتجاه أو آخر ما يلي:⁶
- تتطلب عقود الإنشاءات طويلة الأجل تقديرات تتعلق بالتقدم في إنجاز الأعمال وتكلفة هذا الإنجاز، وبالتالي يمكن للمديرين أن يستخدموا تقديرات متفائلة للتقدم في إنجاز الأعمال وذلك بغرض تضخيم الأرباح؛
 - يتطلب احتساب الإهلاك تقدير العمر الإنتاجي وقيمة الخردة للأصول القابلة للإهلاك، وبالتالي يمكن للمديرين أن يستخدموا تقديرات متفائلة للعمر الإنتاجي وقيمة الخردة، وذلك لتدنية مصروف الإهلاك بنية تضخيم الأرباح؛
 - يجب أن يظهر حساب العملاء بالقيمة الصافية القابلة للتحقق، وبالتالي يمكن للمديرين أن يستخدموا تقديرات متفائلة للقيم القابلة للتحصيل بغرض تخفيض مخصص الديون المشكوك فيها، ومن ثم تضخيم الأرباح؛
 - يجب تصنيف التكاليف إلى تكاليف إنتاج وتكاليف فترية، ويمكن للمديرين أثناء فترات نمو المخزون تصنيف بعض التكاليف الهامشية كتكاليف إنتاج بدلا من تكاليف فترية، مما يؤدي إلى تدنية المصروف، ومن ثم تضخيم الأرباح؛
 - يجب الاعتراف بأرباح بيع الأصول بالكامل في فترة البيع، ويمكن للمديرين التلاعب بتوقيت بيع الأصول كالأوراق المالية والأصول الثابتة، مما يؤدي إلى تدعيم الأرباح؛

⁶ سمير كامل محمد عيسى، مرجع سابق، ص: 16.

- يجب إهلاك التكاليف المدفوعة مقدماً مقابل ضمان الأصول على فترة الاستفادة من هذا الضمان، ويمكن للمديرين من خلال التقديرات المتفائلة لتكاليف الضمان تخفيض المصروفات الحالية بمهدف تضخيم الأرباح؛
 - يجب اعتبار مصاريف الصيانة العادية مصاريف دورية تحمل على الفترة أما مصاريف الصيانة غير العادية فتعتبر مصروف رأسمالي تحمل على الأصل موضوع الصيانة، ويمكن للمديرين تدعيم الأرباح الحالية من خلال معالجة مصاريف الصيانة العادية كمصاريف غير عادية؛
 - يمكن للمديرين تخفيض العملاء على التعجيل بالشراء عن طريق تخفيض السعر، وذلك بغرض زيادة المبيعات، ومن ثم تدعيم الأرباح؛
 - يجب أن يظهر المخزون بالدفاتر على أساس التكلفة أو السوق أيهما أقل، ويمكن للمديرين من خلال استخدام قيم سوقية متفائلة تخفيض قيمة المخزون، ومن ثم ممارسة إدارة الأرباح.
- وتشير وثائق لجنة سوق الأوراق المالية (SEC) إلى أنه في العديد من الحالات، وحين يصبح سلوك إدارة الأرباح شائعاً داخل الشركة، يستنفد المديرون في المراكز العليا جزءاً كبيراً من الوقت لإيجاد الطرق التي تؤدي إلى استمرار الممارسات المخالفة. وحيث أن الأطراف الخارجيين غير قادرين على ملاحظة الأنشطة اليومية للمديرين، لذا ينبغي على المراجعين، المحللين الماليين، والمستثمرين البحث بعناية عن أي إشارات تحذيرية تشير إلى وجود إدارة الأرباح.

ومن أهم هذه الإشارات التحذيرية:⁷

- تدفقات نقدية لا ترتبط بالأرباح؛
- حسابات عملاء لا ترتبط بالإيرادات؛
- مخصصات ديون مشكوك فيها لا ترتبط بحسابات العملاء؛
- احتياطات لا ترتبط ببنود الميزانية العمومية؛
- احتياطات التملك المشكوك فيها؛
- الأرباح التي تتفق بدقة وبصفة دائمة مع توقعات المحللين الماليين.

⁷ سمير كامل محمد عيسى، مرجع سابق، ص: 18.

2-2- اختيار توقيت ملائم لتطبيق سياسة محاسبية إلزامية:

عندما يصدر معيار محاسبي جديد فانه يتم تحديد ميعاد لاحق لصدوره كبداية للتطبيق، ومع ذلك فانه عادة ما تسمح المعايير المحاسبية بالتطبيق المبكر لأي معيار عن الميعاد المحدد، ويتاح للشركات الفرصة أن تقوم بالتطبيق المبكر أو الانتظار حتى الميعاد المحدد للتطبيق.

2-3- التغييرات المحاسبية الاختيارية:

وتتضمن التحول من طريقة محاسبية إلى طريقة محاسبية أخرى مثل التحول من طريقة "الوارد أخيراً صادر أولاً" إلى "الوارد أولاً صادر أولاً".⁸

3- قياس ممارسات إدارة الأرباح:

بعد اكتشاف العلاقة بين إدارة الاستحقاق والتلاعب بالبيانات المالية عن طريق إدارة الأرباح، اتجهت أنظار الباحثين نحو قائمة التدفقات النقدية عليهم يجدون فيها ما يقودهم لكشف تلك الممارسات واعتمدت في ذلك على مفهوم المستحقات، "Accruals". وتعتبر المستحقات عن مجموع الإيرادات والمصاريف المسجلة في قائمة الدخل والتي لم تنتج عنها تدفقات نقدية خلال فترة النشاط.⁹

ويشير كلا من "Ronen & Yaari، 2008" إلى أن المستحقات تنشأ عندما يكون هناك تباين بين توقيت حدوث التدفقات النقدية وتوقيت الاعتراف المحاسبي بالعمليات والأحداث التي تقوم بها المنشأة خلال فترة معينة، وتتكون المستحقات الكلية، Total Accruals من نوعين من المستحقات: "المستحقات الاختيارية، Discretionary accruals"، و"المستحقات غير الاختيارية، Non- Discretionary Accruals"، بحيث أن:¹⁰

المستحقات الكلية = المستحقات الاختيارية + المستحقات غير الاختيارية

ويمكن التعبير عن هذه المعادلة كما يلي:

$$TA_{i,t} = NDA_{i,t} + DAC_{i,t}$$

⁸ سمير كامل محمد عيسى، مرجع سابق، ص: 17.

⁹ Ines Fakhfakh Ben Amar : Free cash flow, gestion des résultats et gouvernement des entreprises, étude comparative des entreprises françaises et américaines, p 66.

¹⁰ Ronen & Yaari, Op cit, p 371.

بحيث:

TAC_{i,t}: المستحقات الكلية للشركة (i) في السنة (t).NDA_{i,t}: المستحقات الغير اختيارية للشركة (i) في السنة (t).DAC_{i,t}: المستحقات الاختيارية للشركة (i) في السنة (t).

ويتم تحديد المستحقات الكلية بطريقتين:

- الطريقة الأولى: منهج قائمة التدفقات النقدية

وتمثل المستحقات الكلية وفقا لهذا المنهج الفرق بين الدخل الصافي وصافي التدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية للشركة وذلك وفق المعادلة التالية:

$$TA_{i,t} = NI_{i,t} - CFO_{i,t}$$

بحيث:

TA_{i,t}: المستحقات الكلية للشركة (i) في السنة (t).NI_{i,t}: النتيجة الصافية للشركة (i) في السنة (t).CFO_{i,t}: التدفقات النقدية التشغيلية للشركة (i) في السنة (t).

- الطريقة الثانية: منهج الميزانية العامة

ويتم حساب المستحقات الكلية حسب هذا المنهج وفق المعادلة التالية:

$$TA_{i,t} = \Delta CA_{i,t} - \Delta Cash_{i,t} - \Delta CL_{i,t} + \Delta DCL_{i,t} - DEP_{i,t}$$

11. بحيث:

TA_{i,t}: المستحقات الكلية للشركة (i) في السنة (t).ΔCA_{i,t}: التغير في الأصول المتداولة للشركة (i) في السنة (t).ΔCash_{i,t}: التغير في القيم الجاهزة للشركة (i) في السنة (t).ΔCL_{i,t}: التغير في الالتزامات المتداولة للشركة (i) في السنة (t).

¹¹ Syed Zulfiqar Ali Shah, Safdar Ali Butt & Arshad Hasan: **Corporate Governance and Earnings Management an Empirical Evidence Form Pakistani Listed Companies**, European Journal of Scientific Research, Vol : 26, N°:4, Republic of Seychelles , 2009, p: 633.

$\Delta DCL_{i,t}$: التغير في الديون طويلة الأجل المدرجة ضمن الالتزامات المتداولة للشركة (i) في السنة (t)، أو عبارة أخرى الديون طويلة الأجل التي تصبح واجبة الاستحقاق في الأجل القصير (السلفات المصرفية).

$DEP_{i,t}$: إجمالي مخصصات الاهتلاكات والمؤونات للشركة (i) في السنة (t).

يعرف "Ronen & Yaari، 2008" المستحقات الاختيارية على أنها المستحقات التي تنشأ من المعاملات أو المعالجات المحاسبية التي يتم اختيارها لغرض إدارة الأرباح، ونتيجة اختيار الإدارة بين المعالجات والخيارات المحاسبية البديلة والمتاحة أمامها بهدف تضخيم أو تخفيض الأرباح على غير حقيقتها، مثل زيادة أو تخفيض المستحقات المحاسبية المتعلقة بحسابات تحت التحصيل، كحساب العملاء، الديون المشكوك في تحصيلها، حسابات المخزون، مؤونة انخفاض المخزون، حساب الذمم الدائنة، الإيرادات المؤجلة، الالتزامات مستحقة الدفع، المصاريف المدفوعة مسبقاً... الخ. أما المستحقات الغير اختيارية فهي المستحقات التي تنشأ من المعاملات التي تقوم بها الشركة في الفترة الحالية والتي تعتبر طبيعية بالنسبة للشركة، بحيث تعكس مستوى أداء الشركة، إستراتيجيتها، اتفاقيات العمل، الأحداث على المستوى الكلي، والعوامل الاقتصادية الأخرى. ويعد التلاعب من خلال المستحقات وسيلة مثيرة للاهتمام بالنسبة للإدارة، فمن خلالها يمكن أن تحصل على عدة مزايا كما يعد من السهل التلاعب في المستحقات بدلا من تغيير الطرق والمعالجات المحاسبية، إضافة إلى أن تأثير قرارات الإدارة من خلال المستحقات يعتبر أقل وضوحا، لان التغيير في المستحقات لا يمكن كشفه بسهولة من طرف مستخدمي البيانات المالية ومراجعي الحسابات مقارنة بتغيير الأساليب المحاسبية التي يمكن اكتشافها،¹² إذن فالمستحقات تمثل مزايا دمج كل الآثار المترتبة عن التغييرات المحاسبية في طريقة واحدة ونظرا لان إدارة الاستحقاق يمكن أن تمارس باستمرار فبإمكان الإدارة أن تحصل على المستوى المطلوب كل سنة ولذلك فقد اكتشف الباحثون أن المستحقات الاختيارية هي الوسيلة التي من خلالها يمكن كشف ممارسات إدارة الأرباح، حيث أن المستحقات الاختيارية تساوي الفرق بين المستحقات الكلية والمستحقات الغير اختيارية، وذلك وفق المعادلة التالية:

$$DAC_{i,t} = TA_{i,t} - NDA_{i,t}$$

ويعتمد قياس ممارسات إدارة الأرباح على قياس المستحقات الاختيارية للشركة، وبما انه من الصعب التفرقة بين المستحقات الاختيارية وغير الاختيارية، فقد قدمت عبر فترات طويلة من الزمن عدة نماذج مالية لحساب

¹² Syed Zulfiqar Ali Shah, Safdar Ali Butt & Arshad Hasan, Op cit, p633.

المستحقات الغير الاختيارية من اجل تحديد وقياس المستحقات الاختيارية أي تقديرات الشركة، واختلفت هذه النماذج فكان أبسطها يقدر المستحقات الغير الاختيارية من خلال المستحقات الكلية، أما أعقدها فهو الذي يفصل بينهما ويمكن استعراض ابرز هذه النماذج كما يلي:

1-3- نموذج "Healy، 1985":

يقوم نموذج "Healy" على تقسيم المستحقات الكلية إلى مستحقات اختيارية وغير اختيارية، وأن قيمة المستحقات الاختيارية هي التي تحدد درجة ممارسة إدارة الأرباح، ومن خلال هذا النموذج يتم استخدام معدل المستحقات الكلية لفترة التقدير لقياس المستحقات الغير الاختيارية وتمثل فترة التقدير الفترة السابقة للفترة المدروسة، فمحددات هذا النموذج مقدرة باستخدام معطيات فترة التقدير والتي لا توجد فيها ممارسات إدارة أرباح متوقعة، ويظهر هذا النموذج من خلال المعادلة التالية:¹³

$$NDA_{t+1} = \frac{1}{n} \sum_{i=t-1}^t TA_i / A_{i-1}$$

بحيث:

NDA_{t+1} : المستحقات الغير اختيارية للفترة المدروسة.

$t+1$: الفترة المدروسة.

t : سنوات فترة التقدير.

n : مجموع سنوات فترة التقدير.

TA_i : المستحقات الكلية للسنة (i).

A_{i-1} : مجموع الأصول لبداية الفترة (i-1).

إلا أن هذا النموذج قد وجهت له عدة انتقادات، ومن أبرزها أنه يعتبر أن المستحقات الغير اختيارية ثابتة عبر الزمن، ومساوية لمعدل المستحقات الكلية لفترة التقدير، في حين أن المستحقات الغير اختيارية تتغير بتغير الظروف الاقتصادية للشركة.

¹³ Ronen & Yaari, Op cit, p: 371.

2-3- نموذج "DeAngelo، 1986"

طور "DeAngelo" نموذجاً آخر كتعديل لنموذج "Healy"، ومن خلاله طورت طريقة أخرى لحساب المستحقات الغير اختيارية، من خلالها استخدم مجموع المستحقات الكلية للفترة السابقة للفترة المدروسة لقياس المستحقات الغير اختيارية، ويظهر هذا النموذج من خلال المعادلة التالية:

$$NDA_{t+1} = TA_{t-1} / A_{t-1}$$

بحيث:

NDA_{t+1} : المستحقات الغير اختيارية إلى إجمالي الأصول للسنة (t+1).

TA_{t-1} : المستحقات الكلية للسنة (t-1).

A_{t-1} : مجموع الأصول للسنة (t-1).

وبعد هذا النموذج حالة خاصة لنموذج "Healy، 1985"، فمن خلاله فترة التقدير أين لا يتوقع فيها وجود مستحقات اختيارية، هي السنة السابقة لسنة الاختبار، إلا أن هذا النموذج بدوره تعرض لنفس الانتقاد الذي وجه لنموذج "Healy، 1985"، بحيث أنه ينفي أثر التغيرات الاقتصادية على تغير المستحقات الغير اختيارية،¹⁴ كما أن مستوى المستحقات الاختيارية قد افترض بمعدل يساوي الصفر في فترة التقدير، أي السنة التي تسبق سنة كشف إدارة الأرباح وقد اجمع الباحثون على أن هذا النموذج لا يسمح بأي طريقة بتقدير المستحقات الاختيارية، وكشف ممارسات إدارة الاستحقاق، ومن جهة أخرى فإذا كانت المستحقات الغير اختيارية ثابتة عبر الزمن، والمستحقات الكلية بمعدل الصفر إلى فترة التقدير، فكلًا من نموذجي "Healy، 1985" و"DeAngelo، 1986" يقدران دون خطأ قياس المستحقات الغير اختيارية، وقد أثبتت عدة دراسات أهمها دراسة كابلان "Kaplan، 1985"، أن المستحقات الغير اختيارية تتغير حسب الظروف والتغيرات الاقتصادية للشركة، وبذلك ظهرت نماذج أخرى للتقدير كان غرضها تحسين النموذجين السابقين، وإلغاء فرضية ثبات المستحقات الغير اختيارية.

3-3- نموذج "Dechow & Sloan، 1991":

ويسمى أيضا بنموذج قطاع النشاط، ويفترض هذا النموذج أن التغير في المستحقات الغير اختيارية مشترك بالنسبة لكل الشركات التي تنتمي لنفس قطاع النشاط، ويقدر هذا النموذج المستحقات الغير اختيارية كما يلي:

$$NDA_{t+1} = y_1 + y_2 \text{ Median}_I (TA_{t+1} / A_{t-1})$$

¹⁴ Ronen & Yaari, Op cit, p: 371.

بحيث:

NDA_{t+1} : المستحقات الغير اختيارية للسنة $(t+1)$ ؛

$Median_I (TA_{t+1}/A_{t-1})$: القيمة الوسيطة للمستحقات الكلية مقسومة على إجمالي أصول بداية

الفترة لكل الشركات التابعة لنفس قطاع النشاط I ؛

y_1, y_2 : تمثل معالم خاصة يتم تقديرها من خلال طريقة المربعات الصغرى العادية خلال فترة التقدير و انطلاقا من المعادلة الآتية:¹⁵

$$TA_t / A_{t-1} = y_1 + y_2 Median_I (TA_t / A_{t-1}) + \varepsilon_t$$

بحيث:

TA_t : المستحقات الكلية للسنة (t) ؛

A_{t-1} : مجموع الأصول للسنة $(t-1)$ ؛

ε_t : باقي الانحدار المرتبط بالمستحقات الاختيارية.

إلا أن هذا النموذج أيضا يعاب عليه بأنه يلغي التغير في المستحقات الغير اختيارية المشتركة بين الشركات التي تنتمي لنفس قطاع النشاط، فإذا كان هناك تغيرات على مستوى نسبة المستحقات الاختيارية نتيجة لتغيرات خاصة بظروف الشركة، هذا النموذج سيكون غير قادر على استخراج نسبة المستحقات الغير اختيارية، ففرضيته لا تطبق إلا في حال ما إذا كان الأصل الاقتصادي للشركات الموجودة في نفس قطاع النشاط متجانس، إضافة إلى أن هذا النموذج يحذف الارتباط بين المستحقات بين الشركات وهذا يعد خطرا قد يؤدي لانحراف النتائج وتذبذبها وتأكيد غياب التلاعب من خلال إدارة الاستحقاق في حين تواجهها في الحقيقة.

4-3- نموذج " Jones، 1991 ":

من أجل تدارك النقص الملاحظ في النماذج السابقة والتي تفترض أن التغيرات الاقتصادية لا تؤثر على نسبة المستحقات الكلية اقترح " Jones "، عام 1991 م نمودجا يسمح باستقرار هذه الفرضية الغير مقبولة، بحيث قدم التغير في رقم الأعمال والأصول الصافية ليأخذ بعين الاعتبار التغير في المستحقات الغير اختيارية والناجمة عن التطور الطبيعي للظروف الاقتصادية للشركة وحسب " Jones " فإن المستحقات الغير اختيارية

¹⁵ Ines Fakhfakh Ben Amar, Op cit, p :70 .

للفترة (t) تعتبر معادلة تأخذ بعين الاعتبار التغير في رقم الأعمال بين السنة (t) والسنة (t-1)، والقيمة الصافية للتجهيزات المادية (العقارات والممتلكات والآلات).

إن إدخال متغيري "التغير في رقم الأعمال" و"التجهيزات المادية الصافية" في النموذج يسمح بالأخذ في الحسبان التغيرات في المستحقات الكلية التي ترتبط بالتطور الاقتصادي للشركة، فرقم الأعمال يستخدم للرقابة على المحيط الاقتصادي للشركة قبل وجود أي تحريف من طرف مسيريهما، والتجهيزات المادية الصافية تدخل في النموذج للرقابة على نسبة المستحقات الكلية التي تعتمد على مصاريف الاهتلاك الغير اختيارية وقد أدرجت التجهيزات المادية الصافية بقيمتها دون قيمة التغير فيها لأن مصروف الاهتلاك¹⁶ الذي يدخل في قياس المستحقات الكلية يكون بقيمته الكلية وليس بالتغير فيها، ويقدم "Jones" نموذجاً لقياس المستحقات الغير اختيارية كمايلي:

$$NDA_{i,t} / A_{i,t-1} = \alpha_1 (1 / A_{i,t-1}) + \alpha_2 (\Delta REV_{i,t} / A_{i,t-1}) + \alpha_3 (PPE_{i,t} / A_{i,t-1}) + \varepsilon_{i,t}$$

بحيث:

$NDA_{i,t}$: المستحقات الغير اختيارية للشركة (i) في السنة (t).

$A_{i,t-1}$: مجموع الأصول للشركة (i) في السنة (t-1).

$\Delta REV_{i,t}$: التغير في رقم الأعمال للشركة (i) بين السنة (t) والسنة (t-1).

$PPE_{i,t}$: القيمة الصافية للتجهيزات المادية (العقارات والممتلكات والآلات) للشركة (i) في السنة (t).

$\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$: معالم خاصة بالنموذج يتم حسابها باستخدام طريقة المربعات الصغرى انطلاقاً من النموذج الآتي:

$$TAC_{i,t} / A_{i,t-1} = \alpha_1 (1 / A_{i,t-1}) + \alpha_2 (\Delta REV_{i,t} / A_{i,t-1}) + \alpha_3 (PPE_{i,t} / A_{i,t-1}) + \varepsilon_{i,t}$$

بحيث: $TAC_{i,t}$: تمثل المستحقات الكلية للسنة (t).

هذا النموذج لم يخلو بدوره من الانتقادات، فأهم انتقاد وجه إليه كان وقوفه عند فرضية أن رقم الأعمال غير اختياري، في حين انه بإمكان المسير تأخير استلام المشتريات في سنة الاختبار لتخفيض رقم الأعمال وتأجيل هذه المبيعات للسنة المقبلة، ففي حال تلاعب المسير برقم الأعمال فإن تقدير ممارسات إدارة الأرباح وفق هذا النموذج سينحرف وهذا الانتقاد اكتشفه "Jones" نفسه.

¹⁶ Ines Fakhfakh Ben Amar, Op cit, p :70 .

3-5- نموذج "Modified Jones، 1995"

لمواجهة الانتقاد السابق لنموذج "Jones، 1991" قام كلا من "Dechow، Sloan & Sweeney" عام 1995 م بتعديل نموذج "Jones" مع الأخذ بعين الاعتبار التغير في حساب الزبائن، هذه التسوية تفترض ضمناً أن التغير في المبيعات على الحساب يمكن أن يتأثر بالتحريف الممارس من طرف المسير، ويفسر هذا بأنه من السهل إدارة الربح بتحريف الاعتراف بالمبيعات على الحساب مقارنة بالمبيعات المسددة نقداً،¹⁷ هذا التعديل يمكن أن يترجم على مستوى حساب المستحقات الغير اختيارية من خلال الأخذ بعين الاعتبار التغير في رقم الأعمال النقدي (الفرق بين التغير في رقم الأعمال الكلي والتغير في رقم الأعمال على الحساب) وهكذا يقدم نموذج "Jones" المعدل كما يلي:

$$NDA_{i,t} / A_{i,t-1} = \alpha_1 (1 / A_{i,t-1}) + \alpha_2 (\Delta REV_{i,t} - \Delta AR_{i,t} / A_{i,t-1}) + \alpha_3 (PPE_{i,t} / A_{i,t-1}) + \varepsilon_{i,t}$$

بحيث: $\Delta AR_{i,t}$: يمثل التغير في حساب الزبائن للشركة (i) في السنة (t).

وعليه فإن معالم النموذج $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ يتم حسابها باستخدام طريقة المربعات الصغرى انطلاقاً من النموذج

الآتي:

$$TAC_{i,t} / A_{i,t-1} = \alpha_1 (1 / A_{i,t-1}) + \alpha_2 (\Delta REV_{i,t} - \Delta AR_{i,t} / A_{i,t-1}) + \alpha_3 (PPE_{i,t} / A_{i,t-1}) + \varepsilon_{i,t}$$

وأهم انتقاد وجهه لهذا النموذج هو اعتباره أن كل تغير في رقم الأعمال على الحساب هو نتيجة للتحريف وفي حال ظهور تحريفات على مستوى المبيعات المدفوعة نقداً، فإن نفس الإشكال المطروح في نموذج "Jones، 1991" سي طرح هنا أيضاً وذلك بسبب عدم الأخذ بعين الاعتبار الجزء الاختياري في نموذج تقدير المستحقات الغير الاختيارية كما لاحظ العديد من الباحثين أن التعديل في هذا النموذج لا يوافق الواقع في القياس دائماً، فهذا التعديل لا يتكيف إلاو الفترات أين توجد فيها إدارة أرباح فعالة بشرط أن يكون التغير في حساب الزبائن في نفس السياق.¹⁸ وبعد هذه الانتقادات قامت العديد من الدراسات بتقييم جودة النماذج السابقة العرض أهمها دراسة "Dechow، Sloan & Sweeney، 1995"، بحيث اعتمدت على مقارنة مجموعات مرتبة واختبارات إحصائية معمقة، فكانت كل الاختبارات ذات قوة ضعيفة من اجل تحريف أرباح معقول اقتصادياً بالنسبة لكل النماذج المالية باستثناء نموذج "Modified Jones، 1995" فقد كانت نتيجة الاختبار قوية،¹⁹

¹⁷ Ines Fakhfakh Ben Amar, Op cit, p71.

¹⁸ Ines Fakhfakh Ben Amar, ibid, p 73.

¹⁹ Ronen & Yaari, Op cit, p: 434.

وخلصت نتائج أغلب الدراسات إلى أن كلا من نموذجي "Jones" و "Jones" المعدل، هما النموذجان الوحيدان اللذان لهما القدرة على التقدير الفعال والموثوق للمستحقات الغير اختيارية وأما نموذجي "Healy"، "DeAngelo" ونموذج قطاع النشاط لـ "Dechow & Sloan"، فهي نماذج غير قادرة على التقدير الفعال وفصل المستحقات الاختيارية عن المستحقات الغير اختيارية، ولذلك فمنذ تلك الفترة حظي نموذج "Modified Jones"، 1995 القبول العام ولازال إلى غاية الآن نمودجا معتمدا في كافة الدراسات التي تهدف إلى قياس مدى ممارسة الشركات لإدارة الأرباح. ومنذ ظهور نموذج "Jones" المعدل عام 1995 م ظهر العديد من الباحثين ممن حاولوا اقتراح نماذج جديدة لتكون أكثر فعالية وحادثة في قياس المستحقات الاختيارية لكن كل هذه النماذج كانت مقتبسة من نموذج "Jones" المعدل نفسه، بحيث اقترح كل نموذج متغيرا جديدا ليضيفه إلى نفس النموذج السابق.

3-6- نموذج "Ress , Gill & Gore ، 1996"

بعد نموذج جونز المعدل تقدم "Dechow" في بحثه بحيث أكد بأنه من الضروري أن تتضمن الدراسات المستقبلية وبالإضافة لعناصر نموذج جونز المعدل 1995 م، عنصر التغير في التدفقات النقدية المتأتية من الأنشطة التشغيلية على اعتبار أنها تمثل محمدا هاما للمستحقات، وبأخذ هذا العنصر بعين الاعتبار، وانطلاقا من نموذج جونز المعدل قام "Ress , Gill & Gore" سنة 1996م باقتراح نموذج جديد لتقدير المستحقات الاختيارية، ويعتمد على دمج التدفقات النقدية من الأنشطة التشغيلية CFO إضافة لبقية العناصر المكونة لنموذج جونز المعدل، ويمكن توضيح نموذج "Ress , Gill & Gore" لقياس المستحقات الاختيارية كما يلي:²⁰

$$NDA_{i,t} / A_{i,t-1} = \alpha_1 (1 / A_{i,t-1}) + \alpha_2 (\Delta REV_{i,t} - \Delta AR_{i,t} / A_{i,t-1}) + \alpha_3 (PPE_{i,t} / A_{i,t-1}) + \alpha_4 (CFO_{i,t} / A_{i,t-1}) + \varepsilon_{i,t}$$

بحيث: CFO_{i,t} تمثل قيمة التدفق النقدي من الأنشطة التشغيلية للشركة (i) في السنة (t).

3-7- نموذج "Kothari , Leone & Wasley ، 2005"

هو نموذج لتقدير المستحقات الاختيارية، جاء به "Kothari , Leone & Wasley" سنة 2005م وسمي بنموذج المستحقات الاختيارية المعدلة بالأداء "Performance –adjusted discretionary

²⁰ Ronen & Yaari, Op cit, p: 434.

accruals " ذلك لأنه يربط بين المستحقات وأداء الشركة السابق والحالي، بحيث يأخذ بعين الاعتبار العلاقة بين المستحقات وعنصر العائد على الأصول ROA كوسيلة لقياس أداء الشركة، ويشير هذا النموذج إلى أنه يمكن تحسين فعالية النماذج السابقة المستخدمة لقياس المستحقات الاختيارية من خلال التحكم في العائد على الأصول والذي يمكن أن يكون له تأثير على قياسها ويمكن توضيح نموذج "Kothari , Leone & Wasley" لقياس المستحقات الاختيارية كما يلي:

$$NDA_{i,t} / A_{i,t-1} = \alpha_1 (1 / A_{i,t-1}) + \alpha_2 (\Delta REV_{i,t} - \Delta AR_{i,t} / A_{i,t-1}) + \alpha_3 (PPE_{i,t} / A_{i,t-1}) + \alpha_4 ROA_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

بحيث $ROA_{i,t}$: يمثل معدل العائد على أصول الشركة (i) في السنة (t).

3-8- نموذج "Raman & Shahrur، 2008":

كثيراً من الدراسات والأبحاث ومن بينها دراسة McNichols سنة 2002م، أكدت أن الشركات التي لها فرص نمو قوية تكون لديها نسبة مرتفعة من المستحقات، وعلى أساس هذه الفرضية قام كلا من "Raman & Shahrur" سنة 2008م بتقديم نموذج مطور لنموذج "Kothari , Leone & Wasley" يأخذ بعين الاعتبار إدخال متغير جديد لقياس المستحقات الاختيارية سمي بـ "Book to market" والذي يفترض أنه مقياس لفرص النمو لدى الشركة،²¹ ويقاس هذا المتغير كنسبة بين إجمالي أصول الشركة وإجمالي الأصول ناقص القيمة الدفترية للأموال الخاصة زائد القيمة السوقية للشركة ويمكن التعبير عن نموذج "Raman & Shahrur" كما يلي:²²

$$NDA_{i,t} / A_{i,t-1} = \alpha_1 (1 / A_{i,t-1}) + \alpha_2 (\Delta REV_{i,t} - \Delta AR_{i,t} / A_{i,t-1}) + \alpha_3 (PPE_{i,t} / A_{i,t-1}) + \alpha_4 BM_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

بحيث $BM_{i,t}$: تمثل نسبة إجمالي أصول الشركة إلى إجمالي الأصول ناقص القيمة الدفترية للأموال الخاصة زائد القيمة السوقية للشركة (i) في السنة (t).

²¹ Ines Fakhfakh Ben Amar, Op cit, p76 .

²² Ines Fakhfakh Ben Amar, ibid, p76 .

الجزء التطبيقي: تجربة المفاضلة الإحصائية بين نماذج قياس ممارسات إدارة الأرباح

1- الطريقة والإجراءات:

بعد أن أكدت دراسة "Dechow, Sloan & Sweeny" ، 1995 ، " أن نموذج "Jones" المعدل سنة 1995 م، هو النموذج الأكثر فعالية في تقدير قيمة المستحقات الاختيارية لكشف ممارسات إدارة الأرباح، مقارنة بالنماذج التقليدية: "Healy" ، 1985 ، "DeAngelo" ، 1986 ، "النموذج القطاعي" Dechow & Sloan ، 1991 ، " ونموذج " Jones ، 1991 . وبعد أن ظهر العديد من الباحثين ممن حاولوا اقتراح نماذج جديدة لتكون أكثر فعالية وحادثة في قياس المستحقات الاختيارية: "Ress , Gill & Gore" ، 1996 ، "Kothari , Leone & Wasley" ، 2005 ونموذج "Raman & Shahrur" ، 2008 . في هذه المرحلة من البحث سنقوم بإجراء تجربة لتقويم جودة النماذج الحديثة المقترحة لتقدير قيمة المستحقات الاختيارية، مقارنة بنموذج " Jones" المعدل سنة 1995 م، وستشمل عملية التقويم النماذج التالية:

- نموذج " Modified Jones" ، 1995 ؛
 - نموذج " Ress , Gill & Gore" ، 1996 ؛
 - نموذج " Kothari , Leone & Wasley" ، 2005 ؛
 - نموذج " Raman & Shahrur" ، 2008 .
- ومن أجل تقويم جودة النماذج، اخترنا أن الطريقة التي تناولها " Jeanjean" سنة 2002 م، بحيث اعتمد فيها على اختبار " Student" لمتوسط المستحقات الاختيارية المقدر وفق كل نموذج عند مستوى المعنوية 0.05، وذلك بالأخذ بعين الاعتبار مستوى المعنوية ومجال الثقة في عملية التقويم كما يلي:

- كلما كان مستوى المعنوية أقل من 0.05، كلما دل على صلاحية النموذج لعملية التقدير؛
 - كلما كان مجال الثقة أكبر، كلما كانت عملية تقدير قيمة المستحقات الاختيارية أدق.²³
- ولتطبيق هذه التجربة قمنا باختيار خمسة شركات اختارنا عشوائيا من عينة الدراسة المتمثلة في 60 شركة مساهمة فرنسية مسجلة بمؤشر SBF250، على افتراض أنها لم تمارس إدارة الأرباح خلال الفترة المدروسة 2007م-2009م، ثم طبقنا عليها النماذج الأربعة لتقدير المستحقات الاختيارية.

²³ Thomas Jeanjean : **Gestion du résultat et gouvernement d'entreprise : Etude des déterminants et formulation d'un modèle de mesure**, thèse présentée en vue de l'obtention du grade de docteur en sciences de gestion, université paris dauphine, France, 2002, p177.

الجدول (1): شركات عينة الدراسة

شركات عينة الدراسة	النشاط الاقتصادي	قطاع النشاط
1	Accor	الفنادق
2	Air france	الخطوط الجوية الفرنسية
3	Akka technologies	الهندسة الابتكار التكنولوجي
4	Alcatel	اجهزة الاتصال
5	Ales groupe	مواد ومستحضرات التجميل

المصدر: من إعداد الباحثة.

2- تحليل النتائج واختبار فرضية الدراسة:

تمثل الجداول الآتية ملخص للنتائج التي توصلنا إليها:

الجدول (2): تقدير المستحقات الاختيارية وفق النماذج قيد عملية التقويم

متوسط المستحقات الاختيارية خلال الفترة 2007-2009 مقدر وفق النماذج				الشركات قيد التجربة
Raman & Shahrur	Kothari , Leone & Wasley	Ress , Gill & Gore	Modified Jones	
0.00043	-0.00020	-0.00014	-0.02960	ACCOR
0.00047	-0.00020	-0.00012	-0.02936	AIR FRANCE - KLM
0.00030	-0.00002	-0.00010	-0.04151	AKKA TECHNOLOGIES
0.00022	-0.00004	-0.00013	-0.05807	ALCATEL
0.00040	-0.00013	-0.00012	-0.01800	ALES GROUPE
0.00036	-0.00012	-0.00012	-0.03531	متوسط المستحقات الاختيارية

المصدر : مخرجات برنامج Excel .

من خلال الجدول السابق عرضه نلاحظ أن متوسط المستحقات الاختيارية وفق كلا من النماذج:

"Modified Jones"، 1995، "Ress, Gill & Gore"، 1996، "Kothari , Leone & Wasley"، 2005،

ظهر سالبا، بقيمة: -0.03531، -0.00012، -0.00012، -0.00012، على التوالي، ونفسر

ذلك لاستخدام الشركات قيد التجربة للمستحقات الاختيارية بشكل سالب، لممارسة إدارة الأرباح هبوطا، عن

طريق تخفيض الأرباح، بينما ظهر متوسط المستحقات الاختيارية موجبا وفق نموذج "Raman & Shahrur"،

2008"، بخلاف نتيجة النماذج السابقة، ويفسر ذلك باستخدام المستحقات الاختيارية بشكل موجب، لممارسة إدارة الأرباح صعوداً، عن طريق تضخيم الأرباح.

إن تشابه نتيجتي نموذجي "Ress , Gill & Gore ، 1996"، "Kothari , Leone & Wasley ،

، 2005"، واختلاف نتيجة كلا من نموذجي "Modified Jones" ، 1995"، "Raman & Shahrur ،

، 2008"، يقتضي منا اجراء اختبار متوسط المستحقات الاختيارية "Student Test"، لمعرفة حجم الخطأ

المرتكب في تقدير قيمتها (مستوى المعنوية)، وكذا حجم مجال الثقة "Confidence Interval" في عملية

التقدير، لتحديد أي من النماذج الأربعة يمكن أن يعطينا القيمة الأدق والأكثر موثوقية لمتوسط المستحقات

الاختيارية. ويظهر الجدول الآتي نتيجة اختبار "Student Test" لمتوسط المستحقات الاختيارية:

الجدول (3): اختبار المتوسط "Student Test" لمتوسط المستحقات الاختيارية وفق النماذج قيد عملية التقويم

نماذج تقدير المستحقات الاختيارية	قيمة t	مستوى المعنوية Sig	متوسط المستحقات الاختيارية	مجال الثقة عند مستوى 95%		حجم مجال الثقة
				الحد الأدنى	الحد الأعلى	
"Modified Jones, 1995"	-2.388	0.032	-0.03531	-0.06701	-0.00359	0.06342
"Ress , Gill & Gore , 1996"	-1.439	0.172	-0.00012	-0.00030	0.00006	0.00036
"Kothari , Leone & Wasley , 2005"	-1.404	0.182	-0.00012	-0.00029	0.00006	0.00035
"Raman & Shahrur , 2008"	2.073	0.057	0.00036	-0.00001	0.00074	0.00075

عند مستوى معنوية 0.1.

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

من خلال الجدول أعلاه يمكن القول بأن حجم مجالات الثقة في كل من النماذج "Ress , Gill & Gore ، 1996"، "Kothari , Leone & Wasley ، 2005"، "Raman & Shahrur ، 2008"

" قدر بـ: 0.00036، 0.00035، 0.00075، على التوالي، مما يدل على أنها مجالات ثقة صغيرة.

بينما يظهر مجال الثقة بالنسبة لنموذج "Modified Jones ، 1995" ، بقيمة 0.06342 بحجم أكبر من حجم مجالات الثقة السابقة، مما يدل على أن تقدير قيمة المستحقات الاختيارية وفق نموذج "Modified Jones ، 1995" أكثر موثوقية من التقدير وفق بقية النماذج.

وبالنظر إلى مستويات المعنوية، يلاحظ أن مستوى المعنوية Sig في كلا من نموذجي "Modified Jones ، 1995" ، و "Raman & Shahrur ، 2008" ، قدر بـ: 0.032، 0.057، على التوالي، وهي قيم أقل من 0,1 بحيث تعكس الدلالة الإحصائية للنموذجين.

بينما في كلا من نموذجي "Kothari , Leone & R , Gill & Gore ، 1996" ، و "Wasley ، 2005" قد ظهر مستوى المعنوية بقيمتي: 0.172، 0.182، على التوالي، وهي أكبر من 0,1 بحيث لا تعكس الدلالة الإحصائية للنموذجين .

وبما أن مستوى معنوية الأقل 0.032 هو الذي يعكس النموذج الأكثر ملائمة، فمن خلال النتائج المتوصل إليها يمكن الاستنتاج أن نموذج "Modified Jones ، 1995" هو النموذج الأكثر صلاحية لتقدير قيمة المستحقات الاختيارية كشف ممارسات إدارة الأرباح.

وبالتالي يمكن رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة أي أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نماذج قياس ممارسات إدارة الأرباح، وتتضح تلك الفروق من التباين الظاهر في مستويات المعنوية لكل نموذج.

خاتمة:

- تعتبر إدارة الأرباح شكلا من أشكال التلاعب المحاسبي الذي يمارس دون خرق القوانين والمعايير المحاسبية. فالمحاسب يقوم من خلال إدارة الأرباح باستخدام معرفته بالقواعد والقوانين، المبادئ والمعايير المحاسبية لمعالجة الأرقام المسجلة في حسابات الشركات والتلاعب بها لتقديم انطباع مظلل عن عائد الشركة ومخاطرها.
- وفي ضوء التحليلات النظرية والعملية لهذه الدراسة، يمكن الخروج بالنتائج التالية:
- تتعدد طرق إدارة الأرباح وتختلف باختلاف دوافعها، ومن أبرزها: التضخيم والتقليص المتعمد للأرباح؛
 - أظهرت نتيجة المفاضلة الإحصائية بين نماذج قياس ممارسات إدارة الأرباح أن نموذج "Modified Jones ، 1995" هو النموذج الأكثر صلاحية لتقدير قيمة المستحقات الاختيارية كشف ممارسات إدارة الأرباح؛
 - خلصت المفاضلة الإحصائية بين نماذج قياس إدارة الأرباح إلى أنه يمكن رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نماذج قياس ممارسات إدارة الأرباح.

قائمة المراجع:

أولاً: باللغة العربية:

1. الداعور، جبر إبراهيم، أثر السياسات المحاسبية لإدارة المكاسب على أسعار أسهم الوحدات الاقتصادية المتداولة في سوق فلسطين للأوراق المالية، دراسة تطبيقية، مجلة الجامعة الإسلامية ، المجلد رقم: 17، العدد الأول، غزة، فلسطين، جانفي، 2009.
2. القشامي، فواز سفير، إدارة الأرباح في الشركات المساهمة السعودية، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية الصادرة عن جامعة الإسكندرية، العدد: 01، المجلد رقم: 47، الإسكندرية، مصر، جويلية، 2010.
3. عيسى، سمير كامل محمد، أثر جودة المراجعة على عملية إدارة الأرباح مع دراسة تطبيقية، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، العدد: 2، المجلد: 45، الإسكندرية، مصر، جويلية، 2008.

ثانياً: باللغة الأجنبية:

1. Fakhfakh , Ben Amar , **Free cash flow, gestion des résultats et gouvernement des entreprises, étude comparative des entreprises françaises et américaines**, thesis présentée, Reims Champagne-Ardenne university , France, 2009 .
2. Ronen, Yaari, **Earning management, emerging insights in theory, practice & research**, Springer edition, New York, USA, 2008.
3. Syed Zulfiqar Ali Shah, Safdar Ali Butt & Arshad Hasan, **Corporate Governance and Earnings Management an Empirical Evidence Form Pakistani Listed Companies**, European Journal of Scientific Research, Vol: 26, N°:4, Republic of Seychelles , 2009.
4. Thomas Jeanjean, **Gestion du résultat et gouvernement d'entreprise: Etude des déterminants et formulation d'un modèle de mesure**, thèse présentée en vue de l'obtention du grade de docteur en sciences de gestion, université paris dauphine, France, 2002.

الحكومة الالكترونية: السياق التاريخي، تقويم المسعى وتحدي التفعيل

د. ضيف أحمد

أستاذ محاضر (ب) كلية العلوم الاقتصادية - جامعة الجلفة

أ. بن موسى محمد

أستاذ مساعد، كلية العلوم الاقتصادية - جامعة الجلفة

ملخص

تتموقع الحكومة الالكترونية ضمن الثلاثية الالكترونية (إدارة، أعمال، حكومة)، مما يجعلها رافدا مهما، ودعامة أساسية ضمن التوجه الرامي إلى التحول نحو الاقتصاد الرقمي والمعرفي، المبني أساسا على التقنية والمعرفة، الأمر الذي جعلنا نهدف من خلال هذه الدراسة إلى محاولة القيام بعملية تقويم شامل لمسعى الحكومة الالكترونية، من خلال التعرف على مزاياها وعيوبها ومتطلبات تطبيقها وتحسينه.

توصلت هذه الدراسة إلى نتيجة رئيسة مفادها أن مشروع الحكومة الالكترونية يعتبر تغييرا في جذريا في صورة الحكومة التقليدية، الأمر الذي يجعل صناع القرار في الدولة أمام مهمة التصدي لجموعه هامة من التحديات والتي يجب الاضطلاع بها، وإيلائها العناية والاهتمام الأقصى، لغرض تفعيل مسعى الحكومة الالكترونية تطبيقاً وأداءً.

الكلمات المفتاحية: الحكومة الالكترونية، تقويم مسعى الحكومة الالكترونية، تحدي تفعيل الحكومة الالكترونية.

Abstract

Positioning of E-government within the tripartite electronic (Business, Management, Government), makes it an important tributary and a mainstay within the orientation towards the digital economy building mainly on knowledge and technology, which makes important and necessary to do a calendar effort electronic government by recognizing the advantages and disadvantages and the requirements for its application.

Findings of this study to essential result that the e-government project is a the fundamental change in the government's traditional image, which will make the decision-makers in the country face serious challenges that must be undertaken, and given the maximum care and attention for the purpose of activating the E-government effort and in terms of application and performance.

Key words: E-government, E-government effort calendar, the challenge of activating E-government

مقدمة:

أفرزت ثورة المعلومات عدة نتائج، انعكست آثارها على جل الأصعدة الحياتية للإنسان، أدت في مجملها إلى تضاعف وتراكم رهيب للمعرفة الإنسانية، وهذا ميلٌ لمس بصفة واضحة على مستوى المعرفة التكنولوجية، فتتبارع العولمة ساق في طياته التوجه نحو إسقاط كل الحواجز الزمنية والمكانية، وذلك من خلال شبكة التواصل الفوقية والتحتية، السلكية واللاسلكية، فأصبح التقدم التكنولوجي الحلقة الأقوى والرهان الأكبر في ضبط التفاعل والإيقاع بين البشر، ضمن مسعى تحقيق وتفعيل التقدم في شتى المجالات، وكنتيجة أو محصلة، لكل هذه المؤثرات والتحولت أصبحت دفة الاقتصاد العالمي موجهة أساساً من طرف المعرفة العلمية، من خلال ما أُصطلح عليه الاقتصاد المعرفي المؤسَّس بصفة رئيسة على استحواد وتطبيق المعرفة.

مقدمات الأحاديث المتداولة عن تضخم الجهاز الحكومي والسعي نحو الحد من عدد العاملين فيه، كانت بواردها منذ منتصف القرن المنصرم، حيث سبب توسع المصالح الحكومية تفشي البيروقراطية، واستفحال منطق الروتين والنمطية العقيمين، الأمر الذين أدى إرهاب المواطنين وتكبيله بعدة إجراءات لا طائل من ورائها إلا سبب واحد هو: أنها وجدت لتتبع، ترسيخاً لمبدأ التطبيق الحرفي للوائح.

من جانب آخر، مهدت السرعة المذهلة للتطور التقني والتكنولوجي الطريق أمام الحكومة الالكترونية، فأصبح متاحاً أمام جموع المواطنين تقديم بعض الطلبات وإنجاز الكثير من المعاملات عن طريق الحاسب الآلي بفضل الشبكة العنكبوتية، كذلك إمكانية الوصول إلى شتى النماذج الخاصة بالمعاملات الحكومية من الموقع الالكتروني للمصلحة الحكومية.

على ضوء ما سبق، سنحاول من خلال هذه الدراسة الإجابة عن الأسئلة الثلاثة الآتية:

- ما هي أهم أبرز المعالم التي يمكن الوقوف عليها ضمن المسار التاريخي لظهور الحكومة الالكترونية ؟
- كيف يمكن تقويم مسعى تطبيق الحكومة الالكترونية ؟
- ما هي أهم التحديات التي يمكن استشرافها لتفعيل تطبيق وأداء الحكومة الالكترونية ؟

لغرض الإجابة عن الأسئلة الثلاثة الواردة أعلاه، نقترح تنظيم هيكل هذا المقال، وفق الخطة الآتية:

أولاً: السياق التاريخي لظهور وتطور الحكومة الالكترونية؛

ثانياً: تقويم مسعى الحكومة الالكترونية (قراءة في المتطلبات، المزايا والعيوب)؛

ثالثاً: تحدي تفعيل الحكومة الالكترونية.

أولاً: السياق التاريخي لظهور وتطور الحكومة الالكترونية:

1. بوادر وأسباب ظهور فكرة الحكومة الالكترونية:

بدأت تجربة الحكومة الالكترونية في أواسط الثمانينات في الدول الاسكندنافية وتمثلت في ربط القرى البعيدة بالمركز، وأطلق عليها اسم القرى الالكترونية، ويعد "لارس" من جامعة "أودونيس" في الدنمرك رائد هذه التجربة عام 1989 وسماها مراكز الخدمة عن بعد، ومن رواد المشروع "مايكل دل" صاحب شركة "دل" التي لها الدور الريادي في ميدان الحلول الالكترونية. وقد ظهرت محاولات أخرى في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1995 في ولاية فلوريدا ثم تبع ذلك محاولات في مختلف دول العالم. وقد بدأ مشاريع الحكومة الالكترونية بشكل جدا في عام 1999، في الولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول الأوروبية، كذلك بادرت إليها بعض الدول العربية مثل الإمارات العربية المتحدة متمثلة في مشروع حكومة دبي عام 2000.¹

عام 2001، نتيجة رغبات المؤتمرين في ندوة دولية عن رعاية الديمقراطية والتنمية، أوصت الندوة بتكليف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية بالإسهام من خلال برامجها المستقبلية في تعميق مدارك مستقبل وتداعيات الحكومة الالكترونية، حيث رحب وزراء الدول الأعضاء في المنظمة في اجتماعهم السنوي في جوان 2001 بقرار الندوة وطلبوا من المنظمة التقصّي عن التحديات والفرص التي تواجه الحكومة الالكترونية، وفي نوفمبر 2001، صادقت إدارة الحاكمية العامة وتنمية الممتلكات المعروفة بلجنة الإدارة العامة "بوما" سابقا على القيام بمشروع الحكومة الالكترونية، حيث تلقى المشروع توجيهات من "بوما" وهي مجموعة عمل بخصوص الحكومة الالكترونية المكونة من مسؤولين عن الحكومة الالكترونية في الدول الأعضاء (استراليا، كندا، الدنمرك، فرنسا، ألمانيا، إيطاليا، كوريا، المكسيك، هولندا والولايات المتحدة الأمريكية). فمشروع الحكومة الالكترونية يقوم بالبحث عن أفضل الوسائل التي يمكن عن طريقها أن تستفيد الحكومات من تقنيات المعلومات والاتصالات لغرض إدخال أسس القيادة الرشيدة وتحقيق السياسات العامة والنجاح في تنفيذها.²

نشير هنا إلى إن الوصول إلى المفهوم الحالي للحكومة الإلكترونية مر على مراحل عدة:³

¹ إياد خالد عدوان، مدى تقبل المواطنين للحصول على الخدمات من خلال الحكومة الالكترونية (دراسة حالة قطاع غزة)، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم إدارة الاعتماد، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2007، ص26.

² الحكومة الالكترونية، سلسلة "نحو مجتمع المعرفة"، معهد البحوث والاستشارات، الإصدار التاسع، جامعة الملك عبد العزيز، 2006، ص11.

³ سعد عباس حمزة الخفاجي، الحكومة الالكترونية الأبعاد النظرية وآليات التطبيق، دراسة حول استخدام الحكومة الالكترونية في معمل اسمنت كركوك مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد الثالث والعشرون، جامعة بغداد، العراق، 2010، ص 10.

- **المرحلة الأولى:** بدأت مع ظهور الانترنت حتى نهاية عام 1996 وأثناء هذه المرحلة كانت المنظمات تستخدم بيانات التبادل فيما بينها إذ بدأ استخدام الانترنت وسيطا للتبادل الالكتروني (EDI) من خلال استخدام البريد الالكتروني، حيث امتدت الشبكة من داخل المنظمة لتصل إلى كل فرد من عامة الشعب في الدول المتقدمة؛
- **المرحلة الثانية:** هي مرحلة نشوء شبكة "الانترانيت" التي كانت بين عامي 1997-1998، ويقصد بها شبكة المنظمة الخاصة المتكونة من مجموعة أجهزة الحواسيب المرتبطة مع بعضها داخل المنظمة الواحدة، والمستخدم لتنفيذ الأنشطة والعمليات الداخلية فيها وبالنتيجة لیتاح للجميع الدخول إليها وتقتصر على العاملين في المنظمة فقط،
- **المرحلة الثالثة:** بدأت هذه المرحلة مع بداية عام 1999 حيث ظهرت شبكات الكترونية لتلبية حاجات المستفيدين من المنظمة (كالجهزين والزبائن ومجموعات المؤثرين وغيرهم) وتدعى شبكة "الاكسترايت" وهي شبكة خارجية تتيح الفرص لذوي المصالح المشتركة لتلبية احتياجاتهم من المعلومات؛
- **المرحلة الرابعة:** في بداية عام 2000 ظهر مفهوم جديد أطلق عليه الحكومة الالكترونية وبحاجة تطبيق ذلك إلى تكنولوجيا اتصالات وأنظمة معلومات وأحدث التقنيات وقد توسع هذا المفهوم وبدأت الحكومة الالكترونية في تقديم الخدمات لتسهيل التعامل والاتصال فيما بينها وبين مؤسساتها ودوائرها، وكذلك القطاع الخاص والمواطنين وذلك رغبة في إيجاد الخدمات والمعاملات وتقديمها بسهولة وبتكاليف مقبولة من خلال استخدامات الانترنت والشبكات الالكترونية.
- في عام 2002 قام فريق عمل الحكومة الالكترونية في OCED ببحث تأثير الحكومة الإلكترونية على الإدارات الوطنية، حيث قدم ثلاث محاضرات عن عدة مواضيع متشعبة:
 - الرؤية والمضمون والاستجابة (مارس 2002)؛
 - إستراتيجية تنفيذ الحكومة الإلكترونية (جوان 2002)؛
 - إصلاح الإدارات العامة (سبتمبر 2002).⁴

جمعت المحاضرات مسؤولين من الحكومات ضليعين في مبادرات الحكومة الالكترونية وخبراء في الحكومة الالكترونية من القطاع الخاص، وكذلك ممثلي وكالات حكومية ومنظمات المجتمع المدني والجامعات ومراكز

⁴ الحكومة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 13 نقلاً عن:

OCED, E-government project innovation and integrity division, Directorate for public and territorial development ; organisation for economic cooperation and development, 7 July 2005.

الفكر، وقد عرضت نتائج المحاضرات عام 2002 ضمن تقرير عرض القضايا التي تواجه الحكومات في تنفيذ الحكومة الإلكترونية، وعلى أساس ذلك التقرير عقد مؤتمر في جوان 2003، حضره مسؤولون كبار عن الحكومة الإلكترونية لنقاش أهمية القيادة في التنسيق المركزي لمبادرات الحكومة الإلكترونية، وتحسين سبل التعاون بين وكالات الحكومة، واستخدام الحكومة الإلكترونية لتخطي الحواجز التي تعيق التغيير، كما قام المشاركون بتعريف الحاجة إلى استخدام طريقة التواصل في خدمات الحكومة لخدمة العمال والمواطنين كقضية من القضايا الملحة للاستفادة القصوى من الحكومة الإلكترونية،⁵ وبناء على ذلك ركز مشروع الحكومة الإلكترونية على تقديم حلول للحكومة خلال ثلاثة مؤتمرات لكبار المسؤولين:

- مؤتمر التنظيم من أجل التكامل (لشبونة، مارس 2003)؛
- مؤتمر الأعمال العامة (كنكون، مارس 2004)؛
- مؤتمر إحداث التغيير (سيول، جويلية 2004).

وقد تم جمع فعاليات تلك المؤتمرات في وثيقة "الحكومة الإلكترونية من أجل حكومة أفضل".⁶

إن تأثير التقنيات الهائلة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لاسيما في العقود الأخيرة على حل ميادين الحياة دفعت إلى إحداث تغيرات هائلة ومؤثرة على مستوى الحكومة التقليدية حملتها على التحول نحو إلى النمط الإلكتروني،⁷ حيث يمكننا إنجاز مسببات تلك الأحداث من خلال ما يلي:

- تعرض الحكومات لضغوط مستمرة من المواطنين والمستفيدين بشكل عام من أجل تلبية الطلبات المتزايدة على الخدمات الحكومية، وذلك بسبب تزايد عدد السكان، وارتفاع مستوى المعيشة، والرغبة في تحسين نوعية الخدمة، والإسراع في إنجاز المعاملات، والتخلص من الروتين والبيروقراطية؛
- ساهمت التوجهات العالمية (ممثلة في العولمة) نحو الانفتاح والترابط والتكامل في مختلف المجالات والأبعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والإدارية، وكانت الوسيلة الأساسية لهذا التوجه وتطوره ونمائه، حيث وفرت الأدوات اللازمة لربط المجتمعات الإنسانية عبر شبكات الاتصالات المختلفة، وعلى وجه الخصوص

⁵ الحكومة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 24 نقلا عن:

OCED, From theory to practice : prioritising E-government action, Washington, USA, 9 June 2003.

⁶ الحكومة الإلكترونية، المرجع نفسه، ص 24 نقلا عن: OCED, E-government for better government; 2005.

⁷ عباس بدران، الحكومة الإلكترونية من الإستراتيجية إلى التطبيق، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، لبنان، 2004، ص 25.

شبكة الانترنت العالمية (الشبكة العنكبوتية)، مما أدى إلى تطوير مختلف الأساليب من أجل رفاهية الإنسان.⁸

- تسارع التقدم التكنولوجي والثورة المعرفية المرتبطة به، مما يستلزم مواكبة ذلك التقدم والاستفادة منه في مختلف مجالات الحياة لما يحققه من مزايا لعدد كبير من التطبيقات العلمية؛
- ساهمت حركات التحرر العالمية والتي تطالب بمزيد من الحرية والمشاركة والانفتاح واحترام حقوق الإنسان في إحداث تغييرات جذرية في البناء المجتمعي، ورافق ذلك ارتفاع في مستوى الوعي، والتوقعات الاجتماعية، وظهور رؤى جديدة للقطاع العام فيما يتعلق بتحسين مستوى أدائه في تقديم خدماته العامة.⁹

2. تطور فكرة الحكومة الالكترونية:

إن إدراك مدلول الحكومة الالكترونية يلزم الدراية بتطور الإدارة العامة وعمليات الإصلاح في الحكومة، فالعقد الثامن من القرن الماضي شهد استخدام إدارة الجودة الشاملة في إصلاح الإدارة وتطويرها، كذلك جاء العقد التاسع بفكرة إعادة الهندسة وإعادة اختراع الحكومة. كذلك نجد أن فكرة الحكومة الالكترونية قائمة على أساس تبني ممارسات القطاع الخاص في إدارة أعماله الكترونياً في ما يعرف بالتجارة الكترونية، فالتجارة الكترونية مهدت الطريق من عدة أوجه للحكومة الالكترونية وكانت هي العامل المساعد على تحقيقها، وأهداف التجارة الالكترونية هي إتمام المعاملات بين المؤسسات والعملاء، والمؤسسات والمؤسسات، بصورة أكثر كفاءة وفعالية بينما غايات الحكومة الالكترونية هي جعل التعامل بين الحكومة والمواطنين، والحكومة والمؤسسات، والعلاقات الداخلية لوكالات الحكومة أقل تكلفة وأكثر شفافية وأحسن في المعاملة.¹⁰

يمكن أن نلخص مختلف مبادرات الحكومة الالكترونية في العالم والتي ساهمت في بلورة جانب من مفهوم للحكومة الإلكترونية في العالم:

⁸ أحمد حسين محمد العزام، الحكومة الالكترونية في الأردن، إمكانية التطبيق مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، العراق، 2001، ص 10.

⁹ نائل عبد الحافظ العواملة، الحكومة الالكترونية ومستقبل الإدارة العامة: دراسة استطلاعية للقطاع العام في دولة قطر، مجلة دراسات، المجلد التاسع والعشرون، العدد الأول، ص 151.

¹⁰ الحكومة الالكترونية، مرجع سابق، ص 15.

الجدول رقم (1): بعض مبادرات الحكومة الالكترونية

الدولة	مبادرة الحكومة الالكترونية
استراليا	هناك التزامات محددة بما يلي: - تقديم كل خدمات الكومولث المناسبة الكترونيا على الانترنت؛ - إنشاء مركز استعلامات حكومي من خلال المكتب الخاص بالحكومة المباشرة كنقطة رئيسة للدخول على المعلومات عن خدمات الحكومة؛ - إنشاء إمكانية الدفع الالكتروني كالوسيلة المعتادة لمدفوعات الحكومة؛ - تزويد الحكومة بانترنت لغرض الاتصالات المباشرة والأمنة.
النمسا	الحكومة تعمل وتدرّك أنّها شريك في الصناعة الخاصة وبخاصة في فترة الانتقال من مجتمع خدمات ما بعد الصناعة إلى مجتمع المعرفة: - نظم استرداد المعلومات؛ - تبادل البيانات الكترونيا؛ - نظم تفاعل مباشرة.
كندا	الحكومة الالكترونية تأثرت بالأسس التالية: - الاستجابة لمطالبات الناس بحكومة أفضل وأكثر تواصلًا معهم؛ - توضيح الأدوار والمسؤوليات .
الصين	مشروع الحكومة المباشرة يغطي خمس نواحي: - الأول: الإخطار بالمهام الحكومية المباشرة، أي النشر على الانترنت للمهام والواجبات والبنية التنظيمية والطرق الإدارية والقواعد والتنظيمات لحكومات ومختلف أقسامها؛ - الثاني: النشر المباشر لوثائق الحكومة والأرشيف وقواعد المعلومات؛ - الثالث: التصريح بالأنشطة اليومية لأقسام الحكومة، وهذا بمثابة وسيلة للانفتاح بالنسبة للشؤون الإدارية؛ - الرابع: إدارة المعاملات عن طريق مركز الكتروني للملفات والوثائق لتحسين كفاءة الإدارة؛ - الخامس: النشر على الانترنت لمختلف التعاملات التجارية.

الدنمارك	الحكومة الالكترونية قائمة على الأسس الآتية: • مجتمع معلوماتي منفتح على الجميع؛ • تحقيق قرية البحوث العالمية؛ • تنفيذ انترنت ذات تدفق عالي لمختلف المؤسسات؛ • استخدام المطبوعات المباشرة (على الانترنت)؛ • استخدام تقنية المعلومات في البلديات؛ • استخدام تقنية المعلومات في الشركات الديمقراطية؛ • حفظ الملفات والسجلات الكترونيا؛ • استخدام تقنية المعلومات في التعليم؛ • الدارة والقواعد القانونية المدعومة الكترونيا.
فنلندا	الحكومة الالكترونية تنطوي على ما يلي: • الشراكة في البيانات بين مختلف قواعد السجلات الوطنية؛ • استخدام البريد الالكتروني للرسائل؛ • تبادل البيانات الكترونيا؛ • استخدام التجارة الكترونيا؛ • العمل عن بعد: استخدام البطاقة الذكية واستخدام الانترنت؛ • زيادة نسبة الاتصالات الالكترونية.
اليابان	يتضمن مشروع الألفية الخاص بالحكومة الالكترونية: • طرق إدارة المشاريع؛ • نظم الكترونية مثل التحقق الالكتروني من الهوية؛ • قاعدة الشبكة؛ • قاعدة التقنية؛ • الحيازة العامة الكترونيا؛ • احتياجات أمنية.
المملكة المتحدة	ناك أربعة مبادئ إرشادية تتضمنها إستراتيجية الحكومة لغرض تجسيد الحكومة الالكترونية، كإطار استراتيجي للخدمات العامة في عصر المعلومات في افريل 2000: • تقديم خدمات تستجيب لاختيارات المواطنين؛ • تسهيل التواصل مع الحكومة والاستفادة من خدماتها؛ • التأكد من أن التقنية الجديدة لا توجد حاجزا رقميا بين اولئك الذين يدخلون باستخدام الوسائط الالكترونية وغيرهم ممن لا يستعملونها.

الحكومة الالكترونية مؤسسة على سبعة مبادئ تتمثل في ما يلي: • سهولة الدخول؛ • نظم أعيدت هندستها؛ • نظم تلقائية؛ • خدمات تقدم على خطوة واحدة؛ • الخدمة وفق الزبون وليس وفق المؤدي للخدمة؛ • حماية الخصوصية والحفاظ عليها؛ • توفير إمكانية الدخول للمعاقين جسدياً.	الولايات المتحدة الأمريكية
---	----------------------------

المصدر: الحكومة الالكترونية، سلسلة "نحو مجتمع المعرفة"، معهد البحوث والاستشارات، الإصدار التاسع، جامعة الملك عبد العزيز، 2006، ص ص 16-17.

كما يمكن أن نقسم مراحل ظهور الحكومة الالكترونية وفق ثلاث مراحل هي:

الشكل رقم (1): مراحل ظهور الحكومة الالكترونية



المصدر: إبراهيم عد اللطيف الغوطي، متطلبات نجاح مشروع الحكومة الالكترونية من وجهة نظر الإدارة العليا في الوزارات الفلسطينية، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2006، ص 21.

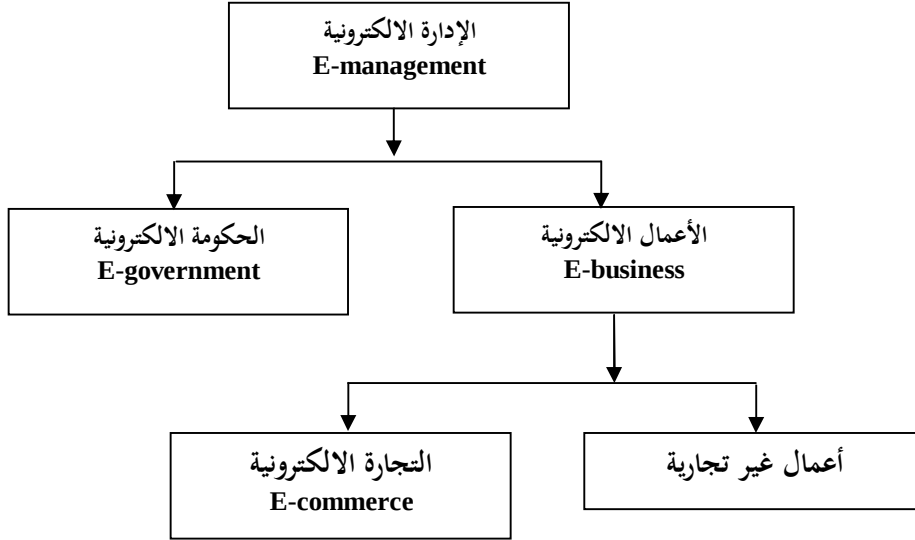
- **المرحلة الأولى (مرحلة الميلاد):** تعود إلى بداية النصف الثاني من القرن العشرين، حينما أدخلت الحاسبات الالكترونية في مجال التطبيقات الإدارية المختلفة، وفي هذه المرحلة تم تطوير أنظمة العمل داخل الإدارات المختلفة من خلال البرامج التي سهلت كثيرا عمل الموظف العادي وساعدته في سرعة إنجاز أعماله؛
- **المرحلة الثانية (مرحلة التصعيد):** هي عصر أنظمة المعلومات وتعود هذه المرحلة إلى حقبة السبعينات والثمانينات، وهي المرحلة التي تم فيها وضع بعض الخدمات من خلال أنظمة المعلومات على الأجهزة المختلفة، وهي ما عرفت باسم أتمتة بعض الخدمات، وفي هذه المرحلة يحصل المواطن على الخدمة من خلال أنظمة المعلومات، مثل تسديد مختلف الفواتير عن طريق ماكينات خاصة؛
- **المرحلة الثالثة (مرحلة الذروة):** تمثل عصر الانترنت، بدأت في منتصف التسعينات وفيها تم تفعيل أداء الحكومة بالاتصال من خلال الفضاء الالكتروني، سواء بالنسبة لأداء الموظفين لأعمالهم داخل الأقسام الإدارية المختلفة، أو بالنسبة لاتصال المواطن بهذه الإدارات حيث يتم ذلك من خلال شبكة الانترنت.

3. الثلاثية الالكترونية (إدارة، أعمال، حكومة):

إن الإدارة الالكترونية هي منظومة وظائف وأنشطة تشمل كل العمليات على مستوى الأعمال الالكترونية من جهة، والأعمال الحكومية من جهة أخرى، فالإدارة الالكترونية هي تكوين أشمل وأوسع من الأعمال الالكترونية وكذلك الأعمال الالكترونية هي مفهوم أعم وأشمل من التجارة الالكترونية، فالإدارة الالكترونية هي المدرسة الأحدث التي تقوم على استخدام الانترنت في إنجاز وظائف الإدارة من تخطيط، تنظيم، قيادة ورقابة وكذلك إنجاز وظائف المؤسسة من إنتاج، تسويق، مالية، موارد بشرية، ... الخ. تتكون الإدارة الالكترونية من بعدين رئيسيين هما: الأعمال الالكترونية والإدارة العامة الحكومية (الحكومة الالكترونية)، يوضح الشكل الموالي العلاقة الوثيقة بين "الإدارة الالكترونية" و"الأعمال الالكترونية" و"الحكومة الالكترونية".

إن القاسم المشترك الذي يجمع هذه المنظومات الثلاث مع بعضها البعض هو: الانترنت، ومن الأهمية بمكان الإشارة هنا إلى أن الإدارة الالكترونية لا يمكن اعتبارها قد ولدت مع ظهور الانترنت لأن مفهوم أتمتة المكاتب قد ظهر منذ مدة طويلة قبل الانترنت وذلك باستخدام الفاكس والهاتف... الخ، ولكن مع ظهور الانترنت أصبحت الإدارة الالكترونية هي إدارة للمعلوماتية وليس إدارة مادية للتجهيزات.

شكل رقم (2): هيكل الإدارة الالكترونية



المصدر: سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق، التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص 18.

وإذا ربطنا الإدارة الالكترونية بالمدارس الإدارية المختلفة سنجد أن الإدارة الالكترونية هي امتداد لها، فالمختصون في الإدارة قد حددوا مسارا تاريخيا متصاعدا لتطور الفكر الإداري والمدارس الإدارية على مدى أكثر من قرن من الزمن كما يلاحظ من الجدول التالي:

الجدول رقم (2): تطور المدارس الإدارية

سنة البداية	المدرسة الإدارية
1890	المدرسة التقليدية
1924	المدرسة السلوكية
1940	المدخل الكمي
1951	مدرسة النظم
1960	المدرسة الوقفية
نهاية الثمانينات	منظمات التعلم
1995	الإدارة الإلكترونية

المصدر: سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق، التجارة الالكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص 18.

ثانياً: تقويم مسعى الحكومة الالكترونية (قراءة في المتطلبات، المزايا والعيوب)

1. مفهوم الحكومة الالكترونية، أهدافها ومجالات تطبيقها:

إن مفهوم الحكومة الإلكترونية يشمل نموذجاً جديداً من التعاملات الحكومية وإعادة تعريف العلاقة بين الحكومة والمواطنين، ومساعدة الحكومة في تغيير طريقة عملها وتوصيل خدماتها الحيوية للمواطنين، ويمكن أن نذكر بعض التعاريف التي أعطيت للحكومة الإلكترونية كالتالي:

"إن الحكومة الإلكترونية هي النسخة الافتراضية عن الحكومة الحقيقية أي التقليدية مع فارق أن الأولى تعيش في الشبكات الإلكترونية وأنظمة المعلوماتية، في حين تحاكي وظائف الثانية التي تتواجد بشكل مادي في أجهزة الدولة"، ومن خلال هذا التعريف يمكننا أن نقول أن الحكومة الإلكترونية تقوم بتقديم خدماتها كما تفعل الحكومة التقليدية لكن الفارق أن كل هذا يتم من خلال كيان إلكتروني بدل الأوراق والتعقيدات الإدارية، والذي يدفعنا للقول أن الأولى ليست بديلاً عن الثانية لكنها الوجه الآخر لها ضمن النسق الرقمي.¹¹

وهناك من عرفها بأنها: "أتمتة العمليات الداخلية والخارجية للحكومة باستخدام تقنية الإنترنت المفتوحة".¹²

وهناك من يرى بأنها: "كافة المعاملات والخدمات الحكومية المقدمة للمواطن أو قطاعات الأعمال من خلال شبكات المعلومات وقواعد البيانات باستخدام وسائل الاتصال الحديثة كالإنترنت، والهواتف بما يدعم كفاية وفعالية الأداء الحكومي في إطار من التفاعل بين طالب الخدمة، ومقدمها مع ضمان السرية، والأمن المعلوماتي".¹³

كذلك تعرف الحكومة الالكترونية بأنها: "عملية تغيير وتحويل العلاقات من المؤسسات والمواطنين من خلال تكنولوجيا المعلومات؛ بهدف تقديم أفضل خدمات للمواطنين وتمكينهم من الوصول للمعلومات مما يوفر مزيداً من الشفافية وتحجيم الفساد وتعظيم العائد وتخفيض النفقات".¹⁴

¹¹ احمد بن عيشاوي، أثر تطبيق الحكومة الالكترونية على مؤسسات الأعمال، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، العدد السابع، ص 288.

¹² منال صبحي محمد الخناوي، الإستراتيجية الآمنة للحكومة الالكترونية، ورقة بحثية مقدمة ضمن المؤتمر السادس حول البيئة المعلوماتية الآمنة: المفاهيم والتشريعات والتطبيقات، جمعية المكتبات والمعلومات السعودية الرياض، المملكة السعودية، 6-7 أبريل 2010، ص 4.

¹³ عبد العزيز بن عبد الله الرقابي، الحكومة الإلكترونية ودورها في تقديم الخدمات العامة في المملكة : مع دراسة تطبيقية على وكالة الموزارة لشؤون العمل، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الإدارة العامة، جامعة القاهرة، مصر، 2002، ص 19.

¹⁴ أبو بكر محمود الهوش، الحكومة الالكترونية، الواقع والآفاق، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية للنشر، القاهرة، مصر، 2006، ص 27.

وعلى العموم يشير مصطلح الحكومة الإلكترونية إلى استخدام نتائج الثورة التكنولوجية في تحسين مستويات الأداء في الأجهزة الحكومية، ورفع كفاءتها، وتعزيز فعاليتها في تحقيق الأهداف المرجوة منها، ويشمل ذلك الاستفادة من تراكم المعرفة والتقدم التقني المرافق لها في توسيع قاعدة المستفيدين من الخدمات العامة، من حيث وفرة هذه الخدمات وتحسين أساليب تقديمها بوسائل غير تقليدية (إلكترونية) تمكن من الإطلاع على معلومات حكومية، وإكمال التبادل بين الأجهزة الحكومية وجمهور المستفيدين من خدماتها في أي زمان ومكان، على أساس المساواة والعدالة بين المعنيين كافة بالخدمات العامة.¹⁵

نستنتج من التعاريف السابقة أنه:

- ترتبط الحكومة الالكترونية بالأجهزة الحكومية إلا أنها لا تهمل القطاعات الأخرى؛
 - تعتمد على نظام معلوماتي افتراضي لا يمكن لمسه إلا عن طريق نتائجه أو آثاره؛
 - تسمح بتفعيل التبادل بين مختلف المتدخلين في عمليات الإدارة الالكترونية.
- بالنسبة لأهداف الحكومة الالكترونية والمتوخاة من تطبيقها يمكن حصر بعضها في الآتي:
- انعكاس الحكومة الالكترونية على أعمال المؤسسات الحكومية الداخلية غير الظاهرة للمتعاملين، تتمثل في تحقيق السرعة، والشفافية، وإمكانية المحاسبة، والكفاءة وفعالية عمليات وإجراءات أداء أنشطة الإدارة الحكومية، ويساهم هذا التوجه في توفير تكلفة الأعمال وتقديم الخدمات بطريقة فعالة؛
 - سد الفجوة الرقمية في المجتمع باستثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتقدمة لتوصيل الخدمات الحكومية للمواطنين ومؤسسات الأعمال المحتاجة إليها بغض النظر عن أماكن تواجدهم أو أوقات التقديم له؛¹⁶
 - خلق بيئة عمل أفضل تساعد على استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات وتأسيس بنية تحتية للحكومة الالكترونية تعمل على خلق بيئة عمل أكثر سهولة؛
 - الزبائن على الخط (On line) وليس في الصف (In line)، وهذا يشير إلى التفاعل مع الزبائن عبر الانترنت بدلا من وقوفهم في الصفوف، الأمر الذي يتطلب الاستجابة السريعة من قبل الحكومة للمواطنين، وتقديم الخدمات لهم بفاعلية مع الحد من تدخل الموظفين؛

¹⁵ طلال بن عبد الله بن حسين الشريف، الحكومة الالكترونية في المملكة العربية السعودية، دراسة تطبيقية على الأجهزة الحكومية المركزية في مدينة الرياض، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإدارية، الرياض، 2002، ص 43.

¹⁶ سحر قدوري الرفاعي، الحكومة الالكترونية وسبل تطبيقها: مدخل استراتيجي، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، العدد السابع، ص 311.

- دعم الجوانب الايجابية في الحكومة وتوسيع قاعدة المشاركة العامة، إذ يتم تحقيق الشفافية والمصادقية في العمل الحكومي، من خلال نشر تقنيات المعلومات الأمر الذي يفسح المجال للمواطنين للمشاركة في السياسة الحكومية وعملية صنع القرار من خلال المعلومات التي يمكنهم الحصول عليها بسرعة وسهولة؛
- تحسين إنتاجية وكفاءة الدوائر الحكومية وزيادة إنتاجية الموظفين وكذلك التقليل من حجم المصاريف، من خلال تقليص عدد المكاتب والأعمال الورقية، فضلاً عن تخفيض التكاليف على المدينين: المتوسط والبعيد على اعتبار أنه بالإمكان التخلي عن كثير من الأبنية الحكومية لاستقبال المواطنين وخزانات حفظ المعاملات اليومية؛
- تحسين مستويات المعيشة في المجتمعات النامية من خلال مشاركتها في العملية السياسية وتقديم السلع والخدمات المنسجمة مع احتياجاتهم وتطلعاتهم.¹⁷

أما بالنسبة لمجالات الخدمات الحكومية الالكترونية، فإنها تتوزع عدة مجالات نذكر أهمها:

- **من الحكومة إلى الحكومة:** وتعتبر عن التبادل الآمن عن بعد للمعلومات والمعاملات الإدارية الحكومية المختلفة، وهذا يتطلب ربط كافة دوائر الدولة مع بعضها البعض بشبكة مشتركة، وتوحيد تخطيط الموارد الحكومية، وذلك بغية تحسين وتطوير الإجراءات وزيادة الإنتاجية ويرمز إليها اختصاراً (G2G)؛
- **من الحكومة إلى قطاع الأعمال:** ويختص بتقديم الخدمات للمؤسسات الاقتصادية ورجال الأعمال والمستثمرين، بالوسيلة التي توفر عليهم التكاليف وتساهم في زيادة أرباحهم ويرمز إليها اختصاراً (G2B)؛
- **من الحكومة إلى المواطن:** وتمثل مرحلة النضج للاستفادة القصوى من التعاملات الالكترونية، كما أنها المرحلة التي تتحقق من خلالها المكاسب الكبيرة على المستوى الوطني، لأنها تتيح الخدمة من خلال ذهابها للمستفيد بدلاً من أن يذهب هو بنفسه إليها، وتعني قدرة المواطنين والمقيمين على إتمام المعاملات والخدمات التي تقدمها لهم المرافق الحكومية عن بعد، ويرمز لها اختصاراً (G2C)؛¹⁸

¹⁷ شذى أحمد، عبد الرحمن عبد الله، إمكانية تطبيق الحكومة الالكترونية في محافظة البصرة، دراسة استطلاعية لأراء عينة من المديرين في الإدارات العامة، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد السابع، العدد السادس والعشرون، جامعة البصرة، العراق، 2010، ص ص 95-96، نقلاً عن:

Pascual patricia, **E-Government**, the electronic journal on information system in developing countries, Vol.19, no 1. 2003. pp 10-12.

¹⁸ تركي بن فهد بن طالب، دور تنمية الموارد البشرية في تفعيل الحكومة الالكترونية في أمانة منطقة الرياض، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية دراسات العليا، تخصص العلوم الإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة السعودية، 2010، ص ص 36-

- **من الحكومة إلى الموظفين:** يشتمل هذا النموذج على العلاقة بين الحكومة والموظفين بطريقة الكترونية ويعتبر نظام إدارة الموارد البشرية الذي يعمل وفق مبدأ الخدمة الذاتية تطبيقاً مشهوراً لهذا النموذج، فبموجب هذا النموذج يتمكن الموظفون من أن يتقدموا بطلب الحصول على الإجازة السنوية ويطلعوا على رصيدهم من الإجازات ويستعرضوا بنود رواتبهم، كذلك الوصول إلى المعلومات التي يحتاجونها بخصوص سياسات الحكومة وفرص التدريب والتعلم الإلكترونيين والتشريعات الحكومية، ويرمز لها اختصاراً (G2E).¹⁹

2. متطلبات وركائز قيام الحكومة الالكترونية:

- إن تطبيق نظام الحكومة الالكترونية الذي يتيح لطالب الخدمة أن يتعامل مع الانترنت بدلاً من الموظف الحكومي التقليدي يستلزم إجراء تعديلات كثيرة وواسعة تشمل نوعية العاملين والأجهزة المستخدمة وطرق التعامل والأداء، فليس من المعقول مثلاً أن يتم الاتصال بين طالب الخدمة والمسؤولين غير الانترنت ثم يقوم بمراجعة المعلومات يدوياً بالأسلوب التقليدي، فينبغي أن يكون التغيير متكاملًا والأداء متجانسًا، وأن يتم إعادة تنظيم شاملة للخدمات والأدوات وذلك لأن الخدمات التي تقدمها الحكومة الالكترونية عبر الانترنت لها خصوصيتها ومقوماتها التي تختلف عن الإدارة التقليدية لمثل هذه الخدمات.
- من جهة أخرى، نجد أن فكرة الحكومة الالكترونية تقوم على أربعة ركائز:
- تجميع كافة الأنشطة والخدمات المعلوماتية والتفاعلية في موضع واحد هو موقع الحكومة الرسمي على شبكة الانترنت، في نشاط أشبه ما يكون بفكرة مجمعات الدوائر الحكومية؛
 - تحقيق حالة اتصال دائم بالجمهور (24 ساعة في اليوم 7 أيام في الأسبوع 365 يوم في السنة)، مع القدرة على تأمين كافة الاحتياجات الاستعلامية والخدمية للمواطن؛
 - تحقيق سرعة وفعالية الربط والتنسيق والأداء والانجاز بين دوائر الحكومة ذاتها ولكل منها على حدة؛
 - تحقيق وفرة في الإنفاق في كافة العناصر بما فيها تحقيق عوائد أفضل من الأنشطة الحكومية ذات المحتوى التجاري.

من هذا المنطلق يمكن تلخيص أهم متطلبات الحكومة الالكترونية في ما يلي:

- **البنية التحتية:** من الضروري بالنسبة للأجهزة الإدارية والحكومية لتطبيق الحكومة الالكترونية توفير الشبكات الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات ذات القدرة على توفير المعلومات من أجل زيادة التفاعل بين

¹⁹ شذى أحمد، عبد الرحمن عبد الله، مرجع سابق، ص 97.

الحكومة والمستفيدين، هذه الشبكة يعبر عنها بالبنية التحتية والتي تتمثل في مجموعة من المكونات المادية والبشرية التي يمكن من خلالها تنفيذ التطبيقات الإلكترونية للأجهزة الحكومية.²⁰

- **العنصر البشري المؤهل:** يحتاج تطبيق نظام الحكومة الالكترونية إلى إعداد الكوادر البشرية المؤهلة والمدرّبة على العمل في هذه المجال. وهذا يقتضي من المؤسسات والدوائر الحكومية المختلفة إدخال التغيير والتطوير على العنصر البشري العامل بما حتى يتمكن من التعامل مع إدارة المشروع بشكل فعال ، ويلاحظ أن نظام الحكومة الإلكترونية وما ينطوي عليه من تقنية المعلومات الجديدة كثيرا ما يرهب أولئك الذين يتعاملون معه لأول مرة، وغالبا ما يحاول هؤلاء (الموظفون التقليديون) مقاومة ما يجهلون بدلا من محاولة تعلمه والتجاوب معه، لذلك ينبغي القيام بحملات توعية لإقناع من يمكن إقناعه منهم واستبعاد أولئك الذين يقفون عقبة في سبيل تحقيق التطور الذي فرض نفسه، وإحلال محلهم من يستطيع القيام بذلك، وهنا يبرز دور القيادة كعنصر أساسي في تعزيز المبادرة لتحويل الحكومة التقليدية إلى حكومة الكترونية تتمكن من تغيير نمط تقديم الخدمات إلى المواطنين، وليس من اللازم أن تكون هذه القيادة هي القيادة الرسمية المضطلة بدور الرئاسة السياسية أو الإدارية في الدولة، وإنما المهم أن تكون هذه القيادة لديها القدرة والمعرفة على إقناع الآخرين وقادرة على جذبهم إلى المشاركة في السعي إلى تحقيق هذا النظام، وقد لا تكتفي الحكومة الالكترونية بتقديم المعلومات عبر موقعها على الانترنت أو إتاحة إمكانية البحث في مواقعها، وإنما تكون أكثر تفاعلا مع المواطنين وتبادل معهم المعلومات، فتقوم بدور المرسل والمستقبل، وقد يسمح الموقع بإمكانية طبع النماذج بدلا من الذهاب إلى الإدارة للحصول عليها، ليقوم المواطن باستيفاء بياناتها وإعادتها للإدارة بالبريد أو باليد، أو إرسالها عبر شبكة المعلومات، في مرحلة أكثر تقدما من مراحل الحكومة الالكترونية؛
- **تشريعات الحكومة الكترونية:** لاشك أن تطبيق الحكومة الالكترونية وتقديم الخدمات عبر شبكة الاتصالات والمعلومات تحتاج إلى تشريعات خاصة تقدم لها التنظيم القانوني المناسب الذي يكفل تحقيقا لأهدافها على أفضل وجه ممكن.²¹
- **أنظمة المجتمع:** وتشمل الأنظمة السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، وهي تلعب دوراً أساسياً في تحديد نمط، وطبيعة الحكومة الإلكترونية، وكيفية عملها، وحجمها، ومتطلباتها؛

²⁰ Ndou, Valentina, E-Government for developing countries: Opportunities and Challenges, the electronic journal on information system in developing countries, Vol.18, no1. 2004. pp 12-13

²¹ سعد عباس حمزة الخفاجي، مرجع سابق، ص ص 12-13

- **ثوابت المجتمع:** وتشمل الدين، والقانون، والثقافة، والتقاليد، حيث يمثل الدين أساس التعامل في كل منظومة من منظومات الحياة، ويعد القانون من أقوى وسائل الضبط الاجتماعي، وتقوم الثقافة بدور حيوي في تحديد نظم المجتمع وصياغة بنائه.²²

3. مزايا تطبيق الحكومة الالكترونية وعيوبها:

- **مزايا تطبيق الحكومة الالكترونية:** للحكومة الالكترونية مزايا عديدة تصلح كمعايير لقياس كفاءة العمل الإداري العام وجودته و نذكر منها:²³
 - **تسريع الانجاز:** إن الوقت الذي توفره أدوات الحكومة الالكترونية على مستهلكي الخدمات العامة خير دليل على جدواها، إذ تعتمد على منظومة الدخول على الخط؛ للحصول على الخدمة لا صفوف الانتظار؛
 - **زيادة الإتقان:** تمتاز الخدمات المقدمة الكترونيا بالدقة والإتقان؛ نتيجة سهولة عمليات الرقابة المباشرة عليها؛
 - **تبسيط الإجراءات:** حيث تعتبر الحكومة الالكترونية هي الدواء الشافي من البيروقراطية البغيضة التي نعاني منها و الروتين القاتل المستفحل في أجهزتنا الإدارية؛
 - **خفض التكاليف وتحقيق الكفاءة في الأداء:** استخدام الأساليب التكنولوجية يؤدي إلى تقليل عدد القائمين على حفظ ونسخ ونقل وتوزيع الأعمال الورقية الخاصة بالتعاملات؛ مما يقلل الجهد والموارد المخصصة؛ وبذلك تتحقق الكفاءة في الأداء الحكومي والتحول من الأسلوب الورقي إلى الأسلوب الالكتروني في أداء أعماله؛ مما يحقق الفاعلية من خلال تحقيق الأهداف السياسية والاجتماعية والاقتصادية المحددة للحكومة؛ وبذلك يتحقق رضا المواطنين؛
 - **تحقيق الشفافية الحكومية:** وذلك من خلال إتاحة المعلومات عن كافة الأنشطة الحكومية وإتاحة القوانين واللوائح الحكومية على شبكة الانترنت، الأمر الذي يبعد الرشوة و التلاعب وسوء المعاملة ويبطل سلطة المكاتب لصالح سلطة الدولة.

²² حسن الغزلي محمد، منظومة الحكومة الإلكترونية. ندوة الحكومة الالكترونية: الواقع والتحديات، عمان: مسقط. 2003، ص ص 9-10.

²³ ديارلا جميل محمد الرزي، الحكومة الالكترونية ومعوقات تطبيقها دراسة تطبيقية على المؤسسات الحكومية في قطاع غزة، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارة، المجلد العشرين، العدد الأول، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2012، ص ص 197-198.

■ **عيوب تطبيق الحكومة الالكترونية:** هناك سلبيات عديدة تنجر عن تطبيق الحكومة الالكترونية يمكن سرد البعض منها في الآتي.²⁴

- **مشكلة البطالة:** يؤثر الاعتماد على الأجهزة الالكترونية للقيام بالأنشطة المختلفة بدلا من الإنسان في سوق العمالة والطلب عليها، بالرغم مما يمكن أن توفره الثروة المعلوماتية من فرص جديدة للعمل، إلا أنها ستكون ذات طبيعة تقنية عالية، و بالتالي فإن ثمة مشكلة ستتعاظم مع الاعتماد المتزايد على المعلوماتية وهي البطالة، وفعلًا فهناك شركات تخطط بالفعل للاحتفاظ بـ 20% فقط من طاقة العمل المتاحة لديها؛
- **ضعف النواحي الأمنية لتطبيقات الحكومة الالكترونية:** مما يجعلها عرضة للاختراق والعبث، كالسطو على المعلومات الخاصة بطالب الخدمة، مثل إمكانية الاستيلاء على أمواله عن طريق بطاقة الائتمان الخاصة بها؛
- **فقدان الخصوصية:** إن ثورة المعلومات داخل نمط الحكومة الالكترونية تقضي على خصوصية الأفراد وحقوقهم في الحفاظ على خصوصياتهم وأسرارهم الخاصة، فقواعد المعلومات المرتبطة ببعضها البعض والتي تحتوي على البيانات التعريفية لهم كأسماء الأفراد وعناوينهم ووظائفهم وحالتهم الاجتماعية، يهدد مستقبلهم وقد يعرضهم لمشاكل لم تكن في حسابهم، كما يمكن أن تزداد قدرة الآخرين على رصد ومتابعة حركة الناس؛
- **مشكلة تفكك النسيج الاجتماعي:** تُتوقع أن يواجه إنسان القرن الواحد والعشرين في حالة الاعتماد الكامل على المعلوماتية في القيام بالأنشطة الحياتية ومنها الحكومة الالكترونية مزيدا من التفكك، لأن أداء الأنشطة الكترونيا أو افتراضيا سيقول من فرص التواصل الجماهيري بين الأفراد؛
- **التخوف من اقتصار عمل الحكومة الالكترونية على فئة محدودة من الناس:** مما ينجر عنه نسبة المشاركة المتدنية في أنشطة الحكومة الالكترونية نظرا لعدم وجود المستوى المعلوماتي الكافي بين أفراد المجتمع.
- **على الرغم من وجود السلبيات ألا أنها لا تؤثر على تطبيقات الحكومة الإلكترونية نظرًا للحاجة الماسة واتجاه دول العالم كافة نحو هذه التطبيقات أو إمكان تحويل هذه السلبيات إلى إيجابيات، فمثلا يمكن استثمار وتوجيه الأشخاص العاطلين عن العمل إلى جهود أخرى تتجه لقطاعات لها فائدة تعود على**

²⁴ بجلاء يوسف شحادة، أثر تكنولوجيا المعلومات في زيادة فاعلية الحكومة الالكترونية (دراسة حالة ديوان الخدمة المدنية - الأردن)، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، قسم الأعمال الالكترونية، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012، ص ص 31-32.

الفرد والمجتمع، أما عن فقدان الخصوصية فيمكن إيجاد بعض الحلول التي يمكن أن تسهم في تقليص حالات الاختراق والتعدي إلى درجة لم تعد تؤثر على حركة المعلومات واستقرارها، منها استخدام برامج خاصة أو شفرات خاصة تتيح للمستخدم فقط التعامل بشكل آمن مع حفظ البيانات الخاصة به، وكذلك التوقيع الرقمي والأرقام السرية، ووسائل أخرى تم تطويرها في مجال نظم حماية المعلومات²⁵.

ثالثاً: تحدي تفعيل الحكومة الالكترونية

إن الحكومة الإلكترونية ليست وصفة جاهزة أو خبرة مستوردة يمكن نقلها وتطبيقها فقط، بل إنها عملية معقدة ونظام متكامل من المكونات المختلفة، فهي تمثل تحولا شاملا في المفاهيم والنظريات والأساليب والإجراءات والهياكل والتشريعات التي تقوم عليها الحكومة التقليدية. من هذا المنطلق تواجه الحكومات تحديا كبيرا يتمثل في تفعيل تطبيق الحكومة الالكترونية، ويمكننا أن نلخص أهم جوانب هذا التحدي في تعزيز وتفعيل متطلبات ومستلزمات الحكومة الالكترونية على النحو الآتي:

1. تحدي صيانة وتطوير البنية التحتية المواتية لتطبيق الحكومة الالكترونية: كلما كانت البنية التحتية للاتصالات قوية كلما كانت لديها قدرة على الوفاء بالمتطلبات العملاقة التي تستخدم تقنية المعلومات لأداء أعمال الحكومة الالكترونية وبما يسمح باستيعاب الزيادة والتوسع المستقبليين، وهنا تقع المسؤولية الأعظم على مزودي خدمة الاتصال لإيجاد بنية اتصالات توفر حزم واسعة لتسهيل عملية الاتصال وجعل بيئة الانترنت مثالية للأعمال، وهذا يتطلب توافر عدد لا بأس به من مزودي الخدمة بالانترنت، على أن تكون الأسعار معقولة قدر الإمكان من أجل فتح المجال لأكثر عدد ممكن من المواطنين للتفاعل مع الحكومة الالكترونية بأقل جهد وأقصر وقت وأقل كلفة ممكنة، حيث يعد انتشار استخدام الانترنت إحدى الركائز الأساسية لتفعيل تطبيق الحكومة الالكترونية، الأمر الذي يولد نطاقا فاعلا لتأسيس اتصال بين مستخدمي الانترنت سواء كان ذلك بين القطاعات الحكومية أو الخاصة على السواء، فالمسألة مرتبطة بالانترنت فكلما توسع استخدام الانترنت في المجتمع كلما سهل مهمة الحكومة الالكترونية كمشروع متكامل²⁶.

2. تحدي تطوير التنظيم الإداري والمعاملات الحكومية وفق تحول تدريجي: إن التحول إلى الحكومة الإلكترونية ليس قضية تقنية وحسب أساسها الحاسبات الآلية وشبكة الانترنت وشبكات الاتصالات وغيرها

²⁵ علي محمد عبد العزيز بن درويش، تطبيقات الحكومة الالكترونية دراسة ميدانية على إدارة الجنسية والإقامة بدبي، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية دراسات العليا، تخصص العلوم الإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة السعودية، 2005، ص 23.

²⁶ إبراهيم عد اللطيف الغوطي، مرجع سابق، ص 63.

من الجوانب الفنية على أهميتها، ولكنها في الدرجة الأولى قضية إدارية، وإن هذا التحول لا يتم بين يوم وليلة، أو بمجرد اتخاذ قرار بذلك ولكنه يتهدّجياً^{٢٧}، وعلى مراحل وبعد إعداد يستغرق وقتاً لوجهداً وتحتاج الأجهزة الحكومية إلى خطوات متعددة، تأخذ صفة التحولات الجذرية للتحول لتطبيقات الحكومية الإلكترونية:

- **تنظيم أداري من اجل حكومة الكترونية أفضل:** ويتطلب ذلك إحداث تغييرات جذرية في التنظيمات الإدارية الحالية للتوافق مع ظروف الحكومة الإلكترونية؛
- **إعادة هندسة الإجراءات الحكومية لتناسب مع تطبيقات الحكومة الإلكترونية:** إن إعادة هندسة الإجراءات الحكومية للحصول على جودة الإدارة وسرعة الإنجاز، وانخفاض التكلفة، وتحقيقاً لرضا العملاء يعأمر^{٢٨}، إلا أن إعادة هندسة الإجراءات الحكومية لا يقتصر على تطوير وتبسيط الإجراءات وأنماط التعامل مع الجمهور، بل يمتد كذلك إلى تطوير أنماط تلك العلاقات داخل أجهزة المنظمة ذاتها، إضافة إلى تطوير تلك العلاقات بين المنظمات العامة الإلكترونية بعضها البعض. حيث إن مسألة التحول بالمنظمة إلى النظام الجديد للمنظمات العامة الإلكترونية أكبر من مجرد ترميم، أو ترقيع؛ بل تقتضي عملية إصلاح جذرية تتضمن حلول كاملة وشاملة لأجهزتها وتأطير لآليات العمل الرسمي.

3. تحدي تهيئة الأطر القانونية والتشريعية: يعد اكتمال أطر التشريعات القانونية من الأسس الجوهرية لاكتمال وتعميم الحكومة الإلكترونية، ولذلك تحتاج الحكومة الإلكترونية إلى استعداد تشريعي متكامل، لأن إجراءاتها ستستنفد الكثير من المستقر من الإجراءات الحكومية التي وضعت التشريعات النافذة للتعامل معها وضمان الالتزام بها، بحيث تدرج كافة الأعمال مهما كانت تحت مظلة الشرعية القانونية، التي تتمثل في النصوص الدستورية والقانونية واللائحية، ولا بد أن يبنى أي إجراء إداري على أساس قانوني لذلك يتوجب على الحكومات أن تقوم بمسح تشريعي شامل ومتواصل للقوانين والأنظمة واللوائح والتعليمات، لمعرفة مدى مواكبتها إجراءات الحكومة الإلكترونية أو تناقضها معها.²⁷

4. تحدي تحقيق أمن وخصوصية وموثوقية المعلومات: يعرف الأمن هنا على انه مجموعة من الإجراءات والسياسات والمقاييس الفنية التي تستخدم لمنع الأفراد غير المسموح لهم بالدخول إلى الشبكة من الدخول إليها والعبث بمحتوياتها، أو تغيير أو سرقة أو تدمير المعلومات الموجودة على نظامها.²⁸ إن ثقة المواطن

²⁷ علي محمد عبد العزيز بن درويش، مرجع سابق، ص ص 55-45

²⁸ Laudon and Laudon, **Management Information System: Managing the Digital Firm**, Pearson Prentice Hall, USA. 2004, p 454.

بالحكومة الالكترونية تعتب عنصرًا رئيساً وجوهرياً من عناصر الحكومة الإلكترونية. وبدون الثقة لن يفكر المواطنون في التردد على مواقع الحكومة الإلكترونية، وخاصة في حالة الخدمات التي يتطلب الحصول عليها قيام المواطنين بتزويد الحكومة الإلكترونية بمعلومات شخصية ذات صفة خاصة. وباستطاعة الحكومة القيام بدور مهم في الكشف عن سياستها وتعريف المواطنين بها أو إعلامهم بمخططاتها ومشروعاتها والأهداف المزمع تحقيقها من عملية جمع وتخزين البيانات عنهم، لذلك يجب وضع سياسة محددة عن أمن المعلومات وتعيين مسؤول لتنفيذ هذه السياسة وفقاً للمعايير الدولية في هذا الشأن، والتقييم المستمر والمتواصل لنظم الأمن للتأكد من تنفيذها لكل ما يتعلق بالإجراءات الوقائية الأمنية بشكل سليم، وعدم الإفصاح عن المعلومات الشخصية دون الحصول على إذن مسبق، وتوعية وتدريب العاملين على القضايا المتصلة بأمن المعلومات.²⁹

5. تحدي التنمية والتأهيل المستمرين للموارد البشرية (رأس المال البشري): مع تنامي تحول الحكومات

نحو تقديم خدماتها الكترونياً، نمت الحاجة إلى الموارد البشرية المتخصصة في جانب تكنولوجيا المعلومات، مما وضع القطاع العام أمام تحديات تنافسية مع القطاع الخاص في الحصول على هذه الموارد،³⁰ فالموارد البشرية تمثل مدخلاً إنتاجياً لا غنى عنه في الحكومة الالكترونية التي تكون بحاجة إلى المهارات الفردية لإنشاء وتصميم وصيانة البنى التحتية للاتصالات والمعلومات فضلاً عن ضرورة توافر المهارات اللازمة لإنجاز الوظائف الالكترونية وإدارة العمليات وخدمة الزبائن على الخط (On line)، وبالمقابل فالفرد العادي الذي يتوقع أن يستفيد أو يتعامل مع مشروع الحكومة الالكترونية يجب أن يتميز بمميزات الكفاءة التقنية في التعامل مع التكنولوجيا الحديثة والإلمام بما توفره له من فوائد نتيجة دخوله في هذا المجال، مما يتطلب تمتعهم بخبرات ومهارات عالية لأداء مهامهم اليومية عن طريق الحكومة الالكترونية.³¹

6. تحدي تبني وترسيخ مبدأ المشاركة: إن الحكومة الالكترونية تقوم في الأساس على خدمة المواطنين

ومؤسسات الأعمال وغيرها من مؤسسات المجتمع المدني، لذلك ينبغي التعاون معها ودفعها إلى المشاركة في بناء وإرساء علاقات متبادلة وتحالفات تعود بالنفع على المجتمع ككل، ولا يقتصر التعاون على العلاقات مع المواطنين ومؤسسات الأعمال ومؤسسات المجتمع المدني فحسب، وإنما يشمل علاقة المصلحة الحكومية بإدارتها ووحداتها وتنظيماتها المتعددة وعلاقة كل ذلك بمصالح الأجهزة الحكومية على كافة المستويات المركزية والمحلية. فالتعاون ضروري لتعزيز ثقة المواطنين بالحكومة الالكترونية كونه يوفر قدر من الشفافية التي تضع

²⁹ سحر قدوري الرفاعي، مرجع سابق، ص 327.

³⁰ GAO.. *Electronic Government*, United States General Accounting Office, 2000, p 18.

³¹ شذى أحمد، عبد الرحمن عبد الله، مرجع سابق، ص 98.

سلسلة واسعة من المعلومات في متناول الجميع لأن تطبيق الحكومة الإلكترونية يتطلب جعل كافة المعاملات تتم مباشرة على الشبكة، ومشاركة كافة الجهود في هذا المشروع، فتقنية المعلومات في القطاع الخاص يمكنها أن تقدم للحكومة مجموعة من الخدمات والمتمثلة في البنى التحتية وتقدم المهارات الفنية وتقدم برامج التعلم والتدريب للكوادر الحكومية، كذلك لا تقتصر المشاركة على المعاملات الالكترونية فحسب، بل تمتد لتشمل الرؤى والأفكار والتصورات.³²

خاتمة:

إن المفهوم الدراج عن الحكومة الإلكترونية يتمثل أساسا في كونها شبكة متطورة من نظم الحاسب الآلي، والتي عن طريقها يصل الجمهور الخدمات والمعاملات الحكومية عبر الإنترنت أو عبر وسائل إلكترونية أخرى. إلا أن هذا المفهوم يغفل شقاً كبيراً من محتوى مفهوم الحكومة الإلكترونية، فهذه الأخيرة تنطوي على الاستخدام التكاملي الفعال لجميع تقنيات المعلومات والاتصالات بهدف تسهيل العمليات الإدارية اليومية للقطاعات الحكومية، وتلك التي تتم فيما بينها: حكومة-حكومة (G2G) وتلك التي تربطها بالمواطنين: حكومة-مواطن (G2C) أو بقطاعات الأعمال: حكومة-أعمال (G2B) أو بالموظفين (G2E).

من خلال العرض السابق، لمختلف جوانب الحكومة الإلكترونية، واعتمادا على تقييم مسعاها، ومتطلبات قيامها، يمكن أن نذكر بعض النتائج الهامة، والتي تعتبر سندا هاما لصناع القرار من أجل تفعيل مسعى الحكومة الالكترونية على صعيدي التطبيق (التجسيد) والأداء:

- تطبيق الحكومة الإلكترونية داخل مؤسسات الدولة سيساعد على توحيد المعلومات الحكومية وترتيبها وتنظيمها مما سيساهم في تحسين أداء المؤسسات والأجهزة الحكومية واستغلال الموارد المتوفرة داخل الدولة بالشكل الأفضل، إلا أنه لا يمكن إغفال أن هذا التطبيق سيحتاج إلى تدقيق ومتابعة لضمان استمرارية تقديم الخدمات بالشكل الملائم؛
- يعتبر تطبيق وتجسيد الحكومة الإلكترونية على أرض الواقع تغييرا في صورة الحكومة التقليدية، خصوصا في ما يتعلق بأسلوب عملها، حيث سيجعل الجودة والتميز شعارها، مما يحتم عليها مواجهة ومجابهة الكثير من التحديات على غرار: صيانة وتطوير البنية التحتية المواتية لتطبيق الحكومة الالكترونية، تطوير التنظيم الإداري

³² شذى أحمد، عبد الرحمن عبد الله، المرجع نفسه، ص 99 نقلاً عن:

Ndou, Valentina, **E-Government for Developing Countries: Opportunities and Challenges**, the electronic journal on information system in developing countries, Vol.18, no 1. 2004. p 15.

- والمعاملات الحكومية وفق تحول تدريجي، تهيئة الأطر القانونية، تحقيق أمن وخصوصية وموثوقية المعلومات، التنمية والتأهيل المستمرين للموارد البشرية (رأس المال البشري) و تبني وترسيخ مبدأ المشاركة؛
- إن تبني الحكومة الإلكترونية يعتبر حافزا للقطاع العام باتجاه التطور ومواكبة التكنولوجيا، الأمر الذي يحقق اشباعا لرغبات المجتمعات الالكترونية، والشركات التي تتعامل من خلال التجارة الإلكترونية.

قائمة المراجع باللغة العربية:

المؤلفات:

1. أبو بكر محمود الهوش، الحكومة الالكترونية، الواقع والآفاق، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية للنشر، القاهرة، مصر، 2006
2. حسن الغزلي محمد، منظومة الحكومة الإلكترونية. ندوة الحكومة الالكترونية: الواقع والتحديات، عمان: مسقط. 2003
3. الحكومة الالكترونية، سلسلة "نحو مجتمع المعرفة"، معهد البحوث والاستشارات، الإصدار التاسع، جامعة الملك عبد العزيز، 2006
4. عباس بدران، الحكومة الالكترونية من الإستراتيجية إلى التطبيق، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، لبنان، 2004

مذكرات، مقالات، ومدخلات:

5. أحمد حسين محمد العزام، الحكومة الالكترونية في الأردن، إمكانية التطبيق مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، العراق، 2001
6. تركي بن فهد بن طالب، دور تنمية الموارد البشرية في تفعيل الحكومة الالكترونية في أمانة منطقة الرياض، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية دراسات العليا، تخصص العلوم الإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة السعودية، 2010
7. طلال بن عبد الله بن حسين الشريف، الحكومة الالكترونية في المملكة العربية السعودية، دراسة تطبيقية على الأجهزة الحكومية المركزية في مدينة الرياض، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإدارية، الرياض، 2002

8. عبد العزيز بن عبد الله الرقابي، الحكومة الإلكترونية ودورها في تقديم الخدمات العامة في المملكة : مع دراسة تطبيقية على وكالة الموزارة لشؤون العمل، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الإدارة العامة، جامعة القاهرة، مصر، 2002
9. علي محمد عبد العزيز بن درويش، تطبيقات الحكومة الالكترونية دراسة ميدانية على إدارة الجنسية والإقامة بدبي، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية دراسات العليا، تخصص العلوم الإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة السعودية، 2005
10. نجلاء يوسف شحادة، أثر تكنولوجيا المعلومات في زيادة فاعلية الحكومة الالكترونية (دراسة حالة ديوان الخدمة المدنية - الأردن)، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، قسم الأعمال الالكترونية، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012
11. أحمد بن عيشاوي، أثر تطبيق الحكومة الالكترونية على مؤسسات الأعمال، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، العدد السابع
12. ديالا جميل محمد الرزي، الحكومة الالكترونية ومعوقات تطبيقها دراسة تطبيقية على المؤسسات الحكومية في قطاع غزة، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارة، المجلد العشرين، العدد الأول، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2012
13. سحر قدوري الرفاعي، الحكومة الالكترونية وسبل تطبيقها: مدخل استراتيجي، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسينية بن بوعلي، الشلف، الجزائر، العدد السابع
14. سعد عباس حمزة الخفاجي، الحكومة الالكترونية الأبعاد النظرية وآليات التطبيق، دراسة حول استخدام الحكومة الالكترونية في معمل اسمنت كركوك، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد الثالث والعشرون، جامعة بغداد، العراق، 2010
15. شذى أحمد، عبد الرحمان عبد الله، إمكانية تطبيق الحكومة الالكترونية في محافظة البصرة، دراسة استطلاعية لأراء عينة من المديرين في الإدارات العامة، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد السابع، العدد السادس والعشرون، جامعة البصرة، العراق، 2010
16. نائل عبد الحافظ العواملة، الحكومة الالكترونية ومستقبل الإدارة العامة: دراسة استطلاعية للقطاع العام في دولة قطر، مجلة دراسات، المجلد التاسع والعشرون، العدد الأول

17. منال صبحي محمد الحناوي، الإستراتيجية الآمنة للحكومة الالكترونية، ورقة بحثية مقدمة ضمن المؤتمر السادس حول البيئة المعلوماتية الآمنة: المفاهيم والتشريعات والتطبيقات، جمعية المكتبات والمعلومات السعودية الرياض، المملكة السعودية، 6-7 أبريل 2010

قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

18. GAO.. **Electronic Government**, United States General Accounting Office, 2000
19. Laudon and Laudon, **Management Information System: Managing the Digital Firm**, Pearson Prentice Hall, USA. 2004
20. Ndou, Valentina, **E-Government for developing countries: Opportunities and Challenges** , the electronic journal on information system in developing countries, Vol.18, no1. 2004
21. Pascual patricia, **E-Government**, the electronic journal on information system in developing countries, Vol.19, no 1. 2003

محاولة تقدير التسعيرة المثلى لتأمين السيارات بتطبيق نموذج تحفيز - عقوبة دراسة ميدانية في الشركة الجزائرية للتأمين الشامل - وكالة تيارت

أ. بوجنان خالدية

أستاذة مساعدة (أ) كلية العلوم الاقتصادية - جامعة تيارت

ملخص:

نهدف من خلال هذا المقال نحاول كشف الغطاء على إحدى طرق تقدير تسعيرة التأمين على السيارات من خلال تطبيقها في أحد شركات التأمين الجزائرية (الشركة الجزائرية للتأمين الشامل - وكالة تيارت)، وهذا لغرض بناء التوليفة المناسبة وذلك لتحديد قسط التأمين على السيارات الذي يدفعه المؤمن لهم، ليتم التوصل في الأخير أن تسعيرة التأمين المقدرة تختلف من فرد لآخر نتيجة اختلاف الخصائص الفردية للمؤمن لهم، كما أن تسعيرة التأمين ترتفع قيمتها بزيادة الحوادث المرتكبة من طرف المؤمن لهم، وبالتالي فإن كل مؤمن له سوف يدفع قسط يتناسب مع درجة واحتمال تعرضه لخطر الحوادث.

الكلمات المفتاحية: تسعيرة التأمين، نموذج تحفيز - عقوبة، القسط التجاري، تأمين السيارات.

Résumé :

Le système bonus-malus classique est une méthode de tarification a posteriori, utilisée par les actuaires afin de mieux quantifier le niveau de risque de chaque assuré en fonction de son expérience sinistre. L'estimation des primes relatives à l'aide de la méthode classique passe par deux étapes distinctes: l'estimation des paramètres d'une distribution de l'hétérogénéité lors de la tarification a priori, et ensuite l'approximation de l'hétérogénéité par un système bonus-malus.

Dans ce présent travail, nous développons une nouvelle méthode d'estimation d'un système bonus-malus dans la compagnie algérienne des assurances - agence de Tيارت- en une seule étape, en utilisant des outils statistiques. Cette approche statistique permet d'estimer les relativités bonus-malus directement à l'aide des modèles de régression. Des critères statistiques classiques permettent ainsi de sélectionner le meilleur système bonus-malus alors que des métriques moins précises devraient être utilisées lors d'une calibration classique.

Mots clés: prix d'assurance, modèle bonus- malus, prime d'assurance, assurance automobile.

مقدمة:

لقد فرض التقدم التكنولوجي الذي يشهده القرن إعادة النظر في الكثير من المعطيات من أهمها دراسة الأنواع المختلفة للخطر، وبالمقابل كان لا بد من اللجوء والإستعانة بطرق جديدة لمواجهة هذه المخاطر أو التقليل منها بقدر المستطاع، وهو ما دفع إلى ظهور وتطور التأمين في كافة أشكاله وأنواعه كأحد الأساليب المتطورة لحماية الفرد وممتلكاته من الخسائر المادية التي قد يتعرض لها بوقوع الأخطار المختلفة .

ولقد عرف قطاع التأمين في الجزائر تطورا متزايدا وخاصة بعد الإستقلال إلى يومنا هذا وذلك بعد دخول الجزائر إلى اقتصاد السوق تغيير القوانين المتعلقة بنشاط التأمين، ومن أهم الفروع التي اهتمت بها شركات التأمين في الجزائر فرع تأمينات السيارات باعتباره الفرع الوحيد المخول لتغطية الأخطار المتعلقة بحوادث المرور، هذا لكون الجزائر من بين الدول الأكثر عرضة لحوادث المرور إذ تبين الإحصائيات المقدمة من طرف الجهات المعنية أن حوادث المرور تخلف الآلاف من القتلى والجرحى والمعاقين سنويا فضلا عن الخسائر المادية الضخمة، لهذا السبب كان لفرع تأمينات السيارات اهتمام ومكانة لدى الشركات المختصة في التأمين.

يستمد هذا البحث أهميته من المساهمات العلمية التي يقدمها لأنه يتناول قضية أساسية وهي المعالجة العلمية لتحديد أهم أسباب حوادث المرور لأخذها بعين الاعتبار في تحديد أقساط التأمين الواجب دفعها من خلال تحديد الطريقة العلمية للمتغيرات التي تؤثر على خطر حوادث المرور وذلك من خلال حساب الاحتمالات في ضوء الإحصاءات المتوفرة، بحيث تتمكن شركات التأمين من خلالها من تسعير المنتجات التأمينية وحساب الأقساط التأمينية التي يلزم المؤمن لهم بدفعها هذا من جهة، ومن جهة أخرى الإلتزام بتسديد التزاماتها في الأجل المحددة، مما يجعل إمكانية التحكم في هذه الأخيرة مراً يسيرا خاصة وأن دينار اليوم يمكن أن يكون أكبر أو أقل من دينار الغد.

وبغية بلوغ الهدف المتوخى من هذه المقالة سنحاول الإجابة على الإشكالية من خلال طرح السؤال

الجوهري التالي:

" ما هي التسعيرة المثلى لتأمين السيارات التي يجب أن يدفعها كل مؤمن له لشركات التأمين ؟ "

من خلال التطرق إلى المحاور التالية المتمثلة في:

1. مفهوم تسعيرة تأمين السيارات وأنواعها؛
 2. العوامل المؤثرة في تسعيرة التأمين على السيارات؛
 3. تطبيق نموذج تحفيز - عقوبة في تحديد التسعيرة المثلى لتأمين السيارات بالشركة الجزائرية للتأمين.
- كما أننا اختتمنا الدراسة بخاتمة تتضمن أهم النتائج والتوصيات.

1- مفهوم تسعيرة تأمين السيارات وأنواعها:

إن تحديد تكلفة الخدمة التأمينية يعد من أهم وأعقد القرارات التي يتم اتخاذها من قبل شركات التأمين، وذلك راجع إلى تعدد وتداخل وتعارض المتغيرات المؤثرة في القرار، فأهمية هذا الأخير ترجع إلى أن استمرار شركات التأمين في بيئة الأعمال يتوقف على التحديد الدقيق لأسعار الخدمات التأمينية المقدمة.

1-1- مفهوم تسعيرة تأمين السيارات:

السعر في التأمين هو: "التكلفة التي يدفعها المؤمن له إلى شركة التأمين نظير تغطية الأخيرة لوحدة واحدة من الخطر، ويمثل نسبة مئوية من مبلغ التأمين ويختلف من تأمين إلى آخر".⁽¹⁾

وكما يمكن تعريف تسعيرة تأمين السيارات على أنها: "معرفة القسط الواجب استيفاءه من المؤمن له نظير خطر معين ينوي التأمين ضده، وبالتالي فإن عملية التسعير تضع سعر معين لكل نوع من أنواع التأمينات المختلفة يتناسب مع درجة واحتمال تحقق الخطر، كما ويتناسب مع مبلغ التأمين، كما ويتناسب مع الظروف المحيطة بالشئ أو الخطر المؤمن ضده، كما أنه يتناسب وبصورة عكسية مع معدل الفائدة الفني".⁽²⁾

يتميز نشاط التأمين بحلقة إنتاج معكوسة ففي مقابل قسط تكون قيمته معروفة عند إمضاء العقد، تتكفل شركة التأمين بتغطية خطر تجهل تاريخ تحققه وقيمه.

وبشكل عام، تسعير التأمين يتمثل في تقييم القسط الضروري لشركة التأمين لتغطية مجموع التزاماتها، وكذا مختلف المصاريف لتسييرها.

وسعر التأمين هو ما يعرف بالقسط التجاري؛ وهو القسط الذي يقوم المؤمن له بدفعه للمؤمن وهو أكبر من القسط الصافي. ويحسب القسط التجاري وفق الطريقة التالية: ⁽³⁾
حيث أن:

القسط التجاري = القسط الصافي + مصاريف التسيير - المنتجات المالية + رصيد إعادة التأمين + الهامش

أ- القسط الصافي: هو ذلك القسط الذي يكفي لتغطية الخسائر الفعلية في حال حدوثها وعند احتساب القسط الصافي نفترض مبدأ تعادل التزامات المؤمن لهم مع التزامات المؤمن.

أي أن: { الأقساط الصافية المحصلة = التعويضات المدفوعة } ⇔ { أن التزامات المؤمن = التزامات المؤمن له }

(1) - أسامة عزمي سلام، (2007)، شقير نوري موسى، إدارة الخطر والتأمين، دار الحامد للتوزيع والنشر، الأردن، ص 208.

(2) - المرجع نفسه، ص 209.

(3) - المرجع والصفحة نفسهما.

مع ملاحظة أن الأقساط المحصلة تؤخذ في بداية السنة في حين أن التزامات شركة التأمين بدفع التعويض تكون نهاية السنة، وبالتالي فإنه يتجمع لدى شركة التأمين مبالغ نقدية تقوم باستثمارها محققة بذلك عائد، وعليه فعند تحديد القسط الصافي يجب أن تأخذ بعين الاعتبار معدل الفائدة الفني (العائد على الإستثمار للمبالغ النقدية)، أما العلاقة التي يحسب بها القسط الصافي:

$$\text{القيمة الحالية لدينار واحد سعر فائدة معين} \times \text{مبلغ التأمين} \times \text{القسط الصافي} = \text{معدل حدوث الخطر}$$

ب - مصاريف التسيير: تنوزع إلى مصاريف الحصول على العقود ومصاريف إدارتها، بالإضافة إلى مصاريف تسيير الخسائر.

ج - المنتجات المالية: فيتطلب حسابها معرفة المبلغ الذي تم توظيفه، مدة التوظيف ومعدلات الفائدة المستقبلية.

د - هامش الربح: ويمثل الربح المحقق من طرف الشركة، وعادة ما تستعمل المؤسسة مؤشرا للربح تحدده بالنظر لأهداف المردودية التي تريد تحقيقها.

هـ - رصيد إعادة التأمين: يعرف على أنه الفرق بين الأقساط (صافية من العمولات) وقيمة الخسائر المتنازل عنها لشركات إعادة التأمين.

و - القسط التجاري: يمثل السعر النظري خارج الضريبة، ويتم الحصول على السعر بعد احتساب الضريبة بتطبيق معدلات الضريبة والتي تختلف باختلاف الضمانات.

إن أسعار التأمين لا يحددها العرض والطلب ولا التكلفة التاريخية، ولكن تقوم شركات التأمين بتحديدتها منفردة أو مجتمعة في هيئة اتحادات، وأحيانا تقوم الهيئات الحكومية بفرضه على شركات التأمين كما هو الحال في التأمينات الإجبارية والتي تكون مفروضة بموجب قانون مثل التأمين ضد الغير على السيارات.

والشخص الذي يحدد أسعار التأمين يدعى بالإكتواري وهو شخص له دراية وعلم في الرياضيات والإحصاء، حيث يقوم الإكتواري بدراسة الإحصاءات الخاصة بالولادات، الوفيات، الأمراض والحوادث وبناء على هذه المعلومات التي يقوم بتجميعها من دوائر ومؤسسات رسمية وخاصة تهتم بمثل هذه الأبحاث والأرقام والبيانات ويعتمد عليها في تحديد واحتساب أسعار التأمينات المختلفة، ويراعي الإكتواري أن يكون سعر التأمين منافسا من جهة وكافيا لتغطية الخطر المؤمن ضده ويدر بعض الربح.

2-1- أنواع تسعيرة تأمين السيارات:

لتحديد تسعيرة الخطر لا بد من قياس درجة هذا الأخير وذلك باستعمال أساليب رياضية بحتة تكسب التسعيرة صفة الإلزام والعمومية وترتبط التسعيرة بدرجة الخطر ارتباطا طرديا أي كلما زادت درجة الخطر زادت معها التسعيرة والعكس صحيح.

هناك نوعين من التسعيرات المطبقة في تأمين السيارات :

1-2-1- التسعيرة القبلية:

تنشأ التسعيرة القبلية على تثبيت السعر عند اكتتاب العقد بدلالة خصائص معينة من أجل تصنيف المؤمن له (السائق) ومركبته، وتتمثل هذه الخصائص في: (4)

- خصائص خاصة بالمركبة: قوة السيارة (عدد الأحصنة)، القيمة الصافية للسيارة، نوع استعمال السيارة، عمر السيارة ونوعية السيارة؛
- خصائص خاصة بالسائق: الجنس، السن، خبرة السائق (عمر رخصة السياقة) ومكان إقامة السائق (ريف، مدينة).

ولقد أثبتت التجربة أن استعمال المتغيرات الملاحظة (الخصائص الخاصة بالمركبة والسائق) من أجل تقدير الخطر المؤمن منه لا يعطي تقسيم جيد ومحدد للمجتمع المدروس ولفئات الأخطار، وبالتالي تكون قيمة التسعيرة المقدرة غير متجانسة.

2-2-1- التسعيرة البعدية:

الوعاء التعريفي الثاني هو التسعيرة البعدية وهدفها تتمتع نقائص التسعيرة القبلية وتنقية التقدير باستعمال المعلومة التي تظهر في الحوادث الماضية، حيث يركز في تقديرها على الأخطار السابقة التي تعرض لها المؤمن له (عدد الحوادث التي ارتكبها المؤمن له)، وظهرت كمقياس للوقاية تستعملها الشركة من أجل حماية رأس مالها ومن أجل التقليل من الحوادث التي يتسبب بها المؤمن لهم، حيث أن في الوقت الحالي أصبحت التسعيرة البعدية تعرف بنظام تحفيز - عقوبة. (5) ويسمى أيضا بند تخفيض - علاوة حيث يقوم هذا النظام على تكيف مبلغ قسط التأمين مع سلوك السائق فالأقساط إذن تكون مرتفعة أو منخفضة حسب عدد الحوادث التي يتسبب فيها

(4) -Christian Patra,(2005), Jean Luc,Assurance Non Vie, Edition Economica, Paris, p: 734.

(5) -Dominique Heniet, Jcon Charl, (1991), Micro Economie de l'Assurance, Edition Economica, Paris, p: 172.

السائق، أي أنه كلما ارتكب المؤمن له (السائق) حوادث أكثر كلما ارتفع القسط الذي يدفعه والعكس، وبالتالي فهو نظام يحفز المؤمن لهم (السائقين) على توخي الحذر لعدم ارتكاب أي حادث هو: (6)

- نظام تحفيز: عبارة عن تخفيض يقدم لصالح المؤمن عند عدم ارتكابه لأي حادث.

- نظام عقوبة: وهو عبارة عن علاوة يدفعها المؤمن له عند ارتكابه لأي حادث.

ولقد دخل نظام تحفيز الجزائر حيز التنفيذ منذ جانفي 1988 ويشمل مجموعة من المؤمن لهم وغير المعنيين

بجاءت خلال مدة العقد فيستفيدون من تخفيض قسط التأمين.

2- العوامل المؤثرة في تسعيرة التأمين على السيارات وخطوات تقديرها:

في تقدير تسعيرة التأمين (قسط التأمين) على السيارات تتداخل عوامل كثيرة من طبائع مختلفة وذلك لأن

الخطر المؤمن عليه قد يتحقق نتيجة خلل في إحدى هذه العوامل.

1-2- العوامل الأساسية في تقدير تسعيرة التأمين:

يتوجب أن يؤخذ بعين الاعتبار في تقدير أقساط التأمين على السيارات العوامل التالية: (7)

1-1-2- العوامل الفنية:

وتتمثل في العوامل التي تتعلق بالمركبة (السيارة):

- قوة السيارة: تعطي إمكانية تحقيق سرعة أكبر وهذه تزيد في ضخامة الحادث إن حدث؛
- مقاومة هيكل السيارة للصدمات: تساعد في التخفيف من هول الحادث وخاصة بالنسبة للركاب؛
- نموذج السيارة: منها ما هو سريع الانقلاب وفقدان التوازن ومنها ما هو أقل قابلية للإنقلاب خاصة ذات السطح التوازي الواسع؛
- عمر السيارة: من الواضح أن السيارة تكون ذات قيمة أقل كلما قدمت ولكن حوادثها وعلى الأخص المادية تكون أكثر تكرارا؛
- ميكانيكيته: صلاحية ميكانيك السيارة تساعد في الإقلال من الحوادث الناجمة عن فقدان السيطرة على الفرامل أو المقود أو انقلاب الدواليب.

2-1-2- العوامل البشرية:

وتتمثل في العوامل التي تتعلق بالسائق (المؤمن له): (8)

(6) -R. Kass M.J.Goovaerts, (2002), Modern Actuarial Risk Theory ,Kluwer Academic Puplichers, New York , p: 128.

(7) - صباح الدين بقجة، (بدون سنة نشر)، مجموعة الرياضيات الاكتوارية، مطبعة جامعة دمشق، سوريا، ص، ص: 260 - 261.

(8) -Rachid Bouksani, (2006), Le Marché de l'assurance en Economie Algerienne, Revue des Reformes Economiques & Integration en Economie,Alger, N°01, p: 32.

- جنس السائق: ذكر أو أنثى، حيث يظهر أن الرجال يتسببون بحوادث أكثر مما تسببه النساء ولكن الحوادث التي تسبب النساء في حدوثها تكون أكثر جساماً في الأضرار؛
- عمر السائق: يلاحظ أن زيادة العمر تقلل من الحوادث المرتكبة لأن الإنسان بطبعه يصبح أكثر حذراً؛
- نفسية السائق: يجب أن يكون هادئ الأعصاب وذو رد فعل سريع؛
- عادات السائق: يتوجب تجنب المشروبات الكحولية قبل وأثناء القيادة؛
- صحة السائق: يجب أن يكون غير معرض لأزمة قلبية أن تكون عيونه سليمة وسمعه جيد؛
- تاريخه في القيادة: يجب أخذ تاريخه في قيادة السيارات بعين الاعتبار.

3-1-2- عوامل أخرى:

وتمثل فيما يلي:

- مناطق تجوال السيارة من الناحية الجغرافية: حيث تكثر الحوادث في الطرق الجبلية والوعرة مقارنة بالمناطق السهلة؛
 - حالة الطرق: الطرق الجيدة والواسعة تقل فيها الحوادث بكثير مقارنة بالطرق الضيقة؛
 - كثافة السكان: وخاصة تزايد المشاة في عرض الطريق وقرب المواقف وتواجد الأطفال الصغار في عرض الشارع؛
 - أنواع استخدام السيارة: لنزهة، لتجارة، لزراعة، لسياحة، للأعمال، لنقل العمومي... حيث لوحظ أن درجة اهتمام السائق بقوانين السير ترتبط بنوعية استخدام السيارة، فسائق الشاحنة أو السائق المأجور يقل اهتمامه بمصير السيارة؛
 - حالة الطقس السائد: تؤثر إلى حد بعيد على تكرار الحوادث ففي الشتاء وأوقات الصقيع والثلوج تكثر حوادث الإنزلاق والتدهور؛
 - نظام المرور: إن حسن تطبيقه وتوزيع الإشارات الضوئية والممرات للمشاة والمواقف والصرامة في تنفيذ التعليمات تؤدي إلى الإقلال من كثرة الحوادث.
- بالإضافة إلى هذه العوامل هناك عامل آخر يمكن لشركات التأمين الاستفادة منه وهو: الحوافز المادية (المقصود نظام تحفيز - عقوبة).

2-2- تقدير تسعيرة التأمين (قسط التأمين) على السيارات:

تتبع شركات التأمين خطوتين أساسيتين لحساب قسط التأمين الذي يلتزم المؤمن له بدفعه لتغطية الخطر موضوع التأمين، و حسب ما صادق عليه المشرع الجزائري تتمثل هذه الخطوتين فيما يلي⁽⁹⁾:

1-2-2- الخطوة الأولى:

القسط الصافي هو المبلغ الذي يكفي لتغطية الأضرار الناتجة عن تحقق الخطر دون أن يتعرض المؤمن للخسارة ودون تحقيق ربح، بحيث يكون معادلا لقيمة الخطر من حيث احتمال وقوعه ومدى جسامته وحسب درجات تفاقم الخطر، والذي يتم تحديده عفى أساس التعريف وهذا من خلال الإحصائيات المتحصل عليها من عملية المعاينة.

ويمكن حساب القسط الصافي بالعلاقة الرياضية التالية:

حيث أن:

$$p_{pure} = c \times n/N = c \times f = S/N$$

p_{pure} : القسط الصافي.

N : عدد الأخطار التي يتكفل بها المؤمن.

n : عدد أضرار حادث معين.

c : التكلفة المتوسطة للضرر.

S : التكلفة الإجمالية للضرر حيث: $S = c \times n$.

f : التكرار النسبي للضرر حيث: $f = n/N$.

2-2-2- الخطوة الثانية:

القسط التجاري أو الإجمالي وهو القسط الصافي مضافا إليه المصاريف والأعباء العامة التي تتحملها الوكالة

أو الشركة والتي يتم تحصيلها من كل قسط.

حيث أن المصاريف المباشرة وغير المباشرة تتمثل في:

$$\text{القسط الإجمالي} = \text{القسط الصافي} + \text{مصاريف مباشرة وغير مباشرة}$$

⁽⁹⁾-Salmane Nadia,(2011), La Tarification à Posteriori en Assurance Automobile :Poisson-Gamma , Memoire de Magister, Institut National de Planification & de Statistique , Alger, p 58.

FSI: أموال خاصة بالتعويض (ص. خ. ت)، وتمثل في اشتراك المؤمن له في الصندوق الاجتماعي للتعويضات (و تحدد بنسبة معينة من قسط المسؤولية المدنية).

DT: حقوق الطوابع.

CP: المستحقات .

TF: ضريبة الدمغة.

TG: طوابع متغيرة حسب العقد وهي متعلقة بالسيارات فقط*.

TVA: الرسوم.

وعليه فإن القسط الإجمالي يكتب بالعلاقة:

$$\text{القسط الإجمالي} = \text{القسط الصافي} + FSI + DT + CP + TF + TG + TVA.$$

3- تطبيق نموذج تحفيز- عقوبة في تحديد التسعيرة المثلى لتأمين السيارات بالشركة الجزائرية للتأمين الشامل- وكالة تيارت - :

قمنا في بحثنا هذا بتطبيق نموذج تحفيز- عقوبة في تحديد التسعيرة المثلى لتأمين السيارات بالشركة الجزائرية للتأمين الشامل - وكالة تيارت - لغرض بناء نموذج كمي يعطي سعرا عادلا لتأمين خطر حوادث السيارات، وبالتالي يضمن التوازن المالي لشركة التأمين.

3-1-1- الدراسة التطبيقية:

لإجراء الدراسة والتوصل للنتائج المبتغاة قمنا باتباع الخطوات التالية:

3-1-1-3- جمع المعطيات:

تشمل العينة محل الدراسة على بيانات مختلفة متعلقة بـ 1400 مؤمن له ثم جمعها من خلال الإطلاع على الوثائق المتعلقة بعقود التأمين على السيارات** المبرمة من طرف الشركة الجزائرية للتأمين- وكالة تيارت- مع زبائنها خلال الفترة 01 ماي 2013 إلى غاية 31 أكتوبر 2013 ، حيث تم جمع البيانات التالية من طرف الشركة الجزائرية للتأمين- وكالة تيارت- لكل مؤمن له:

* - يقصد بالسيارة وفقا للمادة الأولى من الأمر 95-07 من القانون المدني الجزائري الصادر في 25 جانفي 1995 بأنها: " تلك المركبة البرية ذات محرك، وما يتبعها من مقطورات كذلك حولتها سواء كانت المركبة مستعملة لنقل الأشخاص أو لنقل البضائع".

** - التأمين على السيارة هو ضمان لمالك السيارة أو من تقع تحت حراسته من رجوع الغير عليه بالتعويض.

- عدد الحوادث المرتكبة من طرف كل مؤمن له ؛
- جنس المؤمن له ؛
- عمر المؤمن له ؛
- الغرض من استعمال السيارة .
- عمر السيارة ؛
- قوة السيارة ؛
- عمر رخصة السياقة التي بحوزة المؤمن له (خبرة السائق).

2-1-3- دراسة طبيعة المتغيرات:

تمت عملية جمع المتغيرات من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها على مستوى مصلحة حوادث المرور بشركة التأمين محل الدراسة لقد اعتمدنا في اختيار العينة محل الدراسة على طريقة العينة العشوائية البسيطة التي يتم سحب مفرداتها على أساس تساوي أو تكافئ الفرص للاختيار لجميع مفردات مجتمع البحث للدخول في مفردات العينة وفيها لا يتم التحيز لأي مفردة من مفردات المجتمع على حساب المفردات الأخرى. و نفت هذه المتغيرات حسب طبيعتها إلى متغيرات نوعية ومتغيرات كمية.

✓ المتغير المفسر (التابع):

نعرف المتغير الكيفي y_i الذي يعبر عن عدد الحوادث التي ارتكبها الفرد i خلال فترة الدراسة حيث أن :

$y = 0$ إذا لم يتعرض المؤمن إلى حادث.

$y = 1$ إذا تعرض المؤمن إلى حادث.

$y = 2$ إذا تعرض المؤمن إلى حادثين.

$y = 3$ إذا تعرض المؤمن إلى ثلاث حوادث أو أكثر.

✓ المتغيرات المفسرة:

المتغيرات المفسرة تتكون من متغيرات كمية وأخرى كمية :

أ - المتغيرات الكمية: توجد أربعة متغيرات كمية وهي:

- عمر السائق (aga).

- عمر رخصة السياقة أو خبرة السائق (agp).

- عمر السيارة (agv).

- قوة السيارة (pv).

ب - المتغيرات الكيفية: يوجد متغيرين كيفيين وهما:

- جنس المؤمن (*sexe*).- استعمال السيارة (*us*).**2-1-3- تقسيم متغيرات العينة:**

فقد قسمنا كل متغيرة (عمر السائق، عمر رخصة السياقة وعمر السيارة) إلى فئات واعتمدنا في حساب طول كل فئة بقسمة المدى العام على عدد الفئات، هناك عدة طرق لتحديد طول الفئة ومنها طريقة

Sturges.

$$A = \frac{E}{K} = \frac{X_{Max} - X_{Min}}{1 + 3,332 \log N} \dots\dots\dots (01)$$

حيث:

A: المدى أو طول الفئة.**E**: المدى العام.**K**: عدد الفئات.**X_{Max}**: أكبر قيمة في البيانات (مشاهدات العينة *X*).**X_{Min}**: أصغر قيمة في البيانات (مشاهدات العينة *X*).**N**: العدد الإجمالي للبيانات (عدد مشاهدات العينة).**log**: اللوغاريتم العشري.عند تطبيق العلاقة (01) على متغير عمر السائق (*aga*) نجد أن طول الفئة يساوي خمسة (05)،وعليه نقسم متغير (*aga*) إلى ثمانية (08) متغيرات ديكتوتوميك وهي :

$$aga_1 = \begin{cases} 1 & si \ aga < 25 \\ 0 & sin \ non \end{cases}$$

$$aga_2 = 1 \ si \ 25 \leq aga \leq 30$$

$$\vdots$$

$$aga_8 = 1 \ si \ aga \geq 55$$

عند تطبيق العلاقة (01) على متغير عمر رخصة السياقة (*agp*) نجد أن طول الفئة يساوي أربعة(04)، وعليه نقسم متغير (*agp*) إلى ثمانية (08) متغيرات ديكتوتوميك وهي :

$$agp_1 = \begin{cases} 1 & si \ agp < 05 \\ 0 & sin \ non \end{cases}$$

$$agp_2 = 1 \text{ si } 05 \leq agp \leq 09$$

⋮

$$agp_8 = 1 \text{ si } agp \geq 29$$

عند تطبيق العلاقة (01) على متغير عمر السيارة (agv) نجد أن طول الفئة يساوي أربعة (04)،

وعليه نقسم متغير (agv) إلى أربعة (04) متغيرات ديكوتوميك وهي:

$$agv_1 = \begin{cases} 1 \text{ si } agv < 05 \\ 0 \text{ sin non} \end{cases}$$

$$agv_2 = 1 \text{ si } 05 \leq agv \leq 09$$

⋮

$$agv_4 = 1 \text{ si } agv \geq 21$$

متغير قوة السيارة (pv) تحتوي على خمسة (05) متغيرات ديكوتوميك، وتم تقسيم متغيرة (pv) على

أساس تقسيم الشركة الجزائرية للتأمين الشامل إلى :

$$pv_1 = \begin{cases} 1 \text{ si } 01 \leq pv \leq 02 \\ 0 \text{ sin non} \end{cases}$$

$$pv_2 = 1 \text{ si } 03 \leq pv \leq 04$$

⋮

$$pv_5 = 1 \text{ si } pv \geq 11$$

متغير ($sexe$) يحتوي على متغير ديكوتوميك :

$$sexe = \begin{cases} 0 \text{ par femme} \\ 1 \text{ par homme} \end{cases}$$

متغير استعمال السيارة (us) تحتوي على أربعة (04) متغيرات ديكوتوميك، وتم تقسيم متغيرة (us) على

أساس تقسيم الشركة الجزائرية للتأمين الشامل إلى :

$$us_1 = 0 \text{ :سيارة أعمال، حيث أن:}$$

$$us_2 = 1 \text{ :سيارة موظف، حيث أن:}$$

$$us_3 = 2 \text{ :سيارة تجارية، حيث أن:}$$

$$us_4 = 3 \text{ :تعليم السياقة أو سيارة أجرة، حيث أن:}$$

3-1-3- تقدير نموذج بواسون وثنائي الحدين السالب:

من أجل التأكد من صلاحية النموذج ولتفادي مشكل التعدد الخطي الذي يؤدي إلى وجود ارتباط قوي بين المتغيرات المستقلة، مما يؤثر سلباً على نتائج عملية التقدير، فإننا سنقوم بتقدير لكل من نموذج بواسون ونموذج ثنائي الحدين السالب بالاعتماد على البرنامج الإحصائي Eviews، كما سنختار أحد النماذج حسب الفرضية التالية:

$$\begin{cases} H_0: \alpha = 0 & \text{Poisson} \\ H_1: \alpha > 0 & \text{Binomial négative} \end{cases}$$

سنعتمد في اختبار الفرضية التالية على مبدأ اختبار نسبة المعقولة، وبالتالي نجد:

$$G^2 = 2[(-1156.8871) - (-1182.2713)] = 50.7684$$

عند فرضية العدم H_0 فإن احصائية G^2 تتبع توزيع كي دو $\chi^2(1) = 3.841$ ، وعند مستوى المعنوية 0.05 فإننا نرفض الفرضية H_0 لأن: $[G^2 = 50.7684] \geq [\chi^2(1) = 3.841]$ وبالتالي نختار نموذج ثنائي الحدين السالب.

4-1-3- دراسة صلاحية النموذج:

سنقوم بالتحقق من صلاحية النموذج وذلك بعد القيام بالاختبارات التالية :

أ- اختبار "wald":

بعد اختيار نموذج ثنائي الحدين السالب سنقوم من خلال هذه المرحلة من التقدير باختبار الفرضية:

$$\begin{cases} H_0: \beta_i = \beta_{i+1} \\ H_1: \beta_i \neq \beta_{i+1} \end{cases}$$

بهدف الجمع بين الفئات المتماثلة لكل متغيرة كمية، سنستخدم احصائية Wald .

عند فرضية العدم H_0 ، فإن إحصائية wald تتبع توزيع "كاي تربيع"

$$Wald_{tab} = \chi^2_{95\%}(01) = 3.841$$

وعند المستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، فإننا :

- نقبل الفرضية H_0 إذا كان: $Wald_c \leq \chi^2_{95\%}(01)$ و هذا يعني أن الفئتين متماثلتين وبالتالي نقوم بجمع الفئتين.
 - نرفض الفرضية H_0 إذا كان: $Wald_c > \chi^2_{95\%}(01)$ و هذا يعني أن الفئتين مختلفتين.
 - متغير عمر السائق aga يصبح مقسم إلى:
 - $aga_{1,2,3}$: يشمل المؤمن عليهم الذين أعمارهم تتراوح ما بين 20 و 35 سنة.
 - aga_4 : يشمل المؤمن عليهم الذين أعمارهم تتراوح ما بين 35 و 40 سنة.
 - $aga_{6,7,8}$: يشمل المؤمن عليهم الذين أعمارهم تتجاوز 45 سنة.
 - متغير رخصة السياقة agp يصبح مقسم إلى:
 - agp_1 : تشمل مجموع رخصة السياقة التي تتراوح أقدميتها منذ تاريخ صدورها ما بين 01 و 05 سنوات.
 - $agp_{3,4,5,6,7}$: تشمل مجموع رخصة السياقة التي تتراوح أقدميتها منذ تاريخ صدورها ما بين 09 و 29 سنوات.
 - agp_8 : تشمل مجموع رخصة السياقة التي تتجاوز أقدميتها 29 سنة.
 - متغير عمر السيارة agv يصبح :
 - $agv_{2,3,4,5}$: يشمل جميع السيارات التي تتجاوز أعمارها 05 سنوات.
 - متغير قوة السيارة pv يقسم إلى مايلي:
 - pv_1 : يشمل السيارات ذات القوة 01 و 02.
 - pv_3 : يشمل السيارات ذات القوة 05 و 06.
 - $pv_{4,5}$: يشمل السيارات ذات القوة 07 وأكثر.
- ب - اختبار ستودنت:

من خلال النتائج المتحصل عليها بعد اجراء اختبار wald ، نقوم بتقدير المعلومات الجديدة لنموذج ثنائي الحدين السالب الموضحة في الجدول رقم 01 ، كما سنقوم بمقارنتها عند مستوى المعنوية 05 % لمعرفة إذا

كانت إحصائية ستودنت أكبر من 1.96 وبها نرفض الفرضية H_0 ، أما إذا كانت إحصائية ستودنت أقل من 1.96 نقبل الفرضية H_0 .

هذه المرحلة من التقدير تشتمل على اختبار معنوية المعلومات المقدرة كل على حدى، حيث سنختبر مدى تأثير كل متغيرة x_i على الظاهرة المدروسة y_i باستعمال اختبار ستودنت، أي بمعنى نختبر مختلف المعلومات $\beta = \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ تحت الفرضية التالية :

$$\begin{cases} H_0 : \beta_j = 0 \\ H_1 : \beta_j \neq 0 \end{cases}$$

ومن خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول رقم 01 نلاحظ أن المتغيرات ذات المعنوية (لها دلالة إحصائية) عند مستوى المعنوية 05% هي: الجنس **sexe** المتغيرة عمر رخصة السياقة (سنوات الخبرة) **agp1** و **agp8**، المتغيرة قوة السيارة **agpv2,3,4,5**، متغيرة استعمال السيارة **pv3, pv4,5**، ومتغيرة استعمال السيارة **us2**.

ج- اختبار نسبة المعقولة:

إن استعمال اختبار نسبة المعقولة العظمى يسمح بدراسة مدلولية مجموعة المتغيرات المفسرة (المعنوية الكلية للنموذج)، وهنا فإن إحصائية نسبة المعقولة تتبع توزيع كي دو: $LR test > \chi^2_{95\%}(q)$ مع :

- $\log L(\hat{\beta}_{CML})$: لوغاريتم المعقولة تحت الفرضية H_0 .
- $\log L(\hat{\beta}_{ML})$: لوغاريتم المعقولة تحت الفرضية H_1 .

وعند مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ فإن قيمة **LR test** المتحصل عليها نقارنها مع القيمة الحرجة من جدول "كاي تربيع" حيث:

- نقبل الفرضية H_0 إذا كان: $LR test < \chi^2_{95\%}(q)$.

- نرفض الفرضية H_0 إذا كان: $LR test \geq \chi^2_{95\%}(q)$.

من خلال نتائج اختبار نسبة المعقولة العظمى المحصل عليها والموضحة بالجدول رقم 02 نلاحظ أن جميع المتغيرات لها معنوية إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$.

من خلال النتائج المتحصل عليها بعد اجراء اختبار Wald واختبار **LR test**، نقوم بتقدير نموذج ثنائي الحدين السالب. (انظر الجدول رقم 03)، فنلاحظ أنه يوجد سبعة (07) متغيرات ديكوتوميك وهي:

لها دلالة معنوية عند مستوى معنوية 5% يمكن من خلالها بناء النموذج الذي يمكننا من تقدير احتمال وقوع حوادث المرور بناء على خصائص المؤمن له، حيث أن النموذج من الشكل :

$$\bar{Y}_i = x_i + \varepsilon$$

وبالتالي سنعتمد على هذه النتائج في تقدير تسعيرة التأمين.

5-1-3- تطبيق نموذج تحفيز - عقوبة الأمثل على العينة محل الدراسة:

الهدف من تطبيق نموذج تحفيز - عقوبة هو بناء نموذج من أجل ضبط تسعيرة التأمين الفردية بدلالة الزمن استنادا إلى عدد الحوادث الماضية وخصائص الأفراد (المؤمن لهم)، وبالتالي فإننا سنقوم بحساب التسعيرة البعدية التي يجب أن يدفعها كل فرد (المؤمن له) من خلال نموذج ثنائي الحدين السالب والذي يعطى بالعلاقة:

$$\widehat{P_i^{t+1}}(y_i^1, \dots, y_i^t, x_i^1, \dots, x_i^{t+1}) = M \widehat{\lambda_i^{t+1}} \left[\frac{\bar{a} + \bar{Y}_i}{\bar{a} + \widehat{\lambda}_i} \right] \dots \dots \dots (02)$$

بحيث :

$$Y_i = \sum_{j=1}^t Y_i^j, \quad \widehat{\lambda_i^{t+1}} = \exp(x_i^{t+1} \hat{\beta}), \quad \widehat{\lambda}_i = \sum_{j=1}^t \exp(x_i^j \hat{\beta})$$

أما المعلمة $\bar{a}$ يتم تقديرها كما يلي:

$$\bar{a} = \left[\frac{\sum_{i=1}^n (\tilde{u}_i^2 - \exp(x_i \hat{\beta})) \exp(2x_i \hat{\beta})}{\sum_{i=1}^n \exp(4x_i \hat{\beta})} \right] \dots \dots \dots (03)$$

بحيث $\tilde{u}_i$ يمثل خطأ تقدير (بواقي التقدير) $\tilde{u}_i = Y_i - \exp(x_i \hat{\beta})$

من خلال الملفات المتواجدة فإن متوسط عدد الحوادث المرتكبة من طرف الأفراد المؤمن لهم هو 90 % وإذا كان متوسط تكلفة الحادث الواحد هو 40000 ديناراً، فإن القسط أو التسعيرة التي سيدفعها الزبون الجديد لشركة يساوي 4000 ديناراً ويساوي القسط المدفوع خلال الفترة الأولى P . وبالتالي فإن M تعطى بالعلاقة:

$$M = \frac{4000.n}{\sum_{i=1}^n \hat{\lambda}_i^{t+1}}$$

بحيث n تمثل العدد الإجمالي للأفراد المؤمن لهم.

بتعويض قيمة M في العلاقة نجد:

$$\widehat{P_i^{t+1}}(y_i^1, \dots, y_i^t, x_i^1, \dots, x_i^{t+1}) = \frac{4000.n.\hat{\lambda}_i^{t+1}}{\sum_{i=1}^n \hat{\lambda}_i^{t+1}} \left[\frac{\bar{a} + \bar{Y}_i}{\bar{a} + \hat{\lambda}_i} \right] \dots \dots \dots (04)$$

وبالتالي فإن تسعيرة التأمين خلال الفترة الأولى $t = 0$ تحسب بالعلاقة :

$$P_i^1 = P^{2012}(y_i^1, \dots, y_i^t, x_i^1, \dots, x_i^{t+1}) = \frac{4000.n.\exp(x_i^{2012}\beta)}{\sum_{i=1}^n \exp(x_i^{2011}\beta)} \dots \dots \dots (05)$$

أما تسعير التأمين* خلال الفترة الثانية $t = 1$ تحسب بالعلاقة:

$$P_i^2 = P^{2012}(y_i^1, \dots, y_i^t, x_i^1, \dots, x_i^{t+1}) = \frac{4000.n.\exp(x_i^{2012}\beta)}{\sum_{i=1}^n \exp(x_i^{2011}\beta)} \left[\frac{\bar{a} + \bar{Y}_i}{\bar{a} + \hat{\lambda}_i} \right] \dots \dots \dots (06)$$

وبتطبيق العلاقة رقم (02) تحصلنا على القيم المقدرة لتسعيرة التأمين مع العلم أن $\bar{a} = 6,732337$ ، ومنه النموذج المتحصل عليه كان كالاتي:

3-1-6- تحليل وتفسير معالم النموذج :

بعد تقدير معالم النموذج خلصنا إلى وجود سبعة (07) متغيرات ديكتوميك تشرح الظاهرة المدروسة:

$$\bar{Y}_i = -1.101791 - (0.2797024 \text{ sexe}) + (0.3646832 \text{ agp}_1) \\ - (0.7239334 \text{ agp}_8) - (0.2923862 \text{ AGV}_{2,3,4,5}) \\ + (0.597700 \text{ pv}_3 + (0.9684515 \text{ pv}_{4,5}) - (0.8841941 \text{ us}_2)$$

تحصلنا على النتائج التالية:

- **الجنس:** ذو معامل سالب (-0.2797024) أي أن الإناث الأكثر تعرضا لاحتمال وقوع حادث مرور، وهذا يفسر بالطبيعة التي تتميز بها الإناث (الخوف - التسرع - الانفعال في المواقف الصعبة...)
- **عمر رخصة السياقة:** جاءت على التوالي فبالنسبة لذات معامل موجب (0.3646832)، مما يعني وجود علاقة طردية بين هذا المتغير والمتغير المفسر وأن احتمال تعرض ذوي الخبرة أقل من 5 سنوات كبير، أما بالنسبة لذات معامل سالب (-0.7239334)، مما يعني أن احتمال تعرض ذوي الخبرة أكثر من 29 سنة ضئيل جدا بما أن المعامل أقل من (0.5) ؛
- إذا يمكننا أن نقول أنه توجد علاقة عكسية بين متغير عمر رخصة السياقة والمتغير المفسر (عدد الحوادث) فكلما زادت خبرة السائق قل احتمال تعرضه لحادث مرور.
- **متغير عمر السيارة:** والذي ألم بكل فئات عمر السيارة يفسر الظاهرة المدروسة عند مستوى المعنوية 05% بمعامل سالب (-0.2923862)، مما يعني وجود علاقة عكسية بين هذا المتغير والمتغير المفسر أي أن احتمال التعرض لحادث مرور يقل بزيادة عمر السيارة، بمعنى آخر أن السيارات الجديدة هي الأكثر احتمالا للتعرض لحادث مرور والذي نستطيع تفسيره بميزة السرعة التي تتمتع بها السيارات السالفة الذكر؛
- **قوة السيارة:** جاءت معاملات متغير قوة السيارة موجبة ومتزايدة ومفسرة للظاهرة عند مستوى المعنوية 05% كما أنها ذات تأثير كبير على المتغير المفسر حيث فاقت 0.5 (0.5977004 بالنسبة لـ pv_3 ، و 0.9684515 بالنسبة لـ $pv_{4,5}$)، مما ينبئ بوجود علاقة طردية وثيقة بين قوة السيارة واحتمال التعرض لحادث مرور والذي له علاقة بسرعة السيارة، إذ أنه كلما زادت قوة السيارة زادت إمكانيته وصولها لسرعات أكبر وهذا ما يؤكد أن السرعة هي المتسبب الأول في حوادث السيارات؛

- استعمال السيارة: فئة السيارات المستعملة من طرف الموظفين تفسر الظاهرة عند مستوى المعنوية بمعامل سالب مقدّر ب (-0.8841941) ، مما يعبر عن الاستعمال الضئيل لتعرض السيارة المستعملة من طرف الموظف لحادث مرور وهذا يرجع للإستعمال الضئيل للسيارة.

الخاتمة:

تعرضنا في هذا المقال إلى أحد النماذج الأكثر استعمالا في نمذجة ومعالجة المعطيات الكيفية والخاصة بخطر حوادث المرور والممثل في نموذج تحفيز - عقوبة، إذ اتضح لنا أن شركات التأمين ملزمة بالحفاظ على سلامة ملائمتها المالية وذلك من خلال انتقاء النظريات والنماذج المالية والرياضية لبناء التوليفة المناسبة لتحديد الأقساط التأمينية الخاصة بمنتجاتها، وتبين لنا أن فرع قطاع التأمين على السيارات في الشركة الجزائرية للتأمين الشامل يحتل المرتبة الأولى مقارنة بفروع التأمين الأخرى.

كما عرّجنا من خلال المحور الثاني على العوامل المؤثرة على تسعيرة التأمين على السيارات، وبيننا أهم الخطوات المتبعة لتقدير هذه الأخيرة، أما في المحور الثالث فقد قمنا بتطبيق نموذج تحفيز - عقوبة على عينة من وثائق عقود التأمين على السيارات لدى الشركة الجزائرية للتأمين الشامل - وكالة تيارت - ، وتبين لنا أن تقدير تسعيرة التأمين على السيارات ترتكز على خصائص المؤمن لهم وعدد الحوادث المرتكبة.

و على ضوء هذا العرض تم التوصل إلى النتائج التالية:

- قطاع تأمين السيارات يحتل الصدارة في سوق التأمين الجزائري وذلك بسبب ارتفاع قيمة تسعيرة التأمين على السيارات، إلا أنها تبقى بعيدة من السعر التوازني الذي يعكس التكاليف الحقيقية للتكفل بتعويض حوادث السيارات؛
- يستند نموذج تحفيز - عقوبة على عدد الحوادث الماضية وخصائص الأفراد (المؤمن لهم) في عملية تقدير تسعيرة التأمين الفردية ؛
- يعتبر نموذج تحفيز - عقوبة الأمثل لأنه يحقق التوازن المالي بالنسبة لشركة التأمين، كما يضمن لكل مؤمن له أن يدفع قسطا يتناسب مع درجة أو احتمال تعرضه لخطر الحوادث؛
- حصيلة حوادث المرور بالجزائر في تزايد مستمر من سنة إلى أخرى ما يعكس اهتمام شركات التأمين بتغطية هذا النوع من الأخطار، رغم محدودية الحرية الممنوحة لشركات التأمين في وضع تسعيرة لخدماتها

والذي يرجع أساسا للطابع الاجتماعي الذي يتخذه هذا القطاع بسبب قلة القدرة الشرائية للأسرة الجزائرية؛

- توجد عدة خصائص يتميز بها المؤمن له تكون ذات صلة في احتمال وقوع حوادث المرور والتي يمكن قياسها باستعمال النماذج الكيفية كما يمكن أن يعتمد عليها في وضع تسعيرة التأمين بطريقة علمية مبنية على أساس الخبرات السابقة.

من خلال النتائج المحصل عليها من الدراسة الوصفية للعينة ومعرفة الخصائص المؤثرة في احتمال وقوع حادث مرور ومن أجل اتخاذ التدابير اللازمة لتوفير السلامة والأمن عبر الطرق نقترح ما يلي:

أ - بالنسبة للسائق:

- التوعية والتحسيس في أوساط الشباب انطلاقا من المدارس؛
- إنشاء مدارس خاصة لتكوين ورسكلة أصحاب مدارس تعليم السياقة؛
- استعمال تكنولوجيا تعليم السياقة بالمحاكاة لتعريض المتعلم لعدة مواقف قد يلاقيها خلال السياقة الفعلية؛
- زيادة الكم الساعي في تعليم السياقة وتطوير أساليب التعليم ؛
- إدخال حصص لقيادة السيارات بسرعة في برنامج تعليم السياقة، وإدراجها ضمن اختبارات الحصول على رخصة السياقة لتمكين السائقين الجدد من تعلم المناورات المصاحبة للسياسة بسرعة والقضاء على هاجس الخوف خصوصا لدى الإناث؛
- تشديد شروط الحصول على رخص السياقة وإضافة الفحص النفساني للمرشحين للحصول على هذه الرخصة.
- تعميم إجبارية تجديد رخصة السياقة كل خمس سنوات على السائقين الذين يتجاوزون 50 سنة والتي هي مطبقة على السائقين المحترفين.
- حث المؤسسات المكلفة بالنقل العمومي للبضائع والمسافرين على ضرورة توعية سواقها بخطورة حوادث الطرقات والإلتزام بقانون المرور والحذر عند استعمال الطريق.

ب - بالنسبة للسيارة:

- ضرورة الصرامة في الفحص التقني للمركبات؛

- تشديد الرقابة وتكثيفها على وكالات الفحص التقني ، خاصة تلك التابعة للخواص ؛
- تشديد العقوبة على الوكالات المخالفة للإجراءات المعمول بها في مجال الفحص التقني ؛
- وضع دفتر شروط لاستيراد السيارات وقطع غيارها وتفعيل المراقبة الجمركية التقنية لأنواع السيارات المستوردة لتجنب دخول سيارات لا تحترم مواصفات السلامة التقنية ؛
- الإعتماد على قوة السيارة واستعمالها إلى جانب عمرها في تحديد مدة صلاحية وثيقة المراقبة التقنية.

ملحق الجداول:

الجدول رقم 01: نتائج تقدير معلمات نموذج ثنائي الحدين السالب بعد إجراء اختبار Wald.

المتغيرات	Coefficient	Std.Error	t.statistic	Prob.
<i>sexe</i>	-0.3005748	0.1212583	-2.48	0.013
<i>aga_{1,2,3}</i>	0.134393	0.1544556	0.87	0.038
<i>aga₄</i>	-0.3512252	0.1845878	-1.90	0.057
<i>aga_{6,7,8}</i>	0.075511	0.1436245	0.53	0.599
<i>agp₁</i>	0.2953925	0.1401062	2.11	0.035
<i>agp_{3,4,5,6,7}</i>	-0.050129	0.1181249	-0.42	0.671
<i>agp₈</i>	-0.8370397	0.3335103	-2.51	0.012
<i>agv_{2,3,4,5}</i>	-0.3061686	0.1121938	-2.73	0.006
<i>pv₁</i>	-0.2768144	0.1835204	-1.51	0.131
<i>pv₃</i>	0.5107136	0.1304933	3.91	0.000
<i>pv_{4,5}</i>	0.9042899	0.1480617	6.11	0.000
<i>us₂</i>	-0.9204566	0.3209107	-2.87	0.004
<i>us₃</i>	-0.0497547	0.1645191	-0.30	0.762
<i>us₄</i>	0.1332641	0.2671738	0.50	0.618
<i>cons</i>	-0.984344	0.1760974	-5.59	0.000

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews

الجدول رقم 02: نتائج اختبار LRT

المتغير	$\log L(\hat{\beta}_{ML})$	$\log L(\hat{\beta}_{CML})$	$LR\ test$	$\chi^2_{95\%}(q)$	النتيجة
sexe	-1162.1787	-1165.1957	6.034	$\chi^2_{95\%}(01) = 3.841$	نرفض H_0
aga $\begin{cases} aga_{1,2,3} \\ aga_4 \\ aga_{6,7,8} \end{cases}$		-1166.6692	8.981	$\chi^2_{95\%}(03) = 7.815$	نرفض H_0
agp $\begin{cases} agp_1 \\ agp_{3,4,5,6,7} \\ agp_8 \end{cases}$		-1169.0625	13.7676	$\chi^2_{95\%}(03) = 7.815$	نرفض H_0
agv $\{agv_{2,3,4,5}\}$		-1165.9435	7.5296	$\chi^2_{95\%}(01) = 3.841$	نرفض H_0
pv $\begin{cases} pv_1 \\ pv_3 \\ pv_{4,5} \end{cases}$		-1188.5581	52.7588	$\chi^2_{95\%}(03) = 7.815$	نرفض H_0
us $\begin{cases} us_2 \\ us_3 \\ us_4 \end{cases}$		-1167.329	10.3006	$\chi^2_{95\%}(03) = 7.815$	نرفض H_0

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews

الجدول رقم 03: نتائج تقدير معاملات نموذج ثنائي الحدين السالب بعد إجراء اختبارات معنوية المعلمات.

المتغيرات	coefficient	Std.Error	t.Statistic	Prob.
sexe	-0.279702	0.1201261	-2.33	0.020
agp₁	0.3646832	0.1215819	3.00	0.003
agp₈	-0.7239334	0.3205554	-2.26	0.024
agv_{2,3,4,5}	-0.2923862	0.1115305	-2.62	0.009
pv₃	0.5977004	0.1221198	4.89	0.000
pv_{4,5}	0.9684515	0.1321083	7.33	0.000
us₂	-0.8841941	0.3195967	-2.77	0.006
cons	-1.101791	0.1223968	-9.00	0.000

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

1. أسامة عزمي سلام، (2007)، شقيري نوري موسى، إدارة الخطر والتأمين، دار الحامد للتوزيع والنشر، الأردن.
2. صباح الدين بقجة، (بدون سنة نشر)، مجموعة الرياضيات الاكتوارية، مطبعة جامعة دمشق، سوريا.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Christian Patra, (2005), Jean Luc, Assurance Non Vie, Edition Economica, Paris.
2. Dominique Heniet, Jcon Charl, (1991), Micro Economie de l'Assurance, Edition Economica, Paris.
3. Rachid Bouksani, (2006), Le Marché de l'assurance en Economie Algerienne, Revue des Réformes Economiques & Intégration en Economie, Alger.
4. R. Kass M.J.Goovaerts, (2002), Modern Actuarial Risk Theory ,Kluwer Academic Puplichers, New York.
5. Salmane Nadia ,(2011), La Tarification a Posteriori en Assurance Automobile :Poisson-Gamma , Mémoire de Magister, Institut National de Planification & de Statistique , Alger.

أداة الإنفاق الحكومي في السياسة المالية بالجزائر 2011-1992

أ. بلوافي محمد

أستاذ مساعد، كلية العلوم الاقتصادية — جامعة أدرار

أ. يماني ليلي

أستاذة مساعدة، كلية العلوم الاقتصادية — جامعة تيارات

ملخص:

تعتبر السياسة المالية إحدى الركائز الأساسية التي تقوم عليها السياسة الاقتصادية ويتم استخدامها لتحقيق أهداف هذه الأخيرة، فبواسطة السياسة المالية تستطيع الحكومة التصرف بمواردها الضريبية وتنفيذ خططها ومشاريعها عن طريق اعتماد النفقات اللازمة لذلك بما يتلاءم والوضع الاقتصادي العام. من خلال هذه الدراسة سيتم تسليط الضوء على ماهية السياسة المالية وأهدافها وأدواتها. ثم نتطرق إلى تطور الإنفاق العام في الجزائر خلال الفترة 2011-1992 بشقيه النفقات الجارية والاستثمارية.

الكلمات المفتاحية : السياسة المالية — الميزانية العامة الإيرادات العامة — النفقات العامة.

Résumé :

La politique financière est considérée comme l'un des piliers sur lequel repose la politique économique. Elle est utilisée pour atteindre les objectifs de cette dernière. Au moyen de la politique budgétaire, le gouvernement est en mesure de gérer ses ressources fiscales et mettre en œuvre ses plans de développement et ses projets en adoptant les dépenses nécessaires qui correspondent à la situation économique générale.

Grâce à cette étude, il sera mis en évidence la nature de la politique budgétaire, ses objectifs et ses outils. Ensuite, nous allons nous intéresser à l'évolution des dépenses publiques en Algérie au cours de la période 1992 – 2011, en ce qui concerne les dépenses en cours et les dépenses relatives aux investissements

Mots clés : La politique financière, la politique budgétaire, les dépenses publiques

مقدمة:

تعتبر السياسة المالية من الأدوات الاقتصادية التي تمتلكها الحكومة، فبواسطة السياسة المالية تستطيع الحكومة التصرف بمواردها الضريبية وتنفيذ خططها ومشاريعها عن طريق اعتماد النفقات اللازمة لذلك ولتحقيق الأهداف السياسية والاقتصادية والاجتماعية العامة من خلال محاولة الوصول إلى مرحلة العمالة الكاملة، واستقرار الأسعار والأجور وتحقيق العدالة والرعاية الاجتماعية والتنمية الاقتصادية، ومن أجل ذلك تلجأ الحكومات إلى زيادة أو تخفيض النفقات والضرائب بما يتلاءم والوضع الاقتصادي العام، كما تستطيع الحكومات تغطية نشاطاتها المختلفة عن طريق إحداث عجز في موازنتها العامة.

وتركز السياسة المالية اليوم على زيادة النفقات العامة وتخفيض الضرائب وعجز الموازنة، وذلك بهدف تنشيط الطلب العام على السلع والخدمات التي يحتاجها المجتمع.

ومن الأهداف التقليدية للسياسة المالية العامة المحافظة على موازنة عامة متوازنة، وكانت الحكومات دائما تتجه إلى عدم الإخلال بهذا المبدأ إلا في حالات استثنائية طارئة كالحرب، فالزيادة في الإنفاق الحكومي يجب أن يقابله ارتفاع في جباية الضرائب يناسب هذه الزيادة، إلا أنه بتطور المفاهيم المالية والاقتصادية للدولة الحديثة أصبح ينظر إلى السياسة المالية من منطلق إيجابي أكثر، بمعنى أن الحكومة يمكن أن تتجاوز مبدأ توازن الموازنة العامة إذا ما تطلبت ذلك الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية السائدة.

ففي حالات الركود الاقتصادي وعندما يعمل الاقتصاد القومي بطاقة أقل من قدرته الإنتاجية الكاملة من الممكن أن تلجأ الحكومات إلى تنشيط الاقتصاد القومي من خلال زيادة الإنفاق العام وإحداث عجز في الموازنة العامة، وعندما يقترب الاقتصاد من مرحلة التشغيل الكامل للمصادر وتجنب المخاطر التضخم يمكن للحكومة أن تعتمد سياسة مالية مختلفة تلائم مثل هذا الوضع، أي أن الحكومة تلجأ إلى تخفيض نفقاتها وزيادة الضرائب في هذه الحالة.

1- ماهية السياسة المالية:

لكي نتمكن من تحديد مفهوم للسياسة المالية وتعقب المراحل التي مرت بها في مسيرة حياة الشعوب حتى وصلت إلى ما هي عليه الآن لابد من ملامسة سريعة للمالية العامة كعلم قائم بذاته، تكمن أهميته بالتأثير الكبير على اقتصاديات الدول لا سيما أن هذا العلم أخذ دوره يتعاظم ضمن ظروف الحاضر وباتجاه المستقبل.

1-1 تعريف المالية العامة: لقد كان لنشوء الدولة القوية الموحدة في أوروبا وعندما أصبح عليها أن تقوم بمهام ووظائف لم يسبق لها أن تصدت لها من قبل، مما توجب عليها أن تؤمن إيرادات كافية لمواجهة النفقات التي ترتبت عليها بسبب تقديمها لخدمات معينة للمجتمع وقيامها بوظائف متنوعة اقتضاها التطور التاريخي لهذه المجتمعات.

تركزت معظم البحوث والدراسات حول الإيرادات وسبل تحصيلها وزيادتها، وكذلك دراسة النفقات التي يتعين إنفاقها في سبيل تحقيق توازنها المالي، لكن اتساع نطاق الإنفاق العام وتدخل الدولة بشكل مباشر في الحياة الاقتصادية حتم عليها البحث في طرق جديدة لزيادة إيراداتها العامة في مقابل التزاماتها المتعددة، وبذلك تخطت الدور التقليدي الذي قامت به سابقا والمقتصر على تحقيق التوازن المالي ليكون ذلك عامل مهم في تبلور المالية العامة كعلم يبحث في نفقات وإيرادات الدولة ضمن أصول وضوابط ينبغي مراعاتها، وإلا تعرضت مالية الدولة للانحيار والتدهور.

وبذلك فقد عرفت المالية العامة على أنها العلم الذي يبحث في القواعد والأصول التي تنظم أوجه النفقات وطرق إنفاقها والأساليب التي تتبعها الإدارة المالية - مركزة كانت أم محلية - في الحصول على الموارد اللازمة لإشباع حاجات الجماعة.¹

يتضح من هذا التعريف مدى ارتباطها علم المالية العامة بالتطور الذي طرأ على الفكر الاقتصادي، وعلى النظريات التي تناولت هذا الموضوع والتي تحولت بمفاهيمها من مسؤولية الدولة ضمن حدود الإنفاق على الأمن الخارجي والدفاع وإلى أن تبنت الدولة الدور التدخل في المجالات كافة فأصبحت معنية بالأوجه الاقتصادية كافة والإشراف على معظم الفعاليات، ويعتبر هذا التطور نوعيا في طبيعة المسؤوليات التي تقع على عاتقها والتي شملت أيضا تمويل البرامج الاجتماعية وقطاع الخدمات كالصحة والتعليم وإلى ما هنالك من مجالات اختصت بها وأصبحت بحاجة إلى توفير الموارد وزيادة منابع التي توفر من خلالها هذه الموارد لتغطي نفقاتها المتزايدة باستمرار.

2-1 مفهوم السياسة المالية: ظل وما زال تطور السياسة المالية مرادفا ومرافقا لتطور المالية العامة والنفقات العامة والإيرادات العامة، إذ تحتاج معظم البلدان إلى الإنفاق لتتمكن من القيام بواجباتها الملقة على عاتقها وتسيير المصالح العامة، وخلال المدد السابقة حصلت تطورات كبيرة في مفهوم المصالح العامة التي يجب على البلدان تأمين تسييرها، ففي الوقت الذي كانت مهام الدولة تقتصر على توطيد الأمن الداخلي والخارجي وإقامة العدالة بين الأفراد (مفهوم تقليدي)، أصبحت اليوم تشمل كل النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية (مفهوم حديث للمالية العامة) أي أنها تمارس وظائف عدة منها القيام بالمشاريع العمرانية وتحسين الأوضاع المعيشية وحماية الاقتصاد الوطني وزيادة الثروة الوطنية ونشر العلم وحفظ الصحة العامة وتأمين مياه الري والشرب ومعالجة الأزمات الاقتصادية، وهكذا فإن الدولة تحتاج إلى المال مع ازدياد تلك الوظائف.²

¹ - د. يوسف شباط، د. محمد الحلاق، السياسة المالية، منشورات جامعة دمشق، دمشق - سوريا، 2006، ص 16.

² - د. حسن عواضة، ود. عبد الرؤوف قطيش، المالية العامة (الموازنة، الضرائب، الرسوم) دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار الحلود للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت 1995، ص 09.

إلا أن علم المالية وبالتالي السياسة المالية لم تأخذ الشكل الحالي إلا في الثلث الأول من القرن التاسع عشر، وأول من بحث الأصول المالية بحثا عميقا كان العالم الفرنسي بودان (BODIN) عام 1756، ثم ظهرت مؤلفات تحتوي على قواعد واضحة لأوضاع السياسة المالية والنظام الضريبي في أوروبا وتحت عنوان (روح القوانين) لمونتسكيو، وفي عام 1776 نشر الاقتصادي الإنجليزي ادم سميث في كتابه المعروف (ثروة الأمم) وفيه القواعد الواضحة والصريحة لمختلف أنواع الضرائب، ثم بعد ذلك جاءت الثورة الفرنسية الكبرى التي قلبت القضايا المالية رأسا على عقبو كانت فاتحة عهد جديد في تاريخ المالية العامة والتشريع المالي، وفي مطلع القرن العشرين أصبح علم المالية علما مستقلا له مؤلفاته وقواعده الصريحة وتقاليده.³

ففي الوقت الذي آمنت فيه النظرية التقليدية بمبدأ الحياد المالي في ظل الدولة الحارسة وأن الحكم على سلامة المالية العامة يكون في ضوء مبدأ توازن الموازنة وليس مبدأ التوازن الاقتصادي، أعيد النظر بهذه الفكرة بعد الأزمة الاقتصادية الكبرى (أزمة الكساد العظيم) وأصبح للدولة وللسياسة المالية مفهومين جديدين يختلفان عن المفهوم التقليدي بحيث يسمح بوجود عجز أو فائض في الموازنة العامة، وبالتالي إنهاء حالة الحياد المالي الذي قامت عليه النظرية التقليدية، وهكذا فإن الحكم على سلامة السياسة المالية لم يقتصر على مبدأ توازن الموازنة وإنما التأثير في وضع التوازن الاقتصادي العام، ثم كانت الحرب العالمية الثانية وأظهرت أهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه السياسة المالية في الحد من ظاهرة التضخم والركود باستخدام أدواتها المالية لمعالجة تلك المشكلات الاقتصادية، وفي الوقت الحاضر أصبح من المعترف به لدى معظم الاقتصاديين ورجال السياسة أن السياسة المالية هي أقوى أنواع السياسات الاقتصادية وانتقال اهتماماتها كان لابد معه انتقال هدف السياسة المالية إلى تحقيق ما يلي⁴:

- المحافظة على مستوى التشغيل الكامل الذي وصلت إليه البلدان من استخدام السياسة المالية ومكوناتها في تحقيق الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي.
- مكافحة التضخم على المستوى الكلي ومن إتباع الإجراءات الضرورية (السياسة المالية) لمكافحة التضخم في قطاعات معينة طبقا لنوعيته لإعادة التوازن بين العرض والطلب الإجماليين، كذلك الاهتمام بمشكلات التطور الاقتصادي.
- الاهتمام بمشكلات التطور الاجتماعي (إعادة توزيع الدخل)، وخاصة بعد تطور دور الدولة في الحياة الاجتماعية والاقتصادية إذ بدأت تلعب السياسة المالية فيها دورا مهما وبارزا في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في معظم البلدان وخصوصا البلدان النامية.

³ - جورج كلارك وآخرون، موجز الاقتصاد الأمريكي، مكتب الاعلام الخارجي، وزارة الخارجية الامريكية 2002، ص ص 66-69.

⁴ - مجدي محمود شهاب، الاقتصاد المالي - نظرية مالية الدولة والسياسة للنظام الرأسمالي، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية 1999،

ومما تقدم يمكن تعريف السياسة المالية تعريفا يتلاءم والفلسفة الاقتصادية والاجتماعية التي تعتنقها الدولة، ففي ظل النظرية التقليدية فإن السياسة المالية يمكن تعريفها تبعا لغاستون وغيره من الكلاسيك بأنها مجموعة القواعد التي يجب على الحكومات والهيآت العامة أن تطبقها في تحديد النفقات العامة وتأمين الموارد اللازمة لسد هذه النفقات من خلال توزيع أعباءها بين الأفراد، في حين أن التعريف الحديث للسياسة المالية يركز بصورة أساسية على الوسائل المستخدمة، إذ تعرف السياسة المالية بأنها مجموعة من السياسات الحكومية التي تستخدم الوسائل المالية من نفقات عامة وضرائب وقروض ووسائل نقدية وموازنة... الخ لتحقيق أهداف السياسة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والصحية.⁵

2- أهداف السياسة المالية:

تعد السياسة المالية احد أهم أدوات السياسة الاقتصادية التي يمكن من خلالها التأثير على حركة المتغيرات الاقتصادية والتأثير على الطبقات والشرائح الاجتماعية على اعتبار أن هذه الأدوات والإجراءات تطبق على الأفراد والجماعات البشرية، لذلك تتعدد أهداف السياسة المالية وتتشابه في إطار المجتمع الاقتصادي وبناءً على ذلك نلاحظ أنها تسعى لتحقيق الأهداف التالية:

2-1- تحقيق العدالة الاجتماعية: ركزت الأفكار والنظريات الاجتماعية منذ فجر التاريخ على العدالة الاجتماعية، لكن الممارسات العملية والحكام كانوا يصدرون القوانين والأحكام التي تحقق مصالح مجموعة صغيرة من الأفراد، وبذلك كانت العدالة شبه غائبة في أكثر المجتمعات، فالعدالة في المفهوم السياسي والاقتصادي والاجتماعي تعني مساواة الناس أمام القانون والاستفادة من الخيرات العامة وتحقيق التكافل بين الأغنياء والفقراء وإزالة مظاهر التمييز كلها بين الأفراد بغض النظر عن اللون أو الأصل أو الجنس.

إن العدالة الاجتماعية أو المساواة كما يعدها البعض إنما تعني أن يتمتع الجميع بالحقوق والحريات دون تمييز.⁶

أن مفهوم العدالة الاجتماعية الذي يرتبط بالإنصاف أو المساواة قد تطور وارتبط بالديمقراطية لأن سلطة الحاكم المنتخب أصبحت مرهونة بالفاعلين الاجتماعيين أي بصناديق الاقتراع، ولذلك أصبحت الحكومات تخاف من الاستبداد والظلم وتحقيق مصالح طبقة على حساب طبقة أخرى.

وفي هذا الإطار يرى (آلان تورين) المفكر الفرنسي أن المواطنة والتلاحم الاجتماعي والانتماء للدولة او القومية والارتباط بثقافة معينة وتاريخ مشترك قد يستثمرها الحاكم لتحقيق مصالح البعض على حساب البعض

⁵ - د.حسن عوضه، ود. عبد الرؤوف قطيش، المالية العامة، مصدر سابق، ص 9-13.

⁶ - تامر محمد الخزرجي، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة، دار مجدلاني للنشر، عمان 2004، ص ص 197-198.

الآخر، وبذلك تنزل العدالة وهو يركز على الديمقراطية أكثر من تركيزه على العدالة الاجتماعية التي قد يختفي وراءها الحاكم لتحقيق بعض المصالح الخاصة.⁷

فالديمقراطية والانتخابات الحرة أصبحت الأداة الهامة لتحقيق العدالة الاجتماعية، والسؤال المطروح حاليا هو: كيف تستطيع الديمقراطية تحقيق العدالة الاجتماعية في المجال المالي والضريبي؟

إن تطبيق مبدأ التجنيد الإجباري على جميع الرعايا يعني عدالة اجتماعية، فإذا أعطت الدولة مجموعة من الأفراد صفة الإعفاء يعني أنها غير ديمقراطية ولا تحقق العدالة، وفي المجال المالي فإن فرض الضرائب على جميع المواطنين يعني تحقيق العدالة الضريبية لكن السؤال المطروح: هل تفرض الضرائب بمعدلات متساوية على جميع الأفراد لتحقيق العدالة؟

بالطبع يجب على الدولة فرض الضرائب استنادا للدخل ووضع المكلف والثروة، وهنا تدخل في إطار التنظيم الفني للضرائب، ضرائب مباشرة وضرائب غير مباشرة، ولكل نوع من هذه الضرائب سلبياته وإيجابياته، فالضرائب غير المباشرة غير عادلة لأنها لا تأخذ وضع المكلف بعين الاعتبار، فمثلا فرض ضريبة 10 دينار على علبه سجائر لا يراعي وضع هذا المستهلك المالي هل هو غني أو فقير؟ أما الضرائب المباشرة فهي ضرائب عادلة لأنها تأخذ وضع المكلف بعين الاعتبار، فالمالك الذي يملك مصنعا ومتجرا وتجارة الاستيراد والتصدير، لا يمكن أن يدفع ضريبة مثل العامل أو الموظف الذي يتقاضى راتبا في نهاية الشهر، فالضريبة المباشرة على هذا المكلف الغني يجب أن تكون مرتفعة في حين يجب أن تكون ضريبة الآخر متدنية.

كذلك ثمة من يسأل هل فرض ضريبة بمعدل 15 % على الموظف والتاجر تكون عادلة لأنها متساوية في المعدل؟، بالطبع لا تكون هذه الضريبة عادلة لأن عبء 15% على الموظف هو أكبر بكثير من عبئها على دخل التاجر، لأن التاجر اشبع الحاجات الأساسية فيما لم يستطيع الموظف إشباع حاجاته الأساسية وهو في حالة عجز مالي مستمر نظراً لارتفاع الأسعار مقابل ثبات الأجور.

واستنادا لذلك نعرف العدالة الضريبية أنها هي فرض ضرائب أو معدلات ضريبية متساوية على جميع المكلفين والأموال الخاضعة للضريبة ولا يجوز إعفاء بعض الأفراد أو الشرائح أو القطاعات الاقتصادية دون مبررات موضوعية تستند لسياسة الدولة أو حالة الاقتصاد الوطني، وتمثل خصائص العدالة الضريبية فيما يلي:

- تساوي المعدلات الضريبية أو الضرائب المفروضة فلا يجوز فرض معدل مرتفع لصناعة الغزل ومعدل منخفض لصناعة النسيج مثلا؛

⁷ - آلان تورين، ما الديمقراطية؟، ترجمة عبود كاسوحة، منشورات وزارة الثقافة، دمشق 2000، ص 48-50.

- معاملة العاملين في قطاع معين نفس المعاملة الضريبية، أي إخضاع جميع العاملين مثلاً في صناعة المنظفات لنفس المعدلات الضريبية كما يجب أن يخضع العاملون في التجارة لنفس المعدلات الضريبية دون تمييز؛

- إعفاء ذوي الدخل المحدود وخاصة الموظفين والعمال وغير العاملين (العاطلين عن العمل) وذوي الدخل دون حد الكفاف؛

- أن التمايز في الضرائب والمعدلات الضريبية يجب أن يستند لمبررات اقتصادية مثل تحفيز الإنتاج في قطاع معين أو تشجيع الاستثمار أو التصدير أو أحياناً فرض ضرائب مرتفعة على الصناعات المضرة بالصحة العامة مثل الكحول والتبغ وغيرها.

تعد العدالة الضريبية أحد أهم أدوات السياسة المالية لأنها تدفع الأفراد وتحفزهم على المساهمة في الأعباء العامة، وهنا يجب التركيز على مكافحة التهرب الضريبي، لأن التهرب يساعد البعض على تحقيق ثروات خاصة على حساب الآخرين ويدفع الأكثرية إلى عدم الاهتمام بالشؤون العامة وإيجاد وسائل غش وخداع للتخلص من الضرائب.

أما استخدام الضرائب كوسيلة للتدخل وهو جوهر السياسة المالية فإن الضريبة كما هو معروف وسيلة مالية لتمويل الإنفاق العام، لكنها أصبحت من أهم أدوات التدخل استناداً للنظرية الكينزية، ومن هنا تعتبر الضرائب إحدى أهم أدوات السياسة المالية لأن من خلالها يمكن تشجيع الإنتاج والتصدير وتخفيض الاستيراد وزيادة الدخل أو تخفيضها.

إن تحقيق العدالة الضريبية بصورتها النسبية يؤدي لتحقيق العدالة الاجتماعية، لأن أكثر الأنظمة السياسية تضع في صلب برامجها العدالة الضريبية بشكل دقيق، كما أن الأحزاب تضع في برامجها الانتخابية (زيادة أو تخفيض الضرائب) فالأحزاب العمالية والديمقراطية تسعى لزيادة الضرائب على رأس المال وتخفيض ضرائب الأجور وذلك لتحقيق العدالة الاجتماعية، في حين تسعى الأحزاب المحافظة واليمينية إلى دعم أصحاب الاستثمارات والرسميل فتخفض الضرائب على الأرباح بهدف تشجيع الاستثمار وتزيد الضرائب على الاستهلاك والأجور اعتقاداً منها أن المستثمر أو المنظم هو المحرك الأساسي في النظام الرأسمالي.⁸

إن اختلاف الأنظمة السياسية لا يقلل من أهمية العدالة الضريبية كمصطلح ومفهوم سياسي اقتصادي اجتماعي، ويسعى كل نظام لاستخدام المعدلات الضريبية والضرائب التي تحقق سياساته الاقتصادية والاجتماعية.

⁸ - د. علي كنعان، الاقتصاد المالي، منشورات جامعة دمشق، دمشق 2009، ص 314.

2-2- تحقيق التوازن الاقتصادي:

تستطيع السياسة المالية بما تمتلكه من أدوات أن تؤثر على العرض والطلب الكليين، فمن خلال الإنفاق العام تؤثر على العرض، ومن خلال الضرائب تؤثر على الطلب وذلك كما يلي:

أ- الإنفاق العام: ويتألف من الإنفاق الجاري والإنفاق الاستثماري، فكلما زاد الإنفاق بشكل عام يزداد الإنفاق الكلي ويزداد الطلب الكلي في الاقتصاد، وفي حال زيادة الإنفاق الجاري هذا يعني زيادة الدخل، فإذا كان العرض منخفضا سوف يحصل التضخم، وإذا كان العرض أكبر من الطلب سوف يؤدي الإنفاق الجاري لتحريك الطلب ولذلك نحصل على التوازن.

والإنفاق الاستثماري سوف يتضمن شراء السلع والمواد وإقامة المصانع، وعلى الدولة زيادة الإنفاق الاستثماري إذا كان العرض منخفضا وذلك بهدف تشجيع القطاع الخاص على زيادة الإنتاج مما يؤدي لحدوث التوازن، اذ يجب على الدولة دراسة حالة الاقتصاد واختيار الحل الأفضل، إنفاق حكومي جاري ام إنفاق حكومي استثماري.

ب- الضرائب: وهي الأداة المالية الهامة لإعادة توزيع الدخل، فكلما ازداد حجم الضرائب تزداد العدالة الضريبية والعدالة الاجتماعية وخاصة في حالات الضرائب المباشرة، أما إذا اعتمدت الدولة على الضرائب غير المباشرة فإن ذلك يعني إعادة توزيع الدخل لصالح الأغنياء لذلك على الدولة استخدام الضريبة لتحقيق الإنصاف الاجتماعي أي التركيز على الضرائب المباشرة في إعادة توزيع الدخل وبالتالي فهي تشجع الطلب مما يؤدي إلى لزيادة الإنتاج وحصول الرواج الاقتصادي.

ويجب أن تنطلق الدولة من حالة الاقتصاد الوطني، هل هناك توازن بين العرض والطلب؟ هل العرض أكبر من الطلب؟ وكيف يمكن تحقيق التوازن من خلال الإنفاق العام والضرائب؟
أ- إذا كان العرض أكبر من الطلب فإن الاقتصاد يكون أمام حالة ركود، وهنا ينبغي على الدولة تشجيع وتخفيف الطلب وذلك عبر:

- زيادة حجم الإنفاق العام الجاري الذي يتضمن زيادة الأجور؛
- تخفيض الضرائب لأنها تؤثر على الدخل فتزداد الدخل بمقدار هذا الانخفاض فيزداد الطلب الكلي.
- إن زيادة الإنفاق العام وتخفيض الضرائب سوف يحفز الطلب الكلي.
- ب- إذا كان الطلب أكبر من العرض فإن الاقتصاد يكون في حالة تضخم وأمام هذه الحالة على الدولة أن:
- تخفض من حجم الإنفاق العام وخاصة الجاري بحيث يؤدي ذلك إلى تراجع طلب الحكومة على السلع والخدمات وأعمال الصيانة.
- زيادة الضرائب لتخفيض حجم الأرباح والمداخيل فيؤدي ذلك لتخفيض الطلب الكلي.

إن زيادة الضرائب وتخفيض الإنفاق العام سيؤثران على الدخل فينخفض مقابل العرض فيحصل التوازن الاقتصادي الكلي.

ج- تخفيض عجز الموازنة:

عجز الموازنة هو التباين الشديد الحاصل بين نمو النفقات العامة للدولة ونمو الإيرادات العامة،⁹ وهو كذلك عجز الإيرادات العامة عن مواجهة النفقات العامة، والسؤال المطروح كيف ستمول الدولة هذا العجز المالي، هل من خلال الإصدار النقدي أم من خلال الاقتراض من الجمهور أم الإقراض الخارجي؟ وبذلك تنتقل لسياسة عجز الموازنة أو ما يسمى بالتمويل بالعجز، والذي يعرف بأنه سياسة مالية تستخدمها الدول النامية حيث تمول عجز الموازنة عن طريق الإصدار النقدي مما يؤدي لحدوث التضخم، ومن أسباب حدوث العجز المالي ما يلي:

- زيادة وتطور حجم الخدمات الاجتماعية التي تقدمها الدول أو ينبغي تقديمها للمواطنين بهدف تحسين ظروف المعيشة.
- زيادة حجم الإنفاق على مشاريع القاعدة الأساسية من طرقات وجسور ومرافق عامة وسكك الحديد والمطارات والاتصالات وغيرها.
- زيادة حجم التوظيف الحكومي بهدف تخفيض حجم البطالة.
- تدني مستوى الخبرات الضريبية مما يؤدي إلى زيادة حجم التهرب الضريبي.
- الخلل الهيكلي بين قطاعات الاقتصاد الوطني وفروعه، فالتجارة والخدمات تنمو وتتطور بمعدلات أكبر بكثير من القطاعات الإنتاجية.

إن هذه الأسباب توضح لنا أن النفقات تتزايد والإيرادات تتراجع الأمر الذي يؤدي لزيادة عجز الموازنة والسؤال المطروح ما هو الحجم الأمثل لعجز الموازنة؟

بالطبع لا توجد وصفة جاهزة لتحديد العجز أو الحجم الأمثل للعجز، لكن الخبرات الأوروبية حددت نسبة العجز إلى الناتج المحلي الإجمالي بمقدار 03% للدول التي ستنضم للاتحاد الأوروبي، وإذا أخذنا الدول النامية مقابل هذه الدول يمكن القول أن الحجم الأمثل لنسبة العجز يقدر بـ 08 إلى 10 % .

فالدول المتقدمة تمول العجز المالي من خلال الاقتراض من السوق النقدية أي من خلال إصدار سندات الدين العام التي تطرح للتداول في الأسواق المالية التي تكلف الدولة نفقات تسويقها والفوائد المترتبة عليها.

⁹ - رمزي زكي، عجز الموازنة العامة، دار ابن سينا للنشر، القاهرة 1992، ص 39.

وفي الدول النامية فكانت تلجأ للإصدار النقدي أي الاقتراض من خلال البنك المركزي مما يؤدي لحدوث التضخم، أما في الظروف الراهنة فأصبحت بعض الدول التي أحدثت الأسواق المالية تسوق سندات الدين العام في البورصة أي اتجهت الدول النامية للاقتراض من الجمهور وذلك بهدف تخفيض حجم الضغوط التضخمية التي يحدثها الإصدار النقدي (التمويل بالعجز).

فالساسة الحكومية تتألف من الإنفاق العام والإيراد العام، فإذا ازداد حجم الإنفاق العام وانخفض الإيراد العام يحصل عجز، وإذا ازداد الإيراد العام وانخفض الإنفاق العام يحصل الفائض، لذلك فإن دور السياسة المالية لا ينصب على تحقيق التوازن كما كان ينادي به الكلاسيك في السابق، بل حسب حالة الاقتصاد الوطني.

ففي حالات الركود ينبغي على الدولة من خلال السياسة المالية زيادة حجم الإنفاق العام وتخفيض الضرائب وبالتالي يزداد العجز، لكن الدول تحقق من خلال هذه الإجراءات دفع الاقتصاد من الركود إلى الراج بعض النظر عن تكلفة الأموال وحجم العجز.

وفي حالات الراج (التضخم) تخفض الدولة الإنفاق العام وتزيد الضرائب لكي تخفف من حجم الضغوط التضخمية وقد تشكل الدولة فائضا تستخدمه في حالات الركود استناداً لمبدأ الميزانية الدورية التي ظهرت في الولايات المتحدة وأوروبا بعد الكساد الكبير الذي حصل علم 1929، وقد أدت هذه الفكرة للمرونة في تحديد الموازنات وتنفيذها وتمويل العجز الذي يحصل، أي لا يوجد ما يسمى الدعوة لتخفيض عجز الموازنة بل يرتبط العجز بحالة الاقتصاد، فبالسياسة المالية تتدخل الدولة لإصلاح الخلل في الاقتصاد الوطني، وليست مهمة السياسة المالية تخفيض النفقات لكي تتعادل مع الإيرادات¹⁰.

فالعجز ليس عبئاً مالياً لأن أكثر ميزانيات دول العالم تعاني من العجز، ولو كان العجز عيباً اقتصادياً لما ظهر في الدول المتقدمة التي قطعت شوطاً في النمو الاقتصادي أي ليست المشكلة في العجز، بل في مصادر تمويله والحالات التي ينبغي التدخل فيها لكي يتم تطوير الاقتصاد الوطني.

2-3- تحفيز النمو الاقتصادي:

يعرف النمو الاقتصادي بأنه زيادة في كمية عناصر الإنتاج المستخدمة ورفع كفاءتها الإنتاجية بهدف زيادة الناتج القومي، ويعرف كذلك بأنه الزيادة المضطربة في إمكانيات الاقتصاد على إنتاج السلع والخدمات التي يرغبها المجتمع، فالنمو الاقتصادي يتضمن الأدوات وهم عناصر الإنتاج والنواتج وهم السلع والخدمات التي ينتجها هذا الاقتصاد.

¹⁰ - د. علي كنعان، الاقتصاد المالي، مرجع سابق، ص 320.

بعد الدخل القومي أهم المؤشرات على النمو الاقتصادي، فإذا حصل النمو ولم يشعر المواطن بهذا النمو عن طريق زيادة دخله فيكون النمو قد ذهب باتجاهات غير صحيحة، وإذا ظهر التحسن في الدخل تكون نتائج النمو واضحة، وهنا تتدخل السياسة المالية التي تساهم في توزيع وإعادة توزيع الدخل لتحقيق العدالة الاجتماعية، والسؤال المطروح هو: ما دور السياسة المالية في تحفيز النمو الاقتصادي؟، وما الآلية التي تعمل بها لزيادة الإنتاج من السلع والخدمات؟

بالطبع لا توجد معايير محددة وثابتة لجميع الاقتصاديات، وتختلف هذه المعايير في الدول النامية عن المعايير المستخدمة في الدول المتقدمة.

ففي الدول النامية التي لم تستكمل مسيرة تطورها الاقتصادي بعد فإن السياسة المالية ضرورية، إذ لا يمكن تطوير الأدوات الإنتاجية والإنتاج دون تدخل المالية الحكومية ويكون ذلك عن طريق:

- زيادة الإنفاق العام على مشاريع القاعدة الأساسية لكي يكون عاملاً مساعداً على تخفيض تكاليف الإنتاج؛

- إقامة بعض المصانع الهامة التي لا يقدم عليها القطاع الخاص من جهة وإقامة المصانع العامة لتشجيع القطاع الخاص من جهة ثانية؛

- تقديم الإعانات الإنتاجية بهدف تحفيز الاستثمار والمستثمرين وذلك خلال فترة التأسيس بهدف دعم الإنتاج الوطني؛

- تخفيض الضرائب أو الإعفاء خلال فترة تأسيس المنشآت الصناعية وذلك لزيادة حجم التراكم الرأسمالي.

إذا قامت السياسة المالية بهذه الإجراءات فإن المستثمرين سيقدمون على إقامة المنشآت، وبالتالي سوف يزداد الإنتاج ويزداد معدل النمو الاقتصادي وتصل الدولة إلى الأهداف المنشودة وهي تصنيع المواد الأولية وتشغيل العمالة الوطنية وزيادة الدخل الوطني.

أما عندما يبلغ الاقتصاد الوطني مراحل متقدمة فإن السياسة المالية سوف تنتقل لصيغة جديدة، لأنه لكل مرحلة من مراحل النمو سياسة مالية خاصة بها.

أما في الدول المتقدمة فإن النمو الاقتصادي قد بلغ مراحل متقدمة، وعلى الحكومات أن تبحث في مجالات أخرى لتحفيز النمو ويكون ذلك عن طريق¹¹.

- تقديم الإعانات الاجتماعية للعاطلين عن العمل بهدف تحفيز جانب الطلب فيشجع العرض على الزيادة؛

¹¹ - د. علي كنعان، الاقتصاد المالي، مرجع سابق، ص 322.

- زيادة حجم الإنفاق على خدمات الرفاهية مما يشجع الاستثمار في قطاع السياحة والرفاهية والتسلية وغيرها.

إن الإنفاق في الدول المتقدمة يختلف عن الإنفاق في الدول النامية من حيث الجوهر والشكل، كما يختلف في النتائج، لأن تحفيز النمو الاقتصادي في الدول النامية يتجه باتجاه زيادة الإنتاج من السلع والخدمات والتصنيع، بينما يتجه في الدول المتقدمة لزيادة الرفاهية.

3- أدوات السياسة المالية:

تتمثل أدوات السياسة المالية في الوسائل التي تستخدمها الدولة للتأثير على حركة المتغيرات الاقتصادية فتؤدي لتحقيق الأهداف المنشودة، وبتعبير أدق هي مجموعة الوسائل المالية من أدوات الحماية ومن أدوات الاتفاق العام وغيرها التي يمكن أن تؤثر على حالة النشاط الاقتصادي وتؤدي لتحقيق الأهداف العامة. من خلال هذا التعريف يتضح أن الأدوات المالية كثيرة ومتنوعة، وتختلف من بلد لآخر، كما لا يمكن تطبيق الأدوات نفسها في اقتصادات متباينة في درجة النمو الاقتصادي والتقدم التكنولوجي، إضافة إلى ذلك فإن علم الاقتصاد هو أحد أهم العلوم لذلك لا بد من وجود فوارق بين المجتمعات واعتراضها أو قبولها بأداة مالية أكثر من غيرها، فلا يوجد معيار محدد أو وصفة جاهزة من أدوات السياسة المالية لمعالجة ظاهرة محددة بل دائما تستخدم عدة أدوات معا، واستنادا لذلك فإن أدوات السياسة المالية تتمثل في:

3-1- الضرائب والرسوم:

تعد الضريبة من أهم الأدوات المالية نظراً لأنها توفر للخرينة العامة حوالي 90% من الإيرادات العامة، وهي وسيلة سيادية تعبر عن دور الدولة ووجودها وسلطانها، لذلك سميت بـ "إيرادات سيادية" ولا يستطيع الاعتراض عليها أو عدم دفعها كما هو الحال في القروض العامة أو الرسوم، أي يدفعها المكلف استنادا للنصوص القانونية إضافة إلى ذلك فإن استخدام الضرائب يعد عاملاً هاماً للتأثير على الحياة الاقتصادية، فبعد أن كان الكلاسيكيون يعتبرون الضرائب وسيلة مالية لإشباع الحاجة المالية للدولة، اعتبر الكينزيون الضريبة أداة هامة للتدخل وتوجيه النشاط الاقتصادي، فإذا أرادت الدولة تشجيع الإنتاج في قطاع معين فإنها تخفض الضرائب عليه وترفعها على قطاع آخر، وبالمقابل فإن الضريبة أداة هامة للتأثير على إعادة توزيع الدخل وتحقيق الإنصاف الاجتماعي.

إن مركب الضرائب بين مباشرة وغير مباشرة يختلف من مجتمع لآخر ومن حالة اقتصادية لأخرى وحسب توجهات الدولة وسياساتها العامة، وبالتالي لا يمكن استخدام الضريبة نفسها التي تستخدمها ألمانيا في الجزائر نظراً لاختلاف مستوى التقدم.

2-3 القروض العامة:

تعتبر القروض العامة ظاهرة حديثة العهد ترجع للحرب العالمية الأولى، عندما اضطرت جميع الدول المتحاربة لتمويل نفقاتها الحربية وتجهيز الجيوش وأصبحت القروض بعد تلك الحرب ضرورية لإصلاح ما دمرته الحرب، لان الضرائب والرسوم لا تستطيع لمحدوديتها إعمار ما دمرته الحرب، لذلك أصبحت قاعدة مالية عادية بعد أن كانت ظاهرة استثنائية تستخدمها الدول في الظروف الاستثنائية.

لكن هذه الظاهرة ترجع في جذورها إلى القرون الوسطى أو ما قبل، فعندما كان الملك أو الإمبراطور يحتاج للأموال يلجأ إلى فرض الضرائب والرسوم، ولكن بعض الملوك كانوا يقتضون من كبار التجار والنبلاء لسد الاحتياجات العامة ثم تسدد هذه القروض من حصيلة الضرائب¹².

أما الدولة الإسلامية العباسية فقد استخدمت القروض العامة عدة مرات عندما كانت إيرادات الدولة لا تكفي لسد النفقات العامة، أو لتجهيز الحملات العسكرية، وكان الخليفة يضع إيرادا معينة ضمانا لسداد هذه القروض مثل الخراج وكانت القروض العامة ظاهرة مألوفة في العصر العباسي نظراً لتراجع حجم الإيرادات بسبب الجفاف و الأمراض أو حالات الاضطرابات السياسية وغيرها.

إلا أن ظاهرة القروض العامة انتشرت بشكل واضح في القرنين الثامن عشر والتاسع عشر عند انتشار أفكار المدرسة الكلاسيكية، واعتبرها الكلاسيك آنذاك ظاهرة استثنائية لا يجوز الاعتماد عليها إلا في حالات استثنائية، لان الاقتراض الحكومي سوف ينافس القطاع الخاص في الحصول على المدخرات وبالتالي ينخفض الاستثمار وينخفض حجم التشغيل ويحصل الركود.

تلجأ الدولة في الظروف الراهنة إما لتمويل الأعمال الحربية وإعمار ما دمرته الحرب، أو لإقامة مشاريع البنى التحتية التي تعجز الإيرادات العادية عن تمويلها وإما لسد عجز الموازنة الذي أصبح ظاهرة دائمة بعد أن كان ظاهرة استثنائية.

1-2-3- تعريف القروض العامة:

عرفت القروض العامة على أنها ظاهرة استثنائية تلجأ إليها الحكومات لتمويل عجز الموازنة، ويترتب على الحكومة دفع الفوائد عن هذه الأموال وردّها في أوقات استحقاقها في حين تكون الضرائب نهائية وليس لها فوائد، فهي إيراد دائم وسيادي، وللقروض العامة عدة تعريفات منها:

- القرض العام هو مبلغ من المال يدفعه أحد أشخاص القانون العام أو الخاص للدولة بموجب عقد يستند إلى نص تشريعي، يتضمن مقابل الوفاء؛

¹² - د. علي كنعان، الاقتصاد المالي، مرجع سابق، ص 177.

- القرض العام هو مبلغ من المال يقدمه المقرض من أجل الحصول على فائدة معينة ويتحدد في عقده فترة الوفاء وطريقة التسديد؛
- القروض العامة هي العلاقة الاقتصادية التي تتولد عندما يمنح شخص ما طبيعي أو اعتباري شخصا آخر قيمة مالية لاستخدامها مؤقتا مع الالتزام بردها ويقدم القرض عادة مقابل بدل معين هو فائدة القرض؛¹³
- القرض العام هو مبلغ من المال تحصل عليه الدولة من الأفراد أو المؤسسات الوطنية أو الأجنبية يتضمن مقابل الوفاء ويؤدي لإشباع الحاجات المالية المتزايدة للدولة ويحقق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.
- والتعريف الأخير يتضمن كافة السمات والخصائص التي يتمتع بها القرض فهو يشمل:
 - مبالغ تقترضها الدولة أو أحد الجهات العامة الحكومية؛
 - الاقتراض من المؤسسات الوطنية أو الأجنبية أو الأفراد؛
 - يختلف القرض عن الضريبة في أن القرض يتضمن مقابل الوفاء من الأقساط والفوائد التي يترتب عليها أو (القرض + الفائدة) إذا كان يسدد دفعة واحدة، بينما الضريبة تسدد بصفة نهائية وبدون مقابل؛
 - تحصل الدولة على القروض لإشباع الحاجات المالية للدولة، وقد يكون السبب هو سد عجز الموازنة أو القيام بمشاريع اقتصادية كبيرة؛
 - يحقق القرض مجموعة من الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وبالتالي يحدث أثارا قد تكون ايجابية أو سلبية على المتغيرات الاقتصادية الكلية في الاقتصاد الوطني.
- أكدت الأبحاث والدراسات الاقتصادية على أن اعتماد الدولة على القروض العامة يجب أن يكون ضمن خطة محددة، حيث يعطي أثارا ايجابية لأن إنفاق القرض على الحاجات الاستهلاكية سوف يؤدي لرفاهية المجتمع لكن يترتب على الدولة التزامات مالية ينبغي تسديدها لاحقا من الضرائب وبالتالي ما أحدثه من آثار ايجابية في الوقت الحاضر سوف ينعكس سلبا في المستقبل، أي سوف تحدث آثار انكماشية عند سدادها، لأن سدادها سيكون من خلال الضرائب والضرائب غير المباشرة.

2-2-3 أسباب لجوء الدولة للقروض العامة:

تعد ظاهرة القروض العامة ظاهرة حديثة العهد لأنها أصبحت مستمرة دون توقف، ففي حين كانت الدولة في القرنين الثامن عشر والتاسع عشر لا تلجأ للقروض العامة إلا في الحالات الاستثنائية، فقد أصبحت

¹³ - احمد مراد، النظام المالي في البلدان الاشتراكية، منشورات وزارة الثقافة، دمشق 1973. ص ص 195-196.

ظاهرة سنوية وفي أكثر دول العالم نظراً لأن الاقتطاعات الضريبية غير قادرة على مواجهة الأعباء المالية المتزايدة بسبب التطور الحاصل في الحاجات العامة من جهة وبسبب التضخم (الارتفاع المستمر في الأسعار) من جهة أخرى، وتلجأ الدولة للقروض العامة للأسباب التالية:¹⁴

أ - أسباب مالية:

تلجأ الدولة للقروض العامة عندما لا تكفي الموارد المالية العادية كالضرائب والرسوم وفوائض القطاع العام وغيرها، ويرجع ذلك للحالات التالية:

- عند انخفاض الحصيلة الضريبية نتيجة التهرب الضريبي أو سوء تقدير المطارح الضريبية؛
 - عندما ترتفع الأسعار خلال العام المالي، ولا تستطع الدولة فرض ضرائب أو رسوم جديدة؛
 - في حالات المواسم الرديئة قد تضطر الدولة لتقديم إعانات للفلاحين أو الصناعيين حين حدوث الكوارث الطبيعية؛
 - في حالات ارتفاع المستوردات بشكل مفاجئ خلال السنة المالية مثل ارتفاع سعر النفط والغاز أو ارتفاع أسعار الحديد وغيرها من السلع التي تؤثر على ميزانية الدولة.
- أن هذه الحالات تفرض على المالية العامة البحث عن موارد لتغطية الاحتياجات الجديدة الأمر الذي يدفعها للقروض العامة الداخلية أو الخارجية.

ب - أسباب اقتصادية:

- تلجأ الدولة للقروض العامة بهدف تنشيط وتشجيع الإنتاج الوطني وإحداث التوازن الاقتصادي، فإذا توازن الاقتصاد في ظل عرض غير مرن وطلب محدد فإن هذه الحالة تكون في الدول النامية، وعادة ما تسعى الدولة لكسر الحلقة المفرغة للفقر وعن طريق الدفعة القوية يمكن إخراج الاقتصاد من حالة السكون باتجاه النمو الاقتصادي، وتتحدد الحالات التي تلجأ فيها الدولة للقروض العامة كما يلي:
- لزيادة الطلب الكلي بحيث يؤدي ذلك لتشجيع الاستثمار والإنتاج ولذلك يزداد الدخل وينخفض حجم البطالة في الاقتصاد الوطني، فتكون القروض العامة قد أحدثت تحسناً ملموساً؛
 - لإقامة مشاريع البنى التحتية (طرق، جسور، سكك حديدية، شبكات الماء، الكهرباء والاتصالات...)، لأن هذه المشاريع تكون ضرورية لتنشيط الاستثمار؛
 - لإقامة مصانع القطاع العام أو الخدمات التي لا يقدم عليها القطاع الخاص مثل مشاريع النقل وغيرها؛

¹⁴ - د. علي كنعان ، مرجع سابق، ص 186.

- لمحاربة التضخم، قد تلجأ الدولة للقروض العامة بهدف تخفيض حجم السيولة في الاقتصاد، الأمر الذي يخفض حجم الطلب مما يؤدي لتخفيض معدلات التضخم.

أن هذه الأسباب تدفع الدولة للاقتراض فيؤدي ذلك للانتقال من حالة إلى حالة أخرى أفضل في الاقتصاد الوطني.

ج- أسباب سياسية:

إن قبول الأفراد أو الهيآت العامة والخاصة الوطنية في الاشتراك بالقروض العامة يعني القبول بهذه السياسة وتأييد الخطة العامة ومشاريعها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وتعتبر القروض العامة عن:

- يعتبر القرض العام معاضدة من المواطن المكتتب بالقرض لنظام الحكم القائم وتأييداً له في كل توجهاته، لان الاكتتاب بالقروض العامة لا بد وان يمر على البرلمان أو مجلس الشعب للحصول على الاكتتاب العام، وبالتالي فإن موافقة البرلمان إنما هي استفتاء على سياسة الحكومة الاقتصادية؛

- يعد القرض العام بمثابة الموافقة على سياسة الدولة الاقتصادية وعلى مشاريعها العامة، وفي حال عدم موافقة البرلمانات على القروض العامة يعني سقوط الحكومة ومشاريعها لان العديد من الحكومات لم تستطيع الحصول على هذه الموافقة وبذلك تعرض الدول لهزات سياسية؛

- يعد القرض العام الخارجي بمثابة موافقة سياسية للدولة على سياستها الاقتصادية والاجتماعية، لان أي هيئة دولية لا توافق على منح القروض إلا إذا كانت تعتقد بجدي مشاريعها ونجاح سياستها.

3-3 الإعانات:

تعد الإعانات إحدى أهم أدوات السياسة المالية نظراً لأنها تدعم جانب العرض في حال كانت الدولة بحاجة لزيادة الإنتاج وإيقاف الاستيراد، وتدعم جانب الطلب في حال رغبت الدولة بإخراج الاقتصاد من حالة الركود (إعانات للطلب).

والإعانات بمفهومها التقليدي تشجع من حصل على المبالغ ليزيد استهلاكه، وتشجع المنتج الذي حصل على المبالغ ليزيد الإنتاج، أي هي أداة تدخل هامة تستطيع الدولة من خلالها نقل الاقتصاد من حالة إلى أخرى، فالدول المتقدمة استخدمت سياسة الإعانات لتدعيم زيادة الإنتاج وتنوعه، الأمر الذي أدى للوصول لحالة العرض المرن، وبالمقابل قامت بتقديم إعانات للمستهلكين للتأثير على الطلب، أي زيادة الطلب ليستهلك السلع والخدمات الوطنية، فأدى ذلك لخلق حالة رواج داخلية دون الاعتماد على العالم الخارجي في تطوير الاقتصاد.

أما الدول النامية فهي لم تستخدم حتى الآن سوى سياسة تشجيع الطلب عن طريق ما تقدمه من إعانات سعرية وخاصة للمواد الغذائية، لذلك بقي لديها العرض غير مرن وحصل التضخم، أما دول النمرور

الآسيوية التي استخدمت الإعانات لدعم العرض والطلب فقد حققت نتائج إيجابية استطاعت من خلالها الانتقال من دول نامية إلى دول متوسطة النمو.

تهدف الإعانات إلى تحقيق العديد من الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تؤدي بدورها لتحسين ظروف الحياة للمواطنين، وتحقيق اللحمة السياسية في إطار النظام الاقتصادي القائم، وأهم هذه الأهداف:¹⁵

- تهدف الإعانات إلى تحقيق الاستقرار في المستوى العام للأسعار بالنسبة للسلع الأساسية (الحب، السكر، الأرز، الدقيق، الزيت، الحليب واللحوم) وذلك ليتمكن المستهلك من الحصول عليها بالأسعار المخفضة، الأمر الذي يؤدي إلى بقاء الأجور متدنية، وقد تمنح الإعانات للمنتج لتبقى هذه الأسعار منخفضة مثل شراء القمح بسعر مرتفع وبيعه لمواطنين بأسعار متدنية؛

- تشجيع الإنتاج الزراعي، أكدت الدراسات والأبحاث الاقتصادية أن أكثرية دول العالم تدعم الزراعة والإنتاج الزراعي وذلك لتأمين المواد الغذائية للسكان بأسعار متدنية في إطار الأمن الغذائي الوطني؛

- تشجيع الإنتاج الصناعي وتشجيع الاستثمار، فتقدم الخدمات الاستثمارية بصفة مجانية أو شبه مجانية يساهم في زيادة الاستثمارات الصناعية ويؤدي ذلك لزيادة حجم المنتجات الصناعية وبأسعار مقبولة في الاقتصاد الوطني؛

- زيادة إنتاج سلع التصدير، فدعم قطاع الصناعات التصديرية بالأموال أو بالخدمات أو بالمواد الأولية يؤدي لزيادة الإنتاج، لأن صناعات التصدير تستخدم المواد الأولية الوطنية، والعمالة الوطنية وهي تساهم في زيادة الإنتاج الذي يؤدي بدوره لزيادة معدلات النمو في الاقتصاد الوطني، فقد قامت تركيا خلال تطوير إعانات التصدير بمقدار 14% من قيمة الصادرات لدعم قطاع التصدير من المنافسة الأجنبية؛¹⁶

- تهدف الإعانات لإصلاح الخلل الهيكلي في الاقتصاد، فإذا كانت بعض القطاعات تعاني من العجز فإن ذلك سيساعد هذا القطاع على زيادة الإنتاج، أو التحسن وبالتالي يمكن أن تتطور جميع القطاعات مع بعضها البعض، أي تقدم الإعانات للقطاعات ذات الإنتاجية المتدنية يساعدها على زيادة الإنتاج والنمو كباقي القطاعات.

إن هذه الأهداف تساعد على تحسين ظروف الإنتاج بقطاعاته كافة مما يؤدي لزيادة الإنتاج، وبالمقابل تساهم الإعانات السعيرية في زيادة الطلب الأمر الذي يحقق التوازن في الاقتصاد الوطني.

¹⁵ - د. علي كنعان، مرجع سابق، ص 279.

¹⁶ - محمود عبد الفضيل، العرب والتجربة الآسيوية الدروس المستفادة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت 2000، ص 226.

3-4 الإنفاق العام:

إن دراسة الإنفاق العام كمتغير اقتصادي تتطلب قبل كل شيء تحديد ماهية النفقة، ومجالات الإنفاق العام، وشكل الدولة والنظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي القائم، والأهداف التي تسعى الدولة الوصول إليها جراء هذا الإنفاق، إضافة إلى ذلك يختلف حجم الإنفاق العام من دولة إلى أخرى، ففي حين تعد المدرسة الكلاسيكية الإنفاق العام عقيما وينبغي حصره في أضيق الحدود لأنه ينافس القطاع الخاص، فإن المدرسة الكينزية تعدّه احد أهم الأدوات المالية التي تستخدمها الدولة للتأثير على نمو الناتج الوطني وتوزيعه، لتحقيق أهداف الدولة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

أثبتت الدراسات المالية الحديثة أن حجم الإنفاق العام في الاقتصاد الوطني يلعب دورا مهما في تحفيز النمو، وفي صنع الرواج، وفي تحقيق الأهداف الاجتماعية، نظرا لأن إشباع الحاجات الاجتماعية سوف يحقق التأييد الجماهيري للنظام السياسي القائم.

فالدول النامية التي تسعى لتطوير اقتصادياتها أصبحت بحاجة ماسة اليوم لزيادة حجم إنفاقها العام، لأنه الوسيلة الوحيدة التي تستطيع من خلالها التأثير على هيكل الاقتصاد الوطني، فقد استخدمت الإعفاءات الضريبية ولم تنجح في جذب الاستثمار، واستخدمت المزايا والسوق والمستهلكين وسياسة الحصر ولم تنجح أيضا، وبقي الإنفاق العام الوسيلة الوحيدة للجذب الاستثماري، مثل الإنفاق على الخدمات العامة لتهيئة مناخ الاستثمار، والسؤال المطروح هو: كيف تستطيع الدولة التأثير على النمو الاقتصادي وإعادة توزيع الدخل من خلال الإنفاق العام؟ وهل يلعب الفكر الاقتصادي دوراً إيجابياً أم سلبياً في توجيه الإنفاق العام ليؤثر على محددات النمو؟

3-4-1 مفهوم النفقة العامة:

اختلف التعاريف حول تحديد جوهر النفقة العامة وطبيعتها، لكن جميعها يركز على خصائص النفقة وعناصرها الأساسية، وأهم هذه التعاريف اختصارا هي مبلغ نقدي يقوم بإنفاقه شخص عام بقصد تحقيق منفعة عامة.¹⁷

يركز هذا التعريف على ثلاث عناصر أساسية هي:

- مبلغ من المال؛
- تقوم الدولة بالإنفاق (شخص عام)؛
- تحقق النفقة العامة مصلحة عامة.

¹⁷ - سوزي ناشد عدلي، المالية العامة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت 2006، ص 27.

أما الدكتور "عصام بشور" فإنه يضيف إلى هذا التعريف بعض الأفكار وبالتالي يعرف النفقة العامة بأنها مبلغ نقدي يصرف من قبل احد أشخاص القانون العام عندما يستعمل سلطاته وامتيازاته إشباعا لحاجة عامة، وتحقيقا لتدخل الدولة في المجال الاجتماعي والاقتصادي.¹⁸

ويكون الدكتور بشور قد أضاف لمفهوم النفقة العامة السلطات التي يتمتع بها الشخص العام، وأضاف الأهداف التي يمكن تحقيقها من خلال الإنفاق العام، لكن أكثر التعاريف لا تركز على آثار الإنفاق العام وبالتالي إذا أخذنا الأثر الناجم عن الإنفاق العام فيكون تعريف النفقة العامة على أنها مبلغ من المال يقوم بإنفاقه احد أشخاص القانون العام يهدف لإشباع الحاجات العامة، ويؤدي لزيادة حجم الإنفاق الكلي وزيادة معدلات النمو الاقتصادي.

3-4-2 تطور الإنفاق العام:

يدل حجم النفقات العامة على مقدار الحاجات العامة التي تقوم الدولة بتأمينها للمواطنين، فكلما ازدادت النفقات العامة كلما أدى ذلك لإشباع رغبات المواطنين الضرورية ثم الكمالية، ودل ذلك على توسع دور الدولة وتدخلها في الحياة الاقتصادية والاجتماعية.

لم تعن الدولة الحارثة في القرنين الثامن والتاسع عشر بالخدمات العامة، بل كانت توفر خدمات الأمن والدفاع والتربية والتعليم والقضاء وكانت نفقاتها العامة اقل من الدول التدخلية التي ظهرت في القرن العشرين، ووضع كينز في نظريته ضرورة تدخل الدول في الحياة الاقتصادية والاجتماعية لكي تحقق التوازن، فهي من خلال التدخل تقوم بزيادة حجم الإنفاق الكلي الذي يؤدي بدوره لزيادة حجم الناتج، وذلك للتطور الحاصل في الخدمات العامة، ووسائل الرفاهية لزيادة حجم النفقات العامة وذلك للأسباب التالية:

- تطور حجم الخدمات العامة في مجالات الصحة والتعليم؛
- تطور حجم نفقات الدفاع والأمن والحماية؛
- زيادة حجم النفقات الاقتصادية بهدف إقامة مشاريع القاعدة الأساسية والمصانع العامة في الاقتصاديات الناشئة.

3-5- عجز الموازنة:

وهو انخفاض حجم الإيرادات العامة عن تمويل النفقات العامة المخططة في الموازنة العامة للدولة، مما يستدعي الاقتراض لتسيير المصالح العامة للدولة، عادة ما يكون الاقتراض من المصادر التالية:

¹⁸ - عصام بشور، المالية العامة والتشريع المالي، جامعة دمشق 1982، ص 32.

- الاقتراض من البنك المركزي (أي إصدار نقد جديد) وهو دون تكلفة لكنه يؤدي لإحداث ضغوط تضخمية في الاقتصاد الوطني، وقد أفلحت الأنظمة المالية عن هذه الطريقة؛
- الاقتراض من الجمهور أو السوق النقدية، وتتضمن هذه القروض فوائد عالية ولها فترة زمنية محددة للسداد، لكن أثارها الاقتصادية ايجابية إذا ما أحسنت الدولة استخدامها في تمويل القطاعات الإنتاجية ومشاريع البنية التحتية؛
- القروض الخارجية: أي تقترض الدولة من دول أخرى لتمويل عجز الموازنة وعادة ما تكون أثار القروض الخارجية سلبية على الاقتصاد الوطني عندما تمول القطاعات الخدمية.

4- تطور الإنفاق الحكومي في الجزائر خلال الفترة 1992-2011 :

تعتبر النفقات العامة إحدى أدوات السياسة المالية التي تقوم السلطات المالية بتنفيذها من خلال الموازنة العامة للدولة لتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية التي يرمي المجتمع إلى تحقيقها خلال فترة زمنية معينة. وتنقسم النفقات العامة في ميزانية الجزائر إلى قسمين: نفقات جارية (تسييرية) ونفقات استثمارية (تجهيزية).

أ- النفقات الجارية: هي تلك النفقات التي تخصص للنشاط العادي والطبيعي للدولة، والتي تسمح بتسيير نشاطات الدولة والتطبيق اللائق للمهام الجارية، وبصفة عامة هي تلك النفقات التي تدفع من أجل المصالح العمومية والإدارية، أي أن مهمتها تضمن استمرارية سير مصالح الدولة من الناحية الإدارية، حيث أن النفقات الجارية تشتمل على نفقات المستخدمين ونفقات المعدات.

ب- النفقات الاستثمارية: هي تلك النفقات التي لها طابع الاستثمار الذي يتولد عنه ازدياد الناتج المحلي الإجمالي وبالتالي ازدياد ثروة البلاد، وتكون هذه النفقات من الاستثمارات الهيكلية الاقتصادية الاجتماعية والإدارية، والتي تعتبر مباشرة باستثمارات منتجة ويضيف لهذه الاستثمارات إعانات التجهيز المقدمة لبعض المؤسسات العمومية.

وبصفة عامة تخصص النفقات الإستثمارية للقطاعات الاقتصادية للدولة (القطاع الصناعي، الفلاحي... الخ) من أجل تجهيزها بوسائل للوصول إلى تحقيق تنمية شاملة في الوطن.

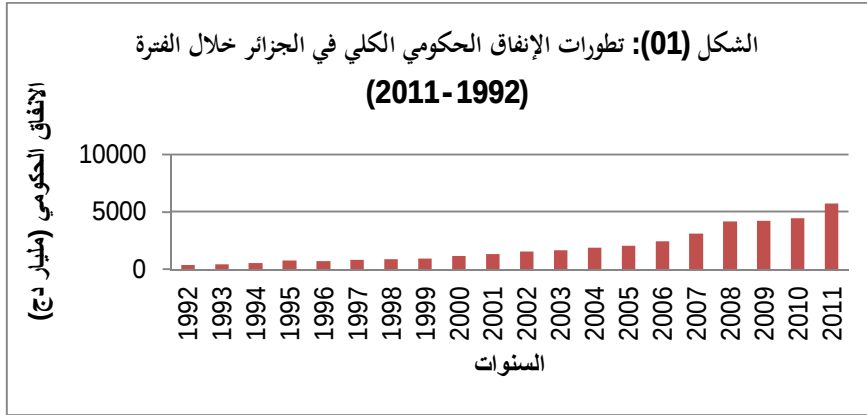
كما أن تمويل النفقات الإستثمارية يتم من قبل الخزينة العمومية للدولة بنفقات نهائية كما قد يتم تمويلها بنفقات مؤقتة في شكل قروض وتسبيقات الخزينة أو من البنك أي من خلال رخص التمويل.

ولقد تميزت السياسة الإنفاقية في الجزائر خلال الفترة محل الدراسة بنمو الإنفاق العام وارتفاع معدلاته سواء الإنفاق الجاري منه أو الإنفاق الإستثماري، وهو ما يمكن أن نطلق عليها بالسياسة الإنفاقية التوسعية.

الجدول رقم (01):

تطور الإنفاق الحكومي (الجاري والإستثماري) في الجزائر خلال الفترة 1992-2011

السنة	الإنفاق الحكومي الكلي (مليار دج)	معدل نمو الإنفاق الحكومي (%)	الإنفاق الجاري (مليار دج)	معدل نمو الإنفاق الجاري (%)	نسبة الإنفاق الجاري إلى الإنفاق الحكومي (%)	الإنفاق الإستثماري (مليار دج)	معدل نمو الإنفاق الإستثماري (%)	نسبة الإنفاق الإستثماري إلى الإنفاق الحكومي (%)
1992	420,131		276,131		65,72	144		34,28
1993	476,627	13,4	291,417	5,54	61,14	185,21	28,62	38,86
1994	566,329	18,8	330,403	13,4	58,34	235,926	27,38	41,66
1995	759,6	34,1	473,6	43,3	62,35	286	21,22	37,65
1996	724,609	-4,61	550,596	16,3	75,99	174,013	-39,2	24,01
1997	845,196	16,6	643,555	16,9	76,14	201,641	15,88	23,86
1998	875,739	3,61	663,855	3,15	75,81	211,884	5,08	24,19
1999	961,682	9,81	774,695	16,7	80,56	186,987	-11,8	19,44
2000	1178,122	22,5	856,193	10,5	72,67	321,929	72,17	27,33
2001	1321,028	12,1	963,633	12,5	72,95	357,395	11,02	27,05
2002	1550,646	17,4	1097,716	13,9	70,79	452,93	26,73	29,21
2003	1690,2	9	1122,8	2,29	66,43	567,4	25,27	33,57
2004	1891,8	11,9	1251,1	11,4	66,13	640,7	12,92	33,87
2005	2052	8,47	1245,1	-0,5	60,68	806,9	25,94	39,32
2006	2453	19,5	1437,9	15,5	58,62	1015,1	25,8	41,38
2007	3108,5	26,72	1673,9	16,4	53,85	1434,6	41,33	46,15
2008	4191,0	34,82	2217,7	32,5	52,92	1973,3	37,55	47,08
2009	4246,3	1,319	2300,0	3,71	54,16	1946,3	-1,37	45,84
2010	4466,9	5,195	2659,0	15,6	59,53	1807,9	-7,11	40,47
2011	5731,4	28,31	3797,2	42,8	66,25	1934,2	6,986	33,75



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على معطيات الجدول السابق

من خلال الجدول والشكل السابقين يمكن التوصل إلى عدد من الملاحظات:

- أن حجم النفقات العامة في تزايد من سنة إلى أخرى حيث زادت من 420,131 مليار دينار عام 1992 إلى حوالي 5731,4 مليار دينار عام 2011، ونلاحظ أن نسبة الزيادة في هذه الفترة قد بلغت 636 %.
- كما أن الانخفاض الوحيد الذي عرفته النفقات العامة كان عام 1996 حيث سجلت 724.609 مليار دينار بمعدل نمو سنوي (-4.61 %)، وهذا راجع إلى الإصلاحات الهيكلية التي انتهجتها الجزائر بالإنفاق مع صندوق النقد الدولي والبنك العالمي، التي استهدفت ترشيد الإنفاق العام، ويمكن تقسيم التحليل إلى ثلاثة مراحل أساسية:

المرحلة الأولى (1992-1995): وهي مرحلة اتفاقات الاستعداد الائتماني حيث أن تزايد الإنفاق الحكومي لم يكن بشكل كبير حيث تضاعف ثلاث مرات خلال هذه الفترة، وبلغ أقصى حد له سنة 1995، حيث سجل ما يساوي 759,6 مليار دينار، ويرجع هذا في الأساس إلى تزايد نسب الإنفاق على الرواتب والأجور وإلى تسديد المديونية العمومية.

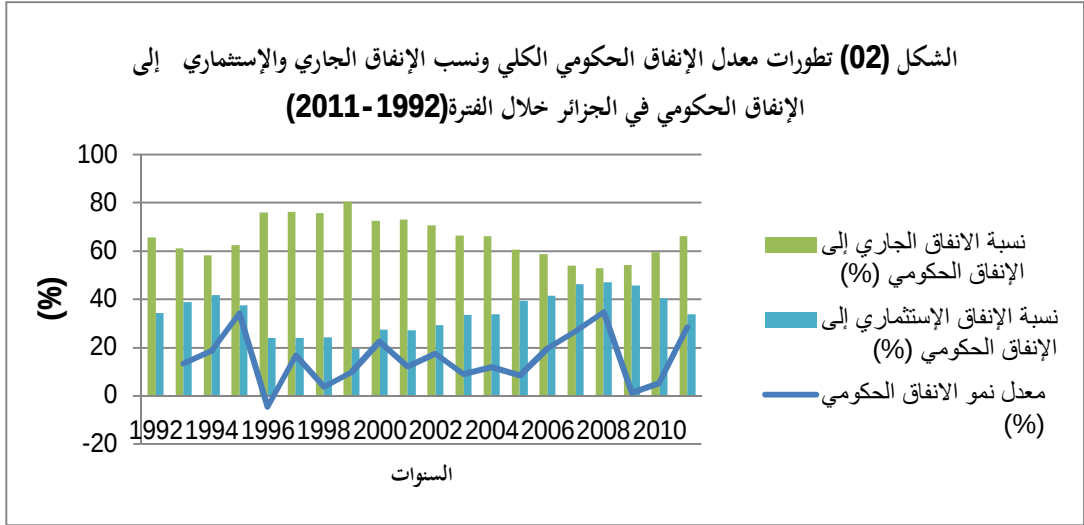
المرحلة الثانية (1996-1998): وهي مرحلة الإصلاحات الهيكلية المدعومة من قبل صندوق النقد الدولي الرامية إلى تقليص الإنفاق الحكومي ورفع أشكال الدعم المقدمة من طرف الدولة، وهذا يفسر المنحنى المنخفض لتزايد الإنفاق الحكومي في الشكل السابق، حيث بلغ معدل نمو الإنفاق الحكومي خلال هذه الفترة 25 % فقط وهي نسبة منخفضة إذا ما قارناها بالفترة السابقة.

المرحلة الثالثة (1999-2011): وهي مرحلة برامج الإنعاش ودعم النمو الاقتصادي حيث نلاحظ زيادة متسارعة للإنفاق الحكومي الذي انتقل من 961,682 مليار عام 1999 إلى 5731,4 مليار سنة 2011،

وما يفسر هذا التزايد هو تحسن أسعار النفط وقيام السلطات الجزائرية بتسطير برامج الإنعاش ودعم النمو الاقتصادي التي تقوم على أساس ضخ موارد مالية ضخمة في الاقتصاد.

1- تحليل تطورات الإنفاق الجاري والإنفاق الإستثماري:

يمثل الشكل رقم (02) تطورات مساهمة كل من الإنفاق الجاري والاستثماري في الإنفاق الحكومي الكلي خلال الفترة 1992-2011.



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على معطيات الجدول 01

من خلال تحليل الشكل السابق نلاحظ أنه خلال فترة الإصلاحات الهيكلية زادت مساهمة الإنفاق الجاري في الإنفاق الحكومي الكلي، حيث انتقلت من 58% سنة 1994 إلى 80% سنة 1999، وفي المقابل فقد انخفضت مساهمة الإنفاق الإستثماري حيث انتقلت من 41% سنة 1994 إلى 19% سنة 1999، وهذا راجع أساسا إلى برنامج الإصلاح الهيكلي المدعوم من قبل صندوق النقد الدولي الذي اشترط تقليص دور الدولة الاقتصادي وفتح المجال أمام القطاع الخاص، الأمر الذي أثر على هيكل الإنفاق الحكومي في الجزائر، وإبتداء من سنة 2000 عرف هيكل الإنفاق الحكومي تغيرا ملحوظا لصالح الإنفاق الإستثماري، حيث ارتفعت حصته من 19% سنة 1999 إلى 47,08% سنة 2008، وفي المقابل انخفضت مساهمة الإنفاق الجاري حيث انتقلت من 80% سنة 1999 إلى 52,92% سنة 2008 وكل هذا يرجع بالأساس إلى مشاريع المنشآت القاعدية والمشاريع الأخرى التي تمت مباشرتها في إطار برنامج دعم الإنعاش الاقتصادي الذي تبنته الحكومة خلال الفترة: 2001-2004، بالإضافة إلى برنامج دعم النمو خلال الفترة: 2005-2009.

لكن هذا الوضع لم يستمر حيث شهد هيكل الإنفاق الحكومي تغيرا لصالح الإنفاق الجاري ابتداء من عام 2009 إلى سنة 2011 هذه السنة التي عرفت مساهمة الإنفاق الجاري بنسبة 66,25% في الإنفاق الحكومي ويعود هذا التغير إلى الزيادات والتعويضات التي عرفتتها رواتب وأجور الموظفين في الجزائر. وبصفة عامة يمكن القول على الرغم من التذبذبات التي عرفتتها حصة الإنفاق الجاري في الإنفاق الحكومي الكلي إلا أن هذه الحصة فاقت النصف خلال طول الفترة الممتدة من 1992 إلى غاية 2011.

الخاتمة:

تعد السياسة المالية أحد أهم أدوات السياسة الاقتصادية التي يمكن من خلالها التأثير على حركة المتغيرات الاقتصادية والتأثير على الطبقات والشرائح الاجتماعية على اعتبار أن هذه الأدوات والإجراءات تطبق على الأفراد والجماعات البشرية، لذلك تتعدد أهداف السياسة المالية وتشابه في إطار المجتمع الاقتصادي وبناء على ذلك نلاحظ أنها تسعى لتحقيق الأهداف التالية: تحقيق العدالة الاجتماعية - تحقيق التوازن الاقتصادي - تخفيض عجز الموازنة - تحفيز النمو الاقتصادي.

تمثل أدوات السياسة المالية في الوسائل التي تستخدمها الدولة للتأثير على حركة المتغيرات الاقتصادية فتؤدي لتحقيق الأهداف المنشودة، وتعبير أدق هي مجموعة الوسائل المالية من أدوات الجباية ومن أدوات الإنفاق العام وغيرها التي يمكن أن تؤثر على حالة النشاط الاقتصادي وتؤدي لتحقيق الأهداف العامة. ولقد تميزت السياسة الإنفاقية في الجزائر خلال الفترة محل الدراسة بنمو الإنفاق العام وارتفاع معدلاته سواء الإنفاق الجاري منه أو الإنفاق الاستثماري، وهو ما يمكن أن نطلق عليها بالسياسة الإنفاقية التوسعية. وبصفة عامة يمكن القول على الرغم من التذبذبات التي عرفتتها حصة الإنفاق الجاري في الإنفاق الحكومي الكلي إلا أن هذه الحصة فاقت النصف خلال طول الفترة الممتدة من 1992 إلى غاية 2011.

الهوامش والمراجع:

1. أحمد مراد، النظام المالي في البلدان الاشتراكية، منشورات وزارة الثقافة، دمشق 1973
2. آلان تورين، ما الديمقراطية؟، ترجمة عبود كاسوحة، منشورات وزارة الثقافة، دمشق 2000
3. تامر محمد الخزرجي، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة، دار مجدلاني للنشر، عمان 2004
4. جورج كلارك وآخرون، موجز الاقتصاد الأمريكي، مكتب الاعلام الخارجي، وزارة الخارجية الأمريكية 2002
5. حسن عواضة، ود. عبد الرؤوف قطيش، المالية العامة (الموازنة، الضرائب، الرسوم) دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار الخلود للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت 1995

6. رمزي زكي، عجز الموازنة العامة، دار ابن سينا للنشر، القاهرة 1992
7. سوزي ناشد عدلي، المالية العامة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت 2006
8. عصام بشور، المالية العامة والتشريع المالي، جامعة دمشق 1982
9. علي كنعان، الاقتصاد المالي، منشورات جامعة دمشق، دمشق 2009
10. مجدي محمود شهاب، الاقتصاد المالي - نظرية مالية الدولة والسياسة للنظام الرأسمالي، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية 1999
11. محمود عبد الفضيل، العرب والتجربة الاسيوية الدروس المستفادة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت 2000
12. يوسف شباط، د. محمد الحلاق، السياسة المالية ، منشورات جامعة دمشق، دمشق -سوريا، 2006

الجبابة المحلية في الجزائر بين الواقع والتحديات

أ. زيرمي نعيمة

كلية العلوم الاقتصادية والتسيير جامعة بشار

البريد الإلكتروني: n.zirmi2012@yahoo.fr

أ. سنوسي بن عومر

أستاذ مساعد قسم (أ) كلية العلوم الاقتصادية - جامعة معسكر

البريد الإلكتروني: senou_ben@yahoo.fr

ملخص:

تعد المالية المحلية مؤشرا للتطورات التي تعرفها المجتمعات الحديثة وعنصرا أساسيا للحكم على مسار إصلاح نظام اللامركزية المحلية، وقد ظلت الجبابة المحلية التي طالما اعتبرت بدورها عنصرا هاما في هذه المالية موضوع عدة إصلاحات في الجزائر، حيث أن الجماعات المحلية وعلى الرغم من تمتعها بمجموعة من الرسوم لفائدتها، حتى وأن كانت ذات ضعيفة المردودية - وهذا راجع إما بسبب محدودية وعائها الضريبي أو قلة المكلفين بها - فإن الدولة وحدها تملك السلطة في تأسيس الضرائب وتحديد القاعدة الخاضعة للضريبة المحلية ومنه لا يبقى هناك أي معنى للامركزية الجبائية.

الكلمات المفتاحية: الضرائب الرسوم المحلية، اللامركزية الجبائية، الإيرادات الجبائية المحلية، الجماعات المحلية.

Résumé :

Le financement des collectivités locales est considéré comme un élément essentiel du processus de la réforme de la décentralisation des ces collectivités, la fiscalité locale a pris une grande importance quant a elle dans plusieurs réformes financières en Algérie. Il faut rappeler que même si le budget des collectivités locales comprend plusieurs taxes, même de faible rendement, l'état avait toujours le pouvoir d'établir les taxes et déterminer la base imposable, chose qui élimine la décentralisation fiscale.

Mots clé : taxes locales, la décentralisation fiscale, les recettes fiscales locales, les collectivités locale

مقدمة:

عاشت الجزائر أوضاعا اقتصادية اقتضت الرشادة على كل المستويات بما فيها الجماعات المحلية، إذ أصبحت أمام مسؤولية هذه الجماعات التعجيل بعملية التنمية الاقتصادية والتوجه نحو الاستثمارات، حيث تسعى لتحقيق تنمية محلية لتصل في نهاية المطاف إلى تنمية شاملة، عن طريق الأموال المحلية لتنشيط العجلة الاقتصادية، حيث تبقى الحماية المحلية أهم وسيلة تستعملها الدولة في الوفاء بالتزاماتها تجاه هذه الأقاليم. من أجل ذلك سوف نتناول مفهوم وخصائص الحماية المحلية، وأنواع الإيرادات لهذه الجماعات في الجزائر من خلال هذه الدراسة.

1- مفهوم الحماية المحلية، وخصائصها:

1-1 مفهوم الحماية المحلية:

المقصود بهذه الحماية أن تكون للجماعات المحلية (الولايات والبلديات) نظام جباية مخصص ومنفصل عن النظام الجبائي للدولة، تخصص إيراداته وتوزع بحرص معينة ما بينها.

2-1 خصائص الضريبة المحلية الفعالة:

- قبل التطرق إلى الحماية المحلية في الجزائر، سوف نتطرق إلى الشروط التي يتعين أن تتواجد في الضريبة المحلية لتتصف بالفعالية وتؤدي الدور المنوط بها كالتالي:
- ينبغي أن يرتفع دخل الضريبة المحلية الفعالة مع مرور الزمن كي يواكب النمو الطبيعي للتكاليف ويلي الحاجة المتزايدة للخدمات العامة المحلية؛
 - أن لا تكون كثيرة التأثير بالتقلبات الدورية؛
 - أن تتوزع على نحو متساوي نسبيا بين السلطات المحلية؛
 - أن تمثل تمثيلا حقيقيا للعلاقة بين المواطنين الذين يدفعون الضريبة وأولئك المستفيدين منها؛
 - أن تكون تكاليف إدارة الضريبة المحلية زهيدة، أي أن ريعها يفوق تكاليفها الإدارية.

3-1 أسس الاقتطاع الجبائي المحلي:

يخضع الاقتطاع الجبائي المحلي لنفس شروط وقواعد المردودية، اليقين، الملائمة والعدالة، الاقتصاد في النفقة، والفعالية التي تخضع لها الضرائب الوطنية، إلا أنه يجب الأخذ بعين الاعتبار تفادي التعارض أو التناقض مع الاقتطاع الجبائي الوطني، لا سيما فيما يتعلق بخصائص العبء الجبائي المحلي وسلطة العناصر الجبائية المحلية على الاقتطاع الجبائي المحلي. بالنسبة للعدالة فعلى كل مواطني كل دولة أن يساهموا في نفقات الحكومة قدر ما

يمكن مع قدراتهم التكليفية بمعنى تناسبا مع الدخل الذين يتمتعون به تحت حماية الدولة.¹ أما اليقين فيجب أن تكون الضريبة يقينية وليست عشوائية فالفترة ، والنمط، وحجم الدفع كل هذا يجب أن يكون واضحا ودقيقا سواءا للمكلف بالضريبة أو بالنسبة لكل دفع آخر.² وفيما يتعلق بالملائمة يجب أن تحصل كل ضريبة في الفترة وحسب النمط الذي يمكن أن نراه الأكثر ملائمة للمكلف بالضريبة،³ إضافة الى ذلك يجب أن تكون الموارد التي تجنيها الدولة من الضريبة أكبر من تلك التي استعملت في تحصيلها من جهة وتجنب اخراج نقود أكثر من اللازم من جيوب المكلفين بالضريبة،⁴ وهو ما يعرف بالاقتصاد في النفقة، كما يجب أن تراعي مصلحة الدولة بما توفره من أموال تساهم في تغطية نفقاتها المختلفة ،وبالقدر الذي يساعد على تحقيق سياستها الاقتصادية والاجتماعية.⁵ وتتجلى أهمية الاقتطاع الجبائي المحلي في أنه يسمح بالحصول على إيرادات مقابل الخدمات العمومية الممنوحة من طرف الجماعات المحلية، بذلك فهو يمول حاجات الاستهلاك الجماعية التي يطلبها السكان المحليون، وعليه فإن الإدارات اللامركزية تحتوي على مجموعة معتبرة من الإيرادات ،وعلى هذا الأساس فإن أهمية الجباية تتزايد يوما عن يوم.

2- نظام الجباية المحلية في الجزائر:

1-2 مقومات الجباية المحلية في الجزائر:

تمثل الجباية المحلية المحرك القاعدي للتنمية الاقتصادية على المستوى المحلي، كما تعنى بالهيئة اللامركزية في الدولة الجزائرية ألا وهي الجماعات المحلية بشقيها البلدية والولاية، اللتان تعتبران كخلفية أساسية في المجتمع لاقتراحها من المواطن، فالجباية المحلية لا تعتبر نظام قائم بحد ذاته وإنما هي جملة من الأحكام وأصناف من الضرائب تختلف باختلاف الجهة المستفيدة ، والممولة بالإضافة إلى اختلاف الوعاء الضريبي. وقد أدخلت الجزائر تعديلات على نظامها الجبائي، وفق سلسلة الإصلاحات ابتداء من 1991، حيث تم تعويض بعض الضرائب وإلغاء البعض الآخر، مع تغيير المعدلات الضريبية، إضافة إلى توسيع الوعاء الضريبي، والشكل التالي يبين أهم الضرائب التي أسفر عنها هذا الإصلاح الضريبي بعد أن فصل بين الضرائب العائدة للدولة والعائدة

¹ محمد عباس محرز، المدخل الى الجباية والضرائب، دار النشر ITCIS ، 2010 ، الجزائر، ص 20.

² محمد عباس محرز، المرجع والصفحة نفسهما.

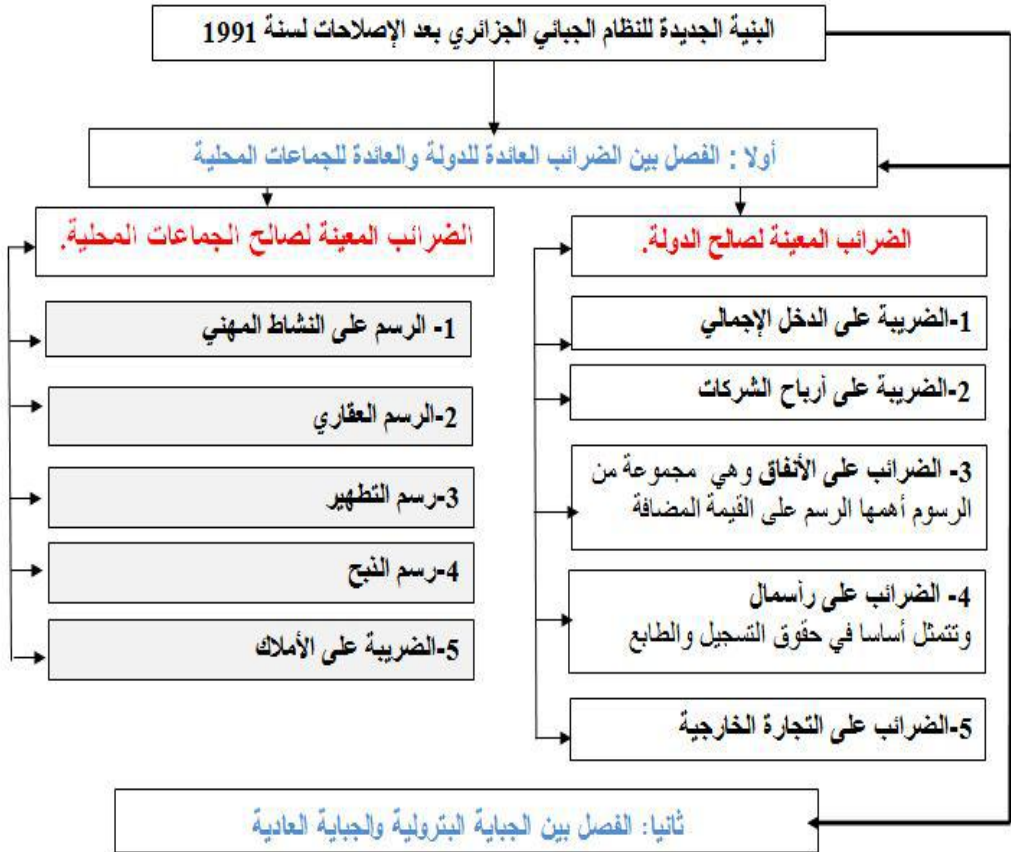
³ محرز محمد عباس اقتصاديات المالية العامة الطبعة الرابعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010 ص 156.

⁴ محرز محمد عباس، المرجع نفسه، ص 157.

⁵ بوعون بجاوي نصيرة، الضرائب الوطنية والدولية، pages bleues، الجزائر 2010، ص 17.

للجماعات المحلية، إضافة الى الفصل بين الجباية البترولية والجباية العادية، في إطار السعي إلى إحلال الجباية البترولية محل الجباية العادية.

الشكل 1: ⁶ البنية الجديدة للنظام الجبائي الجزائري بعد الإصلاحات لسنة 1991



المصدر: من إعداد الباحثين انطلاقاً من قوانين جبائية، المديرية العامة للضرائب، وزارة المالية، الجزائر، طبعة 2012.

⁶ القانون 90-36 الصادر في 1990/12/31 الصادر في الجريدة الرسمية رقم 57 الصادرة بتاريخ 1990/12/31 .

بالنسبة لأهم ضرائب المعينة للجماعات المحلية في بينها فهي تقسم حسب الجدول التالي:

الجدول رقم 01: أهم مقومات الجباية المحلية في الجزائر

الضرائب المحصلة لفائدة البلديات	الضرائب المحصلة لفائدة الولايات والبلديات الصندوق المشترك للجماعات المحلية	الضرائب المحصلة جزئيا لفائدة الجماعات المحلية	أنواع الضرائب
- الرسم العقاري - رسم التطهير - الرسم على الذبح	الرسم على النشاط المهني	- الرسم على القيمة المضافة. - الضريبة على الأملاك - قسمة السيارات	

المصدر: من إعداد الباحثين انطلاقا من قوانين جباية، المديرية العامة للضرائب، وزارة المالية، الجزائر، طبعة 2012.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن الجباية المحلية موزعة بضرائب مخصصة كليا للبلديات مثل الرسم العقاري، رسم التطهير، الرسم على الذبح وضرائب تشترك فيها هذه البلديات مع الولايات والصندوق المشترك للجماعات المحلية، وأخرى مخصصة جزئيا لكل من البلدية والولاية، أي تشترك معها الدولة في هذه الضرائب مثل الرسم على القيمة المضافة.⁷

2-2 أهم الرسوم الجبائية المحلية حسب القانون الجزائري:

أ- الرسم العقاري:

وهو ضريبة سنوية على الملكيات العقارية المبنية وغير المبنية على أساس القيمة الإيجارية الجبائية السنوية حسب نوعية المناطق الموجودة فيها ، يقدر معدل هذا الرسم بـ 03 % .
أما بالنسبة لأساس فرض هذه الضريبة فقد بينته كل من المادة 254، 255 ، و 256 من القانون الجبائي الجزائري كالتالي:

- ينتج أساس فرض الضريبة من ناتج القيمة الإيجارية الجبائية لكل متر مربع للملكية المبنية، في المساحة الخاضعة للضريبة ؛

⁷ سيتم توضيح النسب التي تحصلت عليها الدولة وتلك التي تحصلت عليها الجماعات المحلية لاحقا.

- يحدد أساس فرض الضريبة بعد تطبيق معدل تخفيض يساوي 2 % سنويا، مع مراعاة لقدم الملكية المبنية؛
- لا يمكن أن يتجاوز هذا التخفيض حدا أقصى قدره 4 %
- يحدد بالنسبة للمصانع معدل التخفيض بـ 50 %، وهذا على نمط واحد؛
- لا تؤخذ بعين الاعتبار أجزاء المتر المربع في وعاء الضريبة؛
- يؤسس الرسم العقاري على الأملاك المبنية تبعا للقيمة الإيجارية الجبائية المحددة حسب المتر المربع، وحسب المنطقة والمناطق الفرعية

ب- الرسم على النشاط المهني:

أنشأ هذا الرسم سنة 1996 ، حيث عوض كل من الرسم على النشاط الصناعي والتجاري والرسم على النشاط غير التجاري⁸ ويفرض على رقم الأعمال الذي يحققه الأشخاص الممارسون لنشاط صناعي، تجاري أو غير تجاري (مهني)، ويحدد معدل الرسم على النشاط المهني بنسبة 02 % موزعة كالتالي:

الجدول رقم 02: توزيع ناتج الرسم على النشاط المهني

الرسم على النشاط المهني	الحصة العائدة للولاية	الحصة العائدة للبلدية	الصندوق المشترك للجماعات المحلية	المجموع
المعدل العام	0.59%	1.30%	0.11%	02 %

المصدر : المادة 222 من قوانين جبائية، مصدر سبق ذكره ص 85-86.

غير أن معدل الرسم على النشاط المهني يرفع إلى 3% فيما يخص رقم الأعمال الناتج عن نشاط نقل المحروقات عبر الأنابيب، حيث يصبح توزيع ناتج الرسم على النشاط المهني كما يأتي:

الجدول رقم 03: توزيع ناتج الرسم على النشاط المهني الخاص بنقل المحروقات عبر الأنابيب

الرسم على النشاط المهني	الحصة العائدة للولاية	الحصة العائدة للبلدية	الصندوق المشترك للجماعات المحلية	المجموع
المعدل العام	0.88%	1.96%	0.16%	3 %

المصدر : المادة 222 من قوانين جبائية، مصدر سبق ذكره ص 85-86.

⁸ بوعون بجاوي نصيرة، جباية المؤسسة، مطبعة متيجة، الجزائر 2011 ، ص 103

ت- رسم التطهير:

وهو رسم سنوي لصالح البلديات مقابل خدمات رفع القمامة واستعمال شبكة تصريف المياه غير الصالحة للشرب، وذلك حسب المادة 263 من القانون الجبائي الجزائري، حيث ينص على أن "يؤسس لفائدة البلديات التي تشتغل فيها مصلحة رفع القمامات المنزلية، رسم سنوي لرفع القمامات المنزلية وذلك على كل الملكيات المبنية"⁹، حيث تحدد الرسوم المطبقة في كل بلدية بقرار من رئيس المجلس الشعبي البلدي، بناء على مداولة المجلس الشعبي البلدي وبعد استطلاع رأي السلطة الوصية.

يحدد مبلغ هذا الرسم حسب المادة 263 من القانون الجبائي الجزائري كما يلي¹⁰:

- 3- ما بين 500 دج و 1000 دج ، على كل محل ذي استعمال سكني؛
- 4- ما بين 1000 دج و 10.000 دج ، على كل محل ذي استعمال مهني أو تجاري أو حرفي أو ما شابه؛

- 5- ما بين 5000 دج و 20.000 دج، على كل أرض مهيأة للتخميم والمقطورات؛
 - 6- ما بين 10.000 دج و 100.000 دج ، على كل محل ذي استعمال صناعي، أو تجاري أو حرفي أو ما شابه، ينتج كمية من النفايات تفوق الأصناف المذكورة أعلاه.
- تحدد الرسوم المطبقة في كل بلدية بقرار من رئيس المجلس الشعبي البلدي، بناء على مداولة المجلس الشعبي البلدي وبعد استطلاع رأي السلطة الوصية.

ث- الرسم على القيمة المضافة:

يعرف الرسم على القيمة المضافة على أنه الثروة الإضافية المنشأة في المؤسسة باستعمال خدمات وموارد الغير وذلك بالإضافة إلى وسائلها الخاصة¹¹.

دخل هذا الرسم حيز التطبيق في الجزائر بموجب قانون المالية لسنة 1992، يعتبر من أهم الرسوم غير مباشرة، حيث تفرض على الاستهلاك النهائي، ويخص العمليات التي تكتسي طابعا صناعيا أو تجاري أو حرفيا، ويقع على عاتق المستهلك النهائي لا على المؤسسة فهي تلعب دور الوسيط في تسديد الرسم إلى إدارة الضرائب.

⁹ المادة 263 ، قوانين جبائية، مصدر سبق ذكره ص 98

¹⁰ قوانين جبائية، المرجع والصفحة نفسهما.

¹¹ رحال نصر ، عوادي مصطفى ، حماية المؤسسة بين النظرية والتطبيق مطبعة صخري، الوادي، الطبعة 2011/2010 ، ص 22.

يحسب هذا الرسم على رقم الاعمال الصافي المسجل في الفاتورة والذي يبقى بصفة نهائية لفائدة المؤسسة¹². يوزع ناتج الرسم على القيمة المضافة كما يلي:

الجدول رقم 04: توزيع ناتج الرسم على القيمة المضافة

الرسم على القيمة المضافة	الحصة العائدة للدولة	الحصة العائدة للبلدية	الحصة الصندوق المشترك للجماعات المحلية	المجموع
العمليات المحققة في الداخل	80	10	10	100
للعمليات المحققة عند الاستيراد	85	0	15	100
للعمليات المنجزة من قبل المؤسسات التابعة لاختصاص مديرية المؤسسات الكبرى	0	0	100	100

المصدر: المادة 263 ، قوانين جبائية، مرجع سبق ذكره ص 98.

من خلال الجدول السابق بالنسبة للعمليات المحققة في الداخل، نجد أن 80%، لفائدة ميزانية الدولة؛ و 10% لفائدة البلديات مباشرة؛ و 10% لفائدة الصندوق المشترك للجماعات المحلية. بالنسبة للعمليات المحققة عند الاستيراد نجد 85% لفائدة ميزانية الدولة، و 15 % لفائدة الصندوق المشترك للجماعات المحلية، أما العمليات المنجزة من قبل المؤسسات التابعة لاختصاص مديرية المؤسسات الكبرى تدفع الحصة الفائدة إلى البلديات إلى الصندوق المشترك للجماعات المحلية.

ج- الضريبة على الأملاك:

تشكل وعاء الضريبة على الأملاك مجموع الأملاك والحقوق والقيم الخاضعة للضريبة التي يمتلكها الأشخاص،¹³ تحدد حصيلة توزيع الضريبة على الأملاك كما يلي¹⁴:

- 60%، إلى ميزانية الدولة؛
- 20%، إلى ميزانية البلديات؛
- 20%، إلى حساب التخصيص الخاص بعنوان "الصندوق الوطني للسكن".

¹² أبو منصف ، مدخل للتنظيم الإداري والمالية العامة، دار المحمدية العامة ، الجزائر، بدون سنة نشر، ص 133

¹³ الأشخاص الطبيعيون الذين يوجد مقرهم الجبائي بالجزائر، بالنسبة لأموالهم الموجودة بالجزائر أو خارج الجزائر، والأشخاص الطبيعيون الذين ليس لهم مقر جبائي بالجزائر، بالنسبة لأموالهم الموجودة بالجزائر. تقدر شروط الخضوع للضريبة في أول يناير من كل سنة.

¹⁴ المادة 282 ، قوانين جبائية، مرجع سبق ذكره، ص 101

ح- الرسم على الذبح: إن ذبح الحيوانات، يخضع لرسم لفائدة البلديات ضمن الأشكال وتبعا للكيفيات المحددة ، حيث يفرض الرسم على وزن اللحم الصافي للحيوانات المذبوحة، كما أن تحصيل الرسم إلزامي بالنسبة لكل البلديات¹⁵. وتحدد تعريفته كما يلي:

الجدول رقم 05: تعريف الرسم على الذبح

تعريف المنتج	تعريف الرسم/كغ
-اللحوم الطازجة أو المبردة أو المطبوخة أو المملحة أو المصنعة التي مصدرها الحيوانات الآتية الخيول ، الإبل، الماعز، الأغنام، البقر	10-دج.

المصدر: المادة 452 ، قوانين جبائية، مصدر سبق ذكره ص 315.

خ- قسيمة السيارات:

تؤسس قسيمة على السيارات المرقمة في الجزائر، يقع عبئها على كل شخص طبيعي أو معنوي صاحب للسيارة الخاضعة للقسيمة، تحدد تعريف القسيمة ابتداء من سنة وضع السيارة للسير، ويوزع حاصل تعريف القسيمة كالاتي:¹⁶

— 80 %: للصندوق المشترك للجماعات المحلية.

— 20 %: لميزانية الدولة.

تسدد تعريف القسيمة من أول يناير إلى 31 منه من كل سنة حسب المادة 303 من القانون الجبائي الجزائري ، ويمكن تمديد مدة التحصيل العادي للقسيمة بقرار من الوزير المكلف بالمالية.

د - الضريبة الجزائية الوحيدة:¹⁷

بدأ سريان مفعولها ابتداء من أول يناير 2009، حيث تؤسس ضريبة جزائية وحيدة تحل محل النظام الجزائي للضريبة على الدخل، وتعوض الضريبة على الدخل الإجمالي، والرسم على القيمة المضافة وكذا الرسم على النشاط المهني.¹⁸

ويوزع ناتج الضريبة الوحيدة الجزائية كما يلي:¹⁹

¹⁵ المواد 446-448-453 قوانين جبائية، مرجع سبق ذكره، ص 314-315.

¹⁶ المادة 309 ، قوانين جبائية، مرجع نفسه، ص 492.

¹⁷ المادة 282 مكرر 5 معدلة بموجب المواد 11 من قانون المالية لسنة 2008 و 19 من قانون المالية لسنة 2009 و 12 من قانون المالية التكميلي لسنة 2009.

¹⁸ المادة 282 مكرر 02 ، قوانين جبائية، مرجع نفسه، ص 105.

✓ 48.50 % ميزانية الدولة.

✓ 01 % غرف التجارة و الصناعة.

✓ 0.02 % الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف.

✓ 0.48 % غرف الصناعة التقليدية والمهن.

✓ 40 % البلديات.

✓ 05 % الولاية.

✓ 5 % الصندوق المشترك للجماعات المحلية.

يلخص الجدول التالي توزيع أهم الرسوم المحصلة لفائدة الجماعات المحلية والدولة بالجزائر إلى غاية 2012، كل حسب النسب العائدة له كالتالي:

الجدول رقم 06 : توزيع الرسوم المحصلة لفائدة الجماعات المحلية والدولة بالجزائر إلى غاية 2012 بالنسب المئوية

المجموع	هيئات أخرى مستفيدة	الصندوق المشترك للجماعات المحلية	حصة الولاية	حصة البلدية	حصة الدولة	الحصص الرسوم
100	-	11	59	30	0	الرسم على النشاط المهني
100	-	-	-	100	-	الرسم العقاري
100	-	-	-	100	-	رسم التطهير
100	20	-	-	20	60	الضريبة على الأملاك
100	-	10	-	10	80	الرسم على القيمة المضافة
100	1,5	5	5	40	48,5	الضريبة الجزائية الوحيدة
100	-	80	-	-	20	قسمة على السيارات
100	-	-	-	100	-	الرسم على الذبح

المصدر : من إعداد الباحثين انطلاقا من القوانين الجبائية لسنة 2012

¹⁹ المادة 282 مكرر 05، قوانين جبائية، مرجع سبق ذكره، ص 107.

من خلال الجدول رقم 06 الخاص بتوزيع الموارد الجبائية لفائدة الجماعات المحلية والدولة بالجزائر، نجد أن الدولة تستأثر لنفسها الضرائب التي تتميز بمروية مرتفعة، مثل الرسم على القيمة المضافة بمقدار 80 %، وتأخذ الحصة الأكبر بالنسبة في الضريبة على الأملاك بنسبة 60 %، ومشاركتها الصندوق المشترك للجماعات المحلية لضريبة قسيمة السيارات بـ 20 %، مقابل حصته المثلثة في 80 %، لاغين كل من الولاية والبلدية من هذه الضريبة.

وتنفرد البلدية بمجموعة من الرسوم بنسبة 100 %، التي تعتبر ضعيفة الحصيل، وتمثل هذه الرسوم في كل من الرسم العقاري، رسم التطهير، الرسم على الذبح، بينما تنقسم كل من البلدية، والولاية والصندوق، الرسم على النشاط المهني، بالنسب التالية على الترتيب: 30 %، 59 %، 11 %.

على اعتبار أن الضرائب المحلية هي النسبة الأساسية والأهم في موازنات الإدارات المحلية، فإن القدرة على تحميل هذه النسبة يعد شرطاً أساسياً ومؤشراً هاماً لمدى استقلالية الإدارة المحلية²⁰، لكن الحقيقة يتعذر إيجاد معيار موضوعي يعتمد في تحديد نصيب البلديات من الإيرادات الجبائية، خاصة وأن البلديات تختلف في الكثير من خصائصها المتعلقة بعدد سكانها أو طابعها التجاري أو الصناعي أو الفلاحي.²¹

2-3 جباية الرسوم والضرائب المحلية في الجزائر:

2-3-1 الهيئات المحصلة للجباية المحلية في الجزائر:

أ- الولاية:

تعرف الولاية حسب القانون الجزائري بأنها "جماعة إقليمية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتحدث بموجب قانون وهي جماعة لامركزية حائزة على السلطات المنفردة للدولة، تقوم بدورها على الوجه الأكمل، وتعتبر عن انشغالات ساكنيها، لها هيئات خاصة، أي مجلس شعبي وهيئة تنفيذية فعالة".²²

تعد الولاية كوحدة إدارية لا مركزية في النظام الإداري الجزائري، وهزمة وصل بين الحاجات والمصالح، والمقتضيات، واحتياجات المصلحة العامة في الدولة، كما تعتبر الولاية بجهازها الإداري ونظامها القانوني، واختصاصها عاملاً فعالاً ووسيلة ناجعة في تحقيق التنسيق والتعاون والتكامل بين الوظائف العامة في الدولة.

²⁰ منظمة الزراعة والأغذية للأمم المتحدة، اللامركزية والضرائب على الملكية الريفية، منظمة الزراعة والأغذية للأمم المتحدة، روما 2004، ص16.

²¹ عبد القادر موفق، الاستقلالية المالية للبلدية في الجزائر، أبحاث اقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الثاني ديسمبر 2007، ص104.

²² الجريدة الرسمية الجزائرية رقم 15 الصادرة بتاريخ 1990/04/11، قانون رقم 08/90 المؤرخ في 7 أفريل 1990 والمتعلق بالبلدية، ص488.

من خلال ما سبق نستنتج أن الولاية تتمتع بمجموعة من الخصائص من بينها:²³

- للولاية شخصية معنوية؛
- تتمتع بالاستقلالية المالية بمعنى أن لها ذمة مالية تتحمل المسؤوليات والالتزامات وتكتسب الحقوق؛
- مقاطعة لامركزية وتحت إشراف السلطة المركزية؛
- همزة وصل بين الجماهير والسلطة العليا.

ب - البلدية:

إن البلدية في المعنى الجغرافي جزء من التراب الوطني، كما أنها الخلية الأساسية للشعب، وقد عرف المشرع الجزائري البلدية على أنها: "جماعة إقليمية أساسية، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتحدّث بموجب قانون، ولإقليم واسم" ومركز²⁴. كما يشرف على إدارة شؤون البلدية المختلفة مجلس منتخب، وجهاز مداولة هو المجلس الشعبي البلدي، ذلك أنه يعبر عن إرادة الجمهور ومشاركته في اتخاذ القرارات، كما يعتبر هذا المجلس أعلى هيئة في البلدية وجهازها الأساسي.

خصت البلدية بجملة من الصلاحيات في مجالات التنمية وذلك منذ اعتماد أول قانون لها سنة 1967، ثم جاء القانون البلدي الجديد على إثر التعديل الدستوري لسنة 1989، والذي نص على التوجه نحو اقتصاد السوق واعتماد التعددية الحزبية، وخصص القانون المذكور لهذا المرفق جملة من الصلاحيات المحددة أدرجت ضمن باب مستقل تحت عنوان: "صلاحيات البلدية" والمتمثلة في التهيئة والتنمية المحلية، التعمير والهيكل الأساسية والتجهيز، التعليم الأساسي وما قبل المدرسي، الأجهزة الاجتماعية والجماعية؛ السكن، حفظ الصحة والنظافة والمحيط والاستثمارات الاقتصادية.²⁵

جاء التقسيم الإداري لسنة 1984 بإضافة جملة من الولايات وعدد هام من البلديات إلى تلك الموجودة في الجزائر، فارتفع عدد الولايات من 31 إلى 48 ولاية، وعدد البلديات من 704 إلى 1541 أي بإضافة 837 بلدية جديدة،²⁶ وقد ساهم التقسيم الإداري في تقليص الحماية المحلية نظرا لانعدام معايير تحديد إقليم الدولة.²⁷

²³ أبو منصف مدخل للتنظيم الإداري والمالية العامة، مرجع سابق، ص 42

²⁴ الجريدة الرسمية الجزائرية رقم 15 الصادرة بتاريخ 1990/04/11 قانون رقم 09/90 المؤرخ في 7 أبريل 1990 والمتعلق بالولاية، ص 504.

²⁵ بن شعيب نصر الدين، شريف مصطفى، الجماعات المحلية ومفارقات التنمية المحلية في الجزائر، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح ورقلة - الجزائر العدد 10 2012، ص 162.

²⁶ بن شعيب نصر الدين، شريف مصطفى، مرجع نفسه، ص 163.

²⁷ بسمة عولي، تشخيص نظام الإدارة المحلية و المالية المحلية في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 04 جامعة حسينة بن بوعلي الشلف، ص 275.

ج- الصندوق المشترك للجماعات المحلية:

هو مؤسسة مالية عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، أنشئت لخدمة الجماعات المحلية، وهي تحت وصاية وزارة الداخلية والجماعات المحلية، بموجب المرسوم رقم 266/86 المؤرخ في 4 نوفمبر 1986، وقد جعلت التعليمات الإطار رقم 1 الصادرة عن وزارة الداخلية بتاريخ 20 يناير 1988 مهامه لامركزية في مجال التجهيز والاستثمار، بمنح تخصيصات إجمالية للولاية الذين يقومون بتوزيعها، يُدير الصندوق مجلسٌ للتوجيه، يرأسه وزير الداخلية والجماعات المحلية، ويضم 14 عضواً: 50% منتخبون، و50% معينون. تتمثل المهمة الرئيسية التي أسندت للصندوق في تكريس التضامن المالي بين الجماعات المحلية، ولهذا الغرض كلف بمنح المساعدات للجماعات المحلية وتخصيص المعادلات والقروض الاستثنائية لفرع التسيير وقروض التجهيز لفرع التجهيز للميزانيات المحلية، حيث يقوم بـ²⁸.

- تسيير صندوق التضامن الخاص بالجماعات المحلية؛
 - إعداد وإنجاز كل الدراسات والتحقيقات والأبحاث المتعلقة بترقية التجهيزات والاستثمارات المحلية؛
 - القيام بكل نشاطات التكوين والتأهيل لفائدة موظفي الإدارة المحلية والمؤسسات والمصالح العمومية المحلية؛
 - تشجيع أنشطة الإعلام وتبادل الخبرات واللقاءات لغرض ترقية الجماعات المحلية.
- كما أقر المرسوم الذي يخضع له سير الصندوق المشترك للجماعات المحلية مساعدتين استثنائيتين رئيسيتين وهما:
- القروض الاستثنائية للتوازن، وتخص الجماعات المحلية التي تعاني أوضاعاً مالية عسيرة وضمان التغطية الآلية للنفقات الإلزامية (الأجور والنفقات الملحقه..) للسنة؛
 - القروض الاستثنائية الممنوحة للجماعات المحلية برسم الكوارث أو الطوارئ، لغرض مساعدة الجماعات المحلية على مواجهة التزامات الإسعافات الأولية عند حدوث الكارثة أو طارئ آخر.

إضافة إلى هذا يمنح الصندوق المشترك للجماعات المحلية قروض التجهيز للجماعات المحلية من أجل القيام بالعمليات الموجهة لتحسين الإطار المعيشي للمواطنين، وهي من المهام التقليدية للجماعات المحلية، حيث تمنح الأولوية للجماعات المحلية المعوزة في الاستفادة من هذه القروض، إضافة إلى هذا يضمن الصندوق المشترك للجماعات المحلية تمويل عمليات التكوين والإعلام والدراسات لفائدة الأعوان والمنتخبين المحليين كما أنه يضمن تعويض القيمة الناقصة الجبائية برسم صندوق ضمان الجماعات المحلية.

²⁸ <http://www.interieur.gov.dz> 2013/03/13 اطلع عليه يوم

2-3-2 واقع الجباية المحلية في الجزائر :

يوضح كل من الشكل الموالي والجدول الإيرادات الجبائية للجماعات المحلية للفترة 2009-2012 كالتالي:

الجدول رقم 07 : الجباية المحلية للجماعات المحلية للفترة 2009-2012

(الوحدة: مليار دينار جزائري).

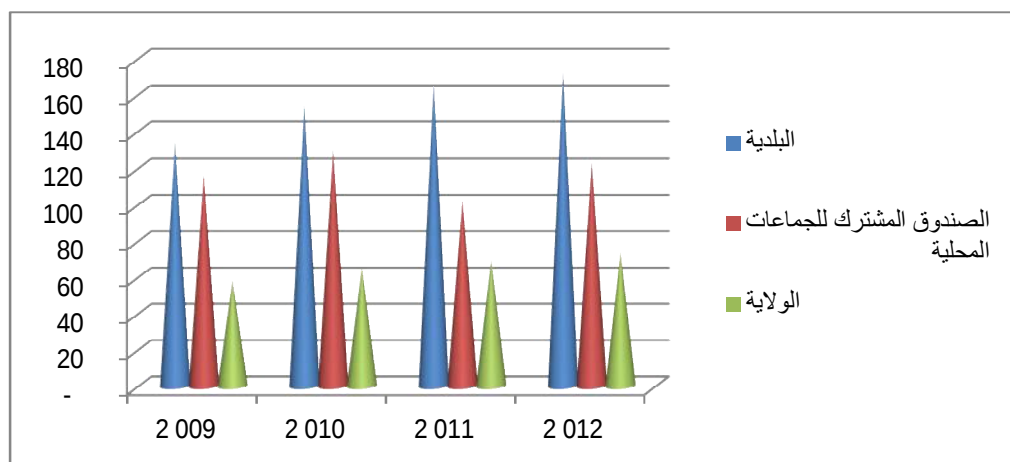
2 012	2 011	2 010	2 009	
172	166	154	134	البلدية
123	102	130	116	الصندوق المشترك للجماعات المحلية
73	69	65	58	الولاية
368	337	349	308	مجموع الإيرادات للجماعات المحلية

المصدر: من إعداد الباحثين انطلاقاً من:

www.elkhabar.com/ar/autres/dernieres_nouvelles/332767.html w http

يوم 2013/04/22

الشكل رقم 01: الجباية المحلية للجماعات المحلية للفترة: 2009 - 2012



المصدر: من إعداد الباحثين انطلاقاً من معطيات الجدول السابق

من خلال الجدول والشكل السابقين نلاحظ أن الإيرادات الجبائية الموجهة للجماعات المحلية بلغت 368 مليار دج في سنة 2012 أي تسجيل ارتفاع طفيف مقارنة بسنة 2011 حيث بلغت هذه الإيرادات 337 مليار

دج مقابل 349 مليار دج في سنة 2010 و 308 مليار دج سنة 2009، أي ما يلاحظ عليها عموما أنها في تطور ملحوظ خلال هذه الفترة.

كما يظهر الجدول السابق كما الشكل توزيع هذه الإيرادات على الهيئات التي تمثل الجماعات المحلية وهي البلديات والولايات والصندوق المشترك للجماعات المحلية احتكارا للبلديات خلال هذه الفترة، حيث بلغت التخصيصات الجبائية الممنوحة لها 172 مليار دج سنة 2012 مقابل 166 مليار دج سنة 2011 و 154 مليار دج سنة 2010 و 134 مليار دج سنة 2009 حسب الأرقام التي يوضحها الجدول. وبلغت من جهتها الإيرادات الممنوحة للصندوق المشترك للجماعات المحلية 123 مليار دج سنة 2012، أما في سنة 2011 فقد بلغت 102 مليار دج أي تسجيل انخفاض مقارنة بسنة 2010 (130 مليار دج) وفي سنة 2009 انخفضت الى 116 مليار دج.

وبالمقابل سجلت الولايات أضعف حصة من التخصيصات قدرت بـ 73 مليار دج سنة 2012 مقابل 69 دج سنة 2011 و 65 مليار دج سنة 2010 و 58 مليار دج سنة 2009. كما أعطت سنة 2011 النتائج التالية بالنسبة لمكونات الحماية المحلية كالتالي:

الجدول رقم 08: مكونات الحماية المحلية لسنة 2011

الضريبة الجزائية	الضريبة على العقار وإزالة النفايات	الضريبة على القيمة المضافة	الضريبة على القيمة المضافة	الضريبة على القيمة المضافة	الضريبة على القيمة المضافة
1,64	4,57	6,8	89,25	147,85	المبالغ بالليار دينار
0,65	1,86	2,86	35,13	58,2	النسب المئوية

المصدر: من إعداد الباحثين انطلاقا من:

www.elkhabar.com/ar/autres/dernieres_nouvelles/332767.html w http

يوم 2013/04/22

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن 147.85 مليار دج من الحماية المحلية مصدرها الضريبة على النشاط المهني أي بنسبة 58.2 %. وتلت الضريبة على النشاط المهني الضريبة على القيمة المضافة بنسبة 35.13 % بمبلغ 89.25 مليار دج، ثم قسيمة السيارات 2.86 % بمبلغ 6.8 مليار دينار، في حين بقي منتج الضريبة الجزائية الموحدة ضئيلا جدا بأقل من 5 ملايين دج أي بنسبة 1.86 %.

ومن جهة ثانية بلغت مداخيل الضريبة على العقار وضريبة إزالة النفايات المنزلية 1.64 مليار دج أي بمساهمة بأقل من 1 % .

4-2 خصائص الجباية المحلية الجزائرية:

تتحدد أهم خصائص الجباية المحلية في الجزائر عن طريق ما يلي:

أ- **تحديد وعاء الضريبة:** لقد حمل المشرع الجزائري البلديات مسؤولية أو صلاحية تعبئة الموارد المالية الخاصة، أهمها الضرائب والرسوم المحلية، من خلال المادة 146 من قانون البلدية،²⁹ حيث تعتبر مسؤولة عن تعبئة حصيلة الموارد الجبائية و الرسوم، ومداخيل ممتلكاتها، والإعانات.

ب- **تحديد معدل الضريبة:** نص المشرع الجزائري في نص المادة 165 من قانون البلدية بأنه لا يجوز لأي أحد تحصيل ضريبة أو رسم في تراب البلدية،³⁰ إلا بعد الموافقة التداولية المسبقة للمجلس الشعبي البلدي. لكن ما يحدث هو أن تقوم الدولة بموجب القوانين بتحديد كل أنواع الضرائب وأوعيتها، سواء تلك التي تعود حصيلتها كلياً أو جزئياً إلى الجماعات المحلية؛ حيث إن هذه الأخيرة لا تتمتع بأية حرية من ناحية تحديد الوعاء الضريبي أو فرض ضرائب معينة، بينما تمنح للمجالس الشعبية البلدية سلطة فرض رسوم بموجب مداوات تتم المصادقة عليها من طرف السلطة الوصية.

وبما أن الحكومات المركزية تضع الأنظمة وتستحوذ على الضرائب ذات العائد الأكبر لاستخدامها الخاص، فإن الحكومات المحلية لا يمكنها الوصول إلى الدخل المتأني عن الضرائب وإلى الموارد التي قد تحررها فعلا من قيود الاعتماد على التحويلات.³¹

ج- **تحصيل الضرائب المحلية:** تقوم الدولة بجباية كل الضرائب من جهة، ومن ثم توزيعها وتحويلها إلى مختلف الهيئات المحددة والبلديات المعنية من جهة ثانية، وليس من صلاحيات البلديات متابعة التحصيل أو متابعة المتخلفين عن الدفع، في حين تتمتع البلديات بسلطة تحصيل بعض الرسوم بطريقة مباشرة؛ لكون هذه الرسوم تُدفع مقابل خدمات أدتها لمكلفيها، كما أن عملية توزيع الموارد الجبائية على مختلف البلديات يتم عن طريق هذه المصالح التابعة مباشر للدولة (وزارة المالية)، وليس للبلديات أية سلطة للطعن أو الرفض.

د- **تقسيم الضرائب:** تحدّد الدولة نسب توزيع حصيلة الضرائب بينها وبين الجماعات المحلية، كما تحدد المعايير المتبعة في توزيع موارد الصندوق المشترك للجماعة المحلية، وتشرف على إدارة الصندوق من خلال المجلس التوجيهي الذي يرأسه وزير الداخلية والجماعات المحلية أو ممثله.

²⁹ الجريدة الرسمية الجزائرية رقم 15 الصادرة بتاريخ 1990/04/11، ص 500.

³⁰ المرجع نفسه، ص 502.

³¹ محمد هجو، منور أو سرير، جباية المؤسسة، مكتبة الشركة الجزائرية بوداود، الجزائر، الطبعة الأولى، 2009.

كما تجدر الإشارة إلى أن الإعانات التي يقدمها الصندوق أو الدولة، غالبا تكون مرفقة بتعليمات وشروط عن كيفية استعمال هذه الاعتمادات، كما أن موازنة البلدية خاضعة لمصادقة مصالح الوصاية . فالنظام الجبائي المحلي المتكون من 23 رسما وضريبة، يتميز بتعدد الضرائب الموجهة للجماعات الإقليمية، وتضاعف نصوص القوانين، خاصة تبعية الجماعات المحلية في مجال إعادة توزيع المنتج الجبائي المحلي تجاه الإدارة المركزية³².

3- التحديات التي تواجه الحماية المحلية في الجزائر:

تتمثل أهم التحديات التي تواجه الحماية المحلية في الجزائر :

- ضعف الموارد الجبائية المحلية التي تشكل نسبة كبيرة من مجموع العوائد المحلية نتيجة الغش والتهرب الجبائي، كثرة الإعفاءات، ضعف التحصيل الجبائي؛
- انعدام التكافؤ بين الإجراءات الجبائية والنفقات؛
- خصوصية الأقاليم في الجزائر مما يستدعي تدخل الدولة مركزيا خصوصا في المجال الاقتصادي؛
- نقص التأطير والكوادر الإدارية، وسوء توزيع إدارات الدولة من أجل تسيير الحماية المحلية، مما جعل جل البلديات تعاني العجز، وبالتالي تتطلب التدخل من طرف الدولة فتعود إلى المركزية، حيث أثبتت تجارب العديد من الدول أنه كلما كانت درجة استقلالية الإدارة المحلية أكبر، ازدادت قدرتها على توفير موارد مالية ذاتية، ويعني هذا تعزيز مبدأ اللامركزية، أي استقلالية مالية الإدارة المحلية³³؛
- خصوصية الاقتصاد الجزائري القائم على الربيع البترولي، الذي لا بد أن يخضع للتسيير المركزي، أدى إلى إهمال الحماية العادية بصفة عامة، والحماية المحلية بصفة خاصة، واللجوء دوما إلى الإعانات التي تقدمها الدولة نتيجة عجز الجماعات المحلية؛
- إن أغلبية الضرائب والرسوم التي تجب لفائدة الجماعات المحلية، هي عبارة عن ضرائب ورسوم ذات مردود ضعيف، وهذا راجع إما بسبب محدودية وعائها الضريبي، أو قلة المكلفين بها، في الوقت نفسه الضرائب والرسوم التي تجب لفائدة الدولة ذات مردود مرتفع؛

³³ عبد المطلب عبد الحميد، التمويل المحلي والتنمية المحلية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص 24.

- إن الجماعات المحلية وعلى الرغم من تمتعها بمجموعة من الرسوم لفائدتها، فإن الدولة تملك السلطة في تأسيس الضرائب وتحديد القاعدة الخاضعة للضريبة المحلية، ومنه لا يبقى هناك أي معنى للمركزية الجبائية.
- غياب نظام معلومات جبائي فعال، فمردودية المنظومة الجبائية تبدأ أولا بتوفر المعلومات الجبائية، فهي تعد بمثابة العمود الفقري لمصلحتي الوعاء والتحصيل، ذلك أنه في غياب قاعدة بيانات صحيحة عن النشاط الاقتصادي، لا يمكن تحقيق إيرادات جبائية عالية؛
- توسع الاقتصاد الموازي، بحيث توجد الكثير من الأنشطة الاقتصادية بعيدة عن أعين الحكومات وأجهزتها الرقابية، وفي ظل هذه الظروف تحدث المنافسة غير الشريفة، فتضعف الحماية المحلية خاصة الرسم على النشاط المهني والرسم على القيمة المضافة؛
- قلة تعامل المصالح الجبائية فيما بينها، خاصة إذا تعلق الأمر بطلب معلومات من خارج الولاية، محل السكن الرئيسي للمكلف، مما يشجع ظاهري التهرب والغش الضريبيين ويؤثر على التحصيل الجبائي المحلي.

4- رؤية لتحسين الحماية المحلية في الجزائر:

- من أجل النهوض بالحماية المحلية الجزائرية ، لتؤدي الدور المنوط بها في تمويل الجماعات الحلية، وإحداث التنمية يتعين الالتفات إلى ما يلي:
- تدعيم صلاحيات الوالي كممثل للدولة وكذا تدعيم مهام رئيس الدائرة لا سيما فيما يتعلق بالتنسيق، إضافة إلى تقليص عدد الدوائر، ودعم صلاحيات أعضاء المجلس الشعبي الولائي، إلى جانب إشراك فعلي للجماعات المحلية في التسيير الجبائي؛
- مراعاة نوعية الضرائب ومعدلاتها لخصوصية كل منطقة على حدى (بلدية سياحية، نائية، صحراوية، حضرية..)؛
- ضرورة تفعيل مشروع التسيير التضامني للبلديات الذي يسمح لمجموعة من البلديات المتجاورة بإنجاز مشاريع تعود عليها بالفائدة المشتركة، مثل إنجاز مرافق عمومية كمحطات لتخزين وتوزيع المياه ومحطات لردم النفايات، مما يخفف العبء على ميزانية البلديات وتؤدي الحماية المحلية دورها في كل الاستثمارات. فيمكن للمجالس الشعبية البلدية لبلديتين أو أكثر، أن تقرر الاشتراك في مؤسسة عمومية مشتركة بين

- البلديات لتقديم الخدمات أو التجهيزات أو مصالح ذات نفع مشترك بينها، سعيًا من وراء تطوير نظام الإدارة المحلية وخلق التعاون بين المجالس المحلية لأجل تنفيذ وإدارة مشاريع الخدمات المشتركة؛³⁴
- تكريس العقلنة في تسيير النفقات المحلية وممارسة المراقبة المستمرة على التحصيل الجبائي للجماعات المحلية، من خلال التكوين المستمر لرؤساء المجالس الشعبية البلدية والأمناء العامين للبلديات؛
 - إنَّ نجاح الحماية المحلية رهين بمدى انخراط المكلف بالضريبة ووعيه واقتناعه بكون الضريبة التي يؤديها هي تجسيد لقيم المواطنة، وخدمة الصالح العام، والوصول إلى هذا المستوى يحتاج إلى تضافر جهود ثنائية تلعب فيه الإدارة دورًا محوريًا في إطار العلاقة مع هذا المكلف، ومع النسق الضريبي ككل؛
 - تحسين مردودية الموارد الجبائية من خلال إعادة النظر في الطرق المعمول بها في توزيع الموارد الجبائية المحلية، كإعطاء المنتخبين المحليين دورًا في تأسيس وخلق أوعية جبائية بما يتناسب مع كل منطقة، ومن ثم زيادة المردود المالي للضرائب المحلية حتى لا تنفرد السلطة المركزية بتحصيل وتوزيع الموارد الجبائية؛

الخاتمة:

تعد الحماية المحلية أحد العوامل الواجب ترقيتها من أجل تزويد الجماعات المحلية بالوسائل المالية التي تسمح لها بتحقيق أهدافها وتؤدي في تكاملهما إلى تحقيق تنمية محلية متوازنة ومتكاملة ومستمرة، فهي تدعّم فرص مشاركة المجتمع من تسيير شؤونه، وتسمح بالتقدير الحقيقي لاحتياجاته المتعددة والواجب تلبيتها، من خلال تحميل الجماعة المحلية المسؤولية، في تعبئة الموارد المالية الجبائية المحلية.

تستفيد البلدية من مجموعة من الضرائب والرسوم منها ما تشارك فيه مع الحكومة المركزية والولاية والصندوق المشترك للجماعات المحلية، ومنها ما تقتسمه مع الولاية والصندوق المشترك فقط ومنها كذلك ما هو مخصص لها كلي، لكن رغم ذلك فالبلديات لا تتمتع بأية حرية تتعلق بإيراداتها الجبائية سواء من حيث تحديد أنواعها أو تقدير معدلاتها أو كيفية تحصيله، وبذلك فهي لا تتحكم فيها إطلاقًا، اللهم بعض الرسوم الهامشية التي تشكل نسبة ضعيفة من إجمالي الإيرادات والتي يخضع تحديدها لمداورات المجلس البلدي، وبالتالي من أجل تحسين المردود المالي للحماية المحلية، وجب إعطاء حرية أوسع للجماعات المحلية في تحديد وتحصيل ومتابعة الضرائب التابعة لها، من خلال تكريس مبدأ اللامركزية الجبائية التي تسمح لهذه الجماعات بتسيير أمورها، ابتداء من التقدير المحلي للضرائب، ووضع أسس فرض الضريبة، ثم تنفيذ الإجراءات اللازمة لذلك، وتحمل مسؤولية التحصيل المحلي ووضع أنظمة الرقابة المحلية، إلى غاية تغطية نفقاتها داخل إقليمها.

³⁴ فريدة مزياي، دور الجماعات المحلية في مجال الاستثمار، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة بسكرة، العدد السادس، ص 63.

قائمة المراجع:

مؤلفات:

1. أبو منصف، مدخل للتنظيم الإداري والمالية العامة، دار المحمدية العامة، الجزائر، بدون سنة نشر
2. بوعون يحيى نصيرة، الضرائب الوطنية والدولية، *pages bleues*، الجزائر، 2010
3. رحال نصر، عوادي مصطفى، حماية المؤسسة بين النظرية والتطبيق مطبعة صخري، الوادي، الطبعة 2010/2011،
4. عبد المطلب عبد الحميد، التمويل المحلي والتنمية المحلية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001
5. محرز محمد عباس اقتصاديات المالية العامة، الطبعة الرابعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010 ص 156.
6. محمد حمو، منور أو سرير، حماية المؤسسة، الطبعة الأولى، مكتبة الشركة الجزائرية بوداود، الجزائر، 2009
7. محمد عباس محرز، المدخل الى الحماية والضرائب، دار النشر *ITCIS*، 2010، الجزائر
8. منظمة الزراعة والأغذية للأمم المتحدة، اللامركزية والضرائب على الملكية الريفية، روما 2004

مقالات:

9. بسمة عولمي، تشخيص نظام الإدارة المحلية والمالية المحلية في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 04 جامعة حسينية بن بوعلي الشلف، ص 275.
10. بن شعيب نصر الدين، شريف مصطفى، الجماعات المحلية ومفارقات التنمية المحلية في الجزائر، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح ورقلة - الجزائر العدد 10، 2012
11. عبد القادر موفق، الاستقلالية المالية للبلدية في الجزائر، أبحاث اقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الثاني ديسمبر 2007،
12. فريدة مزياي، دور الجماعات المحلية في مجال الاستثمار، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة بسكرة، العدد

السادس

قوانين ومواد:

1. قانون رقم 09/90 المؤرخ في 7 أبريل 1990 والمتعلق بالولاية، الصادر في الجريدة الرسمية الجزائرية رقم 15 الصادرة بتاريخ 1990/04/11
2. قانون رقم 08/90 المؤرخ في 7 أبريل 1990 والمتعلق بالبلدية، الصادر في الجريدة الرسمية الجزائرية رقم 15 الصادرة بتاريخ 1990/04/11

3. القانون 36-90 الصادر في 1990/12/31 الصادر في الجريدة الرسمية رقم 57، الصادرة بتاريخ 1990/12/31.
4. قوانين جبائية، المديرية العامة للضرائب، وزارة المالية، الجزائر، طبعة 2012
5. المادة 282 مكرر 5 معدلة بموجب المواد 11 من قانون المالية لسنة 2008 و 19 من قانون المالية لسنة 2009 و 12 من قانون المالية التكميلي لسنة 2009.

السوابق المؤثرة على رضى المستهلك

دراسة إمبريقية لمستهلكي خدمات الهاتف النقال "نجمة"

د. بن أشنهو سيدي محمد

أستاذ محاضر - أ كلية العلوم الاقتصادية - جامعة تلمسان

البريد الإلكتروني: benach_med@yahoo.fr

أ. قصاص زكية

أستاذة مساعدة - ب كلية العلوم الاقتصادية - جامعة مستغانم

البريد الإلكتروني: z.kessas@yahoo.fr

ملخص:

يتضمن هذا المقال مسح أدبي تناول أهم العوامل التي تساهم بشكل أو بآخر في التأثير على رضى المستهلك، ويتعلق الأمر ب: الجودة المدركة، السعر المدرك، القيمة المدركة، الموقف. للقيام بالدراسة الإمبريقية أختير 100 زبون يتعاملون مع شبكة الهاتف النقال Nedjma، وذلك للتحقق من سلامة القياس المستعملة لقياس تلك العوامل. بعد الدراسة تم التأكد من الهيكل التوفيقي لهذه الأخيرة باستعمال طريقة المعادلات المهيكلية من خلال الإستعانة بالبرنامج الإحصائي "Statistica". أكدت نتائج هذا البحث بأن كل واحدة من تلك المكونات لها تأثير إيجابي أو سلبي على رضى الزبائن. يتأثر رضى الزبائن إيجابياً بموقفهم وبقيمتهم المدركة، وأن هذه الأخيرة تتأثر سلبياً بالسعر المدرك وإيجابياً بالجودة المدركة. الكلمات الدالة: الرضى؛ الجودة المدركة؛ القيمة المدركة؛ السعر المدرك، الموقف، وطريقة المعادلات المهيكلية.

Résumé :

Cet article vise à fournir une revue de littérature est de revisiter les principales composantes qui contribuent à la satisfaction du consommateur, telles que la qualité perçue, le prix perçu, la valeur perçue, et l'attitude du consommateur,

Cet article est fondé sur une étude empirique auprès d'environ 100 clients abonnés avec Nedjma, Les échelles de mesures issues de ces composantes sont empiriquement évaluées et comparées sur la base de leur fiabilité, et structure factorielle en utilisant la méthode des équations structurelles, à l'aide d'un logiciel statistique qui s'appelle Statistica, version 8.0. Les résultats de cette recherche suggèrent que chacune de ces composantes influence positivement ou négativement sur la satisfaction des clients. La satisfaction est positivement influencée par l'attitude, et la valeur perçue, et que cette dernière est négativement influencée par le prix (sacrifice) perçu, et positivement influencée par la qualité perçue.

مقدمة:

إن الكتاب والباحثين التالية أسمائهم: Bolton و Drew (1990)، Fornell، Reichheld و Sasser (1992)، Rust، Zahorik و Keiningham (1994)، رأوا بأن ارتفاع حالة الرضى لدى الزبون تخفض من تكلفة المبادلات المستقبلية، وتقلل من مرونة السعر، وتؤدي إلى الرفع من الحصة السوقية، وأيضا إلى جلب أرباح طائلة للمؤسسة. فهناك بعض الدراسات التي أخذت بعين الاعتبار العلاقة بين الرضى والوفاء، وتوصلت إلى أن هناك علاقة طردية بين هذين المتغيرين، في حين توصلت دراسات أخرى إلى نتائج فحواها أن هناك علاقة إيجابية بين حالة عدم الرضى والاحتجاج لدى الزبون.

زيادة على ذلك أثبتت دراسات تجريبية أخرى على تواجد علاقة بين ظاهرة "الإشهار الشفوي" و "الرضى"، فكلما كان الزبون راضي كلما كان هناك "إشهار شفوي إيجابي"،¹ لذلك فإن التبعات الإيجابية للرضى تعتبر كوسيلة تسويقية يجب أن تحافظ عليه المؤسسة. وإن الهدف من إلقاء الضوء على هذه النقطة، هو التعرف على مفهوم الرضى، ثم التنقل للتعرف على أهم مفاهيم الرضى من وجهات نظر مختلفة.

1. رضى المستهلك بالعلامة والمكونات المؤثرة فيه:

1.1 رضى المستهلك:

في الحقيقة لا يوجد هناك أي تعريف للرضى أثر على إجماع الباحثين في هذا المجال، لذلك ومع مرور السنوات وجد هذا المفهوم نفسه غريباً بين مجموعة من المفاهيم المختلفة. إن أصل كلمة رضى، هو لاتيني: *satis* (assez، بمعنى الكفاية)، و *facere* (faire، بمعنى فعل)، معنى ذلك أنه يجب توفير ما هو مرغوب فيه إلى حد الكفاية. بنفس الكيفية يعرف القاموس الفرنسي Le petit Larousse (1991) الرضى عندما قال عنه بأنه "الحالة النفسية التي تنتج من خلال تلبية الشيء الذي نطلبه أو نرغب فيه".² لذلك يمكننا القول أن المستهلك راضي بالمنتج/أو الخدمة إذا وفقط إذا وفر هذا الأخير للمستهلك بالضبط ما يرغب فيه، بحيث لا يأخذ ذلك بعين الاعتبار فكرة "فعل أكثر مما ينتظره المستهلك" أو "فعل أقل مما ينتظره"، بمعنى يقتصر على توفير رغبة محدّدة مسبقاً.

رأى Oliver (1981) أن رضى المستهلك يعبر عن "حالة نفسية مجملة، ناتجة عن الانفعالات التي تدور حول الآمال المرتبطة بالمشاعر السابقة للمستهلك والمتعلقة بتجارب الإستهلاك". أما Anderson، Fornell و Lehmann (1994) من جهتهما عرفوا الرضى المتراكم، على أنه التقييم الشامل، المرتكز على جميع تجارب الشراء واستهلاك السلع والخدمات خلال وقت محدّد. عاد Oliver سنة (1997) عندما قال أن "الرضى يعبر عن الإشباع، أو الحكم المعبر عنه من طرف المستهلك عن السلع والخدمات (إن قدمت) وما إذا وصل مستوى سرور هذا الأخير إلى حد البهجة". وفي

¹ - Chumpitaz R, et Swaen V, (2002), « La qualité comme déterminant de la satisfaction des clients en business-to-business : une application dans le domaine des téléphones », Actes de Congrès de l'association Française de Marketing, Lille, pp.17-42.

² - Le petit Larousse, (1991), Librairie Larousse, p.874. .

سنة (1998) عزز Plichon هذا تعريف عندما أضاف إلى الرضى البعد المعرفي عندما قال عنه بأنه "حالة ذاتية، صادرة عن عملية التقييم الشعوري والمعرفي الذي يحدث خلال مبادلات خاصة".³
من جملة هذه التعاريف نستنتج أنه يكون هناك رضى المستهلك عندما يتحقق لهذا الأخير على الأقل ما كان ينتظره من المنتج أو الخدمة المقدمة.

2.1 الجودة المدركة للعلامة التجارية:

العديد من الناس تعني لهم كلمة الجودة الأحسن، الأفضل، والأكثر ملائمة للغرض. ليس من السهل تعريفها بطريقة دقيقة، وذلك راجع إلى تأثير خصائص الخدمة لكن بصفة عامة، ترتبط الخدمة بقوة حاجات وتوقعات الفرد، وهذا ما يقودنا إلى فكرة مهمة في تقييم الجودة من منظور تسويق الخدمات وهي جودة الخدمة المدركة.⁴
وقد تم وضع بعض التعاريف للجودة منها مثلاً أن زبون يرى جودة الخدمة تتمثل في "تطابق الخدمة الفعلية مع الخدمة المتوقعة"، كما يمكن تعريفها على أنها "التقديرات الذهنية لحكم المستهلك عن تفوق، و براعة منتج أو خدمة لعلامة تجارية معينة".⁵ لذلك المستهلك يقيم جودة علامة معينة من خلال المواصفات النوعية التي يتميز بها كل منتج أو الخدمة. بصفة عامة ترتبط جودة الخدمة بقوة الحاجات وتوقعات الفرد، وهذا ما يقودنا إلى فكرة مهمة في تقييم الجودة من منظور تسويق الخدمات وهي جودة الخدمة المدركة.⁶ في هذا السياق تم وضع بعض التعاريف لجودة الخدمة. كتلك التي رأت أن جودة الخدمة تتمثل في "تطابق الخدمة الفعلية مع الخدمة المتوقعة"، كما تم تعريفها بأنها "نوعية الخدمات المقدمة، المتوقعة، والمدركة، وعلى أنها المحدد الرئيسي لرضى المستهلك أو عدمه".
كما أن Diver و Rust عندما تناولوا موضوع الجودة المدركة لخدمة معينة ركزا على أبعادها الثلاثة التي تتمثل في الجودة الفنية (الجوانب التقنية المستخدمة في إنتاج الخدمة)، الجودة الوظيفية (الكيفية التي يتم بها نقل الجودة الفنية، وتشير أيضاً إلى العلاقات التفاعلية بين مقدم الخدمة والزبون)، والمحيط الذي يتم فيه إنتاج الخدمة (ما يتوفر عليه المكان من إمكانيات مادية). مما سبق نستنتج أن المستهلك يقيم جودة خدمة معينة من خلال

³ - Vanhamme J. (2004). « L'influence de la surprise sur la satisfaction des consommateurs : une expérimentation pilote », Aspirante du fonds National de la recherche scientifique, Laboratoire d'analyse du comportement du consommateur, Dans la revue de l'Association Française de Marketing, pp.18-41.

⁴ - حاج عبد القادر فؤاد، «أهمية المزيج التسويقي في ترقية الخدمات السياحية»، مذكرة ماجستير تمت مناقشتها بكلية العلوم الاقتصادية بجامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، تحت إشراف البروفيسور بن حبيب عبد الرزاق. ص.59.

⁵ - Perrouy J. P., et D'hauteville F., Lockshin L. (2004). « Impact des interactions entre marques et régions d'origine sur la valeur perçue d'un vin : proposition de prise en compte de l'expertise perçue du consommateur », Actes de Congrès de l'Association Française de Marketing, 6 ; 7 mai, St Malo. voir : www.AFM.fr.

⁶ - هاني حامد الضمور. (2005). «تسويق الخدمات». دار وائل للنشر والتوزيع. الطبعة الثالثة. ص.436.

المواصفات النوعية التي يتميز بها. إذن يتم تقديرها كنتيجة للمقارنة بين المنافع المستمدة من جودة العلامة و بين التكاليف التي تحملها المستهلك (المالية، النفسية، الجهد المبذول..).

3.1 السعر المدرك:

كلمة السعر Prix هي كلمة لاتينية والتي تعني قيمة شيء ما، أما السعر المدرك فيعرف على أنه: "تقدير ذهني، يتم من خلالها التحصل على مجموع المعالم، التي هي في نفس الوقت ذاتية وموضوعية"⁷ أو أنه يعبر عن "التقدير الذهني عن الفرق الموجود بين السعر المرجعي الخارجي (السعر الذي يباع به المنتج) وبين السعر المرجعي الداخلي (الموجود في ذهن المستهلك)".

عندما يأخذ المستهلك حكم على منتج بأنه غال أو رخيص ؛ هذا يعني بأنه يقيم هذا العرض بمعيار مرجعي يعتمد عليه في تقييم السعر، هذا المعيار نسميه بالسعر المرجعي. عرف Monroe هذا الأخير على أنه "السعر الذي يستعمله المشتري كعنصر مقارنة، لتقييم سعر المنتج و/أو الخدمة المعروضة".⁸ حسب Hamelin أن السعر المرجعي ينقسم إلى قسمان: السعر المرجعي الداخلي والسعر المرجعي الخارجي.

- **السعر المرجعي الداخلي:** هو السعر المنتظر من طرف المستهلك، يتشكل من المعتقدات الذهنية، من تجاربه السابقة، وفي غالب الأحيان يضعه المستهلك معتمدا، كهدف يريد إيجاده في السوق؛⁹
- **السعر المرجعي الخارجي:** هو السعر الذي يتحصل عليه من المعلومات الموجودة في البيئة.

إن المقارنة بين هذين السعرين هي التي تحدد السعر المدرك الذي يعتبر من طرف المستهلك على أنه التضحية المادية الضرورية للقيام بالمبادلة. يجب الإشارة إلى أنه لا تقتصر هذه التضحية فقط على المال بل هناك أيضا على الجهود البدنية والنفسية، كل هذا يشكل ما نسميه بالتضحية المدركة من طرف المستهلك والمعبّر عنها بسعر البيع.

4.1 القيمة المدركة للعلامة تجارية:

في الحالة العامة تعرف القيمة على أنها "الفرق (أو الزيادة) بين المنافع المدركة، والتكاليف المدركة"، في هذه الحالة تفسر القيمة في الإطار التبادلي، لمبادلة محتملة بين طرفين، وتحرك سلوك الشراء لدى الفرد.¹⁰

⁷ - Chirouz Y, (1995), « Le marketing stratégique », édition éclipse, p. 57.

⁸ - Hamelin J. (2002). « La confiance des consommateurs en leurs attentes de prix : une application au changement de prix », Colloque International sur les prix. Lille voir : www.AFM.fr.

⁹ - Vernet E (2003), « l'essentiel du marketing », 2^{ème} édition d'organisation, p.264.

¹⁰ - Mencarlli R., (2008), « Interactions lieu-objet comme conceptualisation de l'expérience vécue : test d'un modèle intégrateur », Recherche et Application en Marketing, vol.23, n° 3, pp.51-69.

توحي النظرية الاقتصادية الحديثة إلى أن قيمة الشيء مشتقة من منفعته، فسلوك الزبون حسب ما يرى Beker (1976) يعد كعملية إنتاج المنفعة من خلال تخصيص وتوظيف الموارد المالية والزمنية. Lancaster (1971) من جهته رآه بأن القيمة المدركة تنتج من خلال إدراك الفوارق التي تتميز بها الأشياء. وبكيفية مماثلة تم تعريف القيمة في مجال المبادلات التجارية، بأنها "التقييم الشامل لمنافع منتج أو الخدمة المرتكزة على إدراك المنفعة المتحصل عليها، والتضحيات المنفقة". حسب McFadden (1986) أن النظرة هذه لـ "القيمة - منفعة" تعتبر كقاعدة للعديد من نماذج الاختيار التي تركز على مبدأ تعظيم المنفعة.¹¹

إن الحكم على قيمة الشيء يكون على حسب المواصفات والسعر الذي تتميز بها المنتوجات أو الخدمات، وعلى حسب قدراتها على إرضاء رغبة الفرد، ذلك لأن الإستهلاك أو الحيازة لدى الزبون، تعتبر كوسيلة لبلوغ بعض الحاجات. فكما أوضحنا في السابق، لا يجب علينا أن ننسى بأن نميز بين قيم الأفراد وقيمة الأشياء، فالقيم تصف الشخص ونجدها في مستويات مختلفة على غرار: القيم الثقافية، القيم الشخصية، وقيم الإستهلاك، أما القيمة فهي ذاتية لأنها متعلقة بالشخص نفسه،¹² لذلك تصف الإستهلاك وتنتج من خلال التفاعل بين الشخص والشيء، ويعتبر هذا المنظور أيضاً أن عملية تقييم الزبون تتم قبل عملية الإستهلاك.

لإتمام النقص الذي تتميزت به هذه المقاربة، تناول العديد من الباحثين موضوع القيمة المدركة من زاوية المقاربة الشعورية. حسب هذه المقاربة أن الحكم على القيمة ينتج من عملية الإستهلاك و/أو حيازة المنتج أو الخدمة، ويعبر عن "تفضيل نسبي (مقارن، شخصي، ووضعي) يعبر عن تجربة المستهلك خلال تفاعله مع الشيء"¹³ أي أن التقييم يأتي بعد الاستعمال. يمكن اعتبار بأن أسس هذه المقاربة ذا طابع فلسفي كون أنه يأخذ بعين الاعتبار كل ما هو أهل للتقدير،¹⁴ والذي يمكن أن يكون موضوع للحكم على القيمة.

5.1 موقف المستهلك:

من بين التعاريف الأكثر شيوعاً التي اهتمت بموضوع موقف المستهلك، ذلك التعريف الذي رأى الموقف بأنه "قوة موجبة أو سلبية، مقبولة أو غير مقبولة، مع أو ضد، يتسم بها الشخص الذي يكون له إحساس اتجاه

¹¹ - Shugan (1980), Zeithaml (1988), cité par Parissier C. (2002). « Les effets des coûts monétaires et non monétaires sur la perception de la valeur par le consommateur », Actes de congrès International de l'association Française de Marketing, Lille. pp.535-554.

¹² - Korge and all, (1990) cité par, George L., et Eggert A., (2002), "Élaboration et test d'un modèle explicatif de l'impact du manager de comptes clés sur la création de la valeur perçue par les clients clés", Dans l'Acte du congrès de l'association Française du Marketing, Lille. voir : www.AFM.fr.

¹³ - Holbrook, and Horfman; (1985) dans Aurier P., Evrard Y., et N'goala G. (2004), « Comprendre et mesurer la valeur du point de vue du consommateur », Recherche et Application en Marketing. Voir : www.AFM.fr.

¹⁴ - Encylopedia universalis, (2004).

الشيء".¹⁵ نلاحظ من تعريف Petigrew ورفقائه (2002) بأنهم اعتبروا الموقف كونه الإحساس أو ردت الفعل اتجاه شيء، أما Eagly و Chaiken (1993) من جهتهم رأوه بأنه "نزعة نفسية يتم التعبير عنه عن طريق تقييم شيء معين مع بعض من التفضيل أو عدمه". أما Lambin ورفقائه (2005) قال في هذا السياق بأن الكلاسيك وعلى رأسهم Allport (1935) عرفوا هذا المفهوم على أنه "حالة ذهنية للفرد، تشكلت من خلال الخبرة والمعلومات المكتسبة التي تمكنه من هيكلة إدراكاته للبيئة ومفضلاته وتوجهه نحو الكيفية التي يحبها".¹⁶ يعتبر الموقف في علم النفس الاجتماعي بأنه صياغة افتراضية يستحال ملاحظتها مباشرة بالعين المجردة، لذلك لا يمكننا الحكم عليه إلا من خلال الاستجابات المتحصل عليها من طرف الزبون سواء كانت في صالح العلامة (أي إيجابية) أو ليست في صالحها (أي سلبية).

2. العلاقة بين المتغيرات المؤثرة في رضى المستهلك:

إن دراسة الأسباب التي تقود سلوك رضى المستهلكين، تحتم علينا أن نقوم بدراسة العلاقات السببية الموجودة بين الجودة المدركة للعلامة التجارية، وقيمتها المدركة وكيفية تأثيرها على رضى المستهلك. برز مفهوم الرضى مع أواسط التسعينيات خاصة مع الأعمال التي قام بها Day، Chumpitaz، Hunt (1990)، فعلى مدى عشرين سنة أصبح هذا المفهوم أحد أهم العبارات المستعملة في دراسة سلوكيات ما بعد الشراء/استخدام المستهلك وهذا لا من الناحية الأكاديمية ولا من الناحية المقاولاتية. نهدف من وراء هذا البند من جهة إلى عرض خلاصة لأهم السوايق المتعلقة بمفهوم الرضى على غرار: الجودة المدركة، القيمة المدركة، تأكيد و/أو إبطال التطلعات، الأداء، الإنصاف، والموقف، ومن جهة أخرى سنقوم بعرض أهم النماذج المشكلة لرضى المستهلك.

1.2 مساهمة الجودة المدركة في تشكيل القيمة المدركة:

من أبرز الأبحاث التي عاجلت موضوع القيمة نذكر أعمال Hoffman، Zeithaml، Iacobucci، و Ostrow نشأت نتيجةً لانتقاد القدرة التفسيرية للجودة المدركة، بحيث أنها أُجبرت بأن تضيف إلى نماذجها، جملة من الموارد التي يلتزم بها المستهلك (أي يأخذها بعير الاعتبار) على غرار السعر، الوقت، المجهودات، بحث عن المعلومات، الخ.

¹⁵ - Pettigrew D., Zouiten S., Menville W. (2002), *Le consommateur un acteur clé*, Les édition SMG, p.152.

¹⁶ - Lambin J-J., Chumpitaz C., et Moerloose C. (2005), *Le Marketing Stratégique et Opérationnel*, 6^{ème} édition, Dunod. p.136.

عرف Zeithaml (1988) و Aaker (1994) مفهوم الجودة بأنه "حكم يدلي به المستهلك معبراً من خلاله عن امتياز أو التفوق الشامل للمنتوج أو الخدمة". الكاتب Olshavsky من جهته قال بأن المستهلك يقوم في الغالب بمقارنة جودة المنتوج أو الخدمة من خلال ملاحظة مواصفاتها الخاصة (التميزة بها)، في هذا الإطار تعتبر الجودة حسب الكاتب من سوابق القيمة. تتميز هذه الأخيرة حسب ما يرى Zeithaml بخاصية نسبية كون أنها تخضع للمنافع المدركة من الاستهلاك وأيضاً إلى التكاليف المدركة التي يتحملها المستهلك خلال خطوات الشراء، بحيث أنها تلعب في الكثير من الأحيان حسب Fornell ورفقائه دور المتغير الوسيط بين الجودة المدركة من الشيء (منتوج أو خدمة) ورضى المستهلك.¹⁷ إذا أغلب الباحثين ردّدوا عبارة المقارنة بين جملة المنافع (Give) والتضحيات (Get) وأن نتيجة هذه المقارنة هي التي تحدد أهمية قيمة العلامة المدركة (إيجابية أو سلبية). كل هذا جعلها من أبرز العوامل المؤثرة في رضى المستهلك.

2.2 السعر المدرك شرط تكوين القيمة المدركة من طرف الزبون:

أكد Zeithaml أنه خلال عملية إدراك القيمة، يحاول المستهلك التوفيق بين Give و Get.¹⁸ هذه الأخيرة تعبر عن جملة الفوائد وتشمل المواصفات الداخلية والخارجية للمنتوج المتعلقة بالجودة، وعناصر أخرى مثل: الراحة، ربح الوقت، الفوائد النفسية (كتقدير الفرد من طرف الآخرين)،.. أما مكونات التضحية Give تشمل الأسعار النقدية والغير نقدية (الوقت، المجهود، ..). فنتيجة المقارنة بين هاذين المعيارين هي التي تحدد أهمية القيمة المدركة. حسب الكاتب أن المواصفات الخارجية للمنتوج هي عبارة عن مؤشرات تساعد المستهلك في إدراكه للقيمة، وتمكنه من المقارنة بين التضحيات المبذولة في سبيل التحصل على المنتوج (القيمة المدركة التبادلية) والفوائد المكتسبة (القيمة المدركة الاستعمالية).

إن تعريف السعر الذي أتى به Monroe أدخل خاصية إزدواجية السعر وذلك باعتماده على أبحاث Thaler (1983-1990)، هذا الباحث يقول بأن المستهلك عندما يكون أمام عرض معين؛ أول شيء يقوم به هو الحكم على قيمة هذا العرض لكي يقوم بعد ذلك بعملية الشراء، من خلال هذه العملية يتم التعبير عن القيمة في شكل مكونتين هما: القيمة المدركة الاستعمالية والقيمة المدركة التبادلية.

* **القيمة المدركة التبادلية:** تعرف على أنها "إدراك الاشباع البسيكولوجي، أو الرغبة في القيام بصفقة رابحة من الناحية المالية خلال عملية المبادلة"، عندما يكون هناك تبادل بين بين البائع والمستهلك، في هذه الحالة يقوم هذا

¹⁷ - Aurier P., Evrard Y., et N'goala G. (2004), « Comprendre et mesurer la valeur du point de vue du consommateur », Recherche et Application en Marketing. Voir : www.AFM.fr.

¹⁸ - Zeithaml dans Urbain.C. (2002). « De l'équité à la perception et l'acceptation du prix par le consommateur : la notion de juste prix », Actes de Congrès International de l'Association Française de Marketing Lille, Vol 20, pp.27-46.

الأخير بالمقارنة بين السعر المرجعي الداخلي (الموجود في ذهن المستهلك) والسعر المرجعي الخارجي (الذي يباع به المنتج). إن تفاعل هاذين السعرين هو الذي يحدد إمكانية استعمال هذا المنتج أو عدمه بعد أن يتم مقارنته مع المنافع المكتسبة،¹⁹ إذا كانت نتيجة هذه المقارنة موجبة تؤثر إيجابيا على القيمة الاستعمالية، أما إذا كانت سلبية تؤثر سلبا عليها.

*** القيمة المدركة الاستعمالية:** تعرف بأنها "مجموع المنافع المدركة التي يتحصل عليها المستهلك من جراء استعماله للمنتج".²⁰

إن التوفيق بين الفوائد المدركة من المنافع والتضحية المدركة هو الذي يحدد ما إذا كانت هذه القيمة إيجابية أو سلبية. "Parissier" رأته بأنه عندما تكون القيمة الاستعمالية موجبة تؤثر إيجابيا أيضا على رغبة الشراء، أما إذا كان العكس فإنها تؤثر سلبا على رغبة الشراء وذلك هو السبب الذي يدفع بالمستهلك إلى البحث عن المعلومات المكتملة. إن لجوء... المستهلك إلى هذه الأخيرة يكون نتيجة حالة عدم التأكد التي هي في خاطره اتجاه الشيء المدرك، فكلما كانت المعلومات إيجابية ومقنعة كلما زاد ذلك من احتمال شراؤه لها.

3.2 تأثير الجودة المدركة على رضى الزبون بالعلامة التجارية:

يوجد نوع من الغموض والإرباك في أدبيات التسويق حول العلاقة بين جودة الخدمة المدركة ورضى الزبون، فعلى الرغم من وجود علاقة أكيدة بينهما، إلا أن الباحثين مازالوا غير متفقين على ارضية مشتركة بخصوص الروابط السببية الموجودة بين رضى المستهلك والجودة المدركة من المنتج أو الخدمة.

فنجدهم مثلاً بأن Parassuraman, Zeithaml, Berry (1988) اتفقوا على العلاقة السببية التالية: "الجودة المدركة . الرضى " بينما نجد بأن باحثين آخرين أمثال Bolton, Drew, أو Bitner (1991) أكدوا على علاقة سببية معاكسة للأولى وهي كالآتي: " الرضى - جودة مدركة ".²¹

حسب Vanhamme (2002) أننا يمكننا ملاحظة بأنه ضمن منظور المبادلة التجارية الخالصة بأن: "جودة مدركة - رضى" هي علاقة جد معقدة بسبب وضعية النظرية الأساسية للمتغيرين. فنجد بأن صياغة الرضى أوسع من تلك المتعلقة بالجودة المدركة كونها تترجم الحالة النفسية للزبون بالنظر إلى خبراته مع المنتج و/أو الخدمة. الجودة المدركة حسب الكاتبة لا تتعلق إلا بإدراك بعض العناصر المرتبطة بالمنتج أو الخدمة، والتي تعتبر بدورها

¹⁹ - Hamelin J, (2002), op cit. voir : www.AFM.fr.

²⁰ - Parissier C, (2002), « Les effets, des coûts monétaires et non monétaires sur la perception de la valeur par le consommateur », in actes du congrès de l'association Française du marketing, Lille. Voir : www.AFM.fr.

²¹ - Vanhamme J., (2004), op cit.

طرف معني بالخبرة التي يعتمد عليها تقييم الرضى. بالإضافة إلى ذلك يمكن أن يكون حكم الجودة سابق للوجود عند مقارنته مع الرضى كونه لا يأخذ بعين الاعتبار خبرة الاستهلاك/شراء المنتج أو الخدمة، بينما تواجد الخبرة شرط لا يمكن الاستغناء عنه خلال تقييم الرضى. على هذا الأساس فإن الجودة المدركة من الخدمة أو المنتج تؤثر على رضى المستهلك.

4.2 العلاقة بين رضى المستهلك بالعلامة التجارية وقيمتها المدركة لها:

تلعب القيمة المدركة حسب Fornell، دور الموجهة لرضى المستهلك، كون أن الجودة المدركة تتأثر إيجابياً بالمواصفات التي يتمتع بها المنتج أو الخدمة وبالسعر المتعلق بها²²، وتؤثر بدورها على القيمة المدركة. بحيث أنه كلما كانت الجودة المدركة قوية كلما كانت القيمة المدركة هي الأخرى قوية، لكن بشرط أن تكون التضحية المدركة منخفضة.²³ يؤكد الكتاب في هذا السياق على تأثير هاذين المتغيرين (الجودة والقيمة المدركة) على رضى المستهلك بحيث تكون نتيجة التأثير على حسب طبيعتها الإيجابية أو السلبية.

تعد القيمة بالنسبة للبعض بأنها من العوامل المساهمة في التأثير على الإحساس بالرضى، من جهة يمكنه أن ينتج مباشرة من خلال المقارنة بين القيمة المدركة والقيمة المتوقعة (المنتظرة) ومن جهة أخرى، القيمة المدركة (من التكاليف/المنافع) بصفتها مكونة أساسية لحكم الإنصاف، يرى الكاتب Oliver و Swan بوجود تواجد تأثيرها المباشر على مستوى رضى الفرد.

يعرف الرضى حسب Oliver يعبر عن "تقييم نتائج تجربة الاستهلاك أو الاستعمال وذلك من خلال مجموعة من المعايير والأهداف، مما يؤدي إلى ترجمتها إلى سيء، إنجاز رائع، أو فائق الروعة".

يعتبر Fornell وزملاؤه أن الجودة والقيمة المدركة تعد خلال تجربة الاستهلاك من أهم العوامل الموجهة لرضى الزبون²⁴، فحسب الكاتب أن الجودة المدركة للخدمة تتأثر إيجابياً بالمواصفات التي يتمتع بها العلامة التجارية والسعر المتعلق بها، وتؤثر بدورها على القيمة المدركة بحيث أنه كلما كانت الجودة المدركة قوية كلما كانت القيمة المدركة هي الأخرى قوية، لكن بشرط أن تكون التضحية المدركة منخفضة.²⁵ في هذا السياق يؤكد الكتاب على تأثير هاذين المتغيرين (الجودة والقيمة المدركة) على رضى الزبون حيث تكون نتيجة التأثير على حسب إيجابيتها أو سلبيتها.

²² - Aurier P., Benavent C., et N'goala G. (2005), « Validité discriminante et prédictive des composantes de la relation à la marque », Actes de congrès International de L'Association Française de Marketing, Voir : www.AFM.fr.

²³ - Marion G., et autres. (1998)., *Marketing et mode d'emploi*, édition d'Organisation. p.297.

²⁴ - Aurier P. Benavent C; et N'goala. G, (2005), op cit, Voir : www.AFM.fr.

²⁵ - Marion G., et autres. (1998).op cit, p. 297.

يفترض الرضى بأنه خلال عملية المبادلة التجارية تتوافق القيمة المدركة (منافع مدركة / تضحية مدركة) مع التوقعات الابتدائية للزبون، فبطبيعة الحال الزبون الذي لم يتم مكافئته (من خلال منافع الجودة) على حسب التضحية التي تحملها (نقدية أو غير نقدية) خلال المبادلة التجارية، لا يكون راضي على الإطلاق بهذا العلامة تجارية، وهذا ما يؤكد النظرية التي تلح على التوافق ما بين تطلعات المستهلك والأداء الفعلي للخدمة.

5.2 موقف المستهلك ورضاه بالعلامة التجارية:

يحتوي رضى المستهلك في نفس الوقت على جانب معرفي وآخر شعوري، وأنه يتفاعل من خلال عملية التقييم التي يقوم بها الزبون على العلامة التجارية، السبب الذي قاد بعض الباحثين أمثال Day و Evrard إلى تشبيهه بالموقف. وما يميز هذا المتغير هو أنه أكثر استدامة وغير ساكن (خامد) عبر الزمن وبأنه معمم (شامل)، وأن الزبون لا يحتاج خبرة خاصة أو معينة لكي يأخذ موقف معين اتجاهه.²⁶ فعلى سبيل المثال يمكن أن يأخذ متفرج للأفلام موقفه اتجاه فيلم معين قبل أن يراه، على عكس الرضى الذي يتميز بأنه انتقائي (كونه مرتبط بخبرات معينة)، لذلك يجب في هذه الحالة أن يقوم الزبون بإطالة على الفيلم لكي يستطيع الحكم عن رضاه أو عدم رضاه.

حسب Oliver أن هناك أيضاً علاقة تربط بين هاتين العبارتين، كون أن المواقف ساهمت في تعريف التطلعات السابقة لخبرة "الشراء و/أو الاستخدام" وأثرت من جهتها على الرضى بالنظر إلى خبرات الزبون الذي يتشكل على حسب الرضى المحسوس. في هذا السياق أشار Oliver إلى أنه مع مرور الوقت ينطفئ الرضى (تزامنا مع انطفاء التنشيط الذي يعتبر بالنسبة إليه ضمني) بحيث يبقى الموقف العام اتجاه الشراء، لهذا السبب يعتبر قياس الرضى في حين إتمام عملية الشراء و/أو الاستخدام حسب ما يرى Bolton و Drew الحل الوحيد الذي يمكن من إعطاء أحسن تصديق لصياغة الرضى، لأن الموقف الإيجابي اتجاه علامة تجارية ليس من الضروري أن يكون مرتبط بالشراء.²⁷ كأن يكون لدينا موقف إيجابي اتجاه سيارة فاخرة بدون أن يكون لنا أي نية لشراءها.

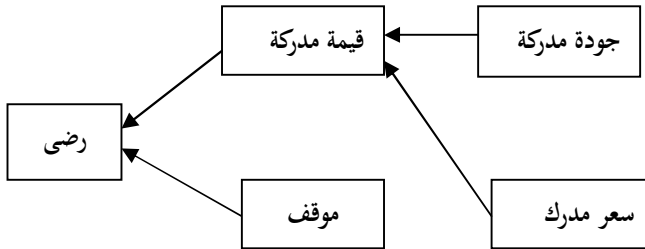
²⁶ - Vanhamme J. (2002). « La satisfaction des consommateurs spécifique a une transaction : définition, antécédents, mesures, et modes », Aspirante du fonds National de la recherche scientifique, Laboratoire d'analyse du comportement du consommateur, Dans la revue de l'Association Française de Marketing. Vol 17, n 02, pp. 55-85.

²⁷ - Lewi G. (2005)., *Branding Management : La marque, de l'idée à l'action*, édition Pearson Education. p.213.

3. النموذج النظري وفرضيات البحث:

بعد الدراسات المعمقة والجهود المبذولة في مجال دراسة سلوك المستهلك تمكن العديد من الباحثين من إبراز عنصران عناصر رئيسيان تؤثر على رضى الزبون، وهي الجودة المدركة، القيمة المدركة. خلال دراساتهم التجريبية لهذه المكونات تأكد الباحثين من تواجد علاقات خطية إيجابية بين المتغيرات التالية: الجودة المدركة والقيمة المدركة، السعر المدركة والقيمة المدركة الرضى والقيمة المدركة.

شكل (01): النموذج النظري للبحث



المصدر: من إعداد الباحثين

1.3 العلاقة بين الجودة المدركة والقيمة المدركة

من أولى الأبحاث التي أكدت من هذه العلاقة هي أبحاث Zeithaml (1985)، Corfman و Holbrook (1988)، و Iacobucci و Ostrom (1993)، حسبها أن المستهلك خلال إدراكه للقيمة يتأثر بالجودة المدركة، كون أنه يقارن بينها وبين التضحيات المدركة (السعر، مجهودات، البحث عن المعلومات، ...) وأن نتيجة المقارنة هي التي تحدد أهمية القيمة المدركة. في هذا الإطار تعتبر الجودة المدركة من سوايق القيمة، وأن لهذه الأخيرة خاصية نسبية كون أنها تابعة للمنافع المدركة من طرف المستهلك وأيضاً للتكاليف المنفقة.²⁸ إن القيمة هي أيضاً معرفة على أنها متغير وسيطي بين الجودة المدركة للعلامة التجارية ورضى الزبائن، وأن كلاهما يؤثر على الوفاء بالعلامة التجارية.

ف.1: الجودة المدركة للعلامة التجارية من طرف المستهلك تؤثر إيجابياً على القيمة المدركة لها.

2.3 العلاقة بين السعر والقيمة المدركة:

خلال إدراكه لقيمة العلامة يقارن المستهلك بين سعرها وجودتها، فكلما كان السعر مرتفعاً كلما أدرك المستهلك أن تضحيته كبيرة، مما سيؤثر ذلك سلباً على قيمته المدركة.

²⁸ - Zeithaml (1988), dans Bolton et Drew (1991), dans Aurier P., Benavent C., et N'goala G. (1998), « La valeur du produit aux yeux du consommateur », Actes des journées nationales des IAE., Vol.12, Nantes. voir : www.AFM.fr.

ف 2: السعر المدرك من العلامة التجارية يؤثر سلبياً على قيمته المدركة.

3.3 العلاقة بين القيمة المدركة والرضى

حسب Fornell وآخرين (1996) يعتبر الرضى في المنظور التبادلي من نواتج القيمة المدركة خاصة عندما يتعلق الأمر باختيار أو استهلاك منتج أو خدمة علامة تجارية معينة، بحيث يكون ذلك بعد الشراء. لذلك يظهر الرضى على أنه استجابة شعورية (انفعالية) تأتي كنتيجة لخبرة استهلاك وتشتت أن يكون هناك مقارنة بين الأداء المدرك من المنتج أو الخدمة المقدمة والتضحيات المدركة، ويكون ذلك من خلال استعمال مجموعة من المعايير على غرار: توقعات، رغبات، الإنصاف، وعود، تجارب سابقة مع نفس الصنف، ...، على أن يتم تحديد أهمية القيمة المدركة التي بدورها تؤثر على رضى الزبون. يتأثر هذا الأخير مثله مثل القيمة المدركة بالجودة المدركة من المنتج أو الخدمة، إلا أنه يختلف عنها كونه يأتي بعد خبرة الاستهلاك وليس قبلها.

ف 3: القيمة المدركة تؤثر إيجابية على رضى المستهلك بالعلامة.

4.4 العلاقة بين الموقف والرضى

كما أسلفنا الذكر أنه عندما يكون للمستهلك موقف إيجابي اتجاه علامة تجارية معينة فإن ذلك لحال سيؤثر إيجابياً على رضاه بهذه الأخيرة.

ف 4: موقف المستهلك اتجاه العلامة التجارية يؤثر طردياً على رضى هذا الأخير بها.

4. منهجية البحث للتأكيد الإمبريقي

سنقوم في هذا البند بعرض جملة من المقاييس للمتغيرات المتعلقة بنموذج البحث (نموذج القياس، والهيكلية) من خلال القيام بتحليل تأكيدي [AFC] باستعمال Statistica. قمنا بتحليل هذا النموذج من خلال دراسة حالة مستهلكي خدمات الهاتف النقال Nedjma.

1.4 جمع البيانات وخصائص العينة

إن التوجه النظري لبحثنا هو أصل (السبب) في اختيار طريقة المعاينة غير الاحتمالية الحصصية، لذلك فإن اختيار المجيبين تم على حسب معاينة حصصية (حسب نسب كل واحد في مجتمع البحث). يتكون الفضاء العملي لبحثنا من مستهلكي خدمات الهاتف النقال Nedjma، تم الإتصال هؤلاء المجيبين بأماكن تواجدهم، حيث أننا طلبنا منهم أن يجيبوا على الاستمارة.

بعث الإستمارة تم بمساعدة الأصدقاء وطلبة السنة الرابعة علوم التسيير، حيث دامت الدراسة الإمبريقية فيها تقريبا ثلاث أشهر من سنة 2011. اختيار المجيبين تم تقريبا على حسب قائمة الزبائن المنخرطين مع شبكة Nedjma، حيث أننا قمنا باختيارهم على حسب نسبهم التقريبية في مجتمع البحث. (أنظر الجدول رقم 01)

جدول (01): توزيع المستجوبين على حسب فئات أعمارهم

أعمار المستجوبين	أقل من 21	21 - 23	24 - 26	27 فما فوق	مجموع
عدد المستجوبين	12	57	36	21	100

المصدر: من إعداد الباحثين

العلامة التجارية المختارة كانت Nedjma، وقع اختيارنا على هذه العلامة نظراً إلى العدد الكبير من الزبائن المشتركين معها، الشيء الذي يسهل لنا مهمة الوصول إليهم هذا من جهة، ومن جهة أخرى أن كل متغير من المتغيرات المكونة لنموذجنا (جودة مدركة، قيمة مدركة، رضى، السعر والموقف) يساهم في الربط بين العلامة Nedjma والزبائن المشتركين في شبكتها.

2.4 تقييم نموذج القياس: التحليل التأكدي

2.2.4 تقييم عبارات نموذج القياس باستعمال (AFC)

لمعرفة جودة تناسق (توافق) نموذج القياس والنموذج الهيكلي مع المعلومات المتعلقة بالدراسة، نستعين بدلائل التسوية (les indices d'ajustements)، التي تمكننا من تقييم الحد الذي يعطي من خلاله النموذج النظري المقترح نفس المعطيات المجموعة. الجدول (02) يستعرض لنا أهم هذه الدلائل.

نلاحظ أن الكي تربيع (χ^2) 372.65 وأن درجة الحرية (df) 81، يتميزان هذان المقياسان بأهمما الأكثر إنتشاراً ودقةً عند مقارنتهما بالدلائل الأخرى، وبما أن χ^2 / df هي محصورة بين 2 و 5 (4.6) فإن قيمتهما جيدة وتؤكد سلامة القياس. نلاحظ أيضاً من خلال الجدول بأن قيم الدلائل الأخرى على غرار [GFI، CFI، NFI، Gamma Index، AGFI] كانت جيدة كونها أكبر من 0.5 وتقترب من 0.9 وأيضاً [RMSEA، RMR] كانت هي الأخرى جيدة كون أن نتيجتها يجب أن تكون محصورة بين 0.04 و 0.08.

النتائج المتحصل عليها من دلائل التسوية هي جيدة وتؤكد لنا إمكانية القيام بتحليل نموذج المعادلات الهيكلية، وصلاحيات المعطيات بمعنى إمكانية استخدامها لاختبار الفرضيات.

جدول (02): دلائل التسوية لنموذج العام.

دلائل التسوية	نموذج القياس
كي تربيع χ^2	372.65
Degrees of freedom	81
P- Level	0.00
كي تربيع \ درجة الحرية	4.6
Steiger and Lind RMSEA Index	0.08
Joreskog and Sorböm GFI	0.72
Joreskog and Sorböm AGFI	0.583
Joreskog and Sorböm RMR	0.044
Population Gamma Index	0.718
Adjustment Population Gamma Index	0.579
Bentler and Bonett Normed Fit Index (NFI)	0.771
Bentler Comparative Fit Index (CFI)	0.700

5. اختبار النموذج الهيكلي باستعمال المعادلات المهيكلية

1.5 تقييم الهيكل التوفيقي للمتغيرات الكامنة:

المعيار الذي يمكننا من القيام باختبار المعنوية هو اختبار t ل Student، فبعد القيام بهذا الاختبار تحصلنا على البيانات الموجودة في الملحق (الجدول). لكي يكون للبيانات مدلول جيد يجب أن يكون الاختبار t ل Student فيها أكبر من (1.96) عند مستوى معنوية 5 % بالنسبة لكل مساهمة توفيقية للمتغيرات الكامنة، لئتم فيما بعد التأكد من علاقة الانحدار الموجودة بينهما (كتابة المعادلات). نلاحظ من خلال النتائج أن كل المساهمات التوفيقية سواءً تعلق الأمر بالمؤشرات أو الروابط المتعلقة بالمتغيرات الكامنة كانت جيدة عند مستوى معنوية 5 %، t ل Student أكبر من (1.96)، وتقدير مستوى الاحتمال أقل من 0.05. على ضوء ما رأيناه يمكننا الانتقال إلى مرحلة كتابة المعادلات المهيكلية ويكون ذلك من خلال الاستعانة بالنتائج المبينة في الجدول (01).

2.5 معادلات النموذج الهيكلي للبحث:

سنقوم في هذا البند بكتابة المعادلات المهيكلية للعلاقات السببية الموجودة بين المتغيرات المؤثرة على الوفاء

بالعلامة التجارية Nedjma.

فيما يخص المعامل β هو مقدرة من طرف البرنامج (Statistica) Sepath حيث أنه يحسب بكيفية أوتوماتيكية، في الحالة العادية تكون قيمته مثل λ محصورة بين [0 و 1] ما عدى ذلك تكون نتيجتها غير جيدة. تتعلق β فقط بالنموذج الهيكلي حيث أننا نجدها أيضاً مضروبة في المتغير الكامن المستقل (المفسر)، تعبر هذه

القيمة عن قوة العلاقة الخطية السببية الموجودة بين متغيرين كامنين، أحدهما يكون تابع و الآخر مستقل، أما المعامل بسى (Psi) يقيس مقدار خطأ قياس متغيرين يكونان في علاقة فيما بينهما.

جدول (03): معادلات النموذج الهيكلي

المعادلات المشكلة للنموذج الهيكلي المتعلق بالوفاء بالعلامة Nedjma	
$\text{val} = \beta_1. \text{qual} + \xi_1.$ $0.611. \text{qual} + 0.028.$ $\text{val} =$ $\text{val} = \beta_2. \text{prix} + \xi_2.$ $-0.566. \text{prix} + 0.019.$ $\text{val} =$	القيمة المدركة للعلامة Nedjma المعادلة الأولى: علاقتها مع الجودة المدركة المعادلة الثانية: علاقتها مع السعر المدرك
$\text{satis} = \beta_3. \text{val} + \xi_3.$ $\text{satis} = 0.807. \text{val} + 0.187.$ $\text{satis} = \beta_4. \text{attit} + \xi_4.$ $\text{satis} = 0.249. \text{attit} + 0.059.$	الرضى بالعلامة Nedjma المعادلة الأولى: علاقته مع القيمة المدركة المعادلة الثانية: علاقته مع الموقف

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي

نلاحظ من خلال الجدول الذي يستعرض النموذج الهيكلي بروز معادلتين، تتعلق المعادلة الأولى بالعلاقة الخطية الموجودة بين ثلاث متغيرات أحدهما تابع (القيمة المدركة) وآخرين مستقلين (الجودة المدركة، والسعر المدرك) بحيث يتم قياس قوة العلاقة الموجودة بينهما بالمعامل β ومقدار خطأ القياس بـ ξ أما بالنسبة للمعادلة الأخيرة فنفس الشيء، هنالك علاقة خطية بين ثلاث متغيرات أحدهما تابع (الرضى) وآخرين مستقلين (القيمة المدركة، والموقف)

3.5 تحليل النتائج واختبار الفرضيات:

1.3.5 العلاقة بين القيمة المدركة والجودة المدركة:

بما أن جملة هذه النتائج كانت مرضية كون أنها سمحت لنا بقياس متغير الجودة المدركة لخدمة العلامة Nedjma والقيمة المدركة لها، يمكننا الآن التأكد من أهمية العلاقة الموجودة بينهما من خلال تحليل نموذج المعادلات المهيكلية. بعد التحليل تحصلنا على المعادلة التالية: $\text{val} = 0.611. \text{qual} + 0.028.$ إن القيمة β_1 تعبر عن درجة تأثير المتغير المستقل qual على المتغير التابع Val. نلاحظ بأن النتيجة أكبر من الصفر (0)، وهذا يدل على أن العلاقة الطردية بين المتغيرين خاصة وأن هذه النتيجة جاءت بعد النتائج المشجعة التالية [$\beta_1 = 0.611$, $P < 0.05$, $t = 12.71$]. جملة هذه النتائج تؤكد صحة الفرضية الأولى التي تشير إلى أن الجودة المدركة لخدمة العلامة تؤثر إيجابياً على القيمة المدركة لها.

2.3.5 العلاقة بين القيمة المدركة والسعر المدرك:

عندما قمنا بنمذجة العلاقة الموجودة بين المتغيرين val و prix إلى معادلات مهيكلية من خلال البرنامج الإحصائي Sepath تحصلنا على القيم التالية: [$\beta_2 = -0.566$, $P < 0.05$, $t = 14.64$]. يتجلى بوضوح أن قيمة المعامل β_2 أقرب بكثير من الواحد (1) خلال مستوى معنوية أقل من (0.05) و t ل student أكبر من (1.96)، تدل هذه القيم على شدة التأثير الذي يسببه السعر (prix) الذي يلعب دور المتغير المستقل على القيمة المدركة (val) التي تلعب دور المتغير التابع، حيث أن هذا يؤكد طبيعة العلاقة العكسية.

إن نوع العلاقة الموجودة بين هذين المتغيرين هي خطية وعكسية لذلك تكتب العلاقة الرياضية بينهما على

$$\text{val} = - 0.566. \text{prix} + 0.019 \quad \text{النحو الآتي:}$$

3.3.5 العلاقة بين القيمة المدركة ورضى الزبون:

من خلال نمذجة المعادلات المهيكلية للمتغيرين val و satis في البرنامج الإحصائي تحصلنا على القيم التالية: [$\beta_3 = 0.807$, $P < 0.05$, $t = 8.687$]. يدل المعامل β_3 على شدة التأثير الذي تمارسه القيمة المدركة (val) على الرضى (satis)، نلاحظ بأن إشارة النتيجة هي موجبة وقريبة من الواحد الصحيح، هذا يؤكد طبيعة العلاقة الطردية والقوية في نفس الوقت، التي تمارسها متغير القيمة المدركة للعلامة على الرضى.

على ضوء النتائج السابقة تحققنا من صحة الفرضية الثانية التي تنص بأن القيمة المدركة للعلامة Nedjma

$$\text{satis} = 0.807. \text{val} + 0.187. \quad \text{تؤثر إيجابيا على الرضى بها.}$$

4.3.5 الموقف ورضى الزبون:

عندما قمنا بنمذجة العلاقة الموجودة بين المتغيرين attit و satis إلى معادلات مهيكلية تحصلنا على الدلالات التالية: [$\beta_4 = 0.249$, $P < 0.05$, $t = 4.193$]. قيمة المعامل β_4 أقرب جداً من (1) بحيث أنها تشير إلى شدة التأثير الذي يسببه الثقة (conf) الذي يلعب دور المتغير المستقل على الالتزام (eng) الذي يلعب دور المتغير التابع، بحيث أنها تؤكد على طبيعة العلاقة الطردية $\text{satis} = 0.249. \text{attit} + 0.059.$

العلاقة الموجودة بين المتغيرين خطية وطرديّة، على هذا الأساس يؤثر رضى المستهلك بالعلامة Nedjma

إيجابيا على ثقته بها، إذا يمكننا القول بأننا تحققنا من صحة الفرضية الثالثة.

خاتمة

يعتبر الرضى عند الكثير من الباحثين، بأنه من أهم المتغيرات الوسيطة المؤثرة في السلوكيات المستقبلية للزبائن، لذلك كان من المهم البحث عن الأسباب التي تؤدي إلى نشوء هذا المتغير. كان الهدف الأول من هذا البحث هو إبراز أهم العوامل أو المكونات التي تؤثر في رضى الزبون بالخدمة المقدمة من طرف شبكة الهاتف النقال Nedjma. الهدف الثاني كان القيام بتوضيح العلاقات الموجودة بين المتغيرات المكونة لرضى المستهلك على غرار الجودة المدركة، السعر المدرك، القيمة المدركة، وموقف الزبون. أما الهدف الثالث اهتم بالقيام بدراسة إمبريقية تأكدنا خلالها من الفرضيات الموضوعة في البحث. على ضوء النتائج المتحصل عليها في هذا البحث، إستنتجنا بأن الجودة المدركة لخدمة العلامة Nedjma، أثرت طرديا على القيمة المدركة لها، وأن هذه الأخيرة تأثرت عكسيا بالسعر المدرك، وأن القيمة المدركة وموقف الزبون أثروا بدورهم إيجابيا على رضى الزبائن. من وجهة النظر الإدارية، أعطى لنا هذا البحث التوضيحات المتعلقة بكل المتغيرات كل واحدة منها على حدى،

- بالنسبة للجودة المدركة لخدمة العلامة Nedjma يجب أن تتميز خدماتها بتغطية جيدة، أي تتفادى الإنقطاعات المستمرة التي يمكن أن تحصل لها. أيضا يجب عليها أن تتواجد في أغلب المناطق التي يتجول فيها الزبون، وخاصة يجب عليها أن تقوم بإبلاغ زبائنها بكافة المعلومات التي تهمه أو تفرحه عن طريق الرسائل القصيرة (sms) أو حتى الإتصال به مباشرة؛
- يجب أن تحافظ العلامة Nedjma على سمعتها وقيمتها في السوق، للقيام بذلك عليها أن توفق بين سعر وحدة التكلم وبين جودتها (أي أحسن علاقة جودة/سعر)، أيضا عليها أن تقوم بالتصنيف المحكم لزبائنها من خلال توفير الجودة المناسبة بالسعر المناسب للزبون المناسب كون أن هذا الأخير هو جد حساس عندما يتعلق الأمر بالسعر؛
- عليها القيام بشتى الوسائل لإرضاء زبائنها وإدخال الفرحة والسرور في نفوسهم، ويتحقق ذلك عندما توفر لهم خدمات تفوق أو تتوافق مع توقعاتهم، كأن تقوم بالإكثار من هدايا التعبئة، تلبية كل الوعود المقدمة للزبون، تحقيق الإبتهاج لديهم وبالتالي يجب أن يكون موقفهم إيجابي إتجاه العلامة. إذا توفرت تلك الشروط سيحاول المستهلك في هذه الحالة الإستمرار في علاقته مع العلامة إلى أقصى مدة ممكنة، مما يزيد من تعلقه بها وبقائه وفي لها ولا يفكر أبداً في تغييرها بعلامة أخرى.

مثلهما مثل أي بحث إمبريقي، لا يمكن تفسير نتائج هذه الدراسة من دون أن نأخذ بعين الاعتبار نقائص التي يتميز به عملنا. من جهة أخرى يثير هذا البحث تساؤلات جديدة تنتظر من يجيب عنها في الأبحاث المستقبلية.

- إن حجم وطبيعة عينتنا يمكن القول أنه محدود، لذلك عينة مكونة من (100) فرد لا يمكنها بأي حال من الأحوال أن نعمم النتائج التي تحصلنا عليها، على كل أفراد المجتمع التي أقيمت عليه الدراسة، فالدراسات التي نستطيع من خلالها تعميم النتائج تشكل أولوية يجب إتباعها؛
- بالنسبة لتحليل نمذجة المعادلات المهيكلية للنموذج العملي إستعملنا البرنامج الإحصائي statistica كانت طريقة التقدير المستخدمة هي ML. إن التحليل بهذه الطريقة حسب Roussel وآخرين (2002) يحمل نوعاً ما حساسية اتجاه حجم العينة، خاصة إذا تجاوزت (400)، لذلك أنصح الباحثين الذين يقومون بدراسات مماثلة أن يستعملوا البرامج الإحصائية التي تحتوي على طريقة تقدير ملائمة للعينات ذات الحجم الكبير على غرار: ADF و wls؛
- على الرغم من أنه بعض المقاييس المترجمة من الإنجليزية والفرنسية إلى العربية، مكنتنا لغويا من تكييف أدوات قياس السلام إلا أنه كان من المستحسن تكييفها ثقافياً لكي نتمكن من إحكام قياسها؛
- تم التحصل على الإجابات الموجودة في الإستمارة من خلال التصريحات التي أدلى بها المستجوبون وليس الملاحظة من طرفنا، على هذا الأساس فإن النتائج التي تحصلنا عليها كانت على حسب تلك التصريحات.

الملحق رقم (01):

جدول (01): إستمارة الأسئلة

5	4	3	2	1
بتأكيد غير موافق	غير موافق	محايد	غير موافق	بتأكيد غير موافق

									Qual1
									Qual2
									Qual3
									Prix1
									Prix2
									Val1
									Val2
									Val3
									Attit1
									Attit2
									Satis1
									Satis2
									Satis3

ملحق رقم (02)

جدول (02): تحليل الارتباطات بين المتغيرات

العلاقة السببية	معامل الإنحدار β_i	T الإحصائي	الخطأ النوعي Ξ_i	مستوى الاحتمال p
(qual)-1->(val)	0.611	12.91	0.028	0.000
(prix)-1->(val)	-0.566	14.64	0.019	0.000
(val)-2->(satis)	0.807	8.687	0.187	0.000
(attit)-2->(satis)	0.249	4.193	0.059	0.000

جدول (03): تقدير نموذج الهيكلية (العلاقات بين المتغيرات الكامنة والجلية)

المتغيرات الخفية والجلية	المساهمة التوفيقية λ	الخطأ النمطي	T Student $1.96 <$	مستوى الاحتمال <0.05
(qual)-1->[qual 2]	0.355	0.08	3.216	0.001
[qual]-2->[qual 3]	0.590	0.121	4.882	0.000
(qual)-1->[qual 2]	0.630	0.072	2.492	0.001
(val)-4->[val 2]	0.540	0.030	17.971	0.000
(val)-5->[val 3]	0.335	0.075	1.966	0.003
(val)-6->[val 5]	0.421	0.071	2.719	0.002
(prix)-7->[prix 1]	0.503	0.322	1.964	0.003
(prix)-7->[prix 2]	0.438	0.285	1.96	0.001
(satis)-8->[satis 1]	0.482	0.062	7.726	0.000
(satis)-9->[satis 2]	0.365	0.068	5.381	0.000
(satis)-10->[satis 3]	0.792	0.095	8.375	0.000
(attit)-14->[attit 1]	0.524	0.094	5.567	0.000
(attit)-14->[attit 2]	0.268	0.058	4.621	0.000

قائمة المراجع:

قائمة المراجع باللغة العربية:

1. هاني حامد الضمور. (2005). «تسويق الخدمات». دار وائل للنشر والتوزيع. الطبعة الثالثة.
2. حاج عبد القادر فؤاد، (2010/2009)، «أهمية المزيج التسويقي في ترقية الخدمات السياحية»، مذكرة ماجستير تمت مناقشتها بكلية لعلوم الإقتصادية بجامعة أبي بكر بلقايد.

قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

1. Aaker.A. David (1994), Le Management du Capital Marque, édition Dalloz.
2. Aurier P., Benavent C., et N'goala G. (1998), « La valeur du produit aux yeux du consommateur », Actes des journées nationales des IAE., Vol.12, Nantes.
3. Aurier P., Evrard Y., et N'goala G. (2004), « Comprendre et mesurer la valeur du point de vue du consommateur », Recherche et Application en Marketing. Voir : www.AFM.fr.
4. Aurier P., Benavent C., et N'goala G. (2005), « Validité discriminante et prédictive des composantes de la relation à la marque », Actes de congrès International de L'Association Française de Marketing, Voir : www.AFM.fr.
5. Chirouz Yve, (1995), « Le marketing stratégique », édition éclipse,
6. Chumpitaz R, Swean V (2002) " La qualité comme déterminant de la satisfaction des clients" Dans l'acte du congrès de L'association Française de Marketing, Lille.
7. Eggert A, G N'goala., et L Georges, (2004), « L'impact de la communication des managers de comptes clés sur la valeur perçue et la satisfaction des clients clés : une étude empirique

- auprès des acheteurs des produits industriel » Dans l'acte du Congrès International de L'Association Française de Marketing,
8. Encyclopedias universalis, (2004).
 9. -George L., et Eggert A., (2002), "Élaboration et test d'un modèle explicatif de l'impact du manager de comptes clés sur la création de la valeur perçue par les clients clés", Dans l'Acte du congrès de l'association Française du Marketing, Lille. voir : www.AFM.fr.
 10. Hamelin J. (2002). « La confiance des consommateurs en leurs attentes de prix : une application au changement de prix », Colloque International sur les prix. Lille voir : le site www.AFM.fr.
 11. Kotler P, (1994), Le comportement du consommateur, édition Dunod.
 12. Lambin J-J., Chumpitaz C., et Moerloose C. (2005), Le Marketing Stratégique et Opérationnel, 6^{ème} édition, Dunod.
 13. Lewi G. (2005), Branding Management : La marque, de l'idée à l'action, édition Pearson Education.
 14. Marion G., et autres. (1998), Marketing et mode d'emploi, édition d'Organisation.
 15. Mencarlli R., (2008), « Interactions lieu-objet comme conceptualisation de l'expérience vécue : test d'un modèle intégrateur », Recherche et Application en Marketing, vol.23, n° 3.
 16. -Merle A., Chondon J-L., et Roux A., (2008), « comprendre la valeur perçue de la customisation de masse : une distinction entre la valeur du produit et la valeur de l'expérience de co-design », Recherche et Application en Marketing, vol.23, n° 3.
 17. Parissier C. (2002). « Les effets des coûts monétaires et non monétaires sur la perception de la valeur par le consommateur », Actes de congrès International de l'association Française de Marketing, Lille.
 18. Perrouy J. P., et D'hauteville F., Lockshin L. (2004). « Impact des interactions entre marques et régions d'origine sur la valeur perçue d'un vin : proposition de prise en compte de l'expertise perçue du consommateur », Actes de Congrès de l'Association Française de Marketing, 6 ; 7 mai, St Malo.
 19. Pettigrew D., Zouiten S., Menville W. (2002), Le consommateur un acteur clé, Les éditions SMG2.
 20. Vanhamme J. (2002). « La satisfaction des consommateurs spécifique à une transaction : définition, antécédents, mesures, et modes », Aspirante du fonds National de la recherche scientifique, Laboratoire d'analyse du comportement du consommateur, Dans la revue de l'Association Française de Marketing. Vol 17, n 02.
 21. Vanhamme J. (2004). « L'influence de la surprise sur la satisfaction des consommateurs : une expérimentation pilote », Aspirante du fonds National de la recherche scientifique, Laboratoire d'analyse du comportement du consommateur, Dans la revue de l'Association Française de Marketing. Voir : www.AFM.fr.
 22. Vernet E (2003), « l'essentiel du marketing », 2^{ème} édition d'organisation.
 23. Urbain.C. (2002). « De l'équité à la perception et l'acceptation du prix par le consommateur : la notion de juste prix », Actes de Congrès International de l'Association Française de Marketing Lille, Vol 20.

قراءة في نظام حوكمة الشركات

د. ولد محمد عيسى محمد محمود

أستاذ محاضر (ب)، كلية العلوم الاقتصادية - جامعة مستغانم

ملخص:

تستند حوكمة الشركات على أسلوب النزاهة والشفافية والمسؤولية، وذلك في التعامل مع مختلف الأطراف المرتبطة بها مثل: أعضاء مجلس الإدارة، المسؤولين، العاملين وأصحاب الأسهم كما أن آليات الحوكمة الجيدة تعمل على تخفيض تكلفة رأس المال، وتكريس الشفافية في اتخاذ القرارات، وتعزيز ثقة المستثمرين، وتحفيز النمو الاقتصادي، كما تلعب دورا هاما في مكافحة الفساد المالي والإداري، إضافة إلى العمل على جذب أصحاب الكفاءات .

وفي هذا الإطار جاءت هذه الدراسة التي تهدف إلى إلقاء الضوء على نظام حوكمة الشركات.

الكلمات المفتاح: حوكمة، النزاهة، الشفافية، أصحاب الأسهم، المزايا.

Résumé:

La gouvernance d'entreprise met l'accent sur l'intégrité, la transparence et la responsabilité de la direction d'une entreprise envers différents acteurs situés à des échelons variés au sein d'une entreprise : membres du conseil d'administration, responsables, employés et actionnaires.

Les bons mécanismes de gouvernance d'entreprise, réduisent le coût du capital, assurent une plus grande transparence décisionnelle, renforcent la confiance des investisseurs, stimulent la croissance économique, jouent un rôle important dans la lutte contre la corruption financière et administrative, et attirent des ressources humaines efficaces.

A cet effet, la présente étude fait la lumière sur le système de la gouvernance d'entreprise.

Mots clés: gouvernance, intégrité, transparence, croissance économique, corruption.

مقدمة:

لقد وضعت الأحداث والتحوللات الاقتصادية والاجتماعية التي اجتاحت العالم في عقد التسعينيات من القرن العشرين، مفهوم الحوكمة على قمة اهتمام مجتمع الأعمال والمؤسسات المالية الدولية، إضافة إلى أزمة الثقة التي عصفت بالمحاسبة في السنوات الأخيرة نتيجة الإنهيارات والأزمات التي عرفتتها كبريات الشركات في الولايات المتحدة الأمريكية مثل شركة **enron** و **worldcom**¹، حيث أبرزت هذه الأحداث أهمية الحوكمة كمنهاج أمثل للمعالجة والوقاية من الأزمات.

وعزت العديد من الدراسات تلك الانهيارات والأزمات إلى ضعف هياكل الحوكمة أو عدم ممارستها في تلك الشركات، ونظرا للتزايد المستمر في الاهتمام بهذا المفهوم، فقد حرص عدد من المؤسسات الدولية على تناوله بالدراسة والتحليل وتقديم عدد من الخطوط الإرشادية لتدعيم إدارة الشركات من جوانبها المتعددة، والذي سيكون له آثاره الإيجابية في المؤسسات نفسها وأسواق المال المدرجة فيها وعلى الاقتصاد بشكل عام، حيث يزيد تطبيق الحوكمة ثقة جميع الأطراف المعنية بالاقتصاد، كما يؤدي إلى تعميق دور أسواق المال ورفع قدرتها على تعبئة المدخرات ورفع معدلات الاستثمار².

وأصبحت حوكمة الشركات عاملاً رئيسياً يؤثر في نجاح أعمال الأسواق الناشئة، وفي الوقت الذي يخلق فيه الاقتصاد العالمي فرصاً متزايدة تنافسية، يعد تأسيس ممارسات رشيدة لحوكمة الشركات جزءاً مهماً من أية إستراتيجية تهدف للنجاح، وبالنسبة للشركات يعمل تطوير الحوكمة بها على رفع درجة تنافسيتها من خلال تعزيز الشفافية، وتحسين الإدارة وتطويرها، وضمان اتخاذ قرارات إستراتيجية سليمة، والتعامل بطريقة عادلة مع المساهمين والعاملين والدائنين والأطراف الأخرى ذات المصالح، مما ينعكس على خفض كلفة رأس المال وتحسين الأداء المالي للشركات.

كما تركز الحوكمة على وضع الآليات اللازمة لوضع السياسات ومتابعة تنفيذها ومعرفة تأثيراتها، كما أنها تشرف على الرقابة الداخلية لأنظمة المؤسسة وإدارتها بما يخدم مصالح المساهمين والشركاء في تلك المؤسسات³.

¹ - الرحيلي، عوض بن سلامة، لجان المراجعة كأحد دعائم حوكمة الشركات (حالة السعودية)، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد والإدارة، المجلد 22، العدد الأول، ص 180

² - أبوعمشة، محمد كمال، الاستثمار في أسواق المال الخليجية ودورها في جذب الاستثمارات الأجنبية (دراسة حالة بورصة قطر)، مجلة بحوث اقتصادية عربية، مركز دراسات الوحدة العربية، العددان 61-62، شتاء - ربيع 2013، ص 99

³ - الكايد، زهير عبد الكريم، الحكمانية: قضايا وتطبيقات، (المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2003)، ص 36.

إن اهتمام المستثمرين بحوكمة الشركات التي يستثمرون أموالهم فيها أمر لاجدال فيه، طالما أن تلك الشركات تتفوق على نظيراتها من ناحية الأداء المؤسسي، لكونها تعمل ضمن أطر شفافة تؤدي إلى حماية حقوق شركائها، فتتوافر لديها عناصر جاذبة للاستثمار. وعلى ضوء ماسبق يمكن صياغة إشكالية الموضوع كما يلي:

ما هي فوائد ومزايا تطبيق نظام حوكمة الشركات؟

لمعالجة هذه الإشكالية سيتم تناول الموضوع من خلال المحاور التالية:

- أولاً: مفهوم حوكمة الشركات؛
- ثانياً: مبادئ حوكمة الشركات؛
- ثلثاً: قواعد حوكمة الشركات؛
- رابعاً: محددات حوكمة الشركات؛
- خامساً: فوائد ومزايا تطبيق نظام حوكمة الشركات.

أولاً: مفهوم حوكمة الشركات

ترجع بوادر الاهتمامات بمفهوم حوكمة الشركات إلى الثلاثينات من القرن المنصرم،⁴ كنتيجة لأعمال الاقتصاديين في مجال إدارة الأعمال. ويشير التعبير حوكمة الشركات إلى الترجمة العربية للأصل الانجليزي للمصطلح: والذي توصل إليه مجمع اللغة العربية، حيث تم سابقاً إطلاق عدة مصطلحات مثل: الإدارة الرشيدة، الإدارة الجيدة، الضبط المؤسسي، التحكم المؤسسي، الحاكمية المؤسسية، ومصطلحات أخرى.

وقد حظي مفهوم الحوكمة باهتمام بالغ وخاصة مع انفجار الأزمة الآسيوية عام 1997 وما رافقها من فضائح مالية أدت إلى إفلاس العديد من الشركات والمصارف الكبرى على مستوى العالم ولتزايد تداوله وبشكل واسع مع مطلع القرن الحالي وتعرض الكثير من الشركات العالمية لانحيارات وأزمات مالية خانقة، نتيجة التلاعبات والإخفاقات والفضائح المالية والمحاسبية التي أطالت القوائم المالية لهذه الشركات.

كل هذه الأحداث جعلت مفهوم الحوكمة على رأس اهتمامات منظمات الأعمال والمنظمات الدولية والجهات الرسمية من أجل وضع آلية عملية لتطبيق هذا المفهوم في المصارف والشركات لتفادي الأزمات المالية، ولاستعادة ثقة مستخدمي المعلومات المالية ممثلين في كافة الأطراف أصحاب المصالح خاصة المساهمين والمتعاملين في سوق الأوراق المالية في مدى دقة وسلامة المعلومات المفصح عنها من جانب إدارة الوحدة

⁴ -Thierry WIEDEMANN-GOIRAN et autres, développement durable et gouvernement d'entreprise : un dialogue prometteur, édition d'organisation, 2003, p102.

الاقتصادية من خلال القوائم والتقارير المالية المنشورة، وبالتالي جودة تلك التقارير المعتمدة من مراقبي الحسابات المعيّنين من قبل الجمعية العامة للشركة.⁵

وتعددت التعريفات المقدمة لمصطلح الحوكمة، بتعدد وجهات النظر التي تناولتها، حيث عرفتها منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE بأنها: "ذلك النظام الذي يتم من خلاله توجيه وإدارة شركات الأعمال، ويحدد هيكل الحوكمة الحقوق والمسؤوليات بين مختلف الأطراف ذات الصلة بنشاط الشركة مثل مجلس الإدارة والمساهمين وأصحاب المصالح، كما يحدد قواعد وإجراءات اتخاذ القرارات المتعلقة بشؤون الشركة، كذلك يحدد الهيكل الذي يتم من خلاله وضع أهداف الشركة ووسائل تحقيقها ووسائل الرقابة على الأداء".⁶

كما عرف تقرير لجنة Cadbury الصادر سنة 1992 حوكمة الشركات كما يلي: "حوكمة الشركات هي نظام بمقتضاه تدار الشركات وتراقب".

وتعرف مؤسسة التمويل الدولية الحوكمة بأنها:⁷ "مجموعة الهياكل والعمليات اللازمة لتوجيه وضبط المؤسسات وتحديد توزيع الحقوق والواجبات بين المشاركين الرئيسيين في المؤسسة كالمساهمين وأعضاء مجلس الإدارة والمدراء، وكذلك تحديد القواعد والإجراءات الخاصة باتخاذ القرارات بشأن أمور الشركة".

وعرف معهد المدققين الداخليين الحوكمة على أنها: "تلك العمليات التي تتم من خلال الإجراءات المستخدمة من ممثلي أصحاب المصالح من أجل توفير الإشراف على إدارة المخاطر ومراقبتها والتأكيد على كفاءة الضوابط لانبجاز الأهداف والمحافظة على قيم الشركة من خلال الحوكمة المؤسسية".⁸

وهناك من يعرف الحوكمة بأنها:⁹ "مجموعة قواعد تستخدم لإدارة الشركة من الداخل، ولقيام مجلس الإدارة بالإشراف عليها لحماية المصالح والحقوق المالية للمساهمين".

⁵ - علي، عبد الوهاب نصر وشحاته، السيد شحاته، مرجعة الحسابات وحوكمة الشركات، (الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007)، ص 15.

⁶ - بريش، عبد القادر، قواعد تطبيق مبادئ الحوكمة في المنظومة المصرفية مع إشارة إلى حالة الجزائر، مقال منشور باللغة العربية في مجلة:

Revue des reformes économiques et intégration en économie mondiale, école supérieure de commerce - Alger, No : 01- 2006, p03

⁷ - الربيعي، حاكم محسن وراضي، حمد عبد الحسين، حوكمة البنوك وأثرها في الأداء والمخاطر، (دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013)، ص 25.

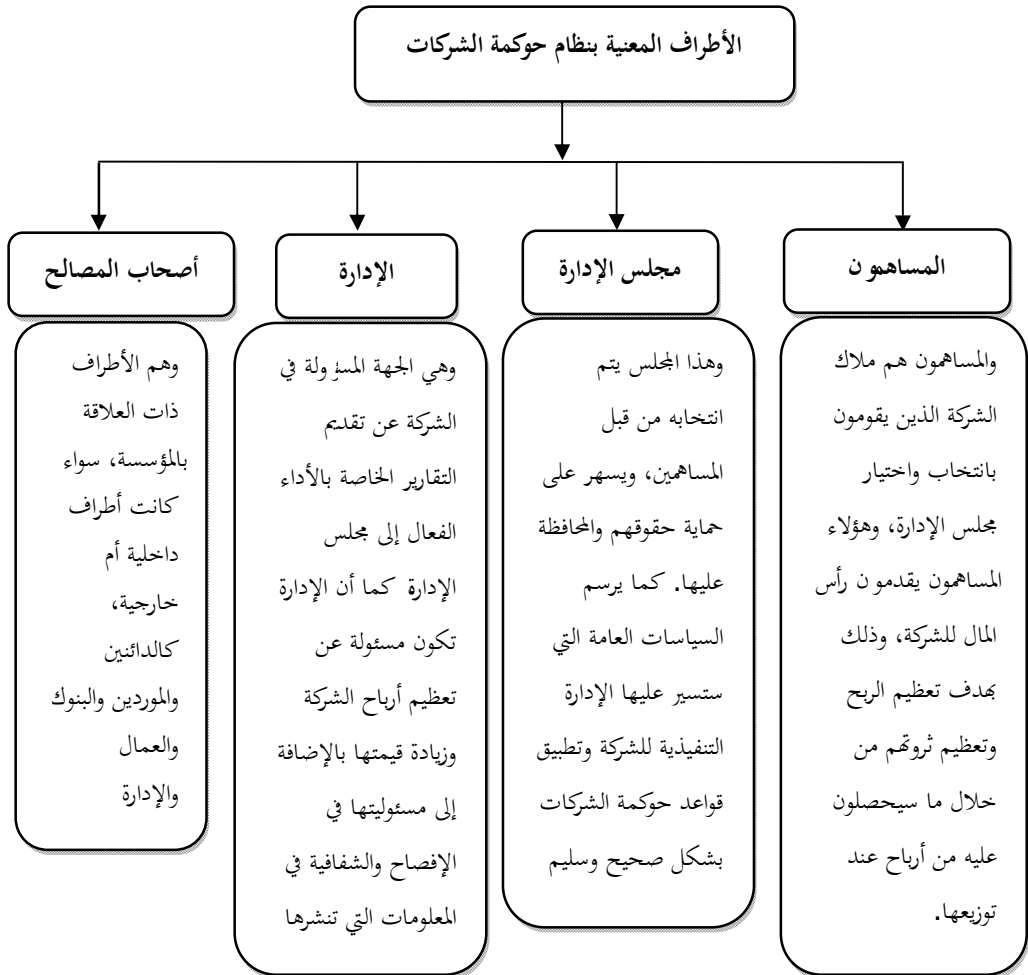
⁸ - طالب، علاء فرحان والمشهداني، إيمان شبحان، الحوكمة المؤسسية والأداء المالي الاستراتيجي للمصارف، (دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2011)، ص 2

⁹ - الهزاع، وليد بن نعمه، حوكمة الشركات: أهمية تطبيق معايير الحوكمة الرشيدة وقواعدها في المؤسسات والبنوك المالية بدول مجلس التعاون وأثره الإيجابي على تنامي الاقتصاد الخليجي، مجلس التعاون الخليجي، إدارة البحوث والدراسات، 2009، ص: 15

ورغم تنوع تعريفات الحوكمة وعدم اتفاقها على تعريف محدد وجامع إلا أنها تشير بشكل عام إلى مجموعة القواعد والإجراءات التي تضمن سلامة ونزاهة كافة التصرفات والسلوكيات داخل المؤسسة بما يخدم مصالح جميع الأطراف المرتبطة بها.

وبناء على هذه التعاريف يمكن استنتاج الأطراف المعنية والمرتبطة بنظام حوكمة الشركات، وذلك من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (1): الأطراف المعنية بنظام حوكمة الشركات



المصدر: من إعداد الباحث بعد الاطلاع على مصادر عدة

ثانياً: مبادئ حوكمة الشركات

لقد أدى الاهتمام المتزايد بمفهوم الحوكمة، إلى حرص العديد من المؤسسات على غرار منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، وبنك التسويات الدولية BIS ممثلاً في لجنة بازل، ومؤسسة التمويل الدولية التابعة للبنك الدولي، على دراسة هذا المفهوم وتحليله ووضع معايير محددة لتطبيقه.

وفي الواقع، نجد أنه كما اختلفت التعريفات المعطاة لمفهوم الحوكمة، فقد اختلفت كذلك المعايير التي تحكم عملية الحوكمة، وذلك من منظور وجهة النظر التي حكمت كل جهة تضع مفهوما لهذه المعايير، ونورد فيما يلي أهم هذه المبادئ وفقاً لجهة إقرارها:

1- مبادئ حوكمة الشركات وفقاً لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية:

أدت الاختيارات المالية التي اجتاحت بعض دول العالم وكذلك تعرض العديد من الشركات والمؤسسات المالية إلى الإفلاس واتجاه أغلب بلدان العالم نحو اعتماد اقتصاد السوق، إلى بحث البنك الدولي وصندوق النقد الدولي، وقطاع الأعمال والمستثمرين والاتحادات المهنية وغيرها من الأطراف المعنية مع منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية مجموعة من المعايير والإرشادات حول حوكمة الشركات، وقد تجسدت نتائج ذلك خلال اجتماع مجلس منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية على المستوى الوزاري في سنة 1999،¹⁰ حيث تم اعتماد وإقرار خمس مبادئ أساسية للحوكمة، إلا أنه في عام 2004 تمت مراجعتها وإضافة مبدأ سادس إليها.

وتشكل هذه المبادئ مرجعية في حوكمة الشركات على المستوى الدولي، وهي غير ملزمة وإنما تقدم خطوط إرشادية في مجال الحوكمة للدول الأعضاء في منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية،¹¹ وتساعد بقية بلدان العالم في إطار جهودها لتقييم وتحسين الأطر القانونية والمؤسسية والتنظيمية لموضوع حوكمة الشركات.

وتتضمن المعايير والمبادئ الجديدة التي أقرتها منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية عام 2004 ما يلي:¹²

- ضمان وجود أساس لإطار فعال لحوكمة الشركات: يجب أن يتضمن إطار حوكمة الشركات كلاً من تعزيز شفافية الأسواق وكفاءتها كما يجب أن يتوافق مع أحكام القانون، وأن يحدد بوضوح تقسيم المسؤوليات فيما بين السلطات الإشرافية والتنظيمية والتنفيذية المختلفة؛

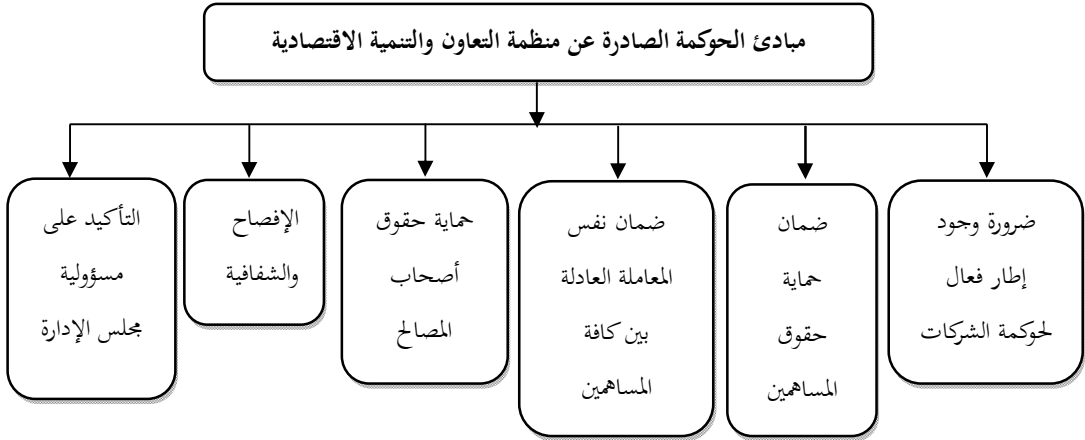
¹⁰ - حماد، طارق عبد العال، حوكمة الشركات (المفاهيم - المبادئ - التجارب): تطبيقات الحوكمة في المصارف، (الدار الجامعية، القاهرة، 2005)، ص 39.

¹¹ - olivier MEIER, Guillaume SCHIER , entreprises multinationales : stratégie, restructuration, gouvernances, Dunod, Paris, p 272

¹² - أحمد، إبراهيم سيد، حوكمة الشركات ومسؤولية الشركات عبر الوطنية، وغسيل الأموال، (الدار الجامعية، الإسكندرية، 2010)، ص ص: 164- 165

- حفظ حقوق جميع المساهمين: والتي تشمل نقل ملكية الأسهم، واختيار مجلس الإدارة، والحصول على عائد في الأرباح، ومراجعة القوائم المالية، وحق المساهمين في المشاركة الفعالة في اجتماعات الجمعية العامة؛
- المساواة في معاملة جميع المساهمين: وتعني المساواة بين حملة جميع الأسهم، وحقهم في الدفاع عن حقوقهم القانونية، والتصويت في الجمعية العامة على القرارات الأساسية، وكذلك حمايتهم من أي عمليات استحواذ أو دمج مشكوك فيها، إضافة إلى حقهم في الاطلاع على كافة المعاملات مع أعضاء مجلس الإدارة؛
- حماية حقوق أصحاب المصالح الذين لهم علاقة بالشركة مثل: البنوك والعاملين وحملة السندات؛
- الموردین والعلماء، والتي تشمل احترام حقوقهم القانونية، والتعويض عن أي انتهاك لتلك الحقوق، وكذلك آليات مشاركتهم الفعالة في الرقابة على الشركة وحصولهم على المعلومات المطلوبة؛
- الإفصاح والشفافية: والتي تتناول الإفصاح بطريقة عادلة بين جميع المساهمين وأصحاب المصالح عن المعلومات الهامة التي يؤدي حذفها أو عدم التصريح عنها إلى التأثير في القرارات المتخذة من قبل مستخدمي هذه المعلومات؛
- مسؤوليات مجلس الإدارة: والتي تشمل هيكل مجلس الإدارة وواجباته القانونية، وكيفية اختيار أعضائه ومهامه الأساسية، ودوره في الإشراف على الإدارة التنفيذية.

الشكل رقم (2): مبادئ الحوكمة الصادرة عن منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية



المصدر: علي، عبد الوهاب نصر وشحاته، مرجع سبق ذكره، ص 85

2- مبادئ لجنة بازل للرقابة المصرفية الفعالة:

نشرت لجنة بازل في عام 2006 نسخة معدلة ومنقحة للمبادئ الأساسية للرقابة المصرفية الفعالة الصادرة في سنة 1997، وأقرت اللجنة أن تفعيل هذه المبادئ يجب أن يتناسب مع هيكل البنك وحجمه ووزنه الاقتصادي وهيكل المخاطر به.¹³

وتؤدي الممارسة السليمة للحوكمة إلى دعم وسلامة الجهاز المصرفي، وذلك من خلال المعايير التي وضعتها هذه اللجنة، والتي يبلغ عددها ثمانية مبادئ وفقاً لتقرير هذه اللجنة:

- التأكد من كفاءة أعضاء مجلس الإدارة وإدراكهم الكامل لمفهوم الحوكمة ودورهم في هذا الإطار، وأن تكون لديهم القدرة على إصدار القرارات والأحكام المناسبة لإدارة شؤون البنك وأعماله اليومية؛
- وضع الأهداف الإستراتيجية للبنك من قبل مجلس الإدارة ومتابعتها؛
- التوزيع السليم للمسؤوليات من قبل أعضاء مجلس الإدارة، ووضع قواعد وحدود واضحة لها، والمساءلة والمحاسبة داخل البنك سواء لأنفسهم أو لجميع العاملين على حد سواء؛
- وجود نظام فعال للرقابة الداخلية في البنك، وإدراك المراقبين لأهمية دورهم؛
- مراقبة خاصة لمراكز المخاطر في المواقع التي يتصاعد فيها تضارب المصالح، بما في ذلك علاقات العمل مع المقترضين المرتبطين بالمصرف وكبار المساهمين والإدارة العليا؛
- أن تتوافق سياسات المكافآت المالية والحوافز وتطبيقاتها مع الثقافة العامة للبنك ومع الإستراتيجية والأهداف طويلة الأجل؛
- توافر الشفافية والإفصاح في كافة أعمال وأنشطة البنك والإدارة، وفي التقارير الصادرة عنها؛
- تفهم أعضاء المجلس والإدارة التنفيذية العليا للبيئة التشريعية التي تحكم العمل في البنك وكذلك الهيكل التشغيلي فيه، والالتزام الكامل بالقوانين والتعليمات السارية.

3- معايير مؤسسة التمويل الدولية :

قامت مؤسسة التمويل الدولية التابعة للبنك الدولي في عام 2003 بوضع قواعد ومعايير تهدف من ورائها إلى دعم الحوكمة في المؤسسات على اختلاف أشكالها، وذلك على النحو التالي:¹⁴

- أن تكون الممارسات جيدة ومقبولة؛
- خطوات إضافية تضمن الحكم الجيد الجديد؛

¹³ - معهد الدراسات المصرفية، إضاءات، نشرة توعوية، الكويت، أكتوبر، 2010، العدد الثالث، ص ص: 2-3

¹⁴ - أحمد، إبراهيم سيد، مرجع سبق ذكره، ص 167.

- إسهامات أساسية لتحسين الحكم الجيد محليا؛
- القيادة.

ثالثا: قواعد حوكمة الشركات.

هناك قواعد مهمة تشكل الدعائم الأساسية لحوكمة الشركات، نذكر منها:¹⁵

- **الشفافية:** التي تضمن الثقة والنزاهة والموضوعية في إجراءات إدارة الشركة والإفصاح السليم وفي الوقت المناسب، عن الموضوعات المهمة كلها المتعلقة في الشركة كالمركز المالي، والأداء، وحقوق الملكية. وتؤمن هذه الدعامة توصيل معلومات محاسبية وإفصاحا ماليا وغير مالي. وأن تكون المعلومات صحيحة وواضحة وكاملة إلى كل الأطراف ذات المصلحة، بما يتيح المجال لها لإعداد تحليل مفيد حول عمليات الشركات أو المؤسسة، والأساسيات الاقتصادية فيها؛
- **المساءلة:** وهي قاعدة تقضي بمحاسبة الذين يتخذون القرارات في الشركة أو المؤسسة، أو الذين ينفذون الأعمال، عن نتائج قراراتهم وأعمالهم تجاه الشركة والمساهمين وإيجاد آلية لتحقيقها؛
- **المسؤولية:** ويقصد بها توفير هيكل تنظيمي واضح يحدد نقاط السلطة والمسؤولية، ومحاسبة مجلس الإدارة ومتخذي القرارات عن مسؤوليتهم تجاه الشركة والمساهمين. فضلا عن وجود نظام فعال للرقابة الداخلية. وتعمل الشركة في إطار أنظمة وقوانين ولوائح تنظيمية تتم مراجعتها بشكل دوري، كما يجب أن يتوفر نظام سلوك أخلاقي ومهني فعال؛
- **الوضوح:** وتعني وضوح القوائم المالية والإبلاغ المالي، ونظرا لأن إعداد التقارير المالية من مسؤولية إدارة الشركة فعليه يجب على مجلس إدارة الشركة اتخاذ الخطوات التي تضمن وضوح وشفافية وعدالة هذه القوائم والإيضاحات المتعلقة بها، ولغرض تحقيق هذا الهدف على الإدارة وعن طريق لجنة التدقيق أن تتحرى الفهم العام للقوائم المالية؛
- **الاستقلالية:** وهي الآلية التي تقلل أو تلغي تضارب المصالح، مثل الهيمنة من رئيس قوي للشركة أو مساهم كبير على مجلس الإدارة، وهذه الآلية تبدأ من كيفية تشكيل المجالس، وتعيين اللجان، إلى تعيين مدقق

¹⁵ - ربحاوي، مها محمود رمزي، الشركات المساهمة ما بين الحوكمة والقوانين والتعليمات (حالة دراسية للشركات المساهمة العامة العمانية)، مجلة

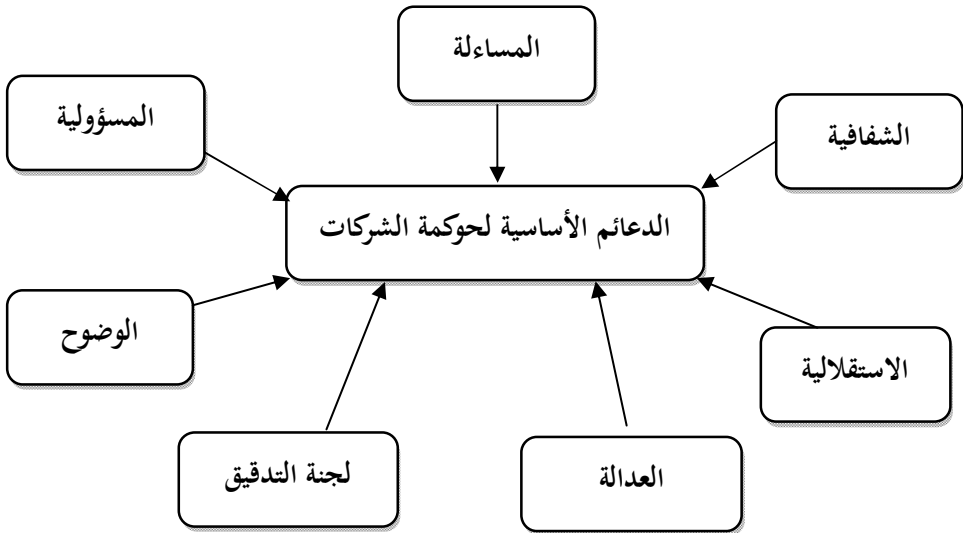
جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 24، العدد الأول 2008، ص ص: 97-98.

خارجي مستقل كفاء مؤهل، يقوم بممارسة عمله بما تقتضيه العناية والأصول المهنية في عملية المراجعة، ويقدم تأكيدات خارجية بأن القوائم المالية تمثل بصدق المركز المالي وأداء الشركة؛

■ **لجنة التدقيق:** غالبا ما تكون من الأعضاء المستقلين في مجلس الإدارة وتمارس دورها الرقابي بالعمل على تعزيز فعالية وكفاءة المدققين الداخليين ومدققي الحسابات الخارجيين. وتعمل على ضمان استقلاليتهم عن الإدارة، وتقديم التقارير الخاصة بذلك، ومتابعة تنفيذ هذه التقارير للتأكد من قيام إدارة الشركة بتنفيذ التوصيات الواردة بهذه التقارير؛

■ **العدالة:** ضمان معاملة متساوية للمساهمين كافة بمن فيهم مساهمو الأقلية والمساهمون الأجانب وإدراج نصوص خاصة بحماية مساهمي الأقلية في النظام الأساسي للشركة. والاعتراف بحقوق كل الأطراف ذات المصالح التي ينشئها القانون والإفصاح عنها.

الشكل رقم (3): الدعائم الأساسية لحوكمة الشركات



المصدر: من إعداد الباحث.

رابعاً: المحددات حوكمة الشركات

لكي تتمكن الشركات من الاستفادة من مزايا تطبيق الحوكمة يجب أن تتوفر مجموعة من المحددات والضوابط التي تضمن التطبيق السليم لمبادئ الحوكمة وتشتمل هذه المحددات على مجموعتين خارجية وداخلية وهما:

1- المحددات الداخلية:¹⁶

وتشير إلى القواعد والأسس التي تحدد كيفية اتخاذ القرارات وتوزيع السلطات داخل الشركة بين الجمعية العامة ومجلس الإدارة والمديرين التنفيذيين، والتي يؤدي توفرها من ناحية وتطبيقها من ناحية أخرى إلى تقليل التعارض بين مصالح هذه الأطراف الثلاثة.

2- المحددات الخارجية :

وترجع أهمية المحددات الخارجية إلى أن وجودها يضمن حسن إدارة الشركة، وتقليل التعارض بين العائد الاجتماعي والعائد الخاص.

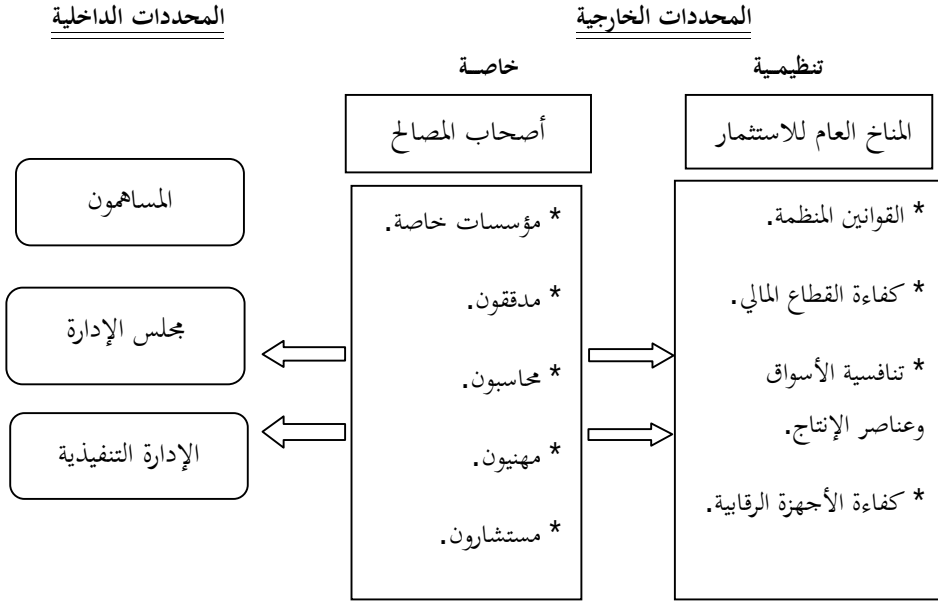
وتشير المحددات الخارجية إلى ما يلي:¹⁷

- المناخ العام للاستثمار في الدولة، والذي يشتمل على القوانين المنظمة للنشاط الاقتصادي مثل: قوانين سوق المال والشركات، وتنظيم المنافسة، ومنع الممارسات الاحتكارية والإفلاس؛
- كفاءة القطاع المالي في توفير التمويل اللازم للمشروعات؛
- درجة تنافسية أسواق السلع وعناصر الإنتاج؛
- كفاءة الأجهزة والهيئات الرقابية، وبعض المؤسسات ذاتية التنظيم التي تضمن عمل الأسواق بكفاءة ومنها: الجمعيات المهنية كالمدققين والمحاسبين والمحامين، إضافة إلى الشركات العاملة في سوق الأوراق المالية.

¹⁶ - أحمد، إبراهيم سيد، مرجع سبق ذكره، ص 163.

¹⁷ - طالب، علاء فرحان والمشهداني، إيمان شيحان، مرجع سبق ذكره، ص 46.

الشكل رقم (4): محددات حوكمة الشركات



المصدر: طالب، علاء فرحان والمشهداني، إيمان شبحان، مرجع سبق ذكره، ص 47

خامسا: فوائد ومزايا تطبيق نظام حوكمة الشركات

يضمن التطبيق الجيد للحوكمة تحقيق العديد من المنافع والمزايا، كتعزيز العدالة والشفافية والمعاملة النزيهة، والحصول على رأس المال وجذب المستثمرين، والحد من مظاهر الفساد المالي والإداري، وتجنب الانزلاق في مشاكل محاسبية ومالية ودرء حدوث الانهيارات المصرفية، إضافة إلى استقطاب المواهب وأصحاب الكفاءات، وإدارة المخاطر، وإدارة نمو وتوسع الشركة، ومعالجة تعاقب الأجيال في الشركات العائلية، والقضاء على مفهوم تعارض المصالح، وهذا ما سنتعرض إليه فيما يلي:

1- تعزيز العدالة والشفافية والمعاملة النزيهة: يعمل نظام حوكمة الشركات على ضمان العدالة والشفافية والمعاملة النزيهة لجميع الأطراف من المساهمين والمستثمرين وغيرهم من أصحاب المصلحة المشتركة، حيث أن الحوكمة تسعى من خلال القوانين والإجراءات التي تتبناها إلى العمل على ضمان سير عمل هذه الشركات وفق الإجراءات المنصوص عليها في اللوائح الداخلية للشركة والصادرة من الجهات التشريعية.¹⁸

18- اتحاد الشركات الاستثمارية، حوكمة الشركات، (مكتبة آفاق، الكويت، 2011)، ص 52.

2- تدفق رأس المال وجذب المستثمرين: إن من أهم الفوائد التي تنشأ من حوكمة الشركات، هي ازدياد إتاحة مصادر التمويل المحلية أو الدولية للشركات، حيث ستزيد من ثقة المستثمرين والمساهمين في أداء المؤسسات، وخاصة ثقة المستثمر الأجنبي والشركات الأجنبية في الاقتصاد والشركات، ذلك أن أي مستثمر أجنبي يبحث عن بيئة استثمارية قوية تحمي استثماراته وتنميتها. ويؤدي تطبيق نظام الحوكمة إلى اقتناعه بأن استثماراته وأمواله سوف تدار بالطريقة التي يضمن من خلالها تنمية أرباحه.¹⁹

مما ينعكس ايجاباً على القيمة السوقية للأسهم، وتنافسية المؤسسات في أسواق المال، وخاصة في ظل استحداث أدوات وآليات مالية جديدة،²⁰ وعلى زيادة كفاءة استخدام الموارد وتعظيم قيمة الشركة، مما يجعلها قادرة على خلق فرص عمل جديدة، الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق الكفاءة والتنمية الاقتصادية المطلوبة.

3- الحد من مظاهر الفساد المالي والإداري: توصلت العديد من الدراسات إلى أن إتباع المبادئ السليمة للحوكمة يؤدي إلى توفير الاحتياطات اللازمة ضد الفساد المالي والإداري، ويساهم في تشجيع وترسيخ الشفافية في الحياة الاقتصادية، حيث يساعد المدققون الخارجيون الشركات على تحقيق المساءلة والنزاهة وتحسين عمليات المؤسسة، وبالتالي التقليل من مخاطر الفساد المالي والإداري.²¹

وتعمل حوكمة الشركات على التحكم في أداء الشركة من خلال المساهمة في منع أو الحد من ارتكاب المخالفات والتصرفات الغير قانونية عن طريق التزامها بالقوانين واللوائح المنظمة لأعمال الشركة والتزامها بالمسؤولية الأخلاقية والبيئية، الأمر الذي يزيد من درجة الثقة في قوائمها المالية بما يؤثر على سلوك قرارات الاستثمار وبالتالي تداول أسهمها في الأسواق المالية.

4- تجنب الانزلاق في مشاكل محاسبية ومالية ودرء حدوث الانهيارات المصرفية: تساعد الحوكمة في تجنب المشاكل المحاسبية والمالية، وتعزيز ودعم استقرار أنشطة الشركات العاملة بالاقتصاد، وكذلك تجنب حدوث انهيارات الأجهزة المصرفية أو أسواق المال المحلية والعالمية والمساعدة في تحقيق التنمية والاستقرار الاقتصادي.²²

5- إدارة المخاطر: إن تأسيس إطار قوي لحوكمة الشركات، يساعد على تقييم المخاطر بصورة أكثر فاعلية، والاستجابة السريعة للتغيرات في بيئة الأعمال.

¹⁹ - اتحاد الشركات الاستثمارية، مرجع سابق، ص51.

²⁰ - أهمية حوكمة الشركات، من على الموقع: www.hawkama.net ، تاريخ المطالعة: 2013/04/30

²¹ - التميمي، عباس حميد، آليات الحوكمة ودورها في الحد من الفساد المالي والإداري في الشركات المملوكة للدولة، تاريخ المطالعة: 2013/05/16 على الموقع: www.nazaha.iq/search_web/muhasbe/2.doc

²² - الشواورة، فيصل محمود، قواعد الحوكمة وتقييم دورها في مكافحة ظاهرة الفساد والوقاية منه في الشركات المساهمة العامة الأردنية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 25، العدد الثاني، 2009، ص128.

6- إدارة نمو وتوسع الشركة: يساعد إطار حوكمة الشركات القائم على أسس صحيحة، الشركات على مواجهة متطلبات وتحديات توسعها ونموها، ومن العناصر الأساسية لحوكمة الشركات السليمة هو وجود مجلس إدارة قوي، يعمل كما ينبغي، الأمر الذي يعد أساسياً في توجيه إستراتيجية الشركة للنمو وضمان ألا يؤثر النمو على نجاح الشركة، ويجب على المجلس أن يحدد رؤية واضحة لمستقبل الشركة وأن يصنع قرارات للتقدم على هذا الطريق بأسلوب مقصود وواضح وإستراتيجي.

7- القضاء على مفهوم تعارض المصالح: إن الحوكمة تحفز الشركات على سلوك النهج القويم والسليم في تعاملها مع الأطراف ذات العلاقة، و بين جميع الفئات المختلفة في الشركات سواء من داخلها أو من خارجها. حيث أن التعامل مع الأطراف ذات العلاقة إذا ما أسيء استغلاله قد يؤدي إلى تعرض الشركات لبعض المآزق.

8- معالجة تعاقب الأجيال في إدارة الشركات العائلية: في بعض البلدان تصل نسبة الشركات العائلية إلى حوالي 90% من إجمالي الشركات، ومن ثم تساهم بنسبة كبيرة في النمو الاقتصادي²³، إلا أن هذه الشركات عرضة لمشاكل تعاقب الأجيال في إدارتها وما قد ينجر عنه من أزمات، وينشأ هذا المشكل عادة عندما يقترب مؤسس الشركة أو كبير العائلة من التقاعد، أو يصبح لسبب آخر غير قادر على الاستمرار في وظائف الإدارة، وإذا لم تكن مسألة تعاقب الأجيال قد تمت مناقشتها أو تسويتها، يمكن أن يتسبب الانتقال في أزمة شديدة للشركة، حينما يشتد التنافس على السلطة بين أفراد العائلة، وهنا تساعد حوكمة الشركات في معالجة هذا شكلاً، حيث يلعب مجلس إدارة قوي داخل الشركة العائلية دوراً مهماً للغاية ونافعاً في تلك العملية، مما يعمل على إيجاد بيئة إيجابية داخل الشركة وبين أفراد العائلة، وذلك بتشجيع التواصل المفتوح والشفافية.²⁴

9- استقطاب المواهب وأصحاب الكفاءات: تمثل القوى العاملة مجموعة أساسية من مجموعات أصحاب المصالح في كل مؤسسة، ويمكن للشركة من خلال شهرتها استقطاب المواهب والاحتفاظ بها، باعتبارها من أئمن وأكبر الأصول قيمة في الوقت الحاضر، ويؤثر صيت وسمعة الشركة في تحديد ما إذا كانت مكان عمل مفضل أم لا، حيث أن الشركة التي تعتبر مكان عمل مفضل ستجذب قوى عاملة تمتاز بمهارات أفضل وإنتاجية أعلى، إلا أن تحقيق تلك السمعة تتطلب مراقبة متواصلة لسياسات الشركة وللبيئة التنافسية.²⁵

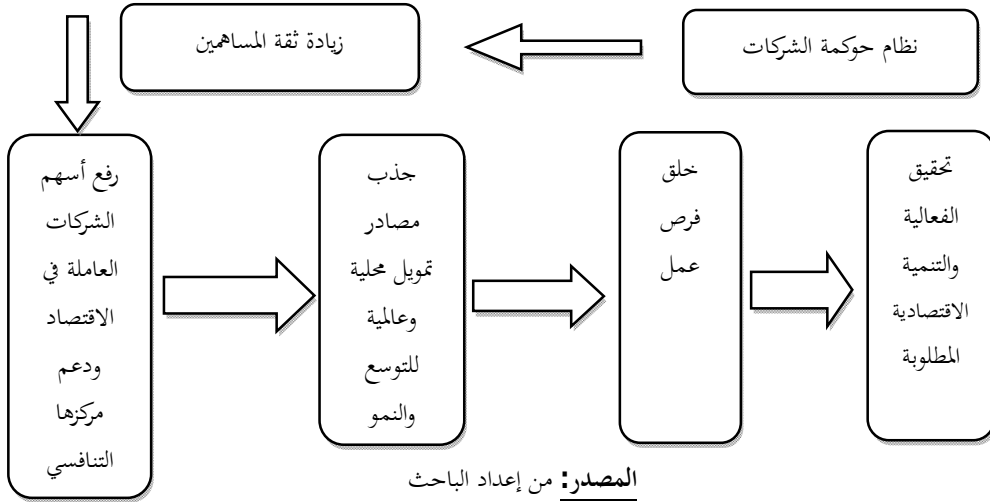
²³ - مركز المشروعات الدولية الخاصة، نصائح إرشادية لتحقيق الإصلاح الاقتصادي: حوكمة الشركات في الأسواق الناشئة، واشنطن، أغسطس 2008، ص11

²⁴ - مركز المشروعات الدولية الخاصة والمندى العالمي لحوكمة الشركات، تشجيع حوكمة الشركات في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا: تجارب وحلول، واشنطن، فبراير 2011، ص6.

²⁵ - المرجع نفسه، ص1.

10-دعم الدور الاجتماعي للشركات: تشجع الحوكمة، الشركات على القيام بدور اجتماعي أكثر فاعلية، حيث أصبحت بعض الشركات والمؤسسات تدرك أنها ليست بمعزل عن المجتمع، وأن المجتمع ليس فقط مستهلك، فاتجهت إلى توسيع أنشطتها لتشمل ما هو أكثر من النشاطات الإنتاجية، مثل تنفيذ الدراسات والبحوث التي تعود بالنفع للشركة والمجتمع والبيئة والاقتصاد، أخذتاً بعين الاعتبار الأركان الثلاثة للتنمية المستدامة: النمو الاقتصادي والتقدم الاجتماعي وحماية البيئة.²⁶

الشكل رقم (5): حوكمة الشركات كآلية لتحقيق التنمية الاقتصادية



خاتمة:

لقد تعاضل الاهتمام بمفهوم حوكمة الشركات في أعقاب الانهيارات الاقتصادية والأزمات المالية التي انفجرت في دول شرق آسيا وأمريكا اللاتينية وروسيا، وتفكك الاتحاد السوفيتي وانحيار جدار برلين وتحول العديد من دول العالم خلال العقد الأخير من القرن العشرين إلى النظم الاقتصادية الرأسمالية، ناهيك عن الانهيارات المالية والمحاسبية - نتيجة تلاعب الشركات في قوائمها المالية - التي اجتاحت الاقتصاد الأمريكي خلال العقد الأول من القرن الحادي والعشرين والتي أدت إلى إفلاس العديد من الشركات والمؤسسات العالمية الكبرى.

كل هذه الأحداث والتغيرات أثارت مسألة جودة المعلومات المحاسبية المنشورة في التقارير المالية، فكان لابد من البحث عن وسيلة لتغيير هذه الصورة واستعادة ثقة المستثمرين من خلال تطبيق حوكمة الشركات، والتي تتمكن من تحسين أداء الشركات وممارساتها المحاسبية وتوفير الشفافية في التقارير المالية الصادرة عنها، مما

²⁶ - اتحاد الشركات الاستثمارية، مرجع سبق ذكره، ص 52.

سينعكس إيجاباً على مناخ الاستثمار والنمو الاقتصادي، حيث ستؤدي هذه العوامل إلى تنمية الاستثمار المحلي والأجنبي وتشجيع تدفقه، وتنمية المدخرات، وتعظيم الربحية، وإتاحة فرص عمل جديدة، وهذا بدوره سينعكس في تحقيق معدلات نمو اقتصادية مرتفعة.

وقد مكنت هذه الدراسة من التوصل إلى النتائج التالية:

- إن قيام نظام قوي لحوكمة الشركات يساعد على منع وقوع الأزمات المالية والاقتصادية؛
- الحوكمة تمثل إستراتيجية لازدهار المؤسسات من خلال أثرها البارز في تحسين الأداء المالي، ودورها في الحد من مظاهر وأشكال الفساد المالي والإداري؛
- تعمل حوكمة الشركات على تدعيم وتشجيع الاستثمار من خلال إرساء قواعد تؤدي إلى زيادة ثقة المساهمين والمستثمرين؛
- تعمل حوكمة الشركات على تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال جذب الاستثمارات وتسهيل تدفقها.

قائمة المراجع:**المراجع باللغة العربية:****أ - المؤلفات:**

1. أحمد، إبراهيم سيد، حوكمة الشركات ومسؤولية الشركات عبر الوطنية، وغسيل الأموال، (الدار الجامعية، الإسكندرية، 2010).
2. حماد، طارق عبد العال، حوكمة الشركات (المفاهيم - المبادئ - التجارب) : تطبيقات الحوكمة في المصارف، (الدار الجامعية، القاهرة، 2005).
3. الربيعي، حاكم محسن وراضي، حمد عبد الحسين، حوكمة البنوك وأثرها في الأداء والمخاطر، (دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013).
4. طالب، علاء فرحان والمشهداني، إيمان شيحان، الحوكمة المؤسسية والأداء المالي الاستراتيجي للمصارف، (دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2011).
5. على، عبد الوهاب نصرو شحاته، السيد شحاته، مرجعة الحسابات وحوكمة الشركات، (الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007).
6. الكايد، زهير عبد الكريم، الحكمانية: قضايا وتطبيقات، (المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2003).
7. الهزاع، وليد بن نعمة، حوكمة الشركات: أهمية تطبيق معايير الحوكمة الرشيدة وقواعدها في المؤسسات والبنوك المالية بدول مجلس التعاون وأثره الايجابي على تنامي الاقتصاد الخليجي، مجلس التعاون الخليجي، إدارة البحوث والدراسات، 2009.

ب - المقالات:

1. أبوعمشة، محمد كمال، الاستثمار في أسواق المال الخليجية ودورها في جذب الاستثمارات الأجنبية (دراسة حالة بورصة قطر)، مجلة بحوث اقتصادية عربية، مركز دراسات الوحدة العربية، العددان 61-62، شتاء - ربيع 2013.
2. اتحاد الشركات الاستثمارية، حوكمة الشركات، مكتبة آفاق، الكويت، 2011.
3. بريش، عبد القادر، قواعد تطبيق مبادئ الحوكمة في المنظومة المصرفية مع إشارة إلى حالة الجزائر، مقال منشور باللغة العربية في مجلة:

Revue des reformes économiques et intégration en économie mondiale. Ecole supérieure de commerce - Alger , N° : 01- 2006.

4. الرحيلي، عوض بن سلامة، لجان المراجعة كأحد دعائم حوكمة الشركات (حالة السعودية)، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد والإدارة، المجلد 22، العدد الأول.
5. ربحاوي، مها محمود رمزي ربحاوي، الشركات المساهمة ما بين الحوكمة والقوانين والتعليمات (حالة دراسية للشركات المساهمة العامة العمانية)، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 24، العدد الأول، 2008.
6. الشواروة، فيصل محمود، قواعد الحوكمة وتقييم دورها في مكافحة ظاهرة الفساد والوقاية منه في الشركات المساهمة العامة الأردنية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 25، العدد الثاني، 2009.
7. مركز المشروعات الدولية الخاصة، نصائح إرشادية لتحقيق الإصلاح الاقتصادي: حوكمة الشركات في الأسواق الناشئة، واشنطن، أغسطس 2008.
8. مركز المشروعات الدولية الخاصة والمنتدى العالمي لحوكمة الشركات، تشجيع حوكمة الشركات في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا: تجارب وحلول، واشنطن، فبراير 2011.
9. معهد الدراسات المصرفية، إضاءات، نشرة توعوية، العدد الثالث، الكويت، أكتوبر 2010.

المراجع باللغة الفرنسية:

1. Thierry WIEDEMANN-GOIRAN et autres, développement durable et gouvernement d'entreprise : un dialogue prometteur, édition d'organisation, Paris, 2003.
2. olivier MEIER, Guillaume SCHIER, entreprises multinationales : stratégie, restructuration, gouvernance, Dunord, Paris, 2005.

مواقع الكترونية:

1. www.hawkama.net
2. www.nazaha.iq/search_web/muhasbe/2.doc

معايير تطبيق إدارة الجودة الشاملة في التعليم العالي بالجزائر - وجهة نظر محور العملية التعليمية -

أ. يعقوبي خليفة

أستاذ مساعد قسم (أ)، كلية العلوم الاقتصادية - جامعة سعيدة

بليبة محمد

طالب دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة تلمسان

ملخص:

تهدف الورقة البحثية الى استطلاع آراء الطلاب في الجامعة الجزائرية ازاء جودة ادارة الكلية ومدى مطابقتها لمعايير إدارة الجودة الشاملة، وذلك من خلال دراسة ميدانية بجامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة؛ حيث تم اللجوء الى أسلوب الاستقصاء بتوزيع مائة استمارة بصفة عشوائية على طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، تم استرجاع منها 75 استمارة قابلة للتحليل أي بنسبة 75%. في ضوء أهداف الدراسة وفروضها، تم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية بهدف اختبار الفرضيات من بينها (معامل ألفا كرومباخ، مقياس ليكارت الخماسي، اختبار Student، اختبار Fisher، ومعامل الارتباط Pearson)، وقد تمت معالجة البيانات باستخدام البرنامج التطبيقي SPSS. كما اضيفت الدراسة الى تقديم بعض التوصيات لتجسيد تطبيق معايير ادارة الجودة الشاملة.

الكلمات المفتاحية: إدارة الجودة الشاملة، التعليم العالي، الطالب الجامعي، الإدارة التعليمية.

Abstract:

This paper is designed to look for the students' views in Algerian universities regarding the quality of the administrative management, and its conformity to the standards of Total Quality Management (TQM), through a field study at the University Dr. Moulay Taher, Saida, Algeria in a form of a survey. A hundred questionnaires were given randomly to students from the Faculty of Economics; however, only 75% of questionnaires are used in the analysis. In light of the objectives of this study and its assumptions, we relied on a set of statistical methods in order to test hypotheses, including Coefficient Cronbach's Alpha, Likert Scale, Student Test, Fisher Test and Pearson's Correlation Coefficient, and the data were treated using the software application SPSS 19 th version.

This study make some recommendations for the application of TQM Standards.

Key words: Total Quality Management, Higher Education, Student, Educational Management.

مقدمة:

تشير الجودة الشاملة في التعليم الجامعي ضمن ضمان الجودة وبرامج الاعتماد الأكاديمي إلى مجموعة من المعايير والمؤشرات التي تندرج في الإجراءات التي تهدف إلى تحقيق جودة المنتج التعليمي والتحسين المستمر له، مما يستدعي القول أن قضية تطوير التعليم الجامعي ومستواه ليست قضية كم بقدر ما هي قضية مضمون التعليم ومحتواه وطرائقه وكفائيتها في خلق القوى البشرية القادرة على الإسهام في بناء المجتمع العصري، الذي ملامح العولمة الشاملة، ونشير في هذا الصدد إلى تأثير استخدام التكنولوجيا ومتطلبات استخدامها وأثارها على التعليم العالي بالإضافة إلى دور المسؤولية والمحاسبية في تطوير برامج التعليم العالي وزيادة جودتها كفاءتها. وعليه فإن أولى الخطوات الأساسية لتحقيق الجودة الشاملة للتعليم الجامعي هي فهم محاور العلمية التعليمية والتي رغم تعددها إلا أن أبرزها هو جودة عضو عينة التدريس، جودة الطالب، البرامج التعليمية وطرق التدريس، جودة المناهج، جودة الإدارة التعليمية والتشريعات واللوائح....

المحور الأول: تطبيق إدارة الجودة الشاملة في التعليم الجامعي:

1- إدارة الجودة الشاملة: المفهوم والأهمية :

يعد مصطلح إدارة الجودة الشاملة والذي يرمز له اختصاراً بـ "TQM" مصطلحاً حديثاً وله مفاهيم عديدة من قبل مختلف الباحثين، كل يعبر عن وجهة نظر محددة بسبب حداثة الموضوع وتعدد المداخل إليه.¹ ويتفق جميع الباحثين على أن إدارة الجودة الشاملة هي فلسفة وأدوات إدارية تركز على التحسين المستمر في مختلف أوجه النشاطات والعلاقات داخل المنظمة وخارجها بهدف تحقيق رضا الزبون وضمان استمرار المنظمة أمام منافسيها في بيئة الأعمال.

تعرف الجودة الشاملة في التعليم الجامعي بأنها جملة الجهود المبذولة من قبل العاملين في المجال التربوي لرفع مستوى المنتج التربوي (الطالب)، بما يتناسب مع متطلبات المجتمع، وبما تستلزمه هذه الجهود من تطبيق مجموعة من المعايير والمواصفات التعليمية والتربوية اللازمة لرفع مستوى المنتج التربوي من خلال تضافر جهود كل العاملين في مجال التعليم.

¹ يوسف حجيح الطائي وآخرون، إدارة الجودة الشاملة في التعليم الجامعي، الوراق، الأردن 2009 ص 185

2- مفهوم وظائف الجامعة وتطورها:

إن وظائف الجامعة وأهدافها تختلف باختلاف العصور وتتغير بتغير متطلبات النظم السياسية والاجتماعية الثقافية والاقتصادية، فبعدها كانت منعزلة عن المجتمع ومشكلاته ومقصود دورها على النشاط الأكاديمي، أصبحت تسعى لخلق شراكة بينها وبين هذا الأخير.²

تعتبر وظيفة التدريس بكافة أنواعه وأشكاله أولى وظائف الجامعة منذ نشأتها إلى يومنا هذا، ولكن بتعدد الحياة اتسعت مسؤوليتها وأصبحت تهدف إلى إعداد إطارات قيادية في مختلف التخصصات وخدمة البيئة والمجتمع، وبالتالي فإن وظيفة خدمة المجتمع وظيفية مستحدثة بعد الوظيفتين التقليديتين للجامعة وهما التدريس والبحث العلمي، ولأهمية ذلك فقد أنشأت بعض الدول ومنها الولايات المتحدة الأمريكية ما يعرف بكلية المجتمع وأولتها اهتماما كبيرا.

3- مبررات تطبيق إدارة الجودة الشاملة في التعليم العالي:

يشير العدد من الكتاب في مجال الإدارة الجامعية إلى أن المنافسة بين الجامعات الحكومية والخاصة،³ والجامعات الوطنية والأجنبية مستمرة وسوف تزداد خلال السنوات القادمة ويرون أيضا أن من أهم التحديات المعاصرة أمام الجامعات ما يلي:

- غياب التنافسية في الأسواق العالمية لخريجي الجامعات الوطنية،
- تدهور الإنتاجية في المجالات العديدة لخريجي الجامعات الوطنية،
- نقص نصيب الشركات الوطنية من السوق العالمي بسبب الموارد البشرية الناتجة عن أنماط التعليم الجامعي الحالي،
- تزايد البطالة بين الخريجين من الجامعات الوطنية.

إن أكبر مبرر لتطبيق إدارة الجودة الشاملة هو إثبات نجاحها في العديد من الدول المتقدمة كأمريكا واليابان وبعض الدول النامية في مختلف مؤسساتها، ومنها مؤسسات التعليم العالي التي تزايد عدد استعمالها لهذا الأسلوب في أمريكا مثلاً من 78 مؤسسة عام 1980 إلى 2196 مؤسسة عام 1991.

كما يمكن إجمال أهم الفوائد، غير تلك المتعلقة بعناصر العملية التعليمية، في النقاط التالية:⁴

² حسن محمد حسن وآخرون، التعليم الجامعي الخاص، التطور والمستقبل، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، مصر، ص 5

³ فريد النجار، إدارة الجامعات بالجودة الشاملة، إيتراك، القاهرة، مصر، ص 73

⁴ محمد عوض الترتوري ود. أغادير عرفات جويحان " إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي والمكتبات ومراكز المعلومات"، دار المسيرة،

- أداة تسويقية تمنح مؤسسات التعليم العالي القدرة التنافسية؛
- دراسة متطلبات المجتمع واحتياجات أفراد والوفاء بتلك الاحتياجات؛
- تحقيق مكاسب مادية وخبرات نوعية للعاملين في المؤسسات التعليمية ولأفراد المجتمع المحلي وللاستفادة من هذه المكاسب والخبرات وتوظيفها في الطريق الصحيح لتحقيق التنمية المجتمعية الشاملة.

4- مؤشرات الجودة في التعليم الجامعي:

- يمكن تحديد بعض المؤشرات التي من خلالها يتم تحسين العملية التعليمية، وهي كما يلي:⁵
- معايير مرتبطة بالطالب: من حيث الانتقاء، نسبة عدد الطلاب إلى الأساتذة، دافعية الطلاب واستعدادهم للتعليم؛
 - معايير مرتبطة بالأساتذة: من حيث حجم الهيئة التدريسية وكفاءتهم المهنية، مدى مساهمة الأساتذة في خدمة المجتمع، واحترام الأساتذة لطلابهم؛
 - معايير مرتبطة بالمنهج الدراسية: من حيث أصالة المناهج وجودة مستواها ومحتواها، ومدى ارتباطها بالواقع؛
 - معايير مرتبطة بالأداء: من حيث التزام القيادات بالجودة، والعلاقات الإنسانية الجيدة، واختيار الإداريين وتدريبهم؛
 - معايير مرتبطة بالإمكانات المادية: مدى استفادة الطلاب من الكتب والأجهزة والأدوات؛
 - معايير مرتبطة بالعلاقة بين الجامعة والمجتمع: مدى استجابة الجامعة لاحتياجات المجتمع والمشاركة في حل مشكلاته.

5- محاور إدارة الجودة الشاملة من خلال المنظور الجامعي:

يمثل فهم محاور الجودة الشاملة اللبنة الأولى لإرساء مبادئ الجودة الشاملة، وأهم هذه المحاور التي تعد ركائز تكريس جودة التعليم هي:

1-1 جودة عضو هيئة التدريس:

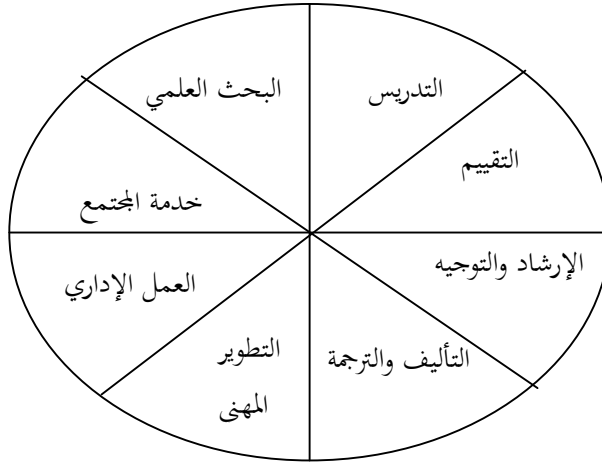
يحتل عضو هيئة التدريس المركز الأول من حيث الأهمية في نجاح العملية التعليمية،⁶ فمهما بلغت البرامج في جودتها فإنها لا تحقق الفائدة المرجوة منها إذا لم ينفذها أساتذة أكفاء، مدربون ومؤهلون، ولتحقيق ذلك يجب

⁵ أحمد إبراهيم أحمد، الجودة الشاملة في الإدارة التعليمية المدرسية، دار الوعاء، الاسكندرية، 2003، ص 175.

⁶ هاشم فوزي دباس العبادي وآخرون، إدارة التعليم الجامعي، مفهوم حديث في الفكر الإداري المعاصر، الوراق، 2009، الأردن، ص 524.

توفر عدد من السمات لدى عضو هيئة التدريس منها: السمات الشخصية - الكفاءات المهنية - الخبرات الموقفية - الكفاءات العلمية - الكفاءة التربوية - الكفاءة الاتصالية - الرغبة في التعليم. ويمكن توضيح دور عضو هيئة التدريس ومهامه من خلال الشكل التالي:

الشكل 01: دور عضو هيئة التدريس



المصدر: الدكتورة رافد عمر الحبري، القيادة وإدارة الجودة في التعليم العالي، دار الثقافة عمان، الأردن، 2010، ص 270

يتضح من الشكل التالي أن أدوار عضو هيئة التدريس تتحدد في: أدواره اتجاه طلابه - أدواره اتجاه الكلية التي يعمل بها - أدواره اتجاه المجتمع المحيط به - أدواره اتجاه نفسه.

2-5 جودة الطالب:

يعتبر الطالب محور العملية التعليمية ولتحقيق جودته لا بد أن تتوفر لديه الاستجابة والالتزام بالنظام الجامعي المعمول به، كما عليه أن يخضع نفسه لعملية التقييم والتقويم الذاتي، بالإضافة إلى وجوب شمولية التقييم والتقويم الذي يخضع له الطالب من قبل عضو هيئة التدريس أو الإدارة لكافة الجوانب وأن لا يقتصر على الجانب المعرفي فقط.

تواجه المؤسسات الجامعية عموما والجامعات العربية خاصة تحديات خلال القرن الواحد والعشرين منها قضية تكافؤ الفرص التعليمية لجميع الطلاب،⁷ من خلال استخدام سلسلة من معايير القبول وليس الاختصار على درجات اختبار مقننة، الطلبة من كبار السن، قضية تمويل التعليم العالي وجعله ميسورا للجميع.

⁷ مهني غنام، اتجاهات وقضايا التعليم العالي للقرن الواحد والعشرين، الدار العالمية، المنصورة 2005، ص 23.

3-5 جودة المناهج:

- يتم تطوير المنهاج من خلال مجموعة من الخطوات، منها:
- ✓ تحديد إستراتيجية التعليم: ينبغي مراعاة خاصيتين:
- وجوب التركيز على العلاقات بين الأشياء؛
- وجوب التركيز على التجديد.
- ✓ دراسة الواقع الحالي في ضوء الإستراتيجية المرسومة: تتضمن طرق التدريس ووسائله، أساليب التقويم، إعداد الأستاذ وتدريبه..
- ✓ التخطيط: اتخاذ مجموعة من القرارات للوصول الى أهداف محددة وعلى مراحل معينة، وخلال فترة زمنية معينة.

3-5 جودة الإدارة التعليمية:

- إن قيادة إدارة الجودة الشاملة تعتبر أمرا حتميا، وجودة الإدارة للمؤسسة التعليمية تنوقف إلى حد كبير على القائد، وذلك من خلال تبني التخطيط الاستراتيجي ومتابعة الأنشطة التي تقود إلى خلق ثقافة إدارة الجودة الشاملة.
- يعد القسم العلمي الوحدة الأكاديمية القاعدية في الهرم الجامعي الأكاديمي،⁸ وعليه فإن مدى فاعلية دوره وقدرته على ممارسة مهامه العلمية مؤثر على فاعلية الكلية والجامعة بالضرورة.
- تتسم القيادات الإدارية والأكاديمية في المؤسسة الجامعية بمثلة بكلياتها وأقسامها ومراكزها البحثية ووحداتها الإدارية السائدة بخصائص وسمات تجعلها تختلف كليا عن القيادات لمؤسسات إنتاجية أو خدمية، الأمر الذي يظهر تأثيره على معايير واليات تعيين واختيار تلك القيادات. إن القائد عموما هو الذي يملك القدرة على التأثير في سلوك الأفراد، ولذلك فإن عميد الكلية هو قائد إداري أكاديمي، ما يتطلب امتلاكه لمجموعة المهارات الفنية والإنسانية والإدراكية.
- وفي الأخير، نؤكد أن مواصفات ISO 9001-2000 في مبدئها الثالث "إشراك العاملين"،⁹ أن العاملين على كل المستويات هم وقود "جوهر" المنظمة، ومشاركتهم الفعالة تمكنهم من إظهار قدراتهم ومواهبهم واستخدامها لصالح المنظمة.
- إن نجاح أي مسار جودة هو بمثابة مشروع الذي يجب أن يبنى باحترام خطوات وأشكال قيادة أي مشروع.

⁸ بسمان فيصل محبوب، إدارة الجامعات العربية في ضوء المواصفات العالمية، م. ع للتنمية الادارية، القاهرة، مصر 2003، ص 15

⁹ Yakoubi khelifa, l'implication du personnel dans la certification ISO et démarche qualité, Magister, Faculté des sciences économiques, Université de Tlemcen, 2008, p 62.

المحور الثاني: الدراسة الميدانية:

الهدف من الدراسة الميدانية:

تهدف الدراسة الميدانية إلى التعرف على مدى التزام الإدارة في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة د/الظاهر مولاي - سعيدة، بتطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة من منظور محور الطالب.

منهجية الدراسة:

استخدم المنهج الوصفي في البحث الميداني، حيث أخذنا عينة من طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وتم استطلاع آرائهم من خلال استبيان، وهو الأداة الوحيدة المستخدمة في هذه الدراسة وذلك بهدف الحصول على البيانات اللازمة من خلال الإجابة على أسئلته، قدر عدد الاستبيانات الموزعة بـ 100 استبيان، استرجع منها 75 استبيان، ولمعالجة هذا الاستبيان قمنا باستخدام برنامج SPSS النسخة 19. ولقد قسمنا الاستبيان إلى قسمين:

— الجزء الأول: متعلق ببيانات أولية خاصة بالطالب ومتكون من أربعة فقرات؛

— الجزء الثاني: يبين مدى التزام الإدارة بتطبيق معايير الجودة الشاملة.

فرضيات البحث:

الفرضية الأولى: حيث تنقسم إلى فرضيتين:

H_0 : الإدارة لا تلتزم بتطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة؛

H_1 : الإدارة تلتزم بتطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة.

الفرضية الثانية:

H_0 : لا يوجد فروق إحصائية لالتزام الإدارة بمعايير الجودة الشاملة تعود لمتغير الجنس؛

H_1 : يوجد فروق إحصائية لالتزام الإدارة بمعايير الجودة الشاملة تعود لمتغير الجنس.

الفرضية الثالثة:

H_0 : لا يوجد فروق إحصائية لالتزام الإدارة بمعايير الجودة الشاملة تعود لمتغير التخصص؛

H_1 : يوجد فروق إحصائية لالتزام الإدارة بمعايير الجودة الشاملة تعود لمتغير التخصص.

الفرضية الرابعة:

H_0 : لا يوجد فروق إحصائية لالتزام الإدارة بمعايير الجودة الشاملة تعود لمتغير النظام؛

H_1 : يوجد فروق إحصائية لالتزام الإدارة بمعايير الجودة الشاملة تعود لمتغير النظام.

المعالجة الإحصائية:

قياس ثبات وصدق الأداة: للتحقق من صدق الاستمارة بمحاورها الرئيسية وضمن ملاءمتها لهدف الدراسة يتم حساب معامل "ألفا كرونباخ"

الجدول 01: جدول يبين صدق الأداة

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,859	10

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي

من الجدول يتضح أن "ألفا كرونباخ" يساوي 0,859 وهذا يؤكد صلاحية الاستبيان للتوزيع على كامل العينة. الدراسة الوصفية للمتغيرات المتعلقة بالبيانات الأولية:

الجدول 02: جدول يوضح بيانات الجنس

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	homme	17	22,7	22,7	22,7
	femme	58	77,3	77,3	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي

يوضح الجدول أن نسبة الطالبات المستلمات للأستبيان تمثل 77,3 % بينما نسبة الطلبة ذكور هي 22,7 % وهذا أمر طبيعي يبرره نسبة الطالبات المرتفعة في الجامعات الجزائرية، بل حتى تفوقهن في المسار الدراسي.

الجدول 03: جدول يوضح بيانات التخصص

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	économie	54	72,0	72,0	72,0
	commerce	21	28,0	28,0	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي

يوضح الجدول أن نسبة الطلاب المستجوبون في تخصص العلوم الاقتصادية يمثل 72,0 % بينما تمثل هذه النسبة بالنسبة لتخصص العلوم التجارية 28,0 %، وما يبرر ذلك هو تخصصات ال د.م.د مفتوحة باسم العلوم الاقتصادية، وكليتنا تشرف على السنة الخامسة من الانطلاق في نظام ل.م.د.

الجدول 04: جدول يوضح بيانات النظام					
		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	classique	29	38,7	38,7	38,7
	LMD	46	61,3	61,3	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي

يوضح الجدول أن نسبة الطلاب المستجوبون في نظام ل.م.د يمثل 61,3 % بينما تمثل هذه النسبة بالنسبة للنظام الكلاسيكي 38,7 %، وما يرير ذلك هو توجه التعليم الجامعي في الجزائر في أغلب تخصصاته نحو تطبيق هذا النظام.

الجدول 05: جدول يوضح بيانات المستوى

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	deuxième année	29	38,7	38,7	38,7
	troisième année	13	17,3	17,3	56,0
	quatrième année	17	22,7	22,7	78,7
	Master	10	13,3	13,3	92,0
	Magister	6	8,0	8,0	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي

ان نسب السنوات المتفاوتة تتناسب مع عدد الطلبة في كل سنة.

اختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى:

H_0 : الإدارة لا تلتزم بتطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة؛

H_1 : الإدارة تلتزم بتطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة.

تقوم الفرضية الرئيسية على مقارنة الوسط الحسابي للمحور لمعرفة مدى التزام الإدارة بتطبيق معايير الجودة الشاملة على أساس سلم ليكارت الخماسي بحيث تكون دلالة المقياس كالاتي:

من 4.2 إلى 5	من 3.4 إلى 4.19	من 2.6 إلى 3.39	من 1.8 إلى 2.59	من 1 إلى 1.79	المتوسط الحسابي
ممتاز	جيد جدا	جيد	متوسط	ضعيف	المستوى

جدول يبين متوسطات المحور، من جدول متوسطات المحور أعلاه يتضح لنا أن الإدارة تلتزم بتطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة بصفة متوسطة.

الجدول 06: جدول يبين متوسط المحور

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
axefac	75	1,00	4,00	2,0867	,70889
N valide (listwise)	75				

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي

اختبار Student:

الجدول 07: جدول يبين نتائج اختبار Student

	Valeur du test = 0					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
axefac	25,492	74	,000	2,08667	1,9236	2,2498

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي

من جدول اختبار ستوننت فإن مستوى الدلالة المحسوب الذي $\text{Sig} = 0$ كان أقل من 0.05 وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية، وبالتالي فإن الإدارة لا تلتزم بتطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة.

الفرضية الثانية:

H_0 : لا يوجد فروق إحصائية لالتزام الإدارة بمعايير الجودة الشاملة تعود لمتغير الجنس

H_1 : يوجد فروق إحصائية لالتزام الإدارة بمعايير الجودة الشاملة تعود لمتغير الجنس

الجدول 08: جدول يبين الفروق بين المحور ومتغير الجنس

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Intervalle de confiance 95% de la différence	
		F	Sig.		
				Inférieure	Supérieure
axefac	Hypothèse de variances égales	,000	,990	-,23650	,54482
	Hypothèse de variances inégales			-,24767	,55598

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي

من الجدول التالي يتضح لنا أن المجتمعين (الرجال والنساء) غير متجانسين حيث أن مستوى الدلالة المحسوب sig هو أكبر من 0.05، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على أنه يوجد فروق إحصائية لالتزام الإدارة بمعايير الجودة الشاملة تعود لمتغير الجنس.

الفرضية الثالثة:

- H_0 : لا يوجد فروق إحصائية لالتزام الإدارة بمعايير الجودة الشاملة تعود لمتغير التخصص؛
- H_1 : يوجد فروق إحصائية لالتزام الإدارة بمعايير الجودة الشاملة تعود لمتغير التخصص.

الجدول 09: جدول يبين الفروق بين المحور ومتغير التخصص

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Intervalle de confiance 95% de la différence	
		F	Sig.		
				Inférieure	Supérieure
axefac	Hypothèse de variances égales	,159	,691	-,66814	,04910
	Hypothèse de variances inégales			-,67364	,05459

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي

من الجدول التالي يتضح لنا أن المجتمعين (العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية) غير متجانسين حيث أن مستوى الدلالة المحسوب sig هو أكبر من 0.05، وبناء عليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على أنه يوجد فروق إحصائية للالتزام بالإدارة بمعايير الجودة الشاملة تعود لمتغير التخصص.

الفرضية الرابعة:

H_0 : لا يوجد فروق إحصائية للالتزام بالإدارة بمعايير الجودة الشاملة تعود لمتغير النظام؛

H_1 : يوجد فروق إحصائية للالتزام بالإدارة بمعايير الجودة الشاملة تعود لمتغير النظام.

الجدول 10: جدول يبين الفروق بين المحور ومتغير النظام

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Intervalle de confiance 95% de la différence	
		F	Sig.	Inférieure	Supérieure
axefac	Hypothèse de variances égales	,179	,673	-,13814	,53019
	Hypothèse de variances inégales			-,12863	,52069

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي

من الجدول التالي يتضح لنا أن المجتمعين (النظام الكلاسيكي ونظام ل م د) غير متجانسين حيث أن مستوى الدلالة المحسوب sig هو أكبر من 0.05، وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على أنه يوجد فروق إحصائية للالتزام بالإدارة بمعايير الجودة الشاملة تعود لمتغير النظام.

الخاتمة:

إن تطبيق إدارة الجودة الشاملة يتطلب ضمان تكوين ذو جودة يستجيب لتطلعات الطالب، وعلى الجامعة العربية بصفة عامة والجامعة الجزائرية بصفة خاصة أن تتأقلم مع التغيرات البيئية حيث عليها أن تمتلك نظم تعليمية سريعة الانسجام للتطورات التكنولوجية ومرونة في إعادة تصميم مناهجها الدراسية من خلال تنفيذ برامجها التعليمية وفق المواصفات المطلوبة لمستوى الإعداد من حيث المعرفة والمهارة في الوقت المحدد، بالاعتماد على نظام أو إستراتيجية اليقظة، بدون إهمال دورها التقليدي في تعزيز مهمتها الثقافية من خلال ترقية القيم العالمية مثل التسامح، التربية، السلم والتفتح على الغير، مع النضال من أجل تعاون دولي متوازن.

- إن النتيجة المستخلصة من دراستنا هي أن الإدارة لا تلتزم بتطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة من منظور الطالب الجامعي، وهو ما يجعلنا نقدم بعض التوصيات التي نراها ضرورية.
- إشراك وانخراط جميع عناصر العملية التعليمية (إدارة، أساتذة، طلبة...) في المجموعة الجامعية؛
 - تعزيز المبدأ الديمقراطي من خلال نظام الاقتراحات وإشراك الطلبة في أخذ القرارات؛
 - توفير جميع المستلزمات التي تساعد الطالب على التحصيل العلمي وبنسبة كافية؛
 - تحديد مؤشرات للكفاءة لضمان جودة العرض التعليمي حسب المقاييس الوطنية والدولية؛
 - تفتح الجامعة على محيطها بمختلف مؤسساته واتجاهاته؛
 - خلق منصب "مسئول إدارة واعتماد الجودة" داخل كل كلية، وأن يعهد إلى أساتذة لهم دراية بمفاهيم إدارة الجودة، كما يجب أن يكون مستقلا في قراراته ويتبع مباشرة من الناحية السلطوية إلى مدير الجامعة؛
 - تفعيل عملية التدريب للأساتذة والإداريين، وإعطاء التكوين البيداغوجي أهميته في دراسات الماجستير أو عند توظيف الأساتذة؛
 - تبني أسلوب المسابقة للالتحاق بالمناصب الإدارية في الجامعة عموما والكليات خاصة.

قائمة المراجع باللغة العربية:

المؤلفات:

1. أحمد ابراهيم احمد، الجودة الشاملة في الإدارة التعليمية والمدرسية، دار الوفاء، الإسكندرية، 2003.
2. بسمان فيصل محبوب، إدارة الجامعات العربية في ضوء المواصفات العالمية، م.ع للتنمية الادارية، القاهرة، مصر 2003.
3. حسن محمد حسن، محمد عطوة مجاهد وأ.د فكري محمد السيد علي، التعليم الجامعي الخاص، التطور والمستقبل، دار الجامعة الجديدة، مصر.
4. مهني غنام، سمير جاد، اتجاهات وقضايا التعليم العالي للقرن الواحد والعشرين، الدار العالمية، المنصورة 2005.
5. فريد النجار، إدارة الجامعات بالجودة الشاملة، ايتراك، القاهرة، مصر 1999.
6. رافد عمر الحريري، القيادة وإدارة الجودة في التعليم العالي، دار الثقافة عمان، الأردن، 2010.
7. يوسف حجيم الطائي، محمد فوزي العبادي وهاشم فوزي العبادي، إدارة الجودة الشاملة في التعليم الجامعي، الوراق، الأردن 2009 .
8. محمد عوض الترتوري وأغادير عرفات جويحان " إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي والمكتبات ومراكز المعلومات"، دار المسيرة، الأردن 2006.
9. هاشم فوزي دباس العبادي، يوسف حجيم الطائي وأفنان عبد علي الأسدي، إدارة التعليم الجامعي، مفهوم حديث في الفكر الاداري المعاصر، الوراق، الأردن، 2009.

قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

1. Yakoubi khelifa, l'implication du personnel dans la certification ISO et démarche qualité, Magister, Faculté des sciences économiques, Université de Tlemcen, 2008.

مجلة

الاستراتيجية والتنمية



المقالات

المحررة باللغة الأجنبية

<u>Président d'honneur:</u>	Pr. M'hammed Med Saleh Eddine SEDDIKI - Recteur de l'Université de Mostaganem
<u>Directeur et Rédacteur en Chef:</u>	Dr. Laadjal ADALA
<u>Directeur Adjoint et Conseiller juridique:</u>	Dr. Djilali BOUCHERF
<u>Comité de rédaction:</u>	Dr. Fatima Zohra ZEROUAT Mr. Mohamed BELBIA Mr. M'hammed BELGACEM Mr. Abdellah BOUGUESSA - Univ. Chlef Mr. Mohammed Abderrezak BOUTAGHANE Mr. El Habib Said GAOUAR
<u>Responsable de la logistique :</u>	Mr. Ahmed ABBASSA - S.G de la Faculté
<u>Cellule d'information et des Relations :</u>	Mr. Mohamed AGHOULAICHE Mr. Bilal DAKIOUS
<u>Cellule d'informatique :</u>	M ^{elle} . Asmaa DRISSI M ^{elle} . Samia DRISSI
<u>Comité de lecture:</u>	Pr. Massika BAADACHE - Univ. d'Alger Dr. Abdelkader ADALA - Univ. Mascara Dr. El hadj BENZIDANE Dr. Khaled Abdelouaheb ELBANDARI - Univ. le Caire- Egypte Dr. Med Mahmoud O. MED AISSA - Univ. Mostaganem Dr. Mohamed RAMDANI - Univ. Mostaganem
<u>Comité Scientifique:</u>	Dr. Abdelkader BRAINIS – Université de Mostaganem - Doyen de la Faculté Pr. Albert LOURDE – Recteur de l'université SENGHOR Alexandrie Pr. Abdelkader BABA - Univ. de Mostaganem- Algérie Pr. Mustapha BELMOKADEM - Univ. de Tlemcen- Algérie Pr. Mohammed BENBOUZIANE - Univ. de Tlemcen- Algérie Pr. Abdeslam BENDIABDELLAH (Doyen) - Univ. de Tlemcen - Algérie Pr. Abdelrazak BENHABIB - Univ. de Tlemcen- Algérie Pr. Abdelkader DJAFLAT - Univ. de Lille- France Pr. Sadia KASSAB - Univ. Dali Brahim- Algérie Pr. Abdelaziz SALEM - Univ. d'Oran- Algérie Pr. Atef gaber TAHA ABDERAHIM - Univ. le Caire- Egypte Pr. Rachid YUCEFI - Univ. de Mostaganem- Algérie Pr. Belgacem ZAIRI - Univ. d'Oran- Algérie Pr. Dalila ZENNAKI - Univ. d'Oran- Algérie Dr. Bachir BEKKAR -Univ. de Mostaganem- Algérie Dr. Maamar BELKHEIR - Univ. d'Oran- Algérie Dr. Kamel BOUSAFI - Univ. d'Alger- Algérie Dr. Nour Eddine CHERIF TOUIL - Univ. de Mostaganem- Algérie Dr. Belkacem DOUAH - Univ. de Mostaganem- Algérie Dr. Mohammed LAID (Univ. de Mostaganem) Algérie Dr. Mohammed El Telili HAMEDY - Univ. El Manestir- Tunisie Dr. Abdellah HAMOUD SERRADJ - Univ. Hadramout- Yemen Dr. Abdelmadjid SAIDI - Univ. de Grenoble- France Dr. Malika SEDDIKI - Univ. Dali Brahim- Algérie



CRITERES DE PUBLICATION

La revue « Stratégie et Développement » est éditée par la faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion –Université Abdelhamid BEN BADIS -Mostaganem. Il s'agit d'une revue scientifique internationale approuvée qui s'intéresse au domaine économique. Elle ouvre un espace à toutes les potentialités en matière scientifique en Algérie et à l'extérieur de par la contribution dans l'un des thèmes relatifs à l'économie et à ses mutations, en Algérie notamment, dans les pays arabes et au niveau international.

Les articles à finalité recherche scientifique édités par la présente revue sont fondés sur des critères de publication auxquels doivent se conformer les chercheurs, en l'occurrence :

- Mention du nom, prénom et adresse accompagnés du numéro du téléphone ou du fax et de l'email, sur une feuille distincte de l'article ;
- Envoi de l'article en un seul exemplaire au moyen du Word, d'un CD ou de l'email de la revue ;
- Ne sont recevables que les articles qui n'ont pas connu de publication auparavant ;
- L'article doit comporter deux résumés dont le volume ne doit pas dépasser une demi-page pour chaque résumé. L'un rédigé en langue arabe, l'autre en langue française ou en langue anglaise. De même que le résumé doit montrer la finalité de la recherche et ses résultats ;
- Le volume de l'article ne doit pas dépasser 30 pages, et ne pas être en deçà de 15 pages, et ce suivant les critères énumérés ci-dessous :
 - L'article réalisé en langue arabe est rédigé selon les caractères (Traditional Arabic), police 14 pour ce qui est du texte, et police 12 pour les chiffres ;
 - L'article rédigé en langues française ou anglaise est saisi en caractère (Times New Roman), police 12 ;
 - La mise en page : H-B : 1,5 , G-D : 1,5 ; Interligne: 1,0 ;
 - Taille papier : L: 17 , H : 24 .
- Il est impératif de respecter les normes académiques et les critères formels en ce qui est de l'élaboration de l'article, à savoir :

- Présentation de l'article en délimitant ses objectifs et la méthodologie employée ;
 - Mentionner les notes de bas de page de façon automatique ;
 - Numéroté les graphes, les tableaux et les dessins, au moyen d'une numérotation progressive et distincte ;
 - En fin de l'article, il y a lieu de rédiger une conclusion qui relate les résultats de la recherche ;
 - Toujours en fin de l'article, mentionner les sources et références selon le classement alphabétique ;
 - En cas de référence ayant trait à une œuvre sur papier, il y a lieu de mentionner le nom en entier de l'auteur(e), le titre de l'ouvrage en caractères différents (le lieu de publication: l'éditeur, l'année de publication)
- Les articles sont soumis à l'examen par un comité scientifique, et ce, pour l'acceptation ou le refus de leur publication, et à tout le moins procéder à des modifications nécessaires ;
 - Ne peuvent être acceptés que les articles transmis par leurs auteurs au moyen du courrier électronique personnel, et ne seront pas retournés, qu'ils aient été publiés ou pas ;
 - La revue conserve l'ensemble des droits inhérents à la publication. De ce fait, une deuxième publication du même article exigerait une autorisation écrite de la revue;
 - Tout article publié sur la revue, est téléchargeable à partir du site de la revue ;
 - Un deuxième article n'est publiable que trois années après la publication du premier ;
 - Les concepts et les opinions exprimés dans les articles n'engagent que leurs auteurs.

Adresse: Revue Stratégie et Développement, Faculté des Sciences Economiques-
site Kharouba, Université de Mostaganem

– W- Mostaganem 27000 , Algérie

Fax: 00213 45421140 - **E-mail:** strg.devp@gmail.com

Site web: www.rsd-dz.net

REVUE STRATEGIE ET DEVELOPPEMENT

*Revue Scientifique Internationale Approuvée Spécialisée
dans le domaine économique*



ISBN: 2011-4793

ISSN : 2170-0982



Numéro : 05 – Juillet 2013

SOMMAIRE

Préface de Monsieur le Vice doyen chargé de la Post graduation, de la Recherche Scientifique et des Relations Extérieures Dr. DOUAH Belkacem			Page 05
Analyse de la performance des agences bancaires algériennes à travers une analyse de données	Dr. Khadidja SADI Dr. Hanya KHERCHI	(l'ENSSEA d'Alger) Algérie	Page 07
L'engagement de l'entreprise à la politique du développement durable et responsabilité sociale par la gestion des ressources humaines: Cas de la Sonatrach	M ^{elle} . BENHALIMA Khayra M ^{elle} . HADJAR Assia	(Univ. de Mostaganem) Algérie	Page 25
TIC et GRH: Quels changements de stratégie pour l'entreprise ? Cas de l'Algérie	M ^{me} . Dalila Bérass Brahmi M ^{me} . Djamila Bélaouni	(Univ. d'Oran) Algérie	Page 49
L'attractivité portuaire: Quel levier pour le développement local ? Ville de Mostaganem	Mr. Yacine BENZIDANE	(Univ. de Tlemcen) Algérie	Page 65
Du risque d'audit à l'audit des risques	Melle FEKIH Nassima Mr. ZIANI Abdelhak	(Univ. de Tlemcen) Algérie	Page 88



PREFACE

Le management et le développement sont deux concepts indissociables du devenir et de l'existence même du monde. De ce fait, il est intéressant d'aborder cette relation dans un esprit analytique.

Même si la pratique «managériale» remonte à l'aube de la genèse de la société, la formalisation du « management » est relativement récente.

Le management comme art de gérer une organisation est le pilotage de son action collective. Il comprend l'ensemble des techniques (notamment de planification, d'organisation, de direction et de contrôle) mises en œuvre dans une organisation pour atteindre ses objectifs.

Il est synonyme de conduite, de direction et même de gestion. Cette dernière consiste à développer une organisation (entreprise, institution, structure) et mettre en place les outils qui organisent, élaborent et diffusent les informations spécifiques comme celles diffusées et incarnées par la revue « Stratégie et Développement », selon une stratégie qui conduit à la prise de décisions, et permettre de tracer les objectifs en fonction des priorités fixées par le gestionnaire.

Le management est étroitement lié à l'histoire et l'évolution de l'entreprise. Cette évolution a marqué la transformation de sa structure de l'entreprise traditionnelle organisée hiérarchiquement selon un organigramme simple , où la propriété et la gestion sont confondues en un même personnage (le patron, souvent fondateur, identifié à son entreprise), à l'entreprise managériale, car le management englobe l'ensemble du personnel responsable d'une entreprise ou d'une organisation, nommés cadres ou dirigeants qui sont appelés à mettre en place et coordonner des fonctions et des personnes qui remplissent ces fonctions de façon à atteindre les objectifs fixés.

Le manager est un professionnel, mais il est moins identifiable à l'entreprise qu'il dirige. C'est un salarié ; il est mobile. La figure du propriétaire s'efface et fait place à une multitude d'actionnaires, l'actionnariat ayant de surcroît une composition souvent très hétérogène (noyau dur, petits porteurs, fonds de placement collectifs,...). Recréer une identité d'intérêt et de vision entre le PDG et les actionnaires suppose d'instaurer des schémas incitatifs à l'adhésion.

D'imminents penseurs ont marqué de leur empreinte, l'histoire du management. D'Henri Fayol (1916) qu'il a conclut que le management est porté par une fonction transversale qu'il nomme « Fonction administrative » et qui a pour objectif de veiller aux cinq grandes fonctions spécifiques en plus des autres fonctions verticales. En passant par Frederick Taylor qui proposait le concept d'organisation scientifique du travail tendant vers une one best way. Celui-ci repose sur la décomposition du travail en gestes élémentaires chronométrés et organisés rationnellement pour former une chaîne de production.

Le facteur humain introduit par L'école des relations humaines devient progressivement un thème de recherche pour le management. Evoqué tout d'abord par Mary Parker Follet en 1920, il fut relié en 1930 par Elton Mayo qui a abordé le management sous un angle psychologique (l'effet howthorne). D'autres éléments ayant trait au management contemporain font leur apparition, en particulier la motivation, l'adhésion et l'intégration des individus.

Le développement est un concept à plusieurs dimensions. Il a désigné pendant des décennies entières l'aspect économique ou purement matériel, un développement qui concerne les évolutions positives dans les changements structurels d'une zone géographique ou d'une population: démographiques, techniques, industriels, sanitaires, culturels et sociaux. De tels changements engendrent l'enrichissement de la population et l'amélioration des conditions de vie. C'est la raison pour laquelle le développement économique est associé au progrès, avec la croissance économique comme composante fondamentale du développement.

L'évolution des relations internationales et la mondialisation a donné naissance à partir des années 1990 au nouveau concept de développement, à savoir le développement durable dans ses trois volets économique, écologique et surtout humain. Cet individu doit inventer un nouveau système de développement – intégrant la préservation forte des ressources naturelles. Sans compter l'affirmation et le respect de valeurs humaines permettant une vie plus harmonieuse de l'Homme sur la planète.

La gestion du développement durable exige des techniques d'analyse et des pratiques de gestion qui permettent de comparer et d'intégrer les objectifs environnementaux, sociaux et économiques et d'aborder les problèmes qui perdurent.

Dr. DOUAH Belkacem

Vice doyen chargé de la Post graduation, de la Recherche scientifique
et des Relations extérieures

Analyse de la performance des agences bancaires algériennes à travers une analyse de données

Dr. Khadidja SADI

Maitre de conférences, École Nationale
Supérieure de Statistique et d'Économie Appliquée
E-mail: Sadikh00@gmail.com

Dr. Hanya KHERCHI

Maitre de conférences, École Nationale
Supérieure de Statistique et d'Économie Appliquée
E-mail: Hanya.kherchi@gmail.com

Résumé :

Les banques Algériennes se trouvent devant une obligation de performance et de résultat. A cet effet, elles doivent se doter des meilleurs outils de gestion et de management, pour piloter l'activité et mesurer la performance de leurs réseaux d'agences (vu que l'agence constitue l'unité de base d'exploitation bancaire).

Il est important d'évaluer individuellement l'activité de chaque agence afin de mieux apprécier le niveau d'atteinte des objectifs de performance par chacune d'elles.

Partant de cette nécessité d'information, nous avons jugé utile de mettre en place une méthodologie objective de classification des agences bancaires. Notre étude de cas par le troisième et dernier chapitre, à travers lequel nous tenterons de mettre en place une méthodologie objective de classification des agences de la banque.

Les agences du CPA sont classifiées selon leur localisation géographique, ce qui est loin d'apporter les renseignements nécessaires aux analyses et études qui pourraient être menées sur le réseau d'agences.

Pour cela, nous allons tenter de proposer une méthode alternative à celle existante. Il s'agit d'une méthode objective qui s'appuie sur des outils mathématiques, à savoir les outils d'analyse des données (ACP et CAH).

Mots clés: Classification, Performance, analyse de données, ACP, CAH.

ملخص:

تواجه المصارف الجزائرية التزاما بالأداء والنتيجة. لهذا الغرض، يجب وضع إدارة أفضل، وتوفير أدوات تسيير فعالة لدفع النشاط وقياس أداء الوكالات، لكون هذه الأخيرة تشكل القاعدة لوحدة العمليات المصرفية. ومن المهم أن نقوم بتقييم فردي لنشاط كل وكالة بغية تحسين تقييم مستوى إنجاز أهداف الأداء لكل واحدة منها.

من هذا المنطلق، وجدنا أنه من المفيد إعداد منهجية موضوعية لتصنيف وكالات البنك. تعتمد الدراسة على أدوات رياضية (نماذج تحليل المعطيات) للتصنيف عكس تلك المستعملة في البنوك والتي تعتمد على تصنيف جغرافي فقط لا يمكننا من قياس أداء هذه الوكالات.

Introduction :

Le monde bancaire et financier connaît depuis quelques années une véritable révolution, sans répit: déréglementation, décloisonnement des activités, désintermédiation et récemment la crise financière internationale. Cette vague de changements s'est accompagnée d'une intensification de la compétition entre différents acteurs de la branche financière notamment l'activité bancaire.

Ainsi, le secteur des activités bancaires, qui est instable et confronté à une concurrence constamment renouvelée, est appelé au perfectionnement des outils de gestion et de management, essentiellement axés sur une exigence de croissance, de rentabilité et de performance.

Etant dans l'obligation de s'adapter à toutes ses mutations économiques, l'Algérie est amenée à revoir et à s'interroger sur la performance de son système bancaire et financier. En effet, l'existence d'un système bancaire et financier performant, sain, solide et dynamique constitue un facteur fondamental à la réussite de toute politique de progrès et de prospérité d'une nation.

Les banques algériennes se trouvent, donc, devant une obligation de performance et de résultat. A cet effet, elles doivent se doter des meilleures outils pour piloter l'activité et mesurer la performance de leurs réseaux d'agences vue que l'agence constitue l'unité de base d'exploitation bancaire.

Il est important de juger individuellement l'activité de chaque agence, afin de mieux apprécier le niveau d'atteinte des objectifs de performance par chacune d'elle.

Partant de ces informations, nous avons jugé nécessaire de mettre en place une méthodologie objective de classification des agences, capable de nous renseigner sur le niveau de rentabilité de chaque groupe d'agences, sur les objectifs de performances atteints par chacun de ces derniers et enfin de connaître leurs contributions dans la performance globale de la banque.

Dans ce sens, nous allons œuvrer pour répondre à la problématique suivante :

"Comment peut-on classifier les agences du réseau d'exploitation du Crédit Populaire D'Algérie suivant le niveau de leurs performances par l'application des méthodes de l'analyse des données (ADD) ?"

A cet effet, nous nous appuyons sur les outils de l'Analyse des Données, à savoir, l'Analyse en Composante Principale (ACP) et la Classification Ascendante Hiérarchique (CAH). L'analyse a été réalisée à l'aide du logiciel XLSTAT Pro 2010.

1. Présentation du Réseau d'agences bancaires du « CPA » :

Notre étude portera sur la classification du réseau d'agences du Crédit Populaire d'Algérie. Il s'agit d'un réseau implanté sur la totalité du territoire national et qui, au 31/12/2009, était constitué de 140 agences bancaires dont 7 sont des agences nouvellement ouvertes.

1.1 Relations hiérarchiques :

L'agence est dirigée par un Directeur nommé par le Président Directeur Général sur proposition du Directeur du Groupe d'Exploitation(D.G.E) et après avis du Directeur du Réseau d'Exploitation(D.R.E), de la Direction des Ressources Humaines(D.R.H) et de la Direction de l'Inspection Générale(D.I.G).

Chaque agence du réseau est rattachée hiérarchiquement au Groupe d'Exploitation(G.E) de sa circonscription géographique à laquelle elle doit rendre compte.

Le CPA dispose d'un nombre de quinze(15) Groupes d'Exploitation. Par conséquent, chaque agence commerciale entretient des relations fonctionnelles avec les agences de son Groupe d'Exploitation et avec l'ensemble des structures de la banque mais elle entretient également des relations externes avec l'environnement, notamment : les confrères, les autorités locales, l'administration locale et autres.

1.2. Les Missions d'une agence CPA :

« L'agence est la structure de base de la banque et constitue son premier centre de production. Les missions fondamentales, qui lui sont dévolues en conformité avec les règlements régissant l'activité bancaire, visent :

- *Le développement de son fonds de commerce par l'amélioration de la part de marché de la Banque dans la région et le lieu d'implantation de l'agence ;*

- *La contribution à l'amélioration des performances économiques de la Banque en termes de résultat et de qualité de gestion »¹.*

En se référant à la définition donnée ci-dessus ainsi qu'au contenu de la lettre commune N°03-2000, chaque responsable d'agence est principalement chargé soit directement, soit par l'intermédiaire de ses différents services de :

- L'exécution des opérations ordonnées par sa clientèle en respectant les procédures comptables en vigueur ;
- L'animation, la coordination, le suivi et le contrôle de l'activité ;
- La connaissance de son environnement économique de proximité et de veiller à la croissance de sa part de marché ;
- L'élaboration et la négociation de sa gestion du budget une fois notifié ;
- L'utilisation rationnelle des moyens humains, matériels et financiers mis à la disposition de l'agence.

1.3. Les fonctions d'une agence CPA:

Les agences du réseau CPA sont organisées en six(06) principales fonctions suivant leur ordre de classement comme suit :

- La caisse ;
- Le crédit ;
- Le commerce extérieur;
- L'administratif ;
- Le contrôle ;
- L'animation commerciale.

1.4. Classification des agences du CPA² :

En fonction de leur localisation géographique, les agences du CPA, font l'objet d'une classification en trois(03) catégories :

- Les agences de catégorie « A » ou première catégorie sont les agences sises au chef lieu de Wilaya ;
- Les agences de catégorie « B » ou deuxième catégorie sont les agences sises au chef lieu de Daïra;
- Les agences de catégorie « C » ou troisième catégorie sont les agences sises au chef lieu de commune ;

¹ Lettre commune N° 03-2003 du 30/07/2003, fixant les missions, fonctions et organisation des agences, p.3.

² Organigrammes des différentes catégories d'agences (ils ne sont pas présentés dans cet article).

2. Intérêt de la classification des agences et Critique de la méthode de classification utilisée

Le but de la classification des agences est de pouvoir former des groupes homogènes en matière d'atteinte des objectifs de performance, et aussi pouvoir les départager selon leur niveau de rentabilité afin de faciliter toutes les analyses concernant ces centres de profit.

En effet, une fois une classification objective en main, le contrôleur de gestion pourrait établir des projections fondées sur les activités des agences d'exploitation sur les années à venir. Ainsi, on pourrait :

- Maintenir les agences les plus performantes à leurs niveaux et les pousser à concurrencer les pratiques des meilleures agences des banques (publiques ou privées) qui constituent l'environnement bancaire algérien (benchmarking externe).
- Encourager les agences équilibrées afin qu'elles puissent atteindre des niveaux de rentabilité plus importants et, de ce fait, améliorer leurs performances.
- Enfin, la classification permet de détecter les agences déficitaires, analyser les causes de ces déficits afin d'y remédier. Le contrôleur de gestion propose alors des solutions qu'il juge utiles et adéquates pour chaque agence, telles que : la délocalisation de l'agence, le renforcement en moyens humains et matériels, révision du système de délégation des pouvoirs ou, dans les cas extrêmes, proposer la fermeture de l'agence.

Par conséquent, la méthode de classification adoptée au CPA qui se base sur des données purement géographiques est loin d'apporter les renseignements nécessaires à leur analyse. En effet, les groupes constitués sont hétérogènes et, de ce fait, certaines agences sont lésées tandis que d'autres sont au contraire surclassées.

Nous pouvons dire, donc, que cette classification est arbitraire et dépassée et c'est dans ce sens que nous avons décidé d'axer notre travail afin d'apporter une méthode alternative à celle en place

3. Présentation des méthodes de l'analyse de données

Après avoir souligné les limites de la méthode par laquelle les agences du CPA sont classifiées, nous proposons certains outils de l'Analyse des Données, qui nous permettront d'obtenir une autre approche de classification.

Il s'agit de regrouper les agences d'exploitations du CPA en groupes homogènes selon des critères financiers et non financiers.

Pour ce faire, nous déroulerons une Analyse en Composante Principale (ACP) pour visualiser la dispersion des agences, et nous construirons une hiérarchie sur les agences par l'algorithme de Classification Ascendante Hiérarchique (CAH). La coupure adéquate de cette hiérarchie nous fournira des classes d'agences à comportements homogènes selon les critères choisis.

Ces techniques nous permettront de former des catégories d'agences et d'analyser chaque groupe par son environnement en nous basant sur certains critères qualitatifs pour affiner l'étude.

1.1. L'Analyse en Composante Principale (ACP) :

L'ACP a pour objet de résumer de grands ensembles de données quantitatives. Ces données sont rangées dans un tableau comportant un grand nombre d'individus et/ ou un grand nombre de variables et la simple lecture de ce tableau ne permet pas de saisir l'ensemble des informations qu'il contient. Cette méthode permet de :

- Visualiser et analyser rapidement les corrélations entre les p variables ;
- Visualiser et analyser les n observations par les p variables sur un graphique à deux ou trois dimensions ;
- Construire un ensemble de k facteurs non corrélés ($k \leq p$) qui peuvent être réalisés par d'autres méthodes (dans notre cas, les résultats de l'ACP seront utilisés par la CAH).

Les critères qui permettent d'obtenir les composantes principales sont : le tableau des données, le point moyen ou centre de gravité, l'espace des individus, l'inertie, l'espace des variables, la matrice de variance-covariance, les composantes principales et les valeurs propres.

3.2. La Classification Ascendante Hiérarchique (CAH) :

La Classification Ascendante Hiérarchique est une méthode qui consiste à *« fournir un ensemble de partitions de E en classes de moins en moins fines obtenues par regroupement successifs de parties. Une classification hiérarchique se représente par un dendrogramme ou arbre de classification »*³.

La classification est hiérarchique car les classes sont emboîtées ; chaque classe nouvelle est obtenue en regroupant deux classes de l'étape précédente.

³ SAPORTA Gilbert, « PROBABILITES, ANALYSES DES DONNEES ET STATISTIQUE », Editions TECHNIP, Paris, 1990, p.251.

Ainsi, les méthodes de partitionnement se proposent de déterminer la meilleure partition possible des individus en un ensemble fixé de classes, tout en respectant un principe fondamental à toute classification, à savoir :

- Maximiser la variance interclasse ;
- Minimiser la variance intra-classe.

Afin d'appliquer ces méthodes théoriques à notre problème, on a utilisé un logiciel statistique nommé « **XL STAT Pro 2010** », qui va nous permettre d'interpréter les fonctionnalités de ces méthodes en un langage informatique.

4. Application de l'Analyse des Données (ADD) :

• Présentation de la base de données :

Notre base de données est constituée de 129 agences suivies durant trois exercices 2009, 2010 et 2011. L'analyse est faite en fonction de 11 variables choisies ci-dessous. La matrice de données est donc sous forme de n lignes et colonnes (129*11).

• Les variables choisies (tableau 1):

L'étape du choix des variables est l'étape la plus importante de notre travail sur la classification des agences. En effet, les variables doivent répondre à la préoccupation suivante : « Quels sont les critères pertinents de regroupements des agences selon leurs performances ? ».

Tableau 1 : liste des variables retenues

Famille de variables	Nom variable	Rôle variable
Les variables de productivité	- Ress - Empl - Nbre doss - Cpte - Ops - Effic.	- le volume des ressources - le volume des emplois ; - le nombre de dossiers crédits reçus - le nombre de comptes ouverts de chaque agence - le nombre d'opérations effectuées - l'effectif de chaque agence
Les variables de rentabilité	- IMP - CA - PNB - FG - R N	- les impayés - le Chiffre d'Affaire - le Produit Net Bancaire, - les Frais Généraux - le Résultat Net

Source : élaboré par les chercheurs

A cet effet, nous avons retenu deux familles de variables qui définissent les performances atteintes, à savoir : les variables de productivité et les variables de rentabilité.

Notre étude sera affinée par une appréciation des résultats obtenus selon des critères qualitatifs. Nous avons retenu :

- La superficie de l'agence,
- Son agencement,
- Ses caractéristiques régionales (nord, sud ou hauts plateaux)
- Ses caractéristiques socio-économiques (zone commerciale ou résidente),
- Ses caractéristiques sociogéographiques.

4.1. Application de l'Analyse en Composante Principale (ACP) ⁴ :

Après avoir déterminé les 129 agences, nous allons procéder à une représentation des agences par l'Analyse en Composante Principale selon les variables précédemment choisies pour parvenir, par la suite, grâce à une Classification Ascendante Hiérarchique, à des groupes homogènes susceptibles d'une interprétation et une analyse exhaustive de la performance.

4.1.1. Etude de la matrice des corrélations :

Le tableau 2 ci-après représente la matrice de corrélation entre les variables qui est un résultat très intéressant à étudier vu qu'il nous permet d'avoir une vision plus complète des données et des interrelations entre les variables.

Tableau 2 : Matrice des corrélations entre les variables.

Variables	RESS	EMPL	EFFC	OPS	CPTÉ	Nbr doss	CA	PNB	FG	RN	IMP
RESS	1	0,67	0,61	0,54	0,48	-0,09	0,79	0,73	0,73	0,76	0,55
EMPL	0,67	1	0,61	0,51	0,41	-0,004	0,76	0,73	0,72	0,63	0,68
EFFC	0,61	0,61	1	0,85	0,73	0,23	0,58	0,53	0,86	0,44	0,55
OPS	0,54	0,51	0,85	1	0,77	0,30	0,51	0,46	0,73	0,73	0,45
CPTÉ	0,48	0,41	0,73	0,77	1	0,19	0,41	0,36	0,56	0,25	0,49
Nbr doss	-0,09	-0,04	0,23	0,30	0,19	1	-0,06	-0,05	0,10	-0,13	0,001
CA	0,79	0,76	0,58	0,51	0,41	-0,06	1	0,98	0,84	0,83	0,59
PNB	0,73	0,73	0,53	0,46	0,36	-0,05	0,98	1	0,80	0,82	0,53
FG	0,73	0,72	0,86	0,73	0,56	0,10	0,84	0,80	1	0,65	0,64
RN	0,76	0,63	0,44	0,37	0,25	-0,13	0,83	0,82	0,56	1	0,57
IMP	0,55	0,68	0,55	0,45	0,49	0,001	0,59	0,53	0,64	0,57	1

Source : résultat de l'analyse avec XL STAT

⁴ L'analyse est réalisée à l'aide du logiciel statistique **XL STAT Pro 2010**.

Les résultats de la matrice de corrélation ci-dessus, nous font ressortir les remarques suivantes:

- La plupart des variables sont corrélées positivement entre elles. Donc, la première composante principale définit un « **facteur taille** ». Autrement dit, les variables étudiées varient dans le même sens au sein des agences. Et vu l'existence du « facteur taille », les agences peuvent être ordonnées des plus petites aux plus grandes dans la première analyse ;
- Nous remarquons également une faible corrélation négative entre la variable « nombre de dossiers crédit reçus » et la variable emploi, ce qui signifie qu'elles ne varient pas dans le même sens. Cela peut être dû à⁵ :
 - Une lenteur dans le traitement des dossiers de crédit ;
 - Des décaissements tardifs des crédits accordés ;
 - Ou bien, des autorisations sans mobilisation de fonds de la part du client.
- Le Nombre de dossiers crédits est également faiblement corrélé négativement avec la variable effectif. Cela est peut être dû à un manque d'effectifs qui pourrait donc être corrigé par un renforcement des effectifs des agences concernées.
- Le Résultat Net (RN) est fortement corrélé positivement avec le PNB, le CA, les ressources et les emplois. nous pouvons dire que le R N est meilleur si le coefficient de corrélation du CA, du PNB, des ressources et des emplois est élevé (fort).

4.1.2. Valeurs propres de la matrice de corrélation :

D'après le tableau ci-dessous, nous remarquons que la 1^{ère} valeur propre ; $\lambda=6,69$ représente 60,84% de l'inertie totale. Cela signifie que le 1^{er} axe factoriel F1, à lui seul, nous renseigne sur 60,84% de l'information.

Tableau 3 : Valeurs propres de la matrice de corrélation

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11
Valeur propre	6,69	1,70	0,77	0,58	0,35	0,29	0,25	0,19	0,13	0,05	0,01
Variabilité(%)	60,84	15,44	7,02	5,24	3,21	2,59	2,26	1,73	1,13	0,43	0,09
Cumulé %	60,84	76,29	83,31	88,55	91,76	94,36	96,63	98,35	99,48	99,91	100

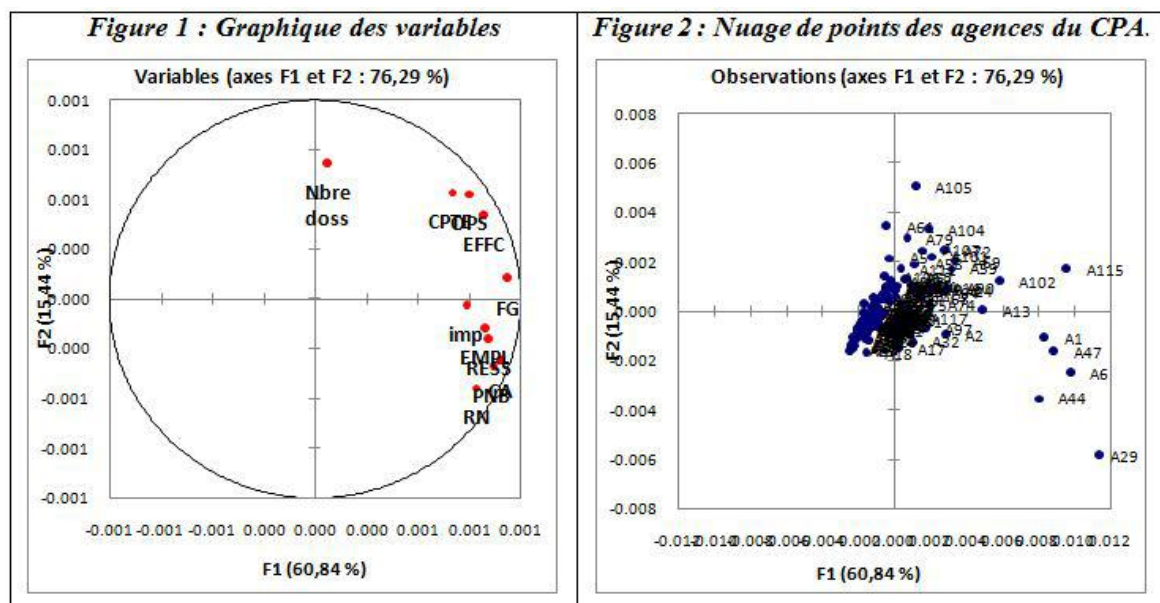
. Source : résultat de l'analyse avec XL STAT

⁵ SAPORTA GILBERT, « PROBABILITE, ANALYSE DES DONNEES ET STATISTIQUES », Edition TECHNIP, Paris, 1990, p.175.

4.1.3. Interprétation du plan de projection :

Le pourcentage (%) de variabilité (inertie) cumulé représenté sur les deux premiers axes (figure 1) est particulièrement élevé puisqu'il représente **76,29%** de la variabilité totale, ce qui nous donne une bonne qualité de représentation sur le premier plan factoriel (axe F1 et F2). Par conséquent, l'introduction du troisième axe factoriel n'est pas nécessaire.

En effet, pour avoir une meilleure interprétation des graphiques, on choisit le plan factoriel dont le pourcentage de variabilité représenté sur ce plan, qui est le plus élevé et le plus significatif possible.



Source : résultats de l'analyse avec XL STAT

• Interprétation des axes factoriels :

La signification des axes retenus est donnée par le cercle de corrélation (figure 1). Le 1^{er} axe explique 60,84% de l'information totale. Toutes les variables se trouvent du côté droit de l'axe F1. En effet, le 1^{er} axe factoriel est lié positivement à toutes les variables, donc les agences seront rangées sur l'axe F1 des plus petites aux plus grandes. On l'interprétera alors comme un « **facteur taille** ».

Il s'agira donc, au deuxième axe, de différencier les agences de « taille » semblable.

Le 2^{ème} axe factoriel F2 est essentiellement lié positivement au nombre de dossiers crédit et il est également positivement lié avec les FG, l'effectif, les opérations et enfin les comptes (elles se situent en haut) mais négativement lié

avec le reste des variables à savoir : les ressources, les emplois, le CA, le PNB, les impayés et finalement le R Net (elles se situent en bas).

Cet axe oppose, donc, la distribution de crédit, les ressources, le CA, le PNB et le RN aux autres variables.

Plus l'agence se projette du côté droit du plan, plus elle est performante. Donc, on peut interpréter l'axe F2 comme un axe de « **Performance** ».

4.1.4. Nuage de points associé aux agences :

Dans un espace de concurrence interne bancaire; chaque agence considérée comme un point dans cet espace, a des caractéristiques concernant les variables de performance. A ce titre, on associe à toutes les agences le nuage de point ci-dessus (figure 2).

Après interprétation du premier plan factoriel, on a conclu que le premier axe F1 représente un facteur taille ; par conséquent, les agences sont organisées le long de cet axe des plus petites aux plus grandes.

Pour le deuxième axe F2, il classe les agences selon leurs performances atteintes. Donc, les agences s'organisent le long de cet axe des plus performantes aux moins performantes.

Nous avons déroulé une Analyse en composante Principale au tableau de données dont nous disposons, mais les résultats, aux quels nous avons abouti ne nous permettent pas de détecter les agences les plus performantes, des moins performantes. Pour cela, une analyse supplémentaire doit être effectuée. Pour notre cas, nous effectuerons une Classification Ascendante Hiérarchique (CAH).

En effet, l'Analyse en Composante Principale est souvent utilisée avant une Classification Ascendante Hiérarchique car elle permet d'identifier la structure de la population et de décrire les proximités entre les individus, alors que la CAH se propose de déterminer la meilleure partition possible des individus en un nombre fixe de groupes (classes) homogènes.

4.2. Application de la Classification Ascendante Hiérarchique (CAH) ⁶ :

Les résultats de la CAH font apparaître trois (03) groupes distincts sur notre nuage de points. Elle nous fait ressortir un groupe de huit (08) agences très performantes, ce qui représente 6% du réseau du CPA. (Le groupe d'agences le plus performant du réseau CPA).

Ces agences jouissent d'un environnement extérieur très favorable à l'atteinte de tels résultats, car elles disposent d'une grande superficie, d'un agencement approprié, elles se situent toutes au nord du pays dans des zones urbaines et commerciales (tableau 4 ci dessous).

⁶ L'analyse est réalisée à l'aide du logiciel statistique *XL STAT Pro 2010*.

Ces agences sont caractérisées par une grande taille, une rentabilité très importante et une forte performance.

- L'agence A29 a un niveau d'activité important et dégage un CA, un PNB et un Résultat Net très élevés tout en maîtrisant le niveau des frais généraux.
- L'agence A1 est l'agence barycentre de ce groupe. Elle présente un bon niveau d'activité (ressources et emplois). En effet, le niveau des emplois est conséquent sans avoir un nombre important de dossiers, ce qui nous renseigne sur la bonne qualité de son portefeuille. En même temps, cette agence réalise de bons résultats avec un effectif restreint et des frais généraux modérés.

C'est ce groupe qui est responsable de la concentration des autres agences autour du centre de gravité. Donc, il serait injuste de les comparer avec les agences qui ne présenteraient pas les mêmes caractéristiques qualitatives.

Par conséquent, nous allons procéder à une étude qui va porter sur les 121 agences restantes afin de déterminer une répartition qui nous renseignerait avec exactitude sur la situation réelle de celles-ci.

Tableau 4 : Caractéristiques qualitatives des agences 1ères catégorie.

Agences	Superficie	Agencement	Caract Région	Caract socio econ	Caract socio géog
A29	2	1	1	1	1
A44	1	1	1	2	1
A6	1	1	1	1	1
A47	1	1	1	1	1
A1	1	1	1	1	1
A13	1	1	1	1	1
A102	1	1	1	1	1
A115	1	1	1	1	1

Source : établi par les chercheurs

4.3. Etude complémentaire :

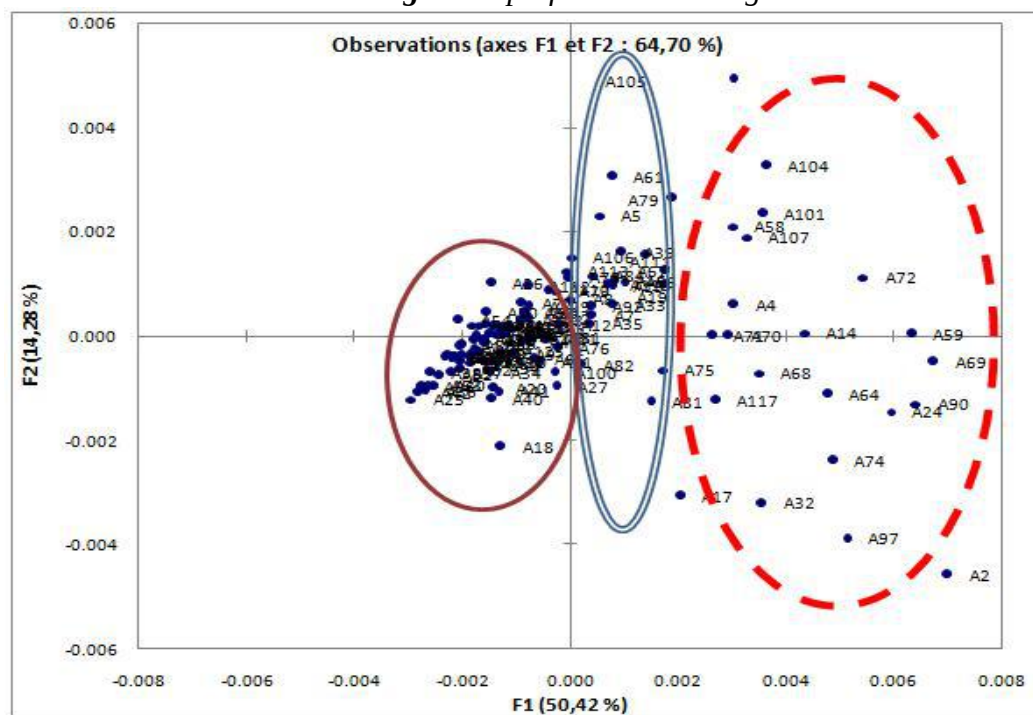
• Application de l'ACP sur le groupe des 121 agences :

L'ACP sera effectué sur cent vingt et une (121) agences en fonction de 11 variables (Emplois, Ressources, PNB, CA,). Ainsi, la matrice des données se présente de la manière suivante : 121 lignes*11 colonnes.

• Application de la CAH sur le groupe des 121 agences :

La CAH fait apparaître trois (03) groupes d'agences distincts, tels que représentés sur la figure suivante :

Figure 3: performance des agences du CPA



Source : résultats de l'analyse avec XL STAT

4.3.1. Analyse des groupes d'agence :

a) Les agences de 1^{ère} catégorie (cercle rouge) :

Ce groupe comprend les 22 agences que la CAH a réunies dans la 1^{ère} classe, en plus des 8 agences citées plus haut.

La 1^{ère} classe représente 23% de l'ensemble des agences du réseau d'exploitation du CPA. On trouve dans cette catégorie des agences de toutes les régions ; la plupart se situent au nord, mais il ya également des agences des hauts plateaux (A69, A72) et une agence du sud, la A71.

Ces agences se distinguent par leur rentabilité importante et leur performance considérable.

- L'agence A2 a un bon niveau d'activité, un CA, un PNB et Résultat Net importants. C'est la plus performante du groupe des 22 agences . C'est une agence d'une superficie moyenne et un agencement acceptable, qui réalise une rentabilité conséquente avec un effectif restreint et des frais modérés.

- L'agence **A97** est également une agence performante. Celle-ci se situe dans la région des hauts-plateaux.

Nous pouvons dire que ces agences constituent des agences **benchmark⁷ interne** des agences bancaires du réseau d'exploitation du CPA, car elles représentent les meilleures pratiques internes du réseau.

b) Les agences de 2^{ème} catégorie (cercle vert) :

L'ensemble des agences de 2^{ème} catégorie regroupe les agences équilibrées en matière de performance. Il représente 27% des agences du réseau d'exploitation du CPA.

Ce sont des agences qui se trouvent pratiquement toutes du côté positif de l'axe F1. On peut dire que ce sont des agences de taille moyenne. Quant à leur dispersion par rapport au 2^{ème} axe factoriel F2, on peut dire que leur niveau de rentabilité et de performance est moyen (équilibré).

c) Les agences de 3^{ème} catégorie (cercle violet) :

Ce groupe d'agences représente la moitié des agences du CPA (50%). Cette catégorie est caractérisée par son homogénéité c'est-à-dire que la dispersion des agences est proche, puisqu'elles ont des comportements similaires des variables. Elles se situent au centre du nuage.

Les agences de cette catégorie se caractérisent par une rentabilité et une performance moins importante par rapport aux agences des autres catégories. Certaines agences arrivent à générer un résultat tandis que d'autres peinent à suivre la cadence des autres agences.

4.3.2. Les caractéristiques de chaque catégorie :

Nous constatons que 17 agences sont restées dans la 1^{ère} catégorie pour les trois années. De même qu'il ya eu celles qui ont évolué, passant :

- De la 2^{ème} à la 1^{ère} catégorie (A4, A72, A101,...) ;
- De la 3^{ème} à la 2^{ème} catégorie (A82, A100,...) ;
- Et même, de la 3^{ème} (en 2008,2009) à la 1^{ère} catégorie(en 2010) à l'image de A17.

Mais en parallèle, nous remarquons qu'il ya des agences qui régressent à travers les années, passant :

⁷ Voir Définition dans ROUACH. M & NAULLEAU G, « Le Contrôle de Gestion Bancaire et direction financière », 5ème édition, Revue banque édition, Paris, 2009, p.344.

- De la 2^{ème} à la 3^{ème} catégorie (A10, A43,...) ;
- De la 1^{ère} à la 2^{ème} catégorie (A27, A39,...).

Les agences du CPA doivent donc faire l'objet d'une attention particulière afin d'éviter de telles régressions.

Nous allons à présent analyser les caractéristiques de chaque variable au sein de chaque catégorie. (Voir tableau ci-après).

Tableau 5 : récapitulatif des caractéristiques de chaque catégorie.

	Ress	Empl	Effc	Ops	Cpte	Nbre doss	CA	PNB	FG	RN	Imp
1 ^{ère} catégorie	60,62%	76,52%	35,73%	38,96%	35,75%	22,63%	81,54%	91,27%	40,41%	101,17%	73,77%
2 ^{ème} catégorie	23,23%	14,07%	31,60%	31,81%	31,21%	44,46%	11,96%	5,84%	27,54%	2,57%	17,77%
3 ^{ème} catégorie	16,14%	9,40%	32,68%	29,22%	33,03%	32,90%	6,94%	2,88%	32,03%	-3,57%	8,46%
Totaux	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Source : élaboré par les chercheurs

Nous remarquons d'après le tableau que 60.62% du volume des ressources et 76.52% du volume des emplois sont détenus par seulement 23% des agences d'exploitation du CPA.

C'est dire le poids et l'importance des 30 agences de première catégorie. Toute la rentabilité de la banque a été réalisée par les agences de première catégorie. En effet, le PNB de ce groupe représente 91.27% du PNB de la banque. Quant à son Résultat, il est de 101.17%. Celui des agences de troisième catégorie est de (-3.75%), nous constatons, donc, que le déficit en matière de résultat des agences de troisième catégorie est compensée par le premier groupe et ce malgré que c'est le groupe le plus minime en nombre d'agences.

5 Etude comparative entre la classification initiale des agences (avant étude) et la classification après application de l'ACP et de la CAH :

Du tableau, ci-dessous, nous remarquons qu'avant l'application de notre méthode de classification, le nombre d'agences de première et de deuxième catégorie est beaucoup plus important par rapport à celui des agences de troisième catégorie. Ceci témoigne du fait que le CPA, localise ses agences au chef lieu de wilaya et de daïra plutôt que dans les communes.

Tableau 6 : Tableau comparatif de la classification des agences

	Classification initiale	Classification après l'étude
Agences de 1 ^{ère} catégorie	56	30
Agences de 2 ^{ème} catégorie	51	36
Agences de 3 ^{ème} catégorie	22	63
Total:	129	129

. Source : élaboré par les chercheurs

Nous constatons un écart très important entre la classification initiale et celle après application des méthodes de l'analyse des données. 30 agences se positionnent en première catégorie contre 56 initialement. En effet, 26 agences de 1^{ère} catégorie se sont déclassées :

- 22 agences sont passées en 2^{ème} catégorie : A8, A16, A19,...
- 10 sont passées en 3^{ème} catégorie : A10, A22, A60,...

En même temps, nous trouvons cinq agences de deuxième catégorie qui ont gagné la 1^{ère} à savoir : A17, A24, A29, A97 et la A117.

En effet, beaucoup d'agences de 2^{ème} catégorie se sont déclassées et sont tombées en 3^{ème} catégorie, à l'image de A9, A28,... A l'inverse les agences comme la A18, A100, A122,... sont passées de la 3^{ème} à la 2^{ème} catégorie.

Nous pouvons dire d'après tous ces mouvements de classes, que la classification traditionnelle a montré ses limites et doit être remplacée par une classification plus objective, qui renseigne sur la réalité des performances des agences bancaires.

Conclusion :

La classification des agences bancaires n'a jamais suscité d'intérêt au niveau des banques publiques. En effet, elles appliquent une méthode de classification basée sur la localisation géographique des agences.

Nous rappelons donc la nécessité pour la banque de disposer de systèmes de mesure des performances de ses agences ; ces systèmes présentent un aspect primordial lui permettant de s'auto-évaluer en vue d'améliorer ses performances.

Enfin, nous pouvons suggérer d'appliquer les méthodes de l'Analyse des Données, en l'occurrence l'ACP et la CAH pour la classification des agences du réseau d'exploitation du CPA et pas seulement. En effet, ces méthodes peuvent être appliquées par toutes les banques algériennes, car c'est des méthodes simples, nécessitant, certes une certaine maîtrise de leur utilisateur. Mais leur application

ne formule aucune exigence en matière de données, ni aucune hypothèse qui ne puisse être réalisée.

Au terme de ce chapitre, la performance de chaque agence est mise en exergue. Une fois que nous avons lié les comportements des agences sur différentes variables grâce à l'ACP et la CAH, nous sommes parvenus à faire des regroupements des agences aux comportements similaires permettant d'apprécier le niveau de performance dans chaque groupe.

Grâce à l'étude des agences du réseau du CPA, nous avons constitué trois catégories d'agences :

- ✓ Les agences de 1^{ère} catégorie (agences performantes) qu'il faudrait maintenir et encourager ;
- ✓ Les agences de 2^{ème} catégorie (agences équilibrées) qu'il faudrait maintenir et encourager d'avantage ;
- ✓ Et enfin, les agences de 3^{ème} catégorie (agences moins performantes, déficitaires) qui enregistrent des faiblesses auxquelles il faudrait remédier rapidement.

Cette étude nous a permis d'établir le benchmarking et les meilleures pratiques en matière de rentabilité et de performance. Cependant, afin d'optimiser le réseau bancaire, il est indispensable de mener cette analyse de performance compte tenu des objectifs stratégiques d'exploitation de la banque, et un référentiel de concurrence externe permettant de faire un meilleur benchmarking.

Bibliographie :

Ouvrages:

1. AGABON M, AMOUSSOUGA F.G, « *Les facteurs de performance de l'entreprise* », Actualité Scientifique, France, 1995.
2. DE COUSSERGUES S, « *Gestion de la banque du diagnostic à la stratégie* », Ed. DUNOD, 4^{ème} édition, Paris, 2005.
3. ERRERA J-M, JIMINEZ C, « *Pilotage Bancaire et Contrôle Interne* », Ed. ESKA, Paris, 1999.
4. GIRAUD F, SAULPIC O, NAULLEAU G, DELMOND M-H, BESCOS P-L, « *Contrôle de Gestion et Pilotage de la Performance* », Ed. MONTCHRESTIEN, Paris, 2002.
5. LORINO PHILIPPE, « *Méthodes et Pratiques de la Performance* », Les Editions d'Organisation, Paris, 1998.
6. SAPORTA GILBERT, « *Probabilité, Analyse Des Données et Statistique* », Ed. TECHNIP, Paris, 1990.

Articles :

1. MAISONNEUVE J-H, MORIN J-Y, « *Management de l'Agence Bancaire* », Revue Banque Edition, Paris, 2003.

2. ROUACH M. & NAULLEAU G., « Le Contrôle de Gestion Bancaire et Direction Financière », 5^{ème} édition, Revue Banque Edition, Paris, 2009,
3. ROUACH M., NAULLEAU G., « Le Contrôle de Gestion Bancaire et Financier », 4^{ème} édition, Revue Banque Edition, Paris, 2006,

Documents internes à la banque :

1. Annexe lettre commune N° 03/93.
2. Lettre commune N° 03-2003 du 30/07/2003, fixant les missions, fonctions et organisation des agences.
3. Rapport Annuel du Crédit Populaire d'Algérie de l'année 2010.

Textes réglementaires :

1. L'Ordonnance 03-11 du 26 Aout 2003 relative à la Monnaie et au Crédit (OMC).
2. Règlement 02-03 du 14 Novembre 2002 portant sur le Contrôle Interne des banques et des établissements financiers

Sites Internet :

- <http://www.bank-of-algeria.dz>
- <http://www.revue-banque.fr>
- <http://www.cpa-bank.dz>.

L'engagement de l'entreprise à la politique du développement durable et responsabilité sociale par la gestion des ressources humaines: Cas de la Sonatrach

M^{elle}. BENHALIMA Khayra

Doctorante, Université de Mostaganem

E-mail: Kira27000@live.fr

M^{elle}. HADJAR Assia

Doctorante, Université de Mostaganem

E-mail: assiahadj28@yahoo.fr

Résumé :

Les entreprises prennent le virage RSE et du DD. Cette nouvelle trajectoire les amène à réviser en partie les pratiques de gestion des ressources humaines (GRH) afin de les aligner sur les principes de RSE/DD.

L'objectif de notre recherche permet de déterminer dans quelle mesure la démarche de RSE/DD pourrait contribuer au renouvellement de la GRH.

En conclusion, l'intégration entre la GRH et la RSE/DD dans l'entreprise repose sur un ensemble cohérent de pratiques qui respectent les droits fondamentaux de l'être; encouragent le développement des compétences et l'adaptation aux changements; encouragent l'accomplissement des employés et suscitent leur engagement et; favorisent une relation d'emploi durable afin d'assurer la performance globale du groupe à long terme.

Mots clés : développement durable, responsabilité sociale des entreprises, gestion des ressources humaines, performance globale.

ملخص:

أصبحت المؤسسات في الآونة الأخيرة تنحدر وفق مسار سياسة المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة. يؤدي هذا المسار الجديد إلى إعادة مراجعة وهيكل آليات وممارسات تسيير المواد البشرية وفق المبادئ والمعايير الدولية للمسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة.

يهدف البحث إلى معرفة مختلف المعايير والأساليب التي جاءت بها المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة والتي تمس بالخصوص آليات وممارسات تسيير المواد البشرية.

من خلال النتائج، توصلنا إلى أن الاندماج بين تسيير المواد البشرية وسياسة المسؤولية الاجتماعية أو التنمية المستدامة داخل المؤسسة، يعتمد على مجموعة من الممارسات المتناسقة والمنسجمة والتي بدورها تحترم

الحقوق الأساسية الذات، وتشجع تطور الكفاءات وتأقلهما حسب التغيرات المختلفة، وكذلك تشجيع العلاقات المستدامة في العمل بين الأفراد من أجل تأمين أداء كلي للمنشأة على المدى الطويل.
الكلمات المفتاحية: التنمية المستدامة، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، تسيير الموارد البشرية، الأداء الكلي.

Introduction :

Le développement durable (DD) est l'une des réponses aux incohérences d'un monde devenu chaotique. Ceci n'est pas une nouvelle théorie et encore moins un nouveau courant de pensée. En fait, ce concept reformule toute une série de modalités de fonctionnement des organisations pour énoncer des principes qui doivent garantir un meilleur équilibre général. En effet les entreprises en premier lieu disposent de leviers considérables dans la déclinaison opérationnelle du DD à l'échelle de leurs marchés et de leurs métiers.

Dans ce contexte, la responsabilité sociale des entreprises (RSE) stipule que l'entreprise est responsable vis-à-vis de ses *shareholders* (actionnaires) et de ses *stakeholders* (Parties prenantes), c'est-à-dire tous les groupes en relation avec elle: de ses clients à ses salariés, en passant par la société civile, les pouvoirs publics et ses sous-traitants. En fait, les entreprises prennent le virage RSE et du DD. Cette nouvelle trajectoire les amène à réviser en partie les pratiques de gestion des ressources humaines (GRH) afin de les aligner sur les principes de RSE/DD.

L'objectif de notre recherche permet de déterminer dans quelle mesure la démarche de RSE/DD pourrait contribuer au renouvellement de la GRH. La question principale soulevée par notre démarche empirique est : *Dans quelle mesure l'entreprise adopte-t-elle la politique du DD / ou exercer la notion de Responsabilité Sociale dans leurs pratiques de gestion des Ressources Humaines (GRH)?* Le fait que notre étude empirique porte sur une seule entreprise (Sonatrach), nous l'avons choisie parce qu'elle présente un cas sensible du processus qui nous intéresse.

A travers une revue de littérature ainsi qu'une analyse de l'articulation GRH-DD/RSE dans la société Sonatrach, on a développés cet article, essayant d'aborder les points suivants :

- Le développement durable et gestion des ressources humaines ;
- Les processus d'une GRH au service de développement durable de l'entreprise ;
- La méthodologie ;
- L'articulation GRH-DD/RSE dans la société Sonatrach.

1. Le développement durable et gestion des ressources humaines:

1.1. Concept du développement durable :

Historiquement, on peut dire que le développement durable (DD) correspond à la rencontre de deux courants de réflexion déjà anciens :

- Le premier s'est développé dès les années 1950 autour de l'idée de «développement» qui s'est peu à peu opposé au concept purement économique de «croissance» ;
- Le second concerne la prise de conscience écologique.

C'est de la rencontre de ces deux mouvements que l'idée de DD est née. Selon la définition proposée en 1987 par la CMED (Commission mondiale sur l'environnement et le développement) dans le Rapport Brundtland, le DD est :¹

« Un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs. »

L'énoncé est simple et la durabilité ne semble trouver sa légitimité que dans la relation intergénérationnelle de satisfaction des besoins.

Une étude plus approfondie de cette définition est nécessaire ; elle fait apparaître trois composantes à la durabilité :

- o **La satisfaction des besoins** peut être envisagée de manière « élargie » : elle comprend alors, outre la consommation de biens et services, l'ensemble des « biens primaires » et droits auxquelles aspirent les personnes, qu'il s'agisse des participations aux décisions politiques, du désir de relations sociales de la vue d'un beau paysage. Autant d'éléments qui concourent à « être bien » ;
- o **La capacité des générations futures à satisfaire leurs propres besoins** pose le problème de la transmission, d'une génération à l'autre, des ressources disponibles : ressources naturelles, infrastructures, capitaux de toutes sortes. Si les ressources naturelles sont épuisées, l'environnement pollué, l'appareil de production en mauvais état, les systèmes sanitaire et éducatif déstructurés, le tissu social déchiré... (tout cela en raison de catastrophes ponctuelles ou de politiques inappropriées..), il est probable qu'il sera difficile de répondre aux besoins du futur d'une manière équivalente à ce qui est fait aujourd'hui ;
- o **La question de l'équité**, notamment entre générations. L'attitude des générations actuelles en matière de production, d'accumulation, de consommation, conditionne le bien-être des générations futures.

¹ Jérôme Vaillancourt, *Évolution Conceptuelle Et Historique Du Développement Durable*, Regroupement National Des Conseils Régionaux De L'environnement Du Québec, Rapport de recherche, Mai 1998, p : 26.

1.2. La responsabilité de l'entreprise pour le développement durable :

En 1987, dans le rapport de la commission mondiale sur l'environnement et le développement, l'ONU a introduit un concept important destiné aux entreprises. C'est le concept d'éco-efficacité : *«On doit encourager les industries et le procédés industriels qui sont plus efficaces en terme d'utilisation des ressources, qui génèrent moins de pollution et de déchets, qui dépendent des sources renouvelables d'énergie plutôt que de l'énergie dérivée des combustibles fossiles, qui minimisent leur impacts nuisibles sur la santé humaine et celle de l'environnement.»*²

L'analyse de cette définition montre trois axes principaux introduisant le décor du concept d'éco-efficacité:

- Générer moins de pollution et de déchets ;
- Utiliser des sources renouvelables d'énergie plutôt que de l'énergie dérivée des combustibles fossiles ;
- Minimiser les impacts nuisibles sur la santé humaine et sur celle de l'environnement.

Un autre concept qui n'est que la continuité de l'éco-efficacité est né : c'est l'éco- conception. Ce dernier est une démarche globale centrée sur le produit. Il s'agit pour les industriels de prendre en compte la protection de l'environnement dans la conception des produits (biens et services) et intégrer la dimension environnementale au coté d'autres préoccupations : attente des clients, faisabilité technique, maîtrise des coûts.

En fait, les entreprises mobilisent des ressources naturelles, forment leur main-œuvre, influent sur les modes de production et de consommation aux quatre coins du monde. Leur pérennité passe par une appropriation et une déclinaison adaptées du DD à leurs spécificités et leurs contraintes. Leur champ de responsabilité est à la mesure de l'empreinte environnementale et sociale de leurs activités.

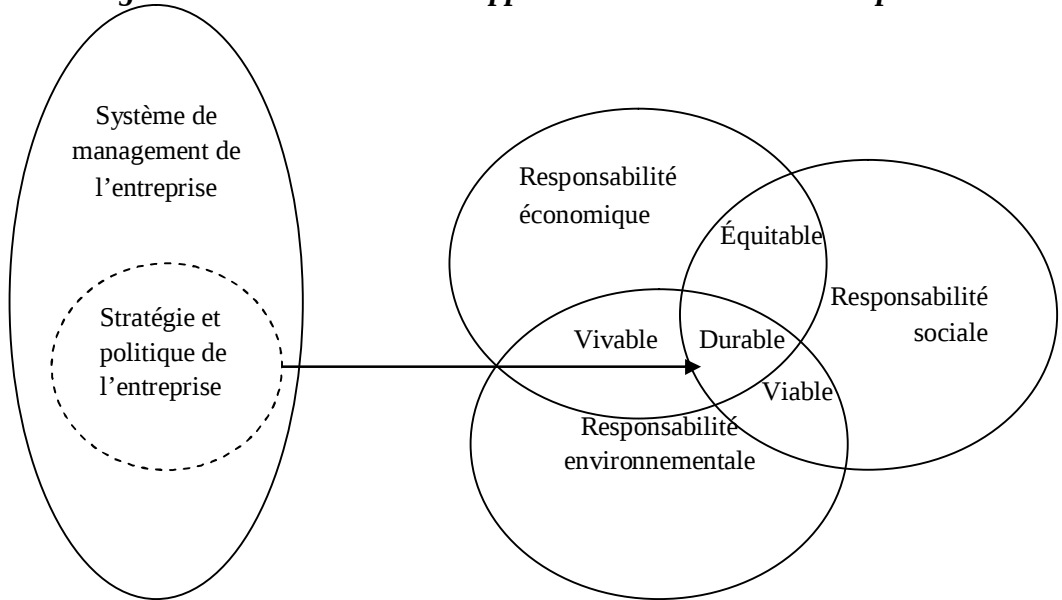
Dans ce contexte, Le *Livre vert*, lancé en juillet 2001 par la Commission européenne définissait la responsabilité sociale des entreprises (RSE), comme «L'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes ».³

² Lise Moutamalle, *L'intégration Du Développement Durable Au Management Quotidien D'une Entreprise*, Edition : L'Harmattan, 2004 , p : 91.

³ Alain CHAUVEAU & Jean-Jacques ROSÉ , *L'entreprise Responsable*, Edition : d'Organisation, 2003, p: 45.

La CSR stipule que l'entreprise est responsable vis-à-vis de ses *shareholders* (actionnaires) et de ses *stakeholders* (Parties prenantes), c'est-à-dire tous les groupes en relation avec elle : de ses clients à ses salariés, en passant par la société civile, les pouvoirs publics et ses sous-traitants. Une entreprise économiquement durable doit donc, à travers un dialogue avec ses parties prenantes, gérer ses impacts sociaux, sociétaux et environnementaux.

Fig.1 : La démarche de développement durable dans l'entreprise



Source : D'après l'Observatoire Sur La Responsabilité Sociétale Des Entreprises (ORSE), Développement Durable Et Entreprises, Un Défi Pour Les Managers, 2004.

Concrètement, une entreprise qui veut exercer sa responsabilité sociale ou s'engager dans le développement durable doit travailler sur plusieurs champs⁴ :

- Respect de l'environnement ;
- Sécurité des produits et de la production ;
- Amélioration du climat et du dialogue social ;
- Respect des droits de l'homme ;
- Ethique, lutte contre la corruption et le blanchiment ;
- Engagement dans sa communauté et le développement local ;
- *Reporting* et le dialogue avec les parties prenantes ;

⁴ Alain CHAUVEAU & Jean-Jacques ROSÉ , op.cit., p: 48-49.

- Adhésion aux normes et labels de la CSR et du développement durable.

1.3. La gestion des ressources humaines au service du développement de l'entreprise :

La GRH est une fonction d'entreprise qui vise à obtenir une adéquation efficace et maintenue dans le temps entre ses salariés et ses emplois, en termes d'effectifs, de qualifications et de motivation. Elle a pour objectif l'optimisation continue des compétences au service de la stratégie d'entreprise, dans la définition de laquelle elle intervient.⁵

Les définitions du DD, qu'elles s'inscrivent dans une perspective macro sociale en assimilant à un développement économique qui ne menace pas le bien être des générations futures ou dans le perspective plus opérationnelle de la *triple Botton line* qui distingue les performances sociale, écologique, et financière de l'environnement. Les générations futures sont avant tout des générations d'être humains, et le «social» constitue bien l'un des trois piliers de la performance au coté des aspects écologiques et économiques⁶. Selon cette première perspective, la GRH est donc inscrite au cœur même du concept du DD puisqu'elle en est une des dimensions : la recherche du DD ne peut que s'appuyer sur la GRH.

Cependant, les ressources humaines peuvent aussi être considérées comme partie prenante de l'entreprise pouvant affecter ou être affecté, directement ou indirectement la politique de DD ainsi que l'activité économique de l'entreprise, conformément au modèle de la théorie des parties prenantes ou *stakeholder theory*. Selon cette théorie, les employés constituent l'une des entités que l'entreprise doit gérer de manière éthique et responsable afin d'en obtenir le soutien et en conséquence d'améliorer la performance globale de l'entreprise.⁷

⁵ J-M, Le Gall, *La Gestion Des Ressources Humaines*, PUF, coll. Que sais-je, 1998, 5^e édition, p:5.

⁶ Emmanuelle REYNAUD, *Le Développement Durable Au Cœur De L'entreprise*, Edition : DUNOD, 2006, p: 85.

⁷ Emmanuelle REYNAUD, op.cit., p: 86.

Tableau 1 : La GRH et le développement durable

Domaines d'intervention	Objectifs de DD	Moyens d'action
Gestion des emplois et des effectifs	• Adapter aux besoins quantitatifs à moyen et long terme (lissage) • Equilibrer la pyramide d'âge • Proscrire la discrimination	• Forme des contrats de travail • Gestion des recrutements • Gestion des départs • GPEC
Gestion des compétences	• Adapter les ressources aux besoins qualitatifs à moyen et long terme • Développer l'employabilité • Concilier besoins individuels et besoins de l'entreprise	• Définition des besoins de l'organisation • Sélection des candidatures internes et externes • Bilans de compétence • Entretiens d'évaluation • Gestion des carrières • Plans de formation / GPEC • Tutorat • Parcours de progrès • Evaluation de la formation
Gestion des rémunérations	• Lier rétribution et compétences • Reconnaître les résultats individuels et collectifs • Reconnaître la fidélité active	• Classification • Augmentation / promotion • Rémunération variable
Gestion de la motivation	• Responsabiliser l'individu et le groupe • Favoriser l'initiative et l'innovation • Communiquer sur les décisions • Susciter et développer des valeurs partagées	• Relations collectives de travail • Politique de rémunération • Entretien d'évaluation • Communication interne

Source : Au delà de l'Internet : Laurent Barraud, Développement Durable Et Gestion Des Ressources Humaines.

2. Les processus d'une GRH au service de développement durable de l'entreprise:

2.1. La gestion de l'emploi et des compétences :

Lors d'un entretien de recrutement, l'une des questions du candidat concerne son évolution professionnelle. Il veut connaître les opportunités possibles et la politique de gestion de carrières de l'entreprise. Pour attirer les bons candidats, les entreprises redoublent d'imagination. Elles leur font miroiter les responsabilités qu'ils exerceront dans les prochaines années ainsi que la rémunération attractive qu'ils pourront obtenir.

A. La gestion des carrières et des compétences :

Une entreprise qui s'engage dans une politique de DD en matière de RH ou exerce sa responsabilité sociale en domaine GRH met en œuvre une gestion responsable des emplois en anticipant les évolutions de marché, les besoins futurs en compétences, les fermetures prévisibles de site et les reconversions métiers. Elle tient compte également de sa pyramide des âges et de son impact dans les années à venir. Elle bâtit des plans d'actions qui anticipent les problèmes économiques et humains.

En effet, la gestion des carrières et des compétences dans l'entreprise responsable est fondée sur l'anticipation et la prévention:⁸

- La stratégie de l'entreprise est traduite en plans à moyen terme ;
- Les compétences nécessaires dans le métier sont définies au même horizon ;
- Les compétences prouvées aujourd'hui disponibles sont auditées ;
- Un programme d'adaptation est élaboré en fonction de l'importance et de la nature des écarts constatés et des départs prévisibles ;
- Chacun est associé à la conduite de l'évolution de ses compétences.

B. La politique de recrutement et d'intégration :

La politique de recrutement dans une perspective de DD en matière GRH repose sur quelques principes ainsi que plusieurs règles d'action.

Le premier principe peut s'exprimer ainsi: recruter pour une valorisation durable des compétences implique une vision dynamique du candidat et du poste. **C'est un principe de valorisation dynamique.**

⁸Au delà de l'Internet : Laurent Barraud, *Développement Durable Et Gestion Des Ressources Humaines*.

Le deuxième principe consiste à privilégier le contenu sur l'emballage. **C'est un principe d'efficacité.**

Le troisième principe vise à minimiser les déchets, autrement dit les risques d'échec. **C'est un principe d'intégration.** Il faut imaginer le nouvel embauché au sein de l'équipe qui va l'accueillir, avoir une vision d'ensemble des compétences, des personnalités et des motivations⁹.

La durabilité d'une entreprise passe par sa capacité à faire évoluer ses salariés qui feront perdurer sa culture identitaire, mais aussi à accueillir des personnes externes, des regards neufs qui vont l'aider à innover. Deux défis qui peuvent apparaître comme antinomiques mais qui sont partis des clés du vivant : **intégrité et innovation.**¹⁰

C. Actualisation permanente des ressources humaines :

Le potentiel humain est une mine d'or, encore peu exploitée. Pour développer ce potentiel, les entreprises investissent dans la formation, mais les résultats obtenus conduisent à un constat d'échec : la formation ne résout pas tous les problèmes d'insertion et d'adaptation au changement.

Aujourd'hui, le savoir est un pré requis pour accéder au monde du travail. Il faut apprendre à apprendre, développer l'autonomie d'apprentissage, passer d'une culture de la formation à une culture de l'apprenance.

Pour les entreprises engagées dans le DD, la formation reste encore le transfert de connaissances et l'acquisition de compétences. Elle ne vise en aucune manière l'autonomie d'apprentissage, autrement dit l'émancipation des salariés. Pour ces entreprises, le lien entre le DD et la culture d'apprenance n'est pas effectif. Pour développer son potentiel, gérer sa propre vie, il est essentiel d'établir des liens avec son environnement, d'en comprendre les évolutions et les mutations.

Pour Donald J.Johnson¹¹, « l'apprentissage tout au long de la vie » n'est pas synonyme de formation « récurrente », mais signifie que, grâce à un effort particulier pour « apprendre à apprendre », un lien permanent est maintenu avec l'éducation. Il s'agit d'un processus continu, qui s'étend à toutes les étapes de la vie et concerne tous les groupes sociaux.

Le vrai défi des entreprises engagées dans la politique du DD en matière GRH se situe dans leur capacité de passer d'une culture de formation à une

⁹ Bernard Calisti & Francis Karolewicz, *RH et développement durable : une autre vision de la performance*, édition : d'Organisation, 2005, p:104,105,106.

¹⁰ Bernard Calisti & Francis Karolewicz, op.cit, p:118.

¹¹ Donald J.Johnson, « *L'apprentissage A Vie Pour Tous* » In Revue L'Observer, n° 214, octobre-novembre 1998.

culture d'apprenance sans laisser pour compte les salariés les moins qualifiés et jugés à faible valeur ajoutée.

Pour une entreprise, les enjeux sont à plusieurs niveaux¹² :

- Actualiser les compétences des collaborateurs.
- Accompagner les changements de métiers et les reconversions.
- Maintenir en emploi des personnes en difficulté.

2.2. La gestion des rémunérations et des conditions de travail :

A. La gestion des conditions du travail :

Nous définirons les conditions de travail comme l'ensemble des facteurs (à l'exclusion des facteurs individuels) qui influencent les conduites (activités physiques ou mentales) et la qualité de vie de travail. On peut distinguer trois niveaux d'analyse des conditions de travail¹³ :

- Conditions intrinsèques du travail : posture, bruit, éclairage, technologie ;
- Conditions extrinsèques : horaires, rémunérations, promotion, relations hiérarchiques ;
- Environnement du travail : transport, législation, logement, environnement géographique et social.

L'entreprise est censées développer les statuts et la places des salariés principalement en ce qui concerne, l'investissement en capital humain, santé et sécurité, et la gestion de changement, ainsi que la manière de traiter les salariés en cas de restructuration. Aussi le dialogue social avec les représentants des salariés et leurs consultations à propos de la politique de l'entreprise ses plans est ses mesures sont fondamentaux, et surtout créateur de légitimité sociétale.¹⁴

La sécurité reste un enjeu majeur pour beaucoup d'activités, notamment industrielles : les accidents de travail, souvent mortels, restent un drame inacceptable mais pas une fatalité, et un nombre croissant d'entreprises issues de tous secteurs mettent désormais en place des politiques de formation et de suivi pour réduire la fréquence et la gravité des accidents.

B. La gestion des rémunérations :

D'une manière générale, la politique de rémunération doit tendre vers une meilleure équité entre les hommes et les femmes, intégrer une variable sur la rémunération en fonction de la situation financière de l'entreprise, faciliter l'accès à l'actionnariat d'entreprise pour que les salariés se sentent davantage impliqués

¹² Bernard Calisti & Francis Karolewicz op.cit, p: 120.

¹³ Armand Dayan, *Manuel De Gestion*, volume 2 ,2^{ème} édition, édition : ellipses, 2004, p: 479.

¹⁴ Boualem ALIOUAT & Chaker BOIGHANBOUZ, « *La Notion d'entreprise Responsable Dans Les Economies Emergentes : Une Analyse Empirique Exploratoire*»,2009.

dans l'entreprise et offrir des services périphériques sous la forme d'avantages en nature, de vrais plus dans le budget d'un salarié.

La politique de rémunération au service du DD de l'entreprise a pour atteindre les objectifs suivants :

- Dépasser la simple équation contribution/ rétribution ;
- Traiter la rémunération comme le gage d'un rapport de travail durable ;
- Donner la primauté à la politique de rémunération sur les fluctuations du marché et les « promotions » de la politique de l'emploi ;
- Gérer un sentiment de sécurité, d'équité, et inciter à l'engagement pour l'entreprise.

Ces objectifs sont fondés sur les moyens suivants :

❖ **Sur la dimension collective :**

- Des règles du jeu connues de tous (et communes à un même groupe) ;
- Des repères constants et durables ;
- La part variable collective (intéressement) reconnaît le rôle des RH dans les résultats ;
- Un équilibre entre les avantages collectifs et les avantages individuelles, entre les éléments directs et les périphériques.

❖ **Sur la dimension individuelle :**

- Une partie suffisante de la rémunération reconnaît les compétences et acquis de l'expérience ;
- La part variable individuelle reconnaît autant les efforts que les résultats ;
- Un suivi régulier sans langue de bois (entretiens annuels).

2.3. La gestion de la cohésion sociale de l'entreprise :

La solidité de l'entreprise repose non seulement sur ses choix stratégiques, mais aussi sur la capacité et la volonté durables et cohérentes de tous ses acteurs :

- À les comprendre, voire à les soutenir ;
- À les mettre en œuvre ;
- Et à donner ensemble à l'entreprise une véritable personnalité.

Pour susciter et développer, l'entreprise repose sur les supports suivants :

- Le management des hommes et des équipes ;
- La responsabilisation individuelle et collective ;
- L'information et la communication ;
- Le partage des valeurs et la culture d'entreprise.

A. Le management des hommes et des équipes :

Une équipe constitue un ensemble d'acteurs en interaction, réunis autour d'objectifs professionnels communs (performance, productivité, création, adaptation, nouvelles normes) et ayant des attributions différenciées (attribution de rôles), selon leurs statuts, expertises et fonctions dans l'entreprise. Les membres d'une équipe entretiennent par conséquent des relations de dépendance et partagent la responsabilité de leurs résultats¹⁵.

La cohésion au sein d'une équipe correspond au degré d'attachement réciproque entre les participants et aux forces émotionnelles et cognitives qui permettent de maintenir ensemble les membres du groupe et de résister ainsi aux risques de désintégration.¹⁶

B. La responsabilisation individuelle et collective :

Responsabiliser c'est donner à chacun conscience qu'il est partie prenante de l'action commune. Une organisation responsabilisée :

- Elle oriente l'action individuelle vers le but commun ;
- Elle permet à chacun de définir lui même ses priorités ;
- Elle concentre l'énergie sur l'action et moins sur les contrôles.

Responsabiliser contribue à faire participer les RH à la construction d'une entreprise durable, et ces formes sont doubles :

❖ Individuellement :

- Par la pratique des entretiens professionnels ;
- Par l'autonomie et la délégation.

❖ Collectivement :

- Par la participation à la définition des objectifs communs ;
- Par des démarches impliquantes comme les démarches qualité ;
- Par des actions d'ouvertures (groupes d'expression ou créativité).

C. L'information et la communication :

La cohésion sociale et la responsabilisation sociale, porteurs et conditions du DD de l'entreprise, sont fortement influencés par sa politique de communication interne.

Il s'agit :

¹⁵ Cohen, Bailey, « *What makes teams work: group effectiveness research from the shop floor to the executive* », Journal of Management, vol.32, n°3, 1997, p: 239.

¹⁶ FESTINGER .L. «*Informal Social Communication*», Psychologie Review, vol.57, 1950, p:271.

- De faire comprendre le cheminement de l'entreprise vers ses objectifs stratégiques ;
- D'expliquer les aléas, les difficultés éventuelles ;
- De renforcer les liens internes ;
- De promouvoir ou renforcer les valeurs.

Dans les entreprises, plusieurs sujets récurrents doivent constituer la base des flux de communication :

- Les informations économiques : objectifs, résultats, données chiffrées liées à l'activité.
- Les informations liées à l'actualité sociale de l'entreprise : formations, évolutions de l'organisation, missions en cours ...
- Les informations à caractère individuel : promotions, initiatives privées, événements familiaux...

Chaque entreprise peut se positionner vis-à-vis de ces différents flux, dans une perspective de progrès.

D. Le partage des valeurs et la culture d'entreprise :

« Le développement durable est une référence capable de concilier les aspirations citoyennes et les exigences économiques »¹⁷. Un constat s'impose :

- C'est une valeur de consensus ;
- C'est une valeur elle-même « durable » ;
- C'est une valeur capable de donner du sens en même temps qu'un sens à l'action professionnelle.

Pour introduire et développer la valeur « DD », l'entreprise prend en considération les moyens suivants :

- Les discours incantatoires, la publicité et même les actions ponctuelles ne suffisent plus ;
- L'engagement de l'entreprise doit être crédible aux yeux de tous en prenant la forme de programmes tels que l'agenda 21 ou d'un véritable projet d'entreprise ;
- Le personnel doit être associé à ce programme ou projet et non seulement informé ou convié.

Par rapport à ces moyens l'entreprise peut retenir quelques objectifs principaux :

- Faire face à des problèmes ;

¹⁷ Au delà de l'Internet : Laurent Barraud, *Développement Durable Et Gestion Des Ressources Humaines*.

- Mobiliser les hommes autour d'un système de valeurs partagées, pour faciliter leur intégration et leur implication ;
- Construire un système de référence visible et connu par tous.

3. Méthodologie :

Sur le plan méthodologique, nous construisons une analyse exploratoire. Nous avons utilisé une démarche d'exploration hybride qui consiste à procéder par aller-retours entre les observations et les connaissances théoriques tout au long de la recherche, cette exploration hybride a mobilisé des concepts issus de la littérature pour donner sens aux observations empiriques. Nous avons ensuite mené une étude empirique pour illustrer les informations théoriques, en analysant le processus par lequel l'entreprise adopte une politique du DD ou exerce la notion de responsabilité sociale dans leurs pratiques de GRH ? Pour ce faire nous avons conduit une recherche exploratoire qualitative auprès de cette grande entreprise algérienne issue de secteur public.

Le fait que notre étude empirique porte sur une seule entreprise, nous l'avons choisie parce qu'elle présente un cas sensible du processus qui nous intéresse. L'objectif de notre recherche permet de déterminer dans quelle mesure la démarche de RSE/DD pourrait contribuer au renouvellement de la GRH. La question principale soulevée par notre démarche empirique est : *Dans quelle mesure l'entreprise adopte-t-elle la politique du DD / ou exercer la notion de Responsabilité Sociale dans leurs pratiques de gestion des Ressources Humaines (GRH) ?*

Nous poursuivons une méthode qualitative, qui est basée sur une analyse de contenu des derniers rapports d'activité annuels de l'entreprise Sonatrach.

4. L'articulation GRH-DD/RSE dans la société Sonatrach :

Sonatrach est une entreprise publique algérienne, constituée en 1963 pour exploiter les ressources en hydrocarbures du pays. Ses activités diversifiées touchent toute la chaîne de production ; exploration, exploitation, transport, raffinage. Elle s'est diversifiée dans la pétrochimie et le dessalement d'eau de mer. Sonatrach est la première entreprise d'Algérie en taille et en création de ressources. L'entreprise qui emploie environ 50 000 salariés (120 000 avec ses filiales), produit à elle seule 30% du PNB de l'Algérie. Son chiffre d'affaires s'élève à 61,2 milliards de dollars, (elle a doublé celui-ci en 3 ans grâce à l'envolée du cours du brut). Première entreprise d'Afrique avec un chiffre d'affaires plus de trois supérieures à celui d'OLD MUTUAL (une compagnie d'assurance anglaise basée à Londres) Sa filiale d'Afrique du sud est la 2^e entreprise d'Afrique. Par ailleurs, elle est le 12^{ème} groupe au niveau mondial,

2ème exportateur de GNL (gaz naturel liquéfié) et de GPL (gaz de pétrole liquéfié) et 3ème exportateur de gaz naturel.

La politique de responsabilité sociale et du développement durable de l'entreprise est déjà à l'œuvre, elle s'accompagne d'une profonde mutation de ses structures et d'une très grande motivation des hommes.

4.1. La stratégie de Sonatrach au service du DD:

La stratégie de la société Sonatrach s'inspire des principes du DD, avec pour objectifs fondamentaux la valorisation et l'optimisation des ressources comme valeur sûre.

Le management intégré HSE¹⁸ constitue le noyau de cette stratégie. Il a été formalisé en avril 2004, date à laquelle la politique HSE du Groupe Sonatrach a été signée par le Président Directeur Général.

La nouvelle loi sur les hydrocarbures N°05/07 du 28 avril 2005, a confortée la démarche HSE, en exigeant « *le plus strict respect des obligations et prescriptions afférentes à la Santé, sécurité du personnel, à l'hygiène et à la salubrité publique, à l'environnement, aux intérêts archéologiques, enfin, à toutes les lois et règlements en vigueur en matière de protection de l'environnement* ».

La stratégie de la société Sonatrach dans le domaine du HSE est basée sur les axes suivants :¹⁹

- La conformité aux exigences légales et réglementaires ;
- Maîtrise des risques HSE induits par les activités du Groupe ;
- L'amélioration des performances HSE par la mise en place d'un Système de Management Intégré Santé, Sécurité et Environnement (HSE-MS) ;
- Développement et valorisation des compétences dans le domaine du HSE ;
- Développement d'une culture HSE ;
- Développement de l'information et la communication en matière de HSE ;
- Participation active à la protection de l'environnement et au développement des communautés riveraines.

4.2. La politique RH de la société «sonatrach» au service du DD :

Le potentiel humain de Sonatrach est important sur le plan qualitatif et quantitatif (120000 avec ses filiales) et constitue un levier essentiel de sa réussite, et dont il est fondamental d'en assurer, de façon continue, la mobilisation, l'engagement et l'implication.

¹⁸ Hygiène, Sécurité, Environnement.

¹⁹ Rapport Annuel HSE 2008, pp: 14 -17.

A. La gestion de l'emploi et des compétences :

❖ La politique de recrutement :

Le groupe Sonatrach reflète la diversité par ses embauches, il a mis en place une politique de renforcement de l'attractivité de l'entreprise en tant qu'employeur auprès d'employés potentiels, aussi il a développé des programmes favorisant l'intégration de chômeurs de longue durée et des politiques de recrutement en faveur de l'insertion des jeunes.

Tableau 2 : Evolution des recrutements par année

Nature	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Cadres/ dont	745	825	990	1218	956	1114	5848
Ingénieurs	349	497	502	742	552	726	3368
Cadres universitaires	392	324	462	422	366	787	2353
Maîtrise/ dont	569	581	920	869	1014	863	4816
Techniciens supérieurs	481	484	749	684	821	773	3992
Exécution	117	125	332	342	732	521	2169
Total	1431	1531	2242	2429	2702	2498	12833

Source : Rapport Annuel 2008 et 2009

Tableau 3 : Evolution de l'effectif féminin

Année	Effectif	Dont / Femmes	Nbe de Femmes/ Effectif %
2004	36626	4088	11.2
2005	37205	4295	11.5
2006	38012	4572	12
2007	39733	5195	13
2008	41204	5548	13.5
2009	47556	6614	14

Source : Rapport Annuel 2008 et 2009

La finalité du groupe Sonatrach est de donner les moyens d'attirer les talents. Et ceci s'appuie sur des principes essentiels :

- Souligner et communiquer les opportunités de développement au sein de l'entreprise ;

- Tisser des relations étroites avec les écoles et les universités ;
- Adapter les processus de recrutement aux besoins et aux spécificités des différentes activités ;
- Mettre en place des processus d'intégration et de formation plus performants.

Durant la période 2004-2009, Sonatrach a recruté 12833 salariés (recrutements externes), dont 76% de ces recrutements ont concerné des universitaires. Les recrutements orientés ces dernières années vers les populations universitaires ont permis une évolution qualitative des effectifs :

- Accroissement des Ingénieurs, des cadres universitaires et des techniciens supérieurs, respectivement de 77%, 71% et 79% ;
- Augmentation de l'exécution de 3%.

Depuis quelques années le groupe Sonatrach a décidé d'embaucher plus de femmes. En fait durant la période 2004-2009, l'effectif féminin a augmenté de 62%, avec un accroissement important des cadres et des techniciens supérieurs (67% et 25%, respectivement).

En 2009 l'effectif féminin s'est situé à 6614 agents, soit 14% de l'effectif global.

❖ La culture de formation continue :

Des plans de formation importants sont mise en place au sein de cellules dédiées et très actives afin de réaliser les objectifs suivants :

- Développer les compétences managériales ;
- Préparer la relève pour les postes clés ;
- Former des spécialistes dans les métiers de base (Forage, Reservoir Engineering...) ;
- Impulser la culture HSE et développer les compétences dans la sécurité industrielle ;
- Professionnaliser les cadres dans les métiers ressources humaines, finances, juridique, audit...
- Développer la spécialisation et l'expertise dans les domaines des finances, de l'économie pétrolière, de la fiscalité pétrolière et du management des projets ;
- généraliser le dispositif d'induction pour tous les cadres nouvellement recrutés.

Graph 1 : Evolution de l'effectif formé par structure

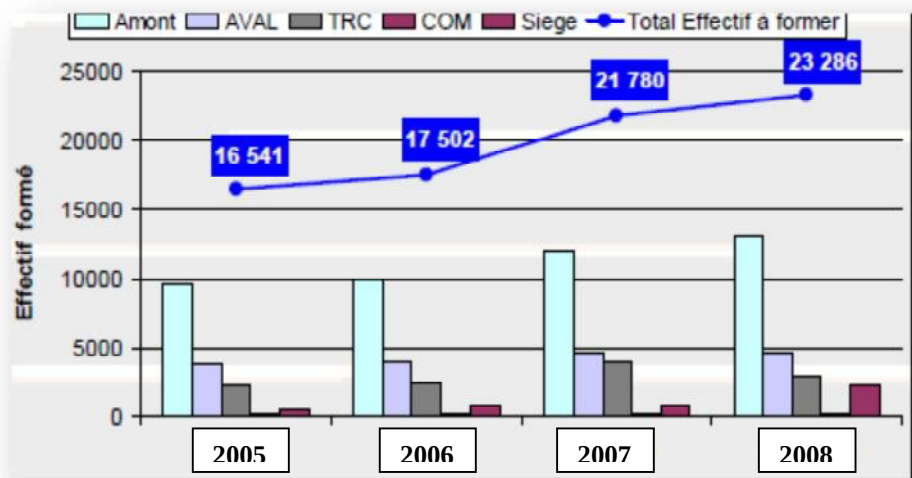


Tableau 4: Pourcentage d'évolution de l'effectif formé

Année	2005	2006	2007	2008
Effectif formé/ effectif permanent total	45%	46%	55%	58%
Durée moyenne de formation par agent	20 jours	26 jours	20 jours	19 jours

Source : Direction Coordination Groupe-RHU

Nous constatons que la formation représente un investissement stratégique et axe de développement privilégié pour améliorer et faire acquérir les qualifications et les compétences aux travailleurs du groupe, capital précieux et principale richesse de ce secteur de l'énergie.

B. La gestion de la rémunération et des conditions de travail :

❖ La politique de rémunération :

En avril 2006, le groupe Sonatrach a lancé officiellement le projet du nouveau système de rémunération. Ce nouveau système repose sur trois valeurs clés : l'équité, en d'autres termes l'équilibre entre la contribution et la rétribution, la transparence dans la compréhension des composantes de la rémunération et la différenciation dans les niveaux de salaire. En effet, il s'articule autour de trois composantes à savoir :

- Classification par rôles et contributions, dont l'objectif est d'expliquer la progression professionnelle et de structurer le niveau de responsabilité avec le niveau de rémunération ;
- Renforcement du salaire de base. Le nouveau salaire offre le moyen d'attirer et de fidéliser les salariés et la possibilité de progresser pour chaque rôle ;
- Une part variable dont le poids est moins lourd dans la rémunération totale.

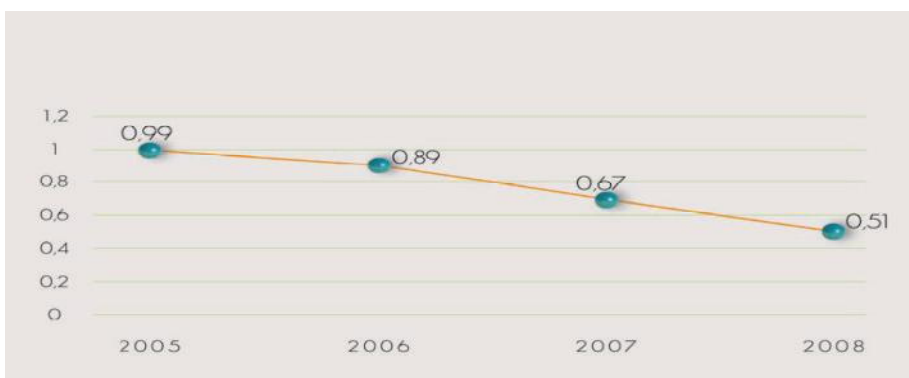
❖ **La politique de santé et sécurité du travail :**

Le Groupe Sonatrach poursuit une politique orientée vers l'amélioration des conditions de travail et la préservation de la santé et de la sécurité de ses travailleurs. Cette politique est fondée sur la planification de l'action préventive et la mise en place de mesures de protection et de prévention au niveau de ses différentes activités.

A propos de la santé du personnel, l'entreprise a mis en place un plan de médecine de travail qui apparaît comme étant une démarche responsable exemplaire. Elle prend à sa charge des consultations médicales et dentaires ainsi que des interventions paramédicales, et même des hospitalisations à l'intérêt de ses employées. Elle assure aussi la protection sociale et l'évaluation médicale. Une carence sociale qui est largement comblée par l'engagement sociétal du Groupe Sonatrach.

Et d'autre part, les programmes socio culturels développés par l'entreprise sont destinés surtout pour les enfants des employés, ces programmes recouvrent un large vecteur d'actions concrètes, et effectivement il constitue un point très important dans la relation de l'entreprise envers ses employés.

Graphe 2 : Evolution du taux de gravité des accidents du Groupe Sonatrach



Source: Rapport Annuel HSE 2008

Un large aperçu sur le bilan des accidents et incidents de l'année 2008 a été donné. Ainsi, il ressort que durant l'année 2008 le Groupe Sonatrach a enregistré 2 343 accidents de travail pour un effectif de 130 000 travailleurs et 290 millions d'heures travaillées.

Les taux de fréquence et de gravité sont respectivement de 5,29 et de 0,51. Les accidents avec arrêt ont connu une diminution sensible par rapport à l'année 2007.

Par rapport aux années précédentes, 2005 jusqu'à 2008, les taux de fréquence et de gravité sont en nette régression. L'amélioration de ces indicateurs est le résultat des actions et des projets mis en oeuvre par les Activités, les filiales et la DC-HSE dans le domaine de la prévention des risques. D'autre part, les chiffres indiquent une nette diminution du nombre de décès entre 2006 et 2008, ainsi qu'une nette diminution des accidents de trajet (mais ils demeurent toujours la cause principale de mortalité), une diminution significative des accidents au poste de travail et du nombre de décès d'origine cardio-vasculaire.

C. La gestion de la cohésion sociale de l'entreprise :

❖ La culture de communication et l'information :

Les progrès réalisés dans le domaine des technologies de l'information et de la communication engendrent des changements profonds dans les modalités de gestion des risques industriels. Disposer de la bonne information au bon moment pour prendre la bonne décision devient un enjeu majeur. En effet, l'occurrence de l'accident GL1k²⁰, classé parmi les accidents majeurs de l'industrie pétrolière mondiale, a déclenché une prise de conscience de la part du groupe Sonatrach quant à l'importance de la sécurité industrielle. L'accident a en effet révélé de graves faiblesses dans les dispositifs de prévention en place, dans celui de la communication et plus généralement dans la culture de sécurité.

De plus, ces entreprises commencent à se rendre compte de la nécessité de la communication et de la pertinence de l'information, puisque le manque de celle-ci a été à l'origine de plusieurs accidents graves dont l'accident Nezla19²¹ où le rapport d'enquête a mis en évidence un problème de communication en plus qu'un défaut dans la trajectoire du puits²².

²⁰ Accident survenu le 19 janvier 2004 au niveau du complexe de liquéfaction de la zone industrielle de Skikda – Algérie. Il a occasionné 27 morts, 80 blessés.

²¹ Accident du puits Nezla 19 Gassi Touil (Hassi Messaoud) survenu le 15 septembre 2006. Il a causé 09 victimes.

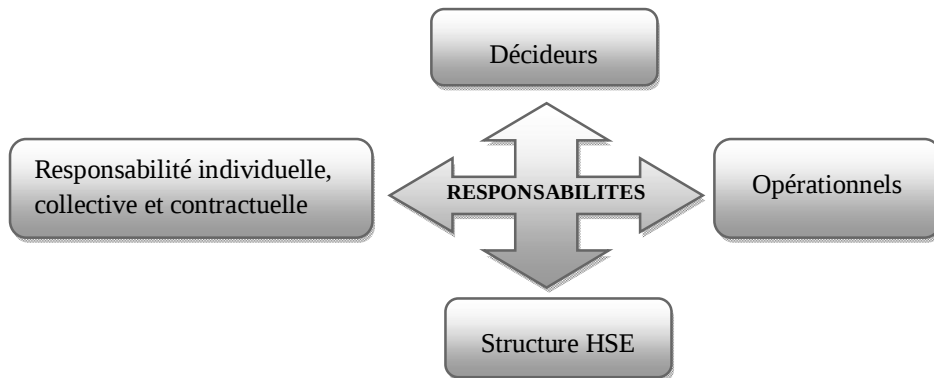
²² Rapport établi par la société Boots & Coots.

La culture de l'entreprise s'alimente par la communication et le Retour d'Expérience qui s'appuient principalement sur l'information, la connaissance et l'expérience.

Dans le contexte de la société Sonatrach, beaucoup de changements ont été imposés sur le plan du management.

❖ La responsabilité :

Fig.2 : Les éléments de responsabilités



Source: M^{elle}. Henni, Séminaire sur « Politique HSE du Groupe Sonatrach ».

Conclusion :

nouveau qu'elles font porter sur les ressources humaines, aux pratiques nouvelles dont elles forcent l'émergence.

A partir de cette lettre et les données précédentes, on constate que l'intégration entre la GRH et la RSE/DD dans l'entreprise Sonatrach repose sur un ensemble cohérent de pratiques qui respectent les droits fondamentaux de l'être humain (intégrité physique et mentale, égalité des droits, conditions de travail satisfaisantes); encouragent le développement des compétences et l'adaptation aux changements; encouragent l'accomplissement des employés et suscitent leur engagement et; favorisent une relation d'emploi durable afin d'assurer la performance globale du groupe à long terme.

Dans ce fait, l'entreprise Sonatrach veille de respect des réglementations locales et internationales en matière de ressources humaines.

En conclusion, les clés d'une gestion responsable des ressources humaines comme suit :

- La confiance (en autrui et en soi) ;
- La crédibilité et la compétence du management, la transparence de la communication interne ;
- Le respect de la contribution et de la valeur de chacun ;
- La répartition équitable des opportunités : rémunération, formation, etc.
- La fierté-la valeur que chacun attache à son travail, à la tâche commune et au fait d'être associé à l'entreprise ;
- L'esprit de camaraderie ou d'amitié, le sentiment d'appartenance à une communauté sur le lieu de travail.

Bibliographie :

1. Les ouvrages :

- Alain Chauveau & Jean-Jacques ROSÉ , *L'entreprise Responsable*, Edition : d'Organisation, 2003.
- Armand Dayan, *Manuel De Gestion*, volume 2 , 2^{ème} édition, Edition: ellipses, 2004.
- Assen Slim, *Le Développement Durable «Idées Reçues»*, Edition: Le Cavalier Bleu, 2007.
- BEAT BÜRGENMIER , *Économie De Développement Durable*, 2^{ème} édition, Edition : de Boeck, 2005 .
- Bernard Calisti & Francis Karolewicz, *RH Et Développement Durable : Une Autre Vision De La Performance*, Edition : d'Organisation, 2005.
- Daniel Belet, *Devenir Une Vraie Entreprise Apprenante: Les Meilleures Pratiques*, éditions d'Organisation, 2002.

- Dimitri WEISS, *Les Ressources Humaines*, édition : d'Organisation, 3^é me édition, 2001.
- Dubigeon Olivier, *Mettre En Pratique Le Développement Durable: Quels Processus Pour L'entreprise Responsable ?* Édition : village mondial, 2002.
- Emmanuelle REYNAUD, *Le Développement Durable Au Cœur de L'entreprise*, Edition : DUNOD, 2006.
- Geneviève Féron, Charles-Henri d'arcimoles, Pascal Bello, Najib Sassenou,
- *Le Développement Durable : des Enjeux Stratégiques pour L'entreprise*, Edition : d'Organisation, 2002.
- J .Igalens et Joras M, *La Responsabilite Sociale des Entreprises, comment Rédiger le Rapport Annuel?* Éditions: Organisation, 2002.
- J-M, Le Gall, *La Gestion des Ressources Humaines*, PUF, coll. Que sais-je, 1998, 5^éme édition.
- JEAN-PIERRE CITEAU, *Gestion des Ressources Humaines*, édition : ARMAND COLIN, 4^e édition, 2002.
- Lise MOUTAMALLE, *L'intégration du Développement Durable Au Management Quotidien d'une Entreprise*, Edition : L'Harmattan, 2004.
- Michel Dion & Dominique Wolff, *Le Développement Durable : Théories et Applications au Management*, Edition : Dunod, 2008.
- Patrick d'Humières, *Le Développement Durable : Le Management de L'entreprise Responsable*, Edition : d'Organisation, 2005.
- Robert le Duff, *Encyclopédie de la Gestion et du Management*, Édition: Dalloz, 1999.

2. Les revues et les articles :

- Franck-Dominique Vivien, *L'économie Mondiale Face Aux Défis de Demain*, Découverte De L'économie vol .2 . Cahiers français n° 347.
- Boualem aliouat & chaker boighanbouz, « *La Notion D'entreprise Responsable Dans Les Economies Emergentes : Une Analyse Empirique Exploratoire* », 2009.
- Cohen, Bailey, « *What makes teams work: group effectiveness research from the shop floor to the executive* », Journal of Management, vol.32, n°3, 1997, p: 239.
- G.Trepo & M.Ferray, *La Gestion des Compétences : Un Outil Stratégique*, Sciences Humaines, n° 81, mars 1998.

- J ROJOT et A LE FLANCHEC, *Une Etude de la Relation Entre Stratégie D'entreprise et Pratiques De GRH A Travers L'enquête RÉPONSE*, revue de GRH n° 51, éditions: ESKA, 2004.
- Laurent Barraud, Séminaire Intitulée: «*Développement Durable et Gestion des Ressources Humaines*». (www.dtefp-moyotte.travail.gouv.fr).
- Melle Henni. H, Séminaire Intitulée: «*Politique HSE du Groupe Sonatrach*».

3. Les rapports :

- Jérôme Vaillancourt, Évolution Conceptuelle Et Historique Du Développement Durable, Rapport de recherche, Mai 1998.
- Rapport Annuel Sonatrach, 2007-2008-2009.
- Rapport Annuel HSE, 2008.

4. Les journaux :

- Abdellah Mahdad, «Compétence, facteur de développement durable et acteur économique à promouvoir », le Quotidien d'Oran, 25/02/2009.
- Mostefa Zerouali, «Le développement durable : l'Algérie entre rêves et impératifs», le Quotidien d'Oran, 04/02/2009.

TIC et GRH: Quels changements de stratégie pour l'entreprise ? Cas de l'Algérie

Dalila Bérass Brahmi

Maitre Assistante-A- Université d'Oran es-sénia

E-mail brahmi_dalila@yahoo.fr

Djamila Bélaouni

Maitre assistante-A- Université d'Oran es-sénia

E- mail djamila_belaouni@yahoo.fr

Résumé :

Notre article s'intéresse au rôle important que jouent les TIC dans l'entreprise et particulièrement au niveau de la gestion des ressources humaines (GRH) en prenant comme exemple l'intranet avec les questionnements suivants : Comment caractériser aujourd'hui la place des technologies de l'information et de la communication dans la GRH ? Quels sont les changements d'organisation associés à ces technologies ? Comment ces technologies sont-elles mises en œuvre ?

Nous ferons un état de l'art sur la question pour tenter de corroborer nos propos à travers un examen de la question en cernant le comportement dans certaines entreprises de l'ouest algérien... Nous adopterons l'enquête par questionnaire et nous tenterons de faire ressortir un état des lieux sur la question.

Suite à notre enquête, nous pouvons affirmer que les TIC ont été réellement introduites dans les entreprises mais ne sont pas exploitées et se limitent à des fonctions basiques comme la messagerie ou les informations alors qu'il existe des intranets plus élaborés destinés au partage et la gestion des connaissances. Il est noté également qu'il n'y a pas eu de changement organisationnel suite à l'introduction de cet outil.

Mots clés : TIC- GRH- intranet- changement-organisation

ملخص:

تتناول هذه المقالة أهمية دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال الأعمال التجارية وخاصة في مجال إدارة الموارد البشرية (HRM)، مع الأخذ كمثال "الإنترنت" مع الأسئلة التالية: كيف يمكن لنا أن نشخص دور التكنولوجيا اليوم المعلومات والاتصالات في إدارة الموارد البشرية؟ ما هي التغييرات التنظيمية المرتبطة بهذه التكنولوجيات؟ كيف يتم تنفيذ هذه التكنولوجيات؟

سيكون لدينا حالة من الفن في هذه القضية في محاولة لتأكيد كلامنا من خلال النظر في هذه المسألة عن طريق تحديد السلوك في شركات معينة في غرب الجزائر ... سنتعمد على الاستبيان وسنحاول لإخراج تقرير حالة بشأن هذه المسألة.

من خلال التحقيق، يمكننا القول أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قد أدخلت في الواقع في الأعمال التجارية ولكن لم يتم استغلالها وتقتصر على الوظائف الأساسية مثل الرسائل أو المعلومات عند وجود الشبكات الداخلية الأكثر تطورا للتبادل، والملاحظ في إدارة المعلومات أيضا أنه لا يوجد أي تغيير تنظيمي بعد إدخال هذه الأداة

كلمات مفتاحية: تكنولوجيا الإعلام و الاتصال - تسيير الموارد البشرية - إنترنت - تغيير - التنظيم

Introduction :

Les TIC constituent le fondement de la nouvelle économie mondiale basée sur l'informatique et l'information.

L'ancien modèle informatique qui avait vu le jour dans les années 50 n'a plus sa place de nos jours. La fin des années 80 et début 90 seront celles de la transition vers un nouveau modèle. Les organisations qui ne sauront pas faire cette transition échoueront. En effet, les TIC ont été un vecteur déterminant du changement dans les entreprises car les nombreuses possibilités qu'elles ont proposées au rythme des innovations ont répondu aux besoins de l'économie. L'évolution du système d'information a été marquée par des vagues successives de centralisation, comme l'automatisation dans les années 1950 ou la mise en service des progiciels de gestion intégrés, et de décentralisation comme l'arrivée de l'informatique individuelle ou plus récemment des technologies Internet.

La nature et les applications des TIC dans l'entreprise connaissent des transformations fondamentales. Ces bouleversements ont des conséquences profondes sur l'entreprise aidant celle-ci à améliorer son efficacité structurelle et sa compétitivité.

Les technologies de l'information et de la communication offrent de larges possibilités de traitement des informations et des communications entre individus et fonctions de l'organisation. A ce titre, elles apparaissent de plus en plus souvent, au premier abord, comme le complément ou le préalable indispensable à toute transformation des entreprises visant la recherche d'une plus grande flexibilité, la capacité de créer des coopérations transversales entre ses différents métiers et fonctions, Ce travail s'articule autour de l'examen des trois questions essentielles suivantes: Comment caractériser aujourd'hui la place des technologies de l'information et de la communication dans la GRH ? Quels sont les

changements d'organisation associés à ces technologies ? Comment ces technologies sont-elles mises en œuvre ?

Section 1 : Les Technologies de l'information et de la communication

1.1 Définition :

Regroupant les techniques utilisées dans l'informatique, Internet ou les télécommunications, les TIC ou technologies de l'information et de la communication ont investi le monde du travail depuis plusieurs décennies et l'ont transformé. La plupart des domaines d'activité les ont adoptées.

Le terme¹ « technologies de l'information et de la communication » (TIC) est actuellement utilisé pour désigner un large éventail de **services**, **d'applications** et de **technologies**, faisant appel à divers **équipements** et **logiciels** fonctionnant souvent par l'intermédiaire de **réseaux** de télécommunication.

- **Les services** : traditionnels qui sont la téléphonie fixe et le fax ; les autres nouveaux services qui sont l'e-mail, le transfert de fichiers et surtout l'Internet ;
- **Les applications** : vidéoconférence, télétravail, apprentissage à distance, systèmes intégrés de gestion et de gestion des stocks ;
- **Les technologies** : « anciennes » que sont la radio ou la télévision et « nouvelles » comme la téléphonie mobile cellulaire ;
- **Les réseaux** : d'une part les liaisons filaires par câble en cuivre ou en fibres optiques et d'autre part les liaisons sans fil ou les liaisons mobiles cellulaires et les liaisons par satellite ;
- **Les équipements** : les combinés téléphoniques, les ordinateurs et certains composants de réseaux tels que les stations de base pour les services non câblés ;
- **Les logiciels** : sont l'âme même de tous ces composants : ils renferment l'ensemble des instructions nécessaires à chacun d'eux, qu'il s'agisse de système d'exploitation ou d'Internet.

I.2 L'utilisation des TIC :

Bon nombre des services et applications sont disponibles dès lors qu'un service de téléphonie est assuré : les technologies qui sont utilisées pour transmettre la voix peuvent également l'être pour transmettre des fax, des données et des images numériques compactées.

¹ Marcellis. N (de), Gratacap.,A (1999), « La notion de TIC : une perspective historique »Revue Communications et Stratégie, pp 10-15

L'importance des TIC n'est pas la technologie en soi, mais leur capacité à donner accès à la connaissance, à l'information et aux communications, qui sont autant d'éléments qui comptent chaque jour davantage dans les interactions économiques et sociales d'aujourd'hui.

I.3 Les caractéristiques des TIC :

Bobillier-Chaumon ² (2003) classe les TIC en 5 points comme outils de diffusion de l'information (internet et ses dérivés), de partage de l'information (groupware, workflow), de gestion et de régulation de l'information (GED, ERP), d'aide à l'acquisition des connaissances (visioconférence, e-learning), d'aide à la prise de décision (système expert, knowledge management).

Section 2 : Les TIC dans l'entreprise.

L'introduction et le développement des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les entreprises s'inscrivent dans un contexte général caractérisé par des exigences en matière de qualité, de réactivité, d'innovation et de développement de services. Dans ce cadre, le facteur humain joue un rôle central dans la mesure où il détermine l'intégration des TIC dans l'entreprise et l'appropriation par l'ensemble des utilisateurs.

Les savoirs ainsi que les informations sont des matières premières que les entreprises doivent acquérir, transformer, et traiter afin d'optimiser l'efficacité de l'ensemble des services au sein de celles-ci. En effet, face à un environnement en continuelle mutation les entreprises se voient dans l'obligation de « dénicher » les solutions de plus en plus sophistiquées afin d'accroître leur potentiel de compétitivité.

Dans ce sens les technologies de l'information et de communication (TIC) sont devenues des alliées privilégiées pour les entreprises puisqu'elles permettent à celles-ci de détenir une information plus fiable et pertinente et ce, dans les meilleurs délais. Ainsi grâce aux changements profonds que ces technologies ont permis d'instaurer au niveau de certaines fonctions de l'entreprise (le service commercial ; la production...) elles ont été introduites au niveau de la gestion des ressources humaines.

Depuis, plusieurs solutions technologiques ont été conçues spécialement pour accroître l'efficacité de cette fonction au sein de l'entreprise allant des

² Bobillier-Chaumon, M.E. (2003). Evolutions techniques et mutations du travail émergence de nouveaux modèles d'activité. in Vol. 66, n 2 Le Travail Humain.

progiciels métier (logiciels spécialisés dans la gestion de la paie, la mobilité...) jusqu'à l'intranet ressources humaines.

Section 3 : Les TIC dans la fonction Ressources Humaines.

Actuellement les entreprises procèdent de plus en plus à l'introduction de ces technologies dans leur fonction ressources humaines aspirant au perfectionnement de celle-ci de manière à ce qu'elle permette de jouer un rôle plus stratégique en traitant le cas de l'intranet comme technologie largement utilisée au sein de la fonction ressource humaine et vu également la multitude des solutions apportées par celle-ci en matière de gestion des ressources humaines. Selon M.Kalika³, « tous les secteurs, tous les métiers, toutes les fonctions de l'entreprise ont été ou seront bouleversés par internet ».

3.1 L'intranet, une technologie interactive dans l'entreprise :

Comme toute technologie interactive, l'intranet est appliqué au sein des entreprises et notamment au niveau des ressources humaines. Permettant une meilleure circulation de l'information et une amélioration de la communication entre les acteurs organisationnels, cette technologie est de plus en plus prise en compte par les entreprises désireuses d'améliorer leur flexibilité et accroître leur compétitivité. De quoi s'agit-il ? Et quelles sont ses différentes applications au sein de l'entreprise ?

3.1.1 Définition :

Selon M. Germain⁴, « l'intranet peut être défini comme un moyen servant à relier plusieurs employés dans l'entreprise par le biais du réseau local dans le but de faciliter leur communication, leur collaboration et la gestion de leur travail à travers un simple navigateur. »

Le réseau intranet fonctionne exactement de la même façon avec les mêmes moyens et les mêmes logiciels que le réseau internet. La seule différence est qu'il ne s'agit pas d'un réseau ouvert car seules peuvent s'y connecter les personnes autorisées. Il peut être extrêmement petit (quelques PC dans une PME) ou très grand et relier comme c'est le cas pour des groupes mondiaux, des milliers d'ordinateurs. L'infrastructure étant identique dans les deux cas.

Il s'agit d'un moyen simple de partager les informations à l'intérieur de l'entreprise, principalement quand toutes les unités ne se trouvent pas sur un même site. Facile à mettre en œuvre de façon décentralisée, il offre l'avantage

³ Kalika M., (2006), « Les TIC et la fonction RH », Cahiers français n°333 juillet, aout.

⁴ Germain.M, , (2002), « L'intranet », édition economica, chapitre1

pour l'utilisateur de disposer d'une interface identique quelque soit le poste de travail auquel il se connecte.

L'intranet facilite la communication et la transmission des informations. A titre d'exemple nous pouvons citer l'état des présences au travail, l'absentéisme, la gestion des congés et des sessions de formation...

Les progiciels qui sont des logiciels pro actifs permettant d'enregistrer des informations, de les capter et de les mobiliser de manière à fournir un résultat construit en termes de G.R.H telle que la gestion paie ou du personnel...

3.1.2 Les applications TIC et la fonction Ressources Humaines.

Il s'agit en l'occurrence d'un ensemble d'applications diffusées par le biais d'intranet et applicables à la fonction Ressources Humaines .J- M Peretti ⁵ les cite dans son étude :

- Le e-recrutement : qui est une rubrique relative aux recrutements internes (recrutement pour un poste effectué sur la base de candidatures déposées par les salariés de l'entreprise désireux de postuler pour ce nouveau poste).
- Les informations ressources humaines : il s'agit ici de toute sorte d'information que l'entreprise souhaite diffuser pour son personnel ou pour une catégorie particulière de ce dernier ;
- La gestion de la mobilité : option disponible notamment dans les intranets GRH des grands groupes qui disposent de filiales dans plusieurs pays .Ainsi les salariés désireux 'évoluer sous de nouveaux ciex peuvent y déposer leur candidature ;
- L'évaluation du personnel : qui est un support disponible sur intranet où les salariés remplissent un ensemble de formulaires en attendant que leurs réponses soient analysées par l'administration ;
- Le libre service ressources humaines (LSRH) : le cas échéant il s'agit d'une série d'applications que les salariés peuvent consulter en ligne à savoir : le fichier du personnel ;
- tableaux de bord sociaux, la plate forme de formation, la paie... ;
- Le e-learning : c'est une formation en ligne portant sur des modules tels que la comptabilité, la gestion ou bien une formation spécialisée dans le domaine de la GRH. Ainsi ces informations dispensées en ligne sur intranet de l'entreprise peuvent se substituer aux programmes en salle, et leurs utilisateurs pourront acquérir de nouvelles connaissances, les accomplir par des vidéos conférences

⁵ Peretti J. M. (2001), « e-RH et renouvellement des pratiques managériales » *Ressources humaines et management*, Vol 2, Mai, pp 16-17.

et les appliquer dans le cadre des travaux de groupes toujours sur l'intranet de l'entreprise ;

- La gestion des connaissances : qui est une rubrique réservée aux spécialistes où ces derniers pourront bénéficier des expériences et des connaissances de leurs homologues (cadres commerciaux ; cadres en gestion...).

3.1.3 Comment les différentes applications intranet favorisent l'épanouissement de la fonction ressources humaines ?

Dans les notes du LIRHE, N.Gunia⁶ précise que « l'intranet permet de hisser le rôle de la fonction ressources humaines au sein de l'entreprise et cela en améliorant la qualité, la diffusion et la rapidité de circulation de l'information dans ladite fonction et de diverses manières :

- L'amélioration de la qualité de la communication entre la fonction ressources humaines et les autres fonctions de l'entreprise.

L'intranet a mis à la disposition de l'entreprise la même plate forme de communication qui a fait et qui fait encore les beaux jours d'Internet comme étant un moyen qui met en relation des milliers d'individus de différents continents. Donc à l'instar de l'Internet, l'intranet met en liaison les acteurs de l'entreprise et cela en établissant deux types de communications :

Une communication individuelle qui sera facilitée par des solutions telles que le courrier électronique qui permettra à deux individus par exemple d'échanger des informations et des documents de façon privée et en toute sécurité.

Une communication collective amorcée par le biais de l'usage des forums électroniques et des conférences virtuelles. Ainsi une fois qu'une conférence est diffusée sur Internet est dont le thème est d'une importance notable pour l'entreprise, il sera connecté et diffusé sur l'intranet de l'entreprise et permettra aux salariés d'y assister. La communication collective peut également être revigorée grâce aux groupes de travail où des acteurs de différents services peuvent collaborer.

- La rapidité de circulation de l'information au sein de la fonction ressources humaines.

L'implantation de l'intranet au sein de la fonction ressources humaines permet une réduction du temps nécessaire pour la circulation de l'information entre les intervenants et à travers la hiérarchie de l'entreprise d'où une plus grande efficacité, une flexibilité et une meilleure coordination avec les autres

⁶ Gunia .N, (2002), « Enjeux et perspectives d'un intranet en ressources humaines » ,Document LIRHE en ligne, pp20-22

services. Ici la fonction ressources humaines et grâce à l'intranet va permettre d'être un catalyseur de l'information au sein de l'entreprise.

- Une meilleure diffusion de l'information suscitant la reconfiguration de l'organisation

Outre la meilleure communication entre tous les intervenants de l'entreprise et surtout ceux de la fonction ressources humaines, intranet et grâce à une meilleure diffusion de l'information permet de réduire les échelons hiérarchiques impliquant ainsi un aplatissement des structures organisationnelles traditionnelles. Cela ne va pas conduire jusqu'à la formation d'une nouvelle configuration hiérarchique au sein de l'entreprise mais seulement à une amélioration de la rapidité et la qualité de la relation entre salariés appartenant aux différents niveaux hiérarchiques. »

Donc on pourra dire que l'intranet permet à la fonction ressources humaines de jouer un rôle plus consistant et plus stratégique au sein de l'entreprise, puisqu'elle lui garanti une information fiable, pertinente dans les brefs délais faisant de cette fonction un levier pour la diffusion de l'information au sein de l'entreprise et un vivier pour dénicher de nouvelles compétences susceptibles d'enrichir le capital humain de celle-ci.

3.1.4 Facteurs de risque liés à l'introduction d'un intranet RH.

Parmi les facteurs d'échec d'intranet dans la fonction ressources humaines, sa mauvaise utilisation par les salariés concernés qui peut être la résultante d'une mauvaise voire même d'une absence de formation préalable à l'introduction de cette technologie. Donc bien qu'elle soit facilement utilisable l'introduction d'intranet doit faire l'objet d'une formation au préalable des salariés y accédant. Cela est d'autant plus important que l'introduction de toute autre solution technologique ou la négligence de ce point important peut être la cause de clivages sociaux au sein de la GRH et aussi au sein de l'entreprise entre salariés maniant facilement ces outils et autres qui en sont des novices. L'introduction d'intranet doit être précédée d'un état des lieux de la fonction ressources humaines qui portera sur le coté technique (est ce que les installations déjà existantes dans la fonction seront compatibles avec la technologie éventuellement introduite), organisationnel (est ce que l'actuelle organisation de la fonction sera compatible avec l'introduction de la nouvelle solution), et doit faire également l'objet d'une définition minutieuse au préalable, des attentes et des besoins de la fonction à l'égard de la solution technologique. Là, il faut souligner le rôle éminent des directeurs ressources humaines qui devraient faire preuve de professionnalisme, et d'initiative en impliquant les salariés mis sous leur contrôle dans le processus d'introduction de la nouvelle solution technologique et en veillant à ce qu'ils s'y adaptent.

Section 4 Impact des TIC sur l'organisation de l'entreprise.

Les TIC sont rarement introduites isolément et se combinent avec des changements organisationnels et de nouvelles caractéristiques de la main d'œuvre liées par exemple à l'allongement de la scolarité : on assiste donc à l'apparition de nouvelles machines, de nouvelles organisations et de nouveaux travailleurs.

A noter que dans l'entreprise, cela a provoqué des changements dans l'organisation verticale et horizontale du travail, plutôt positifs :

- pour ce qui est de la verticalité, les TIC ont permis d'opérer un raccourcissement de la chaîne hiérarchique avec des relations de travail plus directes grâce à l'email (sans court-circuitage de la hiérarchie avec la copie) ;
- pour ce qui est de l'horizontalité, il y a une plus grande transparence entre les acteurs : les savoirs et les informations se décroissent dans l'administration, le pouvoir reposant désormais moins sur la rétention des savoirs que sur l'accès à ces savoirs et leur maîtrise ;
- Les TIC ont également provoqué une modification des systèmes hiérarchiques : les gens travaillent par communauté et par projet (phénomène de mass collaboration). Ce processus n'est d'ailleurs pas terminé puisque les manières de travailler et de fonctionner hiérarchiquement vont encore évoluer avec le risque de déstabilisation des collectifs de travail traditionnels et localisés qui étaient le support des entraides interindividuelles.

4.1 Des structures hiérarchiques aux structures transversales.

La structure pyramidale de type taylorien tend à disparaître, en partie sous l'influence des TIC. La diminution du nombre de niveaux hiérarchiques accompagnée de la disparition de plus en plus fréquente de la catégorie des cadres intermédiaires transforme la structuration des organisations de type pyramidal. Cependant, l'utilisation de technologies telles que la messagerie, intranet ou Internet permet le développement des échanges transversaux qui n'étaient pas autorisés dans les organisations pyramidales. A ce niveau Lander (1992) cité par (BEN FADHEL 2005) ⁷ souligne que : « les NTIC rendent aujourd'hui possible et nécessaire la mise en œuvre de nouvelles formes d'organisations et de management des entreprises [...]. L'organisation pyramidale classique, fondée sur la hiérarchisation des postes et de stricte définition de fonction, laisse place progressivement à une organisation plus souple privilégiant les relations transversales, l'initiative individuelle et le travail en petit groupes ».

⁷ Ben Fadhel O. (2005), « l'impact socio-organisationnel des NTIC » *Revue francophone de management*, N°12 Janvier 2005, p10.

Le passage d'une organisation de type pyramidale à une organisation en réseau, implique que la circulation de l'information n'est plus unidirectionnelle ; Chaque groupe, voire chaque individu, est un nœud au sein de ce réseau capable d'échanger des informations avec n'importe quel groupe d'acteurs au sein de l'entreprise. L'emploi des TIC conduit donc à une modification de la morphologie de la structure organisationnelle, ce qui se manifeste principalement par le passage d'une organisation pyramidale caractérisée par la rigidité et le nombre élevé de niveau hiérarchiques à une organisation plus plate.

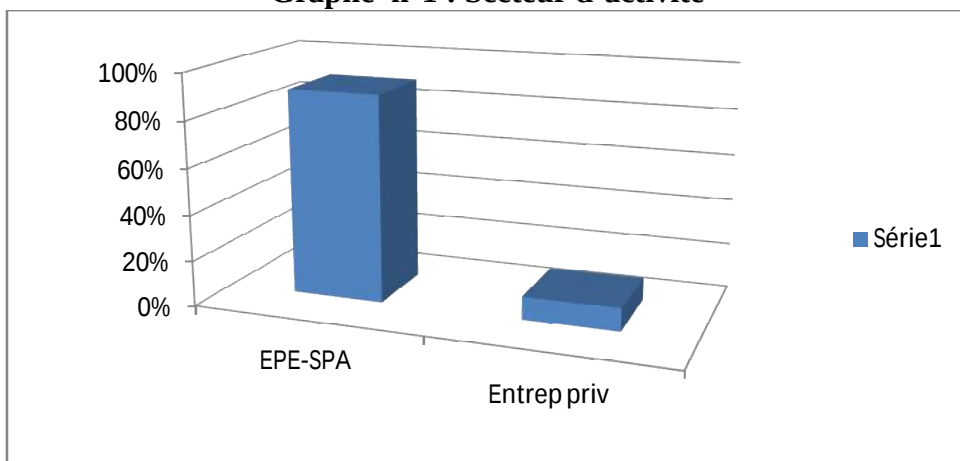
Section 5 : Les TIC dans l'entreprise en Algérie.

Une enquête auprès d'entreprises de différents secteurs d'activité implantées en Algérie a été menée en 2007 -2008.

Les secteurs d'activité étudiés la téléphonie mobile les télécommunications, les hydrocarbures l'agro-alimentaire, les assurances, les travaux publics l'industrie pharmaceutique, l'énergie et le secteur financier.

Pour l'enquête, les informations recueillies ont été analysées par le biais d'un logiciel de traitement de données SPSS 10. Cet outil nous a permis de dégager des fréquences en pourcentage pour chaque question posée et d'en faire une représentation graphique (histogramme).

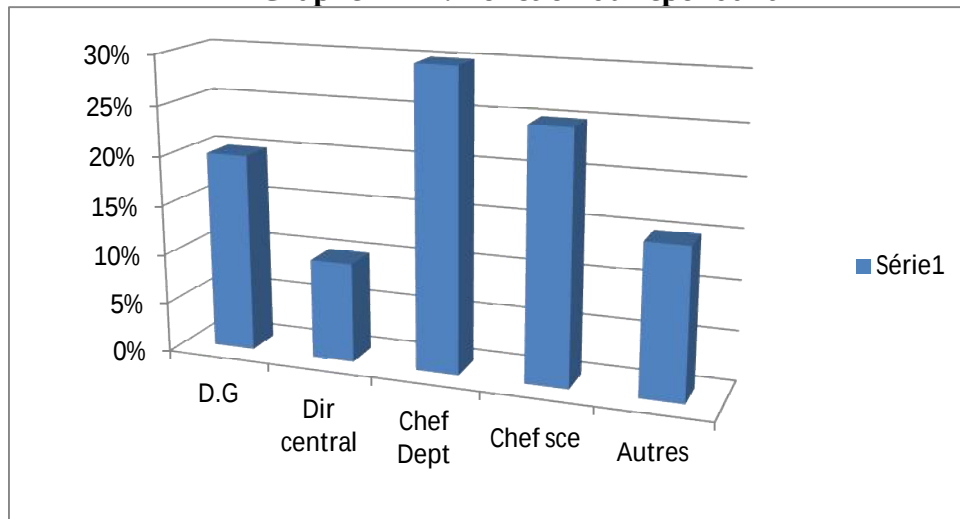
Graphe n°1 : Secteur d'activité



Source : résultats de l'enquête

Commentaire : les entreprises enquêtées sont dans la majorité des cas à caractère public.

Graphe n° 2 : Fonction du répondant

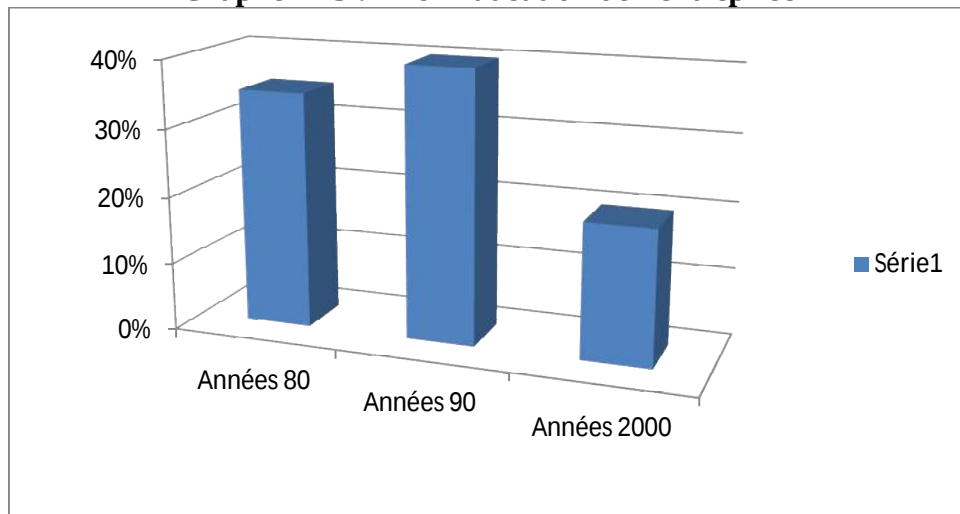


Source : résultats de l'enquête

Commentaire : La fonction des interviewés se répartit inégalement entre celle de chef département), directeur général, et chefs de services).Le taux des chefs de département domine.

Question : A quelle période avez-vous introduit l'informatique dans votre entreprise ?

Graphe n° 3 : Informatisation de l'entreprise

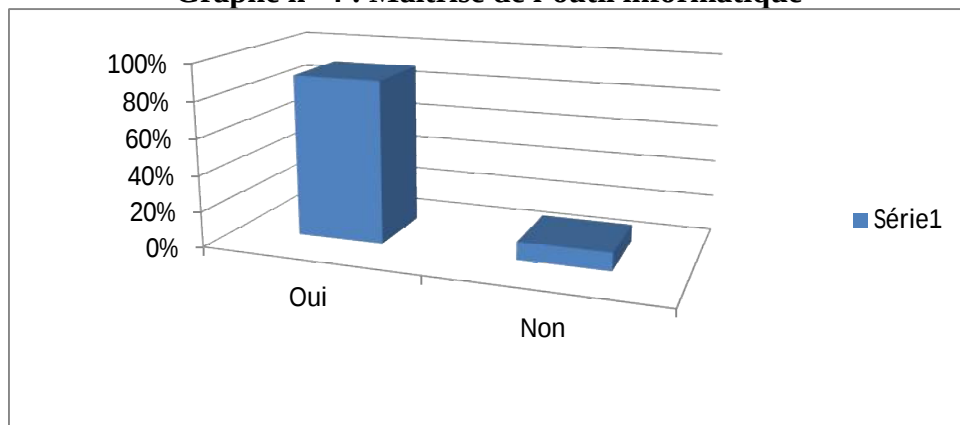


Source : résultats de l'enquête

Commentaire : La majorité des entreprises ont introduit l'outil informatique durant les années 90.

Question : y a-t-il une réelle maîtrise de l'outil informatique au sein de votre entreprise ?

Graphe n° 4 : Maitrise de l'outil informatique

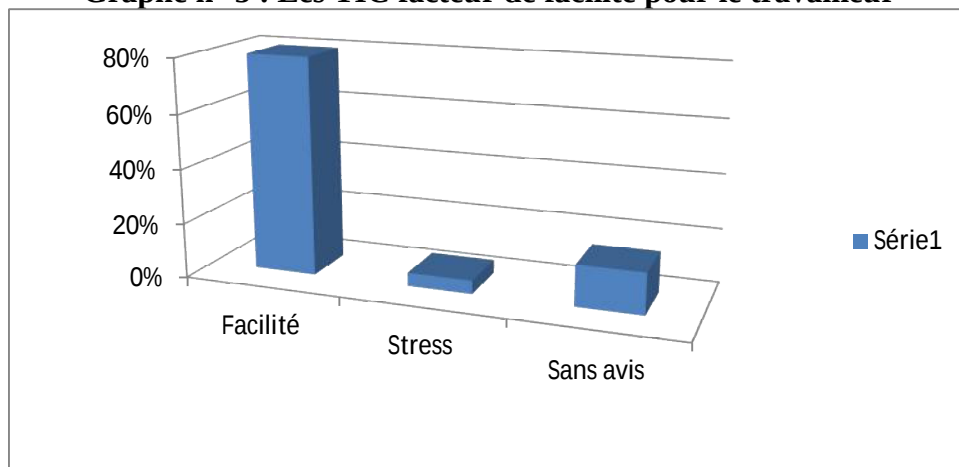


Source : résultats de l'enquête

Commentaire : la majorité des entreprises maîtrisent réellement l'outil informatique.

Question : l'introduction des TIC constitue t-elle un facteur de facilité ou de stress pour les travailleurs ?

Graphe n° 5 : Les TIC facteur de facilité pour le travailleur

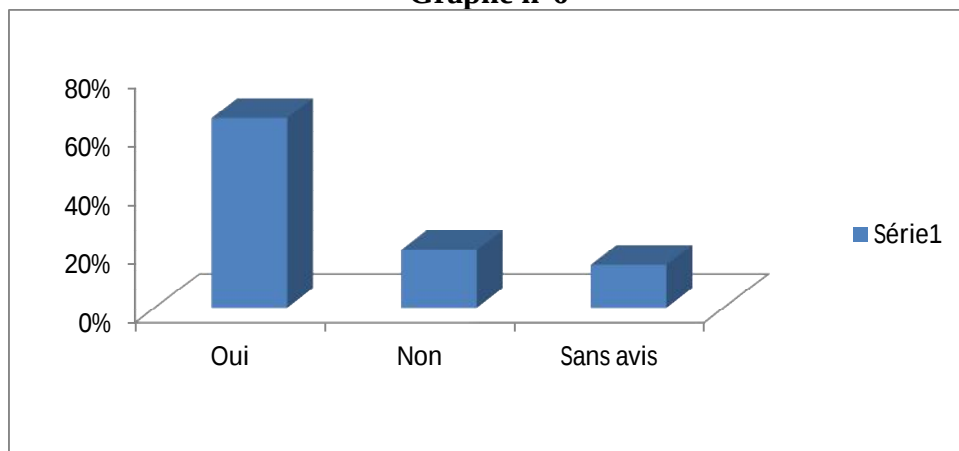


Source : résultats de l'enquête

Commentaire : Ces technologies sont un facteur de facilité pour la majorité des répondants. Une minorité doit être technophobe.

Question : l'intranet est il un outil adapté pour votre entreprise

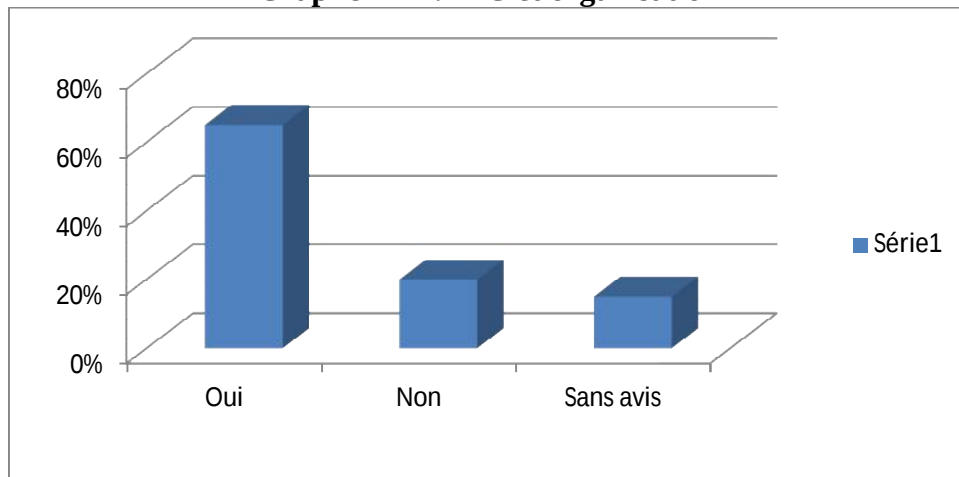
Graphe n°6



Source : résultats de l'enquête

Question : est ce que les TIC ont bouleversé l'organisation de l'entreprise ? Est-ce que des niveaux hiérarchiques ont disparu

Graphe n°7 : TIC et organisation



Source : résultats de l'enquête

Commentaire : les TIC n'ont pas changé l'organisation de l'entreprise. Les niveaux hiérarchiques sont restés inchangés.

Statistiques entreprise Sonatrach sur l'utilisation de l'intranet (2011) :

81 % lisent la presse

78 % utilisent la messagerie

22 % évitent la messagerie par manque de formation

3 % seulement se connectent à internet (car la connexion se limitant aux cadres et à la cellule de communication)

Principaux résultats :

Suite à notre enquête, nous pouvons affirmer que les TIC ont été réellement introduites dans les entreprises mais ne sont pas exploitées et se limitent à des fonctions basiques comme la messagerie ou les informations alors qu'il existe des intranets plus élaborés destinés au partage et la gestion des connaissances.

Il est noté également qu'il n'y a pas eu de changement organisationnel suite à l'introduction de cet outil.

Conclusion:

Au vu de l'exemple traité (intranet), on pourra conclure que les TIC jouent un rôle très important au niveau de la fonction ressources humaines. Elles

permettent à celle-ci de créer plus de valeur et de jouer un rôle stratégique au sein de l'entreprise. L'impact des TIC sur la fonction ressources humaines se fait sur les flux d'informations en circulation au sein de cette fonction. Dans ce sens les TIC rendent l'information plus rapide et fiable d'où un gain de temps. Cet avantage va rendre certains activités purement administratives (paie, recrutement...) qui auparavant étaient fastidieuses, plus mécaniques, de plus en plus répétitives ce qui facilitera leur externalisation permettant ainsi à la fonction de se concentrer sur des activités plus fondamentales, plus créatrices de valeur dans l'entreprise telles que la communication ou le développement des compétences.

Les TIC permettent à la fonction ressources humaines d'atteindre le même niveau technologique atteint par les autres fonctions de l'entreprise d'où son implantation stratégique (c'est-à-dire que la fonction ressources humaines n'est plus dépassée et devient sur le même pied d'égalité avec les autres fonctions traditionnellement névralgiques pour l'entreprise).

Les TIC peuvent, certes, être perçues comme un tremplin pour la GRH mais cela ne sera pas possible sans une implication de tous les utilisateurs de ces solutions stratégiques dans leur processus d'introduction au sein de la fonction ressources humaines, et sans une définition scrupuleuse des attentes et des besoins à l'égard de ces technologies interactives.

Mais les TIC ne sont pas seulement un instrument au service du changement dans les organisations, elles l'accompagnent, interagissent avec les transformations organisationnelles et sont aussi un moteur du changement puisque leur développement pousse les entreprises à évoluer. Il est reconnu que leur efficacité, leur propension à changer les organisations et la grande variété de leurs fonctions ont transformé l'entreprise.

Bibliographie :

1. ANACT (2000), « *Le travail sous influence. Nouvelles technologies de l'information et de la communication* », Travail et Changement, n° 260, octobre.
2. Barthe.S, « *L'impact des technologies du Web sur la Gestion des Ressources Humaines : émergence de l'e-RH* », in *Les notes du LIRHE*, note n° 343, 2001 (Laboratoire Interdisciplinaire de Recherche sur les Ressources Humaines et l'Emploi).
3. Ben Fadhel O. (2005), « *l'impact socio-organisationnel des NTIC* » *Revue francophone de management*, N°12 Janvier 2005.
4. Besseyre des Horts C.H. (2008), « *L'entreprise mobile : Comprendre l'impact des nouvelles technologies* », Edition Village Mondial, Paris.

5. Bobillier-Chaumon, M.E. (2003). Evolutions techniques et mutations du travail émergence de nouveaux modèles d'activité. in Vol. 66, n 2 *Le Travail Humain*.
6. Castells. M, (1996), « *La société en réseaux* », édition Fayard, Paris.
7. Chaouki F., « *La création de la croissance par le partage des connaissances : le rôle de la GRH* » la 7^{ème} journée Humanisme et Gestion 15 et 16 Avril 2010, Bordeaux.
8. Germain M, (2002), « *L'intranet* », édition Economica.
9. Gunia N, (2002), « *Enjeux et perspectives d'un intranet en ressources humaines* », Document LIRHE en ligne.
10. Igalens J., (2008), « *les 100 mots des Ressources Humaines* », Que sais-je, Edition PUF.
11. Kalika M., (2006), Laval F., « *Les TIC et la fonction RH : GRH, mutations économiques et innovations technologiques* », Cahiers français N°333, juillet aout.
12. Kalika M. (2003), « *Que restent-ils des TIC ? Beaucoup plus que vous ne l'imaginez !* », Personnel, n° 437, p. 35-36, Février.
13. Kalika M., (2002), « *e-GRH : révolution ou évolution ?* », Editions Liaisons.
14. Kalika M., (1995), « *Structures d'entreprises: réalités, déterminants, performances* », Ed Economica, Paris .
15. Kalika M., Guilloux V., Laval F., Matmati M., (2005) « *E-RH : réalités managériales* », Editions Vuibert.
16. Kalika. M, Ledru M., Isaac H., C. Beyou C., Josserand E. (2003), « *Le e-management: quelles transformations pour l'entreprise ?* », Editions Liaisons.
17. Marcellis. N (de), Gratacap, A (1999), « *La notion de TIC : une perspective historique* » Revue Communications et Stratégies, N°33.
18. Nahon.S, Taskin.L, « *e- GRH Enjeux et perspectives : informer, collaborer et impliquer* », édition Edipro
19. Peretti J-M., (2001), « *Ressources Humaines* », Vuibert gestion, 5ème édition
20. Peretti J. M. (2001), « *e-RH et renouvellement des pratiques managériales* » Ressources humaines et management, Vol 2, Mai.
21. Pichault F., (2000), « *Les pratiques de gestion des ressources humaines* », Editions du seuil, Paris.
22. Thévenet M., (2008), « *Impact des nouveaux outils sur les pratiques managériales* », Personnel, 489, p. 80-82, mai.
23. Vallery G., (2006), « *Quels sont les effets des NTIC sur le travail et l'organisation in Management des organisations RH : les apports de la psychologie au travail* », Editions d'organisations, Paris.
24. Weiss D., (2005), « *Ressources Humaines* », Editions d'Organisation (3ème édition).

L'attractivité portuaire: Quel levier pour le développement local ? Ville de Mostaganem

Mr. Yacine BENZIDANE

Doctorant en Marketing international
Université de Tlemcen

Résumé :

La ville et le port ont, pendant longtemps, formé un système basé sur l'emboîtement et la complémentarité de leurs différentes fonctions. Aujourd'hui la réflexion se tourne de plus en plus vers la manière dont il serait possible de conserver le port dans la ville. Les contraintes environnementales, de même que les contraintes d'un développement portuaire vont forcer les ports à trouver à l'avenir de nouveaux aménagements, l'idée que certaines activités portuaires présentent un réel potentiel de dynamisme économique et social pour que la ville acquière toujours plus de force.

En fait, l'enjeu actuel pour Mostaganem, une ville portuaire attractive, est de s'intégrer à la mondialisation pour ne pas devenir "out" tout en restant territoire attractif. Le territoire de Mostaganem comprend une construction humaine, qui à une volonté en fonction avec ses propres besoins, et qui a donc une dimension historique et économique.

Mots clés: Ville, ville portuaire, port, attractivité, attractivité portuaire.

ملخص:

تشكل المدينة والميناء منذ مدة طويلة نظاما يقوم على التكامل بين مختلف وظائفهما. حاليا، يتجه الاهتمام أكثر فأكثر نحو الطريقة التي يمكن بها إدماج الميناء في المدينة. إن المتطلبات البيئية، وكذلك متطلبات تطوير الميناء، ستدفع الموانئ للبحث عن الترتيبات والتجهيزات الجديدة في المستقبل، على فكرة أن بعض الوظائف المينائية تمثل إمكانية حقيقية لديناميكية اقتصادية واجتماعية حتى تكتسب المدينة دائما المزيد من القوة. في الواقع، التحدي الحالي لمستغانم كمدينة مينائية جذابة هو الاندماج في العولمة حتى لا تصبح مدينة معزولة، تضم منطقة مستغانم تركيبة بشرية، لها إرادة تتماشى وحاجيات الإنسان، وله بذلك بعد اقتصادي واجتماعي.

الكلمات المفتاحية: مدينة، مدينة مينائية، ميناء، جاذبية، جاذبية الميناء

Introduction :

La mondialisation de l'économie n'as pas un visage identique et ne se manifeste pas avec la même densité à travers tous les espaces, les villes littorales sont plus dynamiques que les villes intérieures ou enclavées du fait de leurs implantations stratégiques qui les exposent directement aux différentes mutations extérieures. Dans ce processus de littoralisation tout azimut, cette localisation plus que stratégique des villes littorales a fortement contribué à l'émergence des ports d'une dimension régionale et même internationale. Cette interaction port-ville a permis d'imbriquer le port dans la ville pour devenir un acteur incontestable dans le dynamisme multidimensionnel (économique, social et spatial) des villes littorales.¹

Dans un contexte de mondialisation grandissante conjuguée à l'intégration mondiale, les villes portuaires sont soumises à des mutations socio-économiques, institutionnelles et territoriales majeures et s'inscrivent dans un jeu de compétition urbaine qui s'est étendu à l'échelle planétaire. Elles sont donc en quête d'une nouvelle identité, tant pour se différencier des villes concurrentes, améliorer leur attractivité ainsi que leur positionnement territorial.²

Le territoire devient une ressource, un acteur de la compétition économique ainsi que l'objet de développement.³

I- Les villes portuaires :

I-1- Villes portuaires : Identité et importance

Depuis la moitié du XXe siècle, les rapports entre ville et port ont changé. De profondes mutations, de natures technologique mais aussi exerçant des déséquilibres économiques et spatiaux, ont achevé un processus de désorganisation du système ville-port originel déjà entamé par deux siècles d'industrialisation, aboutissant ainsi à une véritable coupure tant visuelle que psychologique entre la ville et le port.

On assiste en effet la plupart du temps à une délocalisation de tout ou partie des activités portuaires à l'extérieur de la ville, mais également des effets

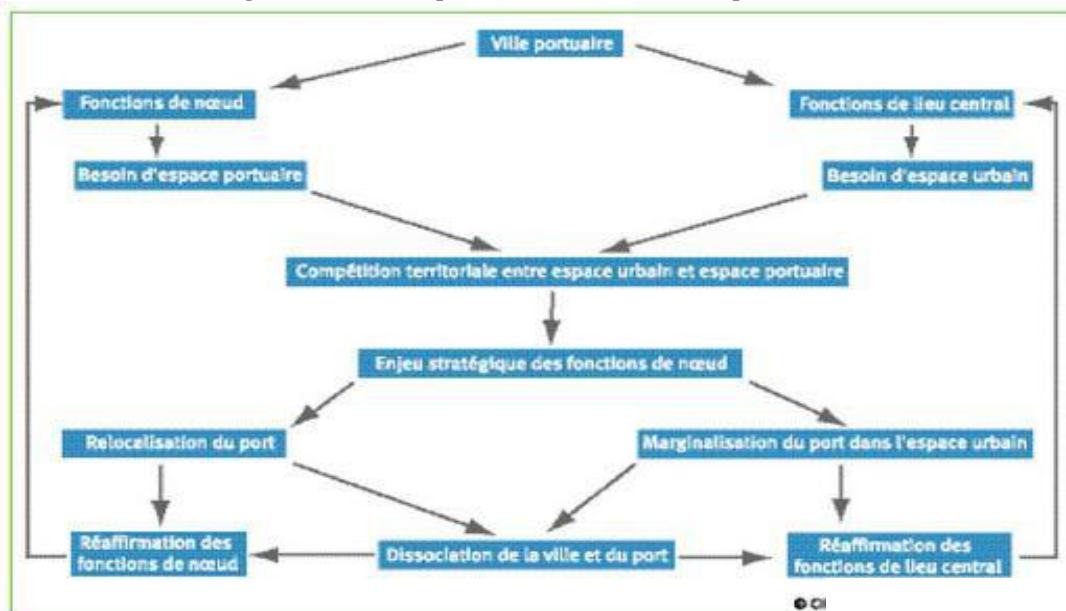
¹. BELLATTAF. M, BELKHIRI. A et MERADI. O, '*Impacts de l'activité portuaire sur le développement socioéconomique et son rôle dans la reconfiguration spatiale d'une ville littorale*', Colloque international "Les ports du Maghreb, entre volonté et réalité, le 2 et 3 Février 2010, Ecole Nationale Supérieure Maritime, Alger.

². CARTIER Aude, '*Le marketing urbain à Valencia dans la course à l'America's Cup, Vers une ville portuaire entrepreneuriale?*' "villes et territoires" 2004-2005, p1.

³. JEAN Lapèze, '*Apport de l'approche territoriale à l'économie de développement*', L'Harmattan, 2007, p10.

d'entraînement négatifs sur l'économie et le dynamisme social de la ville».⁴ Pendant de nombreux siècles, ville et port ont formé un lieu d'échanges, de commerce, centre de vie et de brassage culturel.

Figure 01 : Villes portuaires : Identité et importance



Source : Antoine Frémont et César Ducruet, Logiques réticulaires et territoriales au sein de la ville portuaire : le cas de Busan en Corée du Sud, <http://www.cairn.info/revue-espace-geographique-2004-3-page-193.htm>

Ainsi la ville portuaire est « un nœud de circulation à l'interface des réseaux maritimes et terrestres ». La ville portuaire a été définie comme un « peuplement urbain aux caractéristiques spécifiques dérivées de ses fonctions maritimes d'échange, d'initiative, de transport, ces fonctions différencient la ville portuaire des autres peuplements urbains régionaux et déterminent sa configuration physique, économique et sociale ».⁵

Il ne s'agit plus en effet aujourd'hui de transport de la marchandise mais bien de marchandisation du produit. La circulation comprend, beaucoup plus

⁴. MAGALY Henry, '*Villes portuaires en mutation, Les nouvelles relations ville-port à Marseille dans la cadre du programme de renouvellement urbain Euro Méditerranée*', Université de Lausanne, 2006, p1.

⁵. FERRAS. R, '*Les modèles graphiques en géographie*', Economica, RECLUS, Collection « Géo-Poche », 1993, p112.

largement que le seul transport, l'ensemble des services apportés aux marchandises au fur et à mesure de leur contextualisation dans un lien, caractéristique de la production post –industrielle, entre prestations matérielles et immatérielles".⁶

I-2- Les trois grands types de villes portuaires :

Selon César DUCRET, les trois grands types des villes portuaires sont :⁷

- ville portuaire : activités quotidiennes de transit, communes à tous les ports, reposant sur les flux physiques ;
- ville maritime industrielle : extension de l'éventail de services à un nombre croissant de services à haut niveau, négociations et contrats à long terme, tissu tertiaire élaboré ;
- ville internationale : ville mondiale ou maritime-clé, souvent la plus grande ville du pays,
- ayant une politique de développement à long terme sur les routes maritimes, les conférences, la finance internationale.

I-3- La ville portuaire, ressource de son développement :

La ville est la plus importante unité territoriale. Elle est la concentration sur un territoire de préoccupations financières, écologiques, humaines, sociales et culturelles. Son développement, sa prospérité et son rayonnement ont fait l'objet de recherches variées dans plusieurs disciplines.

" Les entreprises attendent d'une ville qu'elle leur apporte les meilleurs facteurs de compétitivité (facteurs dont les entreprises elles-mêmes font partie). La ville est également en obligation de compétitivité pour elle-même, c'est-à-dire que la société qu'elle forme doit atteindre le degré le plus élevé possible de niveau de vie et de cohésion sociale. C'est là que réside sa valeur".⁸

La mondialisation et la concurrence accrue entre les villes, l'importance donnée au local et la rapide évolution des outils de communication font de développement et du marketing la discipline la plus convoitée par les villes ces dernières années.

⁶ . MICHELE Colin, *"Un nouveau mode de développement pour des villes productives"*, collection Maritimes Ville portuaire Acteur de développement, L'Harmattan, 2003, p9-10.

⁷ . DUCRET César, *"Les villes-ports Laboratoire de la mondialisation"*, Thèse de doctorat, Université de HAVRE, 27Novembre 2004, p14.

⁸ . NOISETTE Patrice et VALLERUGO Frank, *"Le marketing des villes, un défi pour le développement stratégiques"*, Op.Cit, p45.

" Le développement et le marketing de la ville restent des axes de recherche parmi d'autres axes qui s'intéressent à la promotion des endroits d'une manière générale".⁹

" Les villes portuaires qui « gagnent » aujourd'hui sont donc capables de mobiliser et de faire coopérer leurs acteurs; car il s'agit de lancer des stratégies et projets innovants pour rendre leurs territoires compétitifs, afin d'attirer des multinationales et de négocier avec elles".¹⁰

II- Les ports, vecteur de développement et de compétitivité :

« Les ports doivent devenir un atout de promotion et un pôle d'attraction des investissements ». Cette déclaration augure d'une nouvelle vision ainsi que d'une évolution profonde en perspective du secteur portuaire national et du rôle que devraient jouer les places portuaires dans la compétitivité de l'économie du pays.

" En effet, à l'heure où notre pays entend booster son économie par la promotion de ses échanges commerciaux et la promotion des investissements privés, les ports ne peuvent plus se contenter d'une simple interface de transport (terre/mer).

Au contraires s'ils veulent pérenniser leur trafic, maintenir leur compétitivité et assurer pleinement leur rôle de locomotive dans la chaîne du transport maritime, les ports doivent s'inscrire dans le nouvel ordre maritime mondial et favoriser, à l'instar des ports étrangers, l'implantation sur leurs dépendances, d'activités industrielles et logistiques qui sont consommatrices d'espace mais productrices de valeur ajouté». ¹¹

II-1- Approche définitionnelle d'un Port :

" Généralement, les ports sont définis et classés selon le rôle qu'ils remplissent dans une économie nationale, régionale ou mondiale (vision micro et macroéconomique).

Un port est un aménagement constitué de diverses infrastructures destinées à la réception des navires. Il permet d'assurer une certaine continuité entre les voies maritimes et terrestres ou fluviales». ¹²

⁹. BELKAID Asma et BENHABIB Abderrezak, 'La marque ville comme moteur de développement de la ville en tant qu'unité territoriale', Les Cahiers de MECAS, N° 4 décembre 2008, p25

¹⁰. MICHELE Colin, 'Coopération productives dans les villes portuaires', Collection Maritimes Ville portuaire Acteur de développement, L'Harmattan, 2003, p111.

¹¹. EL KRAMTI Bouchta, 'Les stratégies de valorisation des domaines portuaires 'cas du port de Jorf Lasfar'' ' thèse professionnelle, Management en services publics, 2002-2003, p4.

¹². EL KRAMTI Bouchta, Op cit, p10.

II-1-1- Définitions selon Jean GROSDIDIER DE MATONS

Il définit le port comme suit :¹³

- a) **Au sens géographique :** " c'est un espace aménagé pour recevoir des navires, les charger et les décharger; ainsi le port du Havre ou celui d'Anvers. Cette définition géographique est parfois celle du droit positif ".
- b) **En termes économiques :** " le port est un système complexe d'éléments matériels et immatériels, utilisés au service des navires et de la marchandise. Lorsqu'on étudie la cherté d'un Port, on analyse les coûts de toutes les opérations associées au passage de la marchandise, sans distinguer, au moins à un premier stade de l'analyse, entre institutions et entreprises portuaires, publiques ou privées, qui sont à l'origine de ces coûts.
- c) **En termes institutionnels :** le port est une institution, dotée ou non de personnalité morale, chargée d'exercer des compétences de travaux publics, de police, d'exploitation ou autres dans l'espace géographiquement et juridiquement défini. Le terme spécifique « autorité portuaire » correspond à cette définition. En Grande Bretagne, pour le Merchant Shipping Act de 1894, l'Habronèmes Act de 1964 et le Port Act de 1991 : « Une autorité portuaire est toute personne physique ou morale qui s'est vue reconnaître compétence... pour améliorer entretenir ou gérer un Port ». Le terme autorité portuaire est également utilisé, spécialement en français, dans un sens plus étroit pour désigner l'institution portuaire publique, réputée avoir une vision d'ensemble des affaires portuaires locales, et chargée de coordonner entreprises et services exerçant leurs compétences dans l'espace portuaire.

L'article 1.1. de la loi espagnole 27/1992 regroupe ces définitions, et dispose que les Ports maritimes sont « l'ensemble d'espaces terrestres, eaux maritimes et installations qui, situés sur les rivages ou les rives des fleuves, réunissent les conditions physiques, naturelles ou artificielles, et d'organisation qui permettent l'exécution d'opérations d'exploitation portuaires, et sont désignées a cet effet par l'administration compétente ».¹⁴

II-1-2- Définition selon le code maritime algérien :

" Le Port est un point du rivage de la mer, aménagé et équipé pour recevoir, abriter des navires et assurer toutes les opérations de commerce maritime, de pêche et de la plaisance".¹⁵

¹³. GROSDIDIER DE MATONS. J, '*Droit économie et finances portuaires*', édition 2000, p3-4.

¹⁴. GROSDIDIER DE MATONS. J, Ibid, p 4

¹⁵. Article 888 du recueil de textes législatifs et réglementaires algériens, Codes des Transports, Berti éditions, p419.

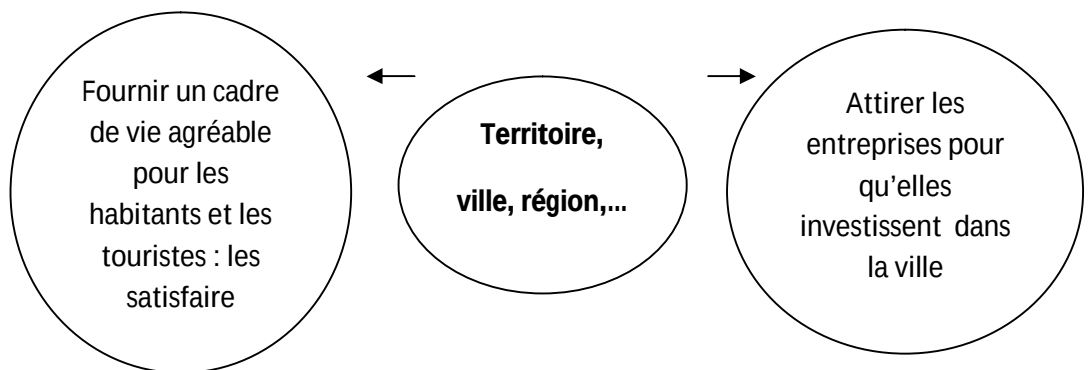
II-1-3- Définition synthétique :

Les ports sont des interfaces entre divers modes de transport et sont des centres de transport combiné. Ils sont également des zones multifonctionnelles commerciales et industrielles où les biens ne sont pas seulement en transit mais également manutentionnés, transformés et distribués.

" En fait, les ports sont des systèmes multidimensionnels qui, pour fonctionner efficacement, doivent être intégrés dans des chaînes logistiques globales. Un port efficace nécessite non seulement des infrastructures, superstructures et équipements de qualité mais aussi un bon nombre de communication et, en particulier, une équipe de direction impliquée en une main d'œuvre motivée et formée".¹⁶

II-2- Les objectifs de développement de la ville :

Figure 02 : Les objectifs de développement du territoire



Source: SAVIDAN Lise, '*La stratégie de marketing territorial*', Génie urbain et environnement, UE4 Gouvernance territoriale, Université de La REUNION, 2007, p7.

Attirer les entreprises, les touristes, satisfaire les habitants permet d'augmenter les biens qui arrivent sur le territoire. Les échanges financiers sont ainsi multipliés et le pouvoir d'achat des habitants augmente. Le territoire tend donc vers le développement. Avant de pouvoir mettre en exergue un territoire, il faut avoir de la matière.

II-3- Les axes de développement portuaire de la ville:

Axe 1 : Le port, infrastructure dédiée aux échanges maritimes ;

¹⁶. BENHASSEL Farid, Séminaire '*le Management Portuaire*', E.P.Béjaia, 23/24 Octobre 1999, p21.

- Axe 2: L'avant-pays maritime ;
- Axe 3 : L'arrière-pays terrestre ;
- Axe 4 : Quel statut pour l'autorité portuaire?;
- Axe 5 : Les ports comme liaison entre le transport maritime et terrestre ;
- Axe 6 : Les ports comme base des activités industrielles ;
- Axe 7 : Les ports comme sites pour le développement territorial.

II-4- Les ports, moteurs de développement :

Le port est tout d'abord créateur de richesses par la prestation de services qu'il vend. Ces richesses sont ensuite largement redistribuées par la ville. " Les conséquences pour l'économie urbaine et régionale sont nombreuses. Traditionnellement, les ports sont vus comme un outil économique pour leur ville et leur région, et comme des espaces de transport. Ce sont des fonctions essentielles. Les ports représentent ainsi les mécanismes permettant d'inventer les relations entre la société locale et la société globale ils sont les ateliers d'investigation du développement durable".¹⁷

" Les Ports maritimes sont à présent perçus comme la variable essentielle pour améliorer la productivité de la logistique maritime et des opérations commerce Comprenant traditionnellement quais, grues et entrepôts, les infrastructures portuaires incluent à présent de nombreuses technologies sur la régulation des trafics que sur le déplacement des marchandises. La conteneurisation a ainsi redéfini les fonctions portuaires et les ports dans les chaînes logistiques intermodales".¹⁸

II-4-1- La portée du port à l'échelle locale :

" L'objectif des responsables est d'insérer le projet de port dans une perspective de développement territorial intégré. On remarque dans le monde une concentration de la population et des activités sur les espaces du littoral qui procède de l'organisation de corridors de développement : à partir des ports et des activités de transport et de stockage qu'ils induisent viennent se coaguler des entreprises. Cette organisation de l'espace peut favoriser le développement de la sous région. Ainsi les ports ne sont pas seulement les portes d'entrée et de sortie d'une sous région, ayant pour vocation de drainer les richesses, ils constituent également des leviers sur lesquels peut être appuyée la croissance économique".¹⁹

¹⁷. ROSEMARY Wakeman, '*Le port comme acteur d'un nouveau développement des villes en Amérique du Nord*', Op cit, p131.

¹⁸. ROSEMARY Wakeman, '*Le port comme acteur d'un nouveau développement des villes en Amérique du Nord*', Op cit, p120.

¹⁹. Comment les infrastructures portuaires participent au développement, le cas du port du Tanger, www.aménagement-afrique.com/rubrique.php3?id...277

Enfin, il est important de faire en sorte que les zones franches fonctionnent comme des leviers sur lesquels le développement de l'ensemble de la région pourra s'appuyer.

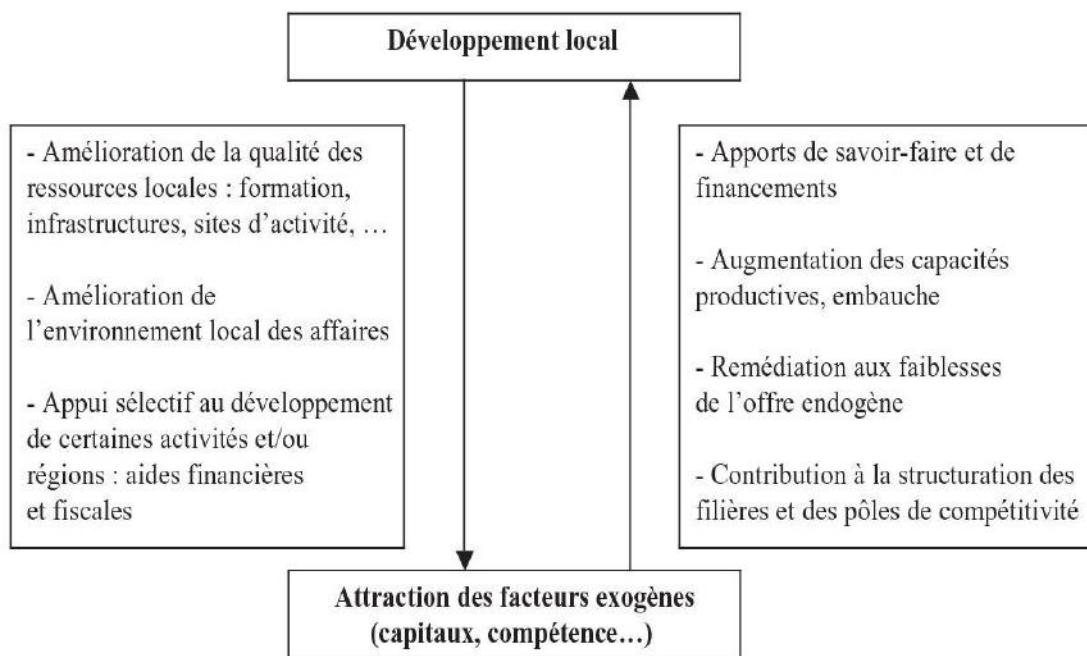
II-4-2- La portée du port à l'échelle nationale

Le port doit également permettre de créer une autre organisation du territoire, en facilitant le développement d'une région qui est longtemps restée en dehors des grandes dynamiques. Ils doivent tirer le développement économique dans plusieurs de ses dimensions : agriculture (terminal céréalier), tourisme (terminal TIR et transport de passagers).

III- Attractivité de la ville portuaire :

III-1- Du développement local à l'attractivité de la ville :

Figure 03 : la ville entre politiques de développement local et d'attractivité



Nb : la flèche signifie « a des implications sur »

Source :

http://bibliothèque.immobilier.fr/fr/read_book/9782847690804/e9782847690804_c03#ref_int_22

III-2- Attractivité : élément de définition

" Selon une étude publiée en 2001 par la Délégation interministérielle à l'aménagement et à la compétitivité des territoires, l'attractivité est entendue comme la capacité à attirer et à retenir les activités, les entreprises et les populations, à travers l'existence de facteurs divers qui font qu'un territoire, de par ses caractéristiques propres, exerce un effet d'attraction plus ou moins fort sur les entreprises et les ménages, et leur permet de participer, avec un succès variable, à l'essor de ces derniers".²⁰ L'attractivité doit donc être considérée dans sa dimension globale : envisagée dans ses aspects économiques, démographiques, sociaux, culturels et environnementaux, elle permet de poser la question des fonctions du territoire.

Dans leur article d'Économie et Statistiques sur l'attractivité de la France (2003), Coeuré et Rabaud définissent l'attractivité comme «la capacité d'un territoire à attirer et retenir les entreprises». " La capacité à attirer les facteurs de production mobiles - capitaux, équipements, entreprendre, travailleurs qualifiés - et immobiliers sur un territoire sont les préalables aux choix de localisation des entreprises. Les créations d'établissements et d'emplois restent en ce sens des déterminants clés de l'attractivité d'un territoire, d'une région".

Pendant longtemps, l'attractivité de la ville portuaire autant qu'un territoire important pour le développement a été liée à l'importance de ses ressources naturelles et les entreprises s'installaient à proximité de celles-ci, en fonction des possibilités de transformation et des coûts de transport. "L'attractivité est définie comme étant la «capacité d'un territoire à attirer (et retenir) les populations et les entreprises dans un contexte de mobilité croissante au plan international et national ".²¹ " Elle est également définie comme la « capacité d'un territoire à attirer une quantité importante d'activités productives »".²²

III-3- Les facteurs de l'attractivité :

"L'attractivité d'un lieu se construit à la fois sur des facteurs économiques, géographiques, humains et historiques. Tous les acteurs et les services d'une collectivité participent directement ou indirectement à l'attractivité d'un territoire et à, la perception que l'on en a, la notoriété des entreprises locales, l'image de décideurs locaux, de la main d'oeuvre, l'environnement culturel, touristique,

²⁰. Attractivité économique : éléments de définition,
www.additiv.fr/pdf/attractivite%20eco_additiv.pdf

²¹. *L'attractivité territoriale dans les projets d'agglomérations et de pays*, revue ETD (entreprises, territoires et développement), Avril 2005, http://paysagglomérations.com/documents/docs_consult/not_obs_attractiv_0405.pdf

²². HATEM Fabrice, '*L'attractivité du territoire : de la théorie à la pratique*', www.metropolisation-mediterranee.equipement.gouv.fr/article.php3?id_article=653

patrimonial, participent à l'élaboration de l'image que le « client » a d'un territoire donné".²³

Généralement, on distingue entre les facteurs ci-après

III-3-1- La situation géographique :

L'importance de la situation géographique s'expliquait traditionnellement par la

proximité des ressources naturelles et de matières premières, mais aujourd'hui.

Elle s'explique par:

- La proximité des grands réseaux d'échange et de communication (autoroutier, ferré, aérien, maritime, ...) notamment pour les activités de production ou de logistique.

Avec la création et la réorganisation de ces réseaux, certaines villes ont su tirer partie de cette proximité ;

- L'appartenance du territoire à une aire métropolitaine ou urbaine attractive ou à son influence immédiate.

III-3-2- L'accessibilité à la ville portuaire :

L'équipement en infrastructures de transport et de communication est abordé dans tous les diagnostics. L'existence de zones d'enclavement et non seulement un obstacle à l'attractivité, mais conduit aussi à des disparités à l'intérieur même de la ville-port.

Dans ce cadre, il ne suffit pas que la ville-port soit seulement accessible, mais il faut que cette accessibilité soit de qualité. Ainsi, de nombreuses collectivités visent à améliorer et développer l'offre de transport maritime en commun, à solutionner les problèmes de circulation.

III-3-3- La dynamique économique locale:

Dans le contexte de la mondialisation et de la concurrence accrue entre les villes ports, la concentration d'activités économiques dans un ce territoire est un facteur d'attractivité.

Cette dynamique locale crée cependant des inégalités entre les villes ports, dont certains peuvent prétendre à une attractivité internationale alors que d'autres se contentent d'une attractivité nationale ou régionale.

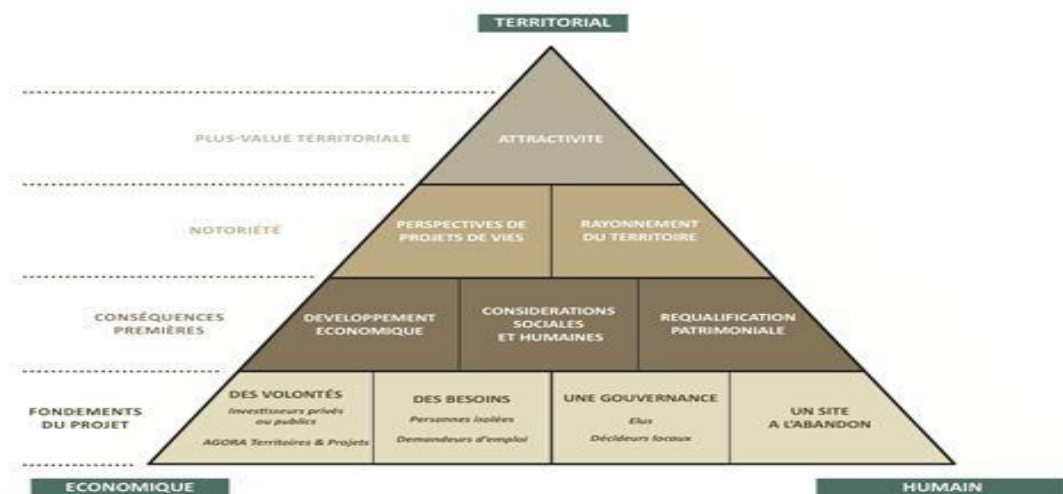
III-3-4- La qualité du cadre de vie et de l'environnement:

²³. BROS-CLERGUE Myriam, 'Différencier les territoires : quels outils de management ?', http://www.unice.fr/recemap/contenurevue/Articles/Revue_Recemap7_Bros.pdf.

Des critères comme la beauté du cadre paysager, l'ancienneté du patrimoine, la présence d'éléments naturels préservés tel que l'air et l'eau sont difficilement mesurables.

III-4- Les nouveaux enjeux de l'attractivité de la ville portuaire:

Figure 04 : les enjeux économiques, humains et territoriaux de l'attractivité



Source: Agora, '*Territoires & Projets 2008, Notre méthode de développement d'un projet*', <http://www.agora-web.com/Notre-methode-de-developpement-d.html>

"Au cours de la dernière décennie, le commerce mondial des marchandises a enregistré une croissance spectaculaire, avec une progression moyenne de 5,6 % par an. Dans ces échanges, les trois quarts du volume relèvent des transports maritimes avec, selon les chiffres, plus de 25.000 milliards de tonnes de marchandises qui circulent par les mers et les océans".²⁴

Dans ce contexte, les villes portuaires apparaissent comme des points d'observation privilégiés de la mondialisation économique à l'œuvre et

²⁴. RACHEL Rodrigues-Malta, '*Villes portuaires horizons 2020: les nouveaux enjeux du développement*', <http://www.cairn.info/revue-medferranee-2008-2-page-9.htm>

constituent des places où, dans leurs formes les plus concrètes, se rencontrent, s'articulent voire s'affrontent les logiques du «local» et du « global »".²⁵

" Dans les pays où l'activité portuaire est développée, ces entités jouent un rôle important et participent grandement à la croissance économique. Productrices de richesses et d'emploi, on les désigne parfois de poumon économique, une métaphore qui leur sied à juste titre compte tenu de leur énorme poids dans la vie socioéconomique".²⁶

IV- La ville portuaire de Mostaganem :

L'approche géographique permet de comprendre les enjeux du développement pour la ville port (ville portuaire de Mostaganem) ainsi une étude de cas doit être pensée de l'échelle locale à l'échelle mondiale, en passant par celle régionale et continentale, posant la question des rapports entre "espaces, sociétés et territoire.

La ville de Mostaganem comprend une construction humaine, un produit du pouvoir: c'est un espace que l'homme a transformé pour se l'approprier et qu'il a aménagé en fonction de ses besoins. Il a donc une dimension historique et économique et il est dynamique.

En fait, l'enjeu actuel pour Mostaganem, un territoire attractif, est de s'intégrer à la mondialisation pour ne pas devenir "out" tout en restant une ville-port: territoire attractif d'où l'importance clés des aménagements.

Donc une place de choix de développement portuaire, d'une politique d'amélioration des triptyques portuaires et des axes de développement sont devenus des choix stratégiques sachant que la mondialisation, les flux économiques mondiaux, les échanges et le flux et les réseaux; les situations d'interfaces, les littoraux,... sont des facteurs qui influencent ce choix.

IV-1- Que représentent actuellement les ports en Algérie ?

" L'Algérie possède actuellement 10 ports de commerce de petite et moyenne taille. Avec un trafic total de 80 millions de tonnes, il traitent 95 % du commerce extérieur, ce qui dénote l'importance des ports en tant que facteur dynamique de l'économie algérienne.

Les ports créent des emplois. Ils génèrent 14 000 emplois directs sur l'ensemble des ports algériens. Le port d'Alger, le principal port algérien, regroupe à lui seul une population de 12000 employés. Le port regroupe aussi une population diversifiée vivants des transports maritimes telle que : les armateurs,

²⁵. RACHEL Rodrigues-Malta, *‘Villes portuaires horizons 2020: les nouveaux enjeux de développement’*, Op.cit p9.

²⁶. IKKACHE Belkeir, *‘Le Phare’*, Revue N°122, Juin 2009, p11.

consignataires, transitaires, dockers et le personnel de l'administration portuaire, se sont des emplois induits. Les emplois générés par ces pôles sont étroitement liés au volume et à la valeur du trafic. Les ports pétroliers (Arzew, Skikda) sont de véritables pôles de développement et n'a fait que renforcer la polarisation côtière héritée de la colonisation"²⁷. Dans un contexte de concurrence accrue, un port soucieux de sa promotion est obligé de vendre et de se faire vendre"²⁸.

Figure 05 : les villes - ports en Algérie



Source : Fatima Zohra Mohamed-Chérif, 'Les ports algériens à l'heure du désengagement de l'Etat', Revue maritime N°480, Institute Français de la mer, Paris, Décembre 2007, p1

IV-2- Mostaganem : une ville, un port :

IV-2-1 Mostaganem la ville:

" Mostaganem, s'appelait jadis *Moristaga* puis *Cartenna*, avec le temps c'est le port qui donnera le nom à la ville et elle s'appellera « *Mersa el Ghanaim* » le port du butin. Depuis sa naissance, bien avant 1830, le port s'est confondu avec la ville de Mostaganem, à qui il donna son nom.

Le port et la ville suivirent un destin commun « la ville c'est le port et le port c'est la ville ». De génération en génération, toutes les familles, tout les gens de Mostaganem, de père en fils, ont compté un ou plusieurs membres de leur

²⁷. CHERIF Mokhtar, 'El Bahri', bulletin trimestriel de l'EPM, N°01, 2^{ème} trimestre 2007, p1

²⁸. IKKACHE Belkheir, 'le Phare' N° 97, Mai 2007, p10.

famille dans les rangs des travailleurs du port. Celui-ci était et demeure l'entité économique qui offre le plus de postes d'emploi au niveau de cette ville"²⁹.

Situé dans une zone à vocation agricole, ce port dispose d'un potentiel conséquent et à de larges ambitions de par sa position géographique qui dessert un vaste hinterland, composé de plusieurs wilayas des hauts plateaux et s'étendant jusqu'au sud du pays ; Hassi Messaoud et Tamanrasset.

IV-2-2- Mostaganem : une destination attractive

Des efforts louables sont fournis par l'EPM pour adapter le port aux exigences induites par les nouvelles mutations du trafic portuaire avec des efforts dans le cadre d'une stratégie nationale de développement portuaire.

Principales lignes régulières :

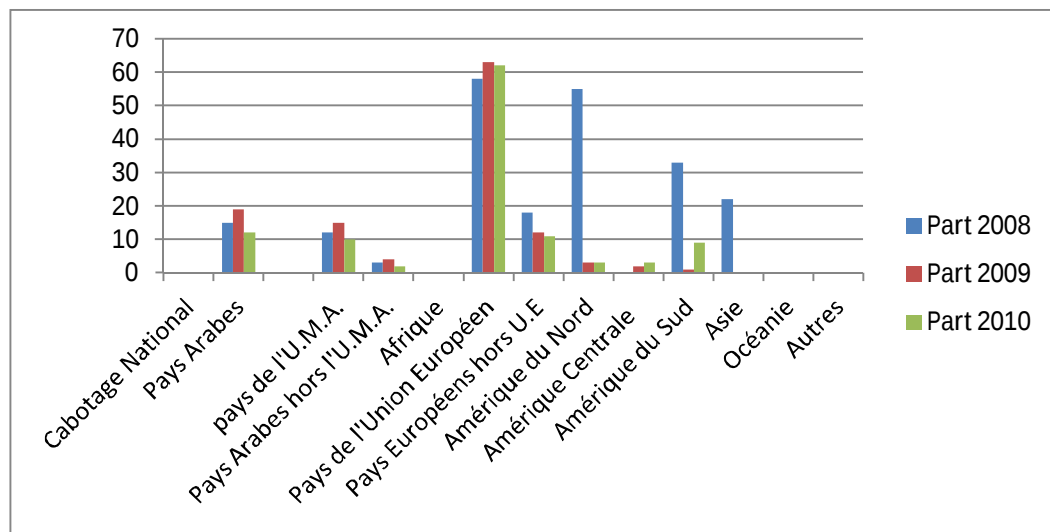
- Des Etats-Unis : ports de Huston et Baltimore à raison de deux fois par deux lignes régulières exploitées par la société SNTM CNAN et la compagnie Nordland line.
- De l'Europe du Nord : ports d'Anvers en Belgique, via deux lignes régulières assurées par MCL LINE et FLAMAR à raison de deux fois par mois.
- De la Mer du Nord : ports de Brême. Et Hambourg, avec une ligne régulière desservée par SLOMAN NEPTUN une fois par quinzaine.
- De La Méditerranée
 - * Port de Marseille (France) : deux lignes sont régulièrement exploitées par la compagnie SUD-CARGOS et la société SNTM-CNAN.
 - * Ports de LIVOURNE ET MARINA DI CARRARA (Italie) : Une ligne maritime régulière est assurée par Intertred shipping spa Rome.

V- Attractivité : étude géographique

La répartition du trafic marchandises par zones géographiques en 2008 affiche un important volume d'échanges à l'importation avec les Pays Européens (76%), il est composé essentiellement de céréales (France), pommes de terre (Pays Bas, Danemark), sucre cristallisé (France, Espagne et Portugal), tubes et fer (Turquie et Italie) et divers produits (Belgique et Allemagne). En deuxième position, viennent les pays arabes avec une proportion de 15% du trafic marchandises constituée principalement de baryte et kaolin en provenance du Maroc, galet et tuyaux en ciment de l'Egypte.

²⁹. KHELLIL Faiçal, *"El Bahri"*, bulletin trimestriel de l'EPM, N° 02, 3^{ème} trimestre 2007, P 1-3

Graphique(01) : Trafic par zone géographique en 2008/2009/2010



Source : Entreprise portuaire de Mostaganem (EPM)

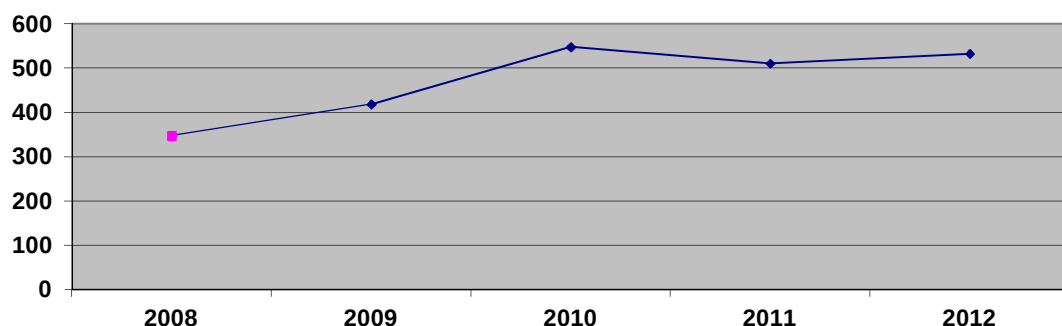
La répartition du trafic marchandises par zones géographiques en 2009 affiche un important volume d'échanges à l'importation avec les Pays Européens (75%), il est composé essentiellement de céréales (France), pommes de terre (Pays Bas, France), Ciment en big bags (Belgique et Allemagne), tubes et fer (Italie, Espagne, Belgique et Turquie) et divers produits (Belgique et Allemagne). En deuxième position, viennent les pays arabes avec une proportion de 19% du trafic marchandises constituée principalement de baryte et kaolin en provenance du Maroc, ciment gris et blanc expédié vers le Maroc, la Syrie et la Libye.

La répartition du trafic marchandises par zones géographiques en 2010 affiche un important volume d'échanges à l'importation avec les Pays Européens (73%), il est composé essentiellement de céréales (France), fruits et pomme de terre de semence (Pays Bas, Danemark, Espagne et France), bitume (Italie et Espagne), tubes et fer (Turquie, Italie, Espagne, et Grèce) et trafic véhicule (Espagne, France, Slovénie et Turquie). En deuxième position, viennent les pays arabes avec une proportion de 12% du trafic marchandises constitué principalement de baryte et kaolin en provenance du Maroc, ciment blanc et clinker blanc expédiés vers le Maroc, la Syrie, Tunisie et la Libye.

V-1- Quelques indicateurs économiques et commerciaux

V-1- Les navires arrivant vers Mostaganem de 2008 à 2012:

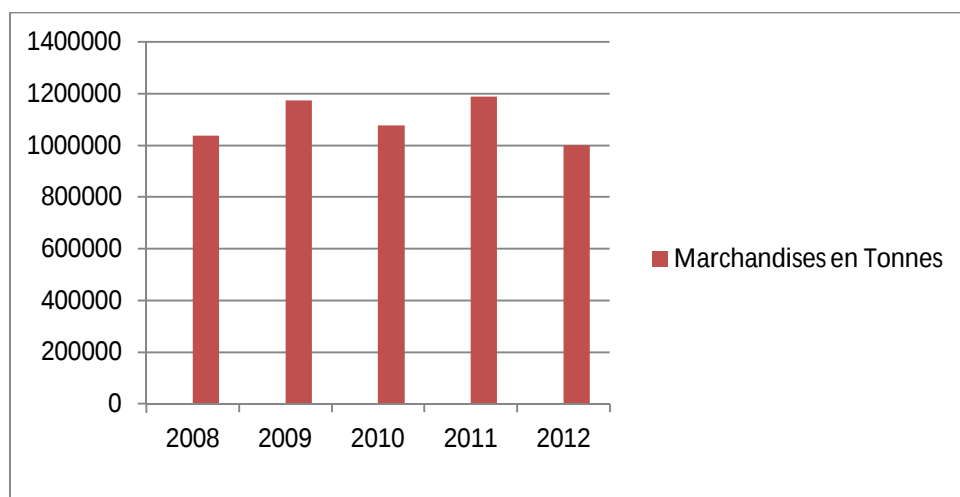
Graphique (02) : Nombre des navires arrivant vers Mostaganem



Source : Entreprise portuaire de Mostaganem (EPM)

V-2- Les marchandises reçus par le port de 2008 à 2012:

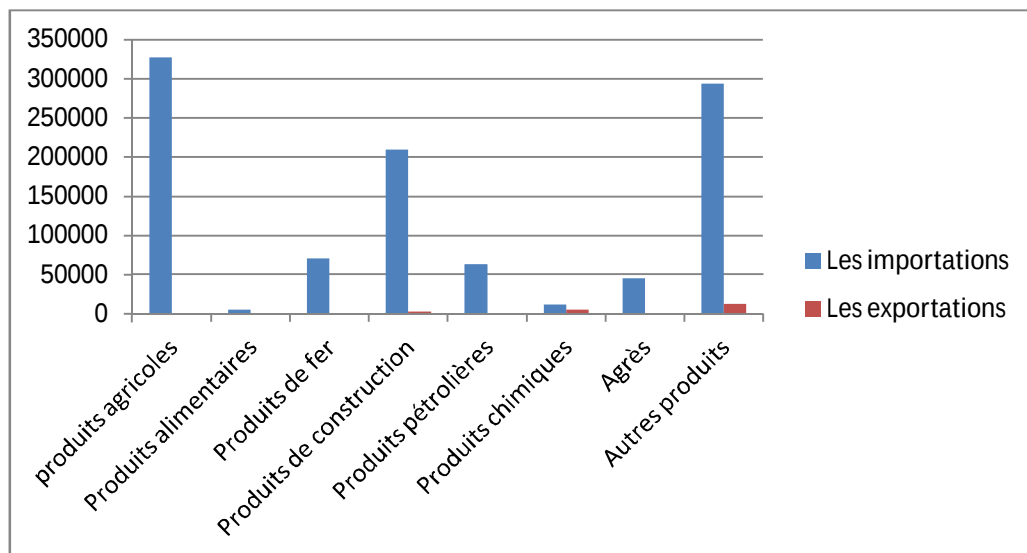
Graphique (03) : Les marchandises reçues par le port de Mostaganem



Source : Entreprise portuaire de Mostaganem (EPM)

V-3- Les importations et les exportations selon les familles des produits en 2012:

Graphique (04) :
Les importations et les exportations selon les familles des produits en 2012



Source : Entreprise portuaire de Mostaganem (EPM)

VI- Effets de la politique de développement sur l'attractivité

VI-1- Cap sur la modernité :

"Dans un environnement dynamique et concurrentiel, imposé par les différents changements structurels intervenus dans la vie économique mondiale, les ports nationaux ne peuvent rester en marge d'une métamorphose technologique rapide du monde maritime et portuaire et des échanges internationaux par voie maritime (96 %des échanges extérieurs de l'Algérie se font par voie maritime), à fortiori dans une situation de nouvelles réformes engagées qui conduisent le pays vers une économie ouverte sur le monde extérieur" ³⁰.

VI-2- La meilleure voie de développement et attractivité

L'entreprise portuaire de Mostaganem est en train de franchir une nouvelle étape dans son développement. Le trafic du port semble avoir atteint son rythme de croisière .tout les indicateurs de gestion confortent cette assertion. Les chiffres,

³⁰. CHERIF Mokhtar, 'El Bahri', bulletin trimestriel de l'EPM, N°02, 3^{ème} Trimestre, 2007, p1

relatifs au volume d'activité, enregistrés jusqu'ici peuvent déjà constituer un motif de satisfaction et nous assurent d'un bilan de fin d'exercice probant. Les valeurs de persévérance dans le travail et d'abnégation que l'entreprise s'est appliquée à inculquer à son collectif ont germé et porté leurs fruits. La stratégie de développement de l'EPM a toujours été fondée sur la diversification des activités du port, l'amélioration des performances et de la qualité de service, et l'augmentation des capacités de transit du port.

VI-3- Une politique d'amélioration continue

Soucieux de l'adaptation du port aux contraintes de l'attractivité et du trafic et motivés par la nécessité de mettre à la disposition des opérateurs portuaires de meilleures conditions d'évolution et une fluidité optimale du trafic, les dirigeants de l'EPM se sont attelés à la mise en œuvre d'un plan d'action qui repose sur trois axes de travail.

VI-3-1- Adaptation et amélioration de l'existant

L'action prévue dans ce contexte vise la rénovation des voies de desserte, des terre-pleins et voies ferrés avec extension raccordant les moles au réseau portuaire et, par voie de conséquence, au réseau national.

VI-3-2- Extension et développement portuaire

L'affectation de 21 hectares qui inclut le prolongement du port vers l'ouest (salamandre) nécessite un programme de viabilisation, et d'aménagement que l'EPM envisage de réaliser suivant un échancier d'investissement pluriannuel tenant compte des coûts et des disponibilités financière de l'entreprise.

Conclusion :

Aujourd'hui, les villes portuaires méritent une attention particulière du fait :

- De leur exposabilité et de leur pénétrabilité par l'étranger ;
- De la pression (démographique, politique, sociale, éthique, ...) en conséquence de leur dynamisme et de leur attractivité ;
- De leur place stratégique dans la locomotion du développement régional et national.³¹

L'attractivité est considérée comme un facteur-clef pour le maintien et le renforcement de la compétitivité, dans une époque marquée par la globalisation et les « knowledgebased » économies.

Aujourd'hui une ville (un territoire, une région) qui se veut attractif doit présenter une « offre » variée, comprenant des filières sectorielles, des pôles de compétences, des sites industriels, des opportunités d'affaires et des partenariats d'entreprise.

La confrontation des forces et des faiblesses de la ville aux opportunités et aux risques de son secteur portuaire sur le marché permet de définir une "position stratégique de succès" en mettant en valeur les principaux facteurs et atouts susceptibles de procurer à long terme une supériorité par apport aux concurrents.

Finalement, les enjeux constituent de nouvelles perspectives de développement pour les villes portuaires et elles participent à dynamiser de manière originale les offres territoriales locales, dans un contexte d'attractivité mondiale. Ces enjeux mettent en valeur le patrimoine et les moyens économiques, humains et territoriaux, impulsés par les acteurs locaux, tout en ayant pour ambition, de préserver le milieu naturel sur le long terme.

La ville de Mostaganem présente une grande richesse de son patrimoine naturel, une vulnérabilité écologique et des déséquilibres spatiaux qui imposent aux différents acteurs concernés de prendre conscience du rôle que peut jouer le port de nature en matière de valorisation et de structuration d'une ville attractive, mais aussi en termes de construction d'une image locale.

³¹. DELPHINE Cavallo, '*De la Ville-port au pôle portuaire : quelles stratégies de reterritorialisation ?*' <http://calenda.revues.org/nouvelle11718.html> publié le 22/12/2008.

Bibliographie :

* Les ouvrages :

1. FERRAS. R, *“Les modèles graphiques en géographie”*, Economica, RECLUS, Collection « Géo-Poche ».
2. GROSDIDIER DE MATONS. J, *“Droit économie et finances portuaires”*, édition 2000.
3. JEAN Lapèze, *“Apport de l’approche territoriale à l’économie de développement”*, L’Harmattan, 2007.
4. MAGALY Henry, *“Villes portuaires en mutation, Les nouvelles relations ville-port à Marseille dans la cadre du programme de renouvellement urbain Euro Méditerranée”*, Université de Lausanne, 2006.
5. MICHELE Colin, *“Coopération productives dans les villes portuaires”*, Collection Maritimes Ville portuaire Acteur de développement, L’Harmattan, 2003.
6. MICHELE Colin, *“Un nouveau mode de développement pour des villes productives”*, collection Maritimes Ville portuaire Acteur de développement, L’Harmattan, 2003.
7. NOISETTE Patrice et VALLERUGO Frank, *“Le marketing des villes, un défi pour le développement stratégiques”*.

* Documents Internet :

1. Agora, Territoires & Projets 2008, *“Notre méthode de développement d’un projet”*, <http://www.agora-web.com/Notre-methode-de-developpement-d.html>.
2. Antoine Frémont et César Ducruet, *“Logiques réticulaires et territoriales au sein de la ville portuaire : le cas de Busan en Corée du Sud”*, <http://www.cairn.info/revue-espace-geographique-2004-3-page-193.htm>
3. BROS-CLERGUE Myriam, *“Différencier les territoires : quels outils de management ?”*, http://www.unice.fr/recemap/contenurevue/Articles/Revue_Recemap7_Bros.pdf.
4. DELPHINE Cavallo, *“De la Ville-port au pôle portuaire : quelles stratégies de reterritorialisation ?”* <http://calenda.revues.org/nouvelle11718.html> publié le 22/12/2008.
5. HATEM Fabrice, *“L’attractivité du territoire : de la théorie à la pratique”*, www.metropolisation-mediterranee.equipement.gouv.fr/article.php3?id_article=653

6. RACHEL Rodrigues-Malta, *“Villes portuaires horizons 2020: les nouveaux enjeux du développement”*, <http://www.cairn.info/revue-medferranee-2008-2-page-9.htm>.
7. L'attractivité territoriale dans les projets d'agglomérations et de pays, revue ETD (entreprises, territoires et développement), Avril 2005, http://paysagglomérations.com/documents/docs_consult/not_obs_attractiv_0405.pdf
8. *Attractivité économique : éléments de définition*, www.additiv.fr/pdf/attractivite%20eco_additiv.pdf
9. Comment les infrastructures portuaires participent au développement, le cas du port du Tanger, www.aménagement-afrique.com/rubrique.php3?id...277

*** Les thèses :**

1. CARTIER Aude, *“Le marketing urbain à Valencia dans la course à l'America's Cup, Vers une ville portuaire entrepreneuriale?”* "villes et territoires" 2004-2005.
2. DUCRET César, *“Les villes-ports Laboratoire de la mondialisation”*, Thèse de doctorat, Université de HAVRE, 27Novembre 2004.
3. EL KRAMTI Bouchta, *“Les stratégies de valorisation des domaines portuaires ‘cas du port de Jorf Lasfar’ ”* thèse professionnelle, Management en services publics, 2002-2003
4. SAVIDAN Lise, *“La stratégie de marketing territorial”*, Génie urbain et environnement, UE4 Gouvernance territoriale, Université de REUNION, 2007.

*** Les articles :**

1. BELKAID Asma et BENHABIB Abderrezak, *“La marque ville comme moteur de développement de la ville en tant qu'unité territoriale”*, Les Cahiers de MECAS, N° 4 décembre 2008.
2. CHERIF Mokhtar, *“El Bahri”*, bulletin trimestriel de l'EPM (Entreprise Portuaire de Mostaganem), N°01, 2^{ème} trimestre 2007.
3. CHERIF Mokhtar, *El Bahri*, bulletin trimestriel de l'EPM (Entreprise Portuaire de Mostaganem), N°02, 3^{ème} Trimestre, 2007.
4. Fatima Zohra Mohamed-Chérif, *“Les ports algériens à l'heure du désengagement de l'Etat”*, Revue maritime N°480, Institute Français de la mer, Paris, Décembre 2007.
5. IKKACHE Belkheir, *“Le Phare*, Revue N° 97”, Mai 2007.
6. IKKACHE Belkeir, *“Le Phare”*, Revue N°122, Juin 2009.

7. KHELLIL Faïçal, '*El Bahri*', bulletin trimestriel de l'EPM (Entreprise Portuaire de Mostaganem), N° 02, 3^{ème} trimestre 2007.

*** Les séminaires :**

1. BELLATTAF. M, BELKHIRI. A et MERADI. O, '*Impacts de l'activité portuaire sur le développement socioéconomique et son rôle dans la reconfiguration spatiale d'une ville littorale*', Colloque international "Les ports du Maghreb, entre volonté et réalité, le 2 et 3 Février 2010, Ecole Nationale Supérieure Maritime, Alger.
2. BENHASSEL Farid, Séminaire '*le Management Portuaire*', E.P.Béjaia, 23/24 Octobre 1999.
3. JEAN Lapèze, '*Apport de l'approche territoriale à l'économie de développement*', L'Harmattan, 2007.

Du risque d'audit à l'audit des risques

M^{elle} FEKIH Nassima

Doctorante, Université de Tlemcen

E-mail: fekih.amina@yahoo.fr

Mr. ZIANI Abdelhak

Doctorant, Université de Tlemcen

E-mail: zianifouad@hotmail.fr

Résumé :

Dans le contexte actuel, l'approche traditionnelle d'audit fondée sur les risques d'audit cède la place à l'audit fondée sur le risque d'entreprise. Dans le présent article, nous présenterons l'évolution de la prise du risque et l'évolution de la profession d'audit à partir d'une comparaison entre le cas de l'Algérie et le modèle des pays développés, comparaison qui nous permettra de montrer l'immense écart entre les deux types d'expérience.

Mots clés : Risque, Management des risques, Audit

Abstract:

In the current context, the traditional approach to risk-based auditing gives way to audit based on business risk. In this article, we present the evolution of risk-taking and the development of the audit profession by comparing between the developed countries in this context and the case of Algeria. Our findings reflect the huge gap between Algeria and these countries in auditing.

Key words: Risk, Risk management, Auditing

Introduction

Lorsque la complexité augmente, la certitude diminue. Et comme, la structure, la procédure, les systèmes de management d'entreprise et l'environnement des affaires deviennent de plus en plus complexes, il est difficile pour les gestionnaires d'être sur de quoi que ce soit. Dans des conditions propices aux risques, une question essentielle se pose à savoir qui s'occupe de ces risques et comment? Dans le contexte actuel, l'approche traditionnelle d'audit fondée sur les risques d'audit cède sa place devant une focalisation fondée sur le risque d'entreprise. Une approche qui s'est pour longtemps intéressée aux contrôles comptables et à l'évaluation des systèmes de contrôles internes. Cette approche a montré ses limites et fait place à une nouvelle approche qui considère l'entreprise comme un tout, dont le risque stratégique est l'un des plus importants risques dans la conduite d'un audit. Par conséquent, l'introduction des états des risques de l'entreprise dans les rapports d'audit, doit permettre aux parties prenantes de percevoir des indices d'avertissement et d'alerte et de leur fournir une certaine assurance envers le futur.¹

1. La naissance de la notion de risque dans la profession d'audit :

Chaque scandale financier au cours des 150 dernières années a renforcé un discours continu sur la compétence des auditeurs (Fraser Ian, Chris Pong, 2009, page 104). La naissance du concept du risque d'audit « *audit risk* » revient aux années 1980 (C. Flint Fraser. I. A.M, Hatherly. D. J. 2008, page 144). En 1990, les normes internationales d'audit ont été révisées pour introduire de nouveaux concepts compte tenu de l'évolution rapide de l'intégration économique à l'échelle internationale. Le risque fait partie intégrante de l'actualité économique.

Le risque dans le lexique des commissaires aux comptes, est le synonyme logique de l'incertitude (Noirot. P et Walter. J, 2010, page 20). Bien qu'il ait toujours une connotation négative (Tarantino. A, 2008), et, signifie généralement des effets indésirables¹ (Demeestère. R et Lorino. P 2000, page 2), il peut être considéré à la fois comme une menace et une opportunité (Mandzila. E. W, Zéghal. D, 2009, page 12). Selim et McNamee (1999b) définissent le risque comme «un concept utilisé pour exprimer l'incertitude sur les événements et/ ou de leurs résultats qui pourraient avoir une incidence importante sur les buts et les objectifs

¹ Nous tenons à remercier Mr BENALLAL Ahmed (Expert en Audit, Commissariat aux Comptes et Conseil en Organisation et Fiscalité d'entreprise, et ex-directeur de la SNC) et le Docteur SOUAR Youssef (Université de Saïda) pour l'aide inestimable qu'ils nous ont apporté dans la réalisation de nos travaux.

Notre profonde reconnaissance va également à notre Directeur de thèse, Pr BENDIABDELLAH Abdeslam –Directeur du Laboratoire de Recherche en Management des Hommes et des Organisations LARMHO).

de l'organisation (Sarens. G, De Beelde. I, 2006, page 65). De ce fait, le résultat de la prise de risque peut être positif ou négatif.

Les risques auxquels fait face une entreprise sont d'origine interne ou externe. Les risques internes ou d'activités sont des risques propres à l'activité de l'entreprise dont l'impact peut être fort et sa maîtrise est mise en place au quotidien (Jimenez C, Patrick Merlier, Dan Chelly 2008, page 69). Ils comprennent les risques qui découlent de la structure de l'entreprise, de sa culture générale, des relations managers/ actionnaires, et managers/ employés, voire les exemples cités par (Sweeting. P, 2011, pp): l'absence d'un système de contrôle interne ou le risque de son inefficacité s'il existe, l'absence de communication verticalement et horizontalement, l'incompatibilité entre les services, manque de compétences, mauvaise gestion des ressources disponibles ainsi de suite. Les risques externes ou les risques exogènes sont les risques considérés comme étant hors du contrôle de l'entreprise. Ils proviennent de l'environnement externe dans lequel elle opère. Considérant les défis auxquelles est confrontée une entreprise multinationale, cette dernière se trouve en prise à des règles de droits des affaires différents et à des conditions de travail aussi différentes d'un pays à un autre. Parmi ces risques (externes) jugés majeurs, les risques politiques, les risques macroéconomiques, les risques économiques externes, et les risques commerciaux (Cleary. S; Malleret. T, 2006, page 88). Voici ci après quelques risques identifiés par Sean Cleary et Thierry Malleret en 2006 :

- *Risque politique*: menace sur la sécurité intérieure et extérieure du pays ;
- *Risques macroéconomiques* : le taux d'inflation, la complexité fiscale, les opportunités aux affaires ;
- *Risques économiques* : le flux des capitaux, les réserves de devises étrangères, l'évolution des barrières douanières, le taux de change ;
- *Risques commerciaux* : le respect des contrats, la compétence juridique, la transparence réglementaire et autres facteurs indiquant la conduite des transactions commerciales.

C'est dans les années 1980 que les grands cabinets anglo-saxons ont développé cette nouvelle forme du risque d'audit. C'est la probabilité qu'un auditeur émettra une opinion sans réserve sur des états financiers contenant des anomalies significatives. Il porte principalement sur les activités d'audit financier et comptable. Traditionnellement, le risque d'audit a été considéré comme strictement le risque de mauvaises conclusions de l'auditeur. Selon le glossaire de l'audit IAASB, le risque est défini comme étant le fait que l'auditeur exprime une opinion inappropriée alors que les états financiers sont erronés de manière significative ». D'après Bernard Colasse « le risque d'audit correspond tout particulièrement aux chiffres comptables qui impliquent un jugement et une

appréciation des dirigeants et peuvent relever de pratiques créatives ou frauduleuses» (Colasse. B, 2012, page 87). Le risque d'audit est inévitable, puisqu'il est impossible de vérifier l'ensemble des opérations comptables et financières d'une entreprise compte tenu du volume énorme des opérations traitées.

La notion de risque d'audit est directement liée à la troisième norme de travail qui est le recueil des éléments probants suffisants pour soutenir l'opinion (Elliott C. A. Brumfield. R. K. and Jacobson. P. D, 1983, page 61). Les professionnels (les auditeurs) reconnaissent trois composantes du risque dans le cadre du modèle du risque d'audit (RA) (George Thomas Friedlob, Lydia L.F. Schleifer, 1999, page 127) à savoir le risque inhérent (RI), le risque lié au contrôle (RC), et le risque de détection (RD). Ces trois composantes sont explicitement définies. Ceci peut être vu à partir de l'équation du risque d'audit de base:

$$RA = RI \times RC \times RD$$

Bien qu'il soit possible de subdiviser les composants du risque d'audit, il n'est pas possible d'y ajouter sans changer le sens du risque d'audit (Elliott C. A et al 1983, page 63).

1.1. Le risque de contrôle (Control risk):

Il s'agit du risque qu'une inexactitude puisse se produire dans l'affirmation d'un solde d'un compte et que l'anomalie pourrait être importante, que ce soit individuellement ou cumulée avec d'autres anomalies, et que celles-ci n'ont pas été prévenues ou détectées en temps opportun, par le contrôle interne de l'entité². Le risque de contrôle est le risque que des erreurs ne soient pas empêchées ou détectées par les systèmes de contrôle interne.

1.2. Le risque de détection (Detection risk):

est le risque que des éléments probants obtenus soient insuffisants pour identifier des erreurs qui existent. C'est le risque d'émettre une opinion incluant une erreur et qui pourrait être importante et significative (Robert Libby, James T. Artman and John J. Willingham 1985, page 213) par exemple, cela peut être une erreur dans le choix de la population d'audit ou d'élément objet de contrôle.

1.3. Le risque inhérent (inherent risk):

Il correspond à la probabilité qu'une ou plusieurs assertions (déclarations) contenues dans les états financiers, contiennent des anomalies significatives, et ce, sans tenir compte du contrôle interne (N. Messabia et A. Elbekkali, 2009),

² http://www.accaglobal.com/content/dam/acca/global/pdf/sa_nov09_jones.pdf,
Studentaccountant11/2009

autrement dit, C'est le risque dû à une anomalie qui pourrait être importante soit individuellement ou cumulée avec d'autres anomalies.

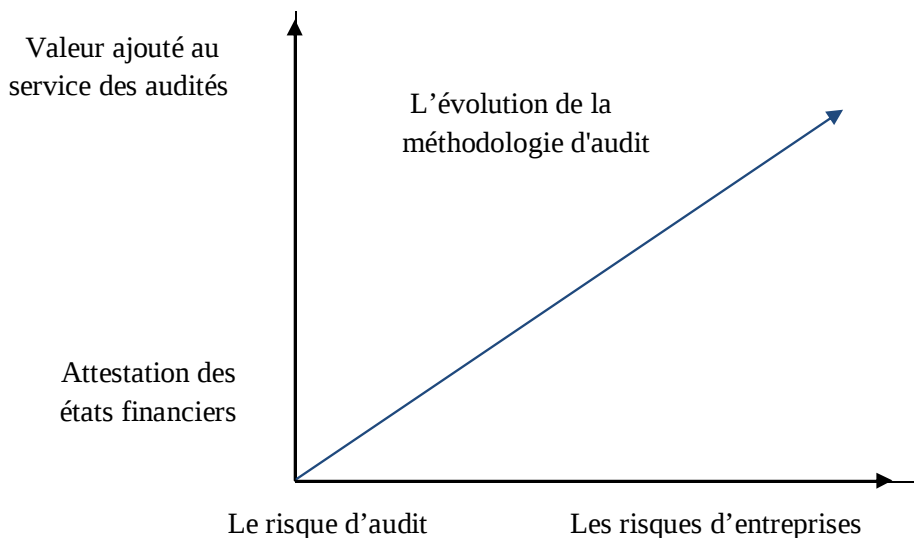
La norme SAS107note que «si l'auditeur estime que les contrôles sont peu susceptibles de se rapporter à une affirmation ou peu susceptibles d'être efficaces, il devrait estimer le risque de contrôle au niveau maximum (Beasley. M. S.; Carcello.J. V, 2008, page 77). Le niveau de risque inhérent affecte directement le niveau de risque de contrôle. L'effet d'une quelconque modification du risque de contrôle est susceptible d'affecter l'étendue des travaux de planification de l'audit. Autrement, lorsque le risque inhérent est élevé, une réduction du risque de contrôle devrait avoir un effet considérable sur le risque de mission, et donc sur le niveau des travaux d'audit.

Après une décennie et pendant les années 1990, Des cabinets d'expertise comptable et d'audit ont été blâmés pour défaillances d'entreprises, ou accusé de complicité. Il est également apparu qu'Enron était juste un exemple particulièrement important et bien desservi de ce qui est devenu une foule de faillites d'entreprises y compris Xerox, Worldcom, Parmalat, Ahold, Global Crossing et de Nortel. Ces affaires manifestent à un exercice critique de la profession d'audit (Thiery-Dubuisson. S,2009, page7). Ces effets engendrent une inquiétude générale affectant le moral des professionnels et la confiance accordée aux auditeurs (Power. M, 2005, page 14).Par conséquent, les politiciens, les régulateurs et les professionnels d'audit ont ouvert des débats sérieux pour examiner ce qui s'est passé et ce qui peut être fait pour éviter ces scandales (Cooper. D. J, Neu. D, 2006, page4)à fin d'améliorer les mécanismes de contrôle et de surveillance des entreprises. Les grands cabinets d'audit ont apporté des réformes substantielles à leurs méthodologies techniques et outils d'audit. Ils sont adopté ainsi la notion du management des risques d'entreprise comme une approche importante et intégré à l'audit, de plus, ils sont accru l'importance de l'amélioration continue (Knechel, 2001; Lemonet al, 2000).

Avec l'émergence de l'audit des risques de l'entreprise, les méthodes d'audit traditionnelles ont été complétées par de nouveaux processus d'audit orientés vers une perspective holistique de haut en bas de l'entreprise auditée (Bell et al, 1997; Knechel, 2001). Cela implique une analyse approfondie de l'activité du client et de sa stratégie (Bruynseels. L, Willekens. M, 2005, page3). Le risque d'entreprise concerne principalement les objectifs pour lesquels une organisation est construite. Il s'agit essentiellement du coût potentiel encouru si une entreprise ne réalise pas ses plans stratégiques (Humphrey.C et al 2004, page8).Il est considéré comme étant la probabilité qu'une action puisse se produire empêchant ainsi l'entité à atteindre ses objectifs. Cette définition du risque est beaucoup plus large que la notion de risque d'audit qui a influencé le travail des auditeurs au moins durant une décennie (Thomas G. Calderon, John J. Cheh1, 2002, page 204).

Le risque qui a été traité dans les missions d'audit dans le passé, c'était le risque d'audit résultant du manque d'observation de l'auditeur lui-même. Selon les normes internationales ISA le risque d'audit est propre à l'évaluation d'une seule catégorie de risques, les risques des états financiers. Ces risques ne comprennent pas les éléments de risques externes de l'entreprise. La prise en considération des risques dans la mission a traversé un laps d'évolution, en partant de contrôle de la conformité jusqu'en allant à l'assurance d'efficacité et d'efficience comme il est montré dans la figure n°1.

Figure n°1 : L'évolution de la méthodologie d'audit



Source: Andrew D. Bailey Jr., Audrey A. Gramling, and Sridhar Ramamoorti(2003),
Research Opportunities in Internal Auditing - The Institute of Internal Auditors,
Altamonte Springs, Florida, page272

A l'heure actuelle et dans un futur très proche, les risques d'entreprise se démultiplient et se complexifient en affectant l'ensemble de toute organisation et sa place sur le marché. C'est pourquoi le management des risques d'entreprise préconise une approche intégrée et rigoureuse des risques en évaluant et en localisant les risques qui pourraient avoir un impact sur la stratégie de l'organisation et ses différents objectifs dans une série de zones (Mandzila. E.W, 2009, page26). Cette approche fait partie intégrante de la mise en œuvre de la stratégie de toute organisation, elle crée un meilleur équilibre intelligent entre les

avantages et les désavantages potentiels et un renforcement de la confiance, tel est l'objectif réel du management des risques (Felix Kloman, 2005 page52). Ainsi, le management des risques contribue à accroître le profit des parties prenantes (Segal S, 2011, page3). C'est un processus continu positif, réactif et proactif, par lequel les organisations traitent méthodiquement les risques inhérents à leurs activités et cherchent ainsi à réaliser des bénéfices durables dans ce cadre.³

2. L'approche d'audit par le management des risques :

L'approche d'audit par le management des risques se révèle comme une vision alternative ajoutée à l'histoire continue d'audit en vue de rationaliser les pratiques (Power, 2003). Et, plus particulièrement dans une période caractérisée par un accent croissant sur le management des risques comme une approche généralisée pour le traitement de la complexité (Knechel, 2007). Le management des risques de l'entreprise est devenu indispensable dans la conduite d'une mission d'audit. Cette approche d'audit par le management des risques englobe deux visions complémentaires l'une macro et l'autre micro (P. Schick, J.Vera, O. Bourrouilh-Parege, 2010, page36).

Cette approche est plus exhaustive que la précédente de par l'accent initial mis sur les risques de l'entreprise du client et son influence sur le risque d'audit, partant de l'amont (le niveau stratégique) en allant vers le bas (niveau opérationnel). Il est affirmé que l'évaluation des risques de l'entreprise est un élément essentiel de l'audit et que tout risque infectant les objectifs de l'entreprise, augmente également le risque d'audit (Knechel, 2001, 2007). Cette approche remet en cause la façon dont les auditeurs évaluent le contrôle interne et les risques de l'entreprise. Elle est vue comme une manifestation de «gérer» l'image de l'audit dans un climat où le risque et le management des risques sont des facteurs dominants. Cela représente à la fois un changement technique dans la méthodologie, une légitimation externe et une justification interne des entreprises (Flint. C, Fraser.I.A.M, Hatherly. D.J2008, p147).

L'approche d'audit par le management des risques n'est pas simplement indicative mais réellement productive (K. Robson et al., 2007, page410). Elle offre une meilleure assurance pour l'entreprise auditée et pour sa stratégie. Cette méthodologie intègre à la fois un processus plus efficace au service du client (entreprise auditée) et crée une valeur ajoutée en permettant à l'auditeur de se prononcer et conseiller le client sur les risques d'entreprise et ses conséquences sur les résultats comptables et financiers et sur sa performance. Alors que l'approche traditionnelle est orientée beaucoup plus vers la conformité.

³ Cadre de référence de la gestion des risques, Federation Of European Risk Management Associations, AIRMIC, ALARM, IRM: 2002, p 3

De plus, cette approche est susceptible de diminuer les coûts de transactions (Boyd, 1999; Manson, 1997; Matthews, 2002; Power, 2000) surtout lorsqu'il s'agit de l'audit interne. Ça permet d'éviter d'installer deux fonctions incompatibles l'une de l'audit et l'autre de management des risques. L'approche d'audit par le management des risques nécessite des compétences multidisciplinaires au besoin d'évaluer la position d'une entreprise dans son environnement, sa stratégie et ses opérations. La nécessité d'une assurance indépendante soulève la question de savoir si les fonctions de management des risques et de l'audit interne doivent être séparées. L'argument est que l'auditeur devient trop impliqué dans le processus de management des risques pour conserver son indépendance milité pour la séparation de ces deux fonctions (Ian Fraser, William Henry 2007, page393). Dans d'autres initiatives de recherches similaires, des dirigeants insistent sur l'approche traditionnelle de l'audit qui orientée sur l'assurance de la conformité dans l'application des contrôles mis en place (Lam. J, 2003, page85). D'autre part, la réduction des coûts de fonctionnement a été considérée comme un facteur essentiel expliquant la conception du programme méthodologique de l'audit par le management des risques de l'entreprise. (K. Robson et al, 2007, page105). L'utilisation de l'approche de l'audit par les risques augmente les honoraires des missions d'audit mais en parallèle, elle diminue les pertes et permet de saisir les opportunités en temps opportun. C'est le meilleur moyen de s'assurer que les ressources internes et externes d'une entreprise sont allouées efficacement.

Cette approche encourage les auditeurs à intervenir sur de processus clés et des facteurs de succès de l'entreprise, ainsi que sur les risques et les contrôles propres à ces processus, par opposition à une approche fondée sur les comptes financiers. Si un auditeur peut identifier les sources des risques de l'entreprise et s'assurer que le client dispose des systèmes appropriés pour surveiller et gérer ces risques, il ne reste que peu d'effort à consacrer à l'exécution des tests de contrôle approfondis de la stratégie. Il a également été révélé que l'obtention de l'approche de l'audit par le management des risques est plus à même à générer des informations utiles pour le client (Emer Curtis, Stuart Turley, 2007, page445). Dans cette vision, la qualité d'audit se déterminera par la qualité de la mission et des décisions prises et non pas par la position du cabinet d'audit sur le marché (K. Robson et al, 2007, page418). Il est clair que la réputation de l'auditeur dépend toujours de ses qualités professionnelles.

3. Efforts consacrés pour le développement de l'approche d'audit par le management des risques

Plusieurs études, enquêtes et recherches ont été conduites dans le but de développer cette perspective, de la solliciter, de la refuser ou de l'amélioration.

Higson (1997, p. 213) présente l'un des premiers journaux annonçant l'approche d'audit par le management des risques. Il déclare que par suite aux pressions exercées sur les auditeurs, durant plusieurs années, ces dernières aboutissent à réévaluer ce que l'audit cherche à atteindre, et ce, résulte une remise en question de la façon dont cela doit être fait (Higson, A. W, 1997).

En 2004 et en réponse à COSO-ERM, qui a créé un mouvement mondial vers l'approche de l'audit du management des risques, l'association internationale d'audit interne, *l'International Association of Internal audit*, publie son premier article sur le rôle de l'audit interne dans le management des risques : "*The role of internal auditing in enterprise-widerisk management*,". Elle indique que les auditeurs internes jouent un rôle clé à l'égard des managers en leur fournissant fournir une assurance objective aux principaux risques de manière à leur permettre de disposer d'un fonctionnement efficace du contrôle interne (Laura de Zwaan, Stewart. J, Subramaniam. N, 2011, 587). Ainsi, elle propose que les points clés de l'audit interne doivent inclure:

- La création d'un système de management des risques;
- L'évaluation des facteurs de risque .

L'IIA (2004) met l'accent sur la séparation de l'audit interne du processus de management des risques, mais l'obligation pour les auditeurs internes de se prononcer sur la pertinence du management des risques conduit les auditeurs internes à s'impliquer dans une compréhension approfondie des risques (Fraser et Henry 2007, page396) car il est généralement considéré comme étant inapproprié à l'auditeur interne de gérer l'ensemble des risques, s'il le fait, il agira alors comme un manager d'entreprise (qui a toujours été considéré comme l'obstacle de son indépendance). Toutefois, si les leaders croient qu'il n'y a pas une autre fonction suffisamment indépendante pour mener ce rôle, alors d'un point de vue pragmatique, il n'y a que l'audit interne qui peut être en mesure d'en prendre en charge ce rôle (Griffiths. P, 2005, page53).

En 2005 une enquête a été conduite par Griffiths. P sur un ensemble de chefs d'entreprises. L'enquête fait l'objet des constats sur l'évolution de leurs réponses durant trois ans à la question suivante : est-ce que l'assurance de la conformité aux lois et procédures est l'objectif principal de l'audit interne ? Les réponses à cette question montrent clairement que ce n'est pas le cas. Et puis, si ce n'est pas le cas, quels sont donc leurs objectifs principaux? Les enquêtés doivent choisir l'approche qui a été suivie et les risques maîtrisés en répondant à ces questions. Les résultats sont illustrés dans le tableau ci-dessous qui présente les résultats obtenus :

Tableau n° 01 : Résultat de l'étude de Griffiths. P

Les préoccupations	Les résultats par pourcentage		
	2000	2002	2004
Les risques d'entreprise	40	72	89
Les états financiers	23	7	1
Les systèmes opérationnels	20	10	2
Contrôle de conformité	10	6	1
Consultation interne	4	1	1
rapport qualité-prix	2	2	0
La gouvernance d'entreprise	1	2	6

Source: Griffiths. P (2005), Risk-based Auditing, Gower Publishing, England, p 7

D'après les résultats, on constate que le contrôle de conformité est en décroissance, il est passé de 10% en 2000 à 1% en 2004, et même les 10% en 2000 n'est pas un taux important. En comparant ses résultats avec la préoccupation aux risques d'entreprise, le taux est croissant passant de 40% en 2000 jusqu'à 89% en 2004, ce taux est sensé être plus élevé après 2007. Les autres tâches sont aussi en situation de régression, sauf pour le cas de la préoccupation à la gouvernance d'entreprise qui se caractérise par une lente croissance. Cela n'est qu'une image de la réalité et de l'évolution de l'audit interne, dont le management des risques devient le noyau de son travail et son objectif primordial. Ceci ne veut pas dire que les autres processus ne sont pas importants, mais ils sont peu susceptibles de rester au centre dominant Griffiths. P, 2005, page 8-9).

C. Flint Fraser et al (2008) ont conduit une recherche sur l'attitude des auditeurs envers l'environnement du contrôle, prenant en considération les risques de l'entreprise et le management des risques et comment ceux-ci influent sur la conception du système de contrôle interne. Les participants sont été invités à évaluer l'efficacité et la pertinence du contrôle interne et le management des risques dans quatre cas d'organisations. L'échantillon pris est constitué de 10 entreprises dont six grandes et les autres de taille moyenne. Les participants ont été de qualité de managers et d'auditeurs séniors. Cette étude suggère que cette intégration est évolutionnaire et non pas révolutionnaire. Dans une étude différente de celle là, les auditeurs et les managers ont examiné les cas dans

lesquels se trouvent les inexactitudes, erreurs ou les irrégularités. Les auditeurs ont évalué les éléments du modèle du risque d'audit et du risque d'entreprise, puis, ils ont formulé des recommandations sur la mission d'audit et les coûts des honoraires. Lorsque la probabilité d'une erreur est élevée, le modèle du risque d'audit domine en lui-même les risques de l'entreprise dans la description de la mission. Par contre lorsque la probabilité d'une irrégularité est élevée les risques d'entreprise dominent le modèle du risque d'audit dans la description de la mission. Sachant que l'erreur fait partie du risque d'audit et l'irrégularité fait partie des risques d'entreprise.

Le 11 avril 2012, Une enquête internationale a été conduite par le cabinet international d'audit *pricewaterhousecoopers* sur l'importance croissante du management des risques en entreprise et sur les attentes élevées quant à la contribution de l'audit interne en ce sujet. L'échantillon de l'étude est constitué de :

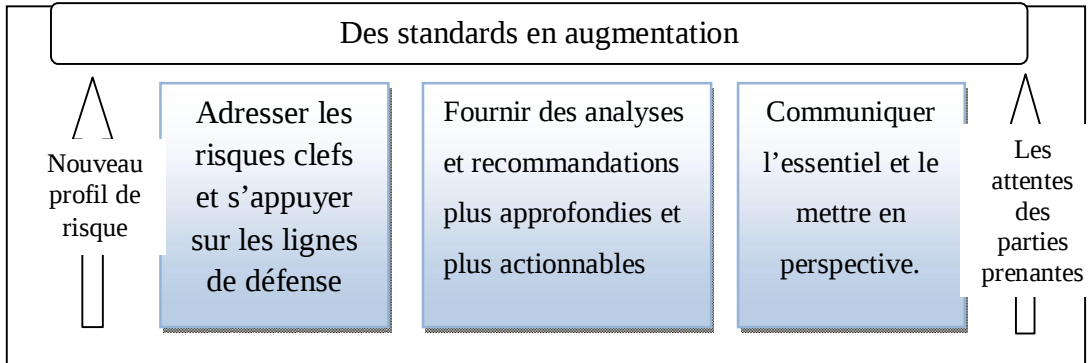
- Près de 100 parties prenantes interrogées individuellement, parmi elles des membres de conseil d'administration et des dirigeants ;
- Plus de 660 parties prenantes et 870 directeurs d'audit interne ayant répondu à un sondage en ligne. Dont l'ensemble des enquêtés font partie de 64 pays différents et de 16 secteurs différents d'activité.

8 attributs d'excellence ont été tirés et adressés aux auditeurs internes :

- La concentration sur les risques et les problématiques.
- L'alignement de la mission sur les attentes des parties prenantes;
- L'adaptation des compétences à fin de fournir de la valeur ajoutée;
- L'engagement et la gestion des relations avec les parties prenantes;
- La favorisation du service orienté vers le client;
- L'offre d'un service efficient en termes de coût;
- L'utilisation de la technologie de manière efficace;
- La favorisation de l'amélioration de la qualité et de l'innovation.

En parallèle pour satisfaire les attentes des parties prenantes, il est recommandé de :

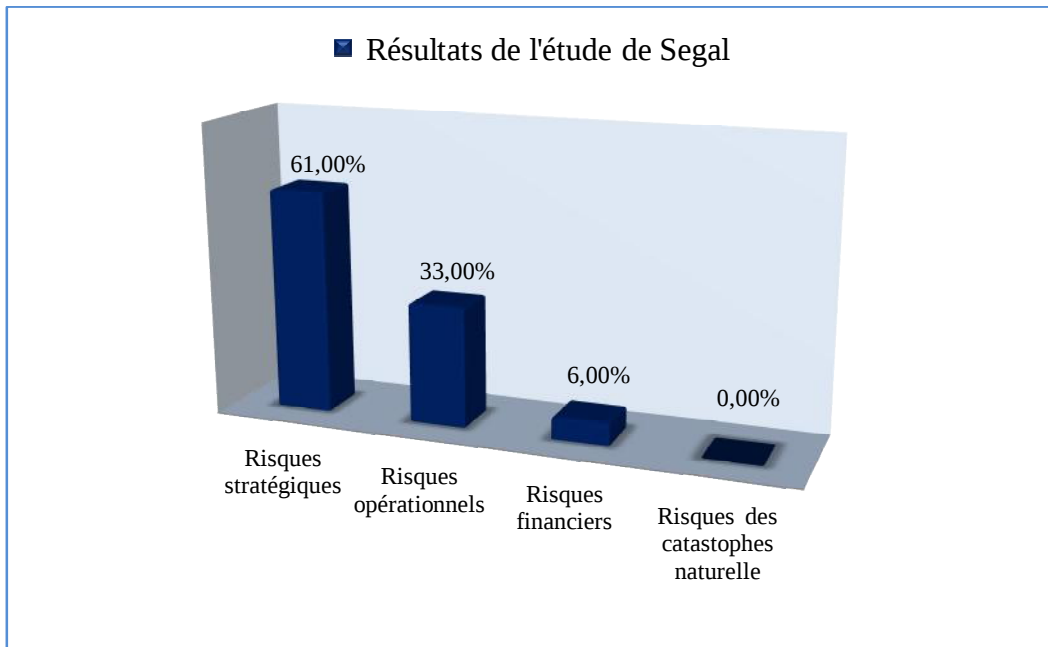
- Dresser les risques clefs et s'appuyer sur les lignes de défense.
- Fournir des analyses et recommandations approfondies et actionnables
- Communiquer les processus clés et les mettre en perspective.

Figure n°17: Les recommandations de l'enquête de pricewaterhousecoopers

Source : Enquête 2012 sur l'audit interne

Dans le domaine de l'audit externe par le management des risques d'entreprise, Michael De Martinis, Hironori Fukukawa, Theodore J. Mock en 2011, ont conduit une étude sur l'application de cette approche par des cabinets d'audit. Ce qui est nouveau dans cette étude c'est que l'échantillon de cabinets d'audit fait partie de deux pays différents, l'Australie et le Japon et que les variables de cette étude associent les caractéristiques des clients audités et les pays concernés. Ils ont constaté donc que les deux pays adoptent les mêmes standards mais l'application est complètement différente. Ainsi, lorsqu'il s'agit des caractéristiques des clients, ils constatent que le recours à la même approche diffère d'un client à un autre. De ce fait, ils concluent que les pays et les caractéristiques des clients ont un fort impact sur l'approche d'audit par les risques.

Une autre étude a été publiée sur un échantillon de six ans par « Mercer management consulting » sur les événements déclencheurs des 100 plus fortes baisses de valeur d'un mois parmi 1000 Fortunes entre 1993 et 1998. Le résultat est que la grande majorité des risques provoqués sont des risques de la catégorie stratégique pour 61%, le un tiers (33%) sont des risques opérationnels, et seulement 6% sont des risques financiers (Segal.S 2011, page 29).

Figure n°18: Résultats de l'étude de Segal

Source: Etablie par le chercheur

Les résultats confirment la perception qui dit qu'un bon audit doit tenir en compte à la fois les risques financiers, opérationnels et stratégiques. Plusieurs autres recherches similaires à cette étude ont abouti au même résultat dont les risques opérationnels et les risques stratégiques sont plus significatifs que les risques financiers. Mais généralement, trois raisons principales poussent les auditeurs à éviter les aspects opérationnels et stratégiques :

Premièrement : l'incapacité à quantifier les risques stratégiques et opérationnels

Deuxièmement : les mythes en ce qui concerne l'importance des risques financiers, une deuxième source de l'accent disproportionné sur les risques financiers est la croyance que les risques financiers sont les plus importants et représentent la majorité des risques qui menacent le plus une entreprise (Sim Segal, 2011, page 28.

Troisièmement, avoir l'esprit des analystes financiers. L'audit est considéré comme une activité sociale elle assure la survie et la performance de l'entreprise en respectant son environnement social (Humphrey, C., & Moizer, P., 1990).

Liesbeth Bruynseels et al en 2006 ont fait un état des lieux sur un ensemble d'entreprises industrielles américaines susceptibles de faire faillite dans un laps de temps de (1998- 2001). Ils constatent que les cabinets d'audit qui utilisent une méthodologie d'audit par le management des risques de l'entreprise sont moins tentés d'émettre une opinion sur la continuité d'exploitation sur les entreprises qui finiront par la suite à faire faillite. De ce fait, ils ont suggéré que ces auditeurs devraient donner plus d'importance à l'examen des états financiers pour participer à la réduction de la détresse financière. D'autre part, ils ont constaté que les auditeurs qui sont appelés à faire des lever de trésorerie à court terme n'émettent pas une opinion sur la continuité d'exploitation sur les entreprises susceptibles de faire faillite quelque soit l'approche utilisée (Bruynseels. L, W. Knechel. R and Willekens. M , 2006).

4. Aperçu sur l'évolution de l'audit en Algérie :

Pour l'obtention des données, notre choix d'échantillon s'est porté sur les commissaires aux comptes (CAC) en raison, premièrement, de leur objet de mission, et deuxièmement, de leurs connaissances d'un nombre important d'entreprises. C'est la réalité du marché d'audit en Algérie qui nous mène à avancer le premier argument car le commissariat aux comptes représente la catégorie d'audit externe la plus reconnue.

Le facteur commun qui caractérise nos interviewés c'est le métier de commissaire aux comptes. Les autres charges diffèrent entre expert-comptable, professionnel d'audit, et conseiller en organisation et fiscalité de l'entreprise. Sur l'échantillon retenu (en l'occurrence, 7 répondants sur 9) nous dénombrons 6 commissaire aux comptes, et un commissaire aux comptes qui cumule également les activités de professionnel d'audit et de conseil en organisation et fiscalité de l'entreprise. Les éléments de notre échantillon opèrent dans la wilaya de Tlemcen et de ses environs (Tlemcen centre, Remchi et Maghnia).

L'outil de collecte des données, utilisé dans tous nos contacts est le questionnaire ouvert, et la question principale posée est : « *comment voyez-vous la profession d'audit en Algérie et son évolution ?* ». Nos enquêtés nous ont fourni près de 60 rapports, qui sont la matière première de notre étude. 49 rapports sur les 60 sont des rapports de commissariat aux comptes, parfois deux ou trois rapports sont d'une même entreprise mais pour des années différentes. Le reste concerne des rapports relatifs à des plans de développement d'entreprises, des plans de sauvetage et des études technico- économiques. Sans oublier 6 autres rapports financiers tirés de l'internet à propos de trois grandes entreprises algériennes cotées en bourse (Sonatrach, Sonelgaz, Naftal). Donc l'ensemble de rapports étudiés et analysés est de 55. Ainsi notre étude a porté sur 39 entreprises. Les entreprises de notre étude sont de type d'activité industrielle et de service, de

caractère privé et public, de taille petites et moyennes entreprises(PME) et grande entreprises.

Arrivé à ce stade d'étude le constat qui s'impose est que la majorité des rapports ne comportent pas une présentation de l'entreprise auditée bien que ceci représente la première phase de tout audit quelque soit son objectif. Ainsi, les contenus des rapports de commissariat aux comptes ne ressemblent pas à ceux d'un audit mais plutôt à une révision comptable. La méthodologie pratiquée par les commissaires aux comptes, objet de notre échantillon semble dépassée par les nouvelles pratiques d'audit.

Une autre catégorie de rapport a répondu à nos attentes c'est celle des études technico- économique et celle des plans de développement. Ainsi que des plans de sauvetage. Ce genre de rapports indique une analyse approfondie de l'entreprise sur le plan stratégique, économique, et opérationnel. Ces rapports répondent parfaitement à l'approche d'audit par le management des risques.

Les bilans déclarés dans les états financiers ne sont pas toujours représentatifs, il ressort que de nombreuses entreprises algériennes, en particulier celles de secteur privé ne déclare pas les chiffres réels de leurs activités pour échouer à l'imposition fiscale dans le but de réduire l'imposition fiscal. D'un autre coté, le rapport de commissariat aux comptes n'apporte pas de valeur ajoutée puisqu'il est focalisé sur le contrôle des comptes, alors que ces derniers ne sont pas sincères pour la majorité des entreprises assujettis à un audit financier et comptable légal. Ceci même est corroboré à travers les entretiens entretenus avec les professionnels.

Par ailleurs, on note que la majorité des entreprises touchées par notre échantillon démontre l'existence du système de contrôle interne, sans pour autant qu'il soit efficace dans la majorité d'entreprises. En effet, l'audit pratiqué par nos commissaires aux comptes est le plus souvent un contrôle de conformité, ce qui laisse entendre que cette approche d'audit demeure traditionnelle).

En conclusion, la profession d'audit en Algérie est encore loin de ce qu'elle devrait être. Selon les professionnels d'audit, l'audit en Algérie, n'a pas connue une grande évolution. Néanmoins, on pense que seule la fonction financière et comptable est concernée par le contrôle. Cette situation de retard en termes de connaissance de nouvelles méthodes d'audit d'information et de communication, et des lacunes de formation.

Conclusion :

La méthodologie d'audit a connu beaucoup de changements notables au cours de ces dernières décennies suite à des facteurs de différentes natures à savoir :

- Les scandales financiers qui ont secoué plusieurs entreprises ;
- Les progrès technologiques comme outil d'audit ;

- Enfin le besoin d'améliorer la qualité d'audit et d'apporter une valeur ajoutée à l'entreprise auditée.

Dans la nouvelle approche d'audit, l'auditeur cherche à mettre en évidence, les risques, les enjeux, les vulnérabilités, les opportunités manquées, mais aussi les synergies ou les dysfonctionnements associés à une stratégie, une politique, à des capacités ou incapacités spécifiques de managers.

En Algérie, il n'en demeure pas moins de gros efforts restent à réaliser pour mettre à niveau le métier d'audit

Référence :

1. Amin K. A, Al-Araj. R. S (2011) « Traditional Audit versus Business Risk Audit:A Comparative Study - Case of Jordan », European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences Issue 40, pp74-91
2. Beasley. M. S.; Carcello.J. V(2008), GAAS Guide 2009 A Comprehensive Restatement of Standards for Auditing, Attestation, Compilation, and Review, IL : CCH Inc, Chicago
3. Bruynseels. L, Willekens. M (2005), "Strategic Viability and Going-Concern Audit Opinions", Annual Congress of the European Accounting Association. Göteborg (Sweden), 18 - 20 May 2005
4. Calderon. T. G, Cheh1. J. J (2002), A roadmap for future neural networks research in auditing and risk assessment, International Journal of Accounting Information Systems 3, p.p 203–236,
5. Cadre de référence de la gestion des risques, Federation Of EuropeanRisk Management Associations, AIRMIC, ALARM, IRM: 2002
6. Cleary. S; Malleret. T (2006), Risques : perception, évaluation, gestion une approche positive des risques globaux auxquels sont confrontés les décideurs, Edition Maxima, Paris,
7. Colasse. B (2012), Les fondements de la comptabilité, 2^e éd., La Découverte, Repères, Paris,
8. Cooper. D. J, Neu. D, (2006),"Auditor and Audit Independence in an Age of Financial Scandals", Cheryl R. Lehman, in (ed.) Independent Accounts (Advances in Public Interest Accounting, Volume 12), Emerald Group Publishing Limited, pp. 1 – 15,
9. Curtis. E, Turley. S (2007), « The business risk audit – A longitudinal case study of an audit engagement », Accounting, Organizations and Society 32 439–461,
10. De Martinis. M, Fukukawa. H, Mock. T. J (2011),"Exploring the role of country and client type on the auditor's client risk assessments and audit planning decisions", Managerial Auditing Journal, Vol. 26 Iss: 7 pp. 543 - 565

11. Demeestère. R et Lorino. P (2000), « Gestion des risques et processus stratégiques », "21ème Congrès de L'AFC, France
12. De Zwaan. L, Stewart. J, Subramaniam. N, (2011), "Internal audit involvement in enterprise risk management", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 26 Iss: 7 pp. 586 – 604
13. Elliott C. A. Brumfield. R. K. and Jacobson. P. D (1983), "Should the risk of litigation, sanctions or an impaired reputation affect the conduct of an audit?", *Journal of Accountancy*, April, pp 60-61
14. Flint. C. Fraser. I. A.M, Hatherly. D. J. (2008), « Business risk auditing: A regressive evolution?-A research note », *Accounting Forum* 32 pp.143–147
15. Friedlob. G. T., Schleifer. Lydia L.F., (1999), "Fuzzy logic: application for audit risk and uncertainty", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 14 Iss: 3 pp. 127 – 137,
16. Griffiths. P (2005), *Risk-based Auditing*, Gower Publishing, England
17. Higson, A. W. (1997). Developments in audit approaches: from audit efficiency to audit effectiveness. In M. Sherer & S. Turley (Eds.), *Current issues in auditing* (pp. 198–215). London: Paul Chapman Publishing.
18. Humphrey. C, Jones. J, Khalifa. R, Robson. K, (2004) "Business Risk Auditing and the Auditing Profession: Status, Identity and Fragmentation", *Stream 7: Critical Accounting*,
19. Jimenez C, Patrick Merlier, Dan Chelly (2008), « Risques opérationnels de la mise en place du dispositif à son audit », *Revue banque*
20. Lam. J (2003), "Ten Predictions for Risk Management", *The RMA Journal* May, pp.84-87,
21. Libby. R, James T. Artman and John J. Willingham (1985), « Process Susceptibility, Control Risk, and Audit Planning », *The Accounting Review*, Vol. 60, No. 2 (Apr.), pp. 212-230,
22. Messabia. N et Elbekkali. A, « Le modèle du risque d'audit appliqué dans un environnement complexe de Technologies de l'Information ». www.reims-ms.fr/events/aim2009/pdf/Papier%20109.pdf
23. Noirot. P et Walter. J (2010), *Le contrôle interne: Des chiffres porteurs de sens !*, Édition AFNOR
24. Power. M (2005), *The Audit Society: Rituals of Verification*, Oxford University Press, London,
25. Robson. W. K, Humphrey. C, Khalifa. R, Jones. J (2007), « Transforming audit technologies: Business risk audit methodologies and the audit », *Accounting, Organizations and Society* 32 409–438
26. Sarens. G, De Beelde. I, (2006), "Internal auditors' perception about their role in risk management: A comparison between US and Belgian companies", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 21 Iss: 1 pp. 63 – 80

27. Schultz, J.J., Jr., J.L. Bierstaker, and Ed O'Donnell. (2010). « Integrating Business Risk into Auditor Judgment About the Risk of Material Misstatement: The Influence of a Strategic-Systems-Audit Approach », *Accounting Organizations and Society* 35: 238-251.
28. Sweeting. P (2011), Financial enterprise risk management, New York: Cambridge University Press, pp
29. Thiery-Dubuisson. S, L'audit, La Découverte « Repères », 2009, p. 7
30. Tarantino. A (2008), Governance, risk, and compliance handbook, John Wiley & Sons, INC edition , New Jersey
31. http://www.accaglobal.com/content/dam/acca/global/pdf/sa_nov09_jones.pdf, Student accountant 11/2009