

جامعة البليدة 2

مخبر التنمية الاقتصادية والبشرية في الجزائر



مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية

دورية دولية علمية محكمة و مفهسة

ر.د.م.ك ISSN 0827-2253

رقم الإيداع القانوني: 2011-65

العدد 14 - سبتمبر 2016

المراسلات و الاستفسارات:

تبعث جميع المراسلات إلى الأستاذ الدكتور كمال رزيق

مدير مجلة الاقتصاد و التنمية البشرية

مخبر التنمية الاقتصادية و البشرية في الجزائر

جامعة البليدة 02 الجزائر

dehalg.revue@yahoo.fr

laboratoire.dehalg2017@yahoo.com

obeyikan.com

اللجنة العلمية :

- أ.د سويسي عبد الوهاب جامعة الجزائر 3 الجزائر
أ.د خالص صالح جامعة البلدة 2 الجزائر
أ.د صخري عمر جامعة الجزائر 3 الجزائر
أ.د علي عبد الله جامعة الجزائر 3 الجزائر
أ.د الطيب ياسين جامعة الجزائر 3 الجزائر
أ.د قدي عبد المجيد جامعة الجزائر 3 الجزائر
أ.د بن حمودة محبوب جامعة الجزائر 3 الجزائر
أ.د فريد كورتل جامعة سكيكدة الجزائر
أ.د صالح صالح جامعة سطيف الجزائر
أ.د بوجلال محمد جامعة المسيلة الجزائر
أ.د هواري معراج جامعة غارداية الجزائر
أ.د زكان احمد م.و.ع.للتخطيط و الإحصاء الجزائر
أ.د زايري بلقاسم جامعة وهران الجزائر
أ.د الطيب داودي جامعة بسكرة الجزائر
أ.د بلعزوز بن علي جامعة الشلف الجزائر
أ.د راتول محمد جامعة الشلف الجزائر
أ.د عبد الرزاق بن حبيب جامعة تلمسان الجزائر
أ.د عبيرات مقدم جامعة الأغواط الجزائر
أ.د رمضان الشراح جامعة الكويت الكويت
أ.د عبد الحفيظ بلعربي جامعة العين للعلوم و التكنولوجيا الامارات العربية
أ.د. غالب عوض الرفاعي - جامعة العين للعلوم والتكنولوجيا، الإمارات العربية
أ.د طارق الحاج جامعة النجاح فلسطين
أ.د زغدار أحمد جامعة المدية الجزائر
أ.د علاش احمد جامعة البلدة 2 الجزائر
أ.د ماضي بلقاسم جامعة عنابة الجزائر
أ.د علي همال جامعة باتنة الجزائر
أ.د درمان سليمان صادق جامعة دهوك العراق
أ.د.حيدر احمد عباس جامعة دمشق سوريا
أ.د باشي أحمد جامعة الجزائر 3 الجزائر
أ.د آيت زيان كمال جامعة خميس مليانة الجزائر
أ.د منور أوسرير جامعة بومرداس الجزائر
أ.د بوكساني رشيد جامعة البويرة الجزائر
أ.د كوثر الأبجي جامعة بني سويف مصر
أ.د بن عبد الفتاح دحمان جامعة أدرار الجزائر
أ.د كمال بن موسى جامعة الجزائر 3
أ.د. غزالي عمر جامعة البلدة 2 الجزائر
د. جليد نور الدين جامعة تيبازة الجزائر
د.عبد الكريم احمد قندوز جامعة الملك فيصل السعودية
د.سميرة صندوقة معهد الموزج للتعليم و التدريب السعودية
د.محمد القاضي جامعة الزيتونة الأردن
د.حسن توفيق جامعة الزرقاء الأردن
د. طالبي بدر الدين المدرسة العليا للإحصاء والاقتصاد التطبيقي

مدير المجلة :

أ.د كمال رزيق

رئيس التحرير الشرفي :

المرحوم : أ.رحمون بوعلام

رئيس التحرير :

د. للوشي محمد

هيئة التحرير :

أ.د خضراوي ساسية

أ.د.منصوري الزين

د. مراكشي محمد لمين

د. عامر بشير

د. قاسي ياسين

د. ناصر شرفي

د. مزوغ عادل

د.حاج عيسى سيد احمد

د. بركان زهية

د.عقون عبد السلام

د. ايت عكاش سمير

التصميم والطبع

دار التل للطباعة



قواعد النشر بالمجلة :

تنشر مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، الأبحاث و الدراسات العلمية غير المنشورة من قبل أو قدمت للنشر بمجلات أخرى أو بملئقيات، في جميع تخصصات العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير (إدارة الأعمال)، و باللغات الثلاث : العربية، الفرنسية و الانجليزية، والتي تهتم بالدراسات التطبيقية والإحصائية، و دراسة الحالة فقط، وفق الشروط التالية :

يرسل المقال فقط الكترونيا إلى مدير المجلة، في حدود 13 صفحة من صفحات 4A وتضبط الهوامش كالتالي: أعلى الصفحة : 5سم، أسفل الصفحة 4، يمين ويسار الصفحة 4.5 سم .

يكتب المقال باستخدام Microsoft Word ، وبخط Times New Roman و بحجم خط 12، وبمسافة بين الأسطر simple، و العناوين و العناوين الفرعية تكتب ب Gras .

تتضمن الورقة الأولى، العنوان الكامل للمقال، (بلغة المقال وبلغة الإنجليزية)، بانسبة للمقالات المكتوبة بالانجليزية يضاف إليها عنوان باللغة العربية ، اسم الباحث و رتبته العلمية و المؤسسة الجامعية التابع لها، و ملخصين للموضوع في حدود 80 كلمة أو 05 اسطر، احدهما بلغة المقال و الثاني بلغة الإنجليزية، على أن يكون إجباريا احد الملخصين باللغة العربية.

يتم الإشارة إلى المصادر العلمية في متن المقال، وفق الأصول العلمية و في النهاية قائمة المراجع ترقم الجداول و الأشكال حسب ورودها في متن المقال.

تخضع كافة المقالات المرسلة إلى المجلة للتقييم العلمي الموضوعي، و يبلغ الباحث بنتيجة التقييم، أو التعديلات التي تطلب منه، و لا يمكن للباحث الطعن في نتائج التقييم.

لا ترد المقالات المرسلة إلى المجلة سواء قبلت للنشر أو لم تقبل.

تصبح المقالات المنشورة ملكا للمجلة ، فلا يجوز إعادة نشرها في مجلة أخرى أو استعمالها في أي ملتقى.

المقالات المنشورة في هذه المجلة لا تعبر إلا عن آراء أصحابها.

يحق لهيئة التحرير إجراء بعض التعديلات الشكلية على المقال المقدم متى لزم الأمر دون المساس بالموضوع.

لا يحق النشر لنفس الاستاذ سواء لوحده او مع اخرين الا بعد مرور ثلاث سنوات من تاريخ النشر الاول.

لا تقبل المقالات المعدة من اكثر من ثلاث باحثين .

ملاحظة: أي مقال لا يتوافق مع هذه القواعد يرفض ولا يقدم للتحكيم.

تقع مسؤولية أصالة البحث (أي سرقة علمية) على الباحث وحده ولا تتحمل المجلة ولا الأساتذة المحكمين للمقال أي مسؤولية أخلاقية وقانونية في ذلك.

حقوق النشر محفوظة للمخبر

لا تطبع في اي مطبعة الا بترخيص مكتوب من مدير المجلة،
و اي طبع بدون هذا الاذن يعرض صاحبة للمسألة القانونية

فهرس العدد

7	د. نبيل بوفليح د. محمد طرشي جامعة الشلف	أهمية استحداث صندوق ثروة سيادي لتنويع مصادر التمويل ومرافقة التحول الاقتصادي في الجزائر
25	أ. عبادة أمينة جامعة خميس مليانة	قياس و تقييم مستوى جودة الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بهدف تبني استراتيجية مستقبلية لتوفير أفضل الخدمات "دراسة استشرافية - افاق 2040"
38	د. حبيبة كشيده جامعة المدية	مدى تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية لفلسفة التسويق الأخضر دراسة استطلاعية تحليلية لعينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المدية
52	ا. بن محمد إيمان جامعة سكيكدة	اثر الاتصالات الإدارية على الأداء الوظيفي للعاملين -دراسة ميدانية بالمديرية الجهوية للنقل بالسكة الحديدية قسنطينة-
68	د. خميسي فايدي جامعة برج بو عريريج	تطور النفقات الاجتماعية في الجزائر - دراسة تحليلية للفترة (1990- 2013)-
81	د. بهلولي فيصل جامعة البليدة 2	نحو التوجه لترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل تراجع الإيرادات النفطية في الجزائر إنتاج وتصدير التمور نموذجا -
96	أ. توات نصر الدين جامعة البليدة 2	أثار وتحديات التوجه نحو استغلال الطاقة الشمسية في الجزائر
107	د. فلاق علي أ. بوشريط أسامة جامعة المدية	البدائل المتاحة لتنويع الاقتصاديات الربعية في ظل تقلبات أسعار المحروقات - دراسة حالة الجزائر-
119	د. ناصر (محمد سعود) جرادات د. عمر الصليبي د.زياد قباحه أ. هبة ابو زعروز أ. محمد رباح جامعة القدس - فلسطين	دور استراتيجية تدريب الموارد البشرية في الإبداع من وجهة نظر المتدربين دراسة حالة المؤسسات الخدماتية في محافظة الخليل
132	د. محمد علي العوفي كلية العلوم التطبيقية بصحار سلطنة عمان	تطوير القوى البشرية البحثية في مؤسسات التعليم العالي العربية: رؤية مقترحة
140	د. أحمد عارف عساف جامعة الزرقاء- الأردن	العلاقة بين القدرة التنافسية للقطاع السياحي والابتكار في منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا

151	د. قبة فاطمة جامعة البليدة 2	واقع جودة الخدمات الصحية في المؤسسة العمومية الاستشفائية ببوفاريك
175	أ. مليكة بن علقمة جامعة سطيف 1	الطرق الحديثة لقياس وإدارة مخاطر القروض المصرفية
202	د. دحو سليمان جامعة غرداية	نحو تنوع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات بتفعيل آلية التسويق الدولي للمنتوج الزراعي
221	د. بوشامة مصطفى جامعة البليدة 2 أ. بعلة الطاهر المركز الجامعي تيبازة	إعتماد سندات الخدمات العامة كأحد آليات السياسة المالية الهادفة لتغطية النفقات وتوجيه التنمية الاقتصادية
236	أ.د. بوشنافة الصادق أ. بن لكحل محمد أمين جامعة المدية	دراسة تقييمية لجاذبية مناخ الاستثمار في الجزائر للاستثمار الأجنبي المباشر
255	أ. بن زايد سارة جامعة سكيكدة	التسويق الابتكاري ومقومات نجاحه : تجارب عالمية
266	أ. طارق محمد بن غيث كلية الدراسات التجارية الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب، الكويت	التأمين التكافلي كبديل لتعزيز الصناعة التأمينية
276	سفيان وخام جامعة وهران -1-	عقد "البيع بالإيجار" في التشريع الإسلامي -دراسة في الفقه المالكي -

كلمة العدد

بسم الله، الحمد لله، والصلاة والسلام على رسول الله (صلى الله عليه وسلم)

في عددها الرابع عشر، ركزت مجلة (الاقتصاد والتنمية البشرية) على موضوع يشغل بال الرأي العام بالجزائر وبالعديد من الدول العربية النفطية، فضلا عن أهل الاقتصاد والسياسيين وغيرهم، وذلك بعد الصدمة النفطية التي أصابت أسواق الطاقة العالمية، والتي دفعت بالعديد من الدول إلى تحقيق عجوزات تاريخية في موازاتها العامة، ودفعت أيضا بالكثير من الدول لمراجعة سياساتها الاقتصادية، هذا الموضوع هو: إشكالية التحول الاقتصادي، وذلك من اقتصاد ريعي قائم على مصدر دخل واحد وهو النفط، إلى اقتصاد متنوع يعتمد على مصادر دخل متعددة مع التركيز على التنمية البشرية للأفراد وتنمية المهارات الفردية.

وفي هذا الاتجاه للمجلة، يستعرض كل من الدكتور نبيل بوفليج والدكتور محمد طرشي (جامعة الشلف) أهمية الاستثمار المالي كأحد آليات تنويع الدخل، وذلك من خلال إنشاء صندوق ثروة سيادي، بينما يقترح الدكتور فيصل بهلولي (جامعة البليدة) الاستفادة من ثروة هامة وربما منسية في الجزائر وهي التمور، حيث يستعرض تجربة إنتاج وتصدير التمور الجزائرية مع اقتراح أساليب وتقنيات لتفعيلها بغرض ترقية الصادرات. بدوره يستعرض كل من الدكتور علي فلاق والأستاذ أسامة بوشريط (جامعة المدية) مجموعة من البدائل والخيارات المتاحة أمام الجزائر لتنويع اقتصادها في ظل تقلبات أسعار النفط.

ومن الآليات المهمة التي يمكن بها تحقيق التحول الاقتصادي بالجزائر، تفعيل التسويق الدولي للمنتجات الزراعية أحد آليات التحول الاقتصادي كما يرى ذلك الدكتور سليمان دحو (جامعة غرداية)، أو تفعيل الاستثمارات الأجنبية المباشرة كما يستعرض ذلك كل من الدكتور ناصر بويحيوي والطالبة لمرحلة الدكتوراه نصيرة عروش (جامعة تيزي وزو).

وفضلا عن الموضوع الرئيسي، فقد ثرت المجلة ببحوث متنوعة في مجالات مختلفة من باحثين بالجامعات الجزائرية والعربية.

ختاماً، نشجع إدارة المجلة الباحثين على تقديم رؤاهم ومقترحاتهم للمجلة بخصوص فكرة التحول الاقتصادي بالجزائر بما يضمن الإقلاع الاقتصادي، خاصة أن هذا الموضوع يتعلق بمستقبلنا ومستقبل أجيال قادمة، ولعل صدمة النفط العالمية هي فرصة ليجد هذا الموضوع طريقه في مراكز البحث وبين علماء الاقتصاد.

هيئة تحرير المجلة

أهمية استحداث صندوق ثروة سيادي لتنويع مصادر التمويل ومرافقة التحول الاقتصادي في الجزائر

د.نبيل بوفليح
د.محمد طرشي
جامعة الشلف

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز مدى أهمية إنشاء صندوق ثروة سيادي في الجزائر لاستغلال الفوائض المالية الحالية والتي يمكن تحقيقها مستقبلا من أجل تنويع مصادر تمويل الاقتصاد الجزائري، وتوفير موارد مالية خارجية مستدامة يمكن للحكومة استخدامها في تمويل ومرافقة سياسات وبرامج التنويع الاقتصادي التي شرع في تنفيذها من أجل التخلص من التبعية المفرطة لقطاع المحروقات، التي تعد السبب الرئيسي للصدمات الدورية التي يتعرض لها الاقتصاد الوطني نتيجة التقلبات وعدم اليقين الذي يميز أسعار النفط على المدى القريب والبعيد، وفي نفس السياق سيتم إقتراح نموذج صندوق ثروة سيادي خاص بالجزائر يدعى بصندوق الاستثمارات الخارجية الجزائري يتضمن الإطار القانوني والهيكل التنظيمي وإستراتيجية الاستثمار في الصندوق.

الكلمات المفتاحية : صندوق الثروة السيادي، النفط ، التنويع الإقتصادي ، التمويل المستدام ، صندوق الاستثمارات الخارجية الجزائري.

Abstract: This study aims to confirm the importance of creating a sovereign wealth fund in Algeria to exploit the fiscal surpluses in order to diversify the sources of financing the Algerian economy, and providing a sustainable financial resources that can be used to accompanied its efforts to achieve economic diversification and eliminate the excessive dependence to the oil sector. which is the main cause of the periodic shocks that are exposed the Algerian economy as a result of volatility and uncertainty that characterizes oil prices in the short and the long term, and in the same context we will be developing a model of sovereign wealth fund for Algeria which is called the Algerian Foreign investments fund that includes the legal framework ,the organizational structure and investment strategy of the Fund.

Key words: sovereign wealth fund, oil, investment strategy, Economic diversification, investment portfolio reference, Algerian Foreign investments fund.

المقدمة : يتعرض الاقتصاد الجزائري حاليا لصدمة خارجية حادة نتيجة انهيار اسعار النفط إلى مستويات غير مسبوقة منذ منتصف سنة 2014 مما أدى إلى تسجيل تراجع هام في الصادرات والإيرادات العامة للدولة . إن هذه الوضعية تساهم في استنزاف الإحتياطيات المالية الخارجية والداخلية للدولة وقد تؤدي إلى انهيار الاقتصاد الوطني على المدى المتوسط، في ظل التبعية الشبه مطلقة لقطاع المحروقات ، وأمام هذا الوضع تسعى الحكومة جاهدة لتنفيذ سياسات ظرفية لمواجهة تداعيات هذه الصدمة على المدى القصير ، وسياسات هيكلية من أجل تنويع الاقتصاد الوطني وتحقيق التحول الاقتصادي على المدى المتوسط والبعيد ، إلا أن تحقيق هذا الهدف يتطلب توفير مصادر تمويل متنوعة و مستدامة لتمويل ومرافقة هذا النوع من السياسات ، ومن هنا تكمن أهمية إنشاء صندوق ثروة سيادي باعتباره أداة مكملة لمصادر التمويل الكلاسيكية التي يعتمد عليها الاقتصاد الوطني تساهم في تحويل الموارد المالية الغير مستقرة إلى موارد مالية مستدامة ، مع العلم أن صناديق الثروة السيادية عبارة عن أدوات مالية مستحدثة ومدارة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة من قبل الحكومة لأغراض استثمارية أو ادخارية ويتم تمويلها عن طريق الفوائض المالية المحققة في ميزان المدفوعات أو الموازنة العامة للدولة، كما أن مجال نشاطها قد يكون داخلي أو خارجي، وفي نفس السياق تؤكد الدراسة على أهمية وضرورة استحداث صندوق ثروة سيادي يستوفي مختلف الشروط والمتطلبات التي تميز صناديق الثروة السيادية الرائدة في العالم ، وذلك من خلال التطرق إلى المحاور التالية:

- أهداف وأنواع ومبررات إنشاء صناديق الثروة السيادية .

- عرض النموذج المقترح " الإطار القانوني " .

- الهيكل التنظيمي و إستراتيجية الاستثمار للصندوق المقترح .

أولاً- اهداف وأنواع ومبررات إنشاء صناديق الثروة السيادية .

1- اهداف صناديق الثروة السيادية: تتباين أهداف الصناديق السيادية باختلاف أنواعها ومبررات إنشائها ورغم ذلك يمكن إبراز أهم الأهداف فيما يلي:⁽¹⁾

- حماية الاقتصاد والموازنة العامة من خطر الصدمات الخارجية الناتجة عن التقلبات الحادة في مداخيل الصادرات .

- تحقيق مبدأ عدالة توزيع الثروة بين الأجيال عن طريق تعظيم الادخار الموجه للأجيال القادمة .

- تنويع مداخيل البلد وبالتالي التقليل من الاعتماد على صادرات السلع الغير متجددة .

- تعظيم عوائد احتياطيات الصرف الأجنبية .

- مساعدة السلطات النقدية على امتصاص السيولة الغير مرغوبة .

- توفير أداة لتمويل برامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية .

- تحقيق النمو المستدام " طويل الأجل" لرأس المال في البلدان المالكة للصناديق .

- تحقيق أهداف إستراتيجية سياسية واقتصادية .

2- أنواع صناديق الثروة السيادية : يمكن تصنيف صناديق الثروة السيادية إلى عدة أنواع وفقاً لمعايير مختلفة يمكن ذكرها فيما يلي :

(أ) وفقاً لموارد الصندوق إلى:⁽²⁾

(1) Some Fund Objectives, Sovereign Wealth Fund Institute “

www.SWFInstitute.org/research.php “ 28/05/2016”

- **الصناديق الممولة عن طريق الموارد الأولية:** هي صناديق تكونها الدول المصدرة للموارد الأولية وأساسا النفطية، ذلك أنه تطرح أمام هذه الدول إشكالية وتيرة استغلال هذه المواد التي يتسم معظمها بقابلية النضوب، وما إذا كان من الواجب إبقاء جزء منها في مكانها كحق للأجيال اللاحقة، ولقد وجدت هذه الدول في فكرة الصناديق حلا للمحافظة على نصيب الأجيال في هذه الثروات بحيث يتم إحلال الموارد الطبيعية بشكل آخر من الأصول.

- **الصناديق الممولة بفوائض المدفوعات الجارية:** ذلك أن الحجم الإجمالي العالمي من احتياطات العملات الأجنبية للبنوك المركزية ما فتئ في التعاضم بحيث تجاوز 07 تريليون دولار في سنة 2008 ولقد تزايد حجمها في سنة 2007 لوحدها بـ01 تريليون دولار وتملك الدول النامية 5/4 هذا المبلغ ولقد استطاعت الكثير من الدول الغير نفطية تحقيق فوائض مالية هامة، خاصة في أمريكا اللاتينية، ودول شرق وجنوب آسيا، بفضل تنافسيتها التصديرية على مستوى الأسواق العالمية بما يفيض عن احتياجات الاستثمار المحلي، مما دفعها إلى تحويل جزء من هذه الفوائض إلى صناديق سيادية بعد أن وازنت بين الاحتفاظ بها كاحتياطات نقدية أو استثمارها بما يحقق لها عوائد.

- **الصناديق الممولة بعوائد الخصوصية:** دخلت الكثير من الدول في برامج واسعة لخصوصية القطاع العمومي أدت إلى حصولها على عوائد مالية ضخمة، وتتباين استعمالات الدول لهذه العوائد، فمنها من يوجهها مباشرة لتمويل الميزانية العمومية وفي بعض الأحيان لتمويل برامج إعادة هيكلة الاقتصاد وسداد الديون، ونظرا لضخامة هذه العوائد وتخوفا من أن تقود إلى توسع كبير في الإنفاق العمومي يكون أكبر من الطاقة الاستيعابية للاقتصاد، والذي يمكن أن يؤدي إلى حالة من التضخم غير المقدر التحكم فيها وانطلاقا من كون المؤسسات المخصصة هي ملك عام لجميع الأجيال يتم تحويل كل أو جزء من عوائد الخصوصية إلى صناديق سيادية.

- **الصناديق الممولة بفائض الميزانية:** تلجأ بعض الحكومات مباشرة لما تحقق فائضا في الميزانية العامة للدولة إلى تحويل هذا الفائض لاستثماره في الأصول المالية قصد تحقيق عوائد من جهة ولتوجيه المعطيات الاقتصادية من جهة ثانية، ولما يلاحظ توالي تحقيق هذه الفوائض وارتفاع مستواها يتم اللجوء إلى تكوين صناديق سيادية قصد استثمارها وتميئتها بشكل أفضل.

(ب) وفقا لوظيفة الصندوق إلى:

- **صناديق استثمار:** تقوم بتوظيف أصولها بطريقة مباشرة في الأسواق المالية العالمية في شكل قيم منقولة أو بطريقة غير مباشرة من خلال شراء عقارات.

- **صناديق ادخار:** تقوم بادخار أصولها لدى البنك المركزي أو في المنظمات والمؤسسات المالية الدولية.

- **صناديق مختلطة:** تقوم بكلى الوظيفتين الاستثمارية والادخارية.

(3-3) وفقا لمجال عمل الصندوق إلى:

(ج) صناديق سيادية محلية: هي صناديق يتركز نشاطها الاستثماري والادخاري داخل البلد.

- **صناديق سيادية دولية:** يتركز نشاطها الاستثماري والادخاري خارج البلد.

- **صناديق مختلطة:** تقوم بأنشطة استثمارية وادخارية داخل وخارج الوطن في نفس الوقت.

(2) عبد المجيد قدي، الصناديق السيادية والأزمة المالية الراهنة، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، العدد السادس، 2010، ص: 03 .

د) وفقا لدرجة استقلالية الصندوق إلى:

- **صناديق سيادية غير مستقلة:** هي صناديق مدارة بصفة مباشرة من قبل الحكومة ولا تتمتع باستقلالية القرار، تتميز معظم هذه الصناديق بعدم خضوعها للرقابة المستقلة والمساءلة والإفصاح.

- **صناديق سيادية مستقلة نسبيا:** هي صناديق مدارة بطريقة غير مباشرة من قبل الحكومة حيث يتم إشراك جهات أخرى على غرار البنك المركزي والهيئات المستقلة في إدارتها، أهم ما يميزها أنها تتمتع بالاستقلالية النسبية في اتخاذ القرار، كما أنها تخضع للرقابة المستقلة والمساءلة والإفصاح.

3- مبررات إنشاء صناديق الثروة السيادية: تتباين مبررات ودوافع إنشاء صناديق الثروة السيادية من بلد لآخر حسب مميزات وخصائص الهيكل الاقتصادي ومصدر الفائض المالي المحقق، وعلى العموم يمكن تلخيص هذه المبررات فيما يلي:

- التحسب للنضوب الطبيعي للموارد والحاجة لبناء أصول أخرى تدر دخلا يعوض نضوب الأصل الحالي، واستغلال إيراداته من قبل الجيل الحالي، وهو ما اصطلح عليه بتحقيق العدالة بين الأجيال « Intergénérationnel Equity » وبمقتضى ذلك الاعتبار فقط، فإن البلدان التي يكون فيها العمر الزمني لاحتياطي الأصل الناضب قصيرا يكون الحافز لديها أكبر لادخار من تلك البلدان التي يكون العمر الزمني لاحتياطيها أطول كبلدان الخليج مثلا، حيث يتراوح فيها ذلك العمر بمستويات الإنتاج الحالية بين عشرين إلى أكثر من مائة عام وبمتوسط 75 عاما لبلدان الخليج مجتمعة، أما إذا ألقينا نظرة شاملة على النضوب أي تقلص الطلب على النفط بسبب البدائل بغض النظر عن النضوب وأضفنا إلى ذلك أن العمر الزمني للاحتياطي غير ثابت إذ يمكن أن ينخفض بالاستغلال المفرط ويمكن أن يرتفع بالتطور التقني وزيادة الاستثمار لتطوير الاحتياطي، فعندها يصبح العمر الزمني الاحتياطي حينئذ غير ذي أهمية بالنسبة لقرار إنشاء الصندوق الادخاري من عدمه.⁽³⁾

- أما المبرر الثاني لإنشاء صناديق الثروة السيادية فيتعلق بالطاقة الإستيعابية للاقتصاد الوطني وإمكانات تنويع قاعدته، وهذه تعتمد على حجم الاحتياطي والإنتاج، وبالتالي حجم العائدات بالنسبة للفرد وكذلك حجم الاقتصاد مقارنة بتلك العائدات، وعوامل أخرى مرتبطة بالإمكانات الحالية والممكنة لذلك الاقتصاد، وهذا يعني أن اقتصادات البلدان صغيرة الحجم قليلة السكان، وذات إمكانات التنويع المحدودة، يكون لديها حافز أكبر لإنشاء صناديق لادخار أو استثمار العوائد النفطية ولكن حتى تلك الاعتبارات قد تتغير عبر الزمن، ونتيجة للسياسات الاقتصادية فالطاقة الاستيعابية للاقتصاد الوطني تتزايد وتتغير محدداتها، وإمكانات التنويع لها ديناميكية وتعتمد أيضا على السياسات الاقتصادية، وهناك أمثلة كثيرة من منطقة الخليج وغيرها ساهمت فيه الإيرادات الأنية والسياسات إما في بناء هياكل وعلاقات زادت من درجة التنويع الاقتصادية أو تثبطه.⁽⁴⁾

- إن وجود انعكاسات سلبية للتدفقات المالية الناتجة عن الثروة الطبيعية أو ما يعرف بأثر المرض الهولندي على اقتصاديات الدول المالكة لها يفرض عليها إنشاء آلية لادخار الفائض

(3) ماجد عبد الله المنيف، صناديق الثروة السيادية ودورها في إدارة الفوائض النفطية، مجلة النفط والتعاون العربي، منظمة الدول العربية المصدرة للبترول، المجلد الخامس والثلاثون، العدد 129، ربيع 2009، الكويت، ص: 210-211.

(4) ماجد عبد الله المنيف، نفس المرجع السابق، ص: 211، بتصريف الباحث.

المالي أو استثماره خارجيا للحفاظ على استقرار النشاط الاقتصادي وحماية القطاع الصناعي من تداعيات هذا المرض .

- إن تعرض احتياطات الصرف الأجنبي لمخاطر مرتبطة بتقلبات معدلات الفائدة وسعر الصرف الأجنبي يفرض على الدول تنويع مجالات توظيف هذه الاحتياطات، وهو ما يمكن القيام به عن طريق إنشاء صناديق سيادية تقوم باستثمار جزء من هذه الاحتياطات في أصول مالية متنوعة مما يؤدي إلى التقليل من المخاطر.

- يمكن لصناديق الثروة السيادية أن تساعد في نقل التكنولوجيا إلى الدول المالكة حيث تؤدي الاستثمارات المباشرة والغير مباشرة لهذه الصناديق في الدول المتقدمة إلى توسيع حجم المبادلات الاقتصادية بما فيها عمليات نقل التكنولوجيا والمعارف.⁽⁵⁾

- تحمل تكلفة الفرصة البديلة: إن الاحتفاظ بالفوائض المالية وعدم استثمارها خارجيا يؤدي إلى تضخيم الحكومة لفرص استثمارية خارجية يمكن استغلالها في تحقيق عوائد إضافية للبلد.

- تدهور قيمة الفوائض المالية المملوكة من طرف الحكومة : إن الامتناع عن استثمار الفوائض المالية الداخلية والاحتفاظ بها في شكل سيولة نقدية يعرضها لخطر فقدان قيمتها بسبب ظاهرة التضخم.

ثانيا - عرض النموذج المقترح " الإطار القانوني " .

يتطلب تنويع مصادر تنويع الإقتصاد الوطني إعداد إستراتيجية طويلة المدى تعتمد أساسا على تغيير نظرة الحكومة للموارد المالية الريعانية من اعتبارها موارد مؤقتة تعمل على ضبط وتعديل الموازنة العامة و سداد المديونية العمومية إلى موارد مالية مستدامة تعمل على المدى البعيد وتساهم في ضمان مستقبل الأجيال القادمة، كما أن الهدف الرئيسي لهذه الإستراتيجية يتركز على تحويل مداخيل الثروة النفطية باعتبارها ثروة زائلة إلى ثروة مالية مستدامة.

إن تحقيق هذه الإستراتيجية يتوافق مع طرحنا الخاص باقتراح نموذج لصندوق الثروة السيادي الجزائري يستفيد من مزايا التجارب الدولية الرائدة في هذا المجال مع الأخذ بعين الاعتبار خصائص ومميزات الإقتصاد الجزائري.

1) مراحل إعداد الإطار القانوني للصندوق: إن نجاح صندوق الثروة السيادي في أداء وظائفه يعتمد على مدى سلامة ووضوح القوانين والتوجيهات المنظمة لنشاطاته، وفي هذا المجال يتعين على الحكومة إصدار قانون أساسي للصندوق مستقل عن قانون المالية مع اعتباره المرجع الرئيسي لجميع اللوائح والتعليمات المتعلقة بالصندوق علما أن إصدار هذا القانون يجب أن يتم وفقا للمراحل التالية:

- تشكيل لجنة مستقلة مكونة من خبراء اقتصاديين وقانونيين يعهد إليها مهمة إعداد النسخة الأولية للقانون مع العلم أنه يمكن للجنة الاستفادة من التجارب الدولية في هذا المجال بما فيها مبادئ سانتياغو المتعلقة بحكومة صناديق الثروة السيادية والمعتمدة من قبل صندوق النقد الدولي شريطة أن يتم تكييف هذه القواعد والمبادئ وفقا للخصائص الاقتصادية والمبادئ القانونية المعمول بها في الجزائر.

- تقديم الحكومة مشروع القانون للبرلمان لمناقشته وإثرائه ومن ثم المصادقة عليه.
- دخول القانون حيز التنفيذ بعد مصادقة رئيس الجمهورية عليه وشروع الحكومة في إصدار اللوائح والتعليمات المفسرة لمضمون القانون.

⁽⁵⁾ Helmut Reisen, Fonds Souverains et Economie du Développement, La Vie Economique, Revue de Politique Economique, 7/8/2008, France, P :27.

إن القانون الأساسي الخاص بالصندوق يجب أن يتضمن مجموعة من المبادئ الواجب احترامها والتي يمكن إبرازها فيما يلي:

- ضمان استقلالية الصندوق عن الحكومة وعدم خضوعه للاستغلال السياسي.
- تحديد الأهداف الإستراتيجية للصندوق مع ضمان التقيد بها وعدم تجاوزها.
- تحديد صلاحيات ومهام مختلف الهيئات المكلفة بالإشراف والتنفيذ والمراقبة مع ضمان عدم وجود تداخل بين مهامها.
- تكريس مبدأ الإفصاح والمساءلة في معاملات الصندوق.

(2) محتوى القانون الأساسي للصندوق: سنقوم فيما يلي باقتراح مشروع قانون أساسي للصندوق في إطار المبادئ السابقة الذكر يتضمن مجموعة من المواد التي يتم تصنيفها في أقسام مختلفة

- أ-1) القسم الأول: ماهية وأهداف ومجال نشاط وموارد الصندوق.**
- المادة 01:** يتم تأسيس هيئة مستقلة تحت مسمى صندوق الاستثمارات الخارجية الجزائري⁽⁶⁾ تعهد إليه نيابة عن الحكومة ولحسابها الخاص مهمة إدارة واستثمار فائض قيمة الجباية البترولية⁽⁷⁾ المحول إليه سنويا من الموازنة العامة للدولة.
- المادة 02:** تحدد أهداف الصندوق كما يلي:

- **أهداف بعيدة المدى:**
 - تحويل الثروة النفطية الناضبة إلى ثروة مالية مستدامة.
 - ضمان حق الأجيال القادمة في الاستفادة من الثروة النفطية.

- **أهداف قصيرة المدى:**
 - الحفاظ على توازن الموازنة العامة وحمايتها من خطر الصدمات الخارجية.
 - تخفيض المديونية العمومية.
 - تمويل المشاريع الإستراتيجية الكبرى التي تساهم تحقيق تنمية اقتصادية مستدامة.
- المادة 03:** إن تحقيق الأهداف السابقة الذكر يتطلب توسيع مجال نشاط الصندوق ليشمل المجال الخارجي من أجل تحقيق الأهداف بعيدة المدى والمجال الداخلي لتحقيق الأهداف قصيرة المدى.
- المادة 04:** تتمثل موارد الصندوق في فائض الجباية البترولية المحول سنويا من طرف الحكومة بالإضافة إلى عوائد الاستثمارات الخارجية للصندوق.

- أ-2) القسم الثاني: الملكية والإدارة والرقابة.**
- المادة 05:** تعتبر وزارة المالية المالك الرسمي للصندوق غير أن هذه الصفة لا تمنح لها حق إدارة الصندوق باعتباره هيئة مستقلة، كما أن الاستعمال الداخلي لموارد الصندوق من طرف الحكومة لا يتم إلا بعد موافقة مسبقة من البرلمان.
- المادة 06:** يتم تأسيس مجلس إدارة للصندوق الذي يعتبر أعلى سلطة في إدارة الصندوق تتمثل مهامه في:

- إعداد وتعديل إستراتيجية الاستثمار الخاصة بالصندوق.
- إصدار تعليمات ولوائح متعلقة بإدارة الصندوق.
- إنشاء وتطوير الهيكل التنظيمي للصندوق.

⁽⁶⁾ « Algerian Foreign Investments Fund » (AFIF).

⁽⁷⁾ إن فائض الجباية البترولية يتحقق نتيجة تجاوز إيرادات الجباية البترولية الفعلية لإيرادات الجباية البترولية المقدرة سلفا في قانون المالية نتيجة ارتفاع أسعار النفط

- تعيين المدير التنفيذي المكلف بإدارة الصندوق.
- مراقبة أداء الفريق المكلف بإدارة الصندوق.
يتكون مجلس الإدارة من عشرة أعضاء، أربعة أعضاء معينين بحكم مناصبهم وستة أعضاء مستقلين يتم تعيينهم بواسطة مرسوم رئاسي⁽⁸⁾.

المادة 07 : بالإضافة إلى أنظمة الرقابة الداخلية الخاصة بالصندوق والرقابة التي تمارسها وزارة المالية على نشاط الصندوق، يخضع الصندوق كذلك لرقابة دورية مستقلة من طرف البرلمان عن طريق لجنة برلمانية مكلفة بالمراقبة المستمرة لأداء الصندوق بالإضافة إلى رقابة مجلس المحاسبة.

أ-3) القسم الثالث: الشفافية والإفصاح.

المادة 08 : إن وزارة المالية بصفتها المالك الرسمي للصندوق مطالبة بنشر جميع القوانين والتعليمات واللوائح المنظمة لنشاط الصندوق وتمكين الرأي العام من الإطلاع عليها.

المادة 09 : يكلف المدير التنفيذي للصندوق بإعداد ونشر تقارير فصلية وسنوية حول أداء الصندوق يتم تقديمها لمجلس إدارة الصندوق بالإضافة إلى وزارة المالية علما أن هذه التقارير يجب أن تخضع للمراجعة والمصادقة من طرف مكتب محاسبة دولي، ويتم نشر هذه التقارير عبر وسائل الإعلام المختلفة.

المادة 10 : إن وزارة المالية مطالبة بتقديم تقرير سنوي للبرلمان يتضمن مختلف نشاطات ونتائج الصندوق تتم مناقشته علنيا مع تمكين الرأي العام من الإطلاع عليه.

أ-4) القسم الرابع : أحكام مختلفة.

المادة 11 : يتم إلغاء صندوق ضبط الموارد وتحويل رصيده نحو صندوق الاستثمار الجزائري فور إنشاء الصندوق.

المادة 12 : يفتح حساب مزدوج بالعملة الأجنبية والمحلية لدى البنك المركزي الجزائري لصالح صندوق الاستثمار الجزائري لتمكينه من القيام بمختلف أنشطته الداخلية والخارجية.

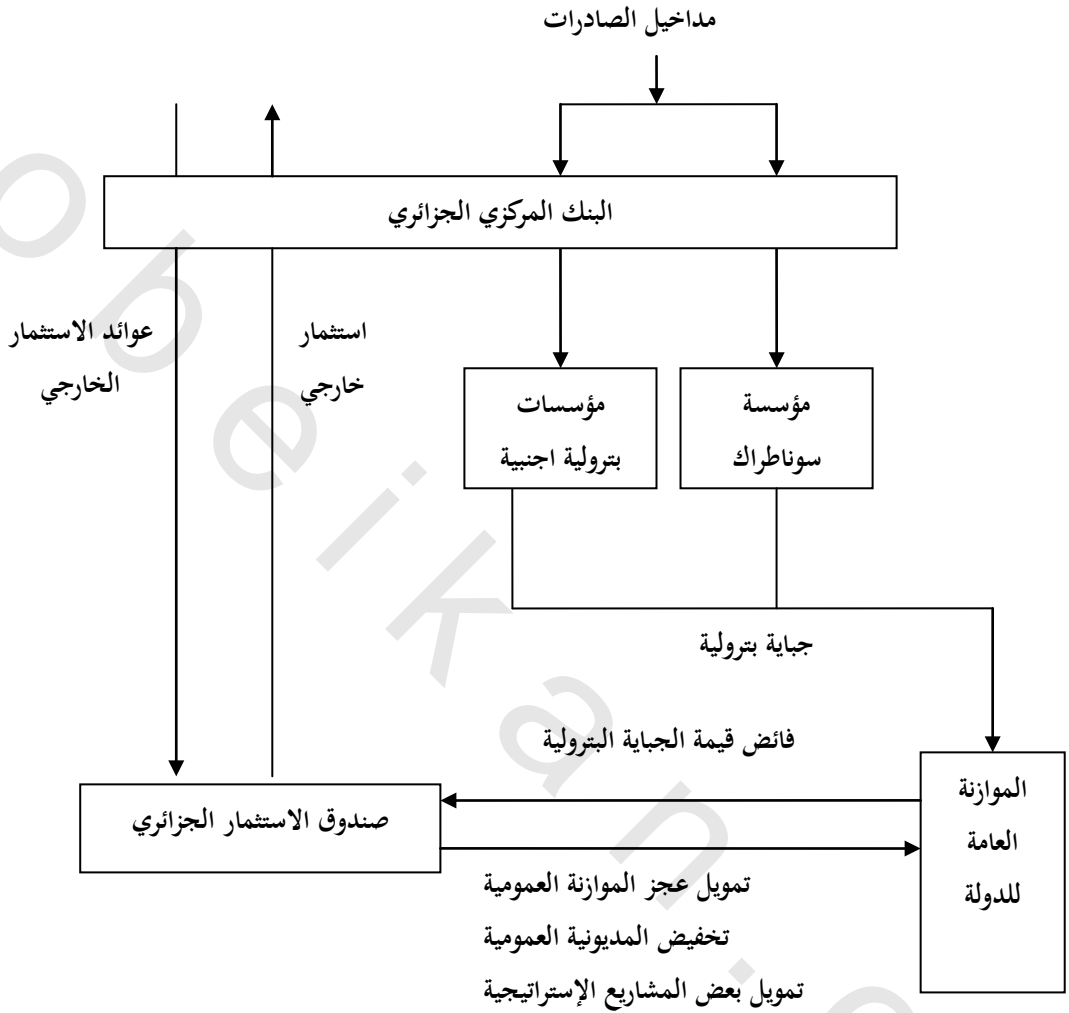
المادة 13 : لا يتم حساب أصول صندوق الاستثمار الجزائري ضمن احتياطات الصرف الأجنبية المدارة من قبل البنك المركزي الجزائري.

المادة 14 : يتم تغطية النفقات الخاصة بتسيير وإدارة صندوق الاستثمار الجزائري من موارد الصندوق

المادة 15 : يمكن للحكومة إصدار مراسيم تنفيذية توضح كيفية تنفيذ أحكام هذا القانون.

(8) سيتم التطرق بالتفصيل إلى مهام وتركيبية مجلس الإدارة في المحور الثالث.

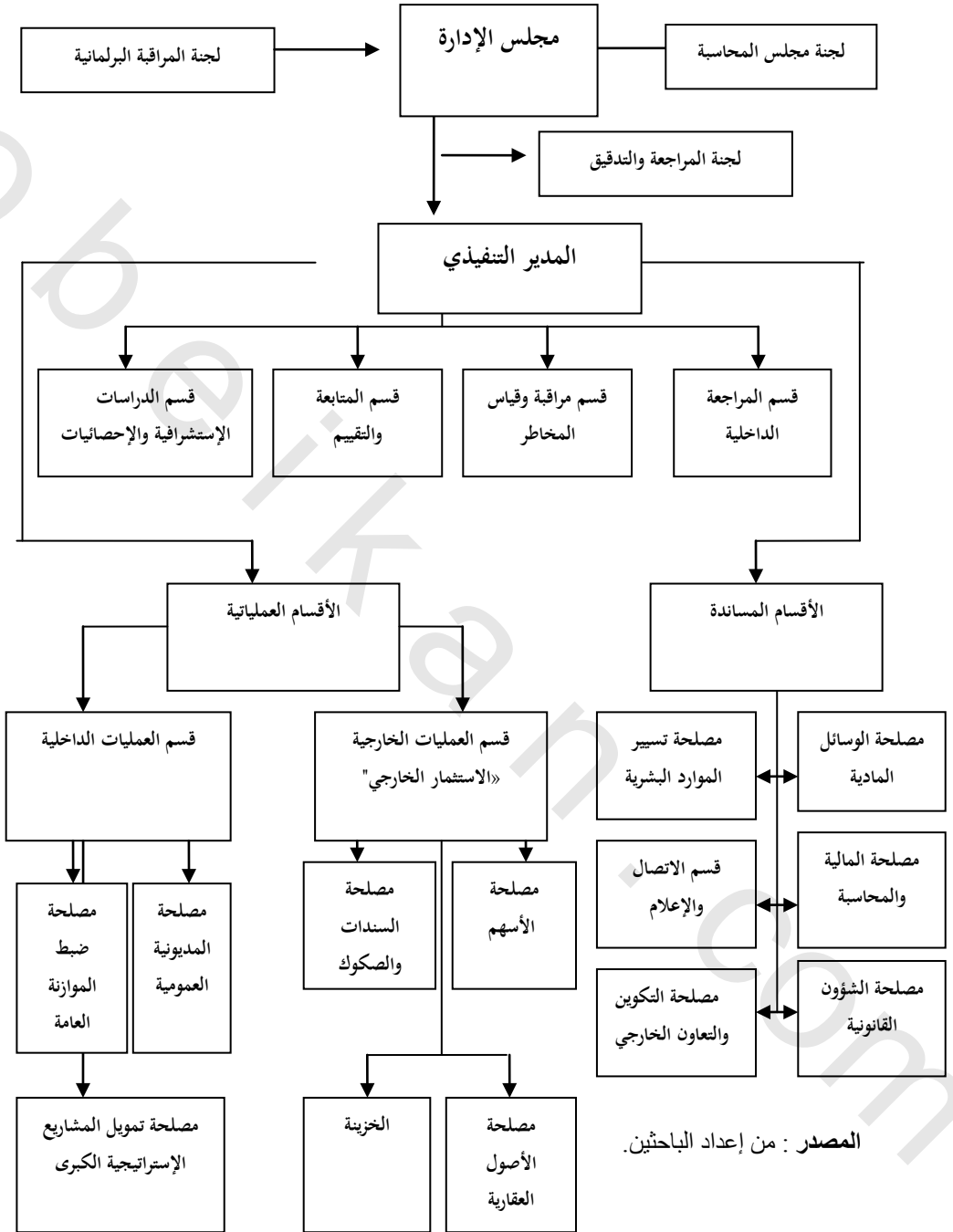
خطط بياني رقم (01) : دور صندوق الاستثمارات الخارجية في الاقتصاد الجزائري.



المصدر : من إعداد الباحثين

ثالثا - الهيكل التنظيمي وإستراتيجية الاستثمار للصندوق المقترح
1 الهيكل التنظيمي لصندوق الاستثمار الجزائري: إن تحسين أداء وفعالية صندوق الاستثمار الجزائري مرتبط بمدى كفاءة وجودة وتجانس الهيكل التنظيمي للصندوق، وفي هذا المجال سنقترح هيكل تنظيمي يتناسب مع الأهداف المحددة للصندوق.

مخطط رقم (02): الهيكل التنظيمي لصندوق الاستثمارات الخارجية
الجزائري.



1) مجلس الإدارة: يعتبر أعلى سلطة في الصندوق يتولى مهمة رسم وإعداد الإستراتيجيات والسياسات المتعلقة بنشاط الصندوق مع الحرص على متابعة تنفيذها⁽⁹⁾، يتكون المجلس من عشرة أعضاء أربعة أعضاء معينين بحكم مناصبهم هم على التوالي: وزير المالية، محافظ البنك المركزي، ممثل عن البرلمان، ممثل عن مجلس المحاسبة بالإضافة إلى ستة أعضاء مستقلين يتم تعيينهم بمرسوم رئاسي ويتم اختيارهم على أساس خبرتهم في المجال المالي والاقتصادي.

يتم تعيين كل من رئيس مجلس الإدارة والمدير التنفيذي للصندوق من بين الأعضاء المستقلين بالمجلس وبالاعتماد على مبدأ التصويت، تحدد عهدة كل من رئيس مجلس الإدارة والمدير التنفيذي للصندوق والأعضاء المستقلين بأربع سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة لا غير.

2) لجنة المراقبة البرلمانية: يتم تأسيسها من قبل البرلمان ومكلفة بمراقبة نشاط الصندوق عن طريق عقد لقاءات دورية مع مجلس الإدارة و المدير التنفيذي للصندوق بالإضافة إلى إمكانية مراقبتها لنشاطات مختلف مصالح وأقسام الصندوق.

3) لجنة مجلس المحاسبة: وهي لجنة تابعة لمجلس المحاسبة مكلفة بنفس مهام اللجنة البرلمانية بالإضافة إلى التدقيق في النتائج المعلنة من طرف الصندوق.

4) لجنة المراجعة والتدقيق: تقوم بالمراجعة والتدقيق في مختلف أقسام ومصالح الصندوق وتقدم تقريرها مباشرة إلى مجلس الإدارة دون المرور على المدير التنفيذي.

5) المدير التنفيذي: يعد المشرف الفعلي على الصندوق يكلف بتنفيذ سياسات مجلس الإدارة ويعتبر المسؤول المباشر على مختلف مصالح وأقسام الصندوق، مطالب بإعداد وتقديم تقارير فصلية وسنوية حول أداء الصندوق لمجلس الإدارة ولوزارة المالية بصفتها مالك الصندوق، كما يمكن للمدير التنفيذي تقديم اقتراحات لمجلس الإدارة من أجل تغيير أو تعديل إستراتيجية الاستثمار المتبعة في الصندوق.

1-5) قسم المراجعة والتدقيق الداخلي: يكلف بمراجعة مختلف نشاطات أقسام الصندوق وتقديم تقارير دورية للمدير التنفيذي.

2-5) قسم المراقبة وقياس المخاطر : مكلفة بمراقبة وتحديد مختلف المخاطر المصاحبة لاستثمارات الصندوق الخارجية.

3-5) قسم المتابعة والتقييم: تتمثل مهامه في متابعة تنفيذ إستراتيجية الاستثمار المحددة سلفاً، و تقييم أداء مختلف أقسام ومصالح الصندوق، بالإضافة إلى متابعة و تقييم أداء مدراء المحافظ الأجانب المكلفين بإدارة المحافظ الاستثمارية الخاصة بالصندوق.

4-5) قسم الإحصائيات والدراسات الإستشرافية : مكلف بتوفير البيانات والنتائج الخاصة بالصندوق بالإضافة إلى القيام بدراسات مستقبلية حول أداء الصندوق.

5-5) الأقسام المساندة: تتمثل مهامها في توفير الظروف الملائمة لنشاط الصندوق عن طريق تقديم الدعم البشري والمادي والمالي لمختلف مصالح وأقسام الصندوق تتكون من:

أ) مصلحة تسيير الموارد البشرية: مكلفة بتنظيم وتسيير الموارد البشرية المستخدمة في الصندوق.

ب) مصلحة الوسائل المادية: مكلفة بتوفير مختلف الوسائل المادية الضرورية لنشاط الصندوق.

ج) مصلحة المالية والمحاسبة: تشرف على تغطية مختلف التكاليف المترتبة عن نشاط الصندوق.

⁽⁹⁾ إن مهام مجلس الإدارة محددة في المادة 06 من مشروع القانون الخاص بالصندوق.

(د) **مصلحة الاتصال والإعلام:** مكلفة بتسيير نظام الاتصال والإعلام الخاص بالصندوق.
(هـ) **مصلحة الشؤون القانونية:** التأكد من مدى مطابقة نشاطات مختلف أقسام الصندوق للقوانين واللوائح المنظمة لعملها بالإضافة إلى توفير حماية قانونية لنشاطات الصندوق في الخارج.
(و) **مصلحة التكوين والتعاون الخارجي:** مكلفة بتطبيق برامج تكوينية لفائدة مستخدمي الصندوق وتعزيز العلاقات الخارجية للصندوق مع مختلف الهيئات والمنظمات الاقتصادية بما فيها صناديق الثروة السيادية الأجنبية.

5-6) الأقسام العملياتية: تعتبر أهم أقسام الصندوق وتتكون من قسمين:

(أ) **قسم العمليات الخارجية:** يسمى كذلك قسم الاستثمار الخارجي مكلف بتحقيق الأهداف البعيدة المدى للصندوق حيث يقوم باستثمار أصول الصندوق بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في البلدان والأسواق المالية الأجنبية يتضمن هذا القسم المصالح التالية:

أ-1) **مصلحة الأسهم:** مكلفة بإدارة محفظة الأسهم الخاصة بالصندوق.
أ-2) **مصلحة السندات والصكوك:** مكلفة بإدارة محفظة السندات والصكوك الإسلامية المملوكة من طرف الصندوق.

أ-3) **مصلحة الأصول العقارية والهيكل القاعدية:** مكلفة بإدارة استثمارات الصندوق في المجال العقاري والمنشآت القاعدية.

أ-4) **الخزينة:** تعهد إليها مهمة إدارة أصول الصندوق التي يتم الاحتفاظ بها في شكل سيولة نقدية محلية أو أجنبية.

(ب) **قسم العمليات الداخلية:** مكلف بتحقيق الأهداف القصيرة المدى للصندوق يتكون من :

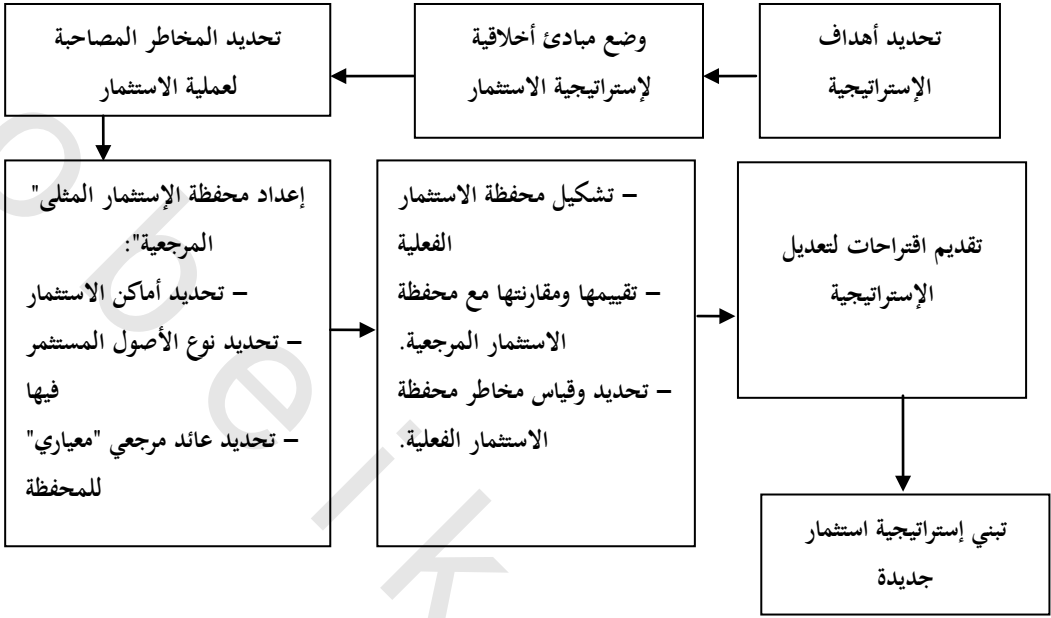
ب-1) **مصلحة المديونية العمومية:** مكلفة بمراقبة ومتابعة تحويلات الصندوق الموجهة لسداد المديونية العمومية.

ب-2) **مصلحة ضبط الموازنة العامة:** مكلفة بالإشراف على تحويلات الحكومة للصندوق المتضمنة لفائض قيمة الجباية البترولية بالإضافة إلى تحويلات الصندوق الموجهة لتمويل عجز الموازنة العامة للدولة.

ب-3) **مصلحة تمويل المشاريع الكبرى:** تعمل بالتنسيق مع الحكومة على تمويل بعض المشاريع الإستراتيجية التي تهدف إلى رفع مستوى التنمية الاقتصادية، علما أن تمويل الصندوق لجزء من هذه المشاريع سيساهم في تخفيض حجم الإنفاق الحكومي والحفاظ على استقرار الموازنة العامة للدولة.

(2) **إستراتيجية الاستثمار في الصندوق:** إن تحقيق الأهداف البعيدة المدى لصندوق الاستثمار الجزائري يتطلب القيام بنشاط استثماري خارجي، وفي نفس السياق يتعين على مجلس إدارة الصندوق إعداد إستراتيجية استثمار واضحة المعالم والأهداف تتميز بالمرونة والقدرة على التكيف مع مختلف الظروف الاقتصادية، علما أن تحقيق هذه المميزات يتم عن طريق القيام بتقييم دوري ومستمر للإستراتيجية، وهي مهمة مسندة إلى قسم المتابعة والتقييم في الصندوق، إن إعداد وتنفيذ إستراتيجية الاستثمار يتطلب المرور بعدة مراحل يمكن توضيحها فيما يلي:

مخطط رقم (03): مراحل إعداد وتنفيذ إستراتيجية الاستثمار في صندوق.



المصدر: من إعداد الباحثين

1-2 أهداف الإستراتيجية: إن الهدف الرئيسي لإستراتيجية الاستثمار يتمثل في تحقيق أعظم عائد ممكن مع أقل خطر ممكن، ومن أجل تحقيق هذا الهدف يمكن للصندوق استخدام أساليب استثمارية طويلة المدى مثل شراء أسهم خاصة بشركات عالمية بغرض الاحتفاظ بها ودون بيعها في السوق المالي بالنظر لاستقرار عوائد أسهم هذه الشركات مع تدني المخاطر المصاحبة لها، كما يمكن للصندوق استخدام أساليب استثمارية قصيرة المدى عن طريق شراء وبيع الأوراق المالية في الأسواق العالمية للاستفادة من فروقات الأسعار.

2-2 وضع مبادئ أخلاقية لاستثمارات الصندوق: إن تقييد النشاط الاستثماري الخارجي للصندوق بضوابط وقواعد أخلاقية يساهم في تعزيز المكانة الاقتصادية والسياسية للجزائر على الساحة الدولية، كما يضمن عدم وجود تعارض بين نشاط الصندوق من جهة والمصالح العليا للبلاد من جهة أخرى، وفي نفس السياق يمكن اقتراح مجموعة من المبادئ التي يتعين على إدارة الصندوق الإلتزام بها :

- منع الاستثمار في الشركات التي تنشط في مجالات تتعارض مع مبادئ الشريعة الإسلامية مثل شركات إنتاج: الكحول، التبغ، القمار، بنوك ربوية.
- منع الاستثمار في الشركات التي تمارس نشاطات مخالفة لحقوق الإنسان على غرار التمييز العنصري، تشغيل الأطفال، التلوث البيئي، إنتاج الأسلحة.
- منع الاستثمار في البلدان الغير صديقة للجزائر و الشركات المتعاملة معها.

ولضمان احترام إدارة الصندوق لهذه المبادئ يمكن تكوين لجنة مستقلة مكونة من خبراء في مجالات متعددة تعهد إليها مهمة إعداد قائمة سنوية تتضمن الشركات التي تمارس نشاطات مخالفة للمبادئ الأخلاقية المحددة سلفاً ومراقبة النشاط الاستثماري للصندوق للتأكد من التزامه بعدم الاستثمار في الشركات المعلنة في القائمة.

2-3) تحديد المخاطر المصاحبة لعملية الاستثمار: وهي مهمة يكلف بها قسم مراقبة وقياس المخاطر الذي يتعين عليه تحديد جميع المخاطر المحتملة على استثمارات الصندوق، وفي نفس السياق يمكن تمييز ثلاثة أنواع من المخاطر :

أ) المخاطر المنتظمة "مخاطر سوقية" " Systematic Risks": هي المخاطر الناتجة عن عوامل تؤثر في استثمارات الصندوق بوجه عام ولا يقتصر تأثيرها على شركة وترتبط أساساً بعدم استقرار المحيط الاقتصادي مما ينتج عنه تقلبات تشمل أسعار الفائدة وأسعار الصرف، معدلات الضرائب، و عوائد الأسهم، و يؤدي إلى تسجيل انخفاض في القيمة السوقية لاستثمارات الصندوق أو انخفاض عوائد هذه الاستثمارات.

ب) المخاطر الغير منتظمة " الغير سوقية" " Non Systematic Risks": هي مخاطر ناتجة عن عوامل تتعلق بشركة معينة أو قطاع معين وتكون مستقلة عن العوامل المؤثرة في النشاط الاقتصادي ككل، ومن هذه العوامل حدوث إضراب عمالي في شركة معينة أو قطاع معين والأخطاء الإدارية، وظهور اختراعات جديدة والتغير في أذواق المستهلكين، وظهور قوانين جديدة تؤثر على منتجات شركة أو قطاع معين.

ج) المخاطر التشغيلية: هي مخاطر مرتبطة بإدارة وتسيير الصندوق ينتج عنها خسائر في استثمارات الصندوق بسبب أخطاء متعمدة أو غير متعمدة من الإدارة على غرار أخطاء في اتخاذ قرارات الاستثمار، خلل في نظام المعلومات الخاص بالصندوق، عدم احترام إدارة الصندوق للقوانين واللوائح المنظمة لنشاط الصندوق.

إن الحد من المخاطر المنتظمة والغير منتظمة يتطلب تكوين محفظة استثمار مثلى تعتمد على مبدأ التنوع كما أن التقليل من المخاطر التشغيلية يتطلب تعزيز مستويات الرقابة والمتابعة الداخلية والخارجية وهو ما يتوفر في النموذج المقترح لصندوق الاستثمار الجزائري.

2-4) إعداد محفظة الاستثمار المثلى: بعد تحديد الأهداف والمبادئ والمخاطر المحيطة بإستراتيجية الاستثمار، يقوم مجلس إدارة الصندوق بإعداد محفظة استثمار مثلى للصندوق وهي المحفظة التي تحقق أعظم عائد ممكن بأقل خطر ممكن.

إن تحقيق هذا الهدف يتطلب الاعتماد على مبدأ أساسي في عمليات الاستثمار هو مبدأ التنوع الذي يشمل أماكن استثمار المحفظة بالإضافة إلى مكونات المحفظة الاستثمارية مع العلم أن نجاح سياسة التنوع يقتضي مراعاة ثلاثة اعتبارات هامة هي:⁽¹⁰⁾

أ) تنوع المخاطر الاستثمارية: من المعلوم أن أكبر المخاطر التي تواجه المحافظ الاستثمارية تتمثل في المخاطر السوقية أو العادية وهي مخاطر منتظمة في حدوثها لذا يمكن توقعها حسب دورات سوقية معينة إلا أنه لا يمكن تجنبها بالإضافة إلى المخاطر الغير سوقية أو الغير غادية وهي مخاطر غير منتظمة تحدث لأسباب خارجية عن ظروف السوق المالي لذا يصعب التنبؤ بحدوثها، وفي نفس السياق يجب التنبيه على أن سياسة التنوع لا تنجح إلا في تخفيض النوع

⁽¹⁰⁾ محمد مطر، إدارة الاستثمارات الإطار النظري والتطبيقات العملية دار وائل للنشر، الأردن، الطبعة الثالثة 2009، ص:129-130، بتصرف الباحث.

الثاني من المخاطر، أي المخاطر الغير سوقية فقط، لكنها لا تستطيع تخفيض المخاطر السوقية والتي تكون آثارها عامة فتصيب جميع أصول المحفظة بلا استثناء.

ب) عدد أصول المحفظة: كلما زاد عدد أدوات الاستثمار التي تتشكل منها المحفظة، كلما تزايدت فعالية سياسة التنويع في تخفيض مخاطرها والعكس صحيح، لكن يجب مراعاة وجود حد معقول لتعدد تشكيلة أصول المحفظة وذلك للمحافظة على جدوى سياسة التنويع ولتقليص نفقات إدارتها.

ج) معامل الارتباط بين أصول المحفظة: يعتبر من أكثر العوامل حسما في نجاح أو فشل سياسة تنويع أصول المحفظة، إذ على نوع الارتباط القائم بين عوائد ومخاطر أصول المحفظة من جهة وقوة وضعف معامل الارتباط بينها من جهة أخرى تتوقف فعالية سياسة التنويع، ففي حالة الارتباط السالب تزداد مزايا سياسة التنويع كلما قوي معامل الارتباط بين عوائد هذه الأصول، بينما في حالة الارتباط الموجب تزداد مزايا التنويع كلما ضعف معامل الارتباط بين عوائد هذه الأصول، ولذلك يجب على إدارة الصندوق تشكيل محفظة استثمار متكونة من أصول غير مترابطة أو مترابطة ولكن في علاقة ارتباط سالبة لأن ذلك سيؤدي إلى تخفيض آثار المخاطر الغير سوقية على المحفظة باعتبار أن انخفاض عائد أصل من أصول المحفظة سيؤدي إلى ارتفاع في عوائد أصول أخرى في المحفظة.

1-4 مكونات محفظة الاستثمار المثلى " المرجعية " : إن تكوين المحفظة المرجعية للصندوق يجب أن يتم بالاعتماد على مبدأ التنويع أو التوزيع المكاني و النوعي للمحفظة.

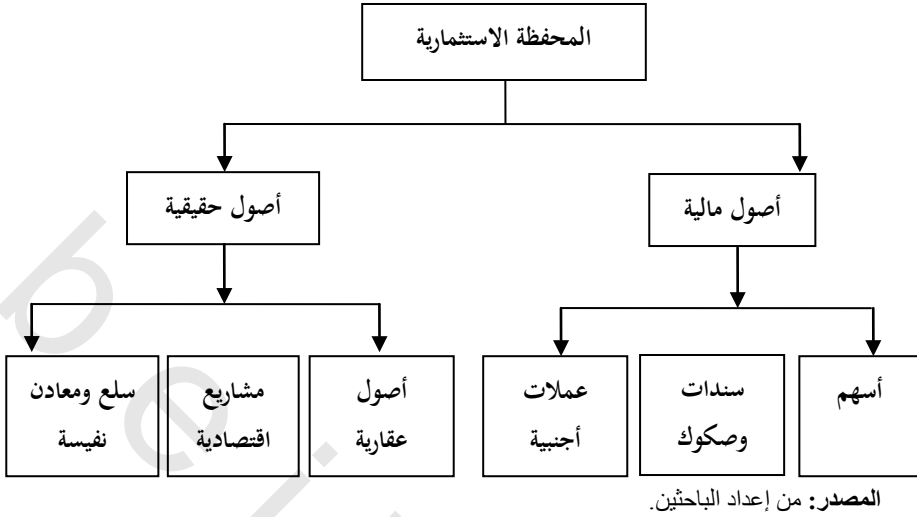
أ) التوزيع المكاني: يقصد به تنويع أماكن استثمار المحفظة، وفي هذا المجال نقترح مجموعة من المناطق الجغرافية التي يمكن للصندوق الاستثمار فيها وهي على النحو التالي:
- منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا⁽¹¹⁾، منطقة جنوب شرق آسيا والمحيط الهادي⁽¹²⁾، منطقة دول الإتحاد الأوروبي، منطقة أمريكا الشمالية والجنوبية، كما أن نسب توزيع المحفظة الاستثمارية على المناطق الجغرافية تحدد بالاعتماد على عدة مؤشرات أهمها مدى مساهمة اقتصاديات كل منطقة أو دولة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي ومعدلات النمو الاقتصادي بالإضافة إلى مستوى الاستقرار الاقتصادي في كل دولة أو منطقة.

ب) التوزيع النوعي للمحفظة: يقصد بها أنواع الأصول التي يمكن للصندوق الاستثمار فيها، وفي هذا المجال نقترح المخطط الموالي الذي يبين مختلف أنواع أصول المحفظة الاستثمارية للصندوق.

(11) باستثناء الجزائر.

(12) تضم هذه المنطقة دول جنوب شرق آسيا بالإضافة إلى اليابان، الصين، أستراليا.

مخطط رقم (04): مكونات المحفظة الاستثمارية لصندوق الاستثمارات الخارجية الجزائري



إن مبدأ التنويع يقتضي أن تتكون المحفظة الاستثمارية حسب درجة الأهمية من :

ب-1) أصول مالية تضم :

1) الأسهم: التي تعتبر أهم أصل في المحفظة الاستثمارية، إذ يمكن للصندوق الحصول على أسهم من أسواق مالية متنوعة بغرض الاحتفاظ أو المتاجرة بها على أن لا تتعدى نسبة المساهمة في رأس مال المؤسسة الواحدة 10 % حفاظا على مبدأ التنويع، ومن أجل التقليل من المخاطر الغير نظامية مع الالتزام بالمبادئ الأخلاقية المحددة سلفا.

2) السندات والصكوك: يمكن للصندوق الاستثمار في مجال السندات وبالتحديد في الصكوك الإسلامية باعتبارها موافقة لضوابط استثمار أصول الصندوق.

3) العملات الأجنبية: إن الاحتفاظ بجزء من أصول الصندوق في شكل سيولة نقدية أجنبية يمكن أن يساهم في تحقيق عوائد إضافية عن طريق الاستفادة من تقلبات أسعار الصرف شريطة أن تتكون هذه السيولة من سلة من عملات النقد الأجنبي.

ب-2) أصول حقيقية: تعتبر الأصول الحقيقية أقل عرضة للمخاطر مقارنة بالأصول المالية، وبالتالي فإن توسيع المحفظة الاستثمارية للصندوق لتشمل الأصول الحقيقية يؤدي إلى التقليل من المخاطر المصاحبة لاستثمارات الصندوق، وفي هذا المجال يمكن للصندوق أن يستثمر في الأصول التالية:

1) أصول عقارية: يوفر الاستثمار في العقار درجة مرتفعة نسبيا من الأمان تفوق تلك المحققة في الاستثمار في الأوراق المالية ذلك لأن المستثمر في العقار يجوز أصلا حقيقيا له مطلق الحرية بالتصرف فيه متى شاء سواء بالبيع أو بالتأجير، كما أن حيازة سندات عقارية مضمونة بعقار تسمح لحاملها الاستيلاء على الضمان في حالة توقف المدين عن سداد قيمة السند، كما يتمتع المستثمر في العقار في بعض البلدان ببعض المزايا الضريبية التي لا يتمتع بها المستثمر في المجالات الأخرى.

(2) المشاريع الاقتصادية: تعتبر المشروعات الاقتصادية من أكثر أدوات الاستثمار انتشارا وتنوع أنشطتها ما بين صناعي وتجاري وزراعي والمشروع الاقتصادي من أدوات الاستثمار الحقيقية لأنه يقوم على أصول حقيقية كالمباني، والآلات، والمعدات، ووسائل النقل، والعمال، ومن أهم مزايا الاستثمار في المشاريع الاقتصادية تحقيق عائد معقول ومستمر لذا يعتبر من أنسب أدوات الاستثمار ذات الدخل المستمر كما يتوفر في المشروع الاقتصادي هامش أمان كبير حيث يحوز المستثمر أصلا له قيمة بحد ذاتها ولذا فإن درجة المخاطرة المرتبطة بحدوث خسارة رأسمالية تكون منخفضة إلى حد كبير.

(3) السلع والمعادن النفيسة: إن استثمار جزء من أصول الصندوق في شكل سلع ومعادن نفيسة يمكن أن يوفر عوائد إضافية للصندوق بالنظر لتوفر هذه الأخيرة على أسواق عالمية، على غرار الأسواق المالية كبورصة الذهب في لندن، وبورصة البن في البرازيل، وبورصة القطن أو الحبوب في نيويورك، يسمح للصناديق بشراء وبيع السلع والمعادن النفيسة والاستفادة من تقلبات أسعارها في الأسواق الدولية.

(2-4) سياسات إدارة المحفظة الاستثمارية: هناك ثلاث سياسات متعارف عليها في مجال إدارة المحافظ الاستثمارية هي: (13)

(أ) السياسة المخاطرة أو الهجومية " Aggressive Policy " يتبناها المستثمرون المضاربون الذين يفضلون عنصر العائد على عنصر الأمان، فيركزون أهدافهم على جني أرباح رأسمالية يحققونها بفعل التقلبات التي تحدث في الأسعار السوقية لأدوات الاستثمار التي تتكون منها المحفظة التي تسمى في هذه الحالة بمحفظة رأس المال التي تتكون أساسا من الأسهم العادية وينسبة تتراوح بين " 80 % - 90 % " من رأس مال المؤسسة.

(ب) السياسة المتحفظة أو الدفاعية " Defensive Policy " وهي سياسة يتبناها المستثمرون المتحفظون جدا تجاه عنصر المخاطرة، وبذلك يعطون أولوية مطلقة لعنصر الأمان على حساب عنصر العائدة فيركزون اهتمامهم على أدوات الاستثمار ذات الدخل الثابت، وتسمى محفظة الاستثمار في هذه الحالة بمحفظة الدخل التي تتكون قاعدتها الأساسية من أدوات الخزينة والسندات الحكومية والسندات المضمونة والأسهم الممتازة والعقارات ينسب تتراوح من 60 % إلى 80 % من رأس مال المحفظة.

(ج) السياسة المتوازنة " الهجومية الدفاعية " Aggressive- Defensive Policy : وهي السياسة الأنسب لإدارة المحفظة الاستثمارية لصندوق الاستثمار الجزائري، حيث تعتبر سياسة وسطى بين النوعين السابقين تحقق استقرار نسبي في المحافظ الاستثمارية وتضمن جني عوائد معقولة، وضمن مستويات مقبولة من المخاطر، وأهم ما يميز هذه المحفظة أن رأس مالها موزع على أدوات استثمارية متنوعة بكيفية تحقق للمحفظة حدا أدنى من الدخل الثابت مع ترك الفرصة مفتوحة أيضا لجني أرباح رأس مالية متى وجدت فرصة مناسبة لذلك، وتسمى محفظة الاستثمار في هذه الحالة بالمحفظة المتوازنة التي تتكون من تشكيلة متوازنة من أدوات استثمار قصيرة الأجل تتمتع بدرجة عالية من السيولة، وأدوات استثمار طويلة الأجل تسمح لإدارة الصندوق بانتهاج سياسة مرنة في إحلال أصولها وفقا لتقلبات أسعار أدوات الاستثمار. بعد إعداد محفظة الاستثمار المرجعية يتم حساب أو تقدير عائد مرجعي يتعين على الإدارة التنفيذية للصندوق تحقيقه.

(13) محمد مطر، فايز تيم، إدارة المحافظ الاستثمارية، دار وائل للنشر، الأردن، الطبعة الأولى 2005، ص: 183-148، بتصرف الباحث.

2-5) تشكيل محافظة الاستثمار الفعلية : بعد إعداد مجلس إدارة الصندوق لمحافظة الاستثمار المثلى أو المرجعية، وحساب العائد المرجعي تقوم الإدارة التنفيذية للصندوق بتأسيس محافظة استثمار فعلية متطابقة مع محافظة الاستثمار المرجعية المحددة سلفاً مع السماح بهامش خطأ أو انحراف معياري لا يتجاوز $\pm 2\%$ من النسب المحددة في المحافظة المرجعية، علماً أنه يمكن لإدارة الصندوق الاستعانة بخبراء ومكاتب استثمار أجنبية وتكليفها بإدارة بعض المحافظ الاستثمارية الخاصة بالصندوق من أجل تعظيم العوائد بالنظر للخبرة الكبيرة التي يكتسبها هؤلاء في مجال إدارة المحافظ الاستثمارية، تخضع محافظة الاستثمار الفعلية لرقابة دائمة وتقييم مستمر من طرف قسم المتابعة والتقييم، وقسم مراقبة وقياس المخاطر الذي تتمثل وظيفته في التنبؤ وقياس مختلف المخاطر التي تشمل استثمارات الصندوق .

2-6) تقديم اقتراحات لتعديل إستراتيجية الاستثمار: في حالة اكتشاف قسمي المتابعة والتقييم ومراقبة وقياس المخاطر لنقائص ومخاطر تهدد استثمارات الصندوق يقترح القسمين حلول لمعالجة هذه النقائص و المخاطر ويكلف للمدير التنفيذي بتقديم هذه الحلول لمجلس الإدارة من أجل دراستها.

2-7) تبني إستراتيجية استثمار جديدة: بعد دراسة مجلس الإدارة للاقتراحات المقدمة يتم تعديل الإستراتيجية السابقة أو إعداد إستراتيجية جديدة يتم بموجبها استثمار أصول الصندوق.

الخلاصة

صناديق الثروة السيادية عبارة عن أدوات مالية مستحدثة ومدارة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة من قبل الحكومة لأغراض استثمارية أو ادخارية ويتم تمويلها عن طريق الفوائض المالية المحققة في ميزان المدفوعات أو الموازنة العامة للدولة، كما أن مجال نشاطها قد يكون داخلي أو خارجي.

- تختلف مبررات ودوافع إنشاء صناديق الثروة السيادية من بلد لآخر إلا أن أهمها يتمثل في الاستعداد للنضوب الطبيعي للموارد الطبيعية، والحاجة إلى إيجاد أصول جديدة لتعويض الانخفاض المحتمل في الدخل الوطني، كما أن عدم قدرة اقتصاديات بعض الدول على امتصاص و استيعاب الفوائض المالية المحققة يعد سبباً مهماً في لجوء هذه الدول إلى إنشاء صناديق ثروة سيادية من أجل استثمار هذه الفوائض خارج الوطن والتخفيف من الانعكاسات السلبية للتدفقات المالية الناتجة عن الثروة الطبيعية أو ما يعرف بأثر المرض الهولندي.

- يمكن تصنيف صناديق الثروة السيادية باستخدام عدة معايير على غرار موارد الصندوق ، الوظيفة مجال عمل أو درجة استقلالية الصندوق.

- إن رفض إنشاء صندوق ثروة سيادي يؤدي إلى تحمل الجزائر لتكلفة ضياع الفرصة البديلة المتمثلة في إمكانية استثمار أصول الصندوق خارج البلد من أجل تحصيل عوائد إضافية، كما يعرض الفوائض المالية الداخلية لخطر تدهور قيمتها بسبب ارتفاع معدلات التضخم.

- تشمل الاقتراحات الخاصة باستحداث صندوق ثروة سيادي ثلاثة محاور أساسية:

* الإطار القانوني للصندوق: وفي هذا المجال تم اقتراح مشروع قانون خاص بالصندوق يشمل التسمية والأهداف والموارد ، الحوكمة، الشفافية والإفصاح.

* الهيكل التنظيمي للصندوق: تم اقتراح هيكل تنظيمي يتماشى مع أهداف ومهام الصندوق ويسمح بتحقيق مرونة أكبر في إدارة وتسيير الصندوق.

* إستراتيجية الاستثمار في الصندوق: إن إعداد إستراتيجية استثمار للصندوق يبين مدى أهمية الوظيفة الاستثمارية للصندوق، وفي هذا المجال ركزنا على ضرورة تحقيق إستراتيجية

الاستثمار لهدف أساسي يتمثل في تحقيق أعظم عائد مع أدنى خطر ممكن، علما أن الإستراتيجية المقترحة تتميز بالمرونة والقدرة على التعديل لتقليل المخاطر المصاحبة لاستثمارات الصندوق.

- إن أستحداث صندوق ثروة سيادي يتطلب تعزيز علاقات التعاون مع الدول الرائدة في هذا المجال على غرار النرويج والاستفادة من خبراتها في مجال إدارة وتسيير استثمارات الصندوق.

- تكوين إطارات عالية الكفاءة مختصة في مجال إدارة الاستثمارات في الأسواق المالية العالمية تسند إليها مهمة إدارة الصندوق والاستفادة من خبرات ودراسات الباحثين في الجامعات والمعاهد العلمية المتخصصة.

المراجع

(1) بوفليج نبيل ،دور صناديق الثروة السيادية في تمويل إقتصاديات الدول النفطية ، الواقع والاتفاق مع الإشارة إلى حالة الجزائر، اطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2011.

(2) عبد المجيد قدي، الصناديق السيادية والأزمة المالية الراهنة، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، العدد السادس، 2010.

(3) ماجد عبد الله المنيف، صناديق الثروة السيادية ودورها في إدارة الفوائض النفطية، مجلة النفط والتعاون العربي، منظمة الدول العربية المصدرة للبترول، المجلد الخامس والثلاثون، العدد 129، ربيع 2009، الكويت .

(4) محمد مطر، إدارة الاستثمارات الإطار النظري والتطبيقات العملية دار وائل للنشر، الأردن، الطبعة الثالثة 2009.

5) Helmut Reisen ,Fonds Souverains et Economie du Développement, La Vie Economique, Revue de Politique Economique, 7/8/2008, France.

مواقع الأنترنت:

(2) معهد صناديق الثروة السيادية:

www.swfinstitute.org.

(3) مجموعة العمل الدولية حول صناديق الثروة السيادية:

www.iwg-swf.org.

www.imf.org.

(4) صندوق النقد الدولي:

قياس و تقييم مستوى جودة الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بهدف تبني استراتيجية مستقبلية لتوفير أفضل الخدمات "دراسة استشرافية – افاق 2040"

أ. عبادة أمينة
جامعة خميس مليانة

الملخص :

هدفت الدراسة إلى قياس جودة الخدمات الصحية و تقييمها بغرض تبني مختلف السياسات و الاستراتيجيات التي تسعى الى تحسينها ، و هذا من خلال دراسة ميدانية شملت 96 مريض . و بالاستعانة بكل من نموذج الجودة و الأداء الفعلي، توصلت الدراسة إلى أن تقييم المرضى لكل بعد من أبعاد جودة الخدمات الصحية تراوح بين المتدني و المتوسط ، كما أكدت وجود فجوة سلبية بين توقعات المرضى و ادراكاتهم. هذا و قد خلصت النتائج إلى وجود أبعاد أخرى لجودة الخدمة الصحية غير تلك التي تمت عليها الدراسة.

الكلمات المفتاحية : جودة الخدمات الصحية، أبعاد التقييم ، Servperف ، Servqual .

Résumé :

l'objectif de ce travail était de mesurer la qualité des services de santé et l'évaluer dans le but de adopter des politiques et stratégies . Et cela , à travers une étude qui inclut un échantillon de 96 patients. Deux modèles de mesure ont mené cette étude « Servperف et Servqual ». Celle-ci a conclu que l'évaluation des patients pour chaque dimension était entre mauvaise et moyenne. Cela a été confirmé par les résultats de Servqual en ayant une différence négative entre la qualité des services attendus et réelles. de plus, L'étude a révélé l'existence d'autres dimensions, autres que celles détenues par cette étude.

Mots clés : la qualité des services de santé, les dimensions de l'évaluation , Servqual, Servperف.

مقدمة :

أصبح تبني أسلوب الجودة في المؤسسات الصحية كمبدأ و إستراتيجية مطلباً أساسياً تحرص عليه الدول و خاصة المتقدمة منها و تؤكد عليه مختلف المنظمات كمنظمة الصحة العالمية. فقد شهدت السنوات الأخيرة تغيرات جذرية لإدارة القطاع الصحي العام و لعل أهم هذه التغيرات ظهور بوادر تطبيق جودة الخدمة . و الجزائر من بين تلك الدول التي أصبحت تسعى جاهدة لتحسين و تطوير قطاعها الصحي العام من خلال جملة الاصلاحات التي باشرتها وزارة الصحة و السكان و إصلاح المستشفيات بهدف تجويد خدماتها الصحية المقدمة. هذا و بالرغم من ضخامة ما تتفقه الجزائر و ما تبذله من جهود في سبيل رفع مستوى الخدمات الصحية التي تقدمها كل من القطاعات العامة و الخاصة ، إلا أنها لم ترقى إلى المستوى المطلوب ، و بقي بذلك القطاع الصحي عرضة للعديد من المشاكل التي حالت دون تطور الخدمات الصحية و مستوى جودتها . و أمام هذا الوضع فالمؤسسات الصحية الجزائرية و خاصة العمومية منها

مطالبة أكثر من أي وقت مضى بتحسين جودة ما تقدمه من خدمات ، و هذا لا يتحقق إلا من خلال القياس و التقييم الفعلي للجودة المدركة لخدماتها الصحية من جهة ، و تقييم هذه الخدمات و مقارنتها بتوقعات المرضى و إتجاهاتهم بهدف كشف مكامن الضعف في تقديم خدماتها و الحصول على المعرفة اللازمة التي تسمح لها بإعادة تصميم و تشكيل خدماتها بما يلبي حاجات المرضى و يتجاوز توقعاتهم ، و صولا إلى تحقيق أعلى رضا لديهم.

و عليه و بناء على ما سبق و في إطار الواقع المشار إليه يمكن طرح الإشكالية التالية : "كيف تساهم عملية قياس و تقييم واقع جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسات الصحية في تبني استراتيجيات و سياسات مستقبلية تسعى لتوفير أفضل الخدمات ؟ "

أهمية الدراسة :

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية جودة الخدمات الصحية في تحقيق رضا المرضى. فضلا عن كونها من الدراسات الحديثة و القليلة نسبيا و التي تناولت موضوع الجودة في المستشفيات الحكومية. بالإضافة إلى إبراز الدور الذي تلعبه المؤسسات الصحية كقطاع خدمي حساس و إنساني و فعال في إحداث التنمية الاقتصادية و الإجتماعية على حد سواء.

أهداف الدراسة :

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية :

- قياس جودة الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى بهدف تقييمها و تحديد أبعادها باستخدام كل من نموذج جودة الخدمة Servqual و نموذج الأداء الفعلي Servperf .
 - إستخلاص أبعاد أخرى لجودة خدمات الرعاية الصحية غير تلك التي يحتويها نموذج الأداء الفعلي.
 - الوصول الى مكامن الضعف في تقديم الخدمات الصحية و العمل على تحسينها من خلال ترقية السياسات الصحية مستقبلا
- المنهج المتبع :**

يهدف دراسة هذا الموضوع ، تمت الإستعانة بالمنهج الوصفي و الذي يتجلى من خلال الجانب النظري من خلال الاستعانة بمختلف الكتب و المقالات العلمية و المجالات المتخصصة في موضوع الدراسة. بالإضافة إلى المنهج التحليلي من خلال الفصل التطبيقي و باستعمال برنامج SPSS19، و هذا تبعا لدراسة حالة المؤسسة العمومية الإستشفائية "مكور حمو" بولاية عين الدفلى.

أولا : الاطار المفاهيمي لجودة الخدمات الصحية

1- مفهوم الجودة في قطاع الخدمات الصحية :

إن تعريف الجودة في الخدمات الصحية تعد عملية في غاية التعقيد لأن العديد من أوجه الخدمة الصحية تبدو في الغالب غير واضحة المعالم لبعض الأطراف المعنية بها ،حيث ينظر كل منهم إلى هذا المفهوم من زاوية معينة و بالتالي يتعامل معه و يركز فيه على نقاط قد يختلف فيها مع غيره¹. و بالتالي فإن جودة الخدمة الصحية من المنظور المهني هي "تحقيق ما يحتاجه المريض بناء على ما هو مقبول طبيا من حيث التشخيص و الاجراءات و العلاج أما من المنظور الاداري فهي تعني الاستخدام الأمثل لموارد المؤسسة الصحية و القدرة على جذب

¹ صلاح محمود ذياب: قياس أبعاد جودة الخدمات الطبية المقدمة في المستشفيات الحكومية الأردنية من وجهة نظر المرضى و الموظفين ، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية و الإدارية، المجلد 20، العدد 1، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، عمان ، الأردن، يناير 2012.ص72

المزيد منها لتغطية الاحتياجات اللازمة لتقديم خدمة متميزة² أما من وجهات النظر الأخرى ، تحتل وجهة نظر المريض أو المستفيد من الخدمة أهمية بالغة ، حيث أن مستوى تلك الجودة يعتمد إلى حد كبير على إدراك المريض و تقييمه لها و بالتالي ستكون الخدمة الصحية ذات جودة أعلى لو جاءت متلائمة مع توقعات المرضى و لبت إحتياجاتهم³ ، و في هذا المعنى عرفت جودة الخدمة الصحية بأنها "درجة تمكن الرعاية الصحية من تلبية جميع إحتياجات المريض ، على أن تكون هذه الرعاية سهلة المنال ، منخفضة التكاليف و موثوقة جدا"⁴ و في تعريف آخر أورده خبير الصحة العالمية "ميلتون روم و كارلوس مونتويا": "الجودة هي رضا المريض عما قدم له من خدمات صحية و الذي يتوقف على مدى التطابق بين مستوى هذه الخدمات من ناحية و توقعات و إحتياجات المريض من ناحية أخرى"⁵ و عليه، يتضح من خلال التعاريف المقدمة بأنها تتفق على أن جودة الخدمات الصحية تشير إلى مدى مطابقة المعايير القياسية للخدمات الصحية المقدمة و مستوى الخدمات المتوقعة و المطلوبة و السعي إلى تحسينها بهدف تحسين صحة المجتمع.

2- أبعاد (مؤشرات) جودة الخدمة الصحية

تعد جودة الخدمة مفهوما مركبا ينطوي على مجموعة من الأبعاد التي تشكل محتواه المفاهيمي و. يقصد بهذه الأبعاد ، المعايير المستخدمة من طرف العملاء للحكم على جودة الخدمة أو التي تشكل إدراكاتهم. و فيما يلي بيان لهذه الأبعاد و المتغيرات التي تحتويها :

جدول رقم 01 : أبعاد و متغيرات تقييم جودة الخدمة الصحية

البعد	التعريف	متغيرات التقييم
الملموسية	تعرف بوصفها مظهرا خارجيا للتسهيلات المادية و المستلزمات و الأشخاص و موارد الاتصال و كل ما يتعلق بالتجهيزات المادية اللازمة لأداء الخدمة.	-جاذبية المباني و التسهيلات المادية. -التصميم و التنظيم الداخلي. -حداثة المعدات و الأجهزة الطبية. -مظهر العاملين و الأطباء.
الاعتمادية	هي القدرة على تقييم الخدمة في الوقت المحدد و بالدقة المطلوبة و مدى الوفاء بالالتزامات	-الوفاء بتقديم الخدمة الصحية في المواعيد المحددة -الدقة في الفحص أو التشخيص أو العلاج. -توافر التخصصات المختلفة. -الثقة في الأطباء و الأخصائيين. -الاحتفاظ بسجلات و ملفات دقيقة.

² الطيب جمعة: قياس مؤشرات جودة الخدمات الصحية من منظور المرضى "دراسة استطلاعية لعينة من مرضى المستشفى الجامعي بمدينة باتنة"، مجلة روى اقتصادية، العدد السابع، ديسمبر 2014، ص103
³ معزوز نشيدة، بن عبد العزيز فطيمة: التغيير التنظيمي وعلاقته بإدارة الجودة الشاملة في المنظمات الصحية، بحث مقدم من خلال المؤتمر الدولي حول الإبداع و التغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة: دراسة و تحليل تجارب وطنية و دولية، يومي 18 و 19 ماي 2011، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البلدة، ص16

⁴ دبون عبد القادر: دور التحسين المستمر في تفعيل جودة الخدمات الصحية (حالة المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بورقلة)، مجلة الباحث، العدد الحادي عشر، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012 ، ص 218

⁵ بن نافلة قدور، مزريق عاشور: ادارة الجودة الشاملة لضمان جودة الخدمات الصحية، بحث مقدم في الملتقى الوطني حول ادارة الجودة الشاملة و تنمية أداء المؤسسة ، يومي 13 و 14 ديسمبر، 2010، جامعة الدكتور الطاهر مولاي ، سعيدة، ص13

الاستجابة	هي القدرة على التعامل الفعال مع الشكاوي و الاقتراحات و المبادرة في تقديم الخدمة بصد رحب.	-السرعة في تقديم الخدمة الصحية المطلوبة. -الاستعداد الدائم للعاملين للتعاون مع المريض. -الرد الفوري على الاستفسارات و الشكاوي. -اخبار المريض بالضبط عن وقت تقديم الخدمة و الانتهاء منها.
الأمان	هو الاطمئنان النفسي و المادي ، أي الخلو من الأخطاء أو الشك.	-الشعور بالأمان في التعامل. -الأدب و حسن الخلق لدى العاملين. -استمرارية متابعة حالة المريض. -سرية المعلومات الخاصة بالمريض.
التعامل	هو ابداء روح الصداقة و الحرص على العميل و اشعاره بأهميته و الرغبة في تقديم الخدمة حسب احتياجاته.	تفهم احتياجات المريض. -وضع مصالح المريض في المقدمة اهتمامات الادارة و العاملين. -ملاءمة ساعات العمل و الوقت المخصص للخدمة المقدمة. -العناية الشخصية بالمريض. -تقدير ظروف المريض و التعاطف معه. -الروح المرحة و الصداقة في التعامل مع المريض.

المصدر : من اعداد الطالبة تبعا لمجموعة من المصادر⁶

3- نماذج قياس و تقييم جودة الخدمات الصحية.

يعتبر توفر مقياس يتسم بالدقة و الموضوعية أمرا ضروريا لتقييم الأداء و قياس جودة الخدمات المقدمة حيث أصبح هذا الأمر ضرورة لازمة لا سبيل لتجاهلها. و عليه ، فقد وضع عدد من الباحثين العديد من النماذج لقياس و تقييم جودة الخدمات ، عددها كل من « Nitin⁷ Seth and Deshmukh,2005 » بـ 19 نموذجا إلا أن أهم هذه النماذج و أشهرها و أكثرها تطبيقا ، نموذج جودة الخدمة **Servqual** و الذي ينسب إلى كل من **Parasuraman, zeithaml and Berry**. و هو نموذج قائم على إستمارة إستبيان مؤلفة من مجموعتين تضم كل مجموعة منها إثنان و عشرون (22) بندا لتغطي بذلك أبعاد الجودة الخمسة ، حيث تقيس المجموعة الأولى توقعات العملاء نحو الخدمة المقدمة، في حين تقيس المجموعة الثانية إدراكاتهم ، و الفرق بين تلك الإدراكات و التوقعات يمثل جودة الخدمة. و بالتالي فإن المحور الأساسي في مقياس جودة الخدمة هو الفجوة (الخامسة) بين إدراك العميل لمستوى الأداء الفعلي للخدمة و توقعاته حول جودة هذه الخدمة⁸.

⁶ تبعا للمصادر التالية :

- أحمد حمزة خليفة و اخرون: أثر جودة الخدمة على ولاء العملاء: دراسة تطبيقية على الخدمات الفندقية بمدينة عدن، مجلة جامعة الخرطوم للدراسات الادارية، المجلد الرابع، العدد الثاني، 2011.
- صفاء محمد هادي الجزائري و اخرون: قياس و تقييم جودة الخدمات الصحية (دراسة تطبيقية في مستشفى الفيحاء العام - البصرة)، مجلة الدراسات الادارية ، العدد الرابع، جامعة البصرة، 2001.
- حنان الأحمدى: تحسين الجودة :المفهوم و التطبيق في المنظمات الصحية، دورية الادارة العامة، مركز البحوث بمعهد الادارة العامة، المجلد الأربعون، العدد الثاني، الرياض، 2000.

⁷ Nitin Seth ,S.G. Deshmukh : Service quality models: a review, International Journal P 915.of Quality & Reliability Management , Vol. 22 No. 9, 2005

⁸ Hollis Landrum and others : Measuring IS System Service Quality with SERVQUAL: Users' Perceptions of Relative Importance of the Five SERVPERF Dimensions, p18.International Journal of an Emerging Transdiscipline, Vol 12, 2009

أما النموذج الثاني فهو نموذج الاداء الفعلي للخدمة **Servperf**. إذ يمكن القول أن هذا الأخير هو عبارة عن عصاراة لجملة الإنتقادات التي تعرض لها مقياس Servqual من قبل عدة باحثين من أبرزهم **Cronin and Taylor**، حيث رأى كلاهما أنه من غير المناسب الإعتماد على الفرق بين توقعات وإدراك العملاء في قياس جودة الخدمة، و عليه قدما نموذجهما Servperf الذي يقوم أساسا على رفض فكرة الفجوة في تقييم جودة الخدمة، كما أنه يرتبط بإدراك العملاء للاداء الفعلي للخدمة المقدمة و الذي يمكن التعبير عنه من خلال المعادلة التالية¹⁰:

$$SQ_i = \sum_{j=1}^k P_{ij}$$

SQ_i: تمثل جودة الخدمة المدركة للعميل *i* ، **k**: تمثل عدد البنود أو العبارات **P_{ij}**: يمثل إدراك العميل *i* فيما يتعلق بأداء الخدمة نحو كل عبارة *j* إذن يستند هذا المقياس (Servperf) إلى التقييم المباشر للخدمة من خلال الأبعاد الخمسة للجودة والإثنين والعشرين عبارة التي إقترحها **Parasuraman and al**. هذا و بعد الدراسة التي قام بها كل من **Cronin and Taylor** عبر اختبار أربع بدائل من مقاييس جودة الخدمة، خلصا إلى أن مقياس الأداء (غير المرجح) يعد أفضل مقياس لجودة الخدمة و أكثرها مصداقية¹¹. لكن وبالرغم من المزايا التي يتمتع بها نموذج Servperf في تقييم جودة الخدمة إلا أنه لا يقلل من أهمية و ملاءمة نموذج Servqual في هذا الصدد¹². بهذا يعتبر كلا المقياسين أكثر و أوسع المقاييس تطبيقا في قياس جودة الخدمة حتى الان و بناء على هذا قمنا بتبني كليهما من خلال هذه الدراسة.

ثانيا : الدراسة الميدانية

1- مجتمع و عينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في جميع المرضى المقيمين بالمؤسسة العمومية الاستشفائية "مكور حمو" بولاية عين الدفلى. ونظرا لصعوبة تحديد فترة الدراسة و عدم استقرار المرضى، تم الاعتماد على المرضى المقيمين بالمستشفى خلال الفترة الممتدة بين شهري ماي و جوان 2014، و عليه تم توزيع قوائم الاستبيان عبر مصالح المستشفى على عينة قصدية غير احتمالية من المرضى المقيمين و الذي بلغ عددهم 110 مريض، حيث تم استثناء بعض المصالح نظرا للحالة الصحية الحرجة للمرضى. و بعد ما تم استرجاع 103 استمارة و مراجعتها، قمنا باستبعاد 7 استمارات لعدم اكتمال الاجابة عن الاسئلة فيها. وبالتالي تم الاعتماد على 96 استمارة لغرض التحليل الاحصائي، أي بنسبة تقدر بـ 87.27%

⁹ Cronin, J. Joseph, Taylor Steven A.: Servperf versus Servqual : Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality, Journal of Marketing, Vol.58, 1994.p125

¹⁰ Mohd. Adil and others : SERVQUAL and SERVPERF: A Review of Measures in Services Marketing Research , Global Journal of Management and Business Research Marketing, Vol13, Issue 6, Version 1.0, 2013.p69

¹¹ Kalthom Abdullah et al : A Strucural Equation Modelling Approach To Validate The Dimensions Of Servperf In Airline Industry Of Malaysia, International Journal of Engineering and Management Sciences , VOL.3, N°.2, 2012. P 134

¹² Michael K. Brady, J. Jr. Cronin, Richard R. Brand : Performance-only measurement of service quality: a replication and extension, Journal of Business Research, Vol 55, N°1, Elsevier, 2002. P 17

2- التحليل الوصفي لخصائص عينة الدراسة :

شملت العينة 96 مريضاً من بينهم 57 ذكراً بنسبة 59.37% و 39 أنثى بنسبة 40.62%، كان معظمهم بدون مستوى أي بنسبة 49% و أغلبهم من الفئة الشابة (تتراوح أعمارهم بين 21 و 30 سنة) و هذا بنسبة بلغت 25.5% . هذا و قد بلغت نسبة الأفراد المصابين بأمراض مزمنة 58.33% (بإجمالي 56 فرداً، 33 منهم أنثى و 23 ذكراً مصاباً بمرض مزمن)

3- تحليل النتائج و اختبار الفرضيات :

1.3 اختبار الفرضية الأولى بتطبيق نموذج الأداء الفعلي Servperf.

oH : "يقيم المرضى مستوى جودة الخدمات المقدمة لهم فعلاً من ناحية كل بعد من أبعاد جودة الخدمة الصحية تقييماً عالياً".

جدول رقم 02 : تقييم جودة الخدمات الصحية الفعلية من ناحية كل بعد

المتغيرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
بعد الملموسية				
1	2.801	0.786	متوسطة	4
2	4.002	1.085	عالية	
3	2.135	0.896	متدنية	
4	1.009	0.789	متدنية	
المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الإجمالي			متدنية	
بعد الاعتمادية				
5	3.248	0.746	متوسطة	3
6	3.012	0.862	متوسطة	
7	2.332	0.924	متوسطة	
8	2.410	1.112	متوسطة	
9	2.901	1.012	متوسطة	
المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الإجمالي			متوسطة	
بعد الاستجابة				
10	4.010	1.113	عالية	2
11	3.321	1.056	متوسطة	
12	3.412	1.119	متوسطة	

المتغيرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	رقم
يتجاوب الموظفون مع طلبات المرضى مهما كانوا مشغولين.	1.177	0.770	متدنية	13
المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الإجمالي	2.980	1.014	متوسطة	
بعد الأمان				
يشعر المرضى بالأمان و الثقة عند التعامل مع موظفي المستشفى.	2.786	0.812	متوسطة	14
يحافظ المستشفى على سرية المعلومات الخاصة بالمرضى.	3.215	0.775	عالية	15
يتعامل الطاقم الطبي و العاملين مع المرضى بلطف و لباقة.	3.974	0.832	عالية	16
يتمتع العاملون في المستشفى بالمعرفة و المهارة و الخبرة المناسبة.	3.401	0.927	متوسطة	17
المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الإجمالي	3.344	0.836	متوسطة	
بعد التعاطف				
يملك العاملون في المستشفى المعرفة و الدراية باحتياجات و رغبات المرضى.	3.220	0.741	متوسطة	18
يوضح العاملون في المستشفى للمشاكل الصحية التي يعانون منها بطريقة مبسطة و مفهومة.	2.312	0.880	متدنية	19
يملك العاملون في المستشفى القدرة على تقديم العناية الشخصية للمرضى.	2.701	0.811	متوسطة	20
تضع المستشفى مصلحة المرضى في مقدمة اهتماماتها.	1.003	0.789	متدنية	21
تعمل ادارة المستشفى بساعات عمل حسب حاجات المرضى.	2.211	0.972	متدنية	22
المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الإجمالي	2.289	0.838	متدنية	
جودة الخدمة الصحية الفعلية الكلية	2.775	0.901	متوسطة	

المصدر : من إعداد الطالبة على ضوء نتائج الاستبيان و مخرجات ال SPSS.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن إتجاهات أفراد عينة الدراسة تقع ضمن مجال الموافقة المتدنية و المتوسطة، حيث كان كل من بعد الأمان، الإعتمادية و الاستجابة متوفرا بدرجة متوسطة في جودة الخدمة الصحية المقدمة بمتوسط حسابي قدر بـ 3.344 ، 2.78 ، و 2.98 على التوالي، مما يعكس أن غالبية أفراد عينة الدراسة غير موافقين نسبيا على مستوى جودة الخدمات الصحية من ناحية هذه الأبعاد. و في المقابل كان كل من بعد الملموسية و التعاطف أقل توفرا في جودة الخدمة الصحية و هذا بمتوسط حسابي قدر بـ 2.486 و 2.289 على التوالي، مما يدل على أن أفراد العينة لا يوافقون اطلاقا على مستوى جودة الخدمات الصحية المقدمة من ناحية هذين البعدين.

كما نلاحظ من خلال الجدول أن درجة موافقة المرضى عن جودة الخدمة الكلية و المقدمة لهم من قبل المستشفى جاءت متوسطة ، و هو ما يعني أن المرضى غير راضين عن مستوى جودة الخدمات المقدمة لهم فعلا و أنها لم ترقى إلى مستوى تطلعاتهم. و هو ما يؤكد المتوسط الحسابي الاجمالي الذي قدر بـ 2.775 بانحراف معياري مقرر بـ 0.901. و بالتالي نرفض الفرضية الأولى.

2.3 اختبار الفرضية الثانية بتطبيق نموذج جودة الخدمة Servqual.
oH " لا توجد فجوة سلبية بين مستوى جودة الخدمة الصحية المتوقعة من قبل المرضى و مستوى جودة الخدمة المقدمة لهم فعلا ".

جدول رقم 03 : الفرق بين توقعات المرضى و إدراكاتهم حول جودة الخدمة الصحية

مستوى المعنوية	قيمة t	فرق المتوسطات (P-E)	متوسط التوقعات (E)	متوسط الإدراكات (p)	البعد
0.000	-45.616	-2.413	4.899	2.486	الملموسية
0.000	-22.760	-2.178	4.958	2.780	الإعتمادية
0.000	-21.802	-1.842	4.822	2.980	الإستجابة
0.000	-17.736	-1.208	4.552	3.344	الأمان
0.000	-18.308	-2.417	4.706	2.289	التعاطف
0.000	-25.244	-2.011	4.787	2.775	المتوسط الحسابي الكلي

المصدر : من إعداد الطالبة على ضوء نتائج الإستبيان و مخرجات ال SPSS.

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن قيمة الفرق بين إدراكات أفراد العينة و توقعاتهم نحو جودة الخدمات الصحية كان سالبا لكل الأبعاد ، حيث بلغت قيمة متوسط الفرق الإجمالي -2.011. حيث تمثل هذه القيمة نتيجة القياس حسب نموذج جودة الخدمة Servqual ، ما يعني أن تقييم أفراد عينة الدراسة (المرضى) لجودة الخدمات الصحية كان سلبيا. و من أجل التأكد من الدلالة الإحصائية لنتائج الفروق بين توقعات المرضى و إدراكاتهم ، فقد لجأنا إلى استخدام إختبار t للمقارنات الثنائية ، حيث عند مستوى الدلالة 0.05 بينت النتائج أن قيمة t لكل بعد من أبعاد جودة الخدمة الصحية بالإضافة للقيمة الكلية كلها وقعت ضمن منطقة الرفض (1H) ، أي خارج منطقة القبول (oH) و المحددة بالمجال [-1.965 ; +1.965] ؛ و بمستوى معنوية 0.000 ، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى جودة الخدمة الصحية المتوقعة و المدركة فعلا ، و هو ما يؤكد النتيجة السابقة. و عليه نرفض الفرضية الثانية.

3.3 إختبار الفرضية الثالثة

oH " توجد أبعاد أخرى خاصة بجودة الخدمات الصحية غير تلك التي يحتويها كل من نموذج الجودة و نموذج الأداء الفعلي".

لغرض إختبار هذه الفرضية و بهدف التأكد من أبعاد جودة الخدمات الصحية لإجابات أفراد عينة الدراسة، قمنا باللجوء إلى أسلوب التحليل العاملي و الذي يهدف إلى الكشف عن

المتغيرات المشتركة و تلخيصها في عدد من العوامل ، لتفسر هذه الأخيرة أكبر نسبة من التباين في مجموعة من المتغيرات. و لهذا الغرض لجأنا إلى طريقة المكونات الأساسية لإدراكات المرضى كونها أكثر طرق التحليل العملي إستخداما في إستخلاص العوامل. هذا و قبل إجراء التحليل العملي قمنا في بادئ الأمر باستخدام كل من معامل « Kaiser-Meyer-Olkin » KMO ، لملاءمة المعاينة « Measure of Sampling Adequacy » MSA ، و كذا إختبار بارتليت « Bartlett's Test of Spherucuty » ، و ذلك من أجل التحقق من مدى صلاحية البيانات للتحليل العملي. و الجدول الموالي يوضح نتائج هاذين الإختبارين.

جدول رقم 04 : نتائج إختبار Bartlett و معامل KMO لإدراكات المرضى

0.948	مقياس KMO لملاءمة المعاينة
2439.379	إختبار Barlett
198	كاي مربع التقريبية
0.000	درجة الحرية
	مستوى المعنوية

المصدر : من إعداد الطالبة تبعا لنتائج الاستبيان.

يتضح من خلال الجدول المبين أعلاه أن نتائج قيمة معامل KMO كانت مرتفعة إذ بلغت 0.948 و هي تفوق الحد الأدنى لهذا المعامل 0.6 كما حدده ، مما يدل على كفاية العينة موضوع الدراسة و التحليل. أما فيما يخص إختبار Bartlett فقد كان ذو دلالة إحصائية ، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية 0.000 و هي أقل من المستوى المعتمد في هذه الدراسة 0.05. و هو يعبر عن مؤشر إختلاف مصفوفة الارتباط عن مصفوفة الوحدة . و عليه يمكن القول أن نتائج هاذين الإختبارين تؤكد صلاحية البيانات للتحليل العملي.

تبعا لهذا قمنا بإجراء التحليل العملي بطريقة المكونات الأساسية « Principal Component Analysis » لإدراكات المرضى ، و ذلك باستخدام التدوير المتعامد للمحاور بطريقة Varimax ، بالإضافة إلى إستخدام محك Kaiser و الذي يقبل العوامل التي تزيد قيمتها الذاتية عن الواحد الصحيح. و تبعا للنتائج فقد تبين أن المتغيرات الخاصة بمقياس تقييم جودة الخدمات الصحية من وجهة نظر المرضى قد تم تلخيصها في أربعة عوامل تضم 22 متغيرا و هذا باستخدام طريقة المكونات الأساسية ذات التدوير المتعامد. هذا و قد ساهمت العوامل الأربعة معا في تفسير نسبة 64.14 % من التباين الكلي. و الجدول الموالي يبين لنا خلاصة نتائج التحليل العملي في أربعة عوامل رئيسية و هذا بعد عملية التدوير.

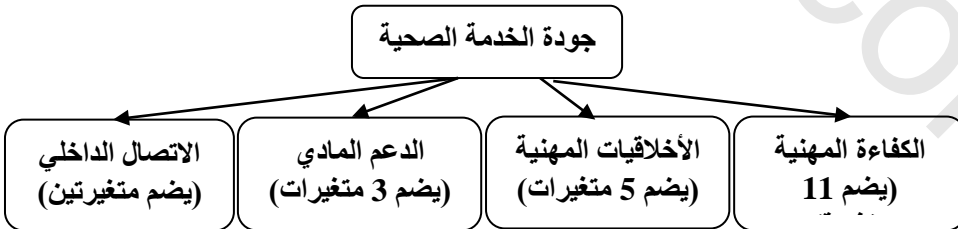
جدول رقم 05 : تشبع العوامل بعد عملية تدوير المحاور

المتغيرات /العوامل	العامل الأول	العامل الثاني	العامل الثالث	العامل الرابع
1	-	-	0.654	-
2	-	-	-	0.648
3	-	-	0.897	-
4	-	-	0.534	-
5	0.698	-	-	-
6	0.618	-	-	-
7	-	0.776	-	-
8	0.596	-	-	-
9	-	-	-	0.869

-	-	-	0.695	10
-	-	-	0.778	11
-	-	-	0.782	12
-	-	-	0.869	13
-	-	-	0.632	14
-	-	-	-	15
-	-	0.778	-	16
-	-	0.587	-	17
-	-	0.621	-	18
-	-	0.753	-	19
-	-	-	0.708	20
-	-	-	0.654	21
-	-	-	0.631	22

المصدر : من إعداد الطالبة تبعا لنتائج الاستبيان

- و يهدف الوصول إلى درجة عالية من المصداقية في استخراج المركبات الأساسية ، قمنا باستبعاد أي متغير معامل تحميله أقل من 0.5. و عليه كانت التشبعات على النحو التالي :
- **العامل الأول :** و يعد من أهم العوامل المستخلصة إذ يفسر لوحده نسبة 49.684% من التباين، و قد إستقطب هذا العامل أكبر عدد من المتغيرات حيث بلغ عددها إحدى عشر (11) متغيرة كما يبين الجدول أعلاه. و عليه يمكننا القول بأن هذا العامل قد ضم المتغيرات التي تشير في المجمل إلى الكفاءة المهنية لمقدمي الخدمة.
 - **العامل الثاني :** و يأتي في المرتبة الثانية من حيث الأهمية في تفسير العلاقة بين المتغيرات إذ يفسر حوالي 8.94% من التباين الكلي. و يحتوي هذا العامل على خمس متغيرات و هي في المجمل تعبر عن الأخلاقيات المهنية لمقدمي الخدمات الصحية.
 - **العامل الثالث :** و يفسر حوالي 6.487% من إجمالي التباين و يضم ثلاث متغيرات و التي تشير إلى المظهر أو التسهيلات المادية.
 - **العامل الرابع :** و يفسر 5.16% من إجمالي التباين، حيث نلاحظ أن هذا العامل قد ضم مجموعة من المتغيرات لها نفس الخصائص و التي تهدف إلى تسهيل الإتصال الداخلي. تبعا لما سبق ، و بعد إجراء التحليل العملي للمتغيرات من خلال الأبعاد الخمسة للجودة ، توصلنا إلى تلخيص نفس البيانات أو المتغيرات في أربع عوامل (أبعاد) رئيسية تفسر معا 67.897% من نسبة التباين ، بمعنى أن هذا المستوى العملي يعطي تفسيراً جيداً للمتغيرات و هذا كما يبينه النموذج التالي و الذي خلصت إليه دراستنا:
- شكل النموذج الذي خلص إليه اختبار الفرضية بتطبيق أسلوب التحليل العملي:



هذا و على ضوء النتائج السابقة ، نقبل الفرضية الثالثة و التي تؤكد وجود أبعاد أخرى خاصة بجودة خدمات الرعاية الصحية تختلف عن تلك التي يحتويها كل من نموذج الجودة و نموذج الأداء الفعلي".

الخاتمة :

أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى جودة الخدمات الصحية المقدمة من قبل المستشفى قيد الدراسة كانت بين درجة الموافقة المتدنية و المتوسطة. حيث كان تقييم مستوى الجودة الفعلي للخدمات المقدمة 2.775 (حسب مقياس Servperf) في حين كان متوسط توقعهم لجودة هذه الخدمات 4.787، بفارق قدر ب 2.011- حسب ما أكدته تطبيق نموذج جودة الخدمة Servqual، و هذا يشير إلى وجود مجال لتحسين جودة الخدمات المقدمة لترقى بذلك إلى مستوى توقعات المرضى و ذلك كإستراتيجية للتميز.

بينت النتائج أن المرضى غير راضين تماما عن الخدمات المقدمة من ناحية بعد الملموسية حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد 2.486 ، و يعزز ذلك النقص الواضح في عامل النظافة و عدم توفر الأجهزة الطبية و المعدات التقنية الحديثة من جهة ، و سوء التصميم الداخلي للمستشفيات من جهة أخرى. كما جاء بعد التعاطف ضمن درجة الموافقة المتدنية بمتوسط حسابي قدر ب 2.289 و هو ما يعكس استياء المرضى من عدم قدرة الموظفين على تقديم العناية الشخصية لهم و عدم امتلاكهم لعنصر المعرفة و الدراية باحتياجاتهم و أوقات حاجتهم.

كما أظهرت النتائج أيضا أن باقي الأبعاد لم يكن لها أثر سلبي كبير في تحديد مستوى جودة الخدمة في الاجمال، كما أنها تفضل بحاجة إلى بعض التحسينات حتى ترقى إلى مستوى الرضى الكلي للمرضى . فقد جاء بعد الإعتمادية ضمن مجال درجة الموافقة المتوسطة بمتوسط حسابي قدر ب 2.780، و هو ما يؤكد إنترام المستشفى نوعا ما بتقديم الخدمات الصحية في مواعيدها المحددة و بشكل سريع ، فضلا عن تعاطف الموظفين عند تقديم المرضى لشكاويهم. و بالرغم من هذا إلا أن المستشفى لم يحض بالثقة الكاملة للمرضى بسبب إهمال السجلات الخاصة بحالتهم الصحية. كما أن تعامل الطاقم الطبي و العاملين مع المرضى بلطف و لباقة ، و تمتعهم بالمعرفة و المهارة و الخبرة المناسبة بالإضافة إلى حفاظهم على سرية المعلومات الخاصة بالمرضى ، أفضل دليل على أن بعد الأمان متوفر بدرجة متوسطة قريبة من العالية ، و هو ما أكدته إجابات المرضى من خلال المتوسط الحسابي و الذي بلغ 3.344. هذا و قد تبين من النتائج أيضا أن المرضى غير راضين الى حد ما عن جودة الخدمات الصحية المقدمة من ناحية بعد الاستجابة و هو ما أكدته المرضى من خلال تصريحهم عن عدم إبلاغ المستشفى بموعد تقديم الخدمة بدقة، بالإضافة إلى بعض الإهمال الناتج عن إنشغال الموظفين و هو ما يؤكد المتوسط الحسابي الذي بلغ 2.980.

أظهرت نتائج تطبيق أسلوب التحليل العامل على البيانات المتعلقة بإدراكات المرضى وجود أربعة عوامل أو أبعاد لجودة الخدمات الصحية ، و هي غير تلك التي جاء بها نموذج الأداء الفعلي Servperf(الملموسية، الإعتمادية، الاستجابة، الأمان و التعاطف) . فقد ضم البعد الأول إحدى عشر متغيرة لها نفس الخصائص و التي تشير إلى الكفاءة المهنية لمقدمي الخدمات الصحية. أما البعد الثاني فقد إحتوى خمس متغيرات و التي تعبر في المجمل عن الأخلاق المهنية لمقدمي الخدمة. في حين يشمل البعد الثالث ثلاث متغيرات و التي تشير إلى الدعم المادي. كما ضم البعد الرابع و الأخير متغيرين إثنين لهما نفس الخصائص و التي تهدف في

الأساس إلى تسهيل الاتصال الداخلي. و بالتالي، يمكننا القول أنه يمكن تقييم جودة الخدمات الصحية من خلال هذه الأبعاد الأربعة و التي تكون مجتمعة نموذجاً للقياس.

قائمة المراجع :

1. صلاح محمود ذياب: قياس أبعاد جودة الخدمات الطبية المقدمة في المستشفيات الحكومية الأردنية من وجهة نظر المرضى و الموظفين ، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 20، العدد 1، كلية العلوم الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، عمان ، الأردن، يناير 2012.
2. الطيب جمعة: قياس مؤشرات جودة الخدمات الصحية من منظور المرضى"دراسة استطلاعية لعينة من مرضى المستشفى الجامعي بمدينة باتنة"،مجلة رؤى اقتصادية، العدد السابع،ديسمبر 2014.
3. معزوز نشيدة، بن عبد العزيز فطيمة: التغيير التنظيمي وعلاقته بإدارة الجودة الشاملة في المنظمات الصحية، بحث مقدم من خلال المؤتمر الدولي حول الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة: دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية، يومي 18 و 19 ماي 2011، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البلدة.
4. دبون عبد القادر: دور التحسين المستمر في تفعيل جودة الخدمات الصحية (حالة المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بورقلة)، مجلة الباحث، العدد الحادي عشر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012.
5. بن نافلة قدور، مزريق عاشور: ادارة الجودة الشاملة لضمان جودة الخدمات الصحية، بحث مقدم في الملتقى الوطني حول ادارة الجودة الشاملة و تنمية أداء المؤسسة ، يومي 13 و 14 ديسمبر،2010، جامعة الدكتور الطاهر مولاي ، سعيدة.
6. أحمد حمزة خليفة و اخرون: أثر جودة الخدمة على ولاء العملاء :دراسة تطبيقية على الخدمات الفندقية بمدينة عدن، مجلة جامعة الخرطوم للدراسات الادارية، المجلد الرابع،العدد الثاني، 2011.
7. صفاء محمد هادي الجزائري و اخرون: قياس وتقييم جودة الخدمات الصحية (دراسة تطبيقية في مستشفى الفيحاء العام – البصرة)، مجلة الدراسات الادارية ، العدد الرابع، جامعة البصرة، 2001.
8. Nitin Seth ,S.G. Deshmukh : Service quality models: a review, International Journal of Quality & Reliability Management , Vol. 22 No. 9, 2005.
9. Hollis Landrum and others : Measuring IS System Service Quality with SERVQUAL: Users' Perceptions of Relative Importance of the Five SERVPERF Dimensions, International Journal of an Emerging Transdiscipline, Vol 12, 2009.
10. Cronin,J.Joseph, ,Taylor Steven A. : Servperf versus Servqual : Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality, Journal of Marketing, Vol.58, 1994.
11. Mohd. Adil and others : SERVQUAL and SERVPERF: A Review of Measures in Services Marketing Research , Global Journal of

Management and Business Research Marketing, Vol13, Issue 6, Version 1,2013.

12. Kalthom Abdullah et al : A Strucural Equation Modelling Approach To Validate The Dimensions Of Servperf In Airline Industry Of Malaysia, International Journal of Engineering and Management Sciences , VOL.3, N°.2, 2012.
13. [Michael K. Brady, J. Jr. Cronin, Richard R. Brand](#) : Performance-only measurement of service quality: a replication and extension, Journal of Business Research, Vol 55, N°1, Elsevier, 2002.

مدى تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية لفلسفة التسويق الأخضر دراسة استطلاعية تحليلية لعينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المدية

د. حبيبة كشيدة
جامعة المدية

الملخص:

يختبر هذا البحث مدى تبني المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لمدخل التسويق الأخضر من خلال التركيز على عناصر المزيج التسويقي الأخضر. شملت عينة الدراسة 93 مسؤول م.ص.م بولاية المدية , لقد تم التوصل الى جملة من النتائج اهمها وجود موافقة على تبني مدخل التسويق الاخضر في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالإضافة الى عدم وجود فروق ترجع الى المتغيرات الشخصية و الوظيفية.
الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، التسويق الاخضر، المنتج الاخضر، التسعير الاخضر، التوزيع الاخضر، الترويج الاخضر.

Résumé:

Cette recherche a pour but de tester le degré d'adoption des P.M.E d'approche du marketing vert en se concentrant sur les éléments du marketing mix vert. Le nombre d'échantillon est de 93 directeurs P.M.E à la wilaya de Médéa. Nous sommes parvenus à plusieurs résultats sont : l'existence d'une approbation générale dans le fait d'utiliser l'approche de marketing vert au sein des P.M.E. En outre, il n'y a pas de différences qui peuvent être dues à des variables personnelles ou fonctionnelles..

Mots clés : petites et moyennes entreprises, marketing vert, produit vert, tarification verte, promotion verte, distribution verte.

المبحث الاول: منهجية الدراسة

اولا: مشكلة الدراسة

تعرف بيئة الاعمال عموما وبيئة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة (م.ص.م) بالخصوص جملة من التغيرات و التي أصبحت تمثل تهديدا على بقائها و نموها و استمرارها ، مما اوجب عليها ضرورة التكيف معها من خلال اعتماد العديد من المداخل منها تبني مدخل التسويق الأخضر الذي يلزم المؤسسات إعادة النظر في مسؤولياتها الاجتماعية والأخلاقية وإدماج البعد البيئي في الاستراتيجية التسويقية،

و عليه ، من خلال هذه الدراسة التحليلية سيتم الإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

هل يعتبر التسويق الأخضر هدفا استراتيجيا بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية المدية تسعى لتحقيقه؟

وللإجابة على السؤال اعلاه يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي درجة موافقة المستقصين على أن مؤسساتهم الصغيرة والمتوسطة تطبق التسويق الأخضر؟

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المستقصين تعزى للبيانات الشخصية والوظيفية؟

ثانياً: مجتمع الدراسة وعينته

يتمثل مجتمع الدراسة في مدراء مصرم الصناعية بولاية المدية والذين لهم سلطة اتخاذ القرارات وهذا لمعرفة آراءهم حول مدى اعتماد مفهوم التسويق الأخضر.

تألفت عينة الدراسة من 100 مسؤول، وتمكننا من استعادة 93 استبانة أي بمعدل استرجاع بلغ $\frac{93}{100} \times 100 = 93\%$. والجدول رقم (1) يبين خصائص عينة الدراسة.

جدول رقم (1): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية

المتغير	المستوى	العدد	النسبة
الجنس	ذكر	73	78.5%
	أنثى	20	21.5%
العمر	أقل من 20 سنة	3	3.2%
	20- إلى أقل من 30 سنة	31	33.3%
	30- إلى أقل من 40	27	29%
	40- أقل من 50 سنة	17	18.3%
	50 سنة فأكثر	15	16.1%
المستوى التعليمي	ابتدائي	2	2.2%
	متوسط	21	22.6%
	ثانوي	23	24.7%
	جامعي	47	50.5%
مدة الخبرة	أقل من 5 سنوات	24	25.8%
	5- إلى أقل من 10 سنوات	24	25.8%
	10- أقل من 15 سنة	16	17.2%
	15- أقل من 20 سنة	8	8.6%
	20 سنة فأكثر	21	22.6%
حجم المؤسسة	مصغرة	29	31.2%
	صغيرة	25	26.9%
	متوسطة	39	41.9%

من الجدول أعلاه نلاحظ توزيع أفراد المجتمع الإحصائي حسب خصائصه الشخصية والوظيفية كما سيأتي: أغلبية أفراد الدراسة هم ذكور وهذا بنسبة 78.5% من إجمالي عينة الدراسة، كما هناك تنوع في أعمار أفراد عينة الدراسة، وإن كانت تغلب الفترة ما بين 20 الى أقل من 40 سنة، كما ان المستوى الجامعي هو الغالب، وهذا راجع في نظرنا لتشجيع الدولة لهذه الفئة لتأسيس مؤسسات مصغرة، صغيرة ومتوسطة ، اما بالنسبة لمدة الخبرة فالأغلبية

كانت أقل من 10 سنوات، بالإضافة الى ان أغلبية أفراد عينة الدراسة اسسوا مؤسسات متوسطة الحجم بنسبة 41.9 %.

ثالثا: فرضيات الدراسة

لغرض بلوغ اهداف الدراسة قمنا بصياغة فرضيتان رئيسيتان هما:

الفرضية الرئيسية الأولى: هناك موافقة من قبل المستقصين على أن مؤسساتهم الصغيرة والمتوسطة تقدم مزيج تسويقي اخضر.

الفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المستقصين تعزى للبيانات الشخصية و الوظيفية .

رابعا: الأساليب الإحصائية المستخدمة

لقد تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية للقيام بعملية التحليل الإحصائي للبيانات والتوصل لاختبار صحة فرضيات الدراسة عند مستوى دلالة (0.05) الذي يقابله مستوى ثقة (0.95) بالاعتماد على الاختبارات التالية: اختبار كولمجراف – سمرنوف، اختبار T للعينة الواحدة، اختبار التجانس، تحليل التباين الأحادي ؛ و الأدوات الإحصائية التالية: التكرارات والنسب المئوية، معامل الارتباط سبيرمان، اختبار ألفا كرونباخ،

خامسا: أداة الدراسة

لقد تم الاعتماد على الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات، و بغرض الإجابة على فقرات الاستبانة تم اعتماد مقياس ليكرت ذو الدرجات الثلاثة لقياس استجابات أفراد عينة الدراسة، وقد ترجمت الاستجابات كالتالي: **غير موافق (1) ، محايد (2) ، موافق (3)**

لقد تم صياغة أسئلة الاستمارة في شكل محورين جاء كالتالي:

الأول: يحتوي على ستة أسئلة، الهدف منها الحصول على معلومات شخصية ووظيفية،

الثاني: وهو مكون من أربعة أبعاد و هي عناصر المزيج التسويقي.

1)الصدق: وهو مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع البعد الذي تنتمي إليه هذه الفقرة وهذا من خلال استعمال معامل سبيرمان لحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات ابعاد الاستبانة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه هذه الفقرة.

جدول رقم (2): معاملات الارتباط بين درجات عبارات الاستبيان مع الدرجة الكلية للبعد

08	07	06	05	04	03	02	01	رقم العبارة	
0.392	0.630	0.515	0.639	0.409	0.467	0.866	0.469	معامل الارتباط	بعد المنتج الأخضر
*0.032	**0.000	**0.004	**0.000	*0.025	*0.009	**0.000	*0.009	مستوى الدلالة	
/	/	0.552	0.787	0.452	0.614	0.577	0.498	معامل الارتباط	بعد التسعير الأخضر
/	/	**0.002	**0.008	*0.012	**0.000	**0.001	**0.005	مستوى الدلالة	
/	/	/	0.625	0.674	0.640	0.830	0.864	معامل الارتباط	بعد التوزيع الأخضر
/	/	/	**0.000	**0.000	**0.000	**0.000	**0.000	مستوى الدلالة	
/	/	0.747	0.701	0.598	0.445	0.527	0.562	معامل الارتباط	بعد الترويج الأخضر
/	/	**0.000	**0.000	**0.000	*0.014	**0.003	**0.001	مستوى الدلالة	

نلاحظ من الجدول اعلاه ان جميع العبارات كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة اسمي (0,05) لأن مستوى الدلالة لكل عبارة أقل من مستوى الدلالة الاسمي، لذا لن نستبعد أية عبارة من عبارات الاستبيان من التحليل، الأمر الذي يدل على وجود اتساق داخلي بين عبارات كل بعد والبعد الذي تنتمي إليه، وبذلك تعتبر عبارات الاستبيان صادقة لما وضعت لقياسه.

(2) الثبات: يعتبر الثبات الداخلي (الاتساق) يعتبر أحد أنواع الثبات ومن أشهر مقاييسه مقياس ألفا كرونباخ ويستخدم في حالة وجود أكثر من بديلين للإجابة،

جدول رقم (3): معاملات ثبات الاستبيان

أبعاد الاستبيان	عدد العبارات	معامل الثبات (ألفا كرونباخ)
المنتج الأخضر	8	0.689
التسعير الأخضر	6	0.699
التوزيع الأخضر	5	0.740
الترويج الأخضر	6	0.607
الاستبيان ككل	25	0.832

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة ألفا لجميع ابعاد الدراسة تفوق نسبة 50 % وهذا يعني أن قيمة ثبات الاتساق الداخلي مقبولة لأغراض التحليل، أي ان المقياس يتمتع بالثبات.

المبحث الثاني: الإطار النظري للدراسة

اولاً: تعريف التسويق الأخضر

يعرف التسويق الأخضر على أنه مدخل نظمي متكامل يهدف إلى التأثير في تفضيلات الزبائن بصورة تدفعهم نحو التوجه إلى طلب منتجات غير ضارة بالبيئة وتعديل عاداتهم الاستهلاكية

بما ينسجم مع ذلك والعمل على تقديم مزيج تسويقي متكامل قائم على أساس الإبداع بشكل يرضي هذا التوجه بحيث تكون المحصلة النهائية الحفاظ على البيئة حماية المستهلكين وإرضائهم وتحقيق هدف الربحية للمؤسسة¹. كما يعرف على أنه كل الأنشطة المصممة لتوليد وتسهيل عمليات التبادل باتجاه إرضاء الحاجات والرغبات الإنسانية، بحيث يكون هذا الإرضاء مقترن بتدنية التأثيرات على البيئة².

وعليه يستخدم مصطلح التسويق الأخضر لوصف الأنشطة الخاصة بالتسويق والتي³:

- تحاول الحدّ من الأثر البيئي للمنتجات والخدمات المطروحة في الأسواق وعلاقة هذا الأثر بأنظمة إنتاجها وتدميرها (التخلص منها).
- تطوير وترقية الأنشطة، والمنتجات، والخدمات الجديدة، وكذا التصرفات التي تحترم البيئة بشكل أكبر.

من بين الممارسات الخضراء البسيطة التي تقوم بها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخضراء نجد:⁴ الاقتصاد في الماء، الاقتصاد في الطاقة بشتى الطرق، استعمال الطاقة ذات المصادر المتجددة، تفادي النفايات وتلويث البيئة، تقليل استخدام المواد الكيميائية والمواد الأولية غير البيئية، امتلاك سياسة والتزام خاصين اتجاه البيئة.

ان المشكل الأساسي الذي يواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اليوم فيما يخص تبنيتها لمدخل التسويق الأخضر هو أن معظمها يطبق عددا كبيرا من المبادرات الخضراء البيئية، لكن الترويج لهذه المبادرات يكون ضعيف، أو أنها لا ترى أن تلك المبادرات فعلا بيئية وبالتالي فقد تكون أحيانا المؤسسة خضراء لكنها لا تعلم بذلك.

ثانيا: عناصر المزيج التسويقي الأخضر

تتمثل عناصر المزيج التسويقي الأخضر في:

1. **المنتج الأخضر:** هو كل منتج مصمم ومصنع وفقا لمجموعة من المعايير التي تهدف إلى حماية البيئة وتقليل استنزاف المواد الطبيعية، مع المحافظة على خصائص الأداء الأصلية⁵. كما يعرف على أنه ذلك المنتج الذي يلبي حاجات المستهلك ويلقى القبول الاجتماعي، ويتم استخدامه بطريقة مستدامة⁶.

تتميز المنتجات الخضراء بالخصائص التالية⁷:

- المنتجات الخضراء أقل أضرارا وتكلفة بيئية.
- منتجات أقل استخداما للمواد الخطرة كالمواد الحافظة والكيميائية.

¹ ثامر البكري، التسويق: أسس ومفاهيم معاصرة، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص252.

² ثامر البكري، قضايا معاصرة في التسويق، دار الحامد للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الاردن، 2014، ص233.

³ Lavorata, Laure, Anne- Sophie Binninger,., Béatrice Parguel, 50 Fiches sur le marketing durable, Bréal, Paris, 2010, p18

⁴ www.Ecomarkproject. Eu
⁵ الخنساء سعادي، تحديات التسويق الأخضر في ظل المجتمع الرقمي، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص التسويق، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2014، ص154.

⁶ إبراهيم بلحيمر وطارق قندوز، مدخل إلى التسويق الأخضر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبة القديمة، الجزائر، 2015، ص102.

⁷ سميرة صالح، التسويق الأخضر بين الأداء التسويقي والأداء البيئي للمؤسسات الاقتصادية، الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، الجزائر، يومي 22 و23 نوفمبر 2011، ص4

- منتجات أكثر تحقيقا للجودة البيئية كأن تكون أقل تلفا وأكثر استجابة لحاجات الزبائن وجمعيات حماية المستهلك.

- منتجات موجهة لحاجات حقيقية خضراء لدى الزبائن وليس نحو الرغبات التي يخلقها التسويق والإعلان السلبي عن طريق إثارة الحاجات المزيفة.

- يتضمن المنتج الأخضر ملصقات عبر الغلاف تقدم معلومات أساسية للمستهلك عن خصائص ومميزات المنتج والتأثيرات الصحية والبيئية الممكنة.

2. **التسعير الأخضر:** يقصد بالتسعير الأخضر بتسعير المنتجات الخضراء بما يتوافق ويتلائم مع المستهلكين الخضر، كما قد يضاف إلى هذه الأسعار بعض الإضافات المتعلقة بتكلفة البحث والتطوير الدائم لضمان استخدام موارد صديقة للبيئة ومصادر طاقة جديدة⁸.

يعتبر التسعير متغير أساسي بالنسبة للمؤسسات الخضراء، لأن أغلبية منتجاتها أعلى من منتجات المؤسسات التي لا تتبنى هذا المدخل نتيجة لتحمل المؤسسة تكاليف إضافية لجعل المنتج أخضر. كما أن عددا من المؤسسات، حتى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، قامت بإجراء تدقيق لعملياتها الإنتاجية لتحديد التكاليف البيئية المخفية وتوفير أحسن المعلومات بشأن اتخاذ القرارات المتعلقة بالتسعير.

3. **التوزيع الأخضر:** التوزيع الأخضر هو عملية مراعاة الاعتبارات البيئية في تحريك المنتجات من المصدر إلى الزبون، ويمكن تحديد الاعتبارات البيئية في التوزيع في الحد من استهلاك الطاقة والحد من الانبعاث للتخفيف من ظاهرة الاحتباس الحراري⁹.

ومن بين أهم الخصائص التي يمتاز بها التوزيع الأخضر هي¹⁰:

- التقليل من التكاليف الناجمة عن إعادة النظر في طرق التوصيل والنقل.

- إن طرق التوزيع تكون أكثر إتاحة بالنسبة للزبائن.

- عملية مستمرة، أي إعادة تدوير واستخدام النفايات.

- يقوم باستخدام بعض المنتجات في آخر عمرها الاستغلالي.

- محاولة الوصول إلى الحد من عملية التخزين.

4. **الترويج الأخضر:** يعرف الترويج الأخضر بأنه كافة الأنشطة الترويجية ضمن التوجه البيئي، مع التركيز على الناحية الإرشادية للمستهلكين عن طريق الملصقات البيئية والمعلومات الإرشادية المتعلقة باستخدام الأمن للمنتجات الخضراء¹¹.

وفي الأخير يمكن القول أن تخضير م.ص.م يصطدم بعقبات تتمثل فيما يلي¹²:

- **التكلفة:** حسب معهد مراقبة العالم فإن إنجاز الاستدامة العالمية يتطلب ما بين ثلاثة أو أربعة دولارات عبر عشرين سنة وهذه التكلفة عالية جدا سيكون على المؤسسات تحمل الجزء الأكبر منها.

- **القضايا المعقدة والمتداخلة:** في البيئة كل شيء يرتبط بكل شيء مما يجعل تحقيق المعالجة الخضراء لها صعبة لأنها تتطلب جهود واسعة ومتنوعة.

⁸ منور أوسرير ومحمد حمو، الاقتصاد البيئي، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبة، الجزائر، 2010، ص50.

⁹ سميرة صالح، مرجع سابق، ص416.

¹⁰ إبراهيم بلحيمر وطارق قندوز، مرجع سابق، ص128.

¹¹ عبد المجيد قدي وآخرون، الاقتصاد البيئي، الطبعة الأولى، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبة القديمة، الجزائر، 2010، ص242.

¹² رشيد سامي، أثر تلوث البيئة في التنمية الاقتصادية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، ص307، 308.

- المعلومات غير المتكاملة: حول المشكلات البيئية وسلوك الزبون وتأثيرات كل ذلك على البيئة.

- نقص الخبرة: بعض المؤسسات تفترق إلى الخبرات الإدارية لمعالجة التأثيرات الخضراء.
- المدى الزمني الطويل: إن المشكلات البيئية الخضراء تطلبت عقود للنشوء فإنها ستطلب فترة أطول من أجل الحل.

المبحث الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة

أولاً: اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات: لقد تم استخدام اختبار كولمجروف-سمرنوف لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا؟؛ يقوم هذا الاختبار على فرضين:
الفرض العدمي (H_0): بيانات العينة المسحوبة من مجتمع الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي.
الفرض البديل (H_1): العينة المسحوبة من مجتمع الدراسة لا تتبع بياناتها التوزيع الطبيعي.
فإذا كان مستوى الدلالة الحقيقي أكبر من مستوى الدلالة الاسمي 5% فإننا نقبل الفرض العدمي ، أما إن كان مستوى الدلالة الحقيقي أقل من مستوى الدلالة الاسمي 5% فنقبل الفرض البديل
يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار التوزيع الطبيعي حيث أن مستوى الدلالة (0.096) في الاختبار أكبر من مستوى الدلالة 0.05 الاسمي؛ وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي لذلك يجب استخدام الاختبارات المعلمية.

ثانياً: تحليل عبارات ابعاد الدراسة

1. اختبار الفرضية الاولى: لتحليل عبارات الاستبيان استخدامنا اختبار T للعينة الواحدة (One Sample T test)، وهذا بغرض اختبار الفرضية الإحصائية التالية: درجة موافقة المستقيين حول كل فقرة من فقرات ابعاد الدراسة أكبر من درجة الحياد وهي 2.
الفرض العدمي (H_0): وسيط الإجابة يساوي درجة الحياد وهي 2.
الفرض البديل (H_1): وسيط الإجابة لا يساوي درجة الحياد وهي 2.
بحيث نعتبر العبارة إيجابية بمعنى أن أفراد العينة يوافقون على محتواها إذا كان مستوى المعنوية أقل من 0.05 والوسيط لها أكبر من 2، والعبارة سلبية بمعنى أن أفراد العينة لا يوافقون على محتواها إذا كان مستوى المعنوية أقل من 0.05 والوسيط أقل من 2، وتكون آراء العينة في العبارة محايدة إذا كان مستوى الدلالة لها أكبر من 0.05.

جدول رقم (04): تحليل عبارات بعد المنتج الاخضر

الترتيب	مستوى الدلالة	t	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عبارات بعد المنتج الاخضر
5-1	,0000	7,710	0,76659	2,6129	تستخدم المؤسسة مواد اولية غير ضارة بالبيئة
7-1	,0000	4,782	0,78064	2,3871	تستخدم المؤسسة طاقة اقل أثناء العملية الانتاجية بهدف الحفاظ عليها للأجيال القادمة
3-1	,0000	11,904	0,59234	2,7312	تستخدم المؤسسة طاقة نظيفة من اجل تقليل نسبة التلوث
1-1	900,0	2,660	3,23521	2,8925	تصمم المؤسسة منتجات يسهل تصليحها وتوسيع مدة حياتها
6-1	,0000	5,891	0,77448	2,4731	تنتج المؤسسة منتجات ذات نفايات قليلة أو معدومة النفايات
2-1	,0000	13,322	0,54486	2,7527	يتم التعامل مع النفايات و الفاقد من الانتاج باسلوب صحي وأمن عند التخلص منها

الترتيب	مستوى الدلالة	t	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عبارات بعد المنتج الأخضر
4-1	,0000	8,714	0,69021	2,6237	تقوم المؤسسة بتقليل الحجم و الوزن في التعبئة و التغليف للتقليل من النفايات
8-1	75,00	1,802	0,86339	2,1613	يتم إعادة استخدام النفايات و الفاقد في العملية الانتاجية
2	,0000	626,10	0,54417	2,5793	متوسط فقرات بعد المنتج الأخضر

من الجدول اعلاه نلاحظ من حيث درجة الموافقة ان المتوسط الحسابي بلغ 2.57 93 ومستوى الدلالة "0.000" (وهو أقل من 0.05)؛ مما يدل على ان هناك درجة موافقة على ان المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تقدم منتج اخضر .

جدول رقم (05): تحليل عبارات بعد التسعير الأخضر

الترتيب	مستوى الدلالة	t	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عبارات بعد التسعير الأخضر
1-2	,0000	11,399	0,60037	2,7097	تحدد المؤسسة الاسعار بالاعتماد على تكلفة المواد الاولية المستخدمة غير الضارة بالبيئة
2-2	,0000	10,490	0,65243	2,7097	تبيع المؤسسة منتجاتها الصديقة للبيئة بأسعار مناسبة للمستهلك الأخضر
5-2	,0000	6,530	0,74635	2,5054	سعر المنتجات الصديقة للبيئة يكون أعلى بقليل من المنتجات العادية
3-2	,0000	9,521	0,65350	2,6452	تراعي المؤسسة عند تحديد أسعار منتجاتها الصحية دخل الزبون
4-2	,0000	7,245	0,71565	2,5376	تتحمل المؤسسة تكاليف حماية البيئة مما ينعكس ذلك على ارتفاع أسعار منتجاتها
6-2	,0000	5,247	0,77069	2,4194	المستهلك على استعداد لدفع سعر أعلى في سبيل الحصول على المنتجات الصديقة للبيئة
1	,0000	155,14	0,40048	2,5878	متوسط بعد التسعير الأخضر

من الجدول اعلاه نلاحظ من حيث درجة الموافقة ان المتوسط الحسابي بلغ 2.5878 ومستوى الدلالة "0.000" (وهو أقل من 0.05)؛ مما يدل على ان هناك درجة موافقة على ان المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تعتمد على التسعير الأخضر؛

جدول رقم (06): تحليل عبارات بعد التوزيع الاخضر

الترتيب	مستوى الدلالة	T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عبارات بعد التوزيع
4-3	,0000	4,216	0,78705	2,3441	تستخدم المؤسسة وسائل نقل تستهلك طاقة نظيفة بهدف تخفيض الانبعاثات الغازية في الهواء
1-3	,0000	17,336	0,44862	2,8065	توفر المؤسسة معدات تخزين ملائمة لتجنب حالات التلف و الضياع
3-3	,0000	9,002	0,64504	2,6022	تستخدم المؤسسة وسائل نقل ملائمة لضمان المحافظة على خصائص المنتج الاخضر
2-3	,0000	8,741	0,67618	2,6129	تستخدم المؤسسة معدات التخزين بطريقة سليمة
5-3	21,00	2,349	0,88280	2,2151	تقوم المؤسسة بتجميع وإعادة تفكيك المنتجات المستخدمة وفرزها و الاستفادة منها مرة اخرى
3	,0000	300,12	0,40467	2,5161	متوسط فقرات بعد التوزيع الاخضر

من الجدول اعلاه نلاحظ من حيث درجة الموافقة ان المتوسط الحسابي بلغ 2.5161 ومستوى الدلالة "0.000" (وهو أقل من 0.05)؛ مما يدل على ان هناك موافقة على ان المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تعتمد على التوزيع الأخضر لتوصيل منتجاتها.

جدول رقم (07): تحليل عبارات بعد الترويج الاخضر

الترتيب	مستوى الدلالة	t	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عبارات بعد الترويج الاخضر
5-4	,0000	4,075	0,81420	2,3441	يتم تغليف المنتجات بمواد صديقة للبيئة و قابلة للتدوير للتأثير على المستهلك
1-4	,0000	10,563	0,59881	2,6559	تقوم المؤسسة بوضع رموز على الغلاف لتمييز منتجاتها الخضراء عن المنتجات الأخرى
6-4	1,000	3,509	0,88663	2,3226	تقدم المؤسسة عينات مجانية من المنتجات الخضراء بهدف تعريف الزبون بالمزايا التي يحققها المنتج الأخضر
2-4	,0000	7,919	0,66783	2,5484	تعتمد المؤسسة على ملصقات تتعهد من خلالها للزبون بأن منتجاتها تتوافق مع معايير بيئية
3-4	,0000	7,096	0,73068	2,5376	تشارك المؤسسة في معارض تقوم من خلالها بالتعريف بالمؤسسة الخضراء و منتجاتها
4-4	,0000	4,457	0,79105	2,3656	تشارك المؤسسة في حصص تليفزيونية وإذاعية وملتقيات لزيادة التعريف بنفسها وتوجهها البيئي
4	,0000	197,8	0,49705	2,4624	متوسط بعد الترويج الاخضر

من الجدول اعلاه نلاحظ من حيث درجة الموافقة ان المتوسط الحسابي بلغ 2.4624 ومستوى الدلالة "0.000" (وهو أقل من 0.05)؛ مما يدل على ان هناك موافقة على ان المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تعتمد على الترويج الأخضر للتعريف بمنتجاتها و اقتناع المستهلكين. نلاحظ من الجداول السابقة أن أبعاد الاستبيان تقع ضمن مستوى مقارب ويعني هذا أن أي من أبعاد التسويق الاخضر الأربعة لم يأخذ درجة شاذة والسبب أن هذه الأبعاد متكاملة

ومترابطة، وترتبت أبعاد الدراسة تصاعديا كالتالي: التسعير الأخضر، المنتج الأخضر، التوزيع الأخضر، الأخضر، الترويج الأخضر.

2. اختبار الفرضية الرئيسية الثانية: للإجابة على الفرضية الثانية للدراسة والتي جاءت على النحو التالي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المستقصرين تعزى للبيانات الشخصية والوظيفية. عند مستوى دلالة 0.05 استخدامنا اختبار التجانس في حالة دراسة الاختلاف بين فئتين، وتحليل التباين الأحادي وهذا في حالة دراسة الاختلاف بين أكثر من فئتين، تحت فرضين أساسيين.

الفرض العدمي (H_0): لا يوجد اختلاف في إجابات أفراد عينة الدراسة حول ما جاء في أبعاد الاستبيان تعزى للمتغير الشخصي والتعليمي المدروس.

الفرض البديل (H_1): يوجد اختلاف في إجابات أفراد عينة الدراسة حول ما جاء في أبعاد الاستبيان تعزى للمتغير الشخصي والوظيفي المدروس.

ويتفرع من هذه الفرضية الفرعية التالية:

1.2 الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين حول أبعاد الاستبيان في عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس.

باعتبار أن متغير الجنس يضم فئتين (ذكور، إناث) استخدمنا اختبار التجانس لتحديد الاختلاف من عدمه. فإذا كانت القيمة الاحتمالية في اختبار التجانس أقل من مستوى المعنوية 0.05 فإننا نقبل الفرض العدمي (عدم وجود تجانس)، وعليه لا توجد اختلافات و العكس صحيح. ومن ثم سنعتمد على نتائج اختبار T لتحديد الفئة التي يرجع إليها الاختلاف.

جدول رقم (08): اختبار التجانس للفروق بين متوسطات الإجابات طبقا إلى متغير الجنس

القيمة الاحتمالية	قيمة T	اختبار التجانس	الانحراف المعياري	المتوسط	الجنس	البعد
0.055	0,002	0,961	0,5879	2,580	ذكر	المنتج الأخضر
			0,3521	2,575	أنثى	
0.181	0,001	0,979	0,3968	2,586	ذكر	التسعير الأخضر
			0,4239	2,591	أنثى	
0.055	0,042	0,838	0,4097	2,498	ذكر	التوزيع الأخضر
			0,3887	2,580	أنثى	
*0.000	1,302	0,257	0,5163	2,438	ذكر	الترويج الأخضر
			0,4192	2,550	أنثى	

بناءً على النتائج الموضحة في الجدول أعلاه نلاحظ أن القيمة الاحتمالية لاختبار التجانس أكبر من مستوى المعنوية 0.05 لكل أبعاد الاستبيان عدا بعد الترويج الأخضر و عليه في هذا البعد هناك اختلاف في إجابات المستقصرين الذكور و الإناث .

2.2 الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين حول أبعاد الاستبيان في عينة الدراسة تعزى لمتغير العمر.

باعتبار أن متغير العمر يضم أكثر من فئتين استخدمنا اختبار التباين الأحادي لتبيان وجود الاختلاف من عدمه. والجدول الآتي يوضح النتائج المتحصل عليها.

جدول رقم (09): تحليل التباين الأحادي للفروق في متوسطات إجابات طبقا إلى العمر

البعد	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
المنتج الأخضر	بين المجموعات	2,115	4	0,529	1,852	0,126
	داخل	25,128	88	0,286		
	المجموع	27,243	92			
التسعير الأخضر	بين المجموعات	0,457	4	0,114	0,703	0,592
	داخل	14,298	88	0,162		
	المجموع	14,755	92			
التوزيع الأخضر	بين المجموعات	1,525	4	0,381	2,478	0,050
	داخل	13,540	88	0,154		
	المجموع	15,066	92			
الترويج الأخضر	بين المجموعات	1,359	4	0,340	1,399	0,241
	داخل	21,371	88	0,243		
	المجموع	22,729	92			

نلاحظ من النتائج اعلاه أن القيمة الاحتمالية لاختبار التباين الأحادي أكبر من مستوى الدلالة 0,05 لكل أبعاد الاستبيان مما يدل على عدم وجود اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول هذه الأخيرة تبعا لأعمارهم. 3.2. الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين حول أبعاد الاستبيان في عينة الدراسة تعزى لمتغير المستوى التعليمي. باعتبار أن متغير المستوى التعليمي يضم أكثر من فئتين استخدمنا اختبار التباين الأحادي لتبيان وجود الاختلاف من عدمه.

جدول رقم (10): نتائج تحليل التباين الأحادي للفروق في متوسطات إجابات طبقا إلى المستوى التعليمي

البعد	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
المنتج الأخضر	بين المجموعات	,212	3	0,071	0,233	0,873
	داخل	27,031	89	0,304		
	المجموع	27,243	92			
التسعير الأخضر	بين المجموعات	,320	3	0,107	0,658	0,580
	داخل	14,435	89	0,162		
	المجموع	14,755	92			
التوزيع الأخضر	بين المجموعات	,846	3	0,282	1,765	0,160
	داخل	14,220	89	0,160		
	المجموع	15,066	92			
الترويج الأخضر	بين المجموعات	,878	3	0,293	1,192	0,317
	داخل	21,851	89	0,246		
	المجموع	22,729	92			

بناء على النتائج السابقة نلاحظ أن القيمة الاحتمالية لاختبار التباين الأحادي أكبر من مستوى الدلالة 0.05 لكل أبعاد الاستبيان مما يدل على عدم وجود اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول هذه الأخيرة تبعاً لمستواهم التعليمي.

4.2. الفرضية الفرعية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين حول أبعاد الاستبيان في عينة الدراسة تعزى لمتغير مدة الخبرة.

باعتبار أن متغير مدة الخبرة يضم أكثر من فئتين استخدمنا اختبار التباين الأحادي لتبيان وجود الاختلاف من عدمه. والجدول الآتي يوضح النتائج المتحصل عليها.

جدول رقم (11): نتائج تحليل التباين الأحادي للفروق في متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة طبقاً إلى مدة الخبرة

البعد	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
المنتج الأخضر	بين المجموعات	1,233	4	0,308	1,043	,390
	داخل المجموعات	26,011	88	0,296		
	المجموع	27,243	92			
التسعير الأخضر	بين المجموعات	0,155	4	0,039	0,233	0,919
	داخل المجموعات	14,600	88	0,166		
	المجموع	14,755	92			
التوزيع الأخضر	بين المجموعات	0,892	4	0,223	1,385	0,246
	داخل المجموعات	14,174	88	0,161		
	المجموع	15,066	92			
الترويج الأخضر	بين المجموعات	0,754	4	0,189	0,755	0,557
	داخل المجموعات	21,975	88	0,250		
	المجموع	22,729	92			

بناء على النتائج الموضحة في الجدول أعلاه نلاحظ أن القيمة الاحتمالية لاختبار التباين الأحادي أكبر من مستوى الدلالة 0.05 لكل أبعاد الاستبيان مما يدل على عدم وجود اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول هذه الأخيرة تبعاً لمدة خبرتهم.

5.2 . الفرضية الفرعية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين حول أبعاد الاستبيان في عينة الدراسة تعزى لمتغير حجم المؤسسة.

باعتبار أن متغير حجم المؤسسة يضم أكثر من فئتين استخدمنا اختبار التباين الأحادي لتبيان وجود الاختلاف من عدمه. والجدول الآتي يوضح النتائج المتحصل عليها.

جدول رقم (12): نتائج تحليل التباين الأحادي للفروق في متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة طبقا إلى مدة الخبرة

البعد	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
المنتج الأخضر	بين المجموعات	1,233	4	0,308	1,043	0,390
	داخل	26,011	88	0,296		
	المجموع	27,243	92			
التسعير الأخضر	بين المجموعات	0,155	4	0,039	0,233	0,919
	داخل	14,600	88	0,166		
	المجموع	14,755	92			
الترويج الأخضر	بين المجموعات	0,892	4	0,223	1,385	0,246
	داخل	14,174	88	0,161		
	المجموع	15,066	92			
التوزيع الأخضر	بين المجموعات	0,754	4	0,189	0,755	0,557
	داخل	21,975	88	0,250		
	المجموع	22,729	92			

بناء على النتائج الموضحة في الجدول أعلاه نلاحظ أن القيمة الاحتمالية لاختبار التباين الأحادي أكبر من مستوى الدلالة 0.05 لكل أبعاد الاستبيان مما يدل على عدم وجود اختلاف في آراء أفراد عينة الدراسة حول هذه الأخيرة تبعاً لمدة خبرتهم.

الاستنتاجات:

يعتبر التسويق الأخضر موضوع من المواضيع المعاصرة للتسويق والذي يلقي اهتماما كبيرا من طرف مـصـمـنـي نظرا لما يحققه لها من امتيازات تضمن لها البقاء، النمو والاستمرار خصوصا في ظل تنامي الوعي لدى المختصين في البيئة، والاقتناع بضرورة انتهاج مداخل وأساليب إدارية تتجه نحو حماية البيئة .

في ضوء نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة تبين ان :

- تتبنى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الصناعية بولاية المدية مدخل التسويق الأخضر حسب وجهة نظر مالكي هذه المؤسسات و الذين تم استقصاؤهم في أبعاد: المنتج الأخضر بدرجة موافقة (2,5793) ، التسعير الأخضر بدرجة موافقة (2,5878) ، التوزيع الأخضر (2,5161) بدرجة موافقة و الترويج الأخضر بدرجة موافقة (2,4624) مع التأكيد على انه في حالات عديدة صاحب المؤسسة لا يعرف هذا المصطلح.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في آراء المستقصين ترجع للبيانات الشخصية و الوظيفية ، أي ان المستقصين باختلاف بياناتهم الشخصية و الوظيفية لهم نفس الاجابات.

التوصيات:

- في ظل تنامي الوعي لدى المختصين في البيئة، والاقتناع بضرورة انتهاج مداخل وأساليب إدارية تتجه نحو حماية البيئة بمكوناتها من خلال تشجيع الإنتاج الأخضر والاستهلاك الأخضر على مـصـمـنـي ان تكون سباقة لتبني مدخل التسويق الأخضر لما يحقق من مزايا تنافسية.

- ان تخضير المؤسسة الصغيرة والمتوسطة يجب ان يتم بطريقة علمية من خلال وضع خطة تسويقية من خلال تحويل المزيج التسويقي العادي الى مزيج تسويقي اخضر و لا تترك العملية في شكل محاولات و تجارب.

المراجع:

- إبراهيم بلحيمر وطارق قندوز، مدخل إلى التسويق الأخضر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبة القديمة، الجزائر، 2015.
- ثامر البكري، التسويق: أسس ومفاهيم معاصرة، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- ثامر البكري، قضايا معاصرة في التسويق، دار الحامد للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى، الاردن، 2014.
- عبد المجيد قدي وآخرون، الاقتصاد البيئي، الطبعة الأولى، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
- منور أوسريير ومحمد حمو، ، الاقتصاد البيئي، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبة، الجزائر، 2010.

اطروحات:

- الخنساء سعادي، تحديات التسويق الأخضر في ظل المجتمع الرقمي، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص التسويق، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2014.
- رشيد سالمى، أثر تلوث البيئة في التنمية الاقتصادية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006.

ملتقيات:

- سميرة صالحى، التسويق الأخضر بين الأداء التسويقي والأداء البيئي للمؤسسات الاقتصادية، الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، الجزائر، يومي 22 و23 نوفمبر 2011.

اللغة الأجنبية:

- Lavorata, Laure, Anne- Sophie Binninger, Béatrice Parguel, 50 Fiches sur le marketing durable, Bréal, Paris, 2010.

- www. Ecomarkproject. Eu

اثر الاتصالات الإدارية على الأداء الوظيفي للعاملين -دراسة ميدانية بالمديرية الجهوية للنقل بالسكة الحديدية قسنطينة-

ابن محمد إيمان
جامعة سكيكدة

المباخص:

نسعى في هذه الدراسة إلى معرفة اثر الاتصالات الإدارية على الأداء الوظيفي للعاملين، وقد طبقت هذه الدراسة في المديرية الجهوية للنقل بالسكة الحديدية بقسنطينة من خلال الوقوف على واقع عملها بالاستعانة باستبانة التي وزعت على 66 عامل ما بين الأطر، أعوان التحكم، أعوان التنفيذ.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها ان وسائل الاتصال الإداري المستخدمة في المديرية تساهم في رفع الأداء الوظيفي للعاملين في المديرية وان المعوقات الموجودة في المديرية خاصة الفنية والبشرية تؤثر سلبا على هذا الأداء.
الكلمات المفتاحية: الاتصالات الإدارية، الأداء الوظيفي، المديرية الجهوية للنقل بالسكة الحديدية.

RESUME

Dans cette étude nous essayons de connaitre les effets de la communication administrative sur la performance des employés. Cette étude a été réalisée dans la direction régional de transport ferroviaires a Constantine par un questionnaire distribue a 66 employés (des cadres, des agents de contrôles, des agents charges de la mise en ouvre) les conclusions principales que nous avons tires de cette étude est que les moyens utilises dans la communication administrative ont permet d'améliorer la fonctionnalité des employés dans la direction et que les obstacles dans cette dernière (surtout les obstacles technique et humaines) ont une mauvaise influence sur le rendement des employés.

Les mots clés : la communication administrative, la performance des employés, la direction national.

مقدمة:

تمثل الاتصالات الإدارية عصب الحياة في المؤسسات الاقتصادية، حيث أثبتت الدراسات أن العاملين يمضون أغلب وقتهم أثناء الممارسات الإدارية في عمليات الاتصال مع الآخرين سواء كانوا أفراد أو مجموعات داخل المؤسسة أو جهات وأطراف خارجية.
تؤثر الاتصالات الإدارية سلبا أو إيجابا على أداء العاملين، تبعا لسهولتها وانسيابها، بين المستويات الإدارية المختلفة، فالاتصالات الإدارية الفعالة تمكن المديرين من التعرف على كل كبيرة وصغيرة، بالإضافة إلى سرعة حل المشكلات ومواجهتها، وهذا ما يترتب عليها في رفع لمستوى الأداء الوظيفي وتقليل الأخطاء إلى أدنى حد ممكن.

مشكلة الدراسة:

ضمن المتطلبات المهمة لمواكبة التغيرات والتطورات في بيئة العمل تبرز أهمية عملية الاتصال الإداري والمتمثلة في نقل واستقبال المعلومات بين مختلف العاملين ومختلف المستويات الإدارية ، ونظرا لما تنتجه وسائل الاتصال من مميزات تساهم بفعالية في تسهيل أداء الأعمال في المؤسسة، وجب على المؤسسات الجزائرية إعطاء أهمية أكبر لموضوع الاتصالات الإدارية . وعليه يمكن طرح التساؤل التالي:

ما مدى تأثير الاتصالات الإدارية على الأداء الوظيفي للعاملين في المديرية الجهوية للنقل بالسكة الحديدية؟

ومن اجل الإجابة على التساؤل الرئيسي سنحاول الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:
-ما هي وسائل الاتصال المستخدمة في المديرية

-هل تسهم وسائل الاتصال في المديرية في رفع مستوى أداء العاملين؟

- هل هناك معوقات للاتصال في المديرية تخفض من مستوى أداء العاملين

فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية الأولى: " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير الاتصال الإداري على الأداء الوظيفي للعاملين تعزى إلى المتغيرات الديمغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الإقدمية، المنصب الوظيفي)

الفرضية الرئيسية الثانية: تساعد الاتصالات الإدارية في الرفع من مستوى الأداء الوظيفي للعاملين في المديرية.

الفرضية الفرعية الأولى: تعمل وسائل الاتصال المستخدمة على تحسين الأداء الوظيفي للعاملين في المديرية.

الفرضية الفرعية الثانية: توجد العديد من معوقات الاتصال الإداري التي تؤثر سلبا على الأداء الوظيفي للعاملين بالمديرية

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في ما يلي

-محاولة إبراز مدى مساهمة الاتصالات الإدارية في تحسين الأداء الوظيفي في المديرية

-نأمل أن يسهم هذا البحث في زيادة المعرفة التطبيقية وإثراء المعلومات في هذا المجال الهام من مجالات الإدارة.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة في ما يلي:

- معرفة وسائل الاتصال المستخدمة في المديرية

- توضيح كيف تساعد وسائل الاتصال الإداري المستخدمة في الرفع من مستوى الأداء الوظيفي للعاملين في المديرية

- الوقوف على بعض المشاكل والمعوقات المتعلقة بالاتصالات الإدارية والتي من شأنها أن تعيق الأداء في المديرية

-مساعدة أصحاب القرار في المؤسسة من معرفة دور الاتصالات الإدارية ومحاولة الاهتمام أكثر

المنهجية البحث

تم الاعتماد على المنهج الوصفي في محاولتنا لتقديم مسح لمختلف التعاريف والمفاهيم التي تمس الموضوع، والمنهج التحليلي في التعليق والتعقيب على ما تم وصفه، ولتحليل الجداول الواردة في البحث خاصة المتعلقة منها بتحليل بيانات الإستبيانة الموجه لعمال المديرية الجهوية للنقل بالسكة الحديدية لولاية قسنطينة

الجانب النظري:

تعريف الاتصال الإداري:

هناك من يعرف الاتصال الإداري بأنه " هو العملية الهادفة إلى نقل المعلومات وتبادلها التي على

أساسها يتوحد الفكر وتتفق المفاهيم وتتخذ القرارات، بغرض تحقيق أهداف العمل الإداري"¹

تعريف الأداء الوظيفي:

يشير الأداء الوظيفي إلى " درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة للوظيفة، وهو يعكس الكيفية التي تحقق أو يشبع الفرد متطلبات وظيفته وهو أيضا "انجاز هدف أو أهداف المؤسسة"²

دور الاتصال في رفع الأداء الوظيفي

يلعب الاتصال دورا كبيرا وهاما في رفع الأداء الوظيفي وذلك من خلال دوره في تحقيق التماسك بين الأفراد والوصول إلى رضا العاملين، وكذلك من خلال دوره في رفع الروح المعنوية، تفعيل الموارد البشرية وتحفيزها وهذا ما سنعرضه فيما يلي:

دور الاتصال في تحقيق التماسك والرضا في العمل:

إن رضا العامل في المؤسسة لا يتحقق بسهولة، وتحدده عدة عوامل منها نوعية العمل ومدى استجابته لتطلعاته المادية والمعنوية، وثقة العامل في عمله وتمسكه به تتوقف إلى حد كبير على تحقيق حاجاته المادية والمعنوية³، ويزداد دور الحاجات المعنوية مثل الحاجة إلى الاهتمام والاعتبار من طرف الآخرين مع تلبية الحاجات المادية الأولية، ويعود تحقيق الحاجات المعنوية للأفراد في المؤسسة، إلى العلاقات الموجودة بين أعضاء المجموعات من جهة، والى علاقته بالمشرفين⁴

ويلعب الاتصال بمختلف أنواعه واتجاهاته، في هذا دورا فعلا حيث أن عملية الاتصال في المؤسسة، وبمختلف أوجهها، تربط بين الأشخاص المتحركين فيها وتكون حامل العلاقات الاجتماعية، المرتكزة على الإشارات، والرموز وهي الوسيلة الموجهة لها⁵

دور الاتصال في رفع الروح المعنوية: ومادامت العملية الاتصالية في المؤسسة تسعى إلى توجيه،

¹ حسن راوية محمد، إدارة الموارد البشرية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص: 216.

² شعبان فرج، الاتصالات الإدارية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص: 30.

³ بوعطيط جلال الدين، الاتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي (دراسة ميدانية على العمال المنقذين بمؤسسة سونلغاز عنابة)، رسالة ماجستير تخصص سلوك تنظيمي وتسيير الموارد البشرية، قسم علم النفس، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2009، ص: 56.

⁴ ناصر دادي عدون، الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية، دار المحمدية العامة، الجزائر، مجهول سنة النشر، ص: 21.

⁵ المرجع السابق، ص: 24.

تنظيم وتنسيق عمليات الأفراد، فان مدى نجاح الإدارة والإشراف في تحقيق دورها يتوقف على تفهم خصائص الأفراد المختلفة والمتباينة، والعمل على الاستفادة منها، من أجل الوصول إلى أهدافها عن طريق إيجاد ورفع الروح المعنوية لدى عماله⁶

دور الاتصال في تفعيل الموارد البشري

إن توفير مختلف الظروف التنظيمية والعلاقات الاجتماعية الجيدة في المؤسسة، يهدف في مجموعه إلى تحسين مرد ودية الموارد البشرية فيها⁷، كما أن ذلك لن يأتي إلا بوضع شبك وميكانيزمات اتصال تعمل على توفير الجو الملائم، والارتياح النفسي لدى مختلف العمال من خلال تنظيم هيكل مناسب أو الرؤساء والمرؤوسين بشكل يؤدي إلى نفس النتيجة.⁸

الجانب التطبيقي

1- إجراءات الدراسة

1-1 مجتمع البحث:

تكون مجتمع الدراسة من كافة العاملين في جميع المستويات الإدارية بالمديرية الجهوية والبالغ عددهم 267 عامل أثناء إجراء الدراسة، والمنكون من 45 إطار (17%) ، 126 عون تحكم (47%) و96 عون تنفيذ (36%)

1-2 عينة الدراسة

1-1-2 حجم العينة المدروسة:

تم اختيار 66 مفردة من أصل 267 مفردة في مجتمع الدراسة أي ما يمثل 25% من المجتمع المدروس

2- أداة الدراسة أساليب المعالجة الإحصائية

1-2-1 أداة الدراسة

تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع المعلومات والبيانات اللازمة للدراسة، وذلك لاستقصاء آراء العاملين بمديرية الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية عن الاتصالات الإدارية وأثرها على الأداء الوظيفي

1-1-2 بناء أداة الدراسة:

بعد الاطلاع على بعض الدراسات ومراجعة أدبيات الدراسة في مجال الاتصال الإداري والأداء الوظيفي، تم إعداد استبانة للدراسة وفق نموذج الاستبانة المغلقة لتكون البيانات أكثر دقة، وقد قسمت إلى 3 محاور، المحور الأول حول البيانات الشخصية التي تتضمن 5 عبارات، المحور الثاني حور دور وسائل الاتصال المستخدمة في تحسين الأداء الوظيفي والتي قسمت القسمين، القسم الأول حول وسائل الاتصال المستخدمة والقسم الثاني حول دورها في تحسين الأداء و تضمنت 16 عبارة أما المحور الثالث حول معوقات الاتصال الإداري التي تؤثر سلبا على الأداء الوظيفي وتضمنت 11 عبارة .

2-2 أساليب المعالجة الإحصائية:

لتحليل بيانات تمت الاستعانة بالحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، واهم الأساليب الإحصائية التي وظفت في الدراسة ما يلي:

⁶شامي صليحة، المناخ التنظيمي وأثره على الأداء الوظيفي للعاملين، مذكرة ماجستير في تسيير المنظمات،

جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2009، ص: 105.

⁷بوعطيط جلال الدين، مرجع سبق ذكره، ص: 59.

⁸ناصر دادي، مرجع سبق ذكره، ص: 182.

-التكرار والنسب المئوية:

-**المتوسط الحسابي:** هو مقياس من مقاييس النزعة المركزية، استخدم في المعالجة الإحصائية للبيانات التي تضمنت ليكرت في الإجابة على عباراتها وتحليل نتائج المتوسط الحسابي للبيانات التي استخدم فيها مقياس ليكرت، تم استخدام المعادلة التالية لمعرفة حدود مجال كل خيار من الخيارات التي يحتويها ليكرت:

-**الانحراف المعياري:** أكبر أو يساوي 1 يشير إلى تشتت الإجابات وعدم تركزها، أقل من 1 يشير إلى تركز الإجابات وعدم تشتتها.

اختبار "K²" المسائل التصنيف الأحادي: لاختبار صدق المطابقة لكل عبارة.
اختبار (T-TEST) "T" "مجموعة واحدة للتقدير: لاختبار معنوية الفرق بين المتوسط العام المحسوب والمتوسط المتوقع والتي تساوي (3) كقيمة افتراضية واستخدم "T" في البحث من أجل التأكد من صحة الفرضيات.

تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA): لفحص الدلالة الإحصائية للفرق، التي ترجع إلى المتغيرات الديمغرافية

3- استعراض نتائج البحث واختبار الفرضيات

3-1- استعراض نتائج البحث

المحور الأول: البيانات الشخصية

توزيع أفراد العينة وفقاً لفئات الجنس

يوضح الجدول (رقم: 1) توزيع أفراد عينة البحث وفقاً لفئات جنسهم

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
65.2%	43	ذكر
34.8%	23	أنثى
100	66	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

من خلال الجدول يظهر أن ما نسبة 65.2 من أفراد العينة ذكور، وما نسبة 34.8 إناث.

توزيع أفراد العينة وفقاً للسن:

يوضح الجدول (رقم: 2) توزيع أفراد عينة البحث وفقاً لفئات السن

النسبة	التكرار	فئات العمر
1.5	1	أقل من 20 سنة
24.2	16	من 20-29 سنة
33.3	22	من 30-39 سنة
27.2	18	من 40-49 سنة
13.6	9	50 فما فوق
100	66	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

من خلال جدول توزيع أفراد العينة حسب فئات العمر نلاحظ أن الفئة [30-39] نالت أكبر نسبة وتقدر بـ 33.33% تليها الفئة [40-49] بنسبة 27.2% ثم الفئة [20-29] بنسبة 24.2%

توزيع أفراد العينة وفقا للمستوى التعليمي

جدول (رقم:3) توزيع أفراد عينة البحث وفقا للمستوى التعليمي

النسبة	العدد	المستوى التعليمي
4.5	2	بدون مستوى
7.6	5	ابتدائي
16.7	11	متوسط
39.4	26	ثانوي
31.8	21	جامعي
100	66	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر قيمة من العينة المدروسة 39.4% لديهم مستوى ثانوي، ثم يأتي بعدها المستوى الجامعي بنسبة 31.8%، يليها المستوى المتوسط بنسبة 16.7%
توزيع أفراد العينة وفقا للاقدمية

جدول (رقم:4) توزيع أفراد عينة البحث وفقا للاقدمية

النسبة	التكرار	الأقدمية
37.1	25	أقل من 5 سنوات
12.1	6	6-10 سنة
7.6	5	11-15 سنة
1.5	1	16-20 سنة
40.9	27	أكثر من 20 سنة
100	66	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر نسبة 40.9% كانت من نصيب الفئة (أكثر من 20 سنة)، تليها الفئة (أقل من 5 سنوات) بنسبة 37.9%، ثم الفئة (6-10 سنة) بنسبة 12.1%
توزيع أفراد العينة وفقا لمنصب العمل

جدول (رقم:5) توزيع أفراد عينة البحث وفقا لمنصب العمل

النسبة	التكرار	منصب العمل
25.8	11	إطار
39.4	30	عون تحكم
34.8	24	عون تنفيذ
100	66	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

من خلال الجدول يتبين لنا أن أعوان التحكم يشغلون النسبة الأكبر في العينة المدروسة ب 39.4% يليهم أعوان التنفيذ 34.8%، أما نسبة الإطار فتقدر ب 25.8%

المحور الثاني: دور وسائل الاتصال المستخدمة في رفع مستوى الأداء الوظيفي
تم تقسيم هذا المحور إلى قسمين : القسم الأول لمعرفة وسائل الاتصال المستخدمة في المؤسسة
حيث تم وضع 9 عبارات كل عبارة تمثل وسيلة اتصال، أما القسم الثاني لمعرفة دور تلك
الوسائل في رفع الأداء وتضم 9 عبارات.
القسم الأول: وسائل الاتصال المستخدمة

جدول (رقم:6)نتائج إجابات المبحوثين حول وسائل الاتصال المستخدمة في المديرية

القيمة المعنوية	K ²	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	(5) دائما	(4) غالبا	(3) اقل	نادرا (2)	أبدا (1)		ت	الفرق
*0.000	30.364	1.2138	3.8636	27	15	17	2	5	التقارير	ت	
				40.9	22.7	25.8	3	7.6		%	
*0.000	19.303	1.5111	3.5303	26	11	13	4	12	الفاكس والتلكس	ت	
				39.4	16.7	19.7	6.1	18.2		%	
*0.000	11.879	1.4211	3.3636	26	11	19	5	11	لوحة الإعلانات	ت	
				30.3	16.7	28.8	7.6	16.6		%	
*0.000	13.845	1.4759	2.7727	13	6	20	7	20	علبة الشكاوي والأفكار	ت	
				19.7	7.1	30.3	10.6	30.3		%	
*0.000	19.000	1.4900	3.3182	21	9	20	2	14	البريد الالكتروني	ت	
				31.8	13.6	30.3	3	21.2		%	
*0.000	49.909	1.3194	3.8333	32	5	21	2	6	الهاتف	ت	
				48.5	7.6	31.8	3	9.1		%	
*0.000	35.970	1.2929	3.6667	26	7	24	3	6	المقابلة	ت	
				39.4	10.6	36.4	4.5	9.1		%	
*0.000	33.848	1.3330	3.7879	29	10	18	2	7	الاجتماع	ت	
				43.9	15.2	27.3	3	10.6		%	
*0.000	37.181	1.2835	3.7237	27	8	23	2	6	التعليمات والأوامر	ت	
				40.9	12.1	34.8	3	9.1		%	

(* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$)

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

جدول (رقم:7) نتائج المقارنة بين وسائل الاتصال الشفوية والكتابية

نوع الاتصالات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
وسائل الاتصال المكتوبة	3.3697	0.9129
وسائل الاتصال الشفوية	3.7538	1.0391

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

من خلال الجدولين نلاحظ أن وسائل الاتصال الشفوية (بمتوسط حسابي 3.7538) أكثر استخداما من وسائل الاتصال المكتوبة (بمتوسط حسابي 3.3697)

القسم الثاني: دور وسائل الاتصال المستخدمة في رفع مستوى الأداء الوظيفي

جدول(رقم:8) نتائج إجابات المبحوثين حول دور وسائل الاتصال المستخدمة في رفع مستوى الأداء

العبارة	أوافق تماما	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق مطلقا	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	K ²	القيمة المعنوية
السرعة في إيصال المعلومة	ت	2	7	7	0	4.5606	0.9136	91.697	*0.000
	%	3	10.6	10.6	0				
تساعد في إيصال المعلومات بدقة	ت	2	1	9	38	4.3182	0.9791	69.303	*0.000
	%	3	1.5	13.6	57.6				
المعلومات كافية للأداء	ت	1	8	9	32	4.0606	1.2115	42.030	*0.000
	%	1.5	12.1	13.6	48.5				
تسهم في زيادة قدرة العاملين على حل المشاكل	ت	1	3	14	33	4.1515	1.0773	43.152	*0.000
	%	1.5	4.5	21.3	50				
توفر جهد ووقت الموظفين في المؤسسة	ت	1	1	8	38	4.3788	0.8929	72.939	*0.000
	%	1.5	1.5	12.1	57.6				
تساعد في تقليص معدلات أخطاء الأداء	ت	1	3	13	36	4.2121	0.9281	58.545	*0.000
	%	1.5	4.5	19.7	54.5				
تحقق فعالية الاتصال بين الموظفين	ت	1	2	8	41	1.3939	1.0927	81.424	*0.000
	%	1.5	3	12.1	62.1				
تقلص سوء التفاهم بين العاملين	ت	1	4	15	41	4.2273	1.0665	81.576	*0.000
	%	1.5	6.1	22.7	62.1				
تقلل من تكاليف النقل والتنقل	ت	3	6	17	32	4.3030	1.2369	81.859	*0.000
	%	4.5	9.1	25.8	48.5				
المعدل الكلي للمتوسط الحسابي والانحراف المعياري						3.9562	1.0442		

(*) ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$

المصدر: من اعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

من خلال الجدول (رقم:8) أن المبحوثين يوافقون على اغلبية العبارات والتي تعبر عن كيفية مساهمة وسائل الاتصال الإداري في تحسين الأداء الوظيفي وهذا ما تم ملاحظته من خلال المتوسطات الحسابية التي كانت أغلبيتها أكبر من 3.4.

المحور الثاني: معوقات الاتصال التي تخفض من مستوى أداء العاملين
حتى نتمكن من معرفة أهم معوقات التي تخفض من مستوى أداء العاملين في المديرية، تم انتقاء 11 عبارة لمعرفة ما إذا كان في المديرية هذه الأنواع من المعوقات وكانت إجابات المبحوثين على العبارات موضحة في الجدول التالي:
جدول(رقم:9) نتائج إجابات المبحوثين حول معوقات الاتصالات الإدارية التي تخفض من مستوى الأداء

نوع المعوق	العبارة	لا أوافق مطلقاً	لا أوافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق تماماً	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	K ²	القيمة المعنوية
الفنية	قدم وسائل الاتصالات المستخدمة وسوء صيانتها	ت	1	6	7	10	42	1.0808	81.727	*0.000
		%	1.5	9.1	10.6	16.2	63.6			
الفنية	قلة وسائل الاتصالات المستخدمة	ت	2	4	8	10	37	1.0784	61.121	*0.000
		%	3	6.1	12.1	22.7	56.1			
الفنية	عدم تدريب العاملين على استخدامها	ت	1	3	17	7	38	1.0656	69.758	*0.000
		%	1.5	4.5	25.8	10.6	57.6			
الإدارية	تباعد أماكن والمسافات بين الوحدات	ت	3	12	16	9	26	1.2948	22.333	*0.000
		%	4.6	18.2	24.2	13.6	39.4			
الإدارية	استغراق وقت وجهد في الاتصالات بسبب المركزية	ت	3	11	19	19	14	1.1392	13.394	*0.002
		%	4.5	16.7	28.8	28.8	21.2			
البشرية	سوء العلاقات وانعدام	ت	5	6	9	10	36	1.2278	50.515	*0.000

				54.2	15.2	13.6	9.1	7.6	%	التفاهم بين الرؤساء والمرؤسين
				33	7	13	8	5	ت	سوء العلاقات وانعدام التفاهم بين الزملاء
*0.000	39.758	1.3653	3.8333	50	13.6	19.7	12.1	7.6	%	
				33	15	10	4	4	ت	حجب بعض العاملين المعلومات عن بعضهم بعض
*0.000	43.545	1.2080	4.0454	50	22.7	15.1	6.1	6.1	%	
				28	16	13	7	2	ت	الإفراط في الاتصال خارج إطار العمل على حساب الأعمال المطلوبة
*0.000	29.606	1.1544	3.9242	42.4	24.2	19.7	10.6	3	%	
				32	17	4	11	2	ت	عدم كفاية المخصصات المالية لاقتناء وسائل الاتصال الضرورية للعمل
*0.000	44.152	1.2278	4.000	48.5	25.8	6.1	16	3	%	
				28	8	15	10	5	ت	ارتفاع تكاليف صيانة الأجهزة وتقنيات الاتصال
*0.000	24.758	1.3621	3.6667	42.4	12.1	22.7	15.2	7.6	%	
										المعدل الكلي للمتوسط الحسابي والانحراف المعياري
		1.2984	3.9350							

(* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$)

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

جدول (رقم:10) نتائج الترتيب التصاعدي لمعوقات الاتصال

المعوقات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الفنية	4.2367	1.0749
البشرية	3.9507	1.2388
المالية	3.8333	1.2949
الإدارية	3.5533	1.2171

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

من خلال الجدولين السابقين نلاحظ أن إجابات المبحوثين عن العبارات الخاصة بمعوقات الاتصال التي تؤثر سلباً على الأداء الوظيفي وبمقارنة المتوسط الحسابي لطبيعة المعوقات، فإن المعوقات الفنية التي بلغ متوسط حسابها 4.2367 والتي تنتمي إلى المجال [4.2-5] هي الأكثر تأثيراً تليها المعوقات البشرية بمتوسط حسابي قيمته 3.9507 والتي تنتمي إلى المجال [3.4-4.2]

2- اختبار الفرضيات

تنص الفرضية الرئيسية الأولى " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير الاتصالات الإدارية على الأداء الوظيفي تعزى إلى المتغيرات الديمغرافية"
 الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير الاتصالات الإدارية على الأداء الوظيفي تعزى إلى متغير الجنس"، يوضح الجدول (11) نتائج التباين الأحادي (ONE WAY ANOVA) لدلالة الفروق في متوسطات محور "دور وسائل الاتصال المستخدمة في رفع مستوى الأداء الوظيفي"
 جدول (رقم:11): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات محور " دور وسائل الاتصال المستخدمة في رفع مستوى الأداء الوظيفي" تعزى لمتغير الجنس

الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل فيشر F	SIG
ذكر	4.2178	0.8872	0.131	0.878
أنثى	4.3059	0.6413		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

يتضح من بيانات الجدول (11) انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في محور "دور وسائل الاتصال المستخدمة في الرفع من مستوى الأداء الوظيفي، وذلك نظراً لأن قيمة مستوى الدلالة بلغت (SIG=0.878) اكبر من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ في ضوء التحليل السابق لنتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى، فإننا نخلص إلى إثبات صحتها في العينة المدروسة.

الفرضية الفرعية الثانية: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير الاتصالات الإدارية على الأداء الوظيفي تعزى إلى متغير السن"، يوضح الجدول (12) نتائج تحليل التباين الأحادي (ONE WAY ANOVA) لدلالة الفروق في متوسطات محور "دور وسائل الاتصال المستخدمة في رفع مستوى الأداء الوظيفي للعاملين"

جدول (رقم:12): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات محور "دور وسائل الاتصال المستخدمة في رفع من مستوى الأداء الوظيفي للعاملين" تبعا لمتغير السن

السن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل فيشر F	SIG
أقل من 20 سنة	3.8182	0	0.234	0.918
20-29 سنة	4.1534	0.0768		
30-39	4.3554	0.6694		
40-49	4.2475	0.9735		
50 فما فوق	4.1717	0.8865		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

يتضح من نتائج الجدول (12) أن جميع فئات السن توافق على أن وسائل الاتصال المستخدمة تساعد على رفع مستوى الأداء الوظيفي للعاملين، ومن خلال الجدول يتضح انه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعا لمتغير السن وذلك أن مستوى الدلالة 0.918 أكبر من ($\alpha \leq 0.05$) في ضوء التحليل السابق لنتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية، إننا نخلص إلى إثبات صحتها في العينة المدروسة

- الفرضية الفرعية الثالثة: " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير الاتصالات الإدارية على الأداء الوظيفي تعزى إلى متغير المستوى التعليمي". يوضح الجدول (13) نتائج تحليل التباين الأحادي (ONE WAY ANOVA) لدلالة الفروق في متوسطات محور " دور وسائل الاتصال المستخدمة في رفع مستوى الأداء الوظيفي للعاملين"

جدول (رقم:13): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات محور "دور وسائل الاتصال المستخدمة في رفع من مستوى الأداء الوظيفي للعاملين" تبعا لمتغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل فيشر F	SIG
دون التعليم	4.333	0.2922	0.374	0.826
ابتدائي	3.999	1.1999		
متوسط	4.335	0.9944		
ثانوي	3.325	0.7163		
جامعي	4.125	0.2922		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

يتضح من الجدول (13) أن جميع المستويات توافق على أن وسائل الاتصال تساعد على رفع مستوى الأداء الوظيفي للعاملين، ومن خلال الجدول يتضح انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعا لمتغير المستوى التعليمي وذلك أن مستوى الدلالة (0.826) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في ضوء التحليل السابق لنتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة، إننا نخلص إلى إثبات صحتها في العينة المدروسة.

- الفرضية الفرعية الرابعة " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير الاتصالات الإدارية على الأداء الوظيفي تبعاً إلى متغير الأقدمية" ، ويوضح الجدول (14) نتائج تحليل التباين الأحادي (ONE WAY ANOVA) لدلالة الفروق في متوسطات محور " دور وسائل الاتصال المستخدمة في رفع مستوى الأداء الوظيفي"
جدول (رقم:14): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات محور " دور وسائل الاتصال المستخدمة في رفع مستوى الأداء الوظيفي" تبعاً لمتغير الأقدمية.

الإقدمية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل فيشر F	SIG
أقل من 5 سنوات	4.9994	0.7590	0.675	*0.612
6-10 سنوات	4.5222	0.3940		
11-15 سنة	4.2364	0.6760		
16-20 سنة	5.000	0.5725		
أكثر من 20 سنة	4.2727	0.9477		

المصدر: من اعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

يتضح من الجدول (14) أن جميع المستويات توافق على أن وسائل الاتصال تساعد على رفع مستوى الأداء الوظيفي للعاملين، ومن خلال الجدول يتضح انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي وذلك أن مستوى الدلالة (0.612) اكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)
-في ضوء التحليل السابق لنتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة ، اننا نخلص إلى إثبات صحتها في العينة المدروسة

- الفرضية الفرعية الخامسة: " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لتأثير الاتصالات الإدارية على الأداء الوظيفي تبعاً إلى متغير المنصب الوظيفي" ، يوضح الجدول (15) نتائج تحليل التباين الأحادي (ONE WAY ANOVA) لدلالة الفروق في متوسطات محور " وسائل الاتصال المستخدمة في رفع من مستوى الأداء الوظيفي للعاملين" تبعاً لمتغير المنصب الوظيفي

جدول (رقم:15): نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات محور " دور وسائل الاتصال المستخدمة في رفع مستوى الأداء" تبعاً لمتغير المنصب الوظيفي

المنصب الوظيفي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل فيشر F	SIG
إطار	4.336	0.6498	0.179	*0.783
عون تحكم	4.185	1.004		
عون تنفيذ	4.241	0.6621		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

يتضح من الجدول (15) أن جميع المستويات توافق على أن وسائل الاتصال تساعد على رفع مستوى الأداء الوظيفي للعاملين، ومن خلال الجدول يتضح انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي وذلك أن مستوى الدلالة (0.783) أكبر من ($\alpha \leq 0.05$) -في ضوء التحليل السابق لنتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة، اننا نخلص إلى إثبات صحتها في العينة المدروسة

من خلال نتائج الفرضيات الفرعية نخلص إلى إثبات الفرضية الرئيسية الأولى الفرضية الرئيسية الثانية: "الاتصالات الإدارية ترفع من مستوى الأداء الوظيفي في المديرية الفرعية الفرعية الأولى": أن وسائل الاتصال المستخدمة تساعد على رفع مستوى الأداء الوظيفي في المديرية"

ولاختبار هذه الفرضية تم الاستعانة بنتائج المبحوثين على محور " وسائل الاتصال المستخدمة في المديرية ودورها في رفع مستوى أداء العاملين"، يتضح من خلال قيمة المتوسط الكلي (3.9562) (أكبر من القيمة المتوقعة (3) أن المبحوثين يوافقون على أن الوسائل المستخدمة تساعد في رفع مستوى أداء العاملين .

وبتطبيق اختبار T على الفرق بين المتوسط العام المحسوب والمتوسط المتوقع عند مستوى الدلالة (0.05)، وجدنا أن T تساوي 12.59 بمستوى معنوية (SIG=0.000) (انظر الجدول) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05، ($T=12.59, SIG=0.000 \leq 0.05$) مما يشير إلى أن هذا الفرق معنوي ويؤكد اتجاه المبحوثين حول التأثير الإيجابي لوسائل الاتصال المستخدمة في المؤسسة

الجدول(رقم:16): نتيجة اختبار T لمجموعة واحدة لدور وسائل الاتصال في رفع مستوى الأداء الوظيفي

المتغير	التكرار	درجة الحرية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة الافتراضية	T	SIG
وسائل الاتصال	66	65	3.9562	1.0449	3	12.59	*0.000

(* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ≤ 0.05

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

-في ضوء التحليل السابق لنتائج اختبار الفرضية، فإننا نخلص إلى إثبات صحتها في العينة المدروسة

الفرضية الفرعية الثانية "توجد العديد من المعوقات التي تخفض من مستوى الأداء الوظيفي في المديرية" ولاختبار هذه الفرضية ستم الاستعانة بنتائج إجابات المبحوثين على محور معوقات الاتصال التي تؤثر على الأداء الوظيفي.

وبشكل عام يتضح من قيمة المتوسط الحسابي الكلي (3.9350) (أكبر من القيمة الافتراضية (3) أن المبحوثين يوافقون على انه هناك العديد من معوقات الاتصال الإداري التي تخفض من مستوى الأداء وبتطبيق اختبار T على الفرق بين المتوسط العام المحسوب و المتوسط المتوقع عند مستوى الدلالة (0.05) وجدنا أن قيمة T تساوي (10.334) عند مستوى معنوية SIG=0.000، وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 ($T=10.334, SIG=0.000 \leq 0.05$) مما

يشير إلى أن الفرق معنوي ويؤكد اتجاه المبحوثين نحو وجود معوقات اتصال تخفض من مستوى الأداء الوظيفي

الجدول (رقم:17) : نتيجة اختبار T لمجموعة واحدة معوقات الاتصالات الإدارية التي تخفض من مستوى الأداء الوظيفي

المتغير	التكرار	درجة الحرية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة الافتراضية	T	SIG
المعوقات	66	65	3.9350	1.2984	3	10.334	*0.000

(* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$)

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستعانة بنتائج spss

في ضوء التحليل السابق لنتائج اختبار الفرضية، فإننا نخلص إلى إثبات صحتها في العينة المدروسة

من خلال نتائج الفرضيتين الفرعيتين نخلص إلى إثبات الفرضية الرئيسية الثانية

3-الاستنتاجات والتوصيات

-الاستنتاجات:

نستنتج من خلال الدراسة ما يلي:

-أن التقارير، الفاكس، التلكس،الهاتف ، المقابلة، الاجتماع، التعليمات والأوامر تستخدم بكثرة في المديرية حيث أن المتوسط الحسابي لها اكبر من 3.4 أما بالنسبة إلى علية الشكاوي والأفكار والبريد الإلكتروني، فتستخدم أحيانا فقط ، المتوسط الحسابي لهما ينتمي إلى المجال 2.6-3.4

-وسائل الاتصال الشفوية (3.7538) أكثر استخداما من وسائل الاتصال الكتابية (3.3697) في المديرية

-أغلبية إجابات المبحوثين يميلون إلى أن وسائل الاتصال المستخدمة تساهم في رفع مستوى الأداء في المديرية.

-للاتصالات الإدارية معوقات كثيرة من شأنها أن تخفض من مستوى الأداء أهمها المعوقات الفنية، البشرية والمالية.

-إثبات صحة الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص على انه" لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى المتغيرات الديمغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الاقدمية ومنصب العمل)

-إثبات صحة الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص على "وسائل الاتصال المستخدمة تساعد على رفع مستوى الأداء الوظيفي في المديرية"

التوصيات:

بناء على ما توصلنا إليه من نتائج خلال دراستنا هاته، والتي تناولنا فيها موضوعا هاما من مواضيع الإدارة وتسيير الموارد البشرية وهو الاتصال الإداري وعلاقته بالأداء الوظيفي لدى عمال المديرية تبين ضرورة تقديم مجموعة من الاقتراحات التالية:

-الاعتماد على وسائل اتصال جديدة لتسهيل انتقال المعلومات؛

-تعامل مختلف المستويات مع بعضها البعض (العليا، المماتلة والدنيا) لخلق جو ملائم للعمل؛

-تخصيص بعض الأموال لاقتناء وسائل الاتصال الضرورية؛

-الحفاظ على وسائل الاتصال الموجودة؛

قائمة المراجع:

- يوعطيظ جمال الدين، الاتصال التنظيمي وعلاقته بالاداء الوظيفي، دراسة ميدانية في مؤسسة سونلغاز عنابة، رسالة ماجستير عنابة، 2009.
- حسن راوية محمد، إدارة الموارد البشرية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999.
- شامي صليحة، المناخ التنظيمي وأثره على الأداء الوظيفي للعاملين، مذكرة ماجستير في تسيير المنظمات، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2009.
- شعبان فرج، الاتصالات الإدارية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2001 .
- ناصر دادي عدون، الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية، دار المحمدية العامة، الجزائر، مجهول سنة النشر

تطور النفقات الاجتماعية في الجزائر - دراسة تحليلية للفترة (1990-2013)-

د. خميسي قايدي
جامعة برج بو عرييج

ملخص:

يتمحور الهدف من هذه الدراسة حول معرفة درجة تجانس البرامج الحكومية المتبعة بعد تبني الجزائر خيار اقتصاد السوق كبديل للاقتصاد الموجه، وما رافق هذا التحول من إصلاحات اقتصادية مست جميع جوانب النشاطات الاقتصادية بمختلف القطاعات الاجتماعية، سواء تلك الإصلاحات التي كانت بإرادة الدولة أو التي جاءت في إطار الاتفاقيات المبرمة مع صندوق النقد الدولي والبنك العالمي. كما تعتمد هذه الدراسة على تحليل تطور النفقات المخصصة للقطاعات الاجتماعية، واشتملت هذه الدراسة على جانبين أساسيين: الأول يتمثل في الإطار النظري للنفقات الاجتماعية، أما الثاني فهو عبارة عن دراسة تحليلية لتطور النفقات الاجتماعية بأشكالها المختلفة خلال العشرين الأخيرين، توصلنا من خلالها لمجموعة هامة من النتائج. **الكلمات المفتاحية:** النفقات الاجتماعية، القطاعات الاجتماعية، نفقات التسيير الاجتماعية، نفقات الاستثمار الاجتماعية، الجزائر.

Résumé:

Le but de cette étude est de vérifier le degré d'homogénéité des programmes gouvernementaux mis en place après l'adoption par l'Algérie d'une économie de marché comme alternative à une économie dirigée, ainsi que l'accompagnement de cette mutation par des réformes économiques initiées par la volonté de l'état ou celles découlant d'accords conclus avec le Fonds monétaire international ou la Banque mondiale et ayant touché des aspects divers des activités économiques dans divers secteurs.

En outre, cette étude est basée sur une analyse de l'évolution des dépenses sociales, et inclue deux aspects essentiels: le premier est le cadre théorique lié aux dépenses sociales, tandis que le second consiste en une étude analytique de l'évolution des dépenses sociales qui a abouti, a un certain nombre de résultats.

Mots clés: Dépenses sociales, secteurs sociaux, Dépenses de fonctionnement sociales, Dépenses d'investissement sociales, Algérie.

أولاً: الإطار العام للدراسة

1. الإشكالية: يتمتع الاقتصاد الجزائري بإمكانيات هامة فيما يخص الموارد البشرية والمادية والمالية، إلا أن خضوع السياسات الاقتصادية عادة إلى توجيهات الإرادة السياسية، حال دون التأسيس لإنعاش التوازنات الاقتصادية الكلية انطلاقاً من الاستغلال المتمتع بالكفاءة للإمكانات المتاحة في سبيل تحقيق طموحات أفراد المجتمع؛ الشيء الذي أسس هيكلًا اقتصاديًا هشًا، قائمًا

على قطاع واحد؛ وبالتالي تجسيد خاصية انخفاض الكفاءة الاستيعابية، وتبعية أهداف التنمية لتقلبات أسعار المحروقات في الأسواق الدولية باعتبارها القطاع الاستراتيجي والمورد الأساسي لتمويل مخططات التنمية.

ففي العقدين الأخيرين، تبنت الجزائر برامج إصلاح هيكلية وسياسات مالية ونقدية استهدفت علاج أوجه الخلل في الأداء الاقتصادي، وزيادة مستويات قدرتها على مواجهة الصدمات بهدف الحفاظ على الاستقرار الاقتصادي. كما اعتمدت الجزائر على سياسة إنفاقية ضخمة أخذت صفة الإستراتيجية الإنفاقية بعيدة المدى، كان للنفقات الاجتماعية نصيب مهم فيها، وذلك في سبيل تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية شاملة تهدف إلى تنويع الاقتصاد الجزائري ودعم النمو الاقتصادي ورفع مستوى التشغيل.

وعلى ضوء ما سبق تستهدف الدراسة التطرق إلى واقع الإنفاق الاجتماعي للجزائر خلال العقدين الماضيين، ومدى تجاوبه مع الصدمات الناتجة عن مصادر مختلفة لعدم الاستقرار الاقتصادي كمرحلة أولى، ومن ثم إلقاء الضوء على المستجدات في تطور النفقات الاجتماعية في ظل السياسة الإنفاقية العامة المنتهجة في المرحلة الثانية.

تبعاً لما سبق تبرز معالم إشكالية هذا البحث من خلال السؤال التالي:

ما مدى تجانس تطور الإنفاق الاجتماعي في الجزائر خلال الفترة الممتدة بين 1990 و2013؟
انطلاقاً من هذا التساؤل يمكن طرح تساؤلات فرعية منها:

- ما المقصود بالنفقات الاجتماعية وما هي تقسيماتها؟
- ما هي القطاعات الاجتماعية التي أعطتها الحكومة أولوية كبيرة خلال فترة الدراسة؟
- 2. **فرضيات الدراسة:** لمعالجة الإشكالية المطروحة سلفاً ننطلق من مجموعة من الفرضيات التي نراها أساسية وهي:
 - تعد النفقات الاجتماعية ركناً هاماً لقيام تنمية اقتصادية واجتماعية، ولكن بالقدر الذي يراعى فيها الحدود القصوى لترشيدها؛
 - تختلف سياسات الإنفاق الاجتماعي على قطاعات الاقتصاد الوطني باختلاف مراحل التنمية الاقتصادية والأهداف المتبناة في كل مرحلة؛
- 3. **أهداف الدراسة:** تهدف إلى:
 - معرفة السياسة الإنفاقية الاجتماعية في الجزائر عبر مراحل مختلفة، هذا الاتجاه يترجم في صورة مبالغ كل شكل منها من خلال قوانين المالية؛
 - استعراض عناصر النفقات الاجتماعية وتطورها في ظل السياسة الإنفاقية المنتهجة.
- 4. **منهج الدراسة:** سنعالج الموضوع محل الدراسة للإجابة على التساؤلات المطروحة معتمدين على المنهج الوصفي فيما يخص الإطار النظري للنفقات الاجتماعية، والمنهج الإحصائي التحليلي في الدراسة التطبيقية لدراسة الجوانب المتعلقة بتطور النفقات الاجتماعية حسب أقسامها.
- 5. **حدود الدراسة:** تم تجميع البيانات انطلاقاً من قوانين المالية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية لمختلف السنوات الممتدة بين 1990 و2013، والتي تعبر عن معطيات سنوية مقبولة للدراسات الاقتصادية الكلية نظراً لاحتوائها على مختلف التحولات الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية التي عرقتها البلاد.

ثانيا: الإطار النظري للدراسة

1. مفهوم النفقات الاجتماعية: النفقات الاجتماعية هي النفقات المتعلقة بالأغراض الاجتماعية للدولة والتي تتمثل في الحاجات العامة التي تؤدي إلى التنمية الاجتماعية للأفراد¹. وذلك عن طريق تحقيق قدر من التعليم والرعاية الصحية للأفراد، وكذلك تحقيق قدر من التضامن الاجتماعي عن طريق مساعدة بعض الفئات أو الأفراد، التي توجد في ظروف اجتماعية تستدعي المساندة (إعانات الأسر الكبيرة الحجم ذات الموارد المحدودة إعانة عاطلين ... إلخ). وأهم بنود هذه النفقات تلك المتعلقة بمرافق التعليم، الصحة، والثقافة العامة، والإسكان. وأهم هذه النفقات على الإطلاق هي تلك المتعلقة بمرافق التعليم وذلك في كل من البلدان المتقدمة والبلدان النامية.

وهناك من يعرفها على أنها "النفقات التي يغلب عليها الطابع الاجتماعي حيث يكون الهدف الرئيسي من إنفاقها هو زيادة مستوى الرفاهية لأفراد المجتمع بصفة عامة والفقراء منهم بصفة خاصة"².

أما النفقات التحويلية الاجتماعية فهي نوع من النفقات الحكومية التي تتم دون مقابل يكون الهدف منها هو تحقيق البعد الاجتماعي من الإنفاق العام³. مثل : دعم السكن (السكن الاجتماعي والريفي)؛ دعم التعليم(المنح، الإقامة، المطاعم المدرسة والجامعية، النقل المدرسي)؛ إجراءات الدولة للمساعدة والتضامن لصالح فئات معينة (المسنين والمكفوفين والمعوقين،...)؛ إعانة الدولة لصندوق العمل؛ إعانة لصندوق القروض الصغيرة وتوظيف الشباب (FNSEJ)؛ تحويلات أخرى (حقوق أسرية، المجاهدين)؛ دعم الأسعار... إلخ.

كما سبق يمكن القول أن النفقات الاجتماعية هي عبارة عن نفقات عمومية موجهة للقطاعات الاجتماعية الأساسية لضمان التنمية الاجتماعية والبشرية.

2. تقسيماتها: يقسم المشرع الجزائري الإنفاق الاجتماعي إلى قسمين: نفقات التسيير الاجتماعية ونفقات الاستثمار الاجتماعية⁴.

1.1. نفقات التسيير الاجتماعية : تتكون أساسا من مرتبات الموظفين في الهيئات التالية: المجاهدين، التعليم، الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات، الثقافة، التعليم العالي والبحث العلمي، التعليم والتكوين المهني، السكن، والعمل والضمان الاجتماعي والتضامن الوطني والأسرة.

يتكون أساسا من مرتبات المدرسين والإداريين وما ينفق للسير العادي لمختلف المؤسسات التعليمية سواء إدارات أو مدارس، كالتجهيزات البيداغوجية سريعة الاستهلاك والمواد التي تستهلكها خلال السنة من لوازم مكتبية ومخبرية، كما تشمل أيضا نفقات الصيانة غير الأساسية لبعض الترميمات والإصلاحات.

2.2. نفقات الاستثمار الاجتماعية : تشمل النفقات الموجهة للقطاعات الاجتماعية التالية: التربية والتعليم، المنشآت التحتية الاجتماعية والثقافية(الصحة، الحماية الاجتماعية، الثقافة والشباب والرياضة)، والسكن.

¹ - زينب حسين عوض الله، مبادئ المالية العامة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية- مصر، 2008، ص36.

² - سعيد عبد الله عثمان، المالية العامة - مدخل تحليلي معاصر-، الدار الجامعية، بيروت- لبنان، 2008، ص 476.

³ - خالد شحادة الخطيب، أحمد زهير شامية، أسس المالية العامة، دار وائل، عمان- الأردن، 2003، ص 47.

⁴ -Manuel des dépenses engagées, direction de la règlementation et du contrôle, direction générale du budget, ministère des finances, Algérie, 2007

3. مؤشرات قياس النفقات الاجتماعية: يمكن أن تستخدم العديد من المؤشرات لقياس النفقات الاجتماعية⁵، والتغيرات في هذا الإنفاق، ومنها⁶:

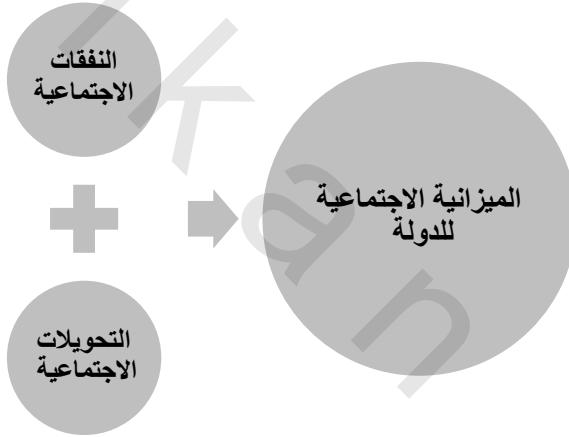
- نسبة الإنفاق الاجتماعي من الإنفاق العام الذي تتضمنه ميزانية الدولة؛
- نسبة الإنفاق الاجتماعي إلى الناتج الداخلي الخام؛
- مقدار الإنفاق الاجتماعي كحصة للفرد الواحد.

ثالثاً: الدراسة التحليلية تطور النفقات الاجتماعية خلال الفترة (1990-2013)

يُعرّف الإنفاق الاجتماعي عادة بما تصرفه الحكومة من معونات، مضافاً لها قيمة الإنفاق على البنية التحتية، وما يُصَرَّف لدعم المناخ الاستثماري العام، فكل ما تدفعه الحكومة للقيام بعمل مجاني للشعب يعد إنفاقاً حكومياً. ويشمل ما تنفقه الدولة على التعليم، والصحة، والسكن، والإعانات المباشرة، والدعم النقدي للأسر المعوزة، علاوة على نفقات التقاعد والتأمينات الاجتماعية، وتساهم الميزانية الاجتماعية للدولة في إدارة وتنسيق وتقييم، والتخطيط للسياسة الاجتماعية.

1. **النفقات الاجتماعية:** تتضمن الميزانية الاجتماعية للدولة جانبين محددتين: التحويلات الاجتماعية والنفقات الاجتماعية⁷، حسب الشكل الموالي:

الشكل رقم (01) : تقسيمات الميزانية الاجتماعية في الجزائر



المصدر : من إعداد الباحث

فالتحويلات الاجتماعية هي جميع التحويلات النقدية وغير النقدية التي توفر التنمية الاجتماعية والبشرية بدون مقابل، بينما النفقات الاجتماعية هي عبارة عن نفقات عمومية موجهة للقطاعات الاجتماعية الأساسية لضمان التنمية الاجتماعية والبشرية، حيث تميز نفقات التسيير الاجتماعية ونفقات الاستثمار الاجتماعية ونعني بنفقات التسيير في ميزانية الدولة جميع الأعباء الموجهة للمهام العادية للقطاعات المعنية وهي تخص نفقات المستخدمين، صيانة

⁵ - Manuel de statistiques de finances publiques, département des statistiques, FMI, 2^{ème} édition, 2001

⁶ - محمد متولى غنيمه، تمويل التعليم والبحث العلمي العربي المعاصر أساليب جديدة، الطبعة الثانية، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2002، ص40.

⁷ - Manuel des dépenses engagées, Op cit-

المباني ومرافقها التقنية، تسديد النفقات والتكاليف الملحقة والتكاليف المختلفة للتسيير، وبالنسبة لنفقات الاستثمار فنعني بها نفقات التجهيز والعمليات الاستثمارية للدولة على النحو الوارد في أبواب مدونة الاستثمارات العمومية وهذا يتعلق باقتناء ممتلكات دائمة، إنجاز منشآت حيث الناتج يساهم في زيادة ممتلكات الدولة بحيث إهلاكها الاقتصادي يمتد على عدة سنوات.

1.1. تطور النفقات الاجتماعية خلال الفترتين (2000-1990) و(2001-2013): من معطيات الجدول رقم (01) نلاحظ أنه خلال الفترة (2000-1990)، بلغت النفقات الاجتماعية متوسط 243.69 مليار دينار جزائري، لتتضاعف بحوالي 10 مرات خلال الفترة (2001-2013) حيث بلغت 2598.97 مليار دينار. بالمقابل ارتفعت نسبتها إلى إجمالي النفقات العمومية إلى 35 بالمائة خلال الفترة (2001-2013)، مقابل 31 بالمائة خلال الفترة السابقة. ومن خلال الجدول أيضا، نلاحظ أن متوسط نصيب النفقات الاجتماعية إلى الناتج الداخلي الخام عرف تحسنا كبيرا خلال العقد الأخير مقارنة بسنوات التسعينات، حيث بلغ 26 بالمائة خلال الفترة (2001-2013) مقابل 11 بالمائة في الفترة (2000-1990). وهذا ما يدفعنا إلى محاولة تحليل تطور النفقات الاجتماعية خلال الفترتين(1990-2000) و(2001-2013) لتباين الوضعية الاقتصادية والمعطيات الميزانية.

الجدول رقم(01) : تطور متوسط النفقات الاجتماعية خلال الفترتين (2000-1990) و(2001-2013)

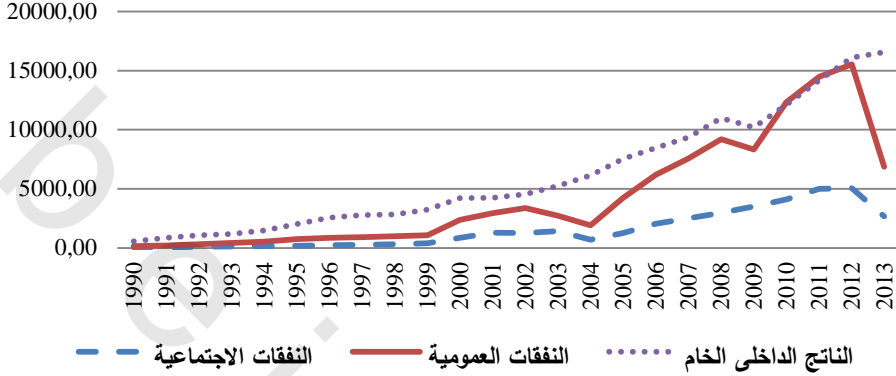
المؤشر	2000-1990	2001-2013
متوسط النفقات الاجتماعية (مليار دينار)	243.69	2598.97
متوسط النفقات العمومية (مليار دينار)	774.56	7362.47
متوسط الناتج الداخلي الخام (مليار دينار)	2072.87	9672.84
نسبة النفقات الاجتماعية إلى النفقات العمومية	31.46	35.30
نسبة النفقات الاجتماعية إلى الناتج الداخلي الخام	11.76	26.87

المصدر : من إعداد الباحث، بالاعتماد على قوانين المالية.

3.1. تطور النفقات الاجتماعية مقارنة بالنفقات العمومية والناتج الداخلي الخام: من خلال المنحنى الذي يظهره لنا الشكل رقم (02) يتضح أنه خلال الفترة (2000-1990) كانت النفقات الاجتماعية في أدنى مستوياتها بالنظر إلى الفترة (2001-1990) ككل، حيث أنها لم تواكب التزايد الملحوظ للناتج الداخلي الخام خلال نفس الفترة، فابتداءً من سنة 2000 أخذت منحاً تصاعدياً، باستثناء سنة 2004 التي نزلت فيها النفقات الاجتماعية من 1415.19 مليار دج سنة 2003 إلى 700.98 مليار دج، أي إلى النصف بالنظر إلى انخفاض النفقات العمومية من 2714.70 مليار دج سنة 2003 إلى 1920 مليار دج سنة 2004، والذي يمكن تفسيره بمرحلة الترقب لتغيير السلطة السياسية في الانتخابات الرئاسية مما نتج عنه غيابا لإرادة سياسية في متابعة سياسة الإنفاق، بعدها وابتداءً من سنة 2005 عادت النفقات الاجتماعية لتأخذ منحاً تصاعدياً إلى أن وصلت إلى قيمة قياسية سنة 2012 بقيمة 5062.51 مليار دج، وهي نفس السنة التي بلغت فيها النفقات العمومية حداً قياسياً بقيمة 15537.90 مليار دج، لتعود للنزول سنة 2013 وهو ما يبين أن درجة الإنفاق ذو الطابع الاجتماعي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بحجم الإنفاق العام.

الشكل رقم (02) : تطور النفقات والنتاج الداخلي الخام خلال الفترة (1990-2013)

مليار دج

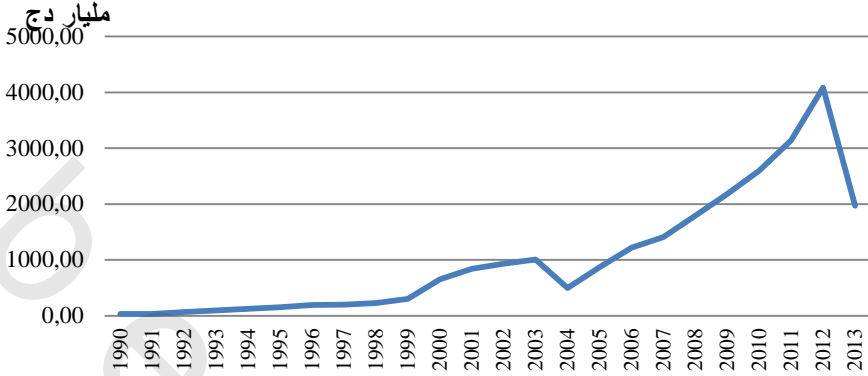


المصدر : من إعداد الباحث، بالاعتماد على قوانين المالية.

2. نفقات التسيير الاجتماعية: تتكون نفقات التسيير الاجتماعية أساساً من أعباء التسيير لكل من القطاعات: المجاهدين، التربية الوطنية، الصحة، الثقافة، التعليم العالي والبحث العلمي، التكوين والتعليم المهنيين، السكن والعمران، العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي، العائلة والتضامن الوطني والشباب والرياضة.

1.2. تطور نفقات التسيير الاجتماعية خلال الفترة (1990-2013): بالإضافة إلى المراجعة العامة لسياسة الأجور ونظام التعويضات في القطاع العمومي، قامت الدولة ابتداءً من جانفي 2008 بمراجعة كل القوانين الخاصة بكل الأسلاك التابعة للدولة خاصة القطاعات الاجتماعية، والتي استفادت من زيادات معتبرة، رفعت من قيمة النفقات الجارية، بالإضافة إلى الرفع من المخصصات المالية لتحسين المناخ العام، كما يجدر التنويه هنا بالانخفاض في نفقات التسيير الاجتماعية خلال سنة 2013 وذلك لعودتها للاستقرار بعد الارتفاع في السنوات السابقة والتي شملت مخلفات الأجور ابتداءً من جانفي 2008 والتي سُوِّيت كلها سنة 2012، مما سمح بخفض نفقات التسيير الاجتماعية سنة 2013. والشكل التالي يوضح أكثر تطور نفقات التسيير الاجتماعية :

الشكل رقم (03) : تطور نفقات التسيير الاجتماعية خلال الفترة (1990-2013)



المصدر : من إعداد الباحث، بالاعتماد على معطيات محسوبة انطلاقاً من قوانين المالية 3.2. تطور نفقات التسيير الاجتماعية مقارنة بإجمالي النفقات الاجتماعية: بالنظر إلى حجم نفقات التسيير من إجمالي النفقات الاجتماعية، نلاحظ من معطيات الجدول رقم (02) أنه خلال المرحلة (1990-2000) بلغ متوسط نفقات التسيير الاجتماعية 188.85 مليار دج، أي ما يمثل 77.50 بالمائة من متوسط النفقات الاجتماعية بينما خلال الفترة (2001-2013) بلغت 1734.36 مليار دج، أي 66.73 بالمائة من متوسط النفقات الاجتماعية، وهذا ما يبين الإهتمام الموجه لنفقات الاستثمار الاجتماعية خلال الفترة (2001-2013) أكثر منه خلال الفترة (1990-2000).

الجدول رقم (02) : تطور متوسط نفقات التسيير الاجتماعية خلال الفترة (1990-2013)

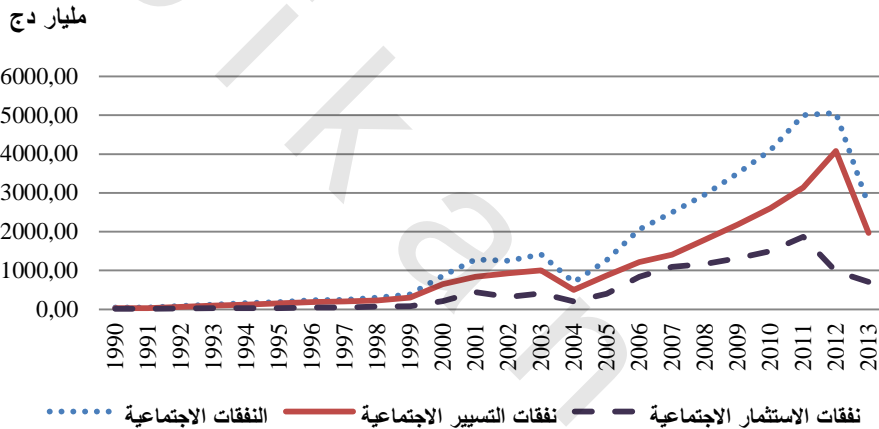
2013-2001	2000-1990	المؤشر
1734.36	188.85	متوسط نفقات التسيير الاجتماعية (مليار دينار)
4019.09	550.10	متوسط نفقات التسيير (مليار دينار)
2598.97	243.69	متوسط النفقات الاجتماعية (مليار دينار)
43.15	34.33	نسبة نفقات التسيير الاجتماعية إلى نفقات التسيير
66.73	77.50	نسبة نفقات التسيير الاجتماعية إلى النفقات الاجتماعية

المصدر : من إعداد الباحث، بالاعتماد على قوانين المالية.

وبالنظر لتطور نفقات التسيير الاجتماعية ولو بنسبة ضئيلة خلال الفترة (1990-2000) - على الرغم من أنها مثلت نسبة 77.50 بالمائة من مجموع النفقات الاجتماعية - يمكن القول أن ارتفاع نسبة نفقات التسيير الاجتماعية على حساب نفقات الاستثمار الاجتماعية يرجع إلى اهتمام الدولة بالمحافظة على التزاماتها ومحاولة إرساء استقرار نسبي في المجتمع، نظراً للعجز الكبير التي كانت تعاني منه في الموارد المالية، فالوضع الأمني غير المستقر خلال عشرية التسعينيات، وانهيار أسعار النفط، بالإضافة إلى المديونية الخارجية وشروط صندوق النقد الدولي FMI، دفع الدولة إلى تحديد النفقات العمومية.

إلا أن التغير الحاصل خلال بداية الألفية الثالثة، من استقرار نسبي للوضعية الأمنية وانتعاش الموارد المالية للخزينة العمومية، سمح بارتفاع متوسط النفقات الاجتماعية خلال (2001-2013) إلى حدود 2598.97 مليار دج، أي تضاعف بـ 9 مرات مقارنة بالفترة (1990-2000)، والذي قابله تضاعف في نفقات التسيير الاجتماعية والتزايد الكبير الملاحظ كان ابتداءً من سنة 2005 لتصل إلى ذروتها سنة 2012 بقيمة 9533.36 مليار دج، لتعود للنزول سنة 2013، وهذا راجع لدرجة الإنفاق الكبير الذي تبنته الدولة في سياستها ومن أهم العوامل الأساسية: الإرتفاع الكبير في كتلة الأجور باعتبارها أهم ما تتكون منه ميزانية التسيير، والتي تشمل أساسا المرتبات، المعاشات والمنح بالإضافة لحوادث العمل والضمان الاجتماعي، فخلال سنوات (2001-2013) تم رفع الأجر الوطني الأدنى المضمون (SNMG)، إلى 03 أضعاف وعلى فترات متقاربة، (ففي سنة 2001 ارتفع من 6000 دج إلى 8000 دج، ليرتفع سنة 2004 إلى 10000 دج، وفي سنة 2007 إلى 12000 دج، وسنة 2010 إلى 15000 دج ثم سنة 2012 أصبح 18000 دج). والشكل الموالي يوضح أكثر تطور النفقات الاجتماعية بشقيها:

الشكل رقم (04) : تطور النفقات الاجتماعية بشقيها خلال الفترة (1990-2013)



المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على قوانين المالية.

بالنظر إلى الارتفاع الكبير في الإنفاق العام وارتفاع متوسط نفقات التسيير الاجتماعية والذي وصل إلى حدود 1734,36 مليار دج خلال الفترة (2001-2013)، مقارنة مع وضعية الاقتصاد الوطني، وتبعيته لقطاع المحروقات، فإن هذا الحجم من الإنفاق والذي لا يقابله قيمة مضافة للاقتصاد الوطني لكونه إنفاق على قطاعات غير منتجة، يبين إتباع سياسة اقتسام الربح ومحاولة شراء السلم الاجتماعي مما يشكل خطرا على الاقتصاد الوطني على المدى المتوسط والبعيد، والذي تبقى موارده رهينة تقلبات أسعار برميل النفط.

3. نفقات الاستثمار الاجتماعية: نفقات الإستثمار الاجتماعية هي النفقات الموجهة للمنشآت والإنجازات الجديدة ذات الطابع الاجتماعي وتكمن أهميتها بارتباطها الوثيق بالحياة الاجتماعية للسكان، وهي مقسمة حسب مدونة الإستثمارات العمومية إلى ثلاث قطاعات:

قطاع التربية والتكوين: يشمل إنجاز المدارس والملاحق التقنية لقطاع التربية الوطنية ومعاهد التكوين المهني والتمهين، بالإضافة لقطاع التعليم العالي (الجامعات، الأحياء الجامعية،)

- قطاع المنشآت الاجتماعية والثقافية: يشمل الإنجازات التابعة للثقافة، المجاهدين، الهياكل الصحية، الشباب والرياضة بالإضافة قطاع الحماية الاجتماعية للمعوقين والعائلة والطفل.
- قطاع السكن: ويشمل بناء السكنات والأشغال الكبرى الحضرية.

1.3. تطور نفقات الاستثمار الاجتماعية خلال الفترة (1990-2013): يتضح لنا من خلال معطيات الجدول رقم (03) أن متوسط نفقات الاستثمار الاجتماعية بلغ خلال السنوات (2001-2013) قيمة 864.61 مليار دج، أي تضاعفت بأكثر من 15 مرة عما كانت عليه خلال سنوات التسعينات، حيث بلغ متوسط نفقات الاستثمار الاجتماعية 54.84 مليار دج، بالرغم من أن حصتها من نفقات الاستثمار ككل بقيت تقريبا ثابتة من 1990 إلى 2013، إلا أنها تزايدت مقارنة بالنفقات الاجتماعية، فقد كانت تمثل 18.72 بالمائة من النفقات الاجتماعية خلال الفترة (1990-2000) ووصلت لنسبة 33.27 بالمائة خلال (2001-2013)، وهذا ما يبين الاهتمام أكثر بجانب الاستثمارات عنه من جانب التسيير في العشرية الأخيرة.

بالنظر إلى تطور نفقات الاستثمار الاجتماعية خلال الفترة (2001-2013) مقارنة بالفترة (1990-2000) نجد أن هناك اختلافاً كبيراً ملاحظاً بين الفترتين فيما يخص الإنفاق فمجموع النفقات الاجتماعية لسنة 2000 تمثل 17 بالمائة من النفقات الاجتماعية لسنة 2012، وهذا ما ينعكس على حجم الإنفاق في الاستثمارات الاجتماعية.

الجدول رقم (03) : تطور متوسط نفقات الاستثمار الاجتماعية خلال الفترة (1990-2013)

المؤشر	2000-1990	2013-2001
متوسط نفقات الاستثمار الاجتماعية (مليار دينار)	54.	864
متوسط نفقات الاستثمار (مليار دينار)	224.	3343.
متوسط النفقات الاجتماعية (مليار دينار)	243.	2598.
نسبة نفقات الاستثمار الاجتماعية إلى نفقات الاستثمار	24.	25.
نسبة نفقات الاستثمار الاجتماعية إلى النفقات الاجتماعية	22.	33.
	84	61.
	46	38
	69	97
	43	86
	50	27

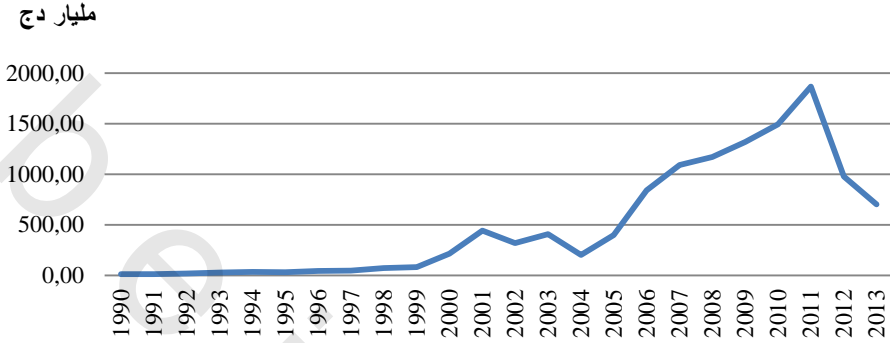
المصدر : من إعداد الباحث، بالاعتماد على قوانين المالية.

من خلال الشكل رقم (05)، يتضح لنا الإنفاق المتزايد للاستثمارات الاجتماعية خاصة خلال الفترة (2005-2012) والتي عرفت تصاعدا استثنائيا، لكن هذا الحجم من الإنفاق لم ينعكس بنتائج مرضية على أرض الواقع.

فهذا التزايد راجع أساسا للإعتمادات المالية الإضافية الممنوحة لإكمال البرامج التنموية الجارية (Programmes en cours)، فخلال سنة 2005 تم ضخ اعتمادات مالية إضافية لإتمام البرنامج الخماسي (2000-2004)، بالإضافة إلى الانطلاق في البرنامج الخماسي (2005-2009) (البرنامج التكميلي لدعم النمو PCSC)، دون إنهاء البرامج الموجودة أصلا، فالمشاريع المدرجة ضمن البرنامج التكميلي PC (2003-2004)، برنامج الهضاب العليا PHP (2006-2007) وبرنامج تطوير الجنوب PDS (2006-2007)، بقيت لم تتجسد على أرض الواقع، أي أنها تستلزم اعتمادات مالية إضافية نظرا للتضخم والتي تحتم إعادة النظر في تكاليفها، مما يضيف أعباء إضافية، فعلى سبيل المقارنة وصل الغلاف المالي لإعادة تقييم كل

البرامج الجارية سنة 2009 حدود 944 مليار دج، بينما كانت سنة 1999 في حدود 35 مليار دج.

الشكل رقم (05) : تطور نفقات الاستثمار الاجتماعية خلال الفترة (1990-2013)

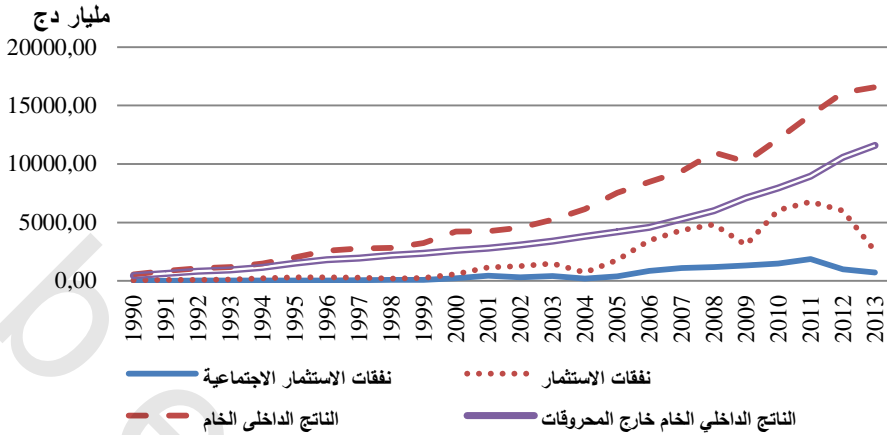


المصدر : من إعداد الباحث، بالاعتماد على معطيات محسوبة انطلاقاً من قوانين المالية.

2.3. تطور نفقات الاستثمار الاجتماعية مقارنة بالنتائج الداخلي الخام خلال الفترة (1990-2013): من خلال الشكل الموالي، نلاحظ أن نفقات الاستثمار الاجتماعية عرفت زيادة متتالية معتبرة ابتداءً من سنة 2001 إلى غاية 2003 (+28.57 بالمائة بين 2001 و2003)، ثم انخفضت سنة 2004 (-51.20 بالمائة مقارنة بسنة 2003) وهي السنة التي عرف فيها رصيد الميزانية فائضاً أكبر من سنة 2003، وهما السنتان الوحيدتان اللتان عرف فيهما رصيد الميزانية فائضاً خلال الفترة (1990-2013).

ثم عادت نفقات الاستثمار الاجتماعية في التصاعد وبأكثر حدة من سنة 2005 إلى سنة 2012، حيث عرفت زيادة بـ295 بالمائة، بالرغم من انخفاض النفقات العمومية سنة 2009 بفعل تداعيات الأزمة العالمية والصدمة المالية إلا أن نفقات الاستثمار الاجتماعية حافظت على نفس وتيرة التصاعد، لتعاود النزول سنة 2013.

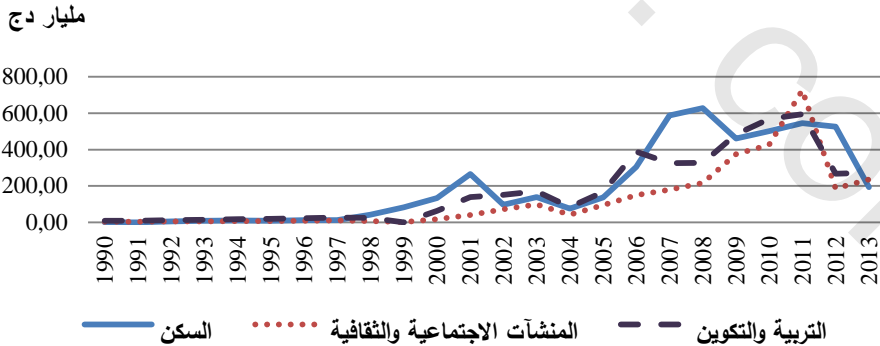
الشكل رقم (06): تطور نفقات الاستثمار الاجتماعية والناتج الداخلي الخام خلال الفترة (1990-2013)



المصدر : من إعداد الباحث، بالاعتماد على معطيات محسوبة انطلاقاً من قوانين المالية والديوان الوطني للإحصائيات.

4. تطور نفقات الاستثمار الاجتماعية حسب مكوناتها خلال الفترة (1990-2013): بتحليل تطور نفقات الاستثمار الاجتماعية بمكوناتها الرئيسية، نلاحظ أن الارتفاع الكبير في متوسط النفقات الاجتماعية خلال الفترة (2001-2013) مقارنة بالفترة (1990-2000)، عائد أساساً للنفقات المخصصة لقطاع السكن، حيث ارتفعت من 133.73 مليار دج سنة 2000 لتصل إلى 627.32 مليار دج سنة 2008، وكانت الزيادة أكثر حدة خلال الفترة (2005-2008) مع وصولها مستويات قياسية واستثنائية خلال السنتين (2007-2008)، بالإضافة إلى المستوى القياسي لنفقات المنشآت الاجتماعية والثقافية لسنة 2011 بـ 726.99 مليار دج، مما يظهر اعتماد مبدأ الأولوية السنوية في الإنفاق الحكومي. والشكل الموالي يوضح تطور نفقات الاستثمار الاجتماعية حسب مكوناتها الرئيسية:

الشكل رقم (07) : تطور نفقات الاستثمار الاجتماعية حسب القطاعات خلال الفترة (1990-2013)



المصدر : من إعداد الباحث، بالاعتماد على معطيات محسوبة انطلاقاً من قوانين المالية.

إن سياسة الدولة في الإنفاق شابهها الكثير من النقائص، بالرغم من وجود إرادة سياسية لتدراك العجز المسجل في الاستثمارات الاجتماعية، فهي لم تراخ درجة امتصاص الاقتصاد الوطني والقدرة الإنتاجية، خاصة في ميادين البناء والأشغال العمومية، بالإضافة إلى النقص الفادح في نضج المشاريع (Maturation des projets)، فتسجيل المشاريع يكون غالبا دون وجود دراسة جادة عن تكاليفها الحقيقية وقدرتها في تحقيق الأهداف المرجوة منها، مما نتج عنه تراكم المشاريع غير المنجزة في كل البرامج الخماسية، وتفاقم الوضع خاصة سنة 2012، والتي قامت بإعادة تقييم كل البرامج الجارية بالإضافة إلى البرنامج الخماسي (2010-2014) (برنامج دعم النمو الاقتصادي PCCE).

خلاصة :

إن التجربة الجزائرية في ميدان الإنتاج قامت في الماضي على أساس نموذج اقتصادي مركزي، يعتمد على التخطيط والملكية العامة لوسائل الإنتاج وسيطرة القطاع العام على حساب القطاع الخاص، ثم أتت مرحلة الانتقال نحو اقتصاد السوق والتي عرفت عدة اتفاقات مع صندوق النقد الدولي للتعديل الهيكلي، حيث بدأت الإصلاحات سنة 1988 كدفعة أولى، وصولا إلى البرنامج الاستقراري (1994-1998) والذي عرف بالتعديل الهيكلي.

لقد ساهم ارتفاع أسعار البترول خاصة في مطلع الألفية الثالثة في تدعيم السياسة التنموية المنتهجة بإتباع سياسة إنفاقية توسعية - كان للإنفاق الاجتماعي فيها نصيب معتبر - تُرجمت في مخططات تنموية ضخمة، كان أولها مخطط دعم الإنعاش الاقتصادي (2001-2004) الذي ساهم في إعادة الانتعاش إلى النشاط الاقتصادي من خلال البرامج والمشاريع التي أُدرجت ضمنه. وجاء البرنامج التكميلي (2005-2009) ليواصل ما تم بدؤه في المخطط السابق بمخصصات مالية ضخمة، كان الهدف منها تغطية النقائص المسجلة، ولمواصلة وتيرة تحسن الأداء الاقتصادي تم برمجة المخطط الخماسي (2010-2014) والذي يعد البرنامج الأضخم على الإطلاق منذ انطلاق الإصلاحات، نظرا للانفراج المالي الذي عرفته الجزائر بعد ازدياد مداخيلها من المحروقات.

من خلال البحث توصلنا للنتائج التالية:

- اتسم تطور النفقات الاجتماعية خلال الفترة (1990-2013) بثقل حجم نفقات التسيير الاجتماعية وذلك على الرغم من انتعاش نفقات الاستثمار الاجتماعية منذ سنة 1997، لكن تبقى هذه الأخيرة قليلة الفعالية بالنظر للمبالغ المخصصة لها (من 9 إلى 30 بالمائة من الناتج الداخلي الخام)، ولا تزال تمتاز بنقائص فيما تتعلق بالتنوع وأجال الانجاز وتكلفة المشاريع، كما تراجعت القدرات التقنية للإدارات العمومية في قيادة مشاريع التجهيز مما يتطلب مباشرة العديد من عمليات التقييم.
- تتجلى أهمية الإنفاق الاجتماعي من الناحية الاقتصادية في كونه أداة هامة في إعادة توزيع الدخل، وفي كونه أيضا عاملا مهما في دعم وتحقيق الاستقرار من خلال مساهمته الفعالة في تحقيق النمو الاقتصادي؛
- بغض النظر عن بنية النفقات الاجتماعية، فإن مسألة التحكم فيها وتسييرها، سواء كانت نفقات تسيير أو نفقات استثمار، هي التي تبقى مطروحة، حيث يعرف مستوى النفقات الاجتماعية ارتفاعا كبيرا (مُثلت سنة 2013 حوالي 40 بالمائة من النفقات العمومية) مقابل تزايد في عجز الميزانية. هذا الارتفاع قد يرجع في نظر العديد من الفاعلين الاقتصاديين والسياسيين والاجتماعيين إلى تبيذير الإدارات العمومية للموارد؛

- رغم حشد الجزائر وتسخيرها لأموال هائلة وضخمة، إلا أنها لم تحقق نتائج مرضية، حيث ما زالت تعتمد على المحروقات، وما زال اقتصادها اقتصاداً ربيعياً استهلاكياً. وعليه فإن الجزائر لا تملك سياسة مالية قوية مبنية على تنوع الإيرادات وترشيد النفقات وإنما هي سياسة للإنفاق العام مدعومة بقطاع المحروقات؛

المراجع المستخدمة:

- بنك الجزائر، التطور الاقتصادي والاجتماعي في الجزائر، التقرير السنوي 2013، نوفمبر 2014.
- حسن خلف الله فليح، اقتصاديات التعليم وتخطيطه، عالم الكتب الحديثة، الأردن، 2006.
- خالد شحادة الخطيب، أحمد زهير شامية، أسس المالية العامة، دار وائل، عمان- الأردن، 2003.
- زينب حسين عوض الله، مبادئ المالية العامة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية- مصر، 2008.
- عيد عبد الله عثمان، المالية العامة - مدخل تحليلي معاصر، -، الدار الجامعية، بيروت- لبنان، 2008.
- قوانين المالية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، للسنوات من 1990 إلى 2013.
- محمد متولى غنيم، تمويل التعليم والبحث العلمي العربي المعاصر أساليب جديدة، الطبعة الثانية، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2002.
- **Manuel des dépenses engagées**, direction de la réglementation et du contrôle, direction générale du budget, ministère des finances, Algérie, 2007
- **Manuel de statistiques de finances publiques**, département des statistiques, FMI, 2^{ème} édition, 2001.

نحو التوجه لترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل تراجع الإيرادات النفطية في الجزائر - إنتاج وتصدير التمور نموذجا -

د. بهلولي فيصل
جامعة البليدة 2

الملخص:

إن ترقية الصادرات خارج المحروقات بصفة عامة والزراعية بصفة خاصة أصبح ضرورة ملحة تفرضه التحديات التي تواجهها الجزائر اليوم، فأسعار النفط التي تهافتت إلى مستويات قياسية، من شأنها أن تهدد استقرار الاقتصاد الوطني في المستقبل إذا استمرت الأوضاع على ما هي عليه اليوم، وفي ظل هذه الوضعية فإن الاهتمام بإنتاج وتصدير مادة التمور يمكن أن يساهم كمورد بديل للنفط في تنمية الصادرات الجزائرية غير النفطية، والتخلص من التبعية للمحروقات التي تعرفتها الجزائر منذ عقود من الزمن.

الكلمات المفتاحية: الصادرات الجزائرية، الصادرات خارج المحروقات، إنتاج وتصدير التمور.

Abstract:

The upgrade of exports out of hydrocarbons in general and agriculture in particular, has become an urgent necessity imposed by the challenges facing Algeria today, Oil prices which have tumbled to record lows, that would threaten the stability of the national economy in the future if the situation for what it is continued today, with this situation the interest in the production and export of dates can contribute to an alternative supplier of oil in development of the Algerian non-oil exports, and get rid of the dependency on hydrocarbons which tariffs Algeria since decades.

Key words: Algerian exports, exports out of hydrocarbons, production and export of dates.

المقدمة:

تعرف معظم دول العالم تزايدا كبيرا في حجم النفقات العامة من سنة إلى أخرى، مما فرض على السلطات العمومية ومهما اختلفت توجهاتها وسياساتها الاقتصادية، أن تعمل على توفير الموارد المالية الدائمة واللازمة لمواجهة هذه النفقات المتزايدة، بفعل تعدد مجالات التدخل في الحياة الاقتصادية والاجتماعية وغيرها، واختلفت هذه الموارد وتباينت أهميتها حسب تطور دور الدولة ومدى تدخلها في النشاط الاقتصادي، بالمقابل يعتبر قطاع المحروقات عصب الاقتصاد الجزائري، إلا أن الاعتماد عليه في وضع إستراتيجية تنموية يعتبر مخاطرة في ظل تقلبات أسعار النفط وانهارها في السنوات الأخيرة، لذا تسعى الجزائر إلى تفعيل الصادرات خارج هذا القطاع في ظل الثروات التي تزخر بها وتوفير الموارد المالية الدائمة واللازمة

لمواجهة النفقات العامة المتزايدة، والاهتمام أكثر بأليات اقتصادية فعالة تضمن عدم الوقوع في الإختلالات الناجمة عن تذبذب أسعار النفط، والاعتماد على سياسة تنويع هيكل الصادرات ما يمكنها من كسر هذه الأحادية والتشغيل شبه الأملل لكل القطاعات بهدف خلق إستراتيجية متوازنة في التنمية الشاملة.

بالمقابل تعتبر الجزائر من أهم الدول المنتجة لمادة التمور في العالم، وبالرغم من أن إنتاج التمور يأتي في مرتبة أساسية في الزراعة الجزائرية، إلا أن يواجه العديد من المشاكل الإنتاجية والتسويقية، وقد كان لهذه الأخيرة انعكاسات سلبية على إنتاج وتصدير هذه المادة، رغم الجهود المبذولة في هذا المجال، وبناء على العرض السابق تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول ما يلي: **ما هي آفاق التوجه نحو تطوير صادرات التمور الجزائرية كمورد غير نفطي في ظل تراجع مداخيل الصادرات من المحروقات؟**

وإجابة على الإشكالية المطروحة تم تقسيم هذه الدراسة إلى المحاور التالية:

- المحور الأول: لمحة عن تطور الصادرات الجزائرية في بداية الألفية الثالثة؛
- المحور الثاني: إنتاج وتجارة التمور في العالم؛
- المحور الثالث: إنتاج وتصدير التمور في الجزائر.

المحور الأول: لمحة عن تطور الصادرات الجزائرية في بداية الألفية الثالثة.

تعتبر التجارة الخارجية مظهر من مظاهر العلاقات الاقتصادية الدولية، بحيث تقوم كل دولة بتصدير جزء من ما تنتجه إلى العالم الخارجي، وبالمقابل تستورد جزء من ما ينتجه العالم الأخر، وتعتبر الإحصائيات في هذا المجال على اعتماد الجزائر وسائر الدول النامية المنتجة للمواد الأولية والخام في تعاملها مع العالم الخارجي في مجال نشاط الاستثمار والإنتاج والاستهلاك على النفط وبعض المحاصيل الزراعية، فالهيكل التجاري للصادرات الجزائرية يتكون من صادرات نفطية وأخرى غير نفطية.

أولاً: تطور الميزان التجاري الجزائري في الفترة (2000-2014)

إن المتأمل لحصيلة التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة (2000-2014) يجد أن الميزان التجاري الجزائري قد سجل رصيذا موجبا على طول هذه الفترة، غير أن المتفحص لهيكل الصادرات يلاحظ هشاشة الاقتصاد الجزائري، ذلك أنه اقتصاد ريعي يعتمد بصفة كلية على قطاع المحروقات¹، ومن خلال البيانات الموجودة في الجدول رقم (01) يمكن استنتاج مايلي:

- لقد تضاعف إجمالي الصادرات الجزائرية خلال هذه الفترة بنسبة 185,9%، ولقد بدأت في الارتفاع ابتداء من سنة 2003 إلى غاية سنة 2011، غير أن نسب هذه الزيادة كانت متفاوتة من سنة إلى أخرى (مع تسجيل تراجع بنسبة 43% سنة 2009)، ولكن ابتداء من سنة 2012 بدأت قيمة هذه الصادرات بالتراجع ويعود السبب في ذلك بالدرجة الأولى لتراجع أسعار النفط في السنوات الأخيرة، إن الارتفاع التي عرفته قيمة الصادرات الجزائرية أعطى أملا كبيرا بيد أنه سرعان ما يتلاشى إذا قمنا بتفحص مساهمة السلع في تركيبة هذا التطور إذ لا

¹ - بهلولي فيصل: " التجارة الخارجية الجزائرية بين اتفاق الشراكة الأوروبيةمتوسطية والانضمام إلى منظمة التجارة العالمية"، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 11، 2012، ص 113.

يزال قطاع المحروقات يستحوذ ويسيطر على أكثر من 97% من إجمالي الصادرات، ويعكس بالمقابل الضعف الهيكلي والقصور البنوي للصادرات الجزائرية خارج المحروقات²؛

- بالمقابل عرف إجمالي الواردات الجزائرية ارتفاعا متواصلا خلال هذه الفترة (باستثناء سنة 2009 أين عرف تراجعا طفيفا لم يتجاوز 0,5%)، وبلغت نسبة هذا الارتفاع حوالي 537%، إلا أن نسبة هذا الارتفاع وبعد أن عرفت ارتفاعا مستمرا إلى غاية سنة 2008، بدأت في التراجع تماثيا مع التراجع في حجم الصادرات، وتتشكل أساسا من المواد الغذائية نتيجة زيادة الطلب عليها من سنة إلى أخرى نتيجة و ضعف القطاع الفلاحي وعجزه عن تلبية الحاجيات المتزايدة من هذه المواد، وكذا من سلع التجهيز بسبب كثافة الاستثمارات الوطنية في بناء الهياكل القاعدية للبلاد في إطار برنامج الإنعاش الاقتصادي والذي خصص له أموال ضخمة؛

الجدول رقم (01): تطور الميزان التجاري في الجزائر في الفترة (2000-2014) (الوحدة: مليار دولار، %)

السنوات	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000
الصادرات	62,9	64,9	71,9	73,5	57,1	45,2	79,3	60,2	54,6	46,0	33,1	24,6	18,8	19,1	22,0
% التطور	-3,1	-9,7	-2,2	28,7	26,3	-43,0	31,7	10,3	18,7	38,9	34,5	30,8	-1,6	-13,2	-
الواردات	58,6	55,0	50,4	47,2	40,5	39,3	39,5	27,6	21,5	20,3	18,3	13,5	12,1	9,9	9,2
% التطور	6,5	9,1	6,8	16,5	3,1	-0,5	43,1	28,4	5,9	10,9	35,5	11,6	22,2	7,6	-
م. تجاري	4,3	9,9	21,5	26,2	16,6	5,9	39,8	32,5	33,2	25,6	13,8	11,1	6,8	9,2	12,8
% التغطية	107	118	143	156	141	115	201	218	255	226	175	182	157	192	240

المصدر: Evolution de la balance commerciale de l'Algérie période (2000-2013), direction générale des douanes (DGD), 2014, P01, et statistiques du commerce extérieur de l'Algérie année 2014, DGD, P 04.

- لقد سجل الميزان التجاري خلال الفترة (2000-2014) فائضا مستمرا، غير أن قيمة هذا الفائض لم تكن متزايدة بل تميزت بالتذبذب، فقد عرف ارتفاعا مستمرا حتى سنة 2009 أين شهد انخفاضا كبيرا عند 5,9 مليار دولار، ثم ارتفع سنتي 2010 و 2011، ليعود إلى

² - قندوز طارق-قاسمي السعيد: " تحديات ورهانات ترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات-مقاربة وصفية تحليلية"، مقال منشور على موقع مركز أبحاث فقه المعاملات الإسلامية على الرابط: <http://www.kantakji.com/strategic-management.aspx>، ص 02.

الانخفاض بعد ذلك ويسجل أدنى قيمة له 4,3 مليار دولار سنة 2014 نتيجة انخفاض قيمة الصادرات من جهة وارتفاع قيمة الواردات من جهة أخرى؛

- لقد انعكس اتجاه قيمة الصادرات على نسبة تغطية الصادرات للواردات، فكانت هذه الأخيرة ترتفع بارتفاع قيمة الصادرات وتتناقص بانخفاضه، فلقد أدى تراجع قيمة الصادرات ابتداء من سنة 2012، إلى تراجع نسبة التغطية وتسجيلها أقل نسبة خلال الفترة السابقة 107% سنة 2014.

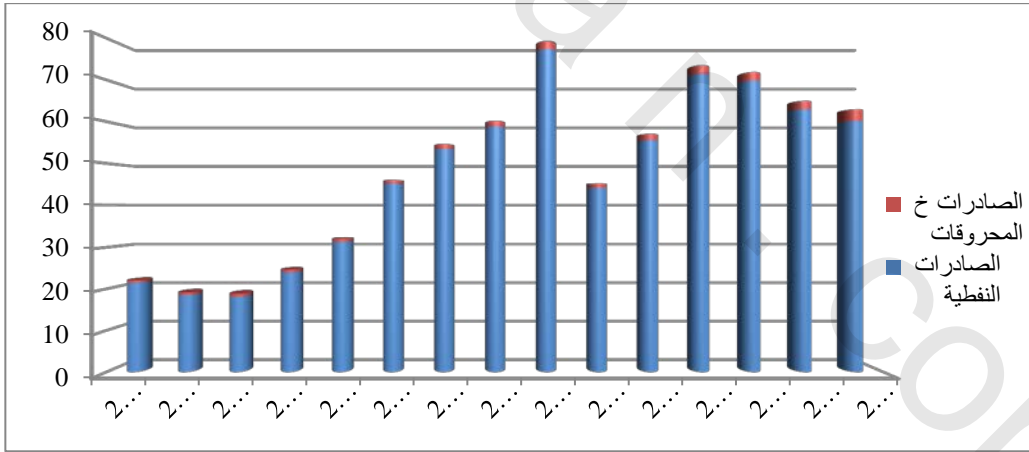
ثانياً: تطور الصادرات النفطية في الفترة (2000-2014)

لقد تميزت صادرات الجزائر من المحروقات خلال الفترة (2000-2014) بالتذبذب الذي غلب عليه طابع الارتفاع مع الانخفاض في بعض السنوات، نتيجة عدم الاستقرار الذي عرفته أسعار النفط، وبالرغم من ذلك فلقد ساهمت هذه الأخيرة بنسبة 97,2% في إجمالي الصادرات كمتوسط سنوي لنفس الفترة، و يمكن التمييز خلال هذه الفترة بين فترتين جزئيتين:

- شهدت الفترة (2000-2008) ارتفاعاً مستمراً لحصيلة الصادرات النفطية (ابتداء من سنة 2004)، فقد بلغت 77,4 مليار دولار سنة 2008 مقابل 21,4 مليار دولار سنة 2000، نتيجة الارتفاع في أسعار النفط ابتداء من سنة 2004 إلى غاية النصف الثاني من سنة 2008، فقد انتقل متوسط سعر برميل البرنت من 36 دولار سنة 2004 إلى 145 دولار في جويلية 2008، كما تجاوز سعر سلة أوبك حاجز 90 دولار للبرميل سنة 2007، و 135 دولار للبرميل في شهر جويلية من سنة 2008، غير أن هذا الارتفاع ساهم في عودة الجزائر للاعتماد على عوائد صادراتها النفطية بعدما كانت قد تجاوزت هذا الأمر نسبياً سنة 1998، وهو ما انعكس سلباً على النمو خارج المحروقات³، وقد بلغت مساهمتها حوالي 97,3% في إجمالي الصادرات كمتوسط سنوي لنفس الفترة؛

الشكل رقم (01): هيكل الصادرات الجزائرية في الفترة (2000-2014)

الوحدة: مليار دولار



Evolution de la balance commerciale de l'Algérie période (2000-2013), المصدر: op cite, P03. et statistiques du commerce extérieur de l'Algérie année 2014, op cite, P10.

³ - عيه عبد الرحمان: " دور عوائد صادرات النفط في تحديد معالم السياسة الاقتصادية الجزائرية- حالة (2000-2011)", مجلة دفاتر السياسة والقانون، جامعة ورقلة، العدد 05، جوان 2011، ص210.

- بالمقابل شهدت الفترة (2009-2014) تراجعاً كبيراً لصادرات الجزائر من المحروقات سنة 2009 لتبلغ 44,1 مليار دولار فقط متراجعة بنسبة قاربت 43% مقارنة بالسنة السابقة، نتيجة تراجع أسعار النفط إلى 63,4 دولار للبرميل الواحد بسبب الأزمة المالية العالمية، لتعاود الارتفاع بعد ذلك لتصل إلى 71,4 مليار دولار سنة 2011 بسبب اقتراب أسعار النفط من عتبة 100 دولار للبرميل، ثم تعاود لتعود للانخفاض مرة أخرى وتبلغ 60,1 مليار دولار سنة 2014 مع انخفاض أسعار النفط لأدنى مستوى له في آخر 5 سنوات تحت سقف 60 دولار للبرميل الواحد⁴، وبالرغم من ذلك فقد بقيت مساهمتها تقدر بـ 96,7% في إجمالي الصادرات كمتوسط سنوي لنفس الفترة.

ثالثاً: تطور الصادرات خارج المحروقات في الفترة (2000-2014)

بالرغم من الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت فيها الجزائر منذ سنة 1998 بهدف ترقية الصادرات خارج المحروقات، إلا أن ذلك لم يؤدي إلى تنويع الصادرات الجزائرية بما فيه الكفاية، بالمقابل فإن عمليات الخصخصة، وتحديث قطاع الصناعة والانفتاح التجاري على العالم، والذي كان من المفروض أن تمثل فرصة ثمينة لربط علاقات تجارية متينة مع الخارج كما هو الحال بالنسبة للدول الأخرى (كدول أوروبا الوسطى والشرقية)، لم تحقق النتائج المرجوة بل وساهمت في غلق المؤسسات الوطنية والاعتماد على الاستيراد. وبشكل عام، فإن عدم تنوع الصادرات هي واحدة من المشاكل الرئيسية التي تواجه الاقتصاديات أحادية الإنتاج من الدول النامية، واليوم فإن الصادرات الجزائرية خارج المحروقات تعاني من مشكلتين رئيسيتين هما قلة العرض من السلع المصدرة ونقص الخبرة في عمليات التصدير⁵.

⁴ - بن رمضان أنيسة: " تطاير أسعار البترول ودورية السياسة المالية في الدول المصدرة للبترول-دراسة حالة الجزائر "، مجلة الاستراتيجية والتنمية، جامعة مستغانم، العدد 09، جويلية 2015، ص 35.

⁵ - Si Mohammed Djamel-Hachemi Douici Naima : « ouverture économique et insertion dans l'économie-monde : les atouts et les contraintes pour l'économie algérienne », colloque international « les reformes politiques et institutionnelles dans les pays maghrébins et perspectives d'intégration, faculté de Oujda, 10-11 mai 2013, P07.

الجدول رقم (02): هيكل الصادرات خارج المحروقات في الفترة (2000-2014)
الوحدة: مليون دولار

2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	م. غذائية
323	402	315	355	315	113	119	88	73	67	59	48	35	28	32	م. غذائية
112	109	168	161	94	170	344	169	195	134	90	50	51	37	44	م. خامة
2349	1458	1527	1496	1056	692	1384	993	828	651	571	509	551	504	465	م. ن. م
-	-	1	-	1	-	1	1	1	-	-	1	20	22	11	س. ت. ف. س.
16	28	32	35	30	42	67	46	44	36	47	30	50	45	47	س. ت. ف. س.
10	17	19	15	30	49	32	35	43	19	14	35	27	12	12	س. استه
2810	2014	2062	2062	1526	1066	1937	1332	1184	907	781	673	734	648	612	المجموع
39,5	-2,3	0,0	35,1	43,1	-45,0	45,4	12,5	30,5	16,1	16,0	-8,3	13,3	5,9	-	نمو (%)

المصدر: Commerce extérieur de l'Algérie année 2014, Algex, Mai 2015, P18 . et évolution de la balance commercial de l'Algérie période (2000-2013), op cit, P03,

أما بالنسبة لهيكل الصادرات خارج المحروقات، فقد استحوذت المنتجات نصف المصنعة على حصة الأسد، فهي تساهم بنسبة 73,5% كمتوسط سنوي من إجمالي الصادرات خارج المحروقات في الفترة (2000-2014)، تليها كل من المنتجات الغذائية والمنتجات الخام واللثان ساهمتا بنسبة 10,1% و9,8% على التوالي، تأتي بعدهما كل من سلع التجهيز الصناعي و سلع الاستهلاك بنسبة مساهمة تقدر بـ 3,8% و2,3% على التوالي، في حين لم تساهم سلع التجهيز الفلاحي سوى بنسبة 0,5% كمتوسط سنوي من إجمالي الصادرات خارج المحروقات في الفترة (2000-2014).

المحور الثاني: إنتاج وتجارة التمور في العالم

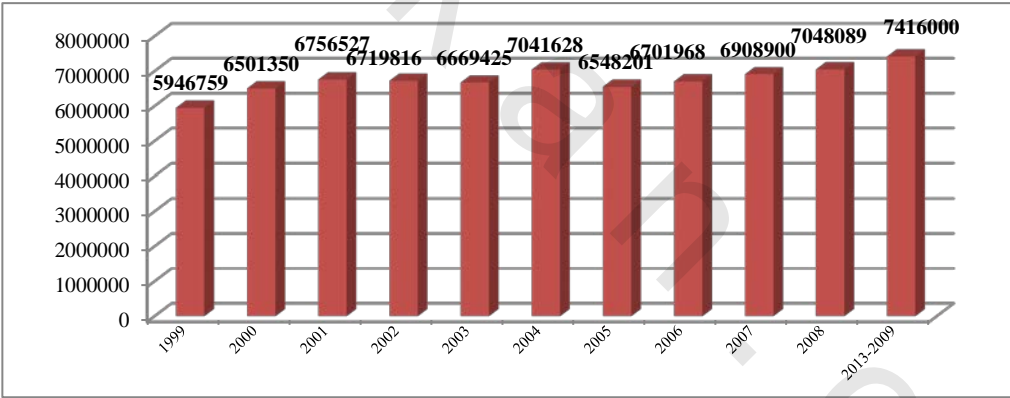
تعتبر التمور منتج مهم وثروة وطنية وقومية في نفس الوقت، ولقد تسارعت خطى الإنتاج العالمي بشكل كبير في السنوات الأخيرة، بحيث دخلت هذا المضمار حديثا الكثير من الدول إضافة إلى الدول المنتجة أصلا، بحيث أصبح التنافس أشد لإنتاج وتسويق التمور في الأسواق العالمية بالرغم من زيادة الطلب العالمي عليها، لأهميتها الغذائية والصحية، إضافة إلى إدخالها في عدة صناعات أخرى.

أولا: أهم الدول المنتجة للتمور في العالم

لقد عرف الإنتاج العالمي لمادة التمور ارتفاعا مستمرا في السنوات الماضية، إذ انتقل من 5,2 مليون طن في السنة كمتوسط للفترة (1990-2004) بمعدل نمو سنوي قدره 5%، إلى أكثر من 6,5 مليون طن في السنة كمتوسط للفترة (1999-2008)، ليتجاوز 7,4 مليون طن في السنة كمتوسط للفترة (2009-2013)، وهو ما يضعها في المرتبة الخامسة من بين الفواكه الأكثر إنتاجا في المناطق الجافة وشبه الجافة بعد الحمضيات والمانجو والموز والأناناس، وقيل بعض الفواكه المجففة كالعنب والتين والخوخ، ويمكن تقدير عدد أشجار النخيل في العالم بنحو 100 مليون نخلة، تنتزع بشكل رئيسي في دول الخليج العربي وشمال أفريقيا، ويمتد تواجدها من باكستان شرقا إلى جزر الكناري غربا إلى المحيط الأطلسي، كما وصلت زراعتها خارج هذه المناطق كجنوب إفريقيا وأستراليا والأمريكيتين⁶.

الشكل رقم (01): تطور الإنتاج العالمي للتمور في الفترة (1999-2013)

الوحدة: طن



المصدر: بيانات المنظمة العالمية للأغذية (FAO) على الموقع الإلكتروني: www.fao.org

يتم إنتاج التمور في أكثر من 35 دولة عبر العالم، وقد تميزت العديد من الدول العربية وفي مقدمتها مصر ودول الخليج العربي بالاهتمام بنخلة التمر والتوسع في زراعتها وزيادة أعدادها إضافة إلى زيادة إنتاجيتها على غرار المملكة العربية السعودية التي احتلت المرتبة الثانية عالميا من حيث الإنتاج بعد مصر سنة 2014، إذ تأتي أشجار النخيل فيها في مقدمة محاصيل

⁶- بن عيشاوي أحمد: " الجودة في إنتاج التمور في الجزائر: بين الواقع والمتطلبات"، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الوادي، العدد 04، جوان 2013، ص 37.

الفواكه من حيث المساحة المزروعة، كما تعتبر كل من إيران والجزائر والعراق وباكستان بالإضافة إلى دول عربية أخرى من أهم منتجي مادة التمور في العالم⁷.

الجدول رقم (03): أهم الدول المنتجة للتمور في العالم في الفترة (1998-2014)

الوحدة: ألف طن

السنة	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	13-09	2014
مصر	840	906	906	1113	1122	1115	1166	1160	1329	1314	1326	1394	1502
إيران	918	908	908	850	850	875	880	880	880	880	1000	1050	1084
السعودية	648	712	712	818	829	884	941	970	779	983	986	1021	1065
الجزائر	387	427	366	437	418	455	443	516	492	526	553	721	848
العراق	630	438	400	512	656	868	875	404	432	440	476	605	676
باكستان	722	580	580	630	650	650	622	622	622	622	680	533	527
الإمارات	290	536	757	757	757	757	760	757	757	757	757	464	245
السودان	175	175	175	300	250	328	336	328	348	336	339	431	-
عمان	236	282	228	266	312	220	231	247	259	256	267	268	269
تونس	103	103	103	105	110	111	122	113	131	124	127	181	195

المصدر: بيانات المنظمة العالمية للأغذية (FAO) على الموقع الإلكتروني: www.fao.org
وبيانات المنظمة العربية للتنمية الزراعية (AOAD) على الموقع الإلكتروني: www.aoad.org

بالإضافة إلى الدول المذكورة في الجدول رقم (03) هناك دول أخرى منتجة لمادة التمور، فبالنسبة للدول العربية نجد كل من ليبيا، المغرب والكويت واليمن وموريتانيا وقطر والبحرين والأردن وسوريا والصومال وجيبوتي، أما بالنسبة للدول الأوروبية فنجد كل من ألبانيا وإسبانيا، وفي القارة الأمريكية تنتج هذه المادة في كل من الولايات المتحدة الأمريكية والمكسيك والبيرو وكولومبيا، وفي إفريقيا في كل من البنين وكينيا والكامرون وناميبيا وسوازيلاند.

ثانياً: أهم الدول المصدرة للتمور في العالم

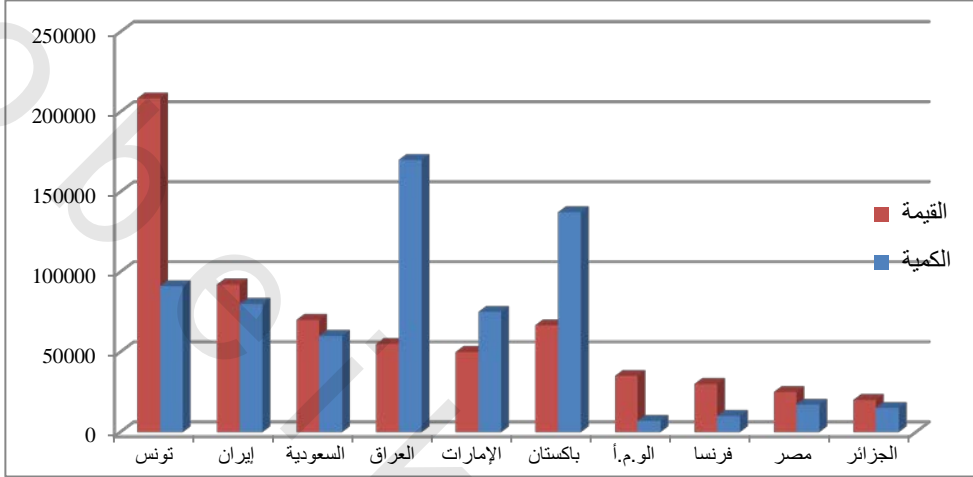
لقد عرفت التجارة الدولية لمادة التمور ازدهارا كبيرا في السنوات الماضية، فعلى مدى العقود السابقة كان أغلبية الإنتاج من هذه المادة يستهلك محليا، إلا أنه ومع مرور الوقت تم التوجه نحو تصدير هذه المادة، فقد بلغ حجم الصادرات 408 ألف طن كمتوسط بمعدل نمو سنوي قدر بـ 2,7% في الفترة (1990-2004)، أما اليوم فقد أصبح يصدر ما قدره عشر الإنتاج العالمي (771 ألف طن في السنة كمتوسط للفترة 2009-2013)، وهو ما يمثل الضعف مقارنة بسنة 2000، فقد ارتفعت صادرات التمور في العالم بنسبة 15% بالقيمة و8% بالكمية في السنة كمتوسط في الفترة (2009-2013)، وبلغ حجم الصادرات 859 مليون دولار كمتوسط سنوي لنفس الفترة.

وتعتبر مصر أكبر منتج للتمور في العالم، إلا أن غالبية هذا الإنتاج يستهلك محليا، بالمقابل احتلت باكستان المرتبة الأولى كأكبر دولة مصدرة للتمور من حيث الكمية في العالم سنة 2014 متقدمة على العراق، إذ تصدر باكستان مادة التمور أساسا لجارتها الهند، كما تحتل تونس المرتبة الثالثة عالميا كأكبر مصدر لمادة التمور من حيث الكمية والأولى عالميا من حيث

⁷ عبد الباسط عودة ابراهيم: " واقع زراعة النخيل وإنتاج التمور في الوطن العربي "، الندوة الدولية (النخلة-حياة وحضارة)، البحرين، 23-24 نوفمبر 2009، ص 01.

القيمة، إذ تعتبر المورد الرئيسي لأوروبا من هذه المادة رغم المنافسة التي تواجهها من الجزائر، تليها إيران والسعودية والعراق⁸.

الشكل رقم (02): أهم الدول المصدرة للتمور في العالم في الفترة (2009-2013)
الوحدة: (ألف دولار، طن)



المصدر: بيانات المنظمة العالمية للأغذية (FAO) على الموقع الإلكتروني: www.fao.org

كما أن هناك بعض الدول تقوم بإعادة تصدير التمور أهمها فرنسا وهولندا وماليزيا وتركيا، إذ تستحوذ هذه الدول على 4% من حيث الكمية و11% من حيث القيمة بالنسبة لصادرات التمور في العالم.

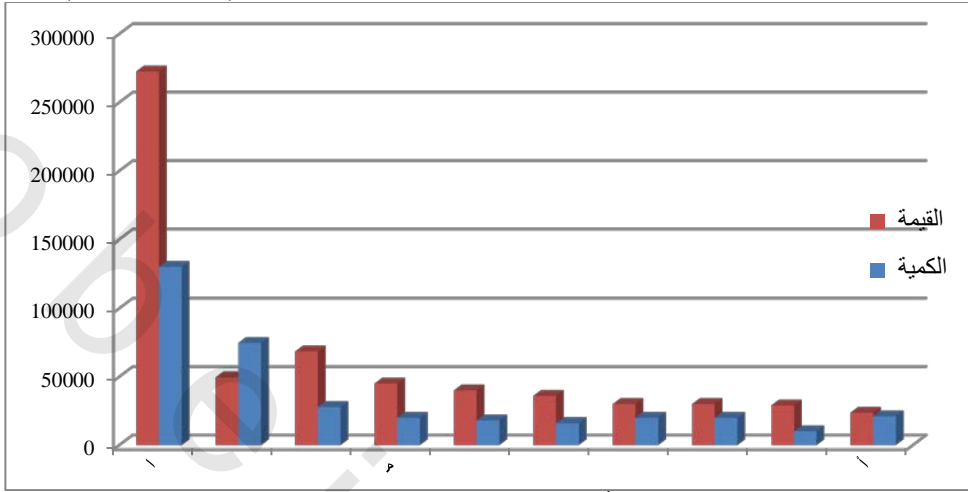
ثالثاً: أهم الدول المستوردة للتمور في العالم

يتم تصدير مادة التمور إلى العديد من الدول، فقد بلغ حجم الواردات منها ما قدره 620 ألف طن كمتوسط بمعدل نمو قدر بـ 6,4% في الفترة (1990-2004)، أما اليوم فتشير الإحصائيات إلى أن أكثر من 63 دولة تستورد هذه المادة بكمية أكثر من 100 طن أو بقيمة أكبر من 1 مليون دولار، وتأتي الهند في مقدمة هذه الدول، إذ تضاعفت وارداتها من التمور في أقل من عشر سنوات، وأصبحت تسيطر على 40% من واردات التمور العالمية، ويأتي المغرب في المرتبة الثانية، فلقد ارتفع حجم استهلاك التمور فيه بالموازاة مع فشل المخطط الأخضر لإعادة إحياء قطاع النخيل، ويستورد أساساً من جيرانه المغاربيين كتونس والجزائر⁹.

⁸ - Claire Fages: «le commerce international des dattes prend de l'essor», <http://www.rfi.fr/emission/20150625-le-commerce-international-dattes-prend-essor>, 15/01/2016, visité le 20/02/2016.

⁹ - Idem, visité le 20/02/2016.

الشكل رقم (03): أهم الدول المستوردة للتمور في العالم في الفترة (2009-2013) (الوحدة: ألف دولار، طن)



المصدر: بيانات المنظمة العالمية للأغذية (FAO) على الموقع الإلكتروني: www.fao.org

بالإضافة إلى الهند والمغرب، تعتبر فرنسا من أهم الدول المستوردة للتمور في العالم، إلى جانب كل من ماليزيا، بريطانيا، ألمانيا، الولايات المتحدة الأمريكية، روسيا، إيطاليا، إندونيسيا، كندا، الإمارات، إسبانيا، هولندا وغيرها من الدول الأخرى.

المحور الثالث: إنتاج وتصدير التمور في الجزائر

عرفت الجزائر ولسنوات عديدة على أنها من أكبر المنتجين والمصدرين لمادة التمور في العالم، فإلى جانب الإنتاج المعتبر الذي كان يضمه القطاع الفلاحي، اشتهرت التمور الجزائرية بالجودة والنوعية العالية لاستجابتها لمقومات العنصر الغذائي المهم والمساهم في الأمن الغذائي وفق تصنيف منظمة "الفاو"، لكن هذه المادة الاستراتيجية تعرضت لهزات متتالية على مستوى الإنتاج والتسويق، وهي وضعية أفقدت الجزائر نوعاً ما زبائنها التقليديين، وتم في ذلك تسجيل نوع من الاختلال في ثلاثية قوامها الإنتاج والتسويق والتصدير.

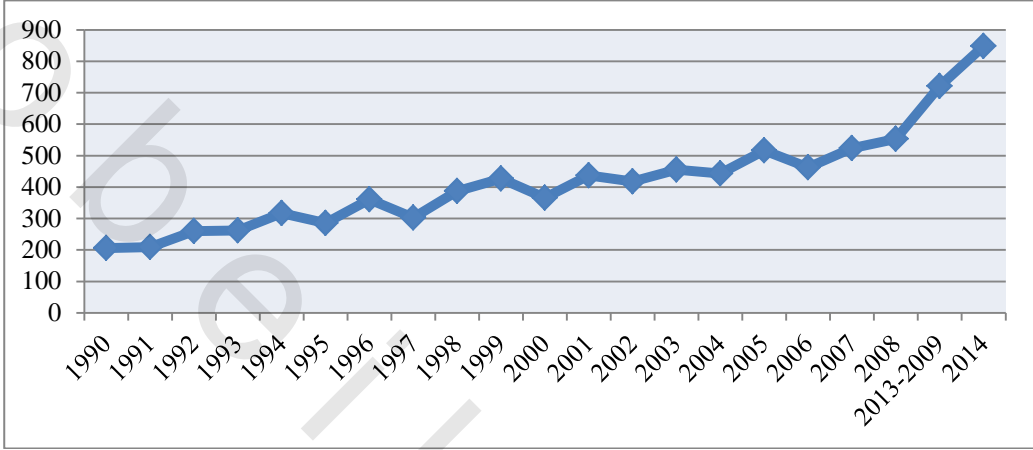
أولاً: واقع إنتاج وتصدير التمور الجزائرية

تعتبر الجزائر من أهم الدول المنتجة لمادة التمور في العالم نظراً لما تتوفر من إمكانيات طبيعية وبيئة ملائمة لإنتاج هذا النوع من المنتجات الزراعية، إلا أن غالبية هذا الإنتاج يوجه للاستهلاك الداخلي ولا يتم تصدير سوى 2-3% من حجم الإنتاج في كل سنة.

1- أهمية الإنتاج الوطني من التمور: تملك الجزائر ثروة هائلة من النخيل تقدر بنحو 20 مليون نخلة، تنتج نحو ألف نوع من التمور، وما يميز التمور الجزائرية هو توفرها على أرقى وأجود أنواع هذه الفاكهة عالمياً، والمتمثل في نوع "دقلة نور"، ويرتبط إنتاج التمور في الجزائر بمجموعة من العوامل أهمها عدد أشجار النخيل والتناوب البيولوجي للنخيل وكذا إدارة المحاصيل والظروف المناخية، ولقد تضاعف حجم الإنتاج في الفترة (1990-1999)

نتيجة زيادة المساحة المزروعة بنسبة 27% في نفس الفترة وبلغت أكثر من 100 ألف هكتار¹⁰.

الشكل رقم (04): تطور الإنتاج الوطني للتمور في الفترة (1990-2014)
الوحدة: ألف طن



المصدر: إحصائيات وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، فيفري 2008، وإحصائيات المنظمة العربية للتنمية الزراعية لسنة 2008، بالإضافة إلى مصادر أخرى.

ولقد عرف إنتاج التمور في الجزائر ارتفاعا مستمرا منذ بداية الألفية الجديدة، إذ تضاعف في خلال 15 سنة فقط، وانتقل من 366 ألف طن سنة 2000 إلى 848 ألف طن سنة 2014، أي بزيادة قدرها 130%¹¹، هذا الارتفاع راجع بالأساس إلى الزيادة في ثروة النخيل والاهتمام الذي أصبح يحظى به هذا القطاع في السنوات الأخيرة، علما أن أكبر نسبة إنتاج مصدرها في المنطقة الجنوبية الشرقية بنسبة أكثر من 76% ممثلة في الولايات الثلاث: ورقلة، بسكرة والوادي، ورغم هذا التطور في الإنتاج إلا أن النتائج تبقى بعيدة عن الأهداف المسطرة، فمردودية إنتاج النخلة في الجزائر لا تتعدى 45 كغ كمتوسط في السنة، وهو معدل ضعيف إذا ما قورن بإنتاجية دول أخرى تتجاوز فيها مردودية النخلة 200 كغ كمتوسط في السنة¹².

2- تطور صادرات التمور ومساهماتها في الصادرات خارج المحروقات: لقد قاربت صادرات الجزائر من التمور خلال السنوات الأولى للاستقلال حدود 500 ألف طن، لكن سرعان ما تراجع حجمها وقيمتها بعد ذلك، وشهدت نسبة الصادرات الجزائرية من التمور بين

¹⁰- بن عيشي بشير: " المعوقات الإنتاجية والتصديرية للتمور وكيفية مواجهتها "، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 04، نوفمبر 2002، ص 72.

¹¹ - Kadri Saadane : « analyse statistique du marché mondial de la datt et place de l'Algérie », chambre algérienne du commerce et d'industrie, Algérie, 22 mars 2015, P05.

¹²- Benziouche Salah eddine: «Economic analysis of production, consumption and export of dates in the Arab world: current status, opportunities and challenges, actes proceedings of regional workshop on the improvement of the dates value chain in the near east and north Africa region (FAO), Kuwait, 9-12 December 2013, P04.

1991 و1992 ارتفاعا محسوسا انتقلت من 4,92% إلى 12,72%، لتراجع خلال سنة 1993 إلى 11,5%، تم ترتفع سنة 1995 بنسبة 15,5% بقيمة 78,51 مليون دولار، لتسجل بعدها انخفاضا متتاليا في الفترة (1996-2000) بنسبة 3,36%.¹³

وحسب إحصائيات الجمعية الوطنية للمصدرين الجزائريين، فقد بلغت الكمية المصدرة من التمور خلال 2005 حدود 10863 طن بقيمة تفوق 18 مليون دولار وهي لا تمثل سوى 2,04% من إجمالي صادرات الجزائر خارج المحروقات، وبلغت حوالي 12328 طن خلال 2006 بقيمة 20 مليون دولار، وبلغ الحجم المسجل خلال 2007 حدود 13360 طن بقيمة تفوق 23 مليون دولار، وتراجع الحجم المصدر من هذه المادة خلال 2008 إلى أقل من 10 آلاف طن بقيمة تقارب 20 مليون دولار.¹⁴

الجدول رقم (04): تطور ومساهمة صادرات التمور الجزائرية في الصادرات خارج المحروقات (الوحدة: ألف طن، مليون دولار، %)

السنوات	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
القيمة	10,44	16,33	16,45	14,37	18,49	19,72	22,48	19,53	13,57	22,66	23,26	26,21	29,85	38,35
الكمية	-	11,3	10,2	8,02	10,86	12,32	13,36	9,64	7,23	16,04	23,15	20,44	20,79	25,64
% مساه	1,61	2,22	2,44	1,84	2,04	1,66	1,69	1,01	1,27	1,48	1,52	1,27	1,48	1,36

المصدر: (2001-2014) Statistiques du commerce extérieures de l'Algérie période (2001-2014), direction générale des douanes, et les données de l'organisation arabe de developement agricole

ولقد عرفت صادرات الجزائر من التمور ارتفاعا مستمرا في السنوات الأخيرة، إلا أن مساهمتها في الصادرات خارج المحروقات تبقى ضئيلة جدا ولا تتجاوز نسبة 1,5%، فالجزائر لا تصدر سوى ما نسبته 3% كمتوسط من الإنتاج الوطني لمادة التمور في الفترة (2009-2014)، فيما وجه الباقي (حوالي 97% من الإنتاج الوطني) للاستهلاك المحلي، وهي نسبة ضعيفة جدا إذا ما قورنت بالدول الأخرى المنتجة لهذه المادة، على غرار تونس والعراق والسعودية أين تتجاوز هذه النسبة 65%، 22% و 16% على التوالي.¹⁵

¹³ - عزوي عمر : "إستراتيجية تسويق التمور في الجزائر"، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 01، 2002، ص 45.

¹⁴ - ن.هدى: " واقع إنتاج التمور وتصديرها-ثنائية يعرقلها المضاربون والبيروقراطيون"، مقال منشور بجريدة المساء بتاريخ 09 نوفمبر 2009 على الرابط: <http://www.el-massa.com/ar/content/view/26475/41>، تاريخ الإطلاع: 2016/01/20.

¹⁵ - Kadri Saadane : op cite, P 07.

ثالثاً: معوقات و عراقيل ترقية إنتاج وتصدير التمور في الجزائر

تواجه عملية إنتاج وتصدير التمور في الجزائر العديد من العراقيل والعوائق والتي كان لها انعكاس سلبي على الوضع الإنتاجي والتسويقي والتصديري لهذه المادة، والتي يمكن إبرازها فيما يلي:

1- معوقات إنتاجية: تواجه زراعة النخيل وبالتالي إنتاج التمور مجموعة من العراقيل والتي تقف في وجه تطور حجم الإنتاج مقارنة بالإمكانات المتاحة والأهداف المسطرة أهمها¹⁶:

- انتشار الأصناف الرديئة في جميع مزارع النخل، مما أثر في مواصفات ونوعية التمور المنتجة؛

- النقص الشديد في اليد العاملة المؤهلة وارتفاع أجورها؛
- ارتفاع عدد مزارع النخيل المسنة نتيجة عدم تجديدها؛
- تعرض النخيل للإصابة بالعديد من الحشرات والآفات، مما يسبب لها أضرار بالغة؛
- ارتفاع أسعار الفسائل ذات النوعية الممتازة والجيدة؛
- عدم احترام المعايير التقنية للغرس والمسافة بين النخيل؛
- ارتفاع أسعار المواد المستعملة كالأسمدة المعدنية والعضوية والمبيدات التي تستعمل لمكافحة الحشرات الضارة؛
- بطء دورة رأس المال في إنتاج التمور.

2- معوقات تسويقية وتصديرية: يواجه تسويق وتصدير التمور عدة معوقات أدت إلى ضعف الصادرات الوطنية من هذه المادة والتي لا تتجاوز نسبة 3% من حجم الإنتاج، ويمكن تقسيمها إلى عراقيل تواجه التسويق الداخلي للتمور، وأخرى تواجه عملية تصديرها إلى الخارج كما يلي:

1-2- عراقيل تواجه التسويق الداخلي للتمور: ومن أبرزها:

- عدم توفر معلومات سوقية لدى منتجي التمور وافتقارهم للخبرة التسويقية؛
- ارتفاع تكاليف النقل نتيجة بعد مناطق الإنتاج عن مراكز التسويق؛
- غياب دور التسويق التعاوني للتمور.

2-2- عراقيل تواجه تصدير التمور إلى الخارج: ولعل أهمها¹⁷:

- النقص الحاد بالمعلومات المتعلقة بالأسواق الخارجية، من حيث حجم الطلب والأصناف المرغوبة والمواصفات المطلوبة في البلد المراد التصدير إليه؛
- بطء الإجراءات المتعلقة بالتصدير، مثل شهادة المنشأ والشهادة الصحية، وتعدد الجهات المسؤولة عن إصدار ذلك؛
- ارتفاع تكاليف النقل والشحن؛
- الشروط الزراعية الفنية المشددة من الدول المستوردة خاصة من الدول الأوروبية.

¹⁶- بن عبد العزيز سفيان- مجاهد سيد أحمد: " ترقية التجارة الخارجية الجزائرية خارج المحروقات-زراعة التمور نموذجا "، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الوادي، العدد 04، جوان 2013، ص 52.

¹⁷- بن عيشي بشير: " اقتصاديات إنتاج التمور في الجزائر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد المزدوج 61-62، شتاء-ربيع 2013، ص ص 163-164.

الخاتمة:

تحاول الجزائر على غرار باقي دول العالم وسعيها منها للاندماج في الاقتصاد العالمي، ومن أجل تنويع صادراتها الخارجية غير النفطية، الاتجاه مؤخرا إلى تدعيم وتطوير قطاعات أخرى على غرار القطاع الفلاحي من خلال إنتاج التمور وتصديرها، ومما لا شك فيه أن التسويق الدولي يساعد على دراسة الأسواق الخارجية والتعرف على الفرص التصديرية المتاحة بها والعمل على اغتنامها، ولهذا أصبح من الضروري على الجزائر أن تنتهج نشاط تسويقي على نطاق عملي في الأسواق الدولية.

ولغرض تفادي العوائق والعراقيل وحتى تحتل عملية إنتاج التمور نسبة هامة من بين نسب الصادرات الفلاحية والتي تدعم الاقتصاد الوطني في سوق المنافسة الدولية من غير الموارد النفطية، يمكن تقديم الاقتراحات والتوصيات التالية لتحقيق أفضل النتائج في الميدان والقصد منها دفع عجلة هذا القطاع وكسر التبعية بتنوع هيكل الصادرات ومواجهة مشاكل تصدير التمور الجزائرية:

- **على مستوى الإنتاج:** وذلك من خلال:
 - الحماية الصحية للنباتات، صيانة مزارع النخيل وتجديد المسنة منها؛
 - تقديم الإعانات المالية لمنتجي التمور؛
 - دعم الدور الإرشادي في توعية منتجي التمور؛
 - توفير اليد العاملة المؤهلة والمواد المستعملة في عملية الإنتاج بأسعار مقبولة.
- **على مستوى التسويق والتصدير:** وذلك من خلال:
 - تكثيف برامج الدعاية والإعلان للتمور المصنعة، وتوعية المستهلكين بأهمية المنتجات التحويلية للتمور واستخداماتها؛
 - توعية منتجي التمور بضرورة الالتزام بالموصفات التي تتطلبها مصانع التمور؛
 - التوسع في التصنيع وتعبئة التمور ومراعاة الشروط الصحية والموصفات التجارية لتغطية الطلب في الأسواق التصديرية؛
 - إجراء البحوث الميدانية لإعداد تصنيف نهائي للتمور الجزائرية وإعداد المواصفات القياسية لكل صنف بهدف زيادة إنتاجها.

قائمة المراجع والإحالات:

1. بهلولي فيصل: " التجارة الخارجية الجزائرية بين اتفاق الشراكة الأورومتوسطية والانضمام إلى منظمة التجارة العالمية"، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 11، 2012، ص 113.
2. قندوز طارق قاسمي السعيد: " تحديات ورهانات ترقية الصادرات الجزائرية خارج المحرقات- مقارنة وصفية تحليلية"، مقال منشور على موقع مركز أبحاث فقه المعاملات الإسلامية على الرابط: <http://www.kantakji.com/strategic-management.aspx>، ص 02.
3. "عبد عبد الرحمان: " دور عوائد صادرات النفط في تحديد معالم السياسة الاقتصادية الجزائرية- حالة (2000-2011)"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، جامعة ورقلة، العدد 05، جوان 2011، ص 210.
4. بن رمضان أنيسة: " تطاير أسعار البترول ودورية السياسة المالية في الدول المصدرة للبترول- دراسة حالة الجزائر"، مجلة الاستراتيجية والتنمية، جامعة مستغانم، العدد 09، جويلية 2015، ص 35.

5. Si Mohammed Djamel-Hachemi Douici Naima :« ouverture économique et insertion dans l'économie-monde : les atouts et les contraintes pour l'économie algérienne », colloque international « les reformes politiques et institutionnelles dans les pays maghrébins et perspectives d'intégration, faculté de Oujda, 10-11 mai 2013, P07.
6. بن عيشاوي أحمد: " الجودة في إنتاج التمور في الجزائر: بين الواقع والمتطلبات", مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الوادي، العدد 04، جوان 2013، ص 37.
7. عبد الباسط عودة ابراهيم: " واقع زراعة النخيل وإنتاج التمور في الوطن العربي ", الندوة الدولية (النخلة حياة وحضارة)، البحرين، 23-24 نوفمبر 2009، ص 01.
8. Claire Fages : « le commerce international des dattes prend de l'essor », <http://www.rfi.fr/emission/20150625-le-commerce-international-dattes-prend-essor>, 15/01/2016, visité le :20/02/2016.
9. ¹ - Idem, visité le 20/02/2016.
10. بن عيشي بشير: " المعوقات الإنتاجية والتصديرية للتمور وكيفية مواجهتها ", مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 04، نوفمبر 2002، ص 72.
11. Kadri Saadane : « analyse statistique du marché mondial de la datte et place de l'Algérie », chambre algérienne du commerce et d'industrie, Algérie, 22 mars 2015, P05.
12. Benziouche Salah eddine: «Economic analysis of production, consumption and export of dates in the Arab world: current status, opportunities and challenges, actes proceedings of regional workshop on the improvement of the dates value chain in the near east and north Africa region (FAO), Kuwait, 9-12 December 2013, P04.
13. عزاري عمر : "إستراتيجية تسويق التمور في الجزائر", مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 01، 2002، ص 45.
14. ن.هدى: " واقع إنتاج التمور وتصديرها-ثنائية يعرفها المضاربون والبيروقراطيون", مقال منشور بجريدة المساء بتاريخ 09 نوفمبر 2009 على الرابط: <http://www.el-mass.com/ar/content/view/26475/41> تاريخ الإطلاع: 20/01/2016..
15. بن عبد العزيز سفيان- مجاهد سيد أحمد: " ترقية التجارة الخارجية الجزائرية خارج المحروقات- زراعة التمور نموذجا ", مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الوادي، العدد 04، جوان 2013، ص 52.
16. بن عيشي بشير: " اقتصاديات إنتاج التمور في الجزائر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد المزدوج 61-62، شتاء-ربيع 2013، ص ص 163-164.

أثار وتحديات التوجه نحو استغلال الطاقة الشمسية في الجزائر

أ. توات نصر الدين
جامعة البليدة 2

المخلص: تهدف هذه الدراسة إلى تبيان واقع الطاقة الشمسية في الجزائر، وإبراز أهم الآثار المترتبة عن استغلالها إضافة إلى العقبات و التحديات التي تواجهها، حيث يعتبر توفير الإمدادات الطاقوية والحفاظ على البيئة من ابرز التحديات التي يواجهها العالم حالياً، لذى لجأت الجزائر إلى البحث عن مصادر طاقوية جديدة لتلبية الطلب المتزايد على الطاقة و كذلك بغية تحقيق تنمية شاملة.
الكلمات المفتاحية: الطاقة الشمسية، الجزائر، التنمية، البيئة، الآثار، التحديات.

Abstract :

This study aims to show the reality of solar energy in Algeria, to focus on the most important effect which are usually gained from the use of this energy, and show the challenge and obstacles that faces, Where is the provision of energy supplies and preserve the environment from the major challenges that faces the world today, Algeria has looked for new sources to meet growing energy demand in order to achieve a comprehensive development.

Key-words : Solar Energy, Algeria, Development, Environment, Effects, Challenges.

المقدمة:

يعد موضوع الطاقة أحد أبرز محاور الاهتمام العالمي الراهنة، لما له من أهمية كبيرة ودور فعال في التنمية الاقتصادية، إذ تعد الطاقة عصب الاقتصاد والمحرك الرئيس له والمدخل الأساسي في العمليات الإنتاجية. ويعتبر النمو المتزايد للطلب العالمي على الطاقة وتراجع الاحتياطات العالمية منها، عوامل أدت إلى البحث عن مصادر أخرى تلبى الاحتياجات المتزايدة للطاقة.

وفي ظل هذه التحديات الواضحة والبحث عن تأمين الإمدادات الطاقوية بالنسبة للدول، شرعت هذه الأخيرة في البحث والتطوير في مجالات الطاقات المتجددة لاسيما الطاقة الشمسية، حيث قامت بوضع استراتيجيات طاقوية وبرامج تهدف إلى الاستغلال الأمثل لهته الموارد، من أجل تلبية احتياجات الاستهلاك المحلي من الطاقة وبأقل التكاليف.

وبالنسبة إلى الجزائر سعت بدورها نحو الاستثمار في مجال الطاقة الشمسية ، حيث وضعت برنامج طموح في سنة 2011 من أجل تطوير الطاقات المتجددة، عن طريق تنمية الموارد والإمكانات المتاحة، وهذا من خلال القدرات الذاتية والقيام بشراكات دولية في المجال، من أجل البحث عن بدائل للمحروقات و بغية تمديد عمر احتياطاتها الحالية والمساهمة في تحقيق تنمية شاملة للبلاد.

مشكلة الدراسة: تتمحور إشكالية دراستنا حول واقع الطاقة الشمسية في الجزائر، إضافة إلى أثارها على للاقتصاد الوطني وأهم التحديات والعقبات التي تواجه استغلالها في الجزائر، ومن خلال ما سبق يبرز التساؤل الرئيس لهذا الدراسة وهو:

ما هي أثار استغلال الطاقة الشمسية على الاقتصاد الوطني، وما هي أبرز التحديات و العقبات التي تواجه استخدامها في ظل البحث عن بدائل جديدة للمحروقات ؟

وتتفرع من الإشكالية الرئيسية الأسئلة الفرعية التالية:

ما المقصود بالطاقة الشمسية و فيما تتجلى استخداماتها؟

ما هو واقع توجه الجزائر نحو استغلال الطاقة الشمسية ؟

ما هي أثار وتحديات استغلال الطاقة الشمسية على الاقتصاد الوطني؟

فرضيات الدراسة: بغية الإجابة على الأسئلة السابقة نطرح الفرضيات التالية:

الطاقة الشمسية تعتبر خير بديل للطاقات الاحفورية التقليدية وخاصة في كونها مستدامة وغير ملوثة للبيئة، ولها استخدامات عديدة لاسيما في مجال توليد الطاقة الكهربائية؛

تملك الجزائر احتياطات كبيرة من الطاقة الشمسية، والمشاريع المنجزة لا تعكس تلك الإمكانيات بالرغم من وضعها لبرنامج مهم لاستغلال الطاقات المتجددة، وسنها قوانين كثيرة في هذا المجال؛

يمكن أن يوفر استغلال الطاقة الشمسية فرص عمل ويسهم في عملية التنمية الاقتصادية، وفي المقابل تعترضه عدت التحديات أبرزها عدم التحكم في التكنولوجيا وارتفاع التكاليف؛

هيكل الدراسة: لمعالجة الإشكالية الرئيسية قسمنا هذه الدراسة إلى المحاور التالية:

المحور الأول: الإطار المفاهيمي لاقتصاد الطاقة الشمسية ؛

المحور الثاني: واقع الطاقة الشمسية بالجزائر؛

المحور الثالث: أثار وتحديات استغلال الطاقة الشمسية بالجزائر ؛

المحور الأول: الإطار المفاهيمي لاقتصاد الطاقة الشمسية

تعتبر الطاقة الشمسية من المصادر المتجددة الواعدة، نظرا لوفرتها وتعدد استعمالاتها، و هذا في إطار التوجهات نحو الحفاظ على البيئة في ظل التنمية المستدامة*، وقد قامت العديد من الدول بالاستثمار في هذه الطاقة وأدخلتها في منظومتها الطاقوية.

وسنحاول في هذا المحور توضيح الاطار المفاهيمي الخاص بها .

1/ مفهوم الطاقات المتجددة:

هي الطاقات المتوفرة بكميات غير محدودة و تتميز بكونها متجددة باستمرار في الطبيعة، تتميز بكونها صعبة التخزين والقياس واستهلاكها لا يزول عبر الزمن. تتمثل في الطاقة الشمسية وطاقة الرياح وطاقة المياه ، وطاقة الكتلة الاحيائية، وطاقة المحيطات وباطن الأرض وتعتبر الشمس هي المصدر

الرئيسي لمجمل الطاقات المتجددة.¹

2/ مفهوم الطاقة الشمسية :

الشمس هي مصدر الحياة على كوكب الأرض، وتطلق الشمس في كل ثانية ما يكفي الإنسانية 200 ألف سنة من الطاقة، و يصل الأرض نحو جزء واحد من 200 مليون جزء من

* التنمية المستدامة هي التنمية القابلة للاستمرار، عن طريق تحقيق تنمية للأجيال الحاضرة دون المساس بحق الأجيال القادمة.

¹ Gérard Sarnes et Pierre-André Haldi et Pierre Verstrate, Systèmes énergétiques (offre et demande d'énergie : méthodes d'analyse), volume 21, première édition, Presses polytechniques et universités romande, Lausanne ,2003, p267.

طاقة الشمس، أي ما مقداره 1.56×10^{18} كيلووات ساعي سنويا، ويمثل هذا 15 ألف مرة الاستهلاك العالمي من الطاقة.²

ويمكن تعريف الطاقة الشمسية بأنها الطاقة الناتجة عن تفاعلات اندماجية عملاقة تحدث باستمرار على سطح الشمس، يتحول فيها الهيدروجين إلى هيليوم وينطلق منها كمية هائلة من الطاقة. وهي المصدر الأساسي للطاقة على سطح كوكبنا وتتميز بكونها طاقة نظيفة ومتجددة ومجانية، و تصل لنا في شكلين عن طريق طاقة حرارية بالإشعاع أو طاقة ضوئية**، وقد استطاع الإنسان استنباط بعض التطبيقات لتحقيق الاستفادة المباشرة من **الطاقة الشمسية** لتلبية احتياجاته المختلفة للتماشي مع متطلبات عصره.³

3/ خصائص الطاقة الشمسية: للطاقة الشمسية العديد من الخصائص من بينها:⁴

- الطاقة الشمسية طاقة نظيفة لا ينتج عن إنتاجها واستهلاكها تلوث وهو ما يسببها وضعا خاصا في هذا المجال، وخاصة في ظل تزايد خطورة المشاكل البيئية التي يعرفها العالم؛
- تعتبر مصدرا متجددا غير قابل للنضوب وبلا مقابل مما يسهل إمكانية إنشاء المشاريع المستدامة التي تعتمد في تلبية احتياجاتها من الطاقة على الطاقة الشمسية؛
- عدم خضوع الطاقة الشمسية لسيطرة النظم السياسية الدولية والمحلية التي قد تحد من التوسع في استغلال أي كمية منها؛
- توفر الطاقة الشمسية في جميع الأماكن وكذا عدم اعتماد تحويلها على أشكال الطاقة المختلفة بل على شدة الإشعاع الشمسي الوارد إلى الأرض، مما يجعلها قابلة للاستغلال في أي مكان؛
- بساطة التقنية المعتمدة في تحويل الطاقة الشمسية إلى أشكال الطاقة المختلفة، إضافة إلى توفر عامل الأمان بالنسبة للعاملين في مجال إنتاج الطاقة من الشمس؛

4/ **استخدامات الطاقة الشمسية:** إذا تحدثنا عن استخدامات الطاقة الشمسية سنجد أن الشمس تمدنا بنوعين وهما الطاقة الضوئية " فوتونات الضوء" والطاقة الحرارية. وتستعمل الطاقة الشمسية في عدت ميادين من بينها:⁵

- أ- **الطاقة الشمسية الحرارية:** والتي يمكن استغلالها في ما يلي:
 - تسخين المياه بواسطة السخانات الشمسية هو أحد أهم وأقدم استخدامات الطاقة الشمسية الحرارية، وهذه السخانات لها العديد من الأنواع والأشكال والتطبيقات؛
 - التدفئة باستخدام الطاقة الشمسية وهي تستخدم لتدفئة المنازل في الأماكن الباردة وأيضاً يوجد أنظمة للتبريد في الأماكن الساخنة ويوجد كذلك أنظمة عديدة لهذا الاستخدام؛
 - تسخين أحواض السباحة يعتبر أيضاً أحد استخدامات الطاقة الشمسية الحرارية؛
 - تحلية مياه البحر فيعتبر من أهم استخدامات الطاقة الشمسية الحرارية، والتي تحل العديد من المشاكل خاصة في الأماكن التي لا تتوفر فيها انهار ولا أمطار؛
 - توليد الطاقة الكهربائية عن طريق محطات الطاقة الشمسية الحرارية؛

² عبد القادر بلخضر، استراتيجيات الطاقة وإمكانيات التوازن البيئي في ظل التنمية المستدامة-حالة الجزائر-، مذكرة ماجستير، جامعة سعد دحلب، البليدة، سبتمبر 2005، ص58.

** حيث تقوم الخلايا الكهروضوئية بالاستفادة من الإشعاع الشمسي مباشرة وتحويله إلى طاقة كهربائية، أما النظم الشمسية الحرارية والدورة التقليدية للبخار تقوم بالتقاط وجميع وتركيز الطاقة الشمسية بواسطة العاكسات.

³ موقع الطاقة الشمسية للعرب، الطاقة الشمسية، شوه بتاريخ 2015/12/13 على الرابط :

<http://www.arabsolarenergy.com/2014/12/blog-post.html>

⁴ الوزارة الاتحادية للاقتصاد والتكنولوجيا، تقنيات الطاقة المتجددة قصة نجاح ألمانية، الوكالة الألمانية للطاقة

2010، ص 11، متوفر على الرابط: www.renewables-made-in-germany.com

⁵ موقع الطاقة الشمسية للعرب، استخدامات الطاقة الشمسية، شوه بتاريخ 2015/12/13 على الرابط:

<http://www.arabsolarenergy.com/2014/11/blog-post.html>

ب- الطاقة الشمسية الضوئية : يتم حاليا الحصول على الطاقة الكهربائية بطريقة مباشرة بواسطة استخدام ما يعرف بالألواح الشمسية الفوتوضوئية " Photovoltaic solar panels" وهذا هو أكثر استخدامات الطاقة الشمسية شهرة، و هذه الألواح تستخدم في إنارة المنازل و الشوارع، أو تدوير البكرات لرفع المياه في الأماكن الصحراوية، والعديد من الاستخدامات الأخرى .

المحور الثاني: واقع الطاقة الشمسية بالجزائر

تستقطب الجزائر كميات كبيرة من الطاقة الشمسية ، وتعتبر من أكثر الدول في العالم في وفرتها، وسنحاول إيضاح إمكانات الجزائر من الطاقة الشمسية والبرامج المتبعة في استغلالها، إضافة إلى الإطار القانوني المنظم لها.

1/ إمكانات الطاقة الشمسية بالجزائر :

الطاقة الشمسية في الجزائر متوفرة بكميات غير محدودة، والموقع الجغرافي المميز لها يعطيها أفضلية في مجال الطاقة الشمسية عالميا، حيث تقدر ساعات الإشعاع الشمسي الوطني 2650 ساعة في الشمال وتصل إلى 3900 ساعة في بعض المناطق في الهضاب العليا والصحراء. والطاقة التي تسقط على 1 م² في حدود 5 كيلواط في الساعة في غالبية الوطن، وتستقطب الجزائر 1700 كيلواط ساعي/ م² سنويا في الشمال و 2263 كيلواط ساعي/ م² سنويا في الجنوب⁶، والجدول رقم (01) يوضح فترة الإشعاع الشمسي والطاقة المكتسبة حسب المنطقة في الجزائر.

والقدرات المركبة من الطاقة الشمسية مقدرة بـ: 2279960 واط بنسبة 97% من الطاقة الإجمالية المركبة من الطاقات المتجددة من دون احتساب الطاقة المائية.⁷ وتبين دراسة أعدتها وحدة أبحاث تابعة لشركة سونلغاز للكهرباء بأن الجزائر تستطيع في غضون الأربعين سنة القادمة أن تمد الدول الأوروبية بنسبة 10 % من مخزون طاقتها الشمسية.⁸

الجدول (1) : الفترة المتوسطة للإشعاع الشمسي والطاقة المكتسبة حسب المنطقة في الجزائر

الصحراء	الهضاب العليا	المنطقة الساحلية	المنطقة
86	10	4	%المساحة/مساحة الوطن
3500	3000	2650	الفترة المتوسطة للإشعاع الشمسي(ساعة/السنة)
2650	1900	1700	الطاقة المتوسطة المستمدة (كيلواط ساعي/م ² /سنة)

المصدر: وزارة الطاقة و المناجم، شوهد بتاريخ: 2015/12/23، على الرابط:

<http://www.energy.gov.dz/francais/index.php?page=potentiels-national-des-energies-renouvelables>

⁶ وزارة الطاقة و المناجم، شوهد بتاريخ : 2015/12/23 ، على الرابط:

<http://www.mem-algeria.org/francais/index.php?page=energie-solaires>

⁷ وزارة الطاقة و المناجم، شوهد بتاريخ : 2015/12/23 ، على الرابط:

<http://www.energy.gov.dz/francais/index.php?page=repartition-de-la-puissance-installee-par-ressource-2>

⁸ بوقرة رايح و بن واضح الهاشمي، أثار استغلال اقتصاديات الطاقات المتاحة المتجددة على الدول العربية، المؤتمر العلمي الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة في جامعة فرحات عباس، سطيف، 08/07 افريل 2008، ص10.

2 / الإطار القانوني المنظم للطاقة الشمسية بالجزائر :

إن الأهمية المتزايدة للطاقات المتجددة وبالخصوص الطاقة الشمسية، قد دفع الجزائر إلى إدماج تطويرها ضمن سياستها الطاقوية من خلال المصادقة على إطار قانوني يحفز لترقيتها وانجاز هياكل لهذا المجال. ويتضمن تطوير الطاقة الشمسية عدت نصوص قانونية من أهمها:

- ✓ القانون رقم 99-09 المؤرخ في 15 ربيع الثاني 1420 الموافق 28 جويلية 1999، المتعلق بالتحكم في الطاقة⁹: ويشمل جميع الإجراءات التي ستتخذ من أجل استعمال وتطوير الطاقات المتجددة، والتقليل من آثار الطاقة التقليدية على البيئة. ويهدف القانون إلى توجيه الطلب على الطاقة نحو أكثر فاعلية للنظام الاستهلاكي في إطار السياسة الطاقوية الوطنية.
- ✓ مرسوم تنفيذي رقم 04-92 مؤرخ في 04 صفر عام 1425 الموافق 25 مارس سنة 2004، والمتعلق بتكاليف تنويع إنتاج الكهرباء¹⁰: وقد تم تحديد مفهوم الطاقات المتجددة فيه بالإضافة إلى العلاوات الممنوحة لمنتجي الكهرباء من الطاقة المتجددة، وخاصة الطاقة الشمسية بهدف ترقية الطاقات المتجددة.
- ✓ مرسوم تنفيذي رقم 04-149 مؤرخ في 29 ربيع الأول عام 1425 الموافق 19 ماي 2004، يحدد كفاءات إعداد برنامج وطني للتحكم في الطاقة¹¹: يهدف الى تقييم القدرات وتحديد أهداف التحكم في الطاقة من خلال الأعمال الواجب تنفيذها لبلوغ تحقيق الاقتصاد في استهلاك الطاقة و ضمان الاستبدال الطاقوي وتطوير الطاقات المتجددة.
- ✓ القانون رقم 04-09 المؤرخ في جمادى الثانية 1425 الموافق 14 أوت 2004، المتعلق بالطاقات المتجددة والتنمية المستدامة: ويهدف هذا القانون للترويج للطاقات المتجددة من اجل حماية البيئة و المحافظة على الموارد المتاحة
- ✓ البرنامج الوطني لترقية الطاقات المتجددة في إطار التنمية المستدامة والحصيلة الوطنية لاستعمال الطاقات المتجددة¹²: ويوضح سبل ترقية الطاقات المتجددة، تقييم التأثيرات البيئية وتحسين الإطار المعيشي المترتب على استعمال الطاقات المتجددة، بالإضافة إلى كفاءات إعداد ومحتوى وشروط المخططات المستقبلية في مجال الطاقات المتجددة في أفق 2020، وبرامج ترقية الطاقات المتجددة.
- ✓ الجريدة الرسمية العدد 40 في 18 شعبان عام 1432 الموافق 20 جويلية سنة: 2011¹³ وتتضمن المادة 63 منها فتح في كتابات الخزينة حساب التخصيص الخاص ورقمه 131-302 وعنوانه "الصندوق الوطني للطاقات المتجددة والمشاركة" ويقتد في حساب إيراداته: 1 % من الإتاوة البترولية. وفي باب النفقات: المساهمة في تمويل الأعمال والمشاريع المسجلة في إطار تنمية الطاقات المتجددة والمشاركة.

⁹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون رقم 99-09 المتعلق بالتحكم في الطاقة، العدد56، الجزائر، 2 أوت 1999

¹⁰ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، مرسوم تنفيذي رقم 04-92 المتعلق بتكاليف تنويع إنتاج الكهرباء، العدد19، الجزائر ، 28 مارس 2004.

¹¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، مرسوم تنفيذي رقم 04-149 يحدد كفاءات إعداد برنامج وطني للتحكم في الطاقة، العدد32، الجزائر ، 23 ماي 2004.

¹² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، القانون رقم 04-09 المتعلق بالطاقات المتجددة والتنمية المستدامة، العدد52، الجزائر ، 18 أوت 2004.

¹³ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ،فتح حساب تخصيص خاص عنوانه "الصندوق الوطني للطاقات المتجددة والمشاركة" ، العدد 40، الجزائر ، 20 جويلية 2011

3/ برنامج الطاقات المتجددة والفعالية الطاقوية:

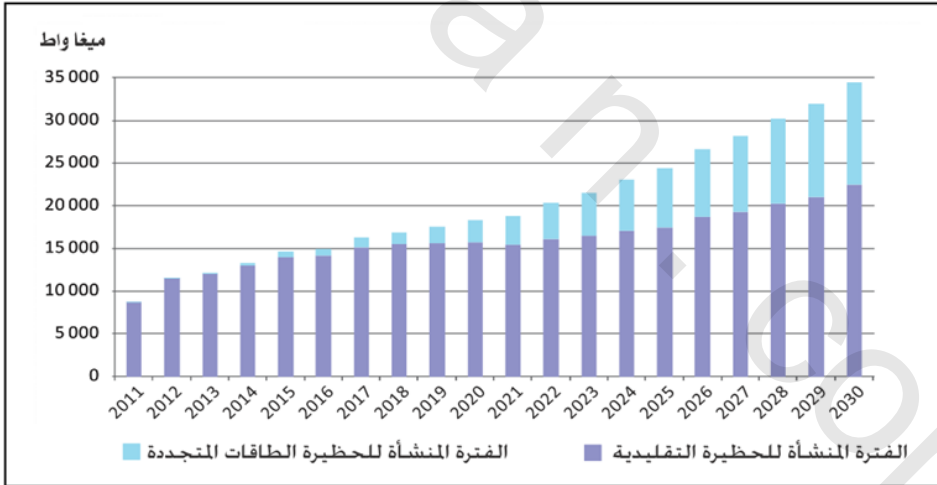
انطلقت الجزائر سنة 2011 في مسار طموح للانتقال نحو الطاقات البديلة والنظيفة، من خلال تبنيها لبرنامج هام في مجال تطوير الطاقات المتجددة، له اثار ايجابية على الاقتصاد الوطني على المدى البعيد.

أ-برنامج الطاقات المتجددة : تعتزم الجزائر إن تسلك نهج الطاقات المتجددة قصد إيجاد حلول شاملة ودائمة للتحديات البيئية ، للحفاظ على الموارد الطاقوية ذات الأصول الاحفورية، وهذا من خلال تأسيس قدرة ذات أصول متجددة مقدرة بحوالي 22.000 ميغاواط إلى غاية 2030 . إن هذا الخيار الاستراتيجي تحفزه الإمكانيات الهامة للطاقة الشمسية ،وتشكل هذه الأخيرة المحور الأساسي للبرنامج المسخر للطاقة الشمسية الحرارية والكهروضوئية كحصة معتبرة،ويجب أن يبلغ إنتاج الطاقة الشمسية حتى عام 2030 أكثر من 37% من مجمل الإنتاج الوطني للكهرباء .

ويمر برنامج الطاقات المتجددة بعدت مراحل مثلما هو موضح في الشكل رقم (01) ويمكن تقسيمها كالآتي:

- من 2011 إلى 2013: تأسيس قدرة إجمالية تقدر ب110 ميغاواط.
- في أفق 2015: تأسيس قدرة إجمالية تقارب 650 ميغاواط.
- في أفق 2020: ينتظر تأسيس قدرة إجمالية بحوالي 2600 ميغاواط للسوق الوطني، واحتمال تصدير ما يقارب 2000 ميغاواط.
- في 2030: من المرتقب تأسيس قدرة إجمالية بحوالي 12000 ميغاواط للسوق الوطني، ومن المحتمل تصدير ما يقارب 10000 ميغاواط.

شكل رقم (01): هيكلية حظيرة الإنتاج الوطني (ميغاواط)



المصدر: برنامج الطاقات المتجددة والفعالية الطاقوية، مرجع سابق ص 09.

ب-برنامج الفعالية الطاقوية : يستجيب برنامج الفعالية الطاقوية لرغبة الجزائر في تشجيع استعمال الطاقة بفعالية، واستغلال جميع الطرق للمحافظة على الموارد وترسيخ الاستهلاك اللازم والأمثل، ويكمن الهدف من الفعالية الطاقوية في إنتاج نفس المنافع أو الخدمات،ولكن

باستعمال اقل طاقة ممكنة، وتتمثل عناصر برنامج الفعالية الطاقوية المتعلقة بالطاقة الشمسية في تطوير سخان الماء الشمسي، وإدخال التقنيات الأساسية لتكييف الهواء بالطاقة الشمسية.¹⁴

4 / مشاريع الطاقة الشمسية بالجزائر

يوجد العديد من المشاريع المنجزة في مجال الطاقة الشمسية، ولكنها تتصف بكونها مشاريع صغيرة على العموم باستثناء المركز الهجين غاز-شمس بحاسي الرمل لتوليد الطاقة الكهرباء ويمكننا حصر أهم الانجازات الوطنية المطبقة في مجال الطاقة الشمسية كالآتي:

— مشروع توصيل الكهرباء إلى 20 قرية معزولة في الصحراء بواسطة الطاقة الشمسية الكهروضوئية: حيث قامت شركة سونلغاز بتوصيل الكهرباء إلى 20 قرية في أربع ولايات جنوبية وهي: تمنراست، تندوف، ايليزي، ادرار، عن طريق: نظم شمسية فوتوفولطية و سخانات الماء بالطاقة الشمسية¹⁵.

— انجاز 14 محطة كهربائية ضوئية بطاقة 268 ميغاواط في سنة 2015، في الهضاب العليا والجنوب وقد كلفت 70 مليار دج، وسمحت بخلق 250 منصب عمل في مرحلة الانجاز وما يزيد عن 50 منصب عمل خلال الاستغلال في كل محطة.

— تنصيب اكثر من 1000 جهاز شمسي من اجل التزويد بالكهرباء و ضخ المياه. من طرف مركز تطوير الطاقات المتجددة مع مصالح وزارة الفلاحة والتنمية الريفية.

— انجاز المحطة الشمسية التجريبية بقرابية بقدرية بقدرة 1.1 ميغاواط في جويلية 2014.¹⁶

— انجاز محطة لتوليد الكهرباء بقوة 3 ميغاواط بمنطقة كابرتن في ولاية ادرار، وتطلب تجسيدها غلاف مالي تجاوزت قيمته 770 مليون دج وقد أنجزت من طرف مؤسسة صينية بتقنية تكنولوجية حديثة قليلة التكلفة وعالية المردودية حيث ساهم هذا المشروع الطاقوي في استحداث 300 منصب غير مباشر في مرحلة الإنجاز إلى جانب 33 منصب مباشر خلال مرحلة الإستغلال.¹⁷

— انجاز محطتين للطاقة الشمسية بكل من تمنراست (13 ميغاواط) وعين صالح (5 ميغاواط) مما سيساهم في دعم برنامج تطوير الطاقات المتجددة بالمنطقة،¹⁸

— المحطة الكهربائية الهجينة (شمس-غاز) بحاسي الرمل (SPP1): تعتبر أول مركز هجين شمس-غاز بالجزائر (SPP1) وهو اسم المؤسسة التي أنشأته (Solar Power Plant One)، بدأ الخدمة في 14 جويلية 2011 بمدينة حاسي الرمل.¹⁹

وتعد هذه المحطة الأولى في الجزائر والثانية في العالم، إذ تبلغ طاقتها الإنتاجية 150 ميغاوات منها 120 ميغاوات تنتج بواسطة الغاز و30 ميغاوات من الطاقة الشمسية وهي موصولة بالشبكة

¹⁴ وزارة الطاقة والمناجم، برنامج الطاقات المتجددة والفعالية الطاقوية، صات أنفوس، سونلغاز، مارس 2011، صص 04-15

¹⁵ وزارة الطاقة والمناجم، شوهدي بتاريخ: 2015/09/23، على الرابط:

www.mem-algeria.org/fr/enr/energie%20solaire/pres_20-villages.htm

¹⁶ بوابة الطاقات المتجددة، شوهدي بتاريخ 2016/03/10 على الرابط:

<http://portail.cder.dz/ar/spip.php?article2805>

¹⁷ بوابة الطاقات المتجددة، شوهدي بتاريخ 2016/03/10 على الرابط:

<http://portail.cder.dz/ar/spip.php?article2814>

¹⁸ بوابة الطاقات المتجددة، شوهدي بتاريخ 2015/03/09، على الرابط:

<http://portail.cder.dz/ar/spip.php?article2827>

¹⁹ Najlaa ELGHARBI, La centrale hybride de Hasi R'mel, Bulletin des Energies Renouvelables, Bouzaréah, N°21, 2011, p17 .

الكهربائية الوطنية²⁰، إضافة إلى هذا هنالك الكثير من المشاريع الصغيرة المنجزة والمتعلقة بالخصوص بالسخانات الشمسية للمياه و عمليات ضخ المياه في المناطق الصحراوية. و الجدول رقم (02) يوضح لنا أهم هذه المشاريع الهجينة (غاز-شمس) المستقبلية²¹.

الجدول (2) : المشاريع الهجينة (غاز-شمس) المستقبلية لتوليد الطاقة الكهربائية في الجزائر

المركز الهجين	الموقع	تاريخ بداية الاستخدام
SPP II	المغرب	2014
SPP III	النعامة	2016
SPP IV	حاسي الرمل	2018

Source : Najlaa ELGHARBI, Op.cit, p17

المحور الثالث: آثار وتحديات استغلال الطاقة الشمسية بالجزائر

إن لاستغلال الطاقة الشمسية آثار كبيرة في عملية التنمية، ويؤثر بصورة مباشرة على الاقتصاد الوطني، لكن بالرغم من هذا فلهذه الطاقة معيقات و عوامل تقف في طريق استغلالها، وسنحاول إبراز أهم الآثار المتوقعة من استغلالها و المعيقات التي تواجهها.

1/ الآثار المتوقعة من استغلال الطاقة الشمسية

من خلال المشاريع المنجزة و الأخرى قيد التنفيذ و المستقبلية، يمكن أن نستنتج الآثار الاقتصادية والاجتماعية و البيئية لبرامج الطاقة الشمسية، و تتجلى أهم هذه الآثار في مايلي:

- أ- الآثار الاقتصادية:
 - تشجيع المنتجات المحلية و توفير الظروف الملائمة، وخاصة الجبائية للمستثمرين الراغبين في الاستثمار في جميع فروع الطاقات المتجددة؛
 - تشجيع ودعم الصناعات في انجاز هذا البرنامج الوطني لتطوير الطاقة المتجددة ؛
 - استخدام ميزة الطاقة الشمسية المتوفرة في الجزائر و الذي يجعل منها بديل قوي للطاقات الاحفورية، من اجل إمداد أوروبا بالطاقة²²؛
 - تحقيق وفرة في استهلاك الطاقات التقليدية و يمكن توفير فائضا للتصدير، حيث يهدف البرنامج إلى إنتاج 22 ألف ميغاواط توجه 12 ألف ميغاواط منها للسوق الوطنية و 10 آلاف ميغاواط للتصدير ، وهو ما من شأنه ان يوفر للبلاد 300مليار متر مكعب من الغاز بما يعادل ما بين 80 مليار و 100 مليار دولار؛
 - وفرة الطاقة المتجددة بالجزائر يؤدي إلى تنويع مصادرنا، حيث يرتقب أن يبلغ إنتاج الطاقة الشمسية حتى عام 2030 أكثر من 37% من مجمل الإنتاج الوطني للكهرباء. نسبة إمداج 80% من طرف المؤسسات الجزائرية؛
 - تقوية النسيج الصناعي الجزائري حتى يكون في طليعة التغيرات الايجابية، سواء على الصعيدين الصناعي والتقني أو على الصعيدين الهندسي والبحث؛

²⁰ بوابة الطاقات المتجددة الجزائرية، مستقبل الطاقات المتجددة في الجزائر وتحديات استغلالها، شوهده بتاريخ 2015/09/18، على الرابط: <http://portail.cder.dz/ar/spip.php?article882>

²¹ Najlaa ELGHARBI, Op.cit, p17.

²² عمر شريف، اقتصاديات الطاقة المتجددة والآثار الاقتصادية لمجالات استخدامها، مداخلة في المؤتمر العلمي الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة في جامعة فرحات عباس، سطيف، 08/07 ابريل 2008، ص18

- إدماج الصناعة الجزائرية في مجال الطاقات المتجددة وسيتم بلوغ هذا الهدف الطموح بفضل إنشاء مصنع لإنتاج الألواح الكهروضوئية بقدرة تعادل 120 ميغاواط ؛
- الرفع من كفاءة النشاط الهندسي وقدرات التصميم والتزويد والانجاز من اجل بلوغ باستخدام الطاقة الشمسية يمكن تخفيض سعر تكلفة الإنارة في المناطق النائية و ترقية الأداء في المستشفيات والمراكز الصحية، والمدارس.²³

ب- الآثار الاجتماعية:

- تعزيز إمدادات والخدمات الأساسية للطاقة للسكان في المناطق المعزولة خاصة، مما يساهم في تحسن الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، وزيادة مستوى التعليم والرعاية الصحية بها ويزيد من فرص التنمية وتحسين نوعية الحياة؛
- إيجاد فرص للعمالة المحلية في مجالات تصنيع وتركيب وصيانة معدات إنتاج الطاقات المتجددة، حيث يوفر برنامج تطوير الطاقات المتجددة 200 ألف منصب عمل(100 ألف في مجال الإنتاج الوطني و100 ألف منصب شغل آخر في التصدير)؛²⁴
- فك العزلة في مجال الاتصالات عن المناطق الصحراوية، حيث تعمل أكثر من 300 محطة اتصال هاتفي بقوة الطاقة الشمسية في تلك المنطقة الصحراوية؛
- المساهمة في محاربة ظاهرة النزوح الريفي وذلك عن طريق توفير طاقة لاستخدامها في الأرياف والمناطق المعزولة؛

ج- الآثار البيئية:

- إن توفر معدات الطاقة الشمسية بالمناطق الريفية يوفر وسائل سهلة التداول ونظيفة ببنينا لأغلب خدمات الطاقة بالمناطق الريفية؛
- حماية البيئة، ومن الأمثلة على ذلك تجسيد برنامج الطاقات المتجددة بمدينة بوغزول، وجعلها مدينة نموذجية خالية من الغازات السامة وفوضى العمران؛
- تعتبر الطاقة الشمسية طاقة نظيفة تؤمن بيئة سليمة وخالية من كل المواد الملوثة التي قد تؤدي إلى زيادة ظاهرة الاحتباس الحراري²⁵؛

2/تحديات ومعوقات استخدام الطاقة الشمسية في الجزائر :

- للطاقة الشمسية والطاقات المتجددة بصفة عامة معوقات كثيرة تحول دون استخدامها،ومن أهم هذه المعوقات نجد:²⁶
- أ. **المعوقات الاستراتيجية والمؤسسية:** وتتركز أهم المعوقات فيما يلي:
 - محدودية وضعف السياسات الجاذبة للاستثمار و التي تهدف إلى إيجاد شركات في مجال استخدام في مجال الطاقة الشمسية ؛
 - ارتفاع تكلفة إنشاء المحطات الشمسية مقارنة بالموارد الاحفورية الأخرى يقلل من الاعتماد عليها؛
 - غنى الجزائر بمصادر كبيرة من النفط والغاز والتي يمكن استخدامها كوقود لإنتاج الطاقة الكهربائية بأسعار اقل بكثير من الطاقة الشمسية، أدى إلى التقليل من دور الطاقة الشمسية؛
- ب. **الفجوة التقنية:** يعتبر نقص تقنيات التصميم وتصنيع معدات الطاقة المتجددة احد أهم العوائق في الدول العربية، ما عدا صناعة نظم التسخين الشمسي، نظرا لبساطة تكنولوجيتها بالمقارنة مع النظم الأخرى كالخلايا الشمسية وطاقة الرياح؛

²³ برنامج الطاقات المتجددة والفعالية الطاقوية، مرجع سابق، ص19

²⁴ نفس المرجع، صص14-15

²⁵ عمر الشريف، مرجع سابق، ص17.

²⁶ صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، أبو ظبي، 2011، صص237-238.

- ج. التسويق: غياب قدرة التنافسية لدى هذه الأنظمة مع مثيلاتها المعتمدة على استخدام المصادر التقليدية، مما ينعكس على تأخر اندماج تطبيقات الطاقة الشمسية في السوق؛
- د. نقص التوعية: نقص وعي المواطن في مجال أهمية الطاقة المتجددة، و يجب القيام بتغيير ثقافة المواطن من ناحية أهمية إدراج مصادر الطاقة المتجددة في النظام الطاقوي؛
- هـ. التعريف: عدم وضع قوانين إلزامية مرتبطة بالتعريف الكهربائي والمحفزات لتشجيع استخدام معدات الطاقة المتجددة؛

الخاتمة:

من خلال ما قدم في البحث، توصلنا إلى مجموعة من النتائج وهي إجابة على التساؤلات المرتبطة بالإشكالية الرئيسية للبحث، و يمكن حصرها في ما يلي:

- الطاقة الشمسية من أنظف الموارد الطاقوية المتجددة ولا تؤثر على البيئة و تتواجد بكميات غير محدودة في الطبيعة، و تعتبر من أحسن البدائل للطاقات التقليدية.
- للجزائر إمكانيات كبيرة في مجال الطاقة الشمسية و قد قامت بوضع برنامج لاستغلال هذه الطاقة، وقامت بانجاز عدد مشاريع مما أكسبها خبرة في المجال، لكن لم نصل بعد إلى مرحلة النشر الواسع لهذه التقنية رغم ما تملكه من احتياطات هائلة منها.
- المشاريع والبرامج المتعلقة بالطاقة الشمسية لها آثار كثيرة ومتعددة على الاقتصاد الوطني في ظل التنمية المستدامة والحفاظ على البيئة، و تعتبر أهم البدائل الطاقوية المتاحة.
- إن الأهمية المتزايدة للطاقات المتجددة وبالخصوص الطاقة الشمسية، قد دفع الجزائر إلى إدماج تطويرها ضمن سياستها الطاقوية من خلال المصادقة على إطار قانوني يحفز لترقيتها وانجاز هياكل لهذا المجال.
- تعتبر الطاقة الشمسية أحسن بديل طاقي متاح حاليا للمحروقات في الجزائر، لان أثارها على البيئة وانعكاسات استغلالها على التنمية الاقتصادية أحسن من الطاقات التقليدية. وعلى الدولة توجيه الأموال التي تريد استثمارها في المحروقات وخاصة الغاز الصخري نحو الاستثمار في نظم الطاقة الشمسية.
- من المبكر الحديث عن إدراج الطاقة الشمسية في الخليط الطاقوي الوطني، لأن الجزائر ما تزال في مرحلة انجاز المشاريع واعتمادها بنسب كبيرة سيكون على المدى الطويل بعد التأكد من مردوديتها الاقتصادية والتجارية والتحكم في تكنولوجيا الخاصة بها، وهذا يتطلب سنوات من البحث والتطوير .
- إنتاج الكهرباء من الطاقة الشمسية يتطلب استثمارات كبيرة وتكنولوجيا متطورة وإقامة شراكة مع الشركات الأجنبية الرائدة التي تتحكم في تقنيات إنتاج هذا النوع من الطاقة.

قائمة المراجع :

أولا/ النصوص القانونية :

1. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون رقم 99-09 المتعلق بالتحكم في الطاقة، العدد56، الجزائر، 2 أوت 1999
2. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، مرسوم تنفيذي رقم 04-92 المتعلق بتكاليف تنويع إنتاج الكهرباء، العدد19، الجزائر، 28 مارس 2004.
3. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، مرسوم تنفيذي رقم 04-149 يحدد كفاءات إعداد برنامج وطني للتحكم في الطاقة، العدد32، الجزائر، 23ماي2004.
4. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، القانون رقم 04-09 المتعلق بالطاقات المتجددة والتنمية المستدامة، العدد52، الجزائر، 18 أوت 2004.
5. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية،فتح حساب تخصيص خاص عنوانه "الصندوق الوطني للطاقات المتجددة والمشاركة"، العدد 40، الجزائر، 20جويلية 2011.

ثانيا / الكتب :

1. Gérard Sarnes et Pierre-André Haldi et Pierre Verstrate, Systèmes énergétiques(offre et demande d'énergie : méthodes d'analyse), volume 21, première édition, Presses polytechniques et universités romande, Lausanne ,2003

ثالثا / الأطروحات والرسائل:

1. عبد القادر بلخضر، استراتيجيات الطاقة وإمكانيات التوازن البيئي في ظل التنمية المستدامة-حالة الجزائر-، مذكرة ماجستير، جامعة سعد دحلب، البلدة، سبتمبر 2005.

رابعا/ المداخلات، المقالات والتقارير:

1. بوقرة رايح و بن واضح الهاشمي، أثار استغلال اقتصاديات الطاقات المتاحة المتجددة على الدول العربية، ورقة بحثية المؤتمر العلمي الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة في جامعة فرحات عباس، سطيف، 08/07 افريل 2008.
 2. عمر شريف، اقتصاديات الطاقة المتجددة والآثار الاقتصادية لمجالات استخدامها، مداخلة في المؤتمر العلمي الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة في جامعة فرحات عباس، سطيف، 08/07 ابريل 2008.
 3. صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، أبو ظبي، 2011.
 4. الوزارة الاتحادية للاقتصاد والتكنولوجيا ، تقنيات الطاقة المتجددة قصة نجاح ألمانية، الوكالة الألمانية للطاقة، 2010.
 5. وزارة الطاقة والمناجم، برنامج الطاقات المتجددة والفعالية الطاقوية، تصميم وطباعة صات أنفو، شركة سونلغاز، مارس 2011.
6. Najlaa ELGHARBI, La centrale hybride de Hasi R' mel, Bulletin des Energies Renouvelables, Bouzaréah, N°21, 2011.

خامسا/ المواقع الالكترونية:

1. وزارة الطاقة والمناجم، على الرابط: <http://www.energy.gov.dz>
2. بوابة الطاقات المتجددة، على الرابط: <http://portail.cder.dz/ar>
3. موقع الطاقة الشمسية للعرب، على الرابط: <http://www.arabsolarenergy.com/>

البدائل المتاحة لتنويع الاقتصاديات الريعية في ظل تقلبات أسعار المحروقات - دراسة حالة الجزائر -

د. فلاق علي
أ. بوشريط أسامة
جامعة المدية

ملخص:

أولت الجزائر اهتماما بتحفيز المؤسسة الاقتصادية بغرض التصدير، بيد أن الأرقام تكشف مدى هامشية الصادرات الوطنية خارج المحروقات، حيث يعاني نسيجنا الاقتصادي من اختلالات ، و هذه محاولة لاقتراح البدائل للتخلص من التبعية المطلقة للثروة الريعية الناضبة بغية التوصل إلى مقترحات وحلول لها نجا عنها في توسيع مدارك نظر المسير الجزائري للتحديات الراهنة في ظل بيئة اقتصاد السوق القائم على ميكانيزمات العرض والطلب.
كلمات مفتاحية: تنويع الصادرات خارج المحروقات ، الاقتصاد الجزائري ، البدائل.

Summary:

Algeria has paid attention to stimulate economic enterprise for export, but the figures reveal the extent of marginal national exports out of hydrocarbons, where the economic fabric suffers from imbalances, and this is an attempt to propose alternatives is an attempt to analyze and propose alternatives to get rid of the absolute dependence of wealth renter depleted in order to reach proposals and solutions researcher its efficacy in expanding the perceptions of view Algerian march current challenges in an economy environment based market mechanisms of supply and demand.

Keywords: diversification of exports out hydrocarbons, the Algerian economy, alternatives

مقدمة:

احتلت قضية تنويع الصادرات مكانا هاما في الفكر المرتبط بالتنمية الاقتصادية، وقد توصلت العديد من الدراسات التجريبية إلى أن النمو السريع للصادرات يعجل بالنمو الاقتصادي، ويحرص صناع القرار في الجزائر على مسألة التفكير الإستراتيجي المتصلة بإيجاد بدائل تنموية متنوعة كمصادر للحصول على العملة الصعبة والحيلولة دون الوقوع في معضلة العقدة الهولندية (مطرقة تقلبات أسعار النفط، وسندان تذبذبات صرف العملات في البورصات العالمية).

وتعد الجزائر غنية بالمناطق السياحية التي تنتظر لفتت المعنيين بتأهيلها وتهيتها أمام السياح الأجانب والمحليين ونفس الكلام يقال على الفلاحة التي تعد بديلا إستراتيجيا خصوصا أثناء الأزمات والفترات التي تنخفض فيها أسعار المحروقات.

يعزو كثير من الخبراء والمحللين المتخصصين في الشأن الجزائري، مسألة قصور تنافسية الاقتصاد الجزائري إلى ضعف ديناميكية نشاطه الإنتاجي خارج المحروقات، وهو ما انعكس سلبا على معدلات التصدير وسبب تشوهات خطيرة في تركيبة هيكل الصادرات لصالح المحروقات، ومن المتوقع أن يعطي اتفاق الشراكة مع الإتحاد الأوروبي لعام 2005 إلى جانب اتفاقية المنطقة العربية للتبادل الحر لعام 2009، والانضمام المحتمل إلى الفضاء العالمي للتجارة الهادف بالأساس إلى رفع الحماية عن الكثير من المنتجات الوطنية فرصة للمؤسسة الجزائرية لتصدير منتجاتها إلى ما وراء البحار، غير أن ذلك مرهون بعدة شروط قد لا تتوفر في الاقتصاد الجزائري على الأقل في المدى القصير.

وانطلاقا من الطرح المتقدم في هذه التوطئة تتضح معالم الإشكالية النظرية وتبرز جوانبها التطبيقية التي ارتأينا بلورتها في التساؤل المحوري التالي: ما هي البدائل المتاحة لتنويع الاقتصاد الجزائري في ظل التحولات الاقتصادية العالمية الراهنة؟

أولا: تشخيص التجارة الخارجية في الجزائر

يرى كثير من الخبراء والمحللين المتخصصين في الشأن الجزائري، مسألة قصور تنافسية الاقتصاد الجزائري إلى ضعف ديناميكية نشاطه الإنتاجي خارج المحروقات، وهو ما انعكس سلبا على معدلات التصدير وسبب تشوهات خطيرة في تركيبة هيكل الصادرات لصالح المحروقات.

1- هيكل الصادرات الجزائرية

على الرغم من المجهودات التي تبذلها الحكومة الجزائرية في تقليص التبعية لقطاع المحروقات، إلا أنها باءت بالفشل الذريع ولم تكمل بالنجاح المنشود ولم تحقق النتائج المرجوة ، ندرج الجدول أسفله:

جدول (1) يوضح تطور هيكل الصادرات الجزائرية خلال الفترة 2005- 2014 / الوحدة: مليار دولار

السنوات	الصادرات النفطية		الصادرات غير النفطية		الصادرات الإجمالية	
	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%
2005	44.989	97.80	1.012	2.20	46.001	100
2006	53.433	97.80	1.180	2.20	54.613	100
2007	58.206	97.80	1.312	2.20	59.518	100
2008	79.298	97.50	1.940	2.50	81.238	100
2009	44.124	97.60	1.07	2.40	45.194	100
2010	55.527	97.32	1.526	2.67	57.053	100
2011	71.427	97.19	2.062	2.80	73.489	100
2012	69.804	97.13	2.062	2.86	71866	100
2013	63.752	96.67	2.165	3.32	65.917	100
2014	84.660	88.49	8.102	11.50	95.662	100

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على إحصائيات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (الموقع الإلكتروني 2015-06-07: <http://www.andi.dz> مستخرجة من تقرير المركز الوطني للإعلام الآلي والإحصاء (CNIS)).

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ (1): أن إجمالي الصادرات الجزائرية خلال الفترة 2005-2014 قد تضاعف، حيث انتقل من 46.001 مليار دولار عام 2005 إلى 95.662 مليار دولار عام 2014 أي بارتفاع قدره 207.95%، وهذه النتيجة تعطي أملا كبيرا بيد أنه سرعان ما يتلاشى إذا قمنا بتفحص مساهمة السلع في تركيبة هذا التطور إذ لا يزال قطاع المحروقات يستحوذ ويسيطر على أكثر من 97% من إجمالي الصادرات وهو ما يعني أنه المساهم الرئيسي في النمو الذي عرفته الصادرات، ويعكس بالمقابل الضعف الهيكلي والقصور البنوي للصادرات الجزائرية خارج المحروقات، وبالرجوع إلى البيانات الإحصائية نجد أن الصادرات الجزائرية تتكون أساسا من المحروقات بينما المنتجات من غير المحروقات لا تشكل إلا في حدود 2%، ومن حيث القيمة بلغت 166 مليون دولار عام 1986، و355 مليون دولار عام 1995، و2.165 مليار دولار عام 2013. وتعتبر سنة 1996 السنة التي وصلت فيها الصادرات خارج النفط نسبة 7.08% من إجمالي الصادرات الوطنية (784.79 مليون دولار)، وهذا بدرجة أساسية نتيجة تسديد الجزائر لجزء من ديونها تجاه روسيا كإضائع. وكما يلاحظ فإن قيمة الصادرات خارج المحروقات شهدت تطورا محسوسا منذ سنة 2000 إلى غاية 2014، ما عدا التراجع الذي عرفته عام 2003 (-0.8%) والذي يعود أساسا إلى التوتر الذي عرفته منطقة الشرق الأوسط مع غزو العراق أجبر العديد من المؤسسات الجزائرية المصدرة مثل Sonacome إلى وقف صادراتها هناك، وفي الإطار ذاته فإن انخفاض صادرات الجزائر خارج المحروقات لعام 2009، ناجم عن عدة عوامل بينها قرار منع تصدير النفايات غير الحديدية، فضلا عن حظر تصدير المواد الغذائية المستخرجة من المواد المدعمة، ناهيك عن انعكاسات الأزمة المالية العالمية، بينما سنة 2014 عرفت انخفاض في أسعار المحروقات مما جعل الجزائر تعيد النظر في الاعتماد عليه وتم التفكير في بدائل أخرى كالفلاحة¹.

ومنه نستنتج ضعف تنافسية الاقتصاد الوطني، حيث يصنف خبراء المنتدى الاقتصادي العالمي في تقاريره الخاصة بمؤشر التنافسية، الاقتصاد الجزائري ضمن الاقتصاديات التي تعاني من استفحال ظاهرة التبعية المطلقة للثروات الريعية الناضبة وتأثيرها السلبي على الميزان التجاري كمحصلة للإختلالات البنوية وتدهور شروط التبادل في الأسواق الدولية، وهذا مؤشر كاف على عدم تحمل اقتصادنا الوطني للصدمات الخارجية حيث يتأثر كثيرا بالتذبذبات الطارئة على أسعار المحروقات في البورصات العالمية من ناحية، وبالتقلبات الجارية على أسعار صرف العملات الصعبة (الدولار والأورو) من جهة أخرى.

وعلى الرغم كذلك من رغبة الحكومات المتعاقبة منذ عقدين في تحقيق عائدات خارج المحروقات بـ 3 مليار دولار إلا أن هذه القيمة بقيت بعيدة المنال بلغة الأرقام، حيث يبقى البترول والغاز الطبيعي يتصدران أهم مبيعات الجزائر نحو العالم الخارجي، وتبقى الصادرات خارج المحروقات مهمشة في حجم ضئيل، ولمعالجة وتناول هذه الجزئية التي تعتبر في غاية الأهمية، والتي تعتبر الصادرات دالة التنمية الاقتصادية (تطور الدخل الفردي، وتحسن مستوى المعيشة)، على غرار تسريع وتيرة النمو الاقتصادي (زيادة القيمة المضافة للإنتاج الوطني)

¹ سفيان بن عبد العزيز، دعم وتطوير القطاع الخاص كآلية لترقية التجارة الخارجية الجزائرية، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 61، جانفي 2013 ص 189.

2- الدول المتعاملة مع الجزائر والأداء الاقتصادي

ولدراسة النمط الجغرافي للتجارة الخارجية في شقه المتعلق بالتصدير يبين الجدول أسفله أهم الدول التي تستورد من الجزائر خارج المحروقات:
وحسب الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار وتحت عنوان استثمار في الجزائر مجموعة من المعطيات والأرقام التي تؤثر على مناخ الأعمال في الجزائر، وهي ممثلة في الجدول التالي:

جدول (2) يبرز مؤشرات الأداء الاقتصادي للجزائر عام 2013

المؤشرات	2013
	المقدار
الناتج الداخلي الخام	196 مليار دولار
معدل البطالة	9.8 %
الجباية البترولية	3678.1 مليار دج
معدل التضخم	3.26 %
المديونية الخارجية	3.39 مليار دولار
متوسط سعر صرف الدينار	79.38 دولار
الواردات	54.85 مليار دولار
الصادرات	65.91 مليار دولار

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (الموقع الإلكتروني 2015-06-13: <http://www.andi.dz>).

من الجدول يمكن القول أنه توجد فرص استثمارية حقيقية، حيث عند قراءة محتوى برنامج المخطط التنموي للخماسي 2010-2014 الذي يندرج ضمن ديناميكية إعادة الإعمار الوطني التي انطلقت ابتداءً بالمحاور الكبرى التالية:

- برنامج الإنعاش الاقتصادي 2001-2004: 6.9 مليار دولار؛
 - برنامج دعم النمو الاقتصادي 2005-2009: 150 مليار دولار؛
 - برنامج الاستثمار العمومي 2010-2014: 286 مليار دولار.
- من أجل ذلك قامت السلطات العمومية بوضع إستراتيجية لترقية الصادرات خارج المحروقات كضرورة ملحة للاندماج الديناميكي في الاقتصاد العالمي

ثانياً: القطاع الفلاحي الجزائري:

يشكل قطاع الفلاحة محركاً قوياً لتنمية الاقتصاد الوطني بفضل آثاره الحيوية الداخلية والخارجية لدفع القطاعات الأخرى، وتعتبر الفلاحة على أكثر من صعيد قطاعاً استراتيجياً، وحسب معطيات، يشغل هذا القطاع قرابة 25 % من إجمالي اليد العاملة، ويشارك بـ 10 % من الناتج الداخلي الخام، أما في مجال التصدير فيمثل منتج التمور ثاني أهم مصدر في صادرات الجزائر بعد النفط، ففي سنة 1995 بلغت مبيعات التمور: 80 مليون دولار وقد ارتفعت كمية إنتاجه من 201 طن سنة 1995 إلى 428 طن سنة 1999 .
ولقد بذلت الجزائر منذ الاستقلال جهوداً جبارة بهدف إصلاح الموروث الفلاحي الذي خلفه الاستعمار والمليء بالتناقضات الهيكلية، إلا أن السياسة المتبعة من طرف الدولة في هذا الإطار قد أسفرت في أغلبها عن تناقضات واختلالات أوجبت إجراء إصلاحات جديدة للمحافظة على

وحدة القطاع في ظل نظام تسيير تختاره وفقا لتطلعات السلطة وقد طبعت التحولات التي شهدتها القطاع تطورا متناقضا في الإنتاج الفلاحي ساهم في إقحام البلد أكثر فأكثر في السوق العالمية للتغذية وتتعدد أوجه الاختلافات التي يعانها القطاع الفلاحي من حيث طبيعة الأراضي التي يتكون منها وحجم ودرجة تطور الوسائل التي يستعملها... الخ، أهمها²:

1- **طبيعة الأراضي الفلاحية:** إن إجمالي المساحة الفلاحية في الجزائر لا تتجاوز 8 هكتار ولا تمثل سوى 3 % من مساحة الجزائر وتوزع كما يلي:

- 7,3 مليون هكتار أراضي صالحة للحرث وتتضمن الأراضي التي تزرع بالتناوب.
- 452.000 هكتار أراضي مخصصة للزراعات الدائمة وتمثل خاصة في الأشجار المثمرة.
- 47.000 هكتار تغطي مساحة زراعة الكروم.
- 36.000 هكتار تتمثل في المروج والمراعي الطبيعية.

وقد انخفض نصيب الفرد من الأرض الصالحة للزراعة من 0,29 هكتار سنة 1992 إلى 0,20 هكتار سنة 2000 وعلى سبيل المقارنة يقدر نصيب الفرد من الأراضي الصالحة للزراعة 0,55 هكتار في إسبانيا و0,50 هكتار في اليونان و0,42 هكتار في فرنسا.

2- **القطاع الفلاحي ومشكلة الري:** إن الجهود التي بذلتها الدولة في إطار بناء السدود وحفر الآبار أمر فرضته ظروف المناخ شبه القاري الذي تتميز به بلادنا، فمعدل التساقط والذي يعد ضعيفا نسبيا (200ملم/سنة) لا يكفي لسد احتياجات القطاع الفلاحي من المياه، كما أن عملية بناء السدود وحفر الآبار لم تلبي احتياجات الفلاحة، حيث أن نسبة المياه المعبأة سنة 1994 والمقدرة بـ 2.830 مليون م³ لم تكفي إلا لري 4,2 % من المساحة الكلية المزروعة، أما بالنسبة للمساحة المسقية سنويا فلم تشهد تطورا يذكر خلال سنوات التسعينات، حيث وصلت إلى 338.000 هكتار مقابل 326.400 هكتار خلال السبعينات، وهذا ما يوضح الاعتماد الكلي للفلاحة الوطنية على مياه الأمطار، وذلك ما يؤثر سلبا على مردودية القطاع خلال مواسم الجفاف ويعرضه إلى خسارة فادحة لا يمكنه تغطيتها، وهذا ما جعل اللجوء إلى القروض البنكية عملية دورية كل موسم.

3- **وضعية المكننة في القطاع الفلاحي:** شهدت مرحلة التسعينات تحسن ملحوظ في مستوى المكننة في القطاع الفلاحي حيث قدر معدل المكننة في هذا القطاع خلال الفترة (1990 - 2000):

- 1 جرار لكل 45 هكتار محروث.

- 1 آلة حاصدة لكل 306 هكتار.

وفي سنة 1999 كانت حظيرة العتاد الفلاحي تحتوي 92.400 جرار، 9.178 حاصدة و15.684 آلة بذر، إلا أن حظيرة العتاد الفلاحي تعتبر غير كافية مقارنة مع عدد المستثمرات التي بلغ عددها سنة 1999 أكثر من 1 مليون مستثمرة خاصة وعامة إضافة إلى المساحة الإجمالية المزروعة مما يظهر ضعف المكننة في القطاع.

4- **استعمال الأسمدة:** من السهل تغيير حالة الأرض بفضل الأسمدة المعدنية التي من شأنها تصحيح النقصان و زيادة خصوبة الأرض، إلا أن استهلاك الأسمدة من قبل القطاع الفلاحي الجزائري قد انخفض من 605.540 طن سنة 1986 إلى 178.000 طن سنة 1995 ويرجع

² بن سميحة دلال، سياسات التمويل المصرفي للقطاع الفلاحي في ظل الإصلاحات الاقتصادية -دراسة حالة الجزائر -، مداخلة في الملتقى الدولي حول سياسات التمويل وأثرها على الاقتصاديات والمؤسسات -دراسة حالة الجزائر والدول النامية-، 21-22 نوفمبر 2006، جامعة بسكرة، الجزائر.

هذا أساسا إلى ارتفاع أسعار الأسمدة الذي صاحب الإصلاحات الاقتصادية إثر تحرير الدولة للأسعار، حيث ارتفعت أسعار الأسمدة من 163 دينار للقطار سنة 1991 إلى 2.889 دينار للقطار سنة 1996.

*ومما لا شك فيه أن وجود مثل هذه التناقضات و العراقيل ستؤثر علي قدرة الفلاح علي التسديد و تؤدي إلي زيادة مديونية الوحدات الإنتاجية دون أن تقابلها زيادة في الإنتاج. إن العيوب الهيكلية التي يعاني منها القطاع الفلاحي إضافة إلي توجه البنوك الوطنية إلي استخدام المؤشرات المالية وعنصر المخاطرة في اختيار أنواع التمويلات التي يقوم بها يجعلنا نتساءل عن مستقبل هذا القطاع الأساسي بالنسبة للاقتصاد الوطني لاسيما أن بلادنا تتوفر علي مساحة لا بأس بها، خاصة في ظل التوجه نحو الانفتاح علي الأسواق الدولية، و المنافسة الشديدة من طرف المنتجات الأجنبية ذات النوعية و الأسعار التنافسية؟ماذا سيقدم القطاع الفلاحي كضمان للبنوك؟ و ما هي الصيغة المثلي لتمويل القطاع الفلاحي؟! إن إنشاء صندوق التعاون الفلاحي و الذي كلف خلال السنوات الأخيرة بتمويل القطاع الفلاحي عوضا عن بنك الفلاحة و التنمية الريفية لن يعفي هذا القطاع من تسديد ديونه المقترضة الجديدة أو من تقديم الضمانات الكافية قبل استلام القروض، كما أن الدولة لن تستمر في تغطية الديون الفلاحية إلي الأبد لاسيما إن هذه المساعدات قد كلفتها الكثير بعد انخفاض كميات الإنتاج و تهرب الفلاحين من تحمل مسؤولياتهم أمام البنوك، و لهذا فإننا نري أن الاعتماد الإيجاري يعتبر أكثر أنواع القروض ملائمة لاحتياجات القطاع الفلاحي الوطني من التمويلات الاستثمارية ذلك كونه يعطي فرصة للقطاع الفلاحي لبناء قاعدة صلبة بتوفير العتاد الفلاحي اللازم إضافة إلي توسيع المساحات المزروعة، كما انه يوفر للبنك الضمانات الكافية بعدم تعرضه لخطر عدم التسديد، و يعتبر أحد صيغ التمويل الإسلامي³

ثالثا: سياسة السياحة التي اعتمدت عليها الجزائر

- تعريف السياحة

هناك العديد من التعاريف، تناولت موضوع السياحة، وبوصفه نشاطا، أو صناعة، بيان بعضها كما يلي:

* يعرف مؤسس البحث السياحي، الباحث هونزكيز السياحة بأنها: مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب على سفر، وعلى إقامة مؤقتة لشخص خارج مكان إقامته الاعتيادية، طالما أن هذه الإقامة المؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة، وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحا لهذا الأجنبي.

1-تأثير السياحة على النواحي الاقتصادية

تعتمد العديد من الدول في اقتصادياتها على السياحة لما لها من مزايا اقتصادية تساهم في رفع مستوى المعيشة وزيادة الرخاء في الدول سواء كانت صناعية أو نامية ومن مزاياها نذكر⁵:

³ بن سميحة دلال، مرجع سبق ذكره.

⁵ دولي سعاد، نحو صناعة سياحية في إطار رؤية تنموية مستدامة ومسؤولة، مداخلة في الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، 14-15 فيفري 2011، المركز الجامعي، بشار، الجزائر.

- زيادة الدخل بالعملات الصعبة نتيجة بيع الخدمات السياحية؛
- مساعدة السياحة في زيادة النشاط الاقتصادي نتيجة الزيادة المترتبة على السياحة في الدخل للأسر والأفراد؛
- تشكل السياحة قطاعا تصديريا، يحضر المستهلك إليه دون الحاجة إلى العمليات التجارية الدولية؛
- تمثل السياحة جزءا من المعاملات غير المنظورة في الميزان التجاري؛
- تعمل السياحة على زيادة التنمية في المناطق التي لم تستغل سياحيا، فتتجه السياحة إلى المناطق ذات الخصائص الطبيعية، والمناخية الفريدة، والتي غالبا ما تكون محرومة من العمران؛
- تعمل السياحة على زيادة الإنتاج، والاستهلاك على حد سواء؛ وبهذا تميل الأسعار إلى الارتفاع، نتيجة ارتفاع مستوى المعيشة، وزيادة الطلب على أنواع من الخدمات والسلع؛
- تساهم السياحة في زيادة فرص الاستثمار الوطني، والأجنبي؛
- تساهم السياحة في توفير فرص عمل؛
- تنشيط السياحة قطاع النقل.

2- إستراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر أفاق 2025

فمن الإستراتيجية السياحية لأفاق 2013، قد بدأت الوزارة الوصية على قطاع السياحة خلال سنة 2000، في إعداد إستراتيجية من أجل تطوير قطاع السياحة في أفاق 2010، وخلصت إلى صياغتها النهائية سنة 2011 تحت عنوان: "مخطط أعمال للتنمية المستدامة للسياحة في الجزائر أفاق 2010"، وأدخلت تعديلات عليه فأصبح مشروعا جديدا في أفاق 2013. ومن أهداف هذا البرنامج تثمين الطاقات الطبيعية والثقافية والدينية والحضارية، وتحسين نوعية الخدمات السياحية، وكذا إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية، والمساهمة في التنمية المحلية، والمحافظة على البيئة و الفضاءات الحسنة لتوسع السياحة البيئية. هذا، بالإضافة إلى تلبية حاجات الطلب الوطني المتزايد باستمرار، قصد تقليص عدد المتوجهين إلى الخارج لقضاء العطل، وكذا زيادة التدفقات السياحية، فالتدفقات السياحية خلال الفترة 2008 و 2013 تم الحصول عليها بتطبيق نسبة نمو متوسط التدفقات عند بداية العشرية 10%، أعيد تعديلها سنويا بنصف نقطة 0.5 % ابتداء من سنة 2008، وبناء على التقديرات السابقة والاستقرار المرحلي لدخول السياح الأجانب، فإن عدد السياح المرتقبين في 2013 سيقارب 3.100.000 سائح، منهم 1900.000 سائح أجنبي.

و قد اهتم هذا المخطط برفع طاقات الإيواء عبر المرحلة الممتدة ما بين 2004 و 2007، والمرحلة ما بين 2008 و 2013 كما يلي⁷:

2-1- المرحلة ما بين 2004-2007:

أنجاز فيها حوالي 55000 سرير، بطاقة سنوية تصل إلى حدود 13750 سرير تدخل حيز الاستغلال، وتم تسجيل 387 مشروع في طور الانجاز، إذ بلغت نسبة الإنجاز بحوالي 75 %، وبطاقة إيواء تقديرية في حدود 38000 سرير

⁷ عيد القادر عوينان، الواقع السياحي في الجزائر وأفاق النهوض به في مطلع 2025، مداخلة في الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر واقع وأفاق، 11-12 ماي 2010، المركز الجامعي البويرة، الجزائر.

2-2- المرحلة ما بين 2008-2013:

تم تسجيل طاقة إيواء ستكون أكثر من 60000 سرير، المتوسط سنوي قدره 10000 سرير، ومنه إضافة إلى 72000 سرير التي تم إحصاءها في نهاية 2002، والطاقت التي تم توقعها للمرحلة 2004-2017 هي 55000 سرير، والمرحلة الممتدة بين 2008 و 2013 هي 60000 سرير، أي بمجموع كلي قدره 187000 سرير في آفاق 2013.

وفيما يخص الاستثمار السياحي في المرحلة ما بين 2004 و 2013 سيصل إلى نحو 232.5 مليون دينار جزائري، وأهم إجراءات دعم الاستثمار السياحي آفاق 2013 تتمثل فيما يلي⁸:

أ- **التهيئة والتحكم في القطاع السياحي:** يتم تهيئة والتحكم في العقار السياحي من خلال مواصلة ودعم الأعمال التي تم إنجازها خلال الفترة 2002 و 2003، والتي تمثلت في الانجازات التالي:

- استحداث القطاع لنصوص قانونية متعلقة بالتنمية المستدامة، كالقانون رقم 01/03 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، الذي صدر في 17 فيفري 2003.

- المساهمة في التنمية والتوازن الجهوي والمحافظة على البيئة، وتنويع العرض السياحي، والعمل على رفع الإيرادات السياحية.

ب- **قانون متعلق باستغلال الشواطئ:** ويهدف إلى تثمين وحماية الشواطئ للاستفادة منها، وتوفير شروط تنمية منسجمة ومتوازنة، مع تحديد نظام تسليية مدمج ومنسجم مع النشاطات السياحية الشاطئية.

ت- **قانون متعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية:** جاء القانون رقم 03-03 المؤرخ في 19/02/2003، والمتعلق باستغلال الشواطئ بما يلي⁹:

- مناطق التوسع السياحي، وهي كل منطقة أو امتداد من الإقليم يتمتع بصفات أو خصائص طبيعية، وثقافية، وبشرية، وإبداعية، مناسبة للسياحة مؤهلة لإقامة أو تنمية منشأة سياحية، يمكن استغلالها في تنشيط أو جعل السياحة ذات المردودية أكثر.

- الموقع السياحي، فكل موقع أو منظر يتميز بجاذبية سياحية، بمظهره الخلاب أو بما يحتوي عليه من عجائب أو خصائص طبيعية، أو بنايات مشيدة عليه.

- منطقة محمية، وهي جزء من منطقة التوسع السياحي أو موقع سياحي.

وفي آفاق 2025، تخطط الوزارة الوصية إلى استقبال 11 مليون سائح، وهذا ما يتطلب

استراتيجية حكيمة من أجل جعل الجزائر مقصد سياحي من الدرجة الأولى، إن اختيار هذه الفترة الزمنية لم تحدد عفويًا بل لا بد من أخذ الوقت الكافي، من أجل تشجيع الشراكة مع ذوي الخبرات الواسعة في الجزائر وعبر العالم، والدين يريدون الاستثمار في الجزائر في ميدان السياحة، بفضل ما جاءت به الترتيبات القانونية من آليات وبرامج جد مغرية معمول بها حاليًا في بلادنا.

3- بعض معوقات القطاع السياحي في الجزائر:

ما يؤخذ على نمط التشغيل في هذا القطاع هو ارتفاع عدد العاملين على مستوى الإدارات، في حين أن معايير التشغيل في هذا القطاع تشير إلى عدم تجاوز هذه النسبة 7% في المجال الإداري من مجموع المشتغلين به.

⁸ عيد القادر عوينان ، مرجع سبق ذكره.

⁹ المرجع السابق.

كما يعاني القطاع السياحي في الجزائر من نقص التأهيل في أوساط العاملين في هذا القطاع، إذ لا يتوفر معظم المستخدمين على حد أدنى من التأهيل، الأمر الذي يساعد على تدهور نوعية الخدمات السياحية. وحسب دراسة أعدتها المنظمة العالمية للسياحة فإن نسبة العمالة غير المؤهلة تقدر بـ66% من مجموع المشتغلين في هذا القطاع في الجزائر، في حين أن المقاييس الدولية المطبقة في قطاع السياحة تتيح فقط ما نسبته 20% لهذا الصنف من العمالة، نظرا لما لهذا النشاط من حساسية لارتباط خدماته بالعنصر البشري أكثر من غيرها من العناصر الأخرى.

فانخفاض مستوى التأهيل والتكوين في أوساط العاملين بالقطاع السياحي في الجزائر يعود أساس إلى أن جهاز التكوين غير مكيف مع حاجات هذا القطاع سواء من حيث العدد أو من حيث النوع.

وفي إطار تكوين وتأهيل الموارد البشرية لما لها من دور في تسيير المؤسسات السياحية الفندقية وتحسين نوعية الخدمات في القطاع السياحي في الجزائر تضمنت إستراتيجية التنمية المستدامة لتطوير السياحة موضوع التكوين في تخصصات مختلفة ومتفاوتة المستويات، بدءا من تقني سامي إلى تقني عال وأخيرا شهادة ليسانس في الفندقة والسياحة، وذلك من خلال تدعيم الطاقة البيداغوجية للبلاد الموجودة، إضافة إلى إدخال شعبة الاقتصاد السياحي على مستوى الجامعات.

ويظل مستقبل التشغيل السياحي في الجزائر مرهونا بمدى تطور مكانة قطاع السياحة في السياسة الاقتصادية للدولة، وبوزن الاستثمار الخاص في هذا المجال وما يحمله ذلك من فرص عمل في مختلف التخصصات العلمية والمهنية المرتبطة بالسياحة.¹⁰

رابعاً: تشخيص التنمية المستدامة في الجزائر

يرى كثير من الخبراء والمحللين المتخصصين في الشأن الجزائري، مسألة قصور التنمية المستدامة في الجزائر إلى ضعف ديناميكية الاقتصاد

1- مفهوم التنمية المستدامة :

هي عملية يتناغم فيها استغلال الموارد وتوجيهات الاستثمار ومناحي التنمية التكنولوجية وتغيير المؤسسات على نحو يعزز كلا من إمكانات الحاضر والمستقبل للوفاء بحاجيات الإنسان وتطلعاته.

كما تعرف أيضا بأنها التنمية الحقيقية ذات القدرة على الاستمرار و التواصل من منظور استخدامها للموارد الطبيعية والتي يمكن أن تحدث من خلال إستراتيجية تتخذ التوازن البيئي كمحور ضابط لها لذلك التوازن الذي يمكن أن يتحقق من خلال الإطار الاجتماعي البيئي والذي يهدف إلى رفع معيشة الأفراد من خلال النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تحافظ على تكامل الإطار البيئي

– تعريف اللجنة العالمية للتنمية المستدامة في التقرير المعنون بمستقبلنا المشترك والتنمية المستدامة" حسب تعريف وضعته هذه اللجنة عام 1987 هي تلبية احتياجات الحاضر دون أن تؤدي إلى تدمير قدرة الأجيال المقبلة على تلبية إحتياجاتها الخاصة.¹¹

¹⁰ شابي حليلة ، دور التنوع الاقتصادي من خلال الصناعة السياحية في الجزائر لتحقيق التنمية والتقليص من البطالة، مداخلة في الملتقى الوطني إستراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، 15-16 نوفمبر 2011، جامعة المسيلة ، الجزائر.

2- تحديات التنمية المستدامة في الجزائر

أدركت الجزائر على غرار باقي دول العالم أهمية إقامة توازن بين واجبات حماية البيئة و متطلبات التنمية من خلال الإدارة الحكيمة للموارد، و لتجسيد هذا الهدف اتخذت إجراءات و سياسات من شأنها تحسين الأوضاع المعيشية و الاقتصادية و الاجتماعية و الصحية للمواطن لكنها اصطدمت بمعوقات حالت دونها تحقيق الهدف المنشود ومن بين المعوقات نجد¹²:

- **مشكل التصحر**: يعد التصحر مشكلة رئيسية تؤثر في مستقبل الزراعة بالجزائر، فهناك الكثير من مساحات الأراضي المعرضة إلى هذا الخطر.

- **مشكلة التوسع العمراني على حساب الأراضي الزراعية**: هناك مساحات هائلة يتم تحويلها إلى مباني، مع فقدان كميات كبيرة من الغابات بفعل الحرائق و الطفيليات و لقد انخفض نصيب الفرد من الأراضي الزراعية، من 1.1 هكتار في عام 1962 م إلى 0.35 هكتار في عام 1980 م، و يتوقع أن يقل عن 0.15 هكتار مع منتصف القرن الحالي.

- **تلوث البيئة**: تقام مشكل التلوث في الجزائر بشكل مقلق، ونظرا للنمو السكاني المتزايد، إذ ينمو السكان بشكل لا يمكن للموارد البيئية المتوفرة أن تتحملها، فضلا عما تولده من ضغوط في مجالات السكن، والعناية الصحية، الطاقة و المياه، والخدمات وغيرها من المتطلبات الأساسية. فلقد تضاعف عدد السكان في الجزائر أكثر من 5 مرات ما بين عامي 1962 م – 2002 م من 6 مليون إلى أكثر من 30.6 مليون نسمة بمعدل زيادة يفوق 0.3 % سنويا، حيث يتوقع أن يصل حوالي 42 مليون نسمة مع حلول عام 2020 م.

- **تلوث الهواء**: تشكل السيارات خاصة القديمة منها أهم ملوث للبيئة في المدن الكبرى، ففي الجزائر هناك نسبة عالية من السيارات المفترض إبعادها عن الاستعمال، إضافة إلى الحجم الهائل للنفايات الطبية التي يتم حرقها بطريقة غير سليمة و غير صحية لتقليل التكلفة و التهرب من دفع الضرائب، و يقدر حجمها بحوالي 124 ألف طن سنويا، منها 22 طن فضلات متعفنة شديدة الخطورة على الصحة، و 29 ألف طن فضلات سامة.

- **تلوث المياه**: يجمع علماء البيئة على المستوى العالمي أن الألفية الثالثة هي ألفية الذهب الأبيض (الماء الصالح للشرب)، هذا نظرا لتوقع نقص في عرض هذا الأخير مقابل الزيادة في الطلب العالمي عليه، ومن أهم عوامل تلوث المياه قصور خدمات الصرف الصحي و التخلص من مخلفاته، التخلص من مخلفات الصناعة بدون معالجتها، وإن عولجت فيتم ذلك بشكل جزئي، وتسرب المواد الكيميائية والمبيدات الحشرية في الأرض وتلويث المياه الجوفية. وتبين دراسة حديثة قامت بها الوكالة الوطنية للموارد المائية في الجزائر، عن نوعية المياه المستهلكة أن 40 % منها ذات نوعية جيدة، و 45 % ذات نوعية مرضية بينما 15 % ذات نوعية رديئة. و فيما يخص الحد من مشكل نقص المياه على مستوى الجزائر العاصمة و بعض المدن الساحلية الكبرى، لجأت الحكومة إلى إنشاء محطات تحلية مياه البحر والتي كلفت حوالي 25 مليون دولار أمريكي، تصل قدرتها إلى 200 ألف متر مكعب يوميا.

¹¹ بوزيان الرحماني هاجر وبكدي فطيمة، التنمية المستدامة في الجزائر بين حتمية التطور وواقع التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر.

¹² المرجع السابق.

3- جهود الجزائر في مجال التنمية المستدامة:

ومن أبرز الجهود نجد¹³ :

- خلال السنوات الخمس الأخيرة، وضعت الجزائر آليات مؤسسية وقانونية ومالية وداخلية لضمان إدماج البيئة والتنمية في عملية اتخاذ القرار، منها على الخصوص كتابة الدولة للبيئة ومديرية عامة تتمتع بالاستقلال المالي والسلطة العامة، والمجلس الأعلى للبيئة والتنمية المستدامة وهو جهاز للتشاور المتعدد القطاعات ويرأسه رئيس الحكومة، والمجلس الاقتصادي والاجتماعي الوطني، وهو مؤسسة ذات صبغة استشارية .

-وقد تم إنجاز العديد من الأعمال المهمة في إطار مجهودات التنمية خلال السنوات الأخيرة والتي تدخل ضمن تطبيق جدول أعمال القرن 21، أعطت نتائج جديرة بالاعتبار في العديد من الميادين، منها على الخصوص محاربة الفقر، السيطرة على التحولات الديموغرافية، والحماية والارتقاء بالوقاية الصحية وتحسين المستوطنات البشرية والإدماج في عملية اتخاذ القرار المتعلقة بالبيئة، وقد لوحظ مع ذلك، أن معوقات كبيرة منها على الخصوص صعوبات تمويلية ومشاكل ذات صلة بالتمكين من التكنولوجيا وغياب أنظمة الإعلام الناجعة، قد أدت إلى الحد من مجهودات الجزائر من أجل تطبيق جدول أعمال القرن 21.

رابعاً: خلاصة ونتائج

تتوفر الجزائر على إمكانيات لا بأس بها، سواء كانت طبيعية أو بشرية، أو حتى مادية في الظروف الراهنة، إلا أن عدم التركيز على هذه القطاعات والاهتمام بها، جعلها قطاعات هامشية، هذه الإمكانيات كان قد اعترف بها حتى المستعمر آنذاك، واهتم بها وشجع على الاستثمار فيها، وبالتالي الشيء الذي يقال عن القطاع السياحي والفلاحي في الجزائر، أنه يشكوا التهميش من القانمين عليه، خاصة وأن الظروف الراهنة ملائمة جداً، وهذا ما نتمناه في مطلع سنة 2025.

وبالتالي، ما تم التوصل إليه من خلال هذه المداخلة ما يلي:

- 1- ورصد عدة أسباب لهذه الأزمة، أهمها "انتشار الفساد في المنظومتين الإدارية والمالية ، إلى جانب تهريب العملة الأجنبية عن طريق تضخيم فواتير الاستيراد."
- 2- 60% من الميزانية خصصت للبنى التحتية، ولم يتم توجيه الاهتمام نحو المؤسسة التي تنشأ الثروة، وإطلاق مسار الخوصصة لتشجيع الخواص وإعداد حصيلة على المشاريع من أجل تخفيض التكاليف لأن المشاريع الموجودة تزيد كلفتها بـ 15 بالمائة عن المعايير الدولية.
- 3- ارتفاع الدولار ينعكس إيجاباً على الجزائر فيما يتعلق باحتياجات الصرف التي تخزن معظمها بالعملة الأمريكية وكذا بالنسبة إلى الجباية عن البترول ولكن سيؤدي إلى ارتفاع أسعار المواد المستوردة تتقدمها السيارات والأدوية والغذاء، على اعتبار أن الجزائر تستورد 60% باليورو، و40% بالدولار.
- 4- ضرورة التركيز على استهلاك المنتجات المحلية للحد من فاتورة الاستيراد، والتي ناهزت قيمتها العام الماضي ستين مليار دولار.
- 5- تتوفر الجزائر على إمكانيات طبيعية هائلة، يمكن أن تجعل من الفلاحة في الجزائر بديلاً حقيقياً للبترول.

¹³ اسيا قاسيمي ، التنمية المستدامة بين الحق في استغلال الموارد الطبيعية والمسؤولية عن حماية البيئة مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية ، مداخلة في الملتقى الدولي حول السياسات والتجارب التنموية بالمجال العربي والمتوسطي التحديتات ، التوجهات ، الافاق، 26-27- افريل 2012، باجة ، تونس.

6- مرحلة التسعينات أو مرحلة اللأمن في الجزائر، قضت على الأمل التي كانت قائمة للنهوض بالقطاع الفلاحي، لما أصاب الجزائر من عزلة، وعزوف السائحين الأجانب للدخول إلى الجزائر.

7- التركيز على القطاعات المرافقة لقطاع السياحة من مطاعم وفنادق

المراجع

1. سفيان بن عبد العزيز، دعم وتطوير القطاع الخاص كآلية لترقية التجارة الخارجية الجزائرية ، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد61، جانفي 2013
2. بن سمينة دلال، سياسات التمويل المصرفي للقطاع الفلاحي في ظل الإصلاحات الاقتصادية – دراسة حالة الجزائر -، مداخلة في الملتقى الدولي حول سياسات التمويل وأثرها على الاقتصاديات والمؤسسات –دراسة حالة الجزائر والدول النامية-،21-22 نوفمبر 2006، جامعة بسكرة، الجزائر.
3. دولي سعاد ، نحو صناعة سياحية في إطار رؤية تنموية مستدامة ومسؤولة، مداخلة في الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية،14-15 فيفري 2011، المركز الجامعي، بشار ، الجزائر.
4. عبد القادر عوينان ، الواقع السياحي في الجزائر وأفاق النهوض به في مطلع 2025 ،مداخلة في الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر واقع وأفاق ،11-12 ماي 2010، المركز الجامعي البويرة ، الجزائر.
5. شابي حليلة ، دور التنوع الاقتصادي من خلال الصناعة السياحية في الجزائر لتحقيق التنمية والتقليص من البطالة، مداخلة في الملتقى الوطني إستراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة ،15-16 نوفمبر 2011، جامعة المسيلة ، الجزائر.
6. إحصائيات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (الموقع الإلكتروني 07-06-2015: <http://www.andi.dz> مستخرجة من تقرير المركز الوطني للإعلام الآلي والإحصاء (CNIS) .
7. بوزيان الرحمانى هاجر وبكدي فطيمة،التنمية المستدامة في الجزائر بين حتمية التطور وواقع التسيير،جامعة بسكرة، الجزائر
8. اسيا فاسيمي ، التنمية المستدامة بين الحق في استغلال الموارد الطبيعية والمسؤولية عن حماية البيئة مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية ، مداخلة في الملتقى الدولي حول السياسات والتجارب التنموية بالمجال العربي والمتوسطي التحديات ، التوجهات ، الافاق،26-27 افريل 2012، باجة ، تونس.

دور استراتيجية تدريب الموارد البشرية في الإبداع من وجهة نظر المتدربين دراسة حالة المؤسسات الخدمية في محافظة الخليل

د. ناصر (محمد سعود) جرادات

د. عمر الصليبي

د. زياد قباجه

أ. هبة ابو عروز

أ. محمد رباع

جامعة القدس - فلسطين

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور استراتيجية تدريب الموارد البشرية في الإبداع من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدمية في محافظة الخليل، وتكون مجتمع الدراسة من موظفي المؤسسات الخدمية في المحافظة وقد بلغ عددهم 1921 موظفاً وموظفةً. استخدم الباحثون العينة العشوائية البسيطة، وكان عدد أفراد العينة (96) متدرب ومتدربة. أي بنسبة (5%) من مجتمع الدراسة، وتم استخدام المنهج الوصفي في هذه الدراسة، وكانت أبرز نتائج هذه الدراسة أن دور استراتيجية تدريب الموارد البشرية في التوجه الإبداعي من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدمية مرتفعاً وأن استراتيجية التدريب تمارس بشكل مرتفع، وهناك توجه إبداعي. وقد أوصى الباحثون بضرورة تبني المؤسسات المجتمعية الأخرى لاستراتيجيات تدريبية. وضرورة ربط استراتيجية التدريب بالتوجه نحو الإبداع.

.Abstract

This study aimed to identify the role of human resources training strategy in creativity from the perspective of the trainees in the service-institutions in the city of Hebron, the study population consisted of the employees of the service institutions in Hebron which reached 1921 employee. The researcher used the simple random sample, the number of the sample was 96 trainees, which was 5% of the study population the researcher used the descriptive method in this study.

The most significant results of this study are that the role of human resources training strategy in the creative approach from the standpoint of the trainees in the service- institutions is very important the effect of the training strategy in the service- institutions in Hebron is significant, and that creativity in the service- institutions is high. so the researchers recommended that the adoption of other community institutions for training strategies as well as the need to link training strategy towards innovation , and the need to build other strategies such as Motivation strategy for strengthening creativity.

المقدمة:

إن التقدم العلمي والتغيرات السريعة التي يشهدها العالم اليوم يفرض على المنظمات سواء كانت عالمية أو محلية أن تتبنى المفاهيم الإدارية الحديثة في الإدارة إذا أرادت تحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية ولضمان استمراريتها يجب الاهتمام بالعنصر البشري باعتباره من أهم عناصر العمل والإنتاج لأنه المسئول الأول عن عملية البناء والإعمار في المنظمات بصورة عامة، وفي منظمات الخدمات بصورة خاصة باعتباره مصدراً للإبداع والرقي والنمو.

تتجه الإدارة العلمية الحديثة وخاصة في عصرنا هذا الذي تسوده مفاهيم العولمة وآلياتها إلى البحث عن التمييز والابداع على اعتبار انها من اهم أدوات النجاح ومقوماته وبالفعل ان العمل الذي يركز على الابداع يلاقى استجابات تعود بالنفع على المنظمات والافراد العاملين وانطلاقاً من أهمية مفهوم الابداع فلا بد لنا من ان نتحدث عن أساسه المتمثل في الموارد البشرية وهي المحور الأساسي لعملية الابداع .

أما التدريب الذي يسعى إلى إكساب الموارد البشرية مهارات جديدة في ضوء تقييم أدائها ، يعمل على معالجة جوانب الضعف في هذا الأداء وتدعيم وتقوية جوانب القوة فيه، بقصد تطوير وتحسين أداء هذه الموارد وتمكينها مما هو مطلوب منها من مهام في الوقت الحاضر. لذلك جاءت هذه الدراسة لتكشف النقاب عن دور استراتيجية تدريب الموارد البشرية في الإبداع من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدمتية في محافظة الخليل.

مشكلة الدراسة:

نظراً لأهمية الإبداع وخلق المستجدات والتي بدورها تعمل على التميز والاستدامة والتي لا يمكن التوصل إليها إلا عن طريق البرامج التدريبية مما ينعكس على أداء العاملين في إظهار مهارات الإبداع لديهم، لكون هذه البرامج التدريبية تعقد من أجل تطوير أدائهم كما أنه يتم صرف مبالغ طائلة عليها من أجل تطوير ورفع كفاءة المتدربين وخصوصاً أن من يقوم بهذه البرامج هم المتخصصون، حيث أنهم يعرضون قدرات وخبرات وتجارب تم التحقق منها، وبعد ذلك يقومون بتدريب المتدربين عليها، وكون الباحثون خضعوا لبرامج تدريبية متعددة ولحظوا أن هناك تحسن في قدراتهم وادائهم بعد انتهاء التدريب في عدة مجالات، لذلك فإن هذه الدراسة تسعى إلى الإجابة على السؤال الرئيس الآتي: ما دور استراتيجية تدريب الموارد البشرية في الإبداع من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدمتية في محافظة الخليل؟ وينبثق عن هذا السؤال التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما هو واقع استراتيجية التدريب في المؤسسات الخدمتية في محافظة الخليل؟
2. ما واقع التوجه الإبداعي في المؤسسات الخدمتية في محافظة الخليل ؟
3. هل هناك فروق معنوية في واقع استراتيجية التدريب في المؤسسات الخدمتية تعزى إلى متغير (الجنس، المؤهل العلمي، الموقع الوظيفي، العمر) من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدمتية في محافظة الخليل؟
4. هل هناك فروق معنوية في مستويات الإبداع تعزى إلى متغير (الجنس، المؤهل العلمي، الموقع الوظيفي، العمر) من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدمتية في محافظة الخليل؟
5. ما العلاقة بين استراتيجية التدريب في المؤسسات الخدمتية والإبداع من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدمتية في محافظة الخليل؟

فرضيات الدراسة:

وللتعرف على تأثير خصائص المتدربين (الجنس، المؤهل العلمي، الموقع الوظيفي، العمر) في محافظة الخليل نحو استجابتهم لدور استراتيجية تدريب الموارد البشرية في الإبداع من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدمائية في محافظة الخليل. استخدم الباحثون الفرضيات الصفرية التالية:

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين متوسطات الاستجابات حول استراتيجية تدريب الموارد البشرية في مدينة الخليل تعزى إلى متغير (الجنس، المؤهل العلمي، الموقع الوظيفي، العمر).
2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين متوسطات الاستجابات حول التوجه الإبداعي في محافظة الخليل تعزى إلى متغير (الجنس، المؤهل العلمي، الموقع الوظيفي، العمر).
3. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين متوسطات الاستجابات حول استراتيجية تدريب الموارد البشرية والتوجه الإبداعي في المؤسسات الخدمائية في محافظة الخليل.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تناولته وهو دور استراتيجية تدريب الموارد البشرية في الإبداع من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدمائية في محافظة الخليل، وفي اعتمادها المنهج العلمي للدراسة وإضافة مادة علمية إلى الأدب الإداري حيث تظهر هذه الدراسة مفهوم استراتيجية تدريب الموارد البشرية وأهميتها وخطواتها ومعوقاتها بالاستناد إلى الأدب التربوي، كما أنها تعتبر مرجعاً علمياً لموضوع الإبداع وأهميته ومعوقاته. ومن الممكن الاستفادة من نتائج هذه الدراسة من خلال الخروج بنتائج تظهر دور استراتيجية تدريب الموارد البشرية على الإبداع، كما ويمكن الاستفادة من نتائجها للوصول إلى توصيات ومقترحات من شأنها أن تكون بمثابة الدليل العملي للتدريب وتنمية الإبداع لدى المؤسسات المجتمعية المختلفة.

ان هذه الدراسة لربما تفتح افاقاً لدراسات وأبحاث مختلفة أخرى . تعتبر هذه الدراسة الاولى حسب علم الباحثون التي تربط بين استراتيجية التدريب ودورها في الإبداع من وجهة نظر المتدربين حيث ان اغلب الدراسات تحدثت عن التدريب والمدربين، كما قد تساهم هذه الدراسة في الارتقاء بإبداع العنصر البشري عن طريق استراتيجية التدريب باستخدام البرامج التدريبية المناسبة من وجهة نظر المتدربين.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على:

1. واقع استراتيجية التدريب في المؤسسات الخدمائية في محافظة الخليل.
2. التعرف على الفروق المعنوية في استراتيجية تدريب الموارد البشرية في مدينة الخليل تبعاً للمتغيرات الديمغرافية التالية (الجنس، المؤهل العلمي، الموقع الوظيفي، العمر).
3. التعرف على واقع التوجه الإبداعي في المؤسسات الخدمائية في محافظة الخليل
4. التعرف على الفروق المعنوية في واقع التوجه الإبداعي في المؤسسات الخدمائية في محافظة الخليل تبعاً للمتغيرات الديمغرافية التالية (الجنس، المؤهل العلمي، الموقع الوظيفي، العمر).
5. العلاقة بين استراتيجية التدريب في المؤسسات الخدمائية والإبداع من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدمائية في محافظة الخليل.

حدود الدراسة:

الحدود البشرية: المتدربين في المؤسسات الخدمائية الذين تم تدريبهم ما قبل عام 2016م.
الحدود الزمانية: أجريت الدراسة في الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 2015/2016م في جامعة القدس.

الحدود المكانية: المؤسسات الخدمائية في محافظة الخليل.

الحدود المفاهيمية: تتحدد هذه الدراسة من خلال المفاهيم والمصطلحات الواردة فيها.

مصطلحات الدراسة الإجرائية:

التدريب: هو العملية المخططة لتغيير الاتجاهات السلوكية وإكسابهم المعارف والمهارات من خلال الخبرة التعليمية لبلوغ أداء فعال في نشاط أو مجال معين وتطوير قدرات الموظف وتحقيق احتياجات المنظمة الحالية والمستقبلية من القوى العاملة. (الشرعة والطراونة، 2008).
استراتيجية التدريب: مجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى تصميم وتنفيذ ورقابة وتقييم مجموعة من الممارسات والسياسات المتعلقة بتدريب الموارد البشرية المتجانسة داخليا بالطريقة التي من خلالها تحقق رأس مال بشري يساهم في تحقيق أهداف المنظمة الاستراتيجية.
1

وقد قام الباحثون بإعداد أداة خصيصاً لهذه الدراسة (الاستبانة) لمعرفة دور استراتيجية تدريب الموارد البشرية في الإبداع من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدمائية في محافظة الخليل وقد عرف الباحثون استراتيجية تدريب الموارد البشرية: بأنها مجموعة من الأنشطة والممارسات تهدف إلى إكساب المهارات التي يتم تدريب الموارد البشرية عليها من أجل تحقيق أهداف يتم تحديدها مسبقاً.

صياغة استراتيجية التدريب: هو وضع وتحديد غايات المنظمة أو المؤسسة وأهدافها الرئيسية وذلك في ضوء الرؤية المستقبلية الشاملة، ووضوح وتحديد رسالة المؤسسة وتوجيه البحث لتحديد وتحليل العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة مع تقليل المخاطر.² **التحليل البيئي للتدريب:** فهم البيئة الداخلية للمنظمة، ومتطلباتها ومتغيراتها الأساسية والمؤثرة؛ فضلاً عن فهمها للبيئة الخارجية المحيطة بالمنظمة، والإحاطة بجميع متغيراتها، وقوانينها، واتجاهاتها المؤثرة أو التي قد تؤثر في أعمال المنظمة ونشاطاتها.³

تنفيذ استراتيجية التدريب: عملية وضع السياسات والخطط التي تم صياغتها في المرحلة السابقة في التنفيذ من خلال البرامج التنفيذية والموازنات المالية المرتبطة بها والإجراءات ذات الطابع التنفيذي.⁴

رقابة استراتيجية التدريب: هي تقييم أداء المؤسسة وإحكام الرقابة على نشاطاتها المختلفة ذات العلاقة بالخطط الاستراتيجية.⁵

تقويم استراتيجية التدريب: هو التأكد من أن الأهداف تنجز حسبما خطط لها أي أن النتائج تساوي الأهداف واتخاذ الإجراءات التصحيحية تتضمن التغذية الراجعة للعودة إلى مرحلتها

¹ الشرعة، عطا، الطراونة، تحسين. (2008). استراتيجية التدريب وأثرها على أداء العاملين في الشركات المساهمة العامة الصناعية الأردنية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية.

² - عبدالمعطي، عساف. (2000). التدريب وتنمية الموارد البشرية: الأسس والعمليات، دار زهران، عمان.

³ - عقيلي، عمر. (2005). إدارة الموارد البشرية المعاصرة بعد استراتيجي، ط1، دار وائل للنشر، عمان، الأردن

⁴ صيام، صفا. (2010). سمات الشخصية وعلاقتها بالتوافق النفسي لدى المسنين في محافظة غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة.

⁵ الضمور، هاني والقطامين، أحمد. (2005). الإدارة الاستراتيجية، منشورات جامعة القدس المفتوحة، فلسطين.

التنفيذ والتخطيط الاستراتيجي للبحث عن مصدر الخطأ الذي أدى إلى كون النتائج لا تساوي الأهداف ومن ثم إجراء التصحيح المناسب⁶

الموارد البشرية: يمكن النظر للموارد البشرية كما وردت في 7 من جانبين:

الجانب الأول: الجانب المجتمعي الكلي، حيث يتضمن مفهوم الموارد البشرية كافة العاملين في القطاع العام والخاص بالإضافة الى العاطلين عن العمل والقادرين عليه والراغبين فيه.
الجانب المنظمي الجزئي: حيث يتضمن المفهوم كافة العاملين فيما يتعلق بمهاراتهم وطاقاتهم ومؤهلاتهم وأدائهم، بالإضافة الى المتوقع انضمامهم الى المنظمة من خلال استقطاب وجذب المرشحين للعمل.

الإبداع (Innovation): هو مزيج من القدرات والاستعدادات والخصائص الشخصية التي إذا ما وجدت بيئة مناسبة يمكن أن ترقى بالعمليات العقلية لتؤدي إلى نتائج أصلية ومفيدة سواء كانت لخبرات الفرد السابقة أو خبرات المؤسسات أو المجتمع أو العالم إذا كانت النتائج من مستوى الاختراقات الإبداعية في أحد ميادين الحياة الإنسانية⁸
وقد قام الباحثون بإعداد أداة (الاستبانة) وذلك لقياس دور استراتيجية تدريب الموارد البشرية في الإبداع من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدمتية في محافظة الخليل، وعرف الباحثون الإبداع بأنه حالة ذهنية تعني قدرة الفرد على إيجاد أفكار خلاقة للتعامل مع مشكلة ما، وسيتم قياسها عن طريق استبانة أعدت لذلك الغرض.

المؤسسات الخدمتية: هي منشأة أعمال تتمثل أصولها بصفة أساسية في خدمات تقدم للمواطنين⁹

الدراسات السابقة

أجريت عدة دراسات ذات صلة بموضوع الدراسة الحالية، تم الاطلاع على مجموعة منها، ساعدت في بناء أداة الدراسة وتفسير نتائجها، ومن هذه الدراسات:

دراسات تناولت استراتيجيات تدريب الموارد البشرية

دراسة (الزهراني، 2012)¹⁰ هدفت إلى التعرف على الممارسات ذات العلاقة بإستراتيجية التدريب في المصارف التجارية السعودية، وأثرها في مستوى الجدارات السلوكية للعاملين فيها. واستخدم الباحث المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من (12) مصرفاً تجارياً يعمل في المملكة العربية السعودية. ولقد تم اختيار عينة عشوائية طبقية قوامها (108) مديراً في إدارة الموارد البشرية والتدريب، ومن أهم النتائج وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية بين درجة ممارسة المديرين عينة الدراسة في المصارف مجتمع الدراسة لكل من أنشطة وخطوات بناء إستراتيجية التدريب، ومراحل العملية التدريبية من مدخل إستراتيجي، وتبني واستخدام التكنولوجيا الحديثة في تطبيق ذلك، وبين مستوى الجدارات السلوكية للعاملين فيها. وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في ممارسة المديرين عينة الدراسة لإستراتيجية التدريب تعزى لكل من المستوى التعليمي، وعدد سنوات

⁶ التلباني، نهاية، بدير، رامز، المصدر، أيمن. (2011). واقع عملية تقييم البرامج التدريبية في الهيئات المحلية بالمحافظات الجنوبية، مجلة جامعة الأزهر، غزة، ص ص 1423-1486.

⁷ جودة، محفوظ. (2010). إدارة الموارد البشرية، دار الأوائل للطباعة والنشر، عمان.

⁸ جروان، فتحي. (2002). الإبداع، ط1، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان.

⁹ الجبوسي، سليمان، الطائي، محمد. (2009). تسويق الخدمات المالية، منشورات جامعة القدس المفتوحة.

¹⁰ الزهراني، عبد الله. (2012). إستراتيجية التدريب وأثرها على الجدارات السلوكية للعاملين في المصارف التجارية السعودية، المجلة الأردنية في إدارة العمال، المجلد 8، العدد 4، ص ص 707-735.

الخبرة في المنصب الحالي. وكانت الفروق لصالح الدكتوراه ولمن له خبرة أكثر من 15 سنة، ومن أهم التوصيات ضرورة ممارسة المصارف التجارية السعودية لوظيفة التدريب ومراحل العملية التدريبية من مدخل استراتيجي، وتفعيل دور التكنولوجيا الحديثة في تطبيقها، وكذلك زيادة دعم ومساندة الإدارة العليا في هذا المجال لتحسين مستويات الجدارات السلوكية للعاملين فيها.

دراسة (التلثاني، وآخرون، 2011)¹¹ هدفت إلى التعرف على واقع عملية تقييم البرامج التدريبية في الهيئات المحلية الكبرى بالمحافظات الجنوبية، واستخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الباحثون استبانة، وتكون مجتمع الدراسة من الإداريين في الهيئات المحلية الكبرى الذين التحقوا ببرامج تدريبية، ويبلغ تعدادهم (247) إداري، وقام الباحثون باستخدام المسح الشامل وتم استرداد 175 استبانة بنسبة 70.8%. ومن أهم النتائج أنه يتم تقييم التدريب في الهيئات المحلية على مستويات رد الفعل والتعلم إلى حد ما، وأنه لا يتم التقييم على مستويات السلوك، النتائج التنظيمية، أظهرت النتائج وجود فروق بالنسبة لمجال "رد فعل المتدربين" تعزى: (1) لمتغير سنوات الخبرة لصالح من تقل خبرتهم عن 5 سنوات؛ (2) لمتغير عمل المبحوث لصالح رئيس القسم ورئيس الشعبة في الهيئات المحلية؛ و(3) لمتغير الهيئة المحلية لصالح بلدية جباليا، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق تعزى لمتغير الجنس وبناء على النتائج السابقة توصل الباحثون إلى العديد من التوصيات أهمها: تعزيز تقييم التدريب على مستوى رد فعل المتدربين، وعلى مستوى التعلم، وأن تقوم الهيئات المحلية بتقييم التدريب على مستوى السلوك وكذلك على مستوى النتائج التنظيمية.

دراسة (العتيبي والظاهر، 2010)¹² إلى معرفة مدى تطبيق المؤسسة للأنشطة التي لها علاقة بوجود إستراتيجية واضحة للتدريب وأثر ذلك على مستوى أداء العاملين فيها، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي، استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات ولقد تكون مجتمع الدراسة من العاملين بمصرف الراجحي حيث أجريت الدراسة على (200) استبانة تم اعتماد(160) استبانة ولقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق المؤسسة لمراحل العملية التدريبية من منظور استراتيجي وبين مستوى أداء العاملين فيها. وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مدى تبني الإدارة العليا في هذه المؤسسة لإستراتيجية التدريب وبين مستوى الأداء للعاملين فيها وكذلك وجود هذه العلاقة الإيجابية بين استخدام التكنولوجيا الحديثة كأساس لتطبيق برامج إستراتيجية التدريب وبين مستوى أداء العاملين فيها. ومن أهم التوصيات: ضرورة قيام المؤسسة بتوفير مزيد من الاهتمام والدعم من الإدارة العليا لتبني إستراتيجيات واضحة للتدريب منبثقة من إستراتيجيه المؤسسة العامة، وكذلك ضرورة تنويع البرامج التدريبية المقدمة لأفرادها وإتباع أساليب مختلفة متنوعة في التدريب، هذا بالإضافة الى ضرورة التركيز على استخدام التكنولوجيا الحديثة كأساس لتطبيق برامجها التدريبية وذلك من أجل تحسين أداء العاملين في هذه المؤسسات وتحقيق الاهداف التي من أجلها وجدت تلك المؤسسات.

¹¹ مرجع سابق

¹² العتيبي، ضرار، ظاهر، بسن. (2010). أثر إستراتيجيات التدريب على أداء الموظفين بمصرف الراجحي - أبعها، بحث غير منشور.

دراسة (البياتي، 2010)¹³ هدفت إلى التعرف على أثر استراتيجيات التدريب على تطوير الموارد البشرية في وزارة الكهرباء في العراق. وتم تطبيق الدراسة على 51 متدرّباً و(16) مدرساً، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وتوصلت هذه الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التدريب ومستوى تطوير الموارد البشرية في الوزارة عينة الدراسة، ومن أهم التوصيات تعزيز تقييم التدريب على مستوى الحاجات التدريبية، وتفعيل دور التكنولوجيا الحديثة في تطبيقها.

دراسات تناولت الإبداع

دراسة (عوض، 2013)¹⁴ هدفت إلى معرفة واقع الإبداع الإداري في مؤسسات الاتصالات الخلوية في لبنان وأثره في التطوير التنظيمي على مستوى الأفراد والجماعة والتنظيم ضمن هذه المؤسسات. واستخدم الباحث المنهج الوصفي في تحليل البيانات، كما استخدم الاستبانة كأداة لجمع البيانات وزعت على (425) فرداً من العاملين في هذه المؤسسات واسترجع منها (385) استبانة صالحة للتحليل. بينت نتائج الدراسة أن المؤسسات (عينة الدراسة) تطبق عناصر وجوانب الإبداع الإداري وبدرجة جيدة؛ مما يؤثر إيجابياً في التطوير التنظيمي على المستويات جميعها. وكانت أهم التوصيات: العمل على إتباع اللامركزية وتقويض السلطة ومشاركة المرؤوسين في اتخاذ القرارات. وتفعيل نظام الحوافز على أسس ومعايير مهنية تتضمن التميز والإبداع في الأداء ومكافأة المبدعين.

دراسة (بحر والعجلة، 2010)¹⁵ هدفت إلى التعرف على مدى توفر القدرات الإبداعية لدى المديرين العاملين بوزارات قطاع غزة وعلاقتها بأدائهم. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي ، يتكون مجتمع الدراسة من المديرين العاملين بوزارات قطاع غزة وعددهم (1235) مديراً. تم اخذ عينة طبقية قوامها (370) مفردة من المجتمع وقد تم تصميم استبانة الدراسة كوسيلة لجمع البيانات اللازمة، تم توزيعها على عينة الدراسة على أساس طبقي، تم تحليل (305) استبانة وذلك بنسبة (82%) من حجم العينة الأصلي باستخدام برنامج SPSS الإحصائي واستخدمت الاختبارات الإحصائية مثل (معامل الارتباط بيرسون - اختبار الفا كرونباخ- اختبار t) وغيرها من الاختبارات بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة ومؤشرات تدعم هدف الدراسة. ومن أهم نتائج الدراسة: تتوفر لدى المديرين العاملين بوزارات قطاع غزة جميع القدرات المميزة للشخصية المبدعة بدرجة عالية. عناصر الأداء الجيد (المهارة المهنية والمعرفة الفنية والخلفية العامة بمتطلبات الوظيفة والمجالات المرتبطة بها) متوفرة لدى المديرين. أداء المديرين محكوم بضوابط تمثل معايير الأداء الجيد. تقويم الأداء الوظيفي بوزارات قطاع غزة يتم بشكل روتيني دون جدوى حقيقية تخدم الموظف والوزارة معاً. ومن أهم توصيات الدراسة: إنشاء إدارة حاضنة للإبداع أو إنشاء ما يسمى (بنك الأفكار). ووضع إستراتيجية مبنية على معايير دقيقة للكشف عن المبدعين والموهوبين.

¹³ البياتي، أحمد. (2010). أثر استراتيجيات التدريب لتطوير الموارد البشرية في القطاع الحكومي: قطاع الكهرباء في العراق إنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.

¹⁴ عوض، عاطف. (2013). أثر تطبيق عناصر الإبداع الإداري في التطوير التنظيمي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية - المجلد 29- العدد الثالث

¹⁵ بحر، يوسف، العجلة، توفيق. (2010). القدرات الإبداعية وعلاقتها بالأداء الوظيفي لمديري القطاع العام "دراسة تطبيقية على المديرين العاملين بوزارات قطاع غزة"، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد التاسع عشر، العدد الثاني، ص ص 1405-1445.

تعقيب على الدراسات السابقة :

يلاحظ من خلال استعراض الدراسات السابقة أن معظم هذه الدراسات اتفقت على أهمية استراتيجية تدريب الموارد البشرية حيث اشتملت على دراسات بمتغيرات مختلفة مثل دراسة الزهراني (2012) التي تناولت المستوى التعليمي وسنوات الخبرة كمتغيرات، ودراسة التلباني وآخرون (2011) التي استخدمت الجنس وسنوات الخبرة والمسمى الوظيفي. كما ربطت دراسة الزهراني (2012) ودراسة العتيبي والظاهر استراتيجية التدريب بالتكنولوجيا، أما الدراسات المتعلقة بالإبداع فقد ربطت الإبداع بالتطوير التنظيمي مثل دراسة عوض (2013) ومنها ما ربط الإبداع بالأداء مثل دراسة بحر والعجلة (2010) ودراسة العجلة (2009).¹⁶ ولا شك ان الدراسة الحالية أفادت من الدراسات السابقة من حيث المحاور التي ركزت عليها، والإجراءات التي اتبعتها حيث استهدفت هذه الدراسة المؤسسات الخدمائية وكذلك تبين من الدراسات السابقة عدم وجود دراسة تجمع بين استراتيجية تدريب الموارد البشرية والإبداع وبذلك انفردت هذه الدراسة بهذا العنوان، ومع ذلك فإن للدراسة الحالية ميزة تجعلها تسد فراغاً في البحث الإداري عندما تناولت دور استراتيجية تدريب الموارد البشرية في الإبداع من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدمائية في محافظة الخليل.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

تناول هذا الفصل المنهج الذي قام الباحثون بإتباعه في هذه الدراسة، ويتضمن وصفاً للإجراءات، من حيث وصف مجتمع الدراسة وعينتها، الطريقة التي تم اختيار العينة بها، أدوات الدراسة والطرق التي تم إتباعها في إعدادها والتأكد من صدقها وثباتها، وخطوات تطبيقها، وتصميم الدراسة وإجراءاتها، والمعالجة الإحصائية التي تم استخدامها في تحليل النتائج.

منهج الدراسة

استخدم الباحثون المنهج الوصفي لقياس دور استراتيجية تدريب الموارد البشرية في الإبداع من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدمائية في محافظة الخليل لمناسبتها لمثل هذه الدراسات.

مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من موظفي المؤسسات الخدمائية في محافظة الخليل وقد بلغ عددهم 1921 موظفاً وموظفةً.

عينة الدراسة

استخدم الباحثون العينة العشوائية البسيطة في اختيار عينة الدراسة، بحيث تكون العينة ممثلة للمجتمع، فكان عدد أفراد العينة (96) متدرب ومتدربة. أي بنسبة (5%) من مجتمع الدراسة، حيث قام الباحثون بتوزيع (100) استبانة على مجتمع الدراسة وتم استرداد (96) استبانة صالحة التحليل، وبعد إتمام عملية جمع البيانات تم إجراء التحليل الإحصائي لها، ويبين الجدول (3.1) توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الدراسة:

¹⁶ العجلة، توفيق. (2009). الإبداع الإداري وعلاقته بالأداء الوظيفي لمديري القطاع العام، دراسة تطبيقية على وزارات قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.

جدول رقم (1.3): توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الدراسة

المتغيرات	البدائل	العدد
الجنس	ذكر	58
	أنثى	38
المؤهل العلمي	دبلوم فقط	28
	بكالوريوس	60
	دراسات عليا	8
الموقع الوظيفي	مدير	16
	رئيس قسم	25
	موظف	55
عدد دورات التدريب	أقل من 3 دورات	31
	3-5 دورات	24
	أكثر من 5 دورات	41

أداة الدراسة

للإجابة عن أسئلة الدراسة قام الباحثون ببناء استبانة لقياس دور استراتيجية تدريب الموارد البشرية في الإبداع من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدمية في محافظة الخليل، بعد الاطلاع على الأدب التربوي ذو العلاقة بموضوع الدراسة. ومن خلال الاستفادة من مشرفين إداريين ودراسات سابقة. وقد اشتملت الاستبانة في صورتها الأولية على (40) فقرة، مقسمة على محورين المحور الأول تكون من المعلومات الأولية والمحور الثاني تكون من مجالين المجال الأول يقيس استراتيجية التدريب وقد تكون من (31) فقرة، والمجال الثاني يقيس التوجه الإبداعي وتكون من (9) فقرات.

صدق الأداة

للتحقق من صدق أداة الدراسة، تم عرض الاستبانة على مجموعة من ذوي الاختصاص، وعلى ضوء الملاحظات التي أشاروا إليها تم إعادة صياغة بعض الفقرات، وتم حذف بعض الفقرات، حتى خرجت الاستبانة في شكلها النهائي.

ثبات الأداة

للتحقق من ثبات أداة الدراسة تم استخدام ثبات الاتساق الداخلي لفقرات الأداة باستخدام معادلة الثبات كرونباخ ألفا على مجتمع الدراسة في كل مجال من مجالات أداة الدراسة بالإضافة إلى الدرجة الكلية كما هو موضح في الجدول (2.3):

جدول رقم (2.3): معامل الثبات كرونباخ ألفا لمجالات أداة الدراسة

المجال	عدد الفقرات	قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ
استراتيجية التدريب	31	0.95
التوجه الابداعي	9	0.91
الدرجة الكلية لأداة الدراسة	40	0.96

يلاحظ من الجدول (3.2) أن درجة ثبات أداة الدراسة الكلي مرتفعة، حيث بلغت قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ 0.96 عند الدرجة الكلية، أي أن أداة الدراسة المستخدمة قادرة على استرجاع ما نسبته 96% من البيانات، والنتائج الحالية فيما لو تم إعادة استخدامها وتوزيعها مرة أخرى أي في حالة إعادة القياس، وبلغت قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ للمؤشرات السلوكية الدالة على استراتيجية التدريب 95%، وبلغت قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ للمؤشرات السلوكية الدالة على التوجه الابداعي 91%، وتعتبر معاملات الثبات المستخرجة لهذا المقياس مناسبة وتفي لأغراض الدراسة.

متغيرات الدراسة

المتغيرات المستقل: التدريب

المتغير التابع: الإبداع

جدول (2.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على واقع استراتيجية التدريب في المؤسسات الخدمية في محافظة الخليل

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1ف	يحقق التدريب فوائد كبيرة	4.46	0.69	مرتفعة
3ف	يساعد التدريب في صقل شخصية المتدرب	4.19	0.86	مرتفعة
4ف	يساعد التدريب على توفير الموارد البشرية المؤهلة لإجراء التحديث والتطوير	4.17	0.82	مرتفعة
2ف	يساعد التدريب على عمليات بحثية أصيلة	4.1	0.74	مرتفعة
14ف	يرشد التدريب المتدربين إلى طرق تحفظ المعاملات	4.02	0.87	مرتفعة
6ف	يعمل التدريب على تطوير أساليب وإجراءات وطرق العمل بما يتوافق مع المتطلبات البيئية	4	0.84	مرتفعة
15ف	يساعد التدريب في توفير البيانات المشتركة للعمليات وحسب المستويات الإدارية	3.89	0.9	مرتفعة
16ف	يساعد التدريب في توفير المعلومات المطلوبة للعمليات وحسب المستويات الإدارية	3.89	0.8	مرتفعة
8ف	يساعد التدريب على إجراء التغييرات في التقنيات التي تستخدمها المنظمة	3.88	0.93	مرتفعة
13ف	يمكن التغلب على المشاكل التي تواجهها المنظمة من خلال البرامج التدريبية	3.88	0.77	مرتفعة
5ف	تعمل المنظمة على إدخال تطورات جديدة من خلال التدريب	3.87	0.88	مرتفعة
9ف	يساعد التدريب على إجراء التغييرات في تصميم عمليات المنظمة	3.86	0.91	مرتفعة
17ف	يوفر التدريب رأس مال بشري يسهم في تحقيق أهداف	3.84	0.95	مرتفعة

مرتفعة	3.83	1.02	الشركة الاستراتيجية تسعى الإدارة العليا الى التحسين المستمر في العمل	22
مرتفعة	3.83	0.96	يوجد مجموعة من النشاطات التدريبية تهدف إلى تغيير سلوكيات المتدربين بشكل إيجابي بناء	25
مرتفعة	3.82	0.84	يعمل التدريب على تعديل أساليب وإجراءات وطرق العمل بما يتوافق مع المتطلبات البيئية	7
مرتفعة	3.81	0.93	يساعد التدريب على إجراء التغييرات في سياسات المنظمة	10
مرتفعة	3.8	0.88	يساعد التدريب على إجراء التغييرات في استراتيجيات المنظمة	11
مرتفعة	3.79	0.93	تساهم الإدارة العليا في بناء استراتيجية التدريب	23
مرتفعة	3.78	1.03	تدعم منظمتي استراتيجية التدريب لجميع أنشطة المنظمة.	18
مرتفعة	3.78	0.97	الإدارة العليا لديها القناعة بتبني أفكار جديدة حول الانشطة التدريبية	21
مرتفعة	3.78	1.01	يوجد تنوع بأساليب التدريب التي تقدمها للعاملين لديها	26
مرتفعة	3.75	1.04	إدارة المنظمة قادرة على التحفيز والتأثير في الأفراد حول ضرورة وأهمية التدريب	20
مرتفعة	3.72	1.04	توجد برامج تساعد على رفع جودة التدريب المقدم للمستفيدين	27
مرتفعة	3.71	1.01	يوجد مجموعة من النشاطات التدريبية الهادفة الى تحسين وتطوير مهارات وقدرات العاملين	31
مرتفعة	3.68	0.97	إدارة المنظمة قادرة على تطبيق استراتيجية التدريب الموضوع	19
مرتفعة	3.68	0.98	الإدارة العليا قادرة على الإقناع والتأثير في الأفراد حول ضرورة وأهمية التدريب	24
متوسطة	3.63	1.01	يوجد مجموعة من النشاطات التدريبية مخطط لها	28
متوسطة	3.62	0.94	يساعد التدريب على إجراء التغييرات في الهيكل التنظيمي	12
متوسطة	3.6	1.07	يوجد مجموعة من النشاطات التدريبية الهادفة الى تزويد المتدربين بمعارف جديدة ومهارات متخصصة	30
متوسطة	3.4	1.12	يوجد مجموعة من النشاطات التدريبية المستمرة وعلى مدار العام	29
مرتفعة	3.84	0.62	الدرجة الكلية	

الاستنتاجات

1. أن دور استراتيجية تدريب الموارد البشرية في التوجه الإبداعي من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدماتية مرتفعاً
2. أن واقع استراتيجية التدريب في المؤسسات الخدماتية في محافظة الخليل مرتفعاً
3. أن التوجه الإبداعي في المؤسسات الخدماتية مرتفعاً
4. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات دور استراتيجية تدريب الموارد البشرية من وجهة نظر المتدربين في محافظة الخليل تعزى إلى متغيرات التالية (الجنس، المؤهل العلمي، الموقع الوظيفي، عدد دورات التدريب).
5. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات التوجه الإبداعي من وجهة نظر المتدربين في محافظة الخليل تعزى إلى متغيرات التالية (الجنس، المؤهل العلمي، الموقع الوظيفي، عدد دورات التدريب).

6. توجد علاقة إيجابية بين متوسطات استراتيجيات تدريب الموارد البشرية وبين التوجه الإبداعي من وجهة نظر المتدربين في المؤسسات الخدمية في محافظة الخليل.

التوصيات:

1. وبناءً على نتائج الدراسة أوصى الباحثون بمجموعة من التوصيات وهي:
1. ضرورة تبني المؤسسات المجتمعية الأخرى لاستراتيجيات تدريبية.
2. ضرورة ربط استراتيجيات التدريب بالتوجه نحو الإبداع.
3. ضرورة بناء استراتيجيات أخرى مثل استراتيجيات التحفيز لتقوية التوجه الإبداعي.
4. ضرورة إيجاد إدارة خاصة على الهيكل التنظيمي تعنى بإدارة الإبداع.
5. ضرورة تبني استراتيجيات تدريبية متطورة ومحدثة لتقوية التوجهات الإبداعية وتوجيهها التوجه السليم نحو الابتكار وتطبيق الأفكار الإبداعية إلى سلع وخدمات ابتكارية.
6. ضرورة تطبيق استراتيجيات تدريب الموارد البشرية على المستويات الإدارية المختلفة.
7. ضرورة عمل دراسات مشابهة لهذه الدراسة حول العلاقة بين الاستراتيجيات الأخرى للموارد البشرية "الأنشطة الأخرى لإدارة الموارد البشرية" لمعرفة دورها في التوجه الإبداعي.

المراجع:

1. بحر، يوسف، العجلة، توفيق. (2010). القدرات الإبداعية وعلاقتها بالأداء الوظيفي لمديري القطاع العام "دراسة تطبيقية على المديرين العاملين بوزارات قطاع غزة"، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد التاسع عشر، العدد الثاني، ص ص 1405-1445.
2. البياتي، أحمد. (2010). أثر استراتيجيات التدريب لتطوير الموارد البشرية في القطاع الحكومي: قطاع الكهرباء في العراق نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.
3. التلياني، نهاية، بدير، رامز، المصدر، أيمن. (2011). واقع عملية تقييم البرامج التدريبية في الهيئات المحلية بالمحافظات الجنوبية، مجلة جامعة الأزهر، غزة، ص ص 1423-1486.
4. جروان، فتحي. (2002). الإبداع، ط1، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان.
5. جودة، محفوظ. (2010). إدارة الموارد البشرية، دار الأوائل للطباعة والنشر، عمان.
6. الجبوسي، سليمان، الطائي، محمد. (2009). تسويق الخدمات المالية، منشورات جامعة القدس المفتوحة.
7. الزهراني، عبد الله. (2012). استراتيجيات التدريب وأثرها على الجدارات السلوكية للعاملين في المصارف التجارية السعودية، المجلة الأردنية في إدارة العمال، المجلد 8، العدد 4، ص ص 707-735.
8. الشرعة، عطاء، الطراونة، تحسين. (2008). استراتيجيات التدريب وأثرها على أداء العاملين في الشركات المساهمة العامة الصناعية الأردنية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية.
9. صيام، صفا. (2010). سمات الشخصية وعلاقتها بالتوافق النفسي لدى المسنين في محافظة غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة.
10. الضمور، هاني والقطامين، أحمد. (2005). الإدارة الاستراتيجية، منشورات جامعة القدس المفتوحة، فلسطين.
11. عبدالمعطي، عساف. (2000). التدريب وتنمية الموارد البشرية: الأسس والعمليات، دار زهران، عمان.

12. العتيبي، ضرار، طاهر، يسن. (2010). أثر إستراتيجيات التدريب على أداء الموظفين بمصرف الراجحي – أبها، بحث غير منشور.
13. العجلة، توفيق. (2009). الإبداع الإداري وعلاقته بالأداء الوظيفي لمديري القطاع العام، دراسة تطبيقية على وزارات قطاع غزة"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
14. عقيلي، عمر. (2005). إدارة الموارد البشرية المعاصرة بعد استراتيجي، ط1، دار وائل للنشر، عمان، الأردن
15. عوض، عاطف. (2013). أثر تطبيق عناصر الإبداع الإداري في التطوير التنظيمي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية – المجلد 29- العدد الثالث
16. القوقا، إبراهيم. (2007). أثر التدريب على أداء المشروعات الصغيرة والصغيرة جداً في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.

تطوير القوى البشرية البحثية في مؤسسات التعليم العالي العربية: رؤية مقترحة

د. محمد علي العوفي
كلية العلوم التطبيقية بصحار
سلطنة عمان

الملخص: تهدف الدراسة الحالية إلى الكشف عن أهمية وواقع تطوير القوى البشرية البحثية كأحد المتطلبات الرئيسية لتطوير البحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي العربية، وبيان أهم معوقات تطوير البحث العلمي العربي ذات العلاقة بتطوير القوى البشرية البحثية في العالم العربي، حيث استخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال الرجوع إلى الأدبيات، ومسح الدراسات ذات العلاقة، واستقراء نتائج وتوصيات الدراسات السابقة لوضع توصيات ومقترحات ترتقي بتطوير القوى البشرية البحثية في مؤسسات التعليم العالي العربي. وخلص الباحث إلى أن الواقع الحالي لتطوير القوى البشرية البحثية في مؤسسات التعليم العالي العربية يحتاج إلى مزيد من الاهتمام، حيث يعاني من معوقات مباشرة تعترضه، وأخرى ذات علاقة تعترض تطوير البحث العلمي العربي ككل وتؤثر عليه، وقدم الباحث مجموعة من التوصيات والمقترحات على مستويي إدارة التعليم العالي، وأعضاء الهيئة البحثية والأكاديمية من أجل الارتقاء بتطوير القوى البشرية البحثية كأحد مقومات تطوير البحث العلمي العربي.

الكلمات المفتاحية: تطوير القوى البشرية البحثية، تطوير البحث العلمي، مؤسسات التعليم العالي العربية.

Abstract:

The study aims to explore the importance and reality of the development of research manpower as one of the main requirements for the development of scientific research in the Arab higher education institutions. The study also identifies the most important barriers to the development of the scientific research which is related to the development of human resources in the Arab world. A descriptive and analytical approach is adopted to answer the study questions, using the review of literature and previous studies to take advantage of their findings and recommendations in the current study. The research concludes that the current situation of the research manpower development and related areas in the Arab institutions of higher education needs more attention. The study proposes a set of recommendations on the levels of: the administration of higher education, and academic and research members in order to promote the development of research in the Arab world.

Key words: development of research manpower, development of scientific research, the Arab higher education institutions.

مقدمة:

لقد تغيرت النظرة لقطاعي التعليم العالي عامة والبحث العلمي على وجه الخصوص من خدمة الطالب الجامعي في محيط المؤسسة إلى خدمة المجتمع، بل العالم أجمع في ظل ظروف العولمة. ويؤكد الفرق هذه النظرة بقوله: "بعد أن كان الدور التقليدي لمؤسسات التعليم العالي

هو خلق ونقل الثروة الفكرية فإن هذا الدور قد تطور ليدعم بالإضافة إلى ذلك عمليات النمو والتطور في محيطه. كما أن دور البحث العلمي التقليدي قد تطور أيضا باتجاه الأخذ بعين الاعتبار مدى تأثيره الاجتماعي والاقتصادي وتطبيقاته الصناعية" (القرق، 2004، ص1).

وتسعى مؤسسات التعليم العالي في العالم العربي إلى الاهتمام بتطوير البحث العلمي، وتحقيق أهدافه المرجوة من خلال التركيز على تطوير جوانبه ومتطلباته المختلفة استجابة للتوصيات المتمخضة عن المؤتمرات المنعقدة على الصعيد العربي. فعلى سبيل المثال، تشير توصيات المؤتمر العربي الأول (استراتيجيات التعليم العالي وتخطيط الموارد البشري) المنعقد في المملكة الأردنية الهاشمية خلال الفترة 24-26/4/2012م، وذلك بالتعاون بين المنظمة العربية للتنمية الإدارية والجامعة الهاشمية وجامعة القاهرة واتحاد الجامعات العربية إلى "دعوة الجامعات للاهتمام بإيجاد آليات فاعلة لتحفيز البحث العلمي ودعم النشر وتوفير قنواته الميسرة للباحثين، مع ضرورة الاهتمام بالفرق البحثية وتشجيعها ودعم التعاون بين الجامعات وحقل العمل في إجراء البحوث التطبيقية وفق أسلوب التعاقد والمشاركة" (الجامعة الهاشمية، 2012). وعلى الرغم من جهود مؤسسات التعليم العالي العربية في محاولة تحقيق متطلبات تطوير البحث العلمي والتركيز على تنمية القوى البشرية البحثية من خلال تطوير مهارات الأكاديميين وقدراتهم البحثية إلا أن الواقع الحالي يشير إلى الحاجة لمزيد من الاهتمام حسب ما أسفرت عنه نتائج الدراسات السابقة وتوصياتها. فعلى سبيل المثال، يوصي اليومحمد، والبدري (2012، ص632) بأنه "لابد من المؤسسات التربوية أن تمارس دورا فاعلا في إعداد الأساتذة بشكل يؤهلهم للإفادة من الثورة المعلوماتية عبر تدريبهم على استخدام التقانات والبرامج الحديثة للاطلاع على المراجع مصادر المعلومات في شبكة المعلومات الدولية، عبر إقامة دورات تدعم جوانب الضعف وتعد الباحث بالشكل الأمثل".

وتأتي الدراسة الحالية كمحاولة للكشف عن واقع البحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي العربية لاسيما فيما يخص جانب تهيئة القوى البشرية البحثية وذلك للوقوف على أهم مبررات تطوير هذا الجانب الحيوي المهم في ظل مستجدات العصر ومتغيرات العولمة التي تتطلب بحثا علميا عربيا يلبي طموحات المجتمع وحاجات التنمية الشاملة. كما تسعى الدراسة إلى وضع التوصيات والمقترحات اللازمة للارتقاء بالجوانب التطويرية للقوى البشرية البحثية في مؤسسات التعليم العالي العربية في ضوء معطيات الواقع ونتائج الدراسات السابقة أملا في تحقيق أهم متطلبات تطوير البحث العلمي بما يخدم الدول العربية في تحقيق أهدافها وبما يساهم في النهضة العلمية العالمية.

تساؤلات الدراسة:

1. ما أهم معوقات البحث العلمي المتعلقة بتطوير القوى البشرية البحثية في مؤسسات التعليم العالي العربية؟
2. ما التوصيات والمقترحات التي سترتقي بتطوير القوى البشرية البحثية في مؤسسات التعليم العالي العربية؟

أهداف الدراسة: تحاول الدراسة الحالية الكشف عن الواقع الحالي للبحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي في العالم العربي مركزة على تحديد أهم المعوقات التي تعترضه وذلك فيما يتعلق بمجال تطوير القوى البشرية البحثية في تلك المؤسسات، واقتراح التوصيات المناسبة في ضوء

الواقع الحالي ونتائج الدراسات السابقة من أجل الارتقاء بمجال تطوير القوى البشرية البحثية كأحد متطلبات تطوير البحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي العربية.

أهمية الدراسة: تنطلق أهمية الدراسة الحالية من الموضوع الذي تنصدي له بالدراسة والتحليل، وهو تطوير القوى البشرية البحثية كأحد متطلبات تطوير البحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي العربية، حيث يعتبر هذا المجال من أهم مقومات تطوير البحث العلمي لاسيما في عصر العولمة الذي يحتاج إلى بحث علمي يواكب مستجدات العصر وظواهره المتسارعة، وهذا لن يتأتى إلا من خلال تطوير مقوماته، وفي مقدمتها القوى البشرية البحثية المؤهلة والمدرّبة. كما تأتي الدراسة الحالية استجابة للمؤتمرات والندوات العلمية على الصعيدين الإقليمي والدولي والتي توصي بالتركيز على تنمية الموارد البشرية المؤهلة والمدرّبة في قطاع التعليم العالي بصفة عامة، والبحث العلمي بصفة خاصة، وتتبع أهمية هذه الدراسة من خلال قراءتها للواقع الحالي لتطوير القوى البشرية البحثية في مؤسسات التعليم العالي العربية وتحليل نتائج الدراسات السابقة أملا في الوصول إلى مقترحات وتوصيات مناسبة تدعم تطوير القوى البحثية ذات الجودة العالية لتطوير البحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي العربية.

منهج الدراسة: سعت الدراسة الحالية إلى تحقيق أهدافها باستخدام المنهج الوصفي التحليلي كونه أحد مناهج البحث المستخدمة التي تخدم أغراض الدراسة القائمة على تحليل الواقع الحالي لتطوير البحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي في الوطن العربي، وذلك بتحديد أهم المعوقات في هذا الواقع والتي لها علاقة مباشرة وغير مباشرة بتطوير مجال القوى البشرية البحثية باعتباره أحد المقومات المهمة لتطوير البحث العلمي في تلك المؤسسات، واستقراء النتائج والتوصيات التي تم الإشارة إليها في الدراسات السابقة حول واقع البحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي في الوطن العربي، ومن ثم استخلاص النتائج ومناقشتها للوصول إلى مقترحات وتوصيات مناسبة تستشرف آفاق المستقبل للنهوض بمجال تطوير القوى البشرية البحثية، وتدعم مسيرة تطوير البحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي العربية في ظل المتغيرات العالمية المتجددة.

مصطلحات الدراسة: * تطوير القوى البشرية البحثية: عملية تنموية مستمرة تعتمد على سياسات وخطط واضحة تهدف إلى تطوير أداء الباحثين والأكاديميين وتعزيز قدراتهم في مجال إجراء البحوث العلمية بشتى أنواعها، والارتقاء بمهاراتهم وكفاياتهم البحثية في جميع مراحل إعداد البحث العلمي، وتدريبهم على استخدام التقانات الحديثة في إجراء البحوث العلمية، وإطلاعهم على المستجدات النظرية والتطبيقية في ميدان البحث العلمي.

أدبيات الدراسة والدراسات السابقة: تسعى معظم مؤسسات التعليم العالي في الوطن العربي إلى الاهتمام بالبحث العلمي، وتكريس الجهود نحو تهيئة البيئة البحثية المناسبة في المراكز البحثية التابعة لها. ويشير الواقع الحالي في معظم الأحوال إلى أن البحث العلمي في أغلب مؤسسات التعليم العالي العربية -رغم الجهود المبذولة- بحاجة إلى مزيد من الاهتمام والرعاية بهدف التغلب على معوقاته الحالية وتطويره في ضوء المستجدات الحديثة، وسنعرض فيما يلي بعض نتائج الدراسات السابقة حول معوقات البحث العلمي ومقترحات تطويره على الصعيد العربي مع التركيز على الأمور ذات العلاقة بجانب تطوير القوى البشرية البحثية في مؤسسات التعليم العالي.

تطرقت دراسة أبو خطوة (2013) إلى تحليل واقع البحث العلمي في الدول العربية، والتعرف على تحدياته، وواقع التخطيط الاستراتيجي للبحث العلمي في بعض مؤسسات التعليم العالي العربية، ووضع تصور مقترح لمراحل إعداد الخطة الاستراتيجية للبحث العلمي، واستنتجت الدراسة وجود مجموعة من المشكلات التي يعاني منها البحث العلمي العربي ومن أهمها: عدم وجود سياسات وأهداف واضحة للبحث العلمي، وعدم تفرغ الأساتذة لإنجاز البحوث العلمية بسبب ضغوط العمل وازدياد الأعباء، وعدم وجود تعاون بين المؤسسات الأكاديمية والجهات المستفيدة من البحث العلمي، وقلة تناول البحوث لمشكلات المجتمع واحتياجاته، وضعف نظرة المجتمع لأهمية البحث العلمي. وأوصت الدراسة بمجموعة من المقترحات للارتقاء بالبحث العلمي وهي: توظيف التخطيط الاستراتيجي للبحث العلمي، وتحقيق الشراكة المجتمعية في تمويل البحث العلمي، وإنشاء أكاديمية عربية للبحث العلمي تضم خبراء في مختلف المجالات العلمية، وتشجيع التعاون بين الباحثين العرب والأجانب لإجراء بحوث تتناول احتياجات المجتمع، وتشجيع أعضاء هيئة التدريس ودعمهم بما يعينهم على إجراء البحوث العلمية.

وهدف دراسة الطيب (2013) إلى التعرف على الواقع الحالي للبحث العلمي في الوطن العربي، وتحليل أهم مشكلاته من خلال تحليل الوضع الراهن للبحث العلمي، والتعرف على آلية تحسين جودة البحث العلمي من خلال استطلاع آراء 120 من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات الليبية حول ثلاثة أبعاد تسهم في تطوير البحث العلمي العربي وهي: (الباحث والمؤسسة البحثية، والإنفاق على البحث العلمي، والجانب السياسي)، ورأت عينة الدراسة وبنسب عالية ضرورة اهتمام الدول العربية بالباحثين وتوطين العقول العربية، والعمل على استقرار المؤسسات البحثية وتوفير المراجع العلمية التي تساعد الباحثين في إجراء البحوث العلمية، وتطبيق المعايير العلمية التي يمكن أن ترقى بالبحث العلمي. وأوصت الدراسة بضرورة وضع البحث العلمي على قائمة أولويات الدول العربية، والاهتمام بعقد المؤتمرات والندوات لإطلاع الباحث على المستجدات العلمية، والاهتمام بالمؤسسات البحثية وتوفير المراجع العلمية، والتعاون بين الجامعات العربية وتبادل الخبرات بينها.

وركزت دراسة مرازقة (2013) على الارتقاء بجودة البحث العلمي في ميدان التعليم العالي في الوطن العربي من خلال تشخيص واقع البحث العلمي في البلدان العربية، وذلك عن طريق تحديد السلبيات والإيجابيات وتحليلها في ضوء أسبابها، ودراسة بعض تجارب المؤسسات البحثية العربية والعالمية للاستفادة منها، ووضع تصور مقترح لمؤشرات تجويد البحث العلمي في الجزائر خصوصا والدول العربية عموما. وأوصت الدراسة بمجموعة من المقترحات التي يمكن أن ترتقي بجودة البحث العلمي في الوطن العربي، ومن أهم هذه المقترحات (إعداد الباحث المتميز) في ظل ندرة الباحثين في مختلف مجالات العلوم، وذلك من خلال: تشجيع الإبداع العلمي، وتشجيع حافز التأهيل الذاتي، والاستفادة من الأساتذة المشرفين، وتكريس الأخلاق والبحث عن الأمانة العلمية.

كما هدفت دراسة البومحمد، والبدر (2012) إلى التعرف على واقع البحث العلمي في العالم العربي من خلال مراجعة وتحليل الدراسات والأبحاث التي أجريت في عدد من الدول العربية، وتوصلت الدراسة إلى أن واقع البحث العلمي في العالم العربي لا يزال ضعيفا ودون المستوى المطلوب، ومن أهم معوقاته: انفصال البحث العلمي عن المجال التطبيقي ومشكلات المجتمع، وتدني حجم الإنفاق المالي على البحث العلمي، وعدم توفر قاعدة البيانات والمعلومات مع غياب المراجع العلمية الحديثة. وكان من توصيات الدراسة ما يلي: وجوب مراجعة الجامعات واقعها التعليمي وبنائها التحتية بشكل متوازن بما فيها البحث العلمي، ضرورة رسم السياسات ووضع

الخطط من قبل المؤسسات الحكومية لحل كثير من المشكلات التربوية أو التنموية ولتحقيق الدعم المالي والمعنوي للجامعة والباحثين، والتركيز على تأهيل الأساتذة من خلال تدريبهم على استخدام التقانات الحديثة للاستفادة من الثورة المعلوماتية المتسارعة بشكل يعالج مظاهر ضعفهم ويهيئ باحثين ذوي جودة عالية.

واهتمت دراسة مجذوب (2011) بالكشف عن واقع البحث العلمي والتقاني في مؤسسات التعليم العالي العربية باعتمادها على ما توافر من دراسات وإحصائيات عن واقع البحث العلمي في العالم العربي لإعطاء فكرة موجزة عن أعداد الجامعات والمراكز البحثية التابعة لها وتمويلها والقوى البشرية العاملة فيها، وتحديد أهم مشكلات البحث العلمي واقتراح التوصيات التي من شأنها الارتقاء بالبحث العلمي، وكان من أهم مشكلات البحث العلمي العربي: عدم وجود خطط واستراتيجيات واضحة، وانخفاض إنتاجية الباحث، وقصور في وسائل النشر العلمي، وضعف حجم الإنفاق، وقلة التنسيق بين المؤسسات البحثية، وضعف الربط بين البحث العلمي وخطط التنمية، وقلة اللقاءات العلمية، وعدم تشجيع الأساتذة على حضور المؤتمرات العلمية، وعدم تهيئة البيئة البحثية المناسبة. وأوصت الدراسة بتوصيات عدة، ومنها ما يخص إعداد وتطوير القوى البشرية البحثية، وأهمها: تنمية الهيئة الأكاديمية كما ونوعا، ووضع خطط واضحة في إعداد وتطوير القوى البشرية البحثية، وإتاحة الفرصة للأساتذ للتفرغ العلمي لإجراء البحوث العلمية، والتوسع في الدراسات العليا باعتبارها داعما قويا للبحث العلمي، وتشجيع الأساتذة على حضور المؤتمرات العلمية، وتسهيل حرية انتقال الباحثين عبر أرجاء الوطن العربي.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

1. يحثل البحث العلمي أهمية كبيرة في مؤسسات التعليم العالي في العصر الحاضر الذي يشهد عولمة متسارعة في جميع مجالات الحياة المختلفة، وما تحتاجه من دراسة علمية مستمرة للظواهر المجتمعية المستحدثة في عالم اليوم، حيث يسهم البحث العلمي في تطور الدول، ويدعم التنمية البشرية، ويساعد في اتخاذ قرارات علمية مناسبة (أبو خطوة، 2013). ويعتبر البحث العلمي أيضا أساسا لكل تطوير من خلال توظيف النتائج العلمية وحل المشكلات المختلفة (عبدالوارث، وقناوي، 2005).
2. تنطلق الحاجة إلى تطوير البحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي عامة والعربية خاصة من منطلق أن العصر الذي نعيشه قد شهد متغيرات عالمية جديدة تحتاج إلى من يدرسها ويوجد الحلول المناسبة لها كالثورنثين المعلوماتية والتقانية، والمشكلات البيئية، والانفتاح الإعلامي، والعولمة (عبدالوارث، وقناوي، 2005). كما أن التغيرات الحديثة في عالم اليوم تتطلب تطوير القطاعات المجتمعية وتنمية القوى البشرية، وهذا لن يتحقق إلا من خلال إيجاد وتطوير بيئة بحثية مناسبة تعين الباحثين على إجراء البحوث العلمية المطلوبة (مرازقة، 2013).
3. توضح نتائج الدراسات السابقة أن البحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي لا يزال ضعيفا ودون المستوى المطلوب (اليومحمد، والبديري، 2012). كما يواجه البحث العلمي العربي مشكلات مختلفة تؤثر تأثيرا مباشرا وغير مباشر على تطوير القوى البشرية البحثية كأحد مقومات تطوير البحث العلمي من أهمها: غياب السياسات والأهداف الواضحة (أبو خطوة، 2013؛ مجذوب، 2011)، وانفصاله عن حاجات المجتمع ومشكلاته، وقلة المراجع العلمية وعدم توفر البيانات، وضعف التمويل المالي (اليومحمد، والبديري، 2012)، وقلة التنسيق بين المؤسسات البحثية، وعدم ارتباط البحث العلمي بخطط التنمية (مجذوب، 2011).

4. تشير نتائج الدراسات السابقة إلى وجود معوقات تعترض تطوير القوى البشرية البحثية كأحد متطلبات تطوير البحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي العربية وأهمها: انخفاض إنتاجية الباحث، وقصور في وسائل النشر العلمي، وقلة اللقاءات العلمية، وعدم تشجيع الأكاديميين على حضور المؤتمرات العلمية، وعدم تهيئة البيئة البحثية المناسبة (مجذوب، 2011)، وعدم تفرغ الأساتذة لإنجاز البحوث العلمية بسبب ضغوط العمل وازدياد الأعباء (أبو خطوة، 2013).
5. أوصت الدراسات السابقة بتوصيات ومقترحات من أجل الارتقاء بتطوير القوى البشرية البحثية العربية ومن أهمها: إنشاء أكاديمية عربية للبحث العلمي تضم خبراء في مختلف المجالات العلمية، وتشجيع التعاون بين الباحثين العرب والأجانب لإجراء بحوث تتناول احتياجات المجتمع، وتشجيع أعضاء هيئة التدريس ودعمهم بما يعينهم على إجراء البحوث العلمية (أبو خطوة، 2013)، والاهتمام بعقد المؤتمرات والندوات لإطلاع الباحث على المستجدات العلمية، والاهتمام بالمؤسسات البحثية وتوفير المراجع العلمية، والتعاون بين الجامعات العربية وتبادل الخبرات بينها (الطبيب، 2013)، وتشجيع الإبداع العلمي، وتشجيع حافز التأهيل الذاتي (مرازمة، 2013)، والتركيز على تأهيل الأساتذة من خلال تدريبهم على استخدام التقانات الحديثة للاستفادة من الثورة المعلوماتية المتسارعة بشكل يعالج مظاهر ضعفهم ويهيئ باحثين ذوي جودة عالية (البومحمد والبدرى، 2012)، وتنمية الهيئة الأكاديمية كما ونوعاً، ووضع خطط واضحة في إعداد وتطوير القوى البشرية البحثية، وإتاحة الفرصة للأستاذ للتعرف العلمي لإجراء البحوث العلمية، والتوسع في الدراسات العليا باعتبارها داعماً قوياً للبحث العلمي، وتشجيع الأساتذة على حضور المؤتمرات العلمية، وتسهيل حرية انتقال الباحثين عبر أرجاء الوطن العربي (مجذوب، 2011).

توصيات الدراسة ومقترحاتها:

1. توصيات ومقترحات على مستوى إدارة التعليم العالي:
 - أ. وضع سياسة واضحة وأهداف واقعية لتطوير البحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي العربي متضمنة إعداد وتطوير القوى البشرية البحثية.
 - ب. إنشاء مراكز بحثية متخصصة على مستوى قطاع التعليم العالي العربي تقوم بدور الرعاية المستمرة للبحث العلمي، وإيجاد البيئة البحثية المناسبة للباحثين لإجراء البحوث العلمية.
 - ت. إنشاء مراكز تنمية بشرية بحثية على مستوى قطاع التعليم العالي العربي تقوم بدور إعداد وتطوير القوى البشرية البحثية ذات الجودة العالية في ظل الظروف العالمية المتغيرة.
 - ث. التعاون والتنسيق المستمران بين الجامعات العربية والمراكز البحثية من جهة، ومراكز التنمية البشرية البحثية من جهة أخرى من أجل تنمية الباحثين مهنياً وتدريبهم على التقانات الحديثة والابتكارات العلمية الجديدة.
 - ج. التعاون والتنسيق المستمران بين المراكز البحثية ومراكز التنمية البشرية البحثية من جهة، والمؤسسات المجتمعية الحكومية والخاصة من أجل دراسة الظواهر والمشكلات المجتمعية، والمساهمة علمياً في خطط التنمية الشاملة.
 - ح. زيادة حجم الإنفاق المالي على مجال إعداد وتطوير القوى البشرية البحثية بالاعتماد على خطط مالية واضحة طويلة وقصير المدى.
 - خ. تهيئة مؤسسات التعليم العالي العربية لتكون بيئة بحثية مناسبة من خلال توفير المراجع العلمية وقواعد البيانات المختلفة، وعقد المؤتمرات والندوات العلمية المتخصصة، وتشجيع الأكاديميين

على حضور المؤتمرات والندوات العلمية ، وإتاحة الفرصة للأكاديميين للتفرغ العلمي وإجراء البحوث العلمية.

2. توصيات ومقترحات على مستوى أعضاء الهيئتين البحثية والأكاديمية:
 - أ. التركيز على التأهيل والتطوير الذاتيين من أجل الاطلاع على المستجدات النظرية والتطبيقية في عالم البحث العلمي وممارسة الأساليب والطريق العلمية الحديثة في إجراء البحوث العلمية.
 - ب. الالتزام بحضور ورش العمل والمشاعل التدريبية التي تقيمها الجهات المختصة في الموضوعات المتخصصة في تطوير البحث العلمي وما يتعلق بها من مستجدات وممارسات.
 - ت. السعي الحثيث وراء إجراء البحوث العلمية التي يحتاجها المجتمع المحلي من خلال التواصل الرسمي مع مراكز البحوث العلمية من جهة، والتواصل الشخصي مع المؤسسات المجتمعية المختلفة.
 - ث. الحرص قدر الإمكان والمتاح على الاشتراك ببحث علمي أو ورقة عمل في المؤتمرات والندوات العلمية سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي.
 - ج. التعاون والتواصل بين الأكاديميين بعضهم البعض من أجل تبادل المعلومات والخبرات في مجال إجراء البحوث العلمية.

المراجع:

- 1- أبو خطوة، السيد عبدالمولى (2013). تصور مقترح للتخطيط الاستراتيجي للبحث العلمي في الجامعات العربية. ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثالث لضمان جودة التعليم العالي (IACQA,2013) المنعقد بجامعة الزيتونة الأردنية (2013/4/4-2م). متوفر على: http://www.zuj.edu.jo/pdf/conf_iacqa_2013_papers/389-ok.pdf
- 2- البومحمد، علي، والبدري، سميرة (2012). واقع البحث العلمي في العالم العربي ومعوقاته. ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني لضمان جودة التعليم العالي (IACQA,2012) المنعقد بالجامعة الخليجية بالبحرين (2012/4/5-4م). متوفر على: http://se.uofk.edu/multisites/UofK_se/images/stories/se/papers/51.pdf
- 3- الجامعة الهاشمية (2012). توصيات المؤتمر العربي الأول (استراتيجيات التعليم العالي وتخطيط الموارد البشرية 2012/4/26-24). متوفر على: <http://www.arado.org.eg/highereducation/ConfRecomm.pdf>
- 4- الطبيب، مصطفى عبدالعظيم (2013). ضمان جودة البحث العلمي في الوطن العربي: دراسة تحليلية ميدانية. المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، 6(13)، 97-113. متوفر على: <http://www.ust.edu/uaqe/count/2013/3/5.pdf>
- 5- عبدالوارث، سمية علي، وقناوي، أمل مختار (2005). تطوير البحث العلمي في ضوء الاتجاهات العالمية المعاصرة. بحث مقدم إلى الندوة العلمية المشتركة بين كليتي التربية بالرستاق وصحار (الندوة العلمية في كليات التربية: الواقع والآفاق) المنعقدة في كلية التربية بالرستاق (10-11/5/2005)، 177-217.
- 6- الفرق، محمود (2004). آلية تطوير البرامج التعليمية ودور البحث العلمي. ورقة قدمت في إطار ورشة العمل الرابعة للجنة إعادة تنظيم التعليم العالي الخاص بלבنان (2004/2/23). متوفر على: http://www.higher-edu.gov.lb/Workshops/HE_Law_Conf/WS4-P2.htm

7- مجذوب، مبارك محمد علي (2011). البحث العلمي والتقاني في مؤسسات التعليم العالي العربي: الواقع والمأمول. بحث مقدم إلى المؤتمر الثالث عشر للوزراء المسؤولين عن التعليم العالي والبحث العلمي في الوطن العربي (تطوير إدارة التعليم العالي في الوطن العربي) المنعقد في أبوظبي (7-8/12/2011). متوفر على:

http://www.studyinpoland.pl/konsorcjum/images/stories/69_2012_newsletter/arab.pdf

8- مرازقة، جمال (2013). الارتقاء بجودة البحث العلمي في ميدان التعليم العالي في الوطن العربي: الواقع والحلول. ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثالث لضمان جودة التعليم العالي (IACQA, 2013) المنعقد بجامعة الزيتونة الأردنية (2-4/4/2013م). متوفر على:

http://www.zuj.edu.jo/pdf/conf_iacqa_2013_papers/380-ok.pdf

العلاقة بين القدرة التنافسية للقطاع السياحي والابتكار في منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا

د. أحمد عارف عساف
جامعة الزرقاء- الأردن

ملخص البحث:

تعتبر السياحة من أبرز الأنشطة الاقتصادية في الاقتصاد العالمي. فوفقا للمجلس العالمي للسفر والسياحة (WEF، 2013)، فإن المساهمة الإجمالية للسياحة والسفر تبلغ 9٪ من الناتج المحلي الإجمالي العالمي في عام 2012، وهو ما يمثل حوالي 6 ترليون دولار، وكذلك ساهمت في توفير أكثر من 250 مليون وظيفة، وهي واحدة من أحد عشر من الأنشطة الاقتصادية توفيراً لإجمالي الوظائف في العالم. وفي الاقتصاد الأوسع بأكمله. إن تطور السياحة عبر التاريخ، وخاصة منذ منتصف الثمانينيات سلط الضوء على الابتكار باعتباره عاملاً حاسماً لوضع شركات السياحة من التنافسية الدولية، وعلى الرغم وجود أدلة قوية على نحو متزايد حول أهمية الابتكار كقوة تنافسية لصناعة السياحة، فإن الدراسات التجريبية في مجال السياحة مع التركيز على المنافسة والابتكار تعتبر شحيحة. وعليه فإن الغرض من هذه الدراسة يتمثل بتقييم العلاقة بين التنافسية في السياحة والسفر والابتكار في السياحة والسفر (عدد الخطوط الجوية المدنية، عدد الفنادق العالمية، جودة الطعام، أسعار تأجير السيارات السياحية، عدد أماكن الترفيه والتسلية) في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا. وقام الباحث بتحليل بيانات الدراسة المتعلقة بالمتغيرات من خلال استخدام معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho). وأظهرت النتائج أن الدول الأكثر تنافسية على مؤشر التنافسية في السياحة والسفر هي ليست بالضرورة أن تكون الأكثر ابتكاراً. وهذا يعني أن مؤشرات الابتكار في السياحة التي اعتمدت عليها الدراسة (باستثناء مؤشر تأجير السيارات السياحية) لن تؤدي إلى زيادة مستوى تنافسية الدول قيد الدراسة سياحياً.

الكلمات المفتوحة: السياحة، التنافسية، الابتكار، دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا

Abstract:

Tourism is an important economic activity in world economy. According to the World Travel and Tourism Council (WEF, 2013), the total contribution of tourism and travel comprised 9% of global GDP in 2012, representing around 6.6 trillion US Dollars, and generated over 250 million jobs, one of the eleven economic activities of the world's total jobs. The evolution of tourism throughout history, and particularly since the mid-1980s highlights the innovation as a crucial factor for the international competitive position of tourism companies. Although the increasingly strong evidence about the importance of innovation as a competitive force to tourism industry, the empirical studies in the tourism field focusing competitiveness and innovation are scarce. Thus the present study is to assess the relationship between competitiveness

and innovation (the number of carrier in civil aviation, international hotel chains, standardized gastronomy, the rent-a-car business, and leisure parks) applied to the tourism industry in Middle East and North Africa Countries. The results showed that the most competitive countries on Competitiveness Index in the travel and tourism are not necessarily to be the most innovative. This means that innovation indicators in tourism, which was adopted by the study (except car rental index) will not lead to an increase in the level of countries in tourism competitiveness.

Key words: Tourism, competitiveness, innovation, Middle East and North Africa Countries.

مقدمة:

تعتبر السياحة من أبرز الأنشطة الاقتصادية في الاقتصاد العالمي. فوفقا للمجلس العالمي للسفر والسياحة (WEF، 2013)، فإن المساهمة الإجمالية للسياحة والسفر تبلغ 9٪ من الناتج المحلي الإجمالي العالمي في عام 2012، وهو ما يمثل حوالي 6 ترليون دولار، وكذلك ساهمت في توفير أكثر من 250 مليون وظيفة، وهي واحدة من أحد عشر من الأنشطة الاقتصادية توفيراً لإجمالي الوظائف في العالم. وفي الاقتصاد الأوسع بأكمله، في عام 2012 تفوقت هذه الصناعة المتنامية بشكل أسرع من غيرها من الصناعات مثل الصناعات التحويلية والخدمات المالية والتجزئة. لذا، فإن السياحة والسفر تعتبر "القطاع الرئيسي للعديد من الاقتصادات الناشئة والمتقدمة (WEF، 2013)" يعتبر الابتكار في الاقتصاد الحديث عاملاً أساسياً للقدرة التنافسية للشركات. حيث أن السياحة أحد الصناعات الواعدة في العالم، لذلك لا بد من فهم مساهمة الابتكار في القدرة التنافسية في هذا القطاع. وعليه تهدف هذه الدراسة إلى معالجة سؤالين عميين هما: هل الدول السياحية الأكثر تنافسية هي الأكثر ابتكاراً؟ أي فئة من الابتكارات تساهم أكثر من غيرها في القدرة التنافسية للبلدان في قطاع السياحة؟

وعلى الرغم وجود أدلة قوية على نحو متزايد حول أهمية الابتكار كقوة تنافسية لصناعة السياحة، فإن الدراسات التجريبية في مجال السياحة مع التركيز على المنافسة والابتكار تعتبر شحيحة. ففي جانب كبير منه هو نتيجة لعدة أسباب كما تم الإشارة إليها في الدراسات السابقة منها: الفرق بين صناعة السياحة والصناعات الأخرى في الاقتصاد والمشاكل المنهجية المحددة من النماذج والقيود المفروضة على الموارد العامة على أساس قواعد البيانات الثانوية (Camison & Monfort، 2012، Lopez، وآخرون، 2009) وعليه فمن المتوقع أن تساهم هذه الدراسة في فهم أفضل للعلاقة بين التنافسية والابتكار وتطبيقها على صناعة السياحة.

التنافسية في السياحة والابتكار

يمكن أن ينظر إلى القدرة التنافسية إلى منظورين. وجهة نظر الاقتصاد الجزئي، على مستوى الشركات أو الصناعات التي يمكن تعريفها بأنها قدرة شركة واحدة أو قطاع واحد، يتطور بطريقة مستدامة بعلاقة ناجحة مع نظامها الإيكولوجي. على هذا المستوى يستند مفهوم التنافسية في قدرة الشركات على المنافسة، في النمو، وأن يكون مريح على نحو مستدام. أما وجهة نظر الاقتصاد الكلي وعلى مستوى الدول أو المناطق، يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالإنتاجية.

كتعريف عام للقدرة التنافسية فإن (Fagerberg، 1988) حدد القدرة التنافسية باعتبارها قدرة البلد على زيادة مستوى معيشة مواطنيها من خلال النمو المستدام في الدخل وفرص العمل، دون التضحية بميزان المدفوعات. برنامج OECD حدد القدرة التنافسية بأنها "الدرجة التي،

في ظل ظروف السوق المفتوحة، يمكن لبلد أن تنتج السلع والخدمات التي تلبى اختبار المنافسة الأجنبية مع الحفاظ في نفس الوقت على توسيع الدخل المحليز (OECD، 1992). القدرة التنافسية هي مفهوم نسبي وديناميكي، وتتطوي على مكونات ديناميكية، والذي يجد المعنى لها عند إدراجها ضمن سياق البيئة وعندما تتعلق ب فترة زمنية معينة (Pereira وآخرون 2010، 2007). في حين أن الإنتاجية في بلد ما يحدد قدرته على الحفاظ على مستوى عال من الدخل والقدرة التنافسية وهي واحدة من العوامل الرئيسية لشرح إمكانات النمو في الاقتصاد (Sala-i-Martin وآخرون، 2011).

محددات القدرة التنافسية كثيرة ومعقدة. ولترتيب القدرة التنافسية للبلدان، فان تقرير مؤشر التنافسية العالمي يقدم مؤشر (GCI)، الذي أعده المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF) التقط هذا البعد من خلال توفير المتوسط المرجح لعناصر كثيرة مختلفة، كل منها يعكس جانبا واحدا من الواقع المعقد لما نسميه القدرة التنافسية. كل هذه المكونات صنفت في 12 ركيزة من ركائز التنافسية الاقتصادية (تقرير التنافسية العالمية 2011-2012).

الابتكار هو عامل أساسي مهم للتنافسية. وفقا (Denton، 1999) فان الابتكار هو محور للتنافسية، وضروري للشركات وللدول على حد سواء.

ووفقا ل (Pereira وآخرون 2013) فان الاتحاد الأوروبي يسعى باستمرار لتعزيز القدرة التنافسية الدولية من خلال استخدام الأصول غير الملموسة مثل الابتكار والعلم وروح المبادرة. تطوير اقتصاد الاتحاد الأوروبي كاقصاد قائم على المعرفة يسلط الضوء على المعرفة والابتكار كمواضيع مركزية، لأن هذه هي العوامل الرئيسية للتنمية الاقتصادية، وجنبا إلى جنب مع المكونات الأخرى، فإنها يمكن أن تتحول إلى ميزة تنافسية قوية لأي دولة.

ووفقا لدليل أوصلو (OECD، 2005) فان الابتكار هو "تنفيذ فكرة جديدة أو تحسن كبير في المنتج (خدمة أو منتج)، أو عملية، وهي طريقة جديدة للتسويق، أو أسلوب تنظيمي جديد في الممارسات التجارية، وتنظيم مكان العمل أو العلاقات الخارجية".

ووفقا لـ (Hall and Williams، 2008) فإنه يمكن وصف الابتكار من خلال أشكاله والتي تشير إلى نوع الابتكار، ومداه، الذي يميز آثاره على مختلف المستويات: العالم، المستوى الوطني أو الإقليمي أو القطاعي.

إن ضغوط الابتكار تعتبر محرك للتنافسية، والتي يتم تطبيقها على شركات السياحة من أجل خلق ميزة تنافسية (Mei وآخرون، 2012)، (Williams & Shaw، 2011)، وزيادة الإنتاجية وإدخال منتجات وخدمات جديدة وتحسين جودة الخدمات (Carlisle وآخرون، 2013)، (OECD، 2012)، (Weiermair، 2006)، ومن جانب آخر فان التنافسية للشركات السياحية العالمية تعتمد على الابتكار أيضا.

التطبيق على قطاع السياحة

يلعب الابتكار دورا متزايدا في الخدمات (Aldebert وآخرون، 2011) (Miles، 2005)، وأهمية خاصة بالنسبة لصناعة السياحة (Hjalager، 2002)، (Aldebert وآخرون، 2011). إن تطور السياحة عبر التاريخ، وخاصة منذ منتصف الثمانينيات سلت الضوء على الابتكار باعتباره عاملا حاسما لوضع شركات السياحة من التنافسية الدولية (Camisón & Monfort، 2003)، (Hjalager، 2002)، (Ritchie & Crouch، 2000).

يفيد بعض الباحثين مثل (Camisón & Monfort، 2003)، (Miles، 2005) بأن الابتكار في صناعة الخدمات (بسبب خصائصه)، لا تتبع نفس أنماط الابتكار في الصناعة التحويلية. وفقا لتصنيف خدمات ميوزو (Miozzo and Soete، 2001) فان قطاعي السياحة من "

الفنادق والمطاعم" يعتبران من مستخدمي الابتكار التكنولوجي والتي يفرضها الموردون (المورد المسيطر)، بينما قطاعي النقل وخدمات السفر فانهم يعتبران من مستخدمي الشبكات المادية كثيفة النطاق. ولكن في وجهة نظر (Pavitt، 1984) و (Laursen and Foss، 2003) فان جميع قطاعات السياحة تعتبر ضمن " المورد المسيطر". وضمن هذه الطريقة في التفكير فان (Aldebert وآخرون، 2011) أشاروا إلى أن السياحة تعتبر واحدة من الدوافع الرئيسية لشبكة الإنترنت في الاقتصاد كمستخدم والناشر للابتكار التكنولوجي. وعلى الرغم من أن الابتكار قد أعتبر من خلال المؤسسات الحكومية غير مهم في صناعات الخدمات غير المعرفة مثل السياحة (Kotilainen، 2005)، (Mei وآخرون، 2012)، واستنادا إلى دراسات (Bieger، 2005)، (Hall and Williams، 2008)، (Hjalager، 2010)، (Nordin and Svensson، 2010)، (Pechlaner وآخرون، 2005)، (Volo، 2005) فقد تبين وجود زيادة في التركيز على الابتكار لتحقيق ميزة تنافسية في صناعة السياحة.

من الجانب الآخر، بالنظر إلى أن القدرة التنافسية يمكن تحقيقها من خلال الابتكار؛ بالتالي يصبح من الضروري الاعتماد عليها في تنمية البلدان (Hall & Williams، 2008)، (Mei، Arcodia & Ruhanen، 20012)، (Schumpeter، 1934). هذه العلاقة هي مهمة على المستوى المحلي والمستوى الدولي، لأن الابتكار هو "القوة الدافعة للنمو الاقتصادي، وخلق فرص العمل وتكوين الثروات الجماعي والرخاء (Mei وآخرون، 2012). من أهم الابتكارات في صناعة السياحة وفقا لـ (Hajaleger، 2010) هي ابتكارات المنتج أو الخدمة، والابتكارات العملية والابتكارات الإدارية، والابتكارات المؤسسية. وفي دراستهم للاتجاه الابتكارات في الشركات الإسبانية، وجد (Camisón and Monfort، 2013) أن اسبانيا هي من الدول السياحية الأكثر تنافسية في العالم، حيث تبين لهما بأنه من خلال قطاعي السياحة والضيافة، برزت الشركات التي لديها أنشطة عملية على الابتكار والابتكارات التنظيمية.

مشكلة الدراسة وأهدافها:

ان الغرض من هذه الدراسة يتمثل بتقييم العلاقة بين التنافسية في السياحة والسفر والابتكار في السياحة والسفر (عدد الخطوط الجوية المدنية، عدد الفنادق العالمية، جودة الطعام، أسعار تأجير السيارات السياحية، عدد أماكن الترفيه والتسليّة) في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

ويمكن تحقيق الغرض من هذه الدراسة من خلال الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- هل يوجد علاقة بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد الخطوط الجوية المدنية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا
- هل يوجد علاقة بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد الفنادق العالمية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا
- هل يوجد علاقة بين التنافسية في السياحة والسفر وجودة الطعام في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا
- هل يوجد علاقة بين التنافسية في السياحة والسفر وأسعار تأجير السيارات السياحية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا

هل يوجد علاقة بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد أماكن الترفيه والتسلية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا
فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية: لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر والابتكار في السياحة والسفر والمتمثلة في (عدد الخطوط الجوية المدنية، عدد الفنادق العالمية، جودة الطعام، أسعار تأجير السيارات السياحية، عدد أماكن الترفيه والتسلية) في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد الخطوط الجوية المدنية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد الفنادق العالمية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وجودة الطعام في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وأسعار تأجير السيارات السياحية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

الفرضية الفرعية الخامسة: لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد أماكن الترفيه والتسلية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

أداة الدراسة والتحليل الإحصائي:

اعتمدت الدراسة على مصادر البيانات الثانوية حيث قام الباحث بجمع البيانات الثانوية عن المؤسسات الدولية والاطلاع على الأدبيات والمراجع ذات العلاقة بموضوع الدراسة، إضافة إلى تقارير الرسمية الصادرة عن المنظمات ذات العلاقة تم التعرف على الدراسات السابقة المنشورة وغير المنشورة في الكتب والدوريات والرسائل الجامعية ومواقع الإنترنت.

لقد تم تحليل بيانات الدراسة المتعلقة بالمتغيرات من خلال استخدام برامج إحصائية مناسبة واستخدم برنامج الحزمة الإحصائية (SPSS) معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho) لدراسة العلاقة بين المتغيرات.

مؤشرات الدراسة:

1. مؤشر التنافسية للسياحة والسفر

أن مؤشر التنافسية للسياحة والسفر يغطي 140 دولة ويستخدم مزيجا من البيانات من مصادر متاحة للجمهور، والسفر والسياحة والمؤسسات الدولية والخبراء. كما أنه يشتمل على نتائج استطلاع الرأي التنفيذي، وهو مسح سنوي شامل يجريه المنتدى الاقتصادي العالمي وشبكته من المعاهد الشريكة (معاهد البحوث ومنظمات اقتصادية) في الدول التي يغطيها التقرير، وأن المسح يوفر بيانات عن العديد من القضايا النوعية البيئية المؤسسية والتجارية. بالإضافة إلى ذلك، يتضمن التقرير مساهمات من خبراء الصناعة.

ومن المهم أن نوضح أن التقرير لا يناقش أعداد السائحين لكل دولة حتى لا يفهم خطأ، لكن التقرير يناقش قدرة الدولة علي تنويع منتجها السياحي وتحسين الخدمات المقدمة للسائح مع توافر المناخ الاستثماري الذي يجذب المستثمرين. ويعمل علي تسهيل إقامة المشروعات السياحية، وتحسين التشريعات والاستخدام الأمثل للموارد البشرية والطبيعية والمالية الموجودة لديها بهدف تحسين ورفاهية مواطنيها.

ويعتمد مؤشر قياس القدرة التنافسية للدولة علي3 مجموعات من المؤشرات الرئيسية هي أولاً: الإطار التنظيمي، ويشمل السياسات واللوائح والتشريعات وثانياً: مناخ الأعمال والبنية التحتية. وثالثاً: الموارد البشرية والطبيعية والثقافية.

ويندرج تحت هذه المجموعات الثلاث 41 بنداً كل منها يتكون من عدد من المؤشرات الفرعية يصل عددها إلي57 مؤشراً، وتشمل هذه المؤشرات معظم النواحي المؤثرة في القطاع السياحي بشكل مباشر أو غير مباشر مثل أعداد الغرف الفندقية والمحميات الطبيعية وشبكات النقل البحري والجوي والجوي وقوانين البيئة، ومستوي التعليم والقوانين المنظمة للعلاقة بين صاحب العمل والعمال، والأمن والأمان والصحة والتنافسية في الأسعار والعمالة المدربة وتكنولوجيا المعلومات. والجدول رقم (1) يبين الترتيب العالمي ومجموع النقاط لكل دولة من دول الشرق الأوسط باستثناء سوريا واليمن وذلك بسبب عدم توفر البيانات لهما.

الجدول رقم (1) مؤشر التنافسية للسياحة والسفر لدول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (2013)

الدولة	مجموع النقاط
الجمهورية اللبنانية	4.04
الجمهورية العراقية	4.34
المملكة الأردنية الهاشمية	4.18
الجمهورية الإيرانية	3.64
الجمهورية التركية	4.44
الكيان الاسرائيلي	4.34
المملكة العربية السعودية	4.17
الإمارات العربية المتحدة	4.68
مملكة البحرين	4.30
سلطنة عمان	4.29
دولة قطر	4.94
دولة الكويت	3.61
الجمهورية العربية المصرية	3.88
الجزائر	3.07
السودان	2.52
المغرب	4.03
تونس	4.20*
ليبيا	2.97*
موريتانيا	2.91

المصدر: منتدى الاقتصاد العالمي، تقرير مؤشر تنافسية السفر والسياحة (2013)
*تم تقديرها من قبل الباحث

2. مؤشرات الابتكار

ان أفضل الأدلة التجريبية من الأهمية الاقتصادية للابتكار كانت في الولايات المتحدة. أن جزءاً هاماً من الابتكارات الرئيسية للسياحة الحديثة "وجد في الولايات المتحدة الأمريكية (Keller,)

(Bieger، 2005)، ومن الأمثلة البارزة على هذه الأنواع انخفاض التكاليف في مجال الطيران المدني، وسلاسل الفنادق الدولية، وفن الطهو، وأعمال تأجير السيارات، والاماكن الترفيهية. وقد قام الباحث بالاعتماد على هذه المؤشرات لقياس القدرة الابتكارية لدول الشرق الأوسط. والجدول رقم (2) يبين مؤشرات الابتكار في قطاع السياحة.

الجدول رقم (2) مؤشرات الابتكار في قطاع السياحة لدول الشرق الأوسط وشمال افريقيا

الدولة	عدد الخطوط الجوية المدنية 2013	عدد الفنادق العالمية 2013	التصنيف العالمي لجودة الطعام (140 دولة) 2013	أسعار تأجير السيارات السياحية (دولار) لمدة أسبوع لسيارة اقتصادية 2015	عدد أماكن الترفيه والتسلية ذات المستوى العالمي 2014
الجمهورية اللبنانية	6	8	27	117	2
الجمهورية العراقية	5	11	95	176	1
المملكة الأردنية الهاشمية	6	33	51	123	1
الجمهورية الإيرانية	12	41	81	180	2
الجمهورية التركية	8	13	32	85	2
الكيان الاسرائيلي	3	12	23	146	1
المملكة العربية السعودية	5	4	71	175	3
الإمارات العربية المتحدة	16	27	65	114	13
مملكة البحرين	4	5	92	120	1
سلطنة عمان	2	4	99	426	1
دولة قطر	2	3	77	113	1
دولة الكويت	2	9	41	234	1
الجمهورية العربية المصرية	6	20	80	190	2
الجزائر	3	15	57	266	1
السودان	2	7	83	188	0
المغرب	4	5	64	113	1
تونس	5	8	52	160	1
ليبيا	5	3	85	315	1
موريتانيا	1	1	96	170	0

المصدر:

1. الخطوط الجوية: www.icao.int

2. الفنادق: www.wikipedia.com

2. جودة الطعام: Buzz feed news, *The best and worst countries in the word for eating*

3. أسعار تأجير السيارات: www.travelsupermarket.com (4-10/3/2015) Travel Supermarket

4. أماكن الترفيه والتسليه: www.themeparkguy.com, The Theme park Guy

التحليل الوصفي للبيانات

للإجابة عن أسئلة الدراسة تم حساب معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho) بين مجموع نقاط التنافسية والسياحة لدول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وكل من المؤشرات التي تضمنتها أسئلة الدراسة وقد أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

السؤال الأول: أظهرت قيمة معامل ارتباط سبيرمان عدم وجود علاقة بين عدد الخطوط الجوية المدنية في الدولة وبين مجموع النقاط التي حصلت عليها الدول في التنافسية والسفر حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($rs=281, p=243$) وهي غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). وعليه نقبل الفرضية الاولى والتي تنص على عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد الخطوط الجوية المدنية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

السؤال الثاني: أظهرت قيمة معامل ارتباط سبيرمان عدم وجود علاقة بين عدد الفنادق العالمية في الدولة وبين مجموع النقاط التي حصلت عليها الدول في التنافسية والسفر حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($rs=143, p=558$) وهي غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). وعليه نقبل الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص على عدم وجود لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد الفنادق العالمية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

السؤال الثالث: أظهرت قيمة معامل ارتباط سبيرمان عدم وجود علاقة بين جودة الطعام في الدولة وبين مجموع النقاط التي حصلت عليها الدول في التنافسية والسفر حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($rs=-0.200, p=0.411$) وهي غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). وعليه نقبل الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على عدم وجود لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وجودة الطعام في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

السؤال الرابع: أظهرت قيمة معامل ارتباط سبيرمان وجود علاقة بين أسعار تأجير السيارات السياحية في الدولة وبين مجموع النقاط التي حصلت عليها الدول في التنافسية والسفر حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($rs=-0.603, p=006$) وهي دالة احصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وقد كانت العلاقة بين أسعار تأجير السيارات السياحية والتنافسية والسفر علاقة عكسية فزيادة أسعار تأجير السيارات يقلل من احتمالية اختيار الدولة كوجهة للسياحة والسفر من قبل السواح. وعليه نرفض الفرضية الرابعة والتي تنص على عدم وجود لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وأسعار تأجير السيارات السياحية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا، ونقبل الفرضية البديلة والتي تفيد بوجود علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وأسعار تأجير السيارات السياحية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

السؤال الخامس: أظهرت قيمة معامل ارتباط سبيرمان عدم وجود علاقة بين عدد أماكن الترفيه والتسلية وبين مجموع النقاط التي حصلت عليها الدول في التنافسية والسفر حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($rs=375, p=113$) وهي غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). وعليه نقبل الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر وعدد أماكن الترفيه والتسلية في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

وعليه يتضح من النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين التنافسية في السياحة والسفر والابتكار في السياحة والسفر والمتمثلة في (عدد الخطوط الجوية المدنية، عدد الفنادق العالمية، جودة الطعام، أسعار تأجير السيارات السياحية، عدد أماكن الترفيه والتسلية) في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

Correlations

		مجموع النقاط
Spearman's rho	عدد الخطوط الجوية المدنية 2013	Correlation Coefficient .281 Sig. (2-tailed) .243 N 19
	عدد الفنادق العالمية 2013	Correlation Coefficient .143 Sig. (2-tailed) .558 N 19
	التصنيف العالمي لجودة الطعام (140 دولة) 2013	Correlation Coefficient -.200 Sig. (2-tailed) .411 N 19
أسعار تأجير السيارات السياحية (دولار) لمدة أسبوع لسيارة اقتصادية 2015		Correlation Coefficient -.603** Sig. (2-tailed) .006 N 19
	عدد أماكن الترفيه والتسلية ذات المستوى العالمي 2014	Correlation Coefficient .375 Sig. (2-tailed) .113 N 19

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

إستنتاجات الدراسة والتوصيات:

هدفت الدراسة إلى معالجة سؤالين عاميين هما: هل الدول السياحية الأكثر تنافسية هي الأكثر ابتكاراً؟ أي فئة من الابتكارات تساهم أكثر من غيرها في القدرة التنافسية للبلدان في قطاع السياحة؟ وعلى الرغم وجود أدلة قوية على نحو متزايد حول أهمية الابتكار كقوة تنافسية لصناعة السياحة، فإن هذه الدراسة أظهرت أن الدول الأكثر تنافسية على مؤشر التنافسية في السياحة والسفر هي ليست بالضرورة أن تكون الأكثر ابتكاراً. وهذا يعني أن مؤشرات الابتكار في السياحة التي اعتمدت عليها الدراسة (باستثناء مؤشر تأجير السيارات السياحية) لن تؤدي إلى زيادة مستوى تنافسية الدول قيد الدراسة سياحياً، وهذه النتيجة تتفق مع آراء كل من (2003 Miles، 2005 Camisón & Monfort).

وعليه توصي الدراسة دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا بالتركيز على مؤشرات أخرى غير المؤشرات التي تناولتها هذه الدراسة لزيادة قدرتها التنافسية في قطاع السياحة والسفر. كما توصي الدراسة الباحثين بتناول مؤشرات أخرى ذات دلالة ابتكارية لمعرفة العلاقة بينها وبين تنافسية قطاع السياحة والسفر في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

References

- Aldebert, B., Dang, R. & Longhi, C. (2011), "Innovation in the tourism industry: the case of Tourism@", *Tourism Management*, 32, pp. 1204-1213.
- Camisón, C. & Monfort-Mir, V.M. (2012), "Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspectives", *Tourism Management*, 33, pp.776-789.
- Carlisle, Sheena, Kunc, Martin, Jones, Eleri & Tiffin, Scott. (2013), "Supporting innovation for tourism development through multi-stakeholder approaches : experiences from Africa". *Tourism Management*, 35 . pp. 59-69.
- Denton, D. Keith, (1999) "Gaining competitiveness through innovation", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 2 (2), pp.82 - 85
- Fagerberg, J. (1988), "International Competitiveness," *The Economic Journal*, Vol. 98, No. 2, pp. 355–374.
- Hall, C. M. & Williams, A. M. (2008), *Tourism and Innovation*, Routledge, London
- Hjalager, A. (2002), "Repairing innovation defectiveness in tourism", *Tourism Management*, 23(5), pp.465- 474.
- Hjalager, A. (2010), „A Review of Innovation Research in Tourism”, *Tourism Management*, 31, pp.1-12.
- Kotilainen, H. (2005), "Best practices in innovation tourism", *Technology Review*, Vol 177.
- Laursen, K. and N.J. Foss (2003), 'New HRM Practices, Complementarities, and the Impact on Innovation Performance', *Cambridge Journal of Economics*, Vol 27(2), pp. 243-263.
- López-Fernández, M. C., Serrano-Bedia, A. M., & Gómez-López, R. (2009). La decisión de innovar de las empresas turísticas: un análisis empírico de la industria hostelera. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 15(3), pp.173-186.
- Mei, X.Y., Arcodia, C. & Ruhanen, L. (2012). "Towards tourism innovation: A critical review of public policies at the national level", *Tourism Management Perspectives*, 4, pp.92-105.
- Miles, I. (2005), "Innovation in Services", in Fagerberg J., Mowery, D & Nelson R. (eds), *The Oxford Handbook of Innovation*, Oxford University Press: New York, pp. 433-458.
- Miozzo, M., & Soete, L. (2001). "Internationalization of services: a technological perspective", *Technological Forecasting and Social Change*, 67(4), pp.159-185.
- OECD (1992), "Technology and the Economy: The Key Relationships," Paris: OECD.
- OECD (2005), "The Measurement of Scientific and Technological Activities: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data: Oslo Manual, Third Edition" prepared by the Working Party of National Experts on Scientific and Technology Indicators, OECD, Paris.

OECD (2012), *OECD Tourism Trends and Policies 2012*, OECD Publishing.

Pavitt, K. (1984), 'Sectoral Patterns of Technical Change: Towards a Taxonomy and a Theory', *Research Policy*, Vol. 13, pp. 343-373.

Pereira, E. T., Bento, J.P.C & Priede, J. (2013), "The Contribution of Technological Change on EU Exports", *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 99, pp. 658 – 664.

Pereira, Elisabeth T.; Fernandes, António J. & Diz, Henrique M. M. (2010), "Competitiveness and Industrial Evolution: the Case of Ceramics Industry", *Evolutionary and Institutional Economics Review*, Vol.7, Nº2, 2010, pp. 333-354

Pereira, Elisabeth T.; Fernandes, António J. & Diz, Henrique M. M. (2007), "Does Evolution Guide Competitiveness?", *Proceedings of the International Conference of International Association for Scientific Knowledge, IASK Global Management 2007*, University of Algarve, Faro, 2-5 May, 2007, pp. 23-34.

Priede, Janis; Pereira, Elisabeth T.; (2013), "Innovation as a Key Factor in the International Competitiveness of the European Union", *European Integration Studies*, No 7(2013), ISSN 1822–8402.

Ritchie, J. R, and Crouch, G. (2000), "The competitive destination: a sustainability perspective". *Tourism Management*, 21(1); pp. 1-7.

Sala-i-Martin, X., J. Blanke, M. Drzeniek Hanouz, T. Geiger, I. Mia, and F. Paua (2009), "The Global Competitiveness Index: Prioritizing the Economic Policy Agenda", *The Global Competitiveness Report 2008–2009*. Hampshire: Palgrave Macmillan. 3–41.

Schumpeter, J.A. (1934), *The Theory of Economic Development*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press (originally published in German in 1911; reprinted by Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey in 1997).

WEF (World Economic Forum) (2009), "The Global Competitiveness Index", *The Global Competitiveness Report 2008–2009*. Hampshire: Palgrave Macmillan.

WEF (World Economic Forum) (2013), "The Global Competitiveness Index", *The Global Competitiveness Report 2013–2014*. Hampshire: Palgrave Macmillan.

WTTC (World Travel and Tourism Council). (2013). *World Economic Impact Report*. Accessed in 10/04/2014, in http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2013.pdf *Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI) (Travel & Tourism Competitiveness Report, 2013*

Weiermair, K. (2006), "Product improvement or innovation: what is the key to success in tourism?", *Innovation and growth in tourism*, OECD, Paris, 53-69.

Williams, AM and Shaw, G (2011), "Internationalization and innovation in tourism", *Annals of Tourism Research*, 38 (1, 27 - 51).

واقع جودة الخدمات الصحية في المؤسسة العمومية الاستشفائية ببوفاريك
د. قبة فاطمة
جامعة البليدة 2

ملخص

إن قضية جودة الخدمات الصحية من أهم القضايا التي تواجه المؤسسات المعاصرة سواء كان ذلك على المستوى العالمي أو المحلي ومهما كانت نوعية المؤسسة الصحية، حيث أصبحت توجد الكثير من العوامل التي فرضت نفسها على مثل تلك المؤسسات بما يجعلها تهتم بجودة خدماتها الصحية، فالتوسع في إنتاج هذه الأخيرة وإرتباط خصائصها بمجالات ورغبات المستفيدين، فضلا عن زيادة حدة المنافسة والتغير المستمر في البيئة الخارجية كل ذلك يحتم على هذه المؤسسات تقديم خدماتها الصحية بمستوى الجودة التي يرغب المستفيد في الحصول عليها.

لذا جاءت هذه الدراسة كمشاهدة لتوضيح واقع جودة الخدمات الصحية في المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك، وذلك من خلال توزيع استمارة موجهة إلى المستفيدين من الخدمات الصحية، وقد تم تحليل بياناتها باستخدام أساليب الإحصاء الوصفي، وقد تمكنت هذه الدراسة من التوصل إلى أن الخدمات الصحية في المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك تتميز بالأبعاد الأربعة (الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف)، إلا أنها لا تتميز ببعد الملموسية، مما يستوجب تطوير الخدمات الصحية بما يتناسب مع إحتياجات المستفيد، وذلك بمواكبة التطور التكنولوجي عن طريق تحسين جانب البعد المادي.

الكلمات المفتاحية

الخدمات الصحية، جودة الخدمة الصحية، المؤسسات الاستشفائية العمومية.

Résumé

La qualité des services de santé est devenue la principale préoccupation des établissements de santé quelles que soient leurs natures, cela est du en grande partie a l'environnement dans le quel évolue et d'autre part aux exigences des bénéficiaires.

De ce fait, notre étude a pour but de mettre en lumière la qualité des services de santé au sein de l'Etablissement public hospitalier de Boufarik, par le biais d'un questionnaire élaboré par nos soins (destiné aux bénéficiaires des services de santé de cet établissement). Les statistiques descriptives nous ont permis de procéder aux analyses des données recueillies par le biais des questionnaires, ces analyses nous ont confirmé que la qualité des services de santé au sein de l'hôpital de Boufarik se caractérise par quatre démentions (fiabilité- réponse - affirmation -empathie), mis à part la dimension de valeurs matérielles qui doit être prise en considération par l'hôpital de Boufarik afin d'améliorer la qualité des services de santé

Les mots clés

services sanitaires, qualité des services de santé , Etablissement hospitalier public.

مقدمة

إن المتغيرات المستمرة والسريعة التي يعرفها المحيط العالمي للمؤسسات والمتمثلة خاصة في بروز التكتلات الاقتصادية الدولية وما تمنحه من مزايا تفضيلية لمنتجاتها إضافة إلى الاتجاه نحو الانفتاح الدولي على الصعيد التجاري، والاستثماري والمعلوماتي وما يخلفه ذلك من منافسة شديدة لا حدود لها، تزايد وعي المؤسسات بشكل عام و المؤسسات الصحية بشكل خاص بضرورة الاهتمام بجودة منتجاتها كأحد الأسبقيات التنافسية، لضمان البقاء والاستمرارية في وسط المحيط التنافسي الذي تنشط فيه. وحتى تستطيع هذه المؤسسات أن تبقى وتستمر وتنجح لابد أن تتعرف على أسواقها، وتقوم بجذب الموارد اللازمة لإتمام عملياتها الإنتاجية بكفاءة وفعالية، ومن ثم تحويل تلك الموارد إلى خدمات مناسبة، وإيصال تلك الخدمات إلى أسواق مستهلكيها ومجتمعات المستفيدين منها بشكل متاح، هذا فضلاً عن عوامل أخرى كثيرة منها تفعيل التواصل مع الجمهور، ووجوب الالتزام برسالة الرعاية الصحية والترويج للخدمات الصحية بغرض الإعلام والإخبار عنها، حيث تمثل هذه الأخيرة مجموعة من السياسات والإجراءات المصممة التي تهدف إلى تقديم خدمات صحية للمستفيدين ذات جودة عالية، تساهم في تقديم الفرص لتحسين الرعاية وحل المشكلات العارضة بطرق علمية وذلك عن طريق المستخدمين في المؤسسات الصحية والذين يستخدمون مهاراتهم وخبراتهم وتقنيات الخدمات الصحية المتاحة لهم بما يضمن تحقيق أفضل النتائج في الوقت المناسب والمكان المناسب وبأقل التكاليف.

لذا كان على المؤسسة الاستشفائية العمومية بالجزائر كغيرها من المؤسسات محاولة تحسين خدماتها الصحية، وبما أن تحديد مفهوم جودة الخدمة الصحية يخضع لأراء مختلفة منها رأي الطبيب والمستفيد وإدارة المستشفى فلكل من هؤلاء رأيه الخاص، حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة رأي المستفيد من الخدمات الصحية المقدمة له من قبل المؤسسة الإستشفائية العمومية ببوفاريك. من هنا نستطيع طرح الإشكالية الرئيسية التالية :

ما هو واقع جودة الخدمات الصحية في المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك؟

للإلمام بجميع جوانب الموضوع تطلب الأمر تقديم الفرضيات التالية:

- تتميز الخدمات الصحية المقدمة للمستفيد في المؤسسة الإستشفائية العمومية ببوفاريك ببعدها الإعتيادية؛
- تتميز الخدمات الصحية المقدمة للمستفيد في المؤسسة الإستشفائية العمومية ببوفاريك ببعدها الإستجابية؛
- تتميز الخدمات الصحية المقدمة للمستفيد في المؤسسة الإستشفائية العمومية ببوفاريك ببعدها الأمان؛
- تتميز الخدمات الصحية المقدمة للمستفيد في المؤسسة الإستشفائية العمومية ببوفاريك ببعدها التعاطف؛
- تتميز الخدمات الصحية المقدمة للمستفيد في المؤسسة الإستشفائية العمومية ببوفاريك ببعدها الملحمية؛

1) ماهية جودة الخدمات الصحية

قبل التطرق إلى جودة الخدمة الصحية لابد من تحديد مفهوم الجودة و الخدمة، حيث تعرف الجودة بأنها كل ما يلبي متطلبات الزبون الحالية والمستقبلية، وعرفت على أنها المطابقة لمتطلبات أو المواصفات، كما تمثل الجودة بالمعادلة التالية "كيفية تسيير المؤسسات = مقارنة

علمية+إشراك الموارد البشرية+عملية التحسين المستمر" كل ذلك يهدف إلى تلبية وإرضاء احتياجات وتوقعات الزبائن¹.

أما الخدمة فهي العمل المنجز من قبل شخص مقابل أجر²، كما تعرف على أنها فعل أو أداء يمكن أن يقدمه طرف ما إلى طرف آخر يكون جوهره غير ملموس ولا ينتج عنه أي تملك، وأن إنتاجه قد يكون مرتبطاً بإنتاج مادي أو قد لا يكون. كما تتفق معظم البحوث على تعريف الخدمات إستناداً على أربع معايير أساسية، عدم قابلية إختزال الخدمة، مشاركة الزبون، الإتصال المباشر مع الزبون، الخدمة الفورية³.

1-1) جودة الخدمات الصحية:

تعرف على أنها درجة الالتزام بالمعايير المعاصرة المعترف بها على وجه العموم للممارسة الجيدة ومعرفة النتائج المتوقعة لخدمة أو إجراء أو تشخيص أو أي مشكلة طبية⁴ بالإضافة إلى تعريف منظمة الصحة العالمية " يقصد بجودة الخدمة الصحية التوافق مع المعايير والأداء الصحيح بطريقة آمنة ومقبولة من المجتمع وبتكلفة مقبولة، بحيث تؤدي إلى إحداث تأثير على نسبة الحالة المرضية ونسبة الوفيات والإعاقة وسوء التغذية⁵. ومن أجل ضمان جودة في الخدمات الصحية يستلزم توفر الأمان، العلاج، السلامة، حيث أن نوعية الخدمة الصحية هي التي تؤثر على حياة المستفيد⁶.

إذا الجودة كمفهوم واسع ومعقد تعني أشياء مختلفة للأطراف المتعددة والمشاركة في عملية إنتاج الخدمة الصحية وتقديمها وتمويلها وإستهلاكها، فقد تعني لمديري المؤسسات الإستشفائية توظيف أفضل العناصر البشرية والتسهيلات(أبنية، أجهزة ومعدات) لتقديم الخدمة الصحية، كما قد تعني الجودة للمستفيد من الخدمة الصحية تلقي رعاية آنية تتصف بالمودة والاحترام والشعور بأنهم محور الإهتمام والتركيز من قبل منتجي هذه الخدمات ومقدميها، أما الجودة من وجهة نظر الأطباء تعني توفير أعلى مستوى ممكن من المعارف والمهارات والموارد المطلوبة وصولاً لأفضل النتائج للمستفيدين، كما قد تنظر الجهات الممولة إلى الجودة على أنها المقابل لكلفة هذه الخدمات، أما المختصون ينظرون من حيث الإستجابة لتوقعات المستفيدين ورغباتهم⁷.

¹ Bernard CLEMENT, Ingénierie de la qualité, www.cours.polymtl.ca, le 31/07/2015.

² Hamilton NANA, Améliorer la Qualité des services, éditions d'Organisation Groupe Eyrolles, Paris, 2009, P22.

² فريد توفيق نصيرات، تسويق خدمات الرعاية الإستشفائية والطبية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014، ص146.

³ Frédéric CANARD, Préface d'Elise TOSI, Management de la Qualité, l'extenso éditions, Paris, 2009, P34.

⁴ خالد بن السعيد، مدى فعالية برامج الجودة النوعية بمستشفيات وزارة الصحة السعودية، المجلة العربية للعلوم الإدارية، المجلد2، العدد الأول، نوفمبر 1994، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، ص12.

⁵ وفيق حلمي الأغا، الجودة الشاملة وطرق إبداعها بالقطاع الصحي الفلسطيني، المؤتمر 27 العلمي الثاني لكلية الإقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، 2006، ص27.

⁶ Marie-Paule SERRE, Déborah WALLET-WODKA, Marketing des produits de santé, DUNOD, Paris, 2008, P04.

⁷ فريد توفيق نصيرات، تسويق خدمات الرعاية الإستشفائية والطبية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014، ص146.

بالإضافة إلى التعاريف السابقة نجد أن تحقيق الجودة في الخدمات الصحية لابد من أن تتوفر على العناصر التالية⁸:

- فعالية الخدمة، وهي درجة تحقيق الإجراءات الصحية المستخدمة للنتائج المرجوة منها، أي تؤدي الرعاية إلى تحسن متوسط العمر مع توافر القدرة على الأداء الوظيفي والشعور بالرفاهية والسعادة بشكل مستمر؛
- الملائمة، إختيار الإجراءات الصحية الملائمة لحالة المستفيد؛
- القبول، وهو تقبل المستفيد والمجتمع لإستخدام إجراء صحي معين؛
- إمكانية الحصول على الخدمة الصحية؛
- العدالة، تتمثل في مدى توفر الرعاية الصحية لمن يحتاجونها فعلا وعدم وجود تفاوت في إمكانية الحصول عليها بين فئات المجتمع لأسباب غير صحية؛
- الكفاءة، يقصد بها الإستخدام الأمثل للموارد والتكاليف والأخذ بالاعتبار الاحتياجات الأخرى والمستفيدين الأخرين.

2-1 أهداف وأهمية جودة الخدمة الصحية

نظرا لما لجودة الخدمات الصحية من أثر على حياة المستفيد منها، كان لابد علينا تحديد أهداف وأهمية جودة الخدمات الصحية.

❖ الأهداف

- إن أهداف جودة الخدمة الصحية على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر تتمثل في النقاط التالية⁹:
- ضمان الصحة البدنية والنفسية للمستفيدين؛
- تقديم خدمة صحية ذات جودة مميزة من شأنها تحقيق رضى المستفيد وزيادة ولاؤه للمؤسسة الصحية والذي سيصبح فيما بعد وسيلة إعلامية فاعلة لتلك المؤسسة الصحية؛
- تعد معرفة آراء وانطباعات المستفيدين وقياس مستوى رضاهم عن الخدمات الصحية وسيلة مهمة في مجال البحوث الإدارية والتخطيط للرعاية الصحية ووضع السياسات المتعلقة بها؛
- تطوير وتحسين قنوات الاتصال بين المستفيدين من الخدمة الصحية ومقدميها؛
- تمكين المؤسسات الصحية من تأدية مهامها بكفاءة وفاعلية؛
- تحقيق مستويات إنتاجية أفضل، إذ يعد الوصول إلى المستوى المطلوب من الرعاية الصحية المقدمة إلى المستفيدين الهدف الأساسي من تطبيق الجودة؛
- كسب رضى المستفيد إذ أن هناك قيم أساسية لإدارة الجودة لابد من توفرها في أي مؤسسة صحية تعمل على تحسين الجودة؛
- تحسين معنويات العاملين، إذ أن المؤسسة الصحية هي التي يمكن لها تعزيز الثقة لدى العاملين لديها وجعلهم يشعرون بأنهم أعضاء يتمتعون بالفاعلية مما يؤدي إلى تحسين معنوياتهم وبالتالي الحصول على أفضل النتائج .

❖ الأهمية

من أبرز المؤشرات التي يمكن من خلالها الإستدلال على أهمية الجودة في الخدمات الصحية ما يلي¹⁰:

⁸ فهد الرشدي

⁹ طلال بت عايد الأحمد، إدارة الرعاية الصحية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2004، ص128.

¹⁰ تامر ياسر البكري، تسويق الخدمات الصحية، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص201.

- إرتبطت الخدمة إلى حد كبير مع الجودة حتى أصبح من الضروري إعتقاد عدد من المقاييس التي تشير إلى مستوى الرضى المتحقق لدى المستفيد من خلال الربط بين الخدمة المقدمة والجودة، وذلك من أجل معرفة الفجوة بين ما يدركه المستفيد من الخدمة وما يتوقعه وبالتالي فإنه لا يمكن تحليل الخدمة الصحية دون إختبار الجودة فيها؛

- أصبح للجودة أبعاد رئيسية يتم إعتقادها كأساس في قياس مستوى الجودة؛

- تعد الجودة في الخدمة الصحية مؤشر مهم في قياس مستوى الرضى المتحقق لدى المستفيد عن الخدمة المقدمة من قبل أية مؤسسة صحية، كما تؤثر مستوى الاستجابة لما كان يتوقعه المستفيد من تلك الخدمة؛

- الجودة في الخدمة الصحية تخضع للتحسين المستمر عبر إدارة متخصصة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية، وتهدف بذلك إلى تحقيق الشمولية والتكاملية في الأداء، حيث تقصد بالشمولية، التوسع في مستوى جودة الخدمات التي يتوقعها المستفيدين من الخدمة الطبية والسريرية المقدمة لهم وبكافة الطرق، أما التكاملية تتمثل في كون المؤسسة الصحية نظام مكون من أنظمة فرعية يعتمد بعضها على البعض الآخر، ولكل نظام برامجه الخاصة إلا أنه يتكامل مع البرامج الأخرى.

1-3) العوامل المؤثرة في جودة الخدمات الصحية:

هناك عدة عوامل تؤثر في جودة الخدمات الصحية، وتتمثل هذه العناصر في¹¹:

❖ تحليل توقعات المستفيد

تحتاج المؤسسات الصحية إلى فهم اتجاهات المستفيدين عند تصميمهم للخدمة الصحية، بحيث يكون هذا التصميم متفوقا على توقعات المستفيد لأنها الطريقة الوحيدة التي تمكنهم من تحقيق جودة عالية للخدمة المقدمة، كما يمكن للمستفيدين أن يحققوا إدراكاتهم للخدمة المقدمة من خلال التمييز بين المستويات المختلفة للجودة، وهي:

أولا- الجودة المتوقعة

تمثل تلك الدرجة من الجودة التي يرى المستفيد وجوب وجودها، وهذا المستوى من الجودة يصعب تحديده في الغالب إذ يختلف باختلاف خصائص المستفيدين وحالاتهم العلاجية، فضلا عن إختلاف الخدمات التي يتوقعون وجودها في المؤسسات الصحية.

ثانيا- الجودة المدركة

تعبر عن ادراك المستفيد لجودة الخدمة الصحية المقدمة له من قبل المؤسسة الصحية.

ثالثا- الجودة القياسية

يقصد بها ذلك المستوى من الخدمة المقدمة والتي تتطابق مع المواصفات المحددة أساسا للخدمة والتي تمثل بذات الوقت إدراكات إدارة المؤسسة الصحية.

رابعا- الجودة الفعلية

هي تلك الدرجة من الجودة والتي اعتادت المؤسسة الصحية تقديمها للمستفيدين¹².

¹¹ صلاح محمود زياب، قياس أبعاد جودة الخدمات الطبية المقدمة في المستشفيات الحكومية الأردنية من منظور المرضى والموظفين، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 20، العدد الأول، 2012، ص 73.

¹² تامر ياسر البكري، مرجع سبق ذكره، ص 205.

❖ تحديد جودة الخدمات

عندما تفهم المؤسسة الصحية حاجات المستفيدين فإنه يجب عليها أن تضع التوصيف المناسب للمساعدة في ضمان تحقيق ذلك المستوى المطلوب من الجودة في الخدمة الصحية المقدمة، وهذا التوصيف عادة ما يكون مرتبطاً مع أداء العاملين في المؤسسة الصحية ومستوى وكفاءة الأجهزة والمعدات المستخدمة في إنجاز الخدمة الصحية.

❖ أداء العاملين

عندما تضع إدارة المؤسسة الصحية معايير الجودة للخدمة الصحية المقدمة ويتحقق الالتزام في تنفيذها من قبل الكادر الطبي فإنها في المقابل يجب أن تعمل على إيجاد الطرق المناسبة التي تضمن من خلالها الأداء المناسب ويكون من المهم أن تتوقع إدارة المؤسسة الصحية تقييم المستفيدين لجودة الخدمة الصحية المقدمة لهم، وأن تكون هذه التوقعات عقلانية ويمكن تحقيقها، وهنا يكون من الضروري أن لا تقدم الإدارة وعوداً لا تستطيع الوفاء بها لأي سبب.

❖ إدارة توقعات الخدمة

تتم من خلال اعتماد أنظمة الاتصالات الداخلية في المؤسسة الصحية والترويج والإعلان في خارجها، ويكون من الضروري على إدارة المؤسسة الصحية أن لا تقدم وعوداً لا تستطيع تحقيقها نظراً لضخامتها أو عدم تجانسها مع قدراتها في التنفيذ أو الضعف في التدريب أو الكفاءة اللازمة في إتصالاتها الداخلية لتحقيق ذلك، وهذا سينعكس بالتالي على عدم رضا المستفيد عن الخدمة الصحية المتوقع حصولها.

(2) نموذج ومجتمع الدراسة

من العوامل الأساسية التي يجب على أي باحث تحديدها قبل البدء في دراسته هو حصر عينة البحث، التي هي عبارة عن مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً، تجمعها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث والتقصي¹³. وعليه يمكن القول أن مجتمع الدراسة يتكون من جميع المفردات التي تشكل مشكلة الدراسة، وقد يختلف عددهم أو حجمهم حسب هدفها ودرجة دقتها.

(1-2) المخطط التمثيلي

تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على واقع جودة الخدمات الصحية، من خلال أبعاد جودة الخدمة الصحية، كما هو موضح في الشكل الموالي :

¹³ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في البحوث الإنسانية: تدريبات علمية، ترجمة بوزيد صحراوي وكمال بوشرف، وسعيد سبعون، دار القصبة للنشر، الجزائر العاصمة، 2006، ص 298.



الشكل رقم (01): نموذج تفسيري للدراسة

المصدر: من اقتراح الباحثة

2-2) أسلوب جمع البيانات وأدوات التحليل الإحصائي
 لغرض الحصول على المعلومات والبيانات للقيام بدراسة الحالة على مستوى المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك تم الاعتماد على المعلومات المتعلقة بالجانب النظري من الدراسات، المقالات، الرسائل الجامعية والكتب العلمية العربية والأجنبية المتخصصة بموضوع الدراسة، بالإضافة إلى الاستبيان وهو أداة قياس إدراكية تم الاعتماد في تصميمها على آراء مجموعة من الباحثين للحصول على المعلومات الأولية والثانوية اللازمة لاستكمال دراسة الحالة.

❖ أسلوب جمع البيانات

لقد تم الاعتماد على العينة القصدية غير الاحتمالية، أي أن توزيع الاستبانات لم يتم بطريقة عشوائية احتمالية، فلا يمكن بذلك تحديد حجم العينة، كما تجدر الإشارة إلى أن ملئ الاستمارات لم يتم عن طريق توزيعها ثم تحصيلها مملوءة، بل كانت الطريقة المتبعة هي المقابلة الشخصية لكل مستفيد من العينة ثم طرح الأسئلة وتوضيحها، وذلك خوفاً من عدم الفهم سواءً من طرف المستفيدين للأسئلة المطروحة ومنه عدم الجدية في الإجابة، وبالتالي عدم مصداقية النسب المتحصل عليها.

لذا تم الحرص على أن يكون الاستبيان شكلاً ومضموناً يتبع المنهج العلمي ويخدم إلى حد كبير الإشكالية الرئيسية وتفرعاتها، ومن أجل معالجة الإشكالية الرئيسية واختبار صحة الفرضيات الموضوعية تطلب الأمر تقديم استبيان إلى المستفيدين من الخدمات الصحية، فقد تضمن قسمين: **القسم الأول:** يبين متغيرات تتعلق بالخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة من خلال 5 فقرات والمتضمنة: الجنس، السن، طبيعة المرض، طبيعة الزيارة إلى المؤسسة الإستشفائية العمومية ببوفاريك والمصلحة التي تم الالتحاق بها.

القسم الثاني: خصص إلى قياس جودة الخدمات الصحية من خلال الأبعاد الخمسة المتمثلة في الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف والملموسية.

والشكل التالي يلخص المحاور التي جاءت في الاستبيان وعدد أسئلة كل محور:



• الخصائص الديمغرافية
• الجنس، السن، طبيعة المرض، طبيعة الزيارة إلى المؤسسة
• الإستشفائية العمومية ببوفاريك والمصلحة التي تم الإلتحاق بها.

• أبعاد جودة الخدمة الصحية
• الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف والملموسية

الشكل رقم (02): محاور الإستبيان الموجه للمستفيدين

المصدر: من إعداد الباحثة.

كما لايد من توضيح عدد الاستثمارات الموزعة بالنسبة لكل مصلحة:



الشكل رقم (03): عدد الاستثمارات الموزعة

المصدر: من إعداد الباحثة.

❖ مقاييس التحليل الإحصائي

تختلف أساليب التحليل الإحصائي من حيث شموليتها وعمقها وتعقيدها باختلاف الهدف من إجراءها، ومن أجل تحقيق أهداف البحث وتحليل البيانات التي تم تجميعها اعتمدنا على التحليل الوصفي.

أولاً- التكرارات والنسب المنوية

للتعرف التفصيلي على الصفات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة من أجل تحليلها.

ثانياً- الانحراف المعياري

يوضح الانحراف المعياري التشتت في استجابات أفراد الدراسة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر، فهذا يعني تركيز الإجابات وعدم تشتتها، أما إذا كانت قيمته تساوي الواحد أو أكبر، فذلك يعني عدم تركيز الإجابات وتشتتها¹⁴.

ثالثاً- المتوسط الحسابي المرجح

يتم حساب المتوسط الحسابي المرجح لمعرفة اتجاهات أفراد الدراسة نحو كل فقرة أو معيار، مع العلم أنه يساعد في ترتيب الفقرات حسب أعلى متوسط مرجح¹⁵. وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي المكون من خمسة درجات لتحديد أهمية كل فقرة من فقرات الاستمارة، كما يلي: غير موافق تماماً(1)، غير موافق(2)، محايد(3)، موافق(4)، موافق تماماً(5) كما أنه تم وضع مقياس ترتيبي لهذه الأوزان يساعد في تحليل نتائج الاستبيان وفقاً للجدول التالي:

الجدول رقم (01): المتوسطات الحسابية والاتجاه الموافق لها

الاتجاه	غير موافق تماماً	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً
المتوسط الحسابي	1.79 -1.00	2.59 -1.80	3.39 -2.60	4.19 -3.40	5 -4.20

المصدر: عز عبد الفتاح، مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام SPSS، خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، جدة، 2008، ص540.

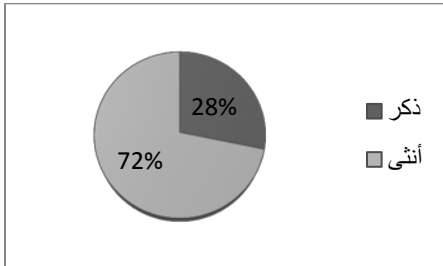
(3) تحليل الخصائص الديمغرافية للمستفيدين

نقوم في هذا العنصر بتحليل القسم الأول من استمارة الاستبيان الموزعة على المستفيدين (والتي بلغت 170 استمارة) والتي تتكون من الجنس، السن، طبيعة المرض، طبيعة الزيارة إلى المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك والمصلحة المتوجه إليها.

1-3 الجنس

سوف نحاول تحديد التكرارات للإجابات المتحصل عليها على أساس الجنس.

الجدول رقم(02): توزيع عينة المستفيدين حسب الجنس



الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	48	28.2
أنثى	122	71.8
المجموع	170	100

الشكل رقم(04): توزيع عينة المستفيدين حسب الجنس بالنسب

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

¹⁴ امتثال حسن عبد الرزاق وآخرون، مبادئ الإحصاء الوصفي، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص115.

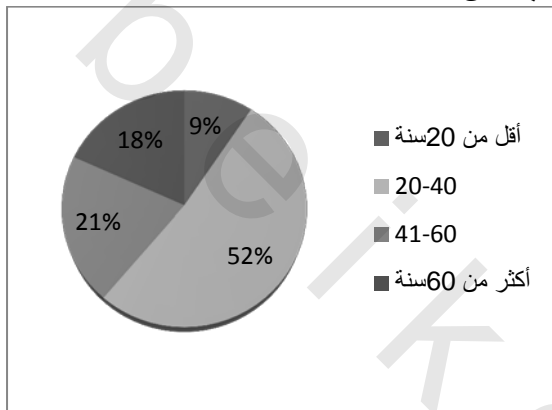
¹⁵ محمد شامل فهمي، الإحصاء بلا معاناة: المفاهيم والتطبيقات باستخدام (SPSS)، معهد الإدارة العامة، الرياض، 2005، ص186.

نجد أن النسبة المرتفعة تعود للمستفيدين من صنف الإناث، حيث بلغ عددهم 122 مستفيد أي بنسبة % 71.8 من أفراد العينة، في حين بلغ عدد الذكور 48 مستفيد أي بنسبة % 28.2 من أفراد العينة، ويرجع ارتفاع نسبة الإناث إلى كون وجود مصلحتين يغلب عليهم الصنف النسوي، حيث أن أفراد العينة في مصلحة التوليد كلهم نساء بالإضافة إلى المرافقين في مصلحة طب الأطفال كلهم أمهات.

(2-3) السن

من أجل تحليل عينة الدراسة كان لابد من معرفة الفئات العمرية التي تنتمي إليها.

الجدول رقم(03): توزيع عينة المستفيدين حسب السن



السن	التكرار	النسبة %
أقل من 20 سنة	16	9.4
40-20	88	51.8
60-41	35	20.6
أكثر من 60 سنة	31	18.2
المجموع	170	100

الشكل رقم(05): توزيع عينة المستفيدين حسب السن بالنسب

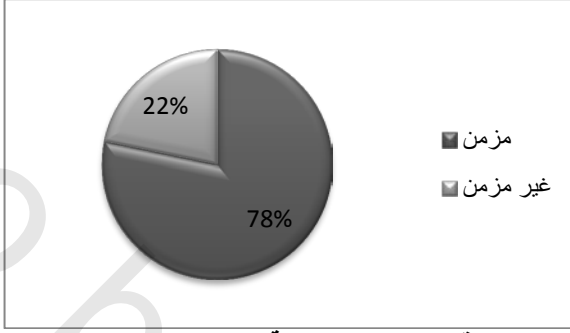
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

بعد جمع المعلومات توصلنا إلى أن هناك 88 مستفيد من أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم من 20 إلى 40 سنة أي بنسبة % 51.8 ، ويرجع تواجد هذه الفئة بنسبة أكبر إلى كون أن كل النساء اللواتي تلتحقن بمصلحة التوليد هم من فئة الشباب، بالإضافة إلى المرافقين ينتمون إلى نفس النسبة، في حين تقاربت النسب للفئة العمرية المحصورة ما بين 41-60 سنة والأكثر من 60 سنة حيث قدرت % 20.6 و % 18.2 على التوالي من أفراد العينة، وفي المقابل كانت اقل نسبة للمستفيدين الذين أعمارهم أقل من 20 سنة.

(3-3) طبيعة المرض

كان لابد علينا من تحليل العينة من خلال طبيعة المرض في حالة ما إذا كان مزمن او غير مزمن.

الجدول رقم(04): توزيع عينة المستفيدين طبيعة المرض



طبيعة المرض	التكرار	النسبة %
مزمن	133	78.2
غير مزمن	37	21.8
المجموع	170	100

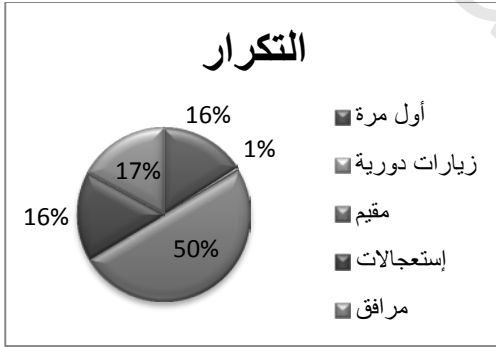
الشكل رقم(06): توزيع عينة المستفيدين حسب طبيعة المرض بالنسب

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

بعد جمع المعلومات توصلنا إلى أن أفراد العينة والمقدر عددهم 170 منهم 133 مستفيد لديهم أمراض مزمنة أي مايعادل 78.2%، في حين نسبة 21.8% من العينة لديهم أمراض غير مزمنة.

3-4) طبيعة الزيارة إلى المؤسسة العمومية الاستشفائية لبوفاريك حسب طبيعة المرض في حد ذاته من جهة وإلى نوعية الخدمة المدركة من جهة أخرى يختلف سبب الزيارة إلى المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك .

الجدول رقم(05): توزيع عينة المستفيدين حسب طبيعة الزيارة



طبيعة الزيارة	التكرار	النسبة %
أول مرة	27	15.9
زيارات دورية	1	0.6
مقيم	85	50
إستعجالات	28	16.5
مرافق	29	17.1
المجموع	170	100

الشكل رقم(07): توزيع عينة المستفيدين حسب طبيعة الزيارة بالنسب

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

نجد أكبر فئة والتي قدرت بنسبة 50% من الاستثمارات الموجهة للمستفيدين من الخدمات الصحية هم مقيمين، تليها نسبة 17.1% كمرافق حيث يرجع سبب ارتفاع هذه النسبة إلى المرافقين في مصلحة طب الأطفال أو للمرافقين بالنسبة للفئة المسنة في باقي المصالح، كما نجد نسبة 16.5% تزور المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك للدخول الاستعجالي، كما لا بد من الإشارة إلى أن المؤسسات الاستشفائية تتميز بعدم الاستقرار في عدد المستفيدين من الخدمات الصحية، حيث لا يمكن أن نلتقي بهم عدة مرات إلا في حالات استثنائية.

3-5) المصلحة

لا بد علينا من تحديد نوع المصلحة التي يتوجه إليها المستفيد، مع العلم أن المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك تحتوي على 6 مصالح.

الجدول رقم(06): توزيع عينة المستفيدين حسب المصلحة



المصلحة	التكرار	النسبة %
الجراحة العامة	30	17.6
الطب الداخلي	30	17.6
طب الأطفال	21	12.4
مصلحة الأمراض المعدية	27	15.9
مصلحة النساء والتوليد	35	20.6
الإستجالات	27	15.9
المجموع	170	100

الشكل رقم(08): توزيع عينة المستفيدين حسب المصلحة بالنسب

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال النتائج المتحصل عليها نجد أن النسب متقاربة بالنسبة للمصلحة التي يتوجه إليها المستفيدين من أجل الحصول على الخدمات الصحية.

4) اختبار وتحليل فرضيات الدراسة

سيتم عرض نتائج التحليل الوصفي لأبعاد جودة الخدمات الصحية في المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك من خلال هذا العنصر، ثم نحاول تحليل واختبار صحة الفرضيات.

1-4) تحليل أبعاد جودة الخدمة الصحية

من أجل معرفة مدى تطبيق كل مصلحة لأبعاد جودة الخدمة الصحية على حدى سوف نحاول دراسة كل بعد من الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة الصحية ولكن من خلال الربط مع المصالح الإستشفائية الموجودة في المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك.

❖ دراسة بعد الاعتمادية

تمثل الاعتمادية القدرة على الأداء في إنجاز ما تم تحديده مسبقاً وبشكل دقيق ويمثل هذا البعد 32% كأهمية نسبية في النوعية قياساً بالأبعاد الأخرى¹⁶، كما أن الاعتمادية في مجال الخدمة الصحية تعني ملاحظة أو مشاهدة المستفيد للخدمة وفقاً لتوقعاته وتلقي المعالجة المطلوبة.

الجدول رقم (07): قياس بعد الاعتمادية

س6: تلتزم المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك بتقديم الخدمة الصحية في المواعيد المحددة											
العبرة		غير موافق تماماً		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماماً	
المصالح	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار
الجراحة العامة	1	3.33	1	3.33	1	3.33	1	10	3	3.33	1
الطب الداخلي	3	10	4	13.33	0	0	0	13.33	4	10	6
طب الأطفال	0	0	5	23.81	0	0	0	23.81	5	0	5
الأمراض المعدية	6	22.22	4	14.81	0	0	0	14.81	4	22.22	3
مصلحة التوليد والنساء	0	0	10	28.57	11.43	4	11.43	28.57	10	0	4
الاستعجلات	2	7.41	6	22.22	1	3.70	1	22.22	6	7.41	2
س7: عدم حدوث أخطاء في التشخيص أو العلاج											
الجراحة العامة	2	6.67	3	10	4	13.33	4	13.33	3	10	0
الطب الداخلي	0	0	3	10	1	3.33	1	10	3	0	5
طب الأطفال	0	0	3	14.29	3	14.29	3	14.29	3	0	5
الأمراض المعدية	1	3.70	0	0	2	7.41	2	7.41	0	0	7
أمراض النساء والتوليد	1	2.86	7	20	0	0	0	20	7	2.86	3
الاستعجلات	0	0	5	18.20	2	7.41	2	18.20	5	0	2
س8: يلتزم المستخدمون بالمؤسسة الاستشفائية بإعطاء كل الوقت للمستفيد من أجل التشخيص الطبي والمعالجة											
الجراحة العامة	0	0	5	16.67	0	0	0	16.67	5	0	1
الطب الداخلي	3	10	5	16.67	1	3.33	1	16.67	5	10	6
طب الأطفال	0	0	3	14.29	1	4.76	1	14.29	3	0	3
الأمراض المعدية	2	7.41	4	14.81	1	3.70	1	14.81	4	7.41	0
أمراض النساء والتوليد	3	8.57	9	25.71	0	0	0	25.71	9	8.57	5
الاستعجلات	0	0	7	25.93	0	0	0	25.93	7	0	3
س9: تعمل المؤسسة الاستشفائية بتقديم خدمات صحية بشكل جيد											
الجراحة العامة	1	3.33	3	10	0	0	0	10	3	3.33	2
الطب الداخلي	4	13.33	2	6.67	1	3.33	1	6.67	2	13.33	5
طب الأطفال	0	0	2	9.52	0	0	0	9.52	2	0	4

¹⁶ تامر ياسر البكري، مرجع سبق ذكره، ص212.

3.70	1	66.67	18	7.41	2	14.81	4	7.41	2	الأمراض المعدية
2.86	1	60	21	0	0	2.86	10	8.57	3	أمراض النساء والتوليد
7.41	2	55.57	15	3.70	1	33.33	9	0	0	الاستعدادات

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

بمأن الاعتمادية تعني قدرة مقدم الخدمة الصحية على أداء الخدمة الصحية التي وعد بها بشكل يمكن الاعتماد عليه، فضلاً عن تقديمها بدرجة عالية من الدقة والصحة. كما تعني الالتزام بالمواعيد المحددة للمستفيدين فضلاً عن تسليم نتائج الفحوصات المخبرية والأشعة وغيرها في المواعيد المحددة، كما يمكن التعبير عنها بأنها حل أو إيجاد الحلول للمشاكل المتوقعة فضلاً عن إعطاء الحلول للمشاكل المطلوبة إذا من خلال النسب المتحصل عليها نلاحظ أن المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك تتصف ببعيد الاعتمادية، حيث أن الاعتمادية في مجال الخدمات الصحية تعني الالتزام بتقديم الخدمات الصحية للمستفيدين بشكل جيد وفي المواعيد المحددة وبدون حدوث أي أخطاء في التشخيص والعلاج.

❖ دراسة بعد الاستجابة

عرفت بأنها الرضى وقابلية تقديم الخدمة السريعة. كما تشير إلى القدرة على تلبية الاحتياجات الجديدة أو الطارئة للمستفيد من خلال المرونة في إجراءات ووسائل تقديم الخدمة، ويمثل هذا البعد 22% كأهمية نسبية في الجودة قياساً بالأبعاد الأخرى¹⁷. لذا سوف نحاول في هذا العنصر دراسة مامدى توفر الخدمات الصحية المقدمة من المصالح الموجودة بالمؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك على بعد الاستجابة.

الجدول رقم (08): قياس بعد الاستجابة

س10: تقوم المؤسسة الاستشفائية بإبلاغ المستفيدين بموعده تقديم الخدمة											
العبارة		غير موافق تماماً		غير موافق		محايد		موافق		موافق تماماً	
المصالح	النسبة %	النسبة %	النسبة %	النسبة %	النسبة %	النسبة %	النسبة %	النسبة %	النسبة %	النسبة %	
الجراحة العامة	1	3.33	13	43.33	0	0	13	43.33	3	10	
الطب الداخلي	2	6.67	16	53.33	6.67	2	7	23.33	3	10	
طب الأطفال	4	19.05	15	71.42	0	0	0	0	2	9.52	
الأمراض المعدية	3	11.11	8	29.63	18.52	5	4	14.81	7	25.93	
مصحة النساء والتوليد	3	8.57	23	65.71	5.71	2	7	20	0	0	
الاستعدادات	0	0	13	48.15	29.63	8	6	22.22	0	0	
س11: استجابة المستخدمين في المؤسسة الاستشفائية لاحتياجات المستفيدين											
الجراحة العامة	0	0	25	83.33	0	0	3	10	2	6.67	
الطب الداخلي	2	6.67	18	60	0	0	5	16.67	5	16.67	
طب الأطفال	1	4.76	12	57.14	4.76	1	3	14.29	4	19.05	
الأمراض المعدية	4	14.81	16	59.26	0	0	3	11.11	4	14.81	

¹⁷ نفس المرجع.

0	0	34.26	12	0	0	54.29	19	11.43	4	مصلحة النساء والتوليد
11.11	3	59.26	16	0	0	25.93	7	3.70	1	الاستعدادات
س12: حسن الاستقبال عند دخولك المؤسسة الاستشفائية										
16.67	5	76.67	23	3.33	1	3.33	1	0	0	الجراحة العامة
26.67	8	60	18	6.67	2	0	0	6.67	2	الطب الداخلي
28.57	6	52.38	11	0	0	9.52	2	9.52	2	طب الأطفال
14.81	4	66.67	18	3.70	1	14.81	4	0	0	الأمراض المعدية
2.86	1	11.43	7	11.43	7	34.29	12	22.85	8	مصلحة النساء والتوليد
3.70	1	29.63	8	7.41	2	40.74	11	18.52	5	الاستعدادات
س13: تبسط المؤسسة الاستشفائية إجراءات دخول المستفيد										
13.33	4	83.33	25	0	0	3.33	1	0	0	الجراحة العامة
26.67	8	60	18	3.33	1	3.33	1	6.67	2	الطب الداخلي
19.08	4	57.14	12	0	0	9.52	2	14.29	3	طب الأطفال
14.81	4	74.07	20	0	0	11.11	3	0	0	الأمراض المعدية
5.71	2	28.57	10	37.14	13	22.86	8	5.71	2	مصلحة النساء والتوليد
3.70	1	37.04	10	7.41	2	37.04	10	14.81	4	الاستعدادات

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

في مجال الخدمات الصحية تعني الاستجابة مدى قدرة ورغبة واستعداد مقدم الخدمة بشكل دائم في تقديم الخدمة للمستفيدين عند احتياجهم لها، وتشير إلى أن جميع المستفيدين بغض النظر عن أصلهم، وحالتهم، وخلفيتهم، يتلقون الرعاية السريعة من قبل مقدم الخدمة مع حسن المعاملة والتعاون، ووقت انتظار ملائم ومناسب وغير مزعج، إذا من خلال النتائج المتحصل عليها نجد أنه في أغلب المصالح يتوفر هذا البعد بنسب متفاوتة في المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك.

❖ دراسة بعد الأمان

يقصد به تأكيد إدارة المؤسسة الصحية على الجودة الصحية وتدعيم ذلك بمستخدمين المؤسسة الاستشفائية المؤهلين (أطباء، ممرضين وغيرهم) فضلاً عن توفير المستلزمات المادية الحديثة في المجال الصحي مما يؤدي إلى تقديم خدمات صحية بجودة مطابقة، وقد أطلق عليه تسمية التأكيد ويقصد بها السمات التي يتسم بها العاملون من معرفة وقدرة وثقة في تقديم الخدمة الصحية، ويمثل هذا البعد 19% كأهمية نسبية في الجودة قياساً على الأبعاد الأخرى¹⁸. لذا كان الهدف من دراسة هذا البعد هو معرفة العلاقة بين المستفيدين والمستخدمين في المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك، سواء كانوا طبيين أو شبه طبيين.

¹⁸ نفس المرجع.

الجدول رقم(09): قياس بعد الأمان

س14: الشعور بالأمان و الثقة في كفاءة المستخدمين بالمؤسسة الاستشفائية

موافق تماما		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق تماما		العبرة
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	المصالح
16.67	5	70	21	6.67	2	6.67	2	0	0	الجراحة العامة
26.67	8	63.33	19	3.33	1	3.33	1	3.33	1	الطب الداخلي
9.52	2	71.43	15	14.29	3	0	0	4.76	1	طب الأطفال
29.92	7	55.56	15	14.81	4	3.70	1	0	0	الأمراض المعدية
0	0	54.29	19	14.28	5	31.43	11	0	0	مصلحة النساء والتوليد
0	0	59.26	16	18.52	5	18.52	5	3.70	1	الاستجالات

س15: ضمان استمرارية متابعة حالة المستفيد الصحية

6.67	2	60	18	20	6	10	3	3.33	1	الجراحة العامة
20	6	46.67	14	3.33	1	30	9	0	0	الطب الداخلي
9.52	2	52.38	11	33.33	7	0	0	4.76	1	طب الأطفال
7.41	2	62.96	17	3.70	1	18.52	5	7.41	2	الأمراض المعدية
0	0	54.29	19	0	0	45.71	16	0	0	مصلحة النساء والتوليد
3.70	1	59.26	16	18.52	5	18.52	5	0	0	الاستجالات

س16: سهولة فهم المعلومات المقدمة لك حول حالتك الصحية

23.33	7	70	21	3.33	1	3.33	1	0	0	الجراحة العامة
13.33	4	70	21	10	3	6.67	2	0	0	الطب الداخلي
19.05	4	66.67	14	9.52	2	0	0	4.76	1	طب الأطفال
7.41	2	62.96	17	3.70	1	11.11	3	7.41	2	الأمراض المعدية
5.71	2	54.29	19	2.86	1	31.43	11	5.71	2	مصلحة النساء والتوليد
3.70	1	74.07	20	3.70	1	18.52	5	0	0	الاستجالات

س17: معاملة المستخدمين بالمؤسسة الاستشفائية تتميز بحسن الخلق

33.33	10	56.67	17	0	0	6.67	2	3.33	1	الجراحة العامة
26.67	8	66.67	20	0	0	3.33	1	3.33	1	الطب الداخلي
9.52	2	76.19	16	9.52	2	4.76	1	0	0	طب الأطفال
22.22	6	59.26	16	0	0	14.81	4	3.70	1	الأمراض المعدية
0	0	31.43	11	0	0	37.14	13	31.43	11	مصلحة النساء والتوليد

0		70.37		19		7.40		2		22.22		6		0		0		الاستعدادات	
س18: ضمان سرية المعلومات الخاصة بالمستفيد																			
3.33		63.33		19		33.33		10		0		0		0		0		الجراحة العامة	
20		70		21		10		3		0		0		0		0		الطب الداخلي	
0		52.38		11		47.62		10		0		0		0		0		طب الأطفال	
14.81		70.37		19		11.11		3		3.70		1		0		0		الأمراض المعدية	
0		62.86		22		22.86		8		14.28		5		0		0		مصلحة النساء والتوليد	
0		7.40		2		92.59		25		0		0		0		0		الاستعدادات	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

إن الأمان في مجال الخدمة الصحية ناتج عن اعتماد أو ثقة المستفيدين بالأطباء وبمؤهلاتهم وكفاءتهم، كما يقصد به المعرفة وحسن معاملة المستخدمين وقابليتهم لنشر روح الثقة والصدق، وأيضاً تشمل الاتصالات الشفوية والتحريرية بين مقدمي الخدمات والمستفيدين منها، إذا لو راجعنا النسب الموجودة في الجدول نجد أنه مهما اختلف نوع المصلحة نجد أن المستفيدين لهم الثقة بمؤهلات المستخدمين الطبيين وشبه طبيين.

❖ دراسة بعد التعاطف

يقصد بالتعاطف هو لا بد على المستخدمين في المؤسسة الاستشفائية من أن يتمتعون باللفظ والكياسة، وإعطاء الانتباه الشخصي للمستفيد والشعور بالتعاطف مع طالب الخدمة عند تعرضه لمشكلة ما، واحترام عادات وتقاليد المستفيدين، وهو يعني كذلك درجة الرعاية والاهتمام الشخصي بالمستفيد، ويمثل هذا البعد 16% كأهمية نسبية في الجودة قياساً بالأبعاد الأخرى¹⁹.

الجدول رقم(10): قياس بعد التعاطف

س19: ملائمة ساعات العمل أو الوقت المخصص للخدمة المقدمة											
موافق تماماً		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق تماماً		العبارة	
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	المصالح
6.67	2	76.67	23	6.67	2	6.67	2	3.33	1		الجراحة العامة
3.33	3	76.67	23	3.33	1	10	3	0	0		الطب الداخلي
0	0	76.19	16	14.28	3	9.52	2	0	0		طب الأطفال
7.41	2	70.37	19	0	0	18.52	5	3.70	1		الأمراض المعدية
0	0	65.71	23	31.43	11	2.86	1	0	0		مصلحة النساء والتوليد
3.70	1	88.89	24	3.70	1	3.70	1	0	0		الاستعدادات
س20: الروح المرحة في التعامل مع المستفيد											
10	3	86.67	26	3.33	1	0	0	0	0		الجراحة العامة
16.67	5	73.33	22	6.67	2	3.33	1	0	0		الطب الداخلي
4.76	1	95.24	20	0	0	0	0	0	0		طب الأطفال

¹⁹ نفس المرجع.

14.81	4	66.67	18	0	0	14.81	4	3.70	1	الأمراض المعدية
0	0	20	7	0	0	48.57	17	31.43	11	مصلحة النساء والتوليد
3.70	1	70.37	19	3.70	1	22.22	6	0	0	الاستجالات
س21: الحرص على توفير جو الهدوء والراحة										
6.67	2	83.33	25	3.33	1	6.67	2	0	0	الجراحة العامة
0	0	73.33	22	0	0	10	3	16.67	5	الطب الداخلي
4.76	1	8.96	17	4.76	1	9.52	2	0	0	طب الأطفال
0	0	51.85	14	0	0	37	10	11.11	3	الأمراض المعدية
0	0	14.29	5	5.71	2	51.43	18	28.57	10	مصلحة النساء والتوليد
0	0	0	0	100	27	0	0	0	0	الاستجالات
س22: يتصرف المستخدمون الطبيين معك بشكل جيد										
20	6	76.67	23	0	0	3.33	1	0	0	الجراحة العامة
26.67	8	63.33	19	3.33	1	6.67	2	0	0	الطب الداخلي
14.29	3	76.19	16	9.52	2	0	0	0	0	طب الأطفال
25.93	7	70.37	19	0	0	3.70	1	0	0	الأمراض المعدية
0	0	68.57	24	8.57	3	14.14	6	5.71	2	مصلحة النساء والتوليد
0	0	0	0	100	27	0	0	0	0	الاستجالات
س23: يتصرف المستخدمون شبه الطبيين معك بشكل جيد										
26.67	8	63.33	19	10	3	0	0	0	0	الجراحة العامة
23.33	7	63.33	19	0	0	10	3	3.33	1	الطب الداخلي
4.74	1	80.95	17	9.52	2	4.76	1	0	0	طب الأطفال
25.93	7	66.67	18	3.70	1	0	0	3.70	1	الأمراض المعدية
5.71	2	74.29	26	5.71	2	14.29	5	0	0	مصلحة النساء والتوليد
0	0	0	0	100	27	0	0	0	0	الاستجالات

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتمثل هذا البعد في الجوانب النفسية التي يمكن أن تظهر على شكل العناية الخاصة المقدمة إلى المستفيد من خلال إبداء روح الصداقة وإشعاره بأهميته والرغبة في تقديم الخدمة الصحية حسب حاجاته، كما يمثل الحرص والعناية الخاصة التي تقدمها المؤسسة الصحية إلى المستفيدين من خدماتها، إذا في ضوء ما تقدم يمكن القول أن بعد التعاطف يشير إلى العلاقة والتفاعل بين مراجعي المؤسسة الصحية وأعضاء الفريق الصحي والفني والإداري والمحاسبي فيها. ويقصد به وجود الثقة والاحترام واللباقة واللطف والكياسة والسرية والتفهم والإصغاء والتواصل بين مقدمي الخدمة الصحية والمستفيدين منها، إذ تساهم العلاقة الجيدة بين الطرفين في إنجاح الخدمة الصحية واستجابة المرضى للتعليمات الصحية، فضلاً على أن التعاطف يضع مصلحة المستفيدين في مقدمة اهتمامات الإدارة والمستخدمين في المؤسسة الصحية والإصغاء لشكوى المستفيد وتلبية احتياجاته بروح من الود واللطف. إذا لو قمنا بمراجعة النتائج الموجودة في الجدول أعلاه نلاحظ أنه هناك نسبة بين 60% و80% من المستفيدين من الخدمات الصحية كلهم أكدوا على تميز المستخدمين بالمؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك بهذا البعد.

❖ دراسة بعد الملموسية

يشير هذا البعد إلى التسهيلات المادية والتي تزيد من إقبال المستفيدين وعودتهم لنفس مقدم الخدمة الصحية وتشمل الشكل الخارجي للمبنى ووسائل الراحة والترفيه مثل البرامج الطبية التثقيفية باستخدام أجهزة العرض والوسائل التعليمية والكتب، وكذلك المظهر الفيزيائي للمرافق الصحية ونظافتها، ونمط التقانة المستخدم وحداثة المعدات والأجهزة والأدوات الصحية (الطبية والمخبرية والأشعة والتمريضية وغيرها)، ونظافة المستخدمين وجاذبية المبنى والتصميم والترتيبات الداخلية للمؤسسة الصحية، نظافة وسعة قاعات الانتظار للمستفيد من الخدمة، أيضا الأخذ بالاعتبار النظافة في التسهيلات الصحية، وغير ذلك. ويمثل هذا البعد 16% كأهمية نسبية قياساً بالأبعاد الأخرى²⁰.

الجدول رقم(11): قياس بعد الملموسية

س24: تمتاز المؤسسة الاستشفائية بموقع ملائم ويسهل الوصول إليه										
موافق تماما		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق تماما		العبارة
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	المصالح
3.33	1	90	27	3.33	1	0	0	3.33	1	الجراحة العامة
10	3	86.67	26	0	0	0	0	3.33	1	الطب الداخلي
28.57	6	66.67	14	0	0	4.76	1	0	0	طب الأطفال
25.93	7	66.67	18	3.70	1	3.70	1	0	0	الأمراض المعدية
25.71	9	74.26	26	0	0	0	0	0	0	مصلحة النساء والتوليد
48.15	13	44.45	12	3.70	1	3.70	1	0	0	الاستعمالات
س25: توفر المؤسسة الاستشفائية كل الأدوية والأجهزة الطبية الحديثة التي يحتاجها المستفيد										
10	3	76.67	23	6.67	2	3.33	1	3.33	1	الجراحة العامة
16.67	5	56.67	17	10	3	10	3	6.67	2	الطب الداخلي
0	0	52.38	11	23.81	5	23.81	5	0	0	طب الأطفال
11.11	3	33.33	9	7.41	2	18.52	5	29.63	8	الأمراض المعدية
2.86	1	20	7	0	0	37.14	13	40	14	مصلحة النساء والتوليد
14.81	4	55.56	15	18.52	5	7.41	2	3.70	1	الاستعمالات
س26: لدى المؤسسة الاستشفائية لوحات إرشادية تسهل الوصول إلى الأقسام										
3.33	1	93.33	28	0	0	0	0	3.33	1	الجراحة العامة
30	9	70	21	0	0	0	0	0	0	الطب الداخلي
33.33	7	57.14	12	4.76	1	4.76	1	0	0	طب الأطفال
18.52	5	74.04	20	7.41	2	0	0	0	0	الأمراض المعدية
2.86	1	82.86	29	14.29	5	0	0	0	0	مصلحة النساء والتوليد
62.96	17	33.34	9	3.70	1	0	0	0	0	الاستعمالات

²⁰ نفس المرجع.

س27: تمتلك المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك قاعات انتظار، غرف ومراحيض نظيفة

3.33	1	43.33	13	3.33	1	16.67	5	33.33	10	الجراحة العامة
3.33	1	30	9	10	3	23.33	7	33.33	10	الطب الداخلي
9.52	2	42.86	9	4.76	1	4.76	1	38.09	8	طب الأطفال
0	0	11.11	3	3.70	1	29.63	8	55.56	15	الأمراض المعدية
0	0	0	0	0	0	37.14	13	62.86	22	مصلحة النساء والتوليد
0	0	0	0	3.70	1	18.52	5	77.78	21	الاستجالات

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

حسب بعد الملموسية لأبد من تقييم الخدمة الصحية للمستفيد غالباً بناءً على التسهيلات المادية واستعمال الأدوات النظيفة والإجراءات القياسية في التسهيلات وتوفر النظافة في كل محيط المستشفى، إلا أنه بعد تحليل كل من موقع المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك وسهولة الوصول إلى المصالح، مع استجواب المستفيدين حول مامدى توفر النظافة في كل من الغرف الحمامات وقاعات الانتظار، نجد أن معظم المستفيدين أجمعوا على أن أغلب المصالح لا تتميز على هذا البعد إلا بشكل نسبي، حيث يسهل الوصول إلى المصالح مع وجود لوحات ارشادية إلا أنه لا تتميز المراحيض وغرف الإنتظار وقاعات العلاج بالنظافة المطلوبة.

2-4) التحليل الوصفي لأبعاد جودة الخدمات الصحية

سنتناول من خلال هذا الجزء من الدراسة اختبار الفرضيات الموضوعية مستعينين بالانحدار الخطي مع تحليل وتفسير نتائج الاختبار إحصائياً واقتصادياً.

الجدول رقم(12): التحليل الوصفي لأبعاد جودة الخدمات الصحية

درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأبعاد
الاعتمادية				
موافق	4	1.14	3.50	- تلتزم المؤسسة الاستشفائية بتقديم الخدمة الصحية في المواعيد المحددة
موافق	4	0.91	3.74	- عدم حدوث أخطاء في التشخيص أو العلاج
موافق	4	1.06	3.55	- يلتزم المستخدمون بالمؤسسة الاستشفائية بإعطاء كل الوقت للمستفيد من أجل التشخيص الطبي والمعالجة
موافق	4	1.06	3.53	- تعمل المؤسسة الاستشفائية بتقديم خدمات صحية بشكل جيد
عالية	4	1.04	3.58	المجموع
الاستجابة				
محايد	3	1.13	3.32	- تقوم المؤسسة الاستشفائية بإبلاغ المستفيد بموعد تقديم الخدمة
موافق	4	1.16	3.41	- استجابة المستخدمين في المؤسسة الاستشفائية لاحتياجات المستفيد
موافق	4	1.22	3.41	- حسن الاستقبال عند دخولك المؤسسة الاستشفائية
موافق	4	1.09	3.55	- تبسط المؤسسة الاستشفائية إجراءات دخول المستفيدين
عالية	4	1.15	3.42	المجموع
الأمان				
موافق	4	0.89	3.72	- الشعور بالأمان والثقة في كفاءة المستخدمين بالمؤسسة الاستشفائية
موافق	4	0.99	3.44	- ضمان استمرارية متابعة حالة المستفيد الصحية
موافق	4	3.23	3.96	- سهولة فهم المعلومات المقدمة لك حول حالتك الصحية
موافق	4	1.17	3.56	- معاملة المستخدمين بالمؤسسة الاستشفائية تتميز بحسن الخلق
موافق	4	0.65	3.64	- ضمان سرية المعلومات الخاصة بالمستفيد

عالية	4	1.38	3.66	المجموع
التعاطف				
موافق	4	0.72	3.74	- ملائمة ساعات العمل أو الوقت المخصص للخدمة المقدمة
موافق	4	1.08	3.51	- الروح المرحة في التعامل مع المستفيد
محايد	3	1.08	3.10	- الحرص على توفير جو الهدوء والراحة
موافق	4	0.79	3.79	- يتصرف المستخدمون الطبيين معك بشكل جيد
موافق	4	0.79	3.80	- يتصرف المستخدمون شبه الطبيين معك بشكل جيد
عالية	4	0.89	3.58	المجموع
الملموسية				
موافق	4	0.63	4.14	- تمتاز المؤسسة الاستشفائية بموقع ملائم ويسهل الوصول إليه
محايد	3	1.27	3.19	- توفر المؤسسة الاستشفائية كل الأدوية والأجهزة الطبية الحديثة التي يحتاجها المستفيد
موافق	4	0.58	4.15	- لدى المؤسسة الاستشفائية لوحات إرشادية تسهل الوصول إلى الأقسام
غير موافق	2	1.25	2.00	- تمتلك المؤسسة الإستشفائية العمومية ببوفاريك قاعات إنتظار، غرف ومراحيض نظيفة
متوسط	3	0.93	3.37	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه ومن أجل إختبار صحة الفرضيات كان لابد علينا من تحليل كل بعد على حدى:

بعد الاعتمادية، اتضح لنا أن العبارات الأربعة وقعت ضمن المجال الإيجابي، وهذا ما تؤكد قيمة المتوسط الحسابي الإجمالي حيث قدرت بـ 3,58، وبنحرف معياري 1,04، وذلك إن دل على شيء فإنما يدل على أن جودة الخدمات الصحية المقدمة من طرف المؤسسة العمومية الاستشفائية ببوفاريك تتميز بتقديم خدمات صحية بشكل جيد وفي مواعيد محددة وبدون حدوث أي أخطاء ومع إعطاء كل الوقت للمستفيد من أجل عملية التشخيص، إذا تتميز المستشفى محل الدراسة ببعد الاعتمادية في حين تعني الاعتمادية في مجال الخدمة الصحية ملاحظة أو مشاهدة المستفيد للخدمة وفقا لتوقعاته وتلقي المعالجة المطلوبة، كون المستشفى يلتزم بتقديم الخدمات الصحية في مواعيدها المحددة وبطريقة صحيحة من أول مرة، ومن هنا تثبت صحة الفرضية الأولى.

بعد الاستجابة، من خلال النتائج المتحصل عليها نجد أن هناك استجابة من طرف المستشفى لاستفسارات واحتياجات المستفيدين، كما أنها تسهل إجراءات الدخول مع حسن الاستقبال، وذلك يتضح من خلال قيمة المتوسط الحسابي حيث كانت في المجال الإيجابي وقدرت بـ 3.42 وبنحرف معياري يقدر بـ 1.15، إذا ما نلاحظه أن المؤسسة الاستشفائية ببوفاريك تتميز ببعد الاستجابة مع المستفيدين من الخدمات الصحية وهذا يثبت صحة الفرضية الثانية.

بعد الأمان، الهدف من هذا البعد الشعور بالأمان في التعامل، وتمتع المستخدمين الطبيين وشبه طبيين بالمهارات اللازمة والأدب وحسن الخلق، الحرص على ضمان سرية المعلومات الخاصة بالمستفيد وعلى متابعة حالته، كل هذه القيم متوفرة مما يدل على تميز المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة ببعد الضمان الذي يقع في المجال الإيجابي، حيث بلغ متوسطه الحسابي 3.66 وبنحرف معياري يقدر بـ 0.89، إذا يمكن القول أن الفرضية الثالثة صحيحة.

بعد التعاطف، من خلال النتائج المتحصل عليها من إجابات المستفيدين توصلنا إلى أن المستخدمين الطبيين وشبه الطبيين يتصرفون بشكل جيد معهم كما أنهم يعاملونهم بلطف، كما

أن ساعات العمل مناسبة، يعني هناك تواصل في المعلومات حول حالة المستفيد بين المستخدمين خاصة وأن شبه طبيبين يعملون بالمنوابة وهذا ما أكدته نتائج المتوسطات الحسابية حيث كلها كانت في المجال الايجابي، لكن بالرغم من ذلك إلا أنه عدم توفر الهدوء حسب إجابات المبحوثين وهذا ما دل عليه المتوسط الحسابي في المجال المتوسط والذي قدر بـ 3.10 وانحراف معياري 1.08، لكن رأي المبحوثين حول عدم توفر الهدوء لا يرجع إلى أسباب خاصة بالمستشفى بل إلى الزوار الذين يزورون المستفيدين هم الذين لا يحترمون آداب الزيارة في المستشفى، خاصة وأن وقت الزيارة هو من الساعة 13:00 زوالاً إلى 15:00 إذ كانت رغبة الكثير من المبحوثين المقيمين بالمستشفى تغيير ساعات الزيارة إلى بعد العصر، لكن بالرغم من ذلك وفي الإجمالي يتحقق بعد التعاطف بمتوسط حسابي ايجابي قدر بـ 3.58 وانحراف معياري 0.89 وهذا يثبت صحة الفرضية الرابعة.

بعد الملموسية، من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه، اتضح أن المستشفى يتمتع بموقع ملائم يسهل الوصول إليه إضافة إلى اتساع الممرات فيه ووجود اللوحات والعلامات الإرشادية التي تسهل الوصول إلى مختلف الأقسام والمصالح، في حين وقعت الإجابات في المجال المتوسط بالنسبة لتوفر المؤسسة الاستشفائية على الأدوية والأجهزة الطبية التي يحتاجها المستفيد بمتوسط حسابي 3.19 وانحراف معياري 1.27، أما فيما يخص العبارة الخاصة بامتلاك المؤسسة الاستشفائية على قاعات انتظار، غرف ومراحيض نظيفة فكانت النتائج في المجال السلبي حيث حدد المتوسط الحسابي بـ 2 وانحراف معياري 0.93 وهذا ان دل على شيء فإنما يدل على عدم توفر النظافة في المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة، وفي الإجمالي نجد أن بعد الملموسية تميز بمتوسط حسابي متوسط قدر بـ 3.37 وانحراف معياري 0.93، هذه النتائج تنفي الفرضية الخامسة.

بعد التقديم لأبعاد جودة الخدمات الصحية، يمكن القول بأن برامج جودة الخدمة الصحية يجب أن تتميز بتوفير آلية للتأكد من أن مستوى جودة الخدمة الصحية التي تقدم للمستفيد يطابق ما سبق تحديده من أبعاد، وأن تلك البرامج قد صممت لحماية المستفيد وتحسين مستوى الرعاية التي توفرها المؤسسة الصحية.

خاتمة

شهد القطاع الصحي في الآونة الأخيرة اهتماماً كبيراً على جميع المستويات، حيث أصبح محور جودة الخدمات الصحية محل اهتمام عالمي، سعياً من المؤسسات الاستشفائية بتقديم خدماتها الصحية بجودة عالية لتحقيق أقصى رضى للمستفيد، ولكن بالرغم من الأشواط التي قطعت في مجال الصحة العمومية والتي لا يمكن أن ينكرها أحد، إلا أنه لا بد من الإقرار بالحاجة إلى المزيد من الجهود للوصول إلى المستوى المطلوب من الخدمات الصحية. ولذلك فمن مسؤولية المستخدمين بمختلف أسلاكهم السهر على تقليص النقائص المسجلة ورفع تحدي الجودة المطروح على صعيد الوقاية والعلاج، بما يرتقي بهذه الجودة إلى مستوى المقاييس الدولية. فتجسيد هذا الهدف مرهون بإرادة العاملين في القطاع وأدائهم مثلما هو مرتبط كذلك بقدرتهم على تحسين تسيير الموارد المادية والمالية المتاحة. ومن أجل ذلك يجب ضمان تحسين استقبال المستفيدين ومعاملتهم معاملة إنسانية وإعطائهم العلاج الذي يحق لهم قانوناً الحصول عليه.

من خلال إنجاز هذا العمل توصلنا إلى مجموعة من النتائج، نوجزها في النقاط الموالية:

1. نستنتج أن مشاركة المستخدمين بمختلف أسلاكهم ضروري لحدوث التغييرات التنظيمية المنشودة في أداء العمل والخدمات الصحية وفق ما تريده إدارة المؤسسة الاستشفائية في نظام إدارة الجودة التي ستطبقه؛
 2. إلزام المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك بتقديم الخدمات الصحية في مواعيدها المحددة وبدون حدوث أي أخطاء؛
 3. تقوم المستشفى بتسهيل إجراءات العمل قدر الإمكان وهذا لضمان سرعة وسهولة تقديم الخدمة الصحية، إضافة إلى رغبة المستخدمين للإستعداد الدائم للتعاون مع المستفيدين وسرعة الإستجابة لطلباتهم؛
 4. تمتع المستخدمين الطبيين وشبه طبيين بالمهارات اللازمة وبالأدب وبحسن الخلق؛
 5. تتميز المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك بموقع جيد، بالإضافة سهولة التنقل داخلها وذلك لإحتوائها على لوحات إرشادية؛
 6. عدة إستفادة المستفيدين من جميع الأدوية التي تخص علاجهم، بالإضافة إلى عدم توفر الأجهزة الطبية والمعدات التقنية الحديثة؛
 7. عدم توفر عامل النظافة بالغرف والمراحيض وقاعات الإنتظار، الأمر الذي يؤثر سلبا على المستفيدين من الخدمات الصحية؛
- إذا وبناءا على نتائج التحليل، نقدم مجموعة من التوصيات هدفها الوصول للرفع من مستوى الخدمات الصحية في المؤسسة الاستشفائية العمومية ببوفاريك إلى مستوى الجودة العالمية:

1. لا بد من معالجة مشكل رئيسي وهو مشكل النظافة في المؤسسات الصحية، حيث لا يتم القضاء عليه إلا من خلال القيام بشراكة مع مؤسسات التنظيف؛
2. العمل على تحسين ظروف العمل، وتوفير المواد المستهلكة، الأدوية الأساسية بصفة دائمة؛
3. الاهتمام بالصيانة الدورية للمعدات والتجهيزات الطبية التي تتوفر عليها هذه المؤسسات، والعمل على توفير قطع الغيار لها الشيء الذي يسمح بالتكفل الصحيح بالمستفيد وتقديم خدمات صحية في المستوى؛
4. الإستغلال الأمثل للموارد البشرية المتاحة، بزيادة التكوين والتدريب على أحدث التقنيات في الميدان الصحي؛
5. انشاء قنوات اتصال بين مختلف الفاعلين في القطاع الصحي الجزائري والقطاعات الصحية الأجنبية للاستفادة من الخبرات والمستجدات في هذا المجال.

قائمة المراجع:

1. -Bernard CLEMENT, **Ingénierie de la qualité**, www.cours.polymtl.ca, le 31/07/2015.
2. Hamilton NANA, **Améliorer la Qualité des services**, éditions d'Organisation Groupe Eyrolles, Paris, 2009, P22.
3. فريد توفيق نصيرات، **تسويق خدمات الرعاية الإستشفائية والطبية**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014، ص146.
4. Frédéric CANARD, Préface d'Elise TOSI, **Management de la Qualité**, l'extenso éditions, Paris, 2009, P34.
5. -خالد بن السعيد، **مدى فعالية برامج الجودة النوعية بمستشفيات وزارة الصحة السعودية**، المجلة العربية للعلوم الإدارية، المجلد 2، العدد الأول، نوفمبر 1994، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، ص12.

6. -وفيق حلمي الأغا، الجودة الشاملة وطرق إبداعها بالقطاع الصحي الفلسطيني، المؤتمر 27 العلمي الثاني لكلية الإقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، 2006، ص27.
7. Marie-Paule SERRE, Déborah WALLET-WODKA, **Marketing des produits de santé**, DUNOD, Paris, 2008, P04.
8. فريد توفيق نصيرات، تسويق خدمات الرعاية الإستشفائية والطبية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014، ص146.
9. -طلال بت عايد الأحمد، إدارة الرعاية الصحية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2004، ص128.
10. -تامر ياسر البكري، تسويق الخدمات الصحية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص201.
11. صلاح محمود ذياب، قياس أبعاد جودة الخدمات الطبية المقدمة في المستشفيات الحكومية الأردنية من منظور المرضى والموظفين، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإقتصادية والإدارية، المجلد 20، العدد الأول، 2012، ص73.
12. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في البحوث الإنسانية: تدريبات علمية، ترجمة بوزيد صحراوي وكمال بوشرف، وسعيد سبعون، دار القصة للنشر، الجزائر العاصمة، 2006، ص298.
13. -منتال حسن عبد الرزاق وآخرون، مبادئ الإحصاء الوصفي، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص115.
14. -محمد شامل فهمي، الإحصاء بلا معاناة: المفاهيم والتطبيقات باستخدام (SPSS)، معهد الإدارة العامة، الرياض، 2005، ص186.

الطرق الحديثة لقياس وإدارة مخاطر القروض المصرفية
أ. مليكة بن علقمة
جامعة سطيف 1

ملخص:

لقد عرف تحليل مخاطرة القروض المصرفية وإدارتها على مستوى المصارف خلال السنوات الأخيرة ثورة حقيقية والتي تعكس التحولات العميقة والمستمرة التي شهدتها ولا تزال تشهدها الصناعة المصرفية، والتي على أساسها يجري اليوم تحديث تقنيات قياس مخاطرة القروض من قبل مؤسسات الإقراض خاصة في ظل تصاعد ظاهرة اللامساواة المالية وكل هذا في سبيل تحسين ربحيتها وخلق القيمة وهو ما نتج عنه إدخال الحساب الإحصائي في مجال القروض، لكن التجميع الكمي الوحيد للالتزامات حسب القطاعات أو الدول كان أساسا ذو طبيعة محاسبية ولا يشكل أداة عامة لإدارة المخاطر مما أدى بالمصارف إلى السعي إلى بناء نماذج كمية لمخاطرة القروض.

الكلمات الدالة: مخاطر، قروض، إدارة المخاطر، الرقابة، لجنة بازل، توريق.

Abstract:

In the last years, the banking credit risk analysis and its management witness a real evolution which reflects hard the standing transformations in banking industry on which, recently the credits risk measurement techniques has been developed and updated by the credit institutions specially in the financial disintermediation increasing.

All this has taken place in order to enhance its profit and to create value. As a result, a statistical calculation in credits domain has been involved. But, the unique quantitative combining of casualties according to sectors or countries, was essentially having an accounting meaning and it wasn't considered as a general tool for risk management. This has led the banks to constitute new quantitative models for credits risk.

Key words: risks, credits, risk management, control, committee bale, titrisation.

مقدمة:

عرفت طرق قياس وإدارة مخاطر القروض المصرفية تطورا ملحوظا، وذلك بالانتقال من النماذج النوعية والقائمة على التحليل الذاتي ومن أهمها طريقة (5C's) أو (5 P's) مرورا بالنماذج الإحصائية (التحليل التمييزي) والنماذج التجارية التي تستخدم مدخل المحفظة ومن بينها نموذج (Credit Metrics) ونموذج (KMV)، ووصولاً إلى أهم إبداعات الهندسة المالية ألا وهي مشتقات القرض وتوريق القروض المصرفية وكل هذا في ظل تطور المعايير المصرفية الدولية والتمثلة في معايير "لجنة بازل" للرقابة المصرفية ومعايير المحاسبة الدولية.

تتمحور الإشكالية الرئيسية لهذه الورقة البحثية في التساؤلات الرئيسية التالية:
 ما هي أهم الطرق والتقنيات المختلفة لقياس وإدارة مخاطر القروض المصرفية أو المخاطر الائتمانية؟ كيف تطورت هذه الأدوات والأساليب؟ وماهي أهم هذه الطرق الحديثة والتقليدية؟
 أهمية الدراسة: تسعى المصارف إلى ضمان نوعية خدمة للعملاء المقترضين مقابل ضمان تحقيق أهدافها من العملية الائتمانية دون التعرض لمخاطر هذا النوع من النشاط، ونظرا لأهمية إدارة هذا النوع من المخاطر خاصة بعد الأزمة المالية العالمية لسنة 2008 أصبح من الضروري دراسة الأساليب والتقنيات المستخدمة في إدارة المخاطر الائتمانية والبحث في إمكانية تطويرها وتحسينها لتناسب مع التزايد الكبير في حجم النشاط الائتماني للمصارف محليا ودوليا؛ ومن هنا تأتي أهمية الدراسة عن طريق حصر أهم هذه الطرق لقياس وإدارة مخاطر القروض المصرفية بدءاً بالتقليدية ووصولاً للحديثة منها.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

- ✓ تحديد أهم الطرق التقليدية والحديثة لقياس وإدارة مخاطر القروض المصرفية؛
- ✓ إبراز دور إدارة المخاطر في إيجاد الحلول الملائمة، سواء ما تعلق بالإدارة القبلية أو البعدية للمخاطر الائتمانية؛
- ✓ إبراز دور لجنة بازل للرقابة المصرفية خاصة في مجال هندسة نماذج داخلية لإدارة مخاطر القروض المصرفية

فرضيات الدراسة: ينطلق البحث من أجل الإجابة على صحة أو نفي فرضية رئيسة تتركز في:
 ساهمت مختلف الأدوات والأساليب الحديثة لقياس وإدارة مخاطر القروض المصرفية في التحكم في هذا النوع من المخاطر والتقليل من آثارها السلبية على القطاع البنكي
منهج الدراسة: سيتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في دراسة مشكلة البحث والذي يعد الأكثر ملاءمة وتناسبا مع طبيعة الورقة البحثية.

خطة الدراسة: يتركز البحث في المحاور الرئيسية التالية:

- المحور الأول: عوامل تساعد المخاطر الائتمانية**
- المحور الثاني: المداخل التقليدية لتقييم مخاطر القروض المصرفية**
- المحور الثالث: المناهج الكمية لتقييم مخاطر القروض المصرفية**
- المحور الرابع: مدخل الهوامش ومعدل الاسترجاع والنماذج الهيكلية**
- المحور الخامس: النماذج الداخلية لخطر القرض (Modèles de risque de crédit)**
- المحور السادس: الأدوات التقليدية لإدارة مخاطر القروض المصرفية**
- المحور السابع: الأدوات الحديثة لإدارة مخاطر القروض المصرفية**
- المحور الأول: عوامل تساعد المخاطر الائتمانية**

تعتبر مخاطر القروض من أقدم المخاطر، كما أنها لا تزال من أهمها بالنسبة للمصارف، إن تكرار واتساع الأزمات المصرفية بالدول المصنعة منذ سنوات الثمانينيات من القرن الماضي وبالذات الناشئة مع فارق زمني بعدة سنوات أوجب إعادة النظر في سياسة الاستقرار للمصارف، ويفسر هذا "الوباء العالمي" للأزمات المصرفية من خلال أسباب مشتركة حتى ولو أن التجارب الوطنية تتبع مسارات أو اتجاهات خاصة سواء من ناحية المدة والعمق وطرق الخروج من الأزمة، إلا أن القاسم المشترك لها ناتج عن صدمة التحرير المالي وصعوبة تكيف المصارف معها⁽¹⁾.

¹ - Laurence Scialom, Economie bancaire, Paris, la découverte éditions, 2000, p.57.

تزامن نقص التكيف مع المحيط الحالي بالنسبة للمصارف مع نقص في الإجراءات الاحترازية وفي الرقابة سواء الداخلية أو الخارجية، إلا أن التحولات المالية والمصرفية منذ منتصف سنوات الثمانينيات من القرن الماضي أحدثت اضطرابا عميقا في الوظيفة التقليدية للنظام المصرفي. أولا: الأسباب المشتركة لهذه الأزمات والتي وسعت من مخاطر القروض:

1- سرعة التحولات النظامية: لقد كانت إجراءات اللانظامية المالية واسعة وسريعة في آن واحد ولقد تسببت على الأقل في مرحلة أولى في هشاشة وضعف الأنظمة البنكية بعد أن كانت هذه الأخيرة جد مقيدة ومقتنة في بداية سنوات الثمانينيات من القرن الماضي، لذا فقد أدت اللانظامية إلى فتح الحدود والحد من القيود الإدارية وإلى زيادة حدة المنافسة، وكانت النتيجة اتخاذ المصارف لقرارات غير صائبة بالنسبة للإقراض نتيجة لوجود قدرات مالية، لذا أمكن القول أن خطر القرض هو خطر نظام وفقا لوجهتين:⁽²⁾

أ. مخاطرة المديونية الزائدة وعدم الاستقرار المالي الناجم عن "المال السهل" والذي يعد السبب الرئيسي لهذه المديونية؛

ب. مخاطرة "اختناق" القروض بفعل تطور حجمها والذي يتجاوز بكثير احتياجات الاقتصاد الحقيقي.

للإشارة، فقد أدت ظاهرة اللواسطة المالية بالمقترضين ذوي النوعية الجيدة للتمويل مباشرة على مستوى أسواق رأس المال، وبالنتيجة أصبحت المصارف تتعامل مع مؤسسات ذات درجة عالية من المخاطرة⁽³⁾؛

2- تصاعد المجازفة العقارية: إن تحمل المصارف لمخاطر إضافية كان مرتبطا أساسا بتفاهم التزاماتها في قطاع العقارات خاصة خلال مرحلة الارتفاعات مما أدى إلى وقوع خسائر كبيرة؛

3- نقص الرقابة الاحترازية.

ثانيا: تأثير ارتفاع مخاطر القروض على المصارف: من بين أهم النتائج المباشرة لارتفاع مخاطر القروض هو تراجع نتائج المصارف بفعل تصاعد حجم المخصصات الموجهة لتغطيتها -حيث يتم التعبير عن هذه المخصصات كنسبة مئوية من النتيجة الإجمالية- وإلى تزايد مخاطر هذه الأخيرة خاصة إذا ما تم اللجوء إلى مخصصات تكميلية في حالة اشتداد المخاطرة⁽⁴⁾.

إن حساب النتيجة ما هو إلا انعكاس للتوازن مردودية/مخاطرة الناتج عن النشاط، هذه المردودية المصرفية والتي يمكن قياسها عن طريق تطور معاملين أساسيين وهما معامل المردودية (ROE)* وهو عبارة عن النسبة بين النتيجة الصافية والأموال الخاصة وهو يقيس عائد رؤوس الأموال المستثمرة (الأموال الخاصة)، كما يقيس كذلك قدرة المصرف على الاستخدام الأمثل للأموال المقترضة أي أقصى عائد ممكن، أما المعامل الثاني فهو معامل عائد الأصول (ROA)** وهو عبارة عن النسبة بين النتيجة الصافية وإجمالي الميزانية ويقيس

²- Michel Mathieu, L'exploitant bancaire et le risque crédit, Paris, la revue banque éditeur, 1995, p.27.

³-Marjorie Demazy, Value-at-Risk, et contrôle prudentiel des banques, Belgique, Academia Bruylant, 2000, p.26.

⁴- Dominique Plihon, Les banques, nouveaux enjeux, nouvelles stratégies, Paris, la documentation française, 1998, p. 90.

*-Return On Equity, (معدل العائد على حقوق الملكية)

** -Return On Assets, (معدل العائد على الأصول)

مردودية النشاط؛ ومما لا شك فيه أن مستوى المخاطرة المتحمل من قبل المصرف وسياسته للمخصصات يؤثران بقوة على هذين العاملين⁽⁵⁾.
تكمّن الهشاشة الكبيرة للقطاع المصرفي في الهيكل غير المتماثل لميزانيات المصارف بسبب الجمع بين قروض طويلة الأجل وودائع جارية، وقد تصافرت خلال هذه الفترة الجهود الدولية من أجل التحكم في اتساع مخاطر القروض وهذا حفاظا على استقرار النظام المالي والمصرفي الدولي؛ وتجسدت هذه الجهود فيما بات يعرف باتفاقية بازل حول كفاية رأس المال، بالإضافة إلى بروز تطورات أخرى تعلقّت أساسا بضرورة استخدام نتائج النماذج الداخلية لقياس مخاطرة القروض وتخصيص الأموال الخاصة الضرورية لتغطيتها.

المحور الثاني: المداخل التقليدية لتقييم مخاطر القروض المصرفية

تعد المخاطر المرتبطة بالقروض من أهم المخاطر التي تواجهها المصارف، مما استوجب عليها وضع إجراءات لتحديد كميا، من خلال قياسها في دراسة الملاءة المالية الحالية والمستقبلية للطرف المقابل، كما أصبح التشخيص المالي للمصارف في دول كثيرة ذا أهمية كبيرة خاصة مع تطور الأسواق المالية وخصخصة المصارف وتطور المعايير المحاسبية والمالية الدولية، ولكن وفي نفس الوقت يزداد تعقيدا بفعل التركزات وإعادة الهيكلة التي تؤثر على مجمل القطاع المصرفي⁽⁶⁾.

أولا: التحليل المالي: يتضمن التحليل المسبق للمخاطرة البحث عن الأسباب التي بإمكانها أن تؤدي إلى عدم تسديد القروض، بحيث يهدف إلى التخفيض منها عن طريق الدراسة المعمقة لوضعية المقترض ولمشروعه من أجل تقييم قدرته على تسديد القروض الممنوحة له في الوقت المحدد، والمهم في هذا الإطار هو التحليل المالي الذي يسمح بترشيد دراسة المعطيات الاقتصادية والمحاسبية، حيث يحتكم القرار الإقراضي في جانب كبير منه إلى مؤشرات ونتائج التحليل المالي والتي تساعد في تحديد حجم القروض الممكن منحها وشروطها وأجالها وتكلفتها ودرجة اليسر أو العسر التي تواجه طالب القرض⁽⁷⁾.

هناك أساليب كثيرة يمكن الاستفادة منها والاعتماد عليها في إنجاز عملية التحليل المالي للمؤسسة، ومن أهمها وأكثرها استعمالا هو تحليل النسب والمؤشرات المالية نظرا لاستقرار مؤشرات وسهولة حسابها وقراءة نتائجها، وهي تتضمن أربعة مجموعات رئيسية تخدم مجموعة معينة من الأهداف ومنها: نسب السيولة أو اليسر المالي ونسب المردودية ونسب النشاط وأخيرا نسب المديونية أو التوازن المالي طويل الأجل.

أما إذا كان المقترض فردا فإن تقييم ذمته المالية يتم بمعرفة ما له من ممتلكات وما عليه من ديون، مع الأخذ بعين الاعتبار مختلف الضمانات التي يمتلكها، أما تقييم ملاءته المالية فيتم عن طريق تحليل مجموع مداخله ونفقاته⁽⁸⁾.

⁵ - Michel Mathieu, op. cit., p. 75.

⁶ - Sylvie de Coussergues, Gestion de la banque, de diagnostic à la stratégie, 3^{ème} édition, Paris, Dunod, 2003, p. 89.

- أحمد غنيم، صناعة قرارات الائتمان والتمويل في إطار الإستراتيجية الشاملة للبنك، القاهرة، مطابع المستقبل، 1998⁷، ص. 90.

⁸ - Guy Caudamine, Jean Montier, Banque et marchés financiers, Paris, Economica, 1998, p. 185.

إن التحليل المالي هو انطلاقة ضرورية لتقييم مخاطر القروض بالنسبة للمصارف، لكن ومع ذلك يبقى غير كاف كونه يستند إلى وضعيات محاسبية سابقة، إضافة إلى أنه يبقى غير قادر على التنبؤ بالوضعيات المالية المستقبلية للمقترض، لذا فهناك طرق أخرى من الممكن استعمالها من طرف المصارف لتكملة هذا التحليل.

ثانياً: الأنظمة الخبيرة ونظام التنقيط: تعد الأنظمة الخبيرة ونظام التنقيط من بين الأدوات المستخدمة من قبل المصارف لاتخاذ قرارات منح القروض.

1- الأنظمة الخبيرة (Systemes experts): تقوم الأنظمة الخبيرة المعمول بها من قبل وكالات التصنيف والمصارف على طرق كيفية على عكس نماذج التنقيط التي تعتمد على طرق كمية، إلا أن الطريقتين تستعملان المعطيات المحاسبية والمالية لاتخاذ قرار منح القروض وذلك من خلال تصنيف المقترضين، أي أن لهما نفس الهدف لكن لكل منهما منهجية مغايرة.

لذا، فالأنظمة الخبيرة هي أدوات مساعدة على اتخاذ القرار وتقوم على استنتاج منطقي يمكن فهمه من قبل الجميع كما أنها برامج مطورة لمرافقة التحليل المالي، وحتى يتمكن نظام الخبرة من العمل لا بد له من قاعدة معارف تجمع قواعد وأعمال مقدمة من قبل المستعمل والنتيجة عن النماذج النظرية المعيارية ومحرك الاستدلال الذي يعد الجزء المركزي لنظام الخبرة⁽⁹⁾؛

2- التنقيط (Credit scoring): ويتمثل في إيجاد معادلة خطية لعدد من النسب المالية المعبرة للحصول على نتيجة تسمى (score) والتي تتنبأ بوضعيات المؤسسة أي احتمال إفلاسها خلال السنوات القادمة.

ظهرت أولى معادلات التنقيط بالولايات المتحدة الأمريكية في نهاية سنوات الستينيات من القرن الماضي⁽¹⁰⁾ ومن بين التقنيات المستعملة لتقدير معادلة التنقيط نجد التحليل التمييزي الذي يسمح بالتمييز بين طبقتين من المقترضين الجيدين والسيئين، حيث يعتمد التصنيف الممنوح على التحليل الإحصائي للعميل ويمثل جانب المخاطرة الخاص به (مخاطر عدم التسديد) إضافة إلى خصائص القرض، ويُقبل المصرف على منح القرض إذا كان المجموع المتحصل عليه أعلى وبشكل كاف من حد أدنى⁽¹¹⁾، ومن بين أهم نماذج التنقيط هناك نماذج الاقتصاد الرياضي⁽¹²⁾.

المحور الثالث: المناهج الكمية لتقييم مخاطر القروض المصرفية

إلى جانب التحليل المالي تم تطوير طرق أخرى من قبل المصارف من أجل قياس مخاطر القروض والتي تسمح بالتنبؤ بإعسار المقترض في المستقبل، وذلك نظراً لعدم كفاية التحليل المالي لاتخاذ القرار حيث أنه يعتمد على الوضعيات المحاسبية السابقة التي تبقى غير قادرة على التنبؤ بالوضعيات المالية المستقبلية للمقترض.

أولاً: التصنيف الخارجي (Notation externe): لقد أصبحت أسواق رؤوس الأموال حساسة إلى حد كبير تجاه أنشطة وكالات التصنيف الائتماني لاسيما في العشريتين الأخيرتين، إذ أصبحت تؤثر كثيراً على الشركات والدول طالبة لرؤوس الأموال وتترك الأسواق المالية

⁹- Hubert de la Bruslerie, Analyse financière et risque de crédit, Paris, Dunod, 1999, pp. 355-356.

¹⁰- Patrice Fontaine, Carole Gresse, Gestion des risques internationaux, Paris, Dalloz, 2003, p. 398.

¹¹- Thierry Roncalli, la gestion des risques financiers, Paris, Economica, 2004, p.324.

¹²- Voire: Michel Dietsch, Joël Petey, Mesure et gestion du risque de crédit dans les institutions financières, Paris, édition revue banque, pp. 51-53.

بتصنيفاتها المختلفة⁽¹³⁾. والتصنيف كلمة ذات أصل أمريكي (rating) وهي تعني "تقييم"، ويمكن تعريف التصنيف على أنه "منح نقاط لقروض أو لأوراق مالية ممثلة لدين أو لإمضاءات من أجل قياس مخاطر عدم التسديد المرتبطة بها"⁽¹⁴⁾.

ومن الناحية التاريخية يعتبر "John Moody" أول من نشر التصنيفات في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1909، أما قبل ذلك كان تحليل الديون (متابعة مخاطر التعثر) هو المستخدم كتقنية لقياس المخاطر⁽¹⁵⁾.

تقوم شركات تقييم الملاءة الائتمانية بتقييم مدى قدرة المصارف أو المؤسسات المقترضة على الوفاء بكافة التزاماتها المالية في وقتها المحدد وبصورة منتظمة، كما تقوم هذه الشركات بتقييم إصدارات سندات الدين المتداولة باختلاف أنواعها واختلاف الجهات المصدرة للأوراق المالية.

تتضمن المنهجية المستخدمة في التقييم من قبل وكالات التصنيف عدة معايير أساسية، ويعتبر تحليل المخاطر نقطة انطلاق عملية التصنيف مهما كان نوعها وطبيعة الأداة المالية المصنفة، وذلك لأن التصنيف هو مقياس لمستوى المخاطر المرتبطة بقرض أو إصدار أو غيرها من صيغ التعامل في أسواق القروض، أما خطوات دراسة الطرف المقابل فتتم من خلال الخطوات التالية:

1- تقييم الوضعية المالية للمؤسسة باستخدام مختلف النسب المالية كنسبة المديونية، هيكل ديونها حسب آجال استحقاقها، مستوى تكاليفها المالية مقارنة بمدخلها وهامش تمويلها الذاتي وغيرها؛⁽¹⁶⁾

2- مكانة المؤسسة؛

3- دراسة القطاع أو القطاعات التي تعمل في إطارها المؤسسة لتحليل وضعيتها التنافسية المحلية والدولية ومدى تطاير أرباحها⁽¹⁷⁾؛

4- المرونة المالية: ويُقيم هذا المعيار احتياجات التمويل أو الاقتراض في المستقبل والخطط والبدائل المتوفرة لدى المؤسسة لتخطي التطورات السلبية التي يمكن أن تنشأ في المستقبل ومدى قدرتها على تعبئة موارد مالية أخرى في ظل هذه التطورات⁽¹⁸⁾؛

5- تحليل الظروف الاقتصادية والتنظيمية المحيطة بالمؤسسة.

للإشارة فإن نتائج وخبرة الوكالات تستخدم من قبل "لجنة بازل" للرقابة المصرفية في المنهج المعياري (approche standardisée) والخاص بمخاطر القروض، حيث يتم تحديد معاملات ترجيح توافق كل فئة احترازية تبعا لنقاط معينة وذلك في سبيل مصفوفات الانتقال (matrices de transition).

هناك العديد من أنواع التصنيف الائتماني التي تقوم بها الوكالات المختلفة ومن ضمنها نجد التصنيف الائتماني حسب معيار استحقاق القرض، حيث هناك تصنيف الديون قصيرة الأجل أما تصنيف الديون طويلة الأجل فيخص الديون والإصدارات التي يتجاوز تاريخ استحقاقها السنة؛ يوضح الجدول الموالي أهم التصنيفات الممنوحة للديون طويلة الأجل من قبل وكالات التصنيف:

¹³ - محفوظ جبار، التصنيف الائتماني، مجلة المال والصناعة، العدد 22، بنك الكويت، 2004، ص.47.

¹⁴ - Patrice Fontaine, Carole Gresse, op. cit., p. 403.

¹⁵ - محفوظ جبار، مرجع سابق، ص.48.

¹⁶ - Bertrand Jacquillat, Bruno Solnik, Marchés financiers, Gestion de portefeuille et des risques, 4^{ème} édition, Paris, Dunod, 2002, p.198.

¹⁷ - Idem.

¹⁸ - حازم الدلي، مذكرة تعريف "شركات تقييم الملاءة الائتمانية"، الشركة العربية لتقييم الملاءة الائتمانية، 2000، ص.8.

الجدول رقم (1): الشرائح الرئيسية لسلم تصنيف الديون طويلة الأجل لكبريات الوكالات

معنى الرمز	Fitch IBCA	S&P ADEF	Moody's
أحسن نوعية، أقل ما يمكن من المخاطر	AAA	AAA	Aaa
نوعية عالية، قدرة كبيرة على التسديد في بعض الظروف الاقتصادية	AA	AA	Aa
إمكانية كبيرة على التسديد/ظهور المخاطر	A	A	A
ملاءة متوسطة ومقدرة مرضية على الوفاء بالالتزامات	BBB	BBB	Baa
تتصف بالمضاربة، المقدرة على التسديد غير مضمونة على الأمد الطويل	BB	BB	Ba
ضعف المدين على الوفاء بالتزاماته	B	B	B
نوعية رديئة، مخاطر خدمة الدين مرتفعة	CCC	CCC	Cca
مضاربة مرتفعة، قريب من التعثر	CC	CC	Ca
قريب جدا من التعثر	C	C	C
الإفلاس، التعثر، التوقف عن التسديد		D	

المصدر: محفوظ جبار، التصنيف الائتماني، مجلة المال والصناعة، العدد 22، بنك الكويت، 2004، ص.54.

ثانياً: التصنيف الداخلي (Notation interne): طورت المصارف أنظمة داخلية لتصنيف عملائها المقترضين، حيث تعتبر هذه المعلومة خاصة وهي ترمي لضمان ترابط وانسجام المعالجة الداخلية لملفات القروض⁽¹⁹⁾، وفي إطار نظام تصنيف داخلي أو خارجي أو نموذج لمخاطرة القرض هناك العديد من عوامل المخاطرة وخصائص الخسائر المرتبطة بقرض أو محفظة قروض.

- ترتيب أو تصنيف القرض داخل فئة (درجة أو نقطة) والناجمة عن سيورة تقييم المخاطر؛
- احتمال التعثر عن التسديد (PD) *probabilité de défaillance*؛
- المبلغ الإجمالي عند التعثر عن التسديد (EAD) *encours lors du défaut*؛
- الخسارة المتحملة في حالة التعثر عن التسديد (LGD) *perte encourue en cas de défaut*؛
- أجل استحقاق القرض (M)؛

- تطور الوضعية المالية للمقترض والتي تترجم في إطار نظام التصنيف عن طريق الانتقال أو "الهجرة" من فئة أدنى نحو فئة أعلى.

يمكن جانب التجديد في الاتفاق الجديد لبازل في دمج المنهج المؤسس على التصنيفات الداخلية في قياس مخاطر القروض، إضافة إلى أن نظام التصنيف الداخلي له ميزة إضافية تتمثل في دمج المقترضين الذين لم يتم تصنيفهم من قبل وكالات التصنيف؛

¹⁹ - Hubert de la Bruslerie, op. cit., p. 365.

1- في إطار المناهج القائمة على التصنيفات الداخلية لقياس مخاطر القروض، يتم التمييز بين المنهج البسيط والمنهج المتقدم؛

أ- **المنهج المؤسس على تصنيفات داخلية بسيطة (IRB):** المناهج المؤسسة على التصنيفات الداخلية والتي تم اقتراحها في إطار اتفاقية بازل (المتعلقة بحساب متطلبات الأموال الخاصة لخطر القرض) لفائدة المصارف الكبيرة والمهمة والتي تقوم على السلاسل الإحصائية⁽²⁰⁾، وفي الواقع العملي يشمل تنفيذ منهج (IRB) العناصر التالية:

✓ تصنيف التعرضات للمخاطر تبعا لنوع التعرض: حيث يقوم البنك بتحديد مختلف فئات المبالغ الإجمالية للقروض الممنوحة، وهذه الفئات هي: المؤسسات والسياديين والمصارف ومصارف التجزئة والأسهم⁽²¹⁾؛

✓ لكل فئة تُعرض للخطر تقديرات مخاطرة يجب على المصرف القيام بها باستخدام معايير موضوعية من قبل التنظيم أو لتقديراته الداخلية⁽²²⁾؛

✓ لكل فئة أصول تُقيم عن طريق منهج (IRB) تتدخل ثلاثة عناصر رئيسية وهي عوامل المخاطرة والتي تم ذكرها سابقا أين يتم تقدير البعض منها من قبل المصرف والبعض الآخر موضوعية من قبل التنظيم، كذلك معادلات الترجيح (fonctions de pondération) للمخاطر التي عن طريقها تحول عوامل المخاطرة لمخاطر مرجحة وبالنتيجة لمتطلبات الأموال الخاصة، ويتم التعبير عنها عن طريق صيغ أو نماذج؛

✓ متطلبات دنيا يجب على المصرف احترامها حتى يُسمح له باستعمال منهج (IRB) لفئة معينة من الأصول، ومن أهمها إثباته لسلطات الرقابة قدرته على التنبؤ أو إنتاج على الأقل لعامل من عوامل المخاطرة⁽²³⁾، وتعد هذه الأخيرة بمثابة مدخلات في معادلات الترجيح .

من خلال ما تم ذكره سابقا، يهدف منهج (IRB) بصفة أساسية إلى حث المصارف على توضيح أكثر لتقنيات إدارتها لمخاطر القروض وفتح المجال لاستعمال النماذج الداخلية لمخاطرة القرض، ويُستخدم المنهج المؤسس على تصنيفات داخلية بسيطة (المنهج الأساسي لحساب متطلبات الأموال الخاصة لمخاطرة القرض) في قياس احتمالات التعثر عن التسديد من قبل المصرف سواء بتبني منهجية وكالات التصنيف أو باستعمال طريقة التقيط (scoring)، أما ببقية معايير الحساب فتقدم من قبل التنظيم.

إن تعريف التعثر عن التسديد ليس موحدًا بين الوكالات وبين الدول، ويتحقق التعثر تبعا لأحد هاته المعايير، وجود شكوك حول قدرة المقترض على تسديد التزاماته (بداية نزاع) أو وجود عدم تسديد مؤكد (3 أشهر بالنسبة للقروض قصيرة الأجل و6 أشهر بالنسبة للقروض طويلة الأجل) أو تشكيل مؤونات خاصة وتنازل عن قروض⁽²⁴⁾؛ ويتم حساب احتمال التعثر عن التسديد انطلاقًا من المعطيات التاريخية المتراكمة (على الأقل لسنتين) حتى يكون الحساب ذا مصداقية.

²⁰- Alain Choinel, Le système bancaire et financier, Approches française et européenne, Paris, Revue banque édition, 2002, p. 120.

²¹- Antoine Sardi, Bâle II, Paris, Afges éditions, 2004, Bâle, p. 142.

- طارق عبد العال حماد، حوكمة الشركات - تطبيقات الحوكمة في المصارف -، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2005، ص.541.²²

- المرجع السابق، ص. 542.²³

- Antoine Sardi, Bâle II, op.cit, p.261.²⁴

بمجرد معرفة الاحتمالات يمنح التنظيم منحنيات الترجيح (courbes de pondération) والتي على أساسها يشكل المصرف مجموعات متجانسة (عملاء/منتجات)، والهدف من هذه المنحنيات هو تعيين التكلفة الوحودية للأموال الخاصة الموافقة لكل مستوى احتمال معين، كما أنها تأخذ بعين الاعتبار تخفيض الخطر المرتبط بالضمانات المحصلة⁽²⁵⁾، وعليه تصبح متطلبات الأموال الخاصة مساوية لـ:

$$\text{التكلفة الوحودية} \times (\text{المبلغ الإجمالي} + \text{موافق قرض}^*)$$

ب- المنهج المؤسس على التصنيفات الداخلية المتقدمة (IRB advanced): تأخذ هذه الطريقة بعين الاعتبار محفظة المصرف ككل حيث أنها لا تتعامل مع طرف مقابل وحيد، كما أنها تعتمد على النماذج الداخلية لمخاطرة القرض؛ حيث تقوم المصارف بحساب كلا من احتمال التعثر عن التسديد والتعرض للمخاطرة والخسائر في حالة التعثر. وفقا لحساب متطلبات نسبة الملاءة الدولية، وبالنسبة لكل عميل أو مجموعة (عملاء-منتجات) تصبح متطلبات الأموال الخاصة في إطار مخاطرة القرض مساوية لـ 8% من الصيغة الموالية⁽²⁶⁾:

$$F [PD] \times LGD \times (\text{المبالغ الإجمالية} + \text{موافق قرض}) \times M]$$

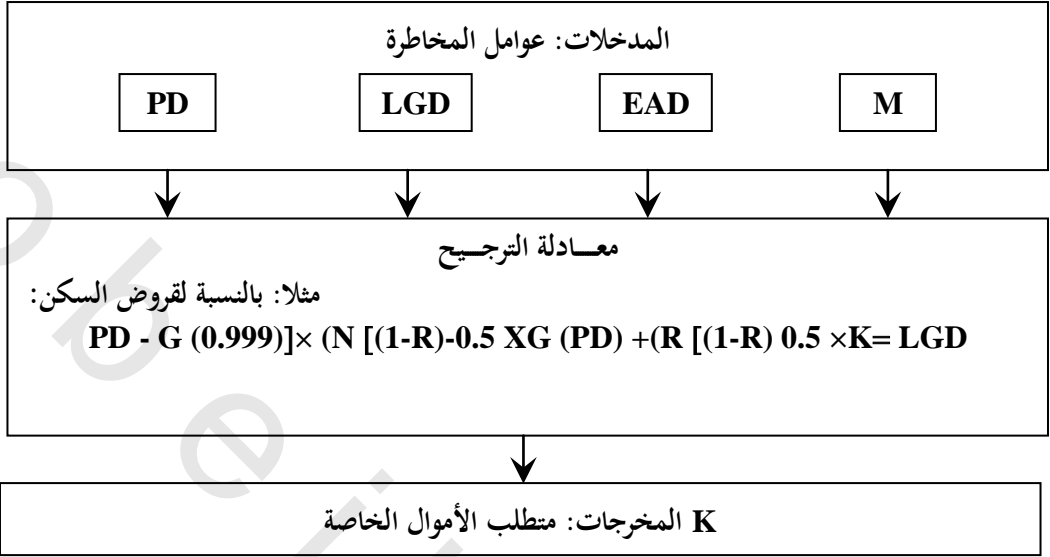
حيث (F) هي دالة تم تحضيرها من قبل "لجنة بازل". بصفة عامة سواء أكان التصنيف داخليا أو خارجيا فدوره هو إعطاء تقدير للخطر المحتمل على طرف مقابل، وتحث "لجنة بازل" للرقابة والإشراف المصارف على تطوير أنظمة للتصنيف الداخلي ذات مصداقية من أجل تعظيم عائد أموالها الخاصة. **ملاحظة:** يجب على المصرف المتعامل مع مصارف أجنبية أن يقيم المخاطرة المتعلقة بالبلد، فالمخاطرة الإجمالية لا بد وأن يأخذ بالحسبان وفي آن واحد خصوصيات المصرف والبلد الذي يوجد فيه. تعد عوامل المخاطرة بمثابة مدخلات في معادلات الترجيح كما يوضحه الشكل الموالي:

²⁵. Ibid, p-276.

* - Equivalent credit : ويستعمل من أجل مقارنة مبالغ خارج الميزانية بمبالغ الميزانية فيما يتعلق بالخطر، حيث تم تأسيس معامل تحويل خارج الميزانية لموافق خطر القرض وحدد بـ 20% للالتزامات التي أجل استحقاقها أقل من سنة و50% لتلك التي يتجاوز أجل استحقاقها السنة. لمزيد من المعلومات الرجوع لتقرير لجنة بازل 2004 – مرجع سابق- ص.19.

²⁶. Ibid, p-279.

الشكل رقم (1): عناصر معادلة الترجيح



Source : Antoine Sardi, Bâle II, Paris, Afiges éditions, 2004, p.147.

المحور الرابع: مدخل الهوامش و معدل الاسترجاع والنماذج الهيكلية: توجد هناك بالإضافة إلى التصنيف مناهج كمية أخرى لتقييم مخاطر التعثر عن التسديد ومن بينها:

أولاً: معدل الاسترجاع: إن المعلومة حول معدل التعثر عن التسديد غير كافية لتقييم المخاطر فمعرفة نسبة الاسترجاع بعد التعثر جد مهمة، وهذه النسبة عبارة عن "التقدير المسبق لنسبة من القرض التي يمكن استرجاعها في حالة تعثر المدين"، وتشير بعض الدراسات التي حاولت تشخيص استقرار معدل الاسترجاع مع الزمن ودرجة تبعيته لطبقات التصنيف أن معدل الاسترجاع يتغير تبعاً لتصنيف المقرض قبل التعثر عن التسديد⁽²⁷⁾؛

ثانياً: النماذج الهيكلية: أدى اللجوء إلى النماذج الهيكلية لتقييم المؤسسة وبمساعدة العديد من المقاربات التطبيقية إلى تقدير احتمال التعثر عن التسديد للمؤسسات المسعرة، وهي تسمى بالنماذج الهيكلية لأنها تربط مباشرة بين خطر القرض والهيكل المالي للمؤسسة، ولعل من أشهرها نموذج (Merton) الذي يفترض أن التعثر لا يظهر إلا عند تاريخ استحقاق الدين عندما لا تسمح قيمة أصول المؤسسة بتغطية محفظة القروض، أما في إطار النماذج الهيكلية بحدود خارجية يمكن أن يظهر التعثر عن التسديد في أية لحظة عندما تكون قيمة أصول المؤسسة أقل من حد أدنى متفق عليه⁽²⁸⁾.

تتمثل أنظمة الإنذار المبكر أساساً في متابعة تطور التصنيف أو أي مؤشر آخر واستعماله في التنبؤ بمستقبل القروض الممنوحة⁽²⁹⁾؛

²⁷- Arnaud de Servigny, Le risque de crédit, nouveaux enjeux bancaires, 2^{ème} édition, Paris, Dunod, 2003, p. 50.

²⁸- Ibid, p.62.

²⁹- محفوظ جبار، مرجع سابق، ص.52.

ثالثاً: مدخل الهوامش (Spreads): جرت العادة أن يتم تقسيم معدل الفائدة إلى جزئين، معدل الفائدة الخالي من المخاطر وعلوّة المخاطر والمعروفة بالهامش، حيث يتضمن هذا الأخير العديد من المعلومات حول نوعية المقترض، سيولة المبادلة أو بصفة عامة السوق⁽³⁰⁾، فمن أجل تصنيف معطى (X) يتطور الهامش مع الزمن لسببين:⁽³¹⁾

- 1- يتغير احتمال التعثر عن التسديد نتيجة لدورة الأعمال، فالمؤسسات المصنفة جد مخاطرة ينخفض احتمال تعثرها في فترة الانتعاش الاقتصادي ويرتفع في فترة الانكماش الاقتصادي؛
- 2- تتغير مع الزمن علوّة الخطر المطلوبة من قبل السوق.

رابعاً: طريقة العائد المعدل على رأس المال والقيمة المخاطر بها: لتقييم مردودية عملياتها تلجأ المصارف لبعض المؤشرات مثل نسب (ROA) و (ROE) والمقدمة سابقاً، ولكن هذا التقييم نوعاً ما "مضلل" لأنه يأخذ بعين الاعتبار مردودية العمليات دون الاهتمام بمستوى الخطر المتولد عنها، وهو ما استوجب تعديلها بالرجوع لعامل الخطر وهذا للسماح بمقارنة اقتصادية ناجعة على عدة فترات بين العديد من المصارف بل وحتى بين مختلف مراكز الربح في نفس المصرف.

- 1- **طريقة العائد المعدل على رأس المال:** لقد تم تطوير منهجيات جديدة مثل (RAROC) والذي يقيس المردودية المعدلة للمخاطر والمستندة إلى رأس المال الاقتصادي وحسب بالعلاقة التالية:⁽³²⁾

-2

$$\text{RAROC} = (\text{النتيجة} - \text{المؤنات الاقتصادية}) / \text{الأموال الخاصة الاقتصادية}$$

علماً أن المؤنات الاقتصادية تمثل الخسائر المتوسطة في حين أن الأموال الخاصة الاقتصادية هي الأموال التي يجب أن يمتلكها البنك لتغطية المخاطر⁽³³⁾، ويرجع هذا التمييز (Scoring /RAROC) في تصنيف العملاء إلى أنه في مصارف التجزئة يتم التطرق لتقسيم العملاء أما في مصارف الاستثمار فالأمر يتعلق بتصنيف العملاء تبعاً لأقسام الخطر⁽³⁴⁾.

تعد طريقة (RAROC) أداة مساعدة لإدارة المصارف فيما يخص تسعير مختلف المنتجات والخدمات وهيكلتها أموالها الخاصة بطريقة مثالية وذلك بتخصيص أكبر نسبة رؤوس أموال لمراكز الربح أو المسؤولية التي تنتج أكبر عائد معدل مقارنة بالخطر؛

- 3- **القيمة المخاطر بها (VaR):** لقد سخرت كبريات المؤسسات المالية وسائل كبيرة لتطوير أنظمة داخلية لإدارة المخاطر وكانت القيمة المقدرة حسب المخاطر إحدى ثمرات هاته البحوث، ويتعلق الأمر بقياس الخطر المحتمل لمتغير اقتصادي وذلك بالأخذ بعين الاعتبار معايير مختارة وبعض الفرضيات⁽³⁵⁾، تقيس القيمة المقدرة حسب المخاطر الخسارة القصوى المحتملة وفقاً لاحتمال محدد مسبقاً، أما فيما يخص خطر القرض فاستعمال القيمة المقدرة حسب المخاطر يسمح بتحليل وعلى فترة محددة تغيرات قيمة محفظة القروض وهو ما يتيح الفرصة لتعديل نوعية القروض والتي يمكن أن تتراجع مع تغير تصنيف المقترضين ويطلق عليها في هذه

³⁰- المرجع نفسه.

³¹- Bertrand Jaquillat, Bruno Solnik, op. cit., p. 201.

³²- Philippe D'arvisenet, finance internationale, Paris, Dunod, 2004, p.88.

³³- Ibid, p.88.

³⁴- Thierry Roncalli, op. cit., p. 324.

³⁵- Marjorie Demazy, op. cit., p. 33.

الحالة (Credit VaR). هذا ويجب أن تُنمَّ القيمة المعدلة للمخاطر بما يعرف باختبار التركيز والاختبار المتأخر.

المحور الخامس: النماذج الداخلية لخطر القرض (Modèles de risque de crédit)
لقد أصبحت نماذج خطر القرض عنصرا أساسيا لتسيير مخاطر القروض داخل المصارف حيث تهدف هذه النماذج إلى تعظيم إدارة الثنائي عائد/مخاطرة لمحفظه القروض، أما وظيفتها الأولى فهي التحديد الكمي للخطر الأقصى المحتمل والذي يمكن أن تولده محفظة قروض وكل ذلك على أساس بعض الفرضيات ومجال الثقة المختار.

وعموما فإن استعمالات نماذج إدارة خطر القرض من قبل المصارف متعددة ومنها: قياس الخسائر المحتملة ووضع نظام لتخصيص الأموال الخاصة وتسعير القروض والذي يأخذ بعين الاعتبار الخطر الاقتصادي⁽³⁶⁾. وتكمن الفكرة الأساسية في عدم قدرة المصرف على التوقع الأكيد بالخسائر على محفظة القروض على فترة محددة، حيث ترتبط هذه الخسائر بتطايير احتمالات التعثر عن التسديد⁽³⁷⁾.
وعليه فإن هدف نموذج داخلي لتسيير خطر القرض هو تقييم احتمالات الخسائر المتولدة عن القروض الممنوحة⁽³⁸⁾.

أولا: بناء نموذج لخطر القرض: إن أهم خطر مرتبط بالقروض هو خطر عدم التسديد، فالمصارف على علم أن جزءاً من القرض لن يتم تسديده عند أجل الاستحقاق، كما أنها على علم بالمبلغ الذي تخاطر بخسارته في المتوسط على محفظة القروض على فترة معطاة ويوافق هذا المبلغ الخسارة المتوقعة، فبالنسبة لقرض معطى فإن هذه الخسائر المتوقعة تتبع ما يلي:⁽³⁹⁾

✓ التعرض للخطر في حالة التعثر عن التسديد (EAD)، أي مبلغ التسديدات المستحقة المتبقية؛
✓ احتمال التعثر عن التسديد (PD)؛
✓ الخسارة في حالة التعثر عن التسديد (LGD) والتي تتبع معدل الاسترجاع على القرض.

أما على مستوى المحفظة فإن الخسارة المتوقعة عبارة عن مجموع الخسائر المتوقعة على إجمالي القروض، لكن الخسائر الفعلية قد تتجاوز بكثير هذه الخسائر لذا فإن البنك يكون منشغلا أكثر بمبلغ الخسائر غير المتوقعة والتي يتم تغطيتها عن طريق الأموال الخاصة الاقتصادية لذا فإن موضوع نماذج خطر القرض هو تقدير احتمال تحمل المقرض لخسائر أكبر من مبلغ معين على فترة محددة؛

1- مراحل بناء نموذج لخطر القرض: وتتم على مرحلتين:⁽⁴⁰⁾

أ- **جمع المعلومات:** يتم جمع المعلومات حول العناصر المكونة لخطر القرض (لكل قرض) وتشمل أساسا: ترتيب القروض في أقسام للخطر (classes de risque) ويتم تحديدها عن طريق نظام التصنيف الداخلي بالاعتماد على التصنيفات المقدمة من قبل وكالات التصنيف أو من موردي المعلومات المالية، تحديد احتمالات التعثر عن التسديد حيث يتم قياس احتمال انتقال أو

³⁶- Antoine Sardi, Bâle II, op. cit., p. 127.

³⁷- Michel Dietsch, Joël Petey, op. cit., p. 19.

³⁸- Sylvie de Coussergues, op. cit., p. 161.

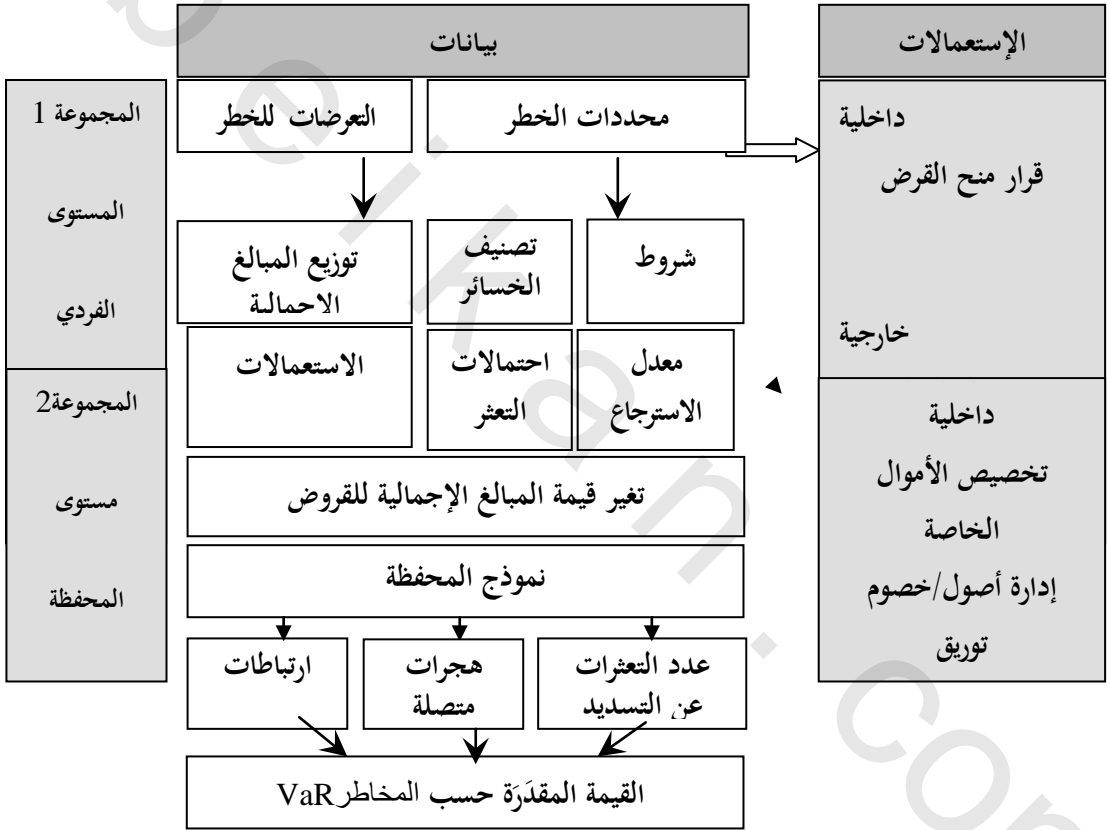
³⁹- Michel Dietsch, Joël Petey, op. cit., p. 24.

⁴⁰- Ibid, pp. 28-29.

"هجرة القرض" لطبقة أخرى للخطر بما فيها الطبقة المتضمنة للتعثرات عن التسديد، أما قيمة التعرض للخطر فتحدد تبعا للانتماء لمختلف أقسام الخطر والخسائر في حالة التعثر والتي تتبع معدل الاسترجاع والذي يتبع طبيعة القرض وأجل استحقاقه والضمانات المرتبطة به؛

ب- **النمذجة أو التصميم (Modélisation):** ويتم خلالها تصميم نموذج لعدم التأكد بالخسائر وتجميع التعرضات الفردية للخطر من أجل وصف شامل لخطر المحفظة، ولا بد من الأخذ بعين الاعتبار الارتباطات الموجودة بين مخاطر مختلف القروض، كما يتم في هذه المرحلة بناء دالة الكثافة للخسائر المستقبلية على الفترة المختارة (غالبا سنة) ومن ثم حساب القيمة المقدرة حسب المخاطر والأموال الخاصة الاقتصادية الموافقة وهو ما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم (2): هندسة نموذج لمخاطرة القروض المصرفية



Source : Michel Dietsch, Joël Petey, Mesure et gestion du risque de crédit dans les institutions financières, Paris, édition revue banque, p.39.

2- مفاهيم أساسية: الارتباط بين عوارض القرض (Evénements de crédit): يجب أن يأخذ توزيع خسائر محفظة القروض بعين الاعتبار الارتباطات الموجودة بين خسائر مختلف

قروض المحفظة، لأنه وفي إطار محفظة تنسم بالتنوع من المستبعد أن تظهر كل الخسائر القصوى في آن واحد ومعالجة هذا الارتباط يتم بطرق مختلفة تبعاً للنماذج التالية:
أ- مدخل الاقتصاد الجزئي: والذي يقوم على تحليل مكانة كل المؤسسة وفقاً للتطور الخاص بكل واحدة منها⁽⁴¹⁾؛

ب- المدخل المتعدد العوامل (Approche multifactorielle): ويقصد به تبعية مجموع المؤسسات لمتغيرات مشتركة؛

ج- المدخل الكلي: وهو خاص بكل فئة متجانسة، أي تجزئة محفظة القروض للبنك إلى محافظ جزئية حسب قطاعات النشاط والدول... الخ، وانطلاقاً من هذا التقسيم يتم البحث عن التخصيص الأمثل لرأس المال الاقتصادي بين هذه المحافظ الجزئية⁽⁴²⁾؛

ثانياً: النماذج الشرطية وغير الشرطية (Modèles conditionnels et inconditionnels)

تفترض بعض النماذج أن احتمالات الانتقال من تصنيف لآخر تنسم بالاستقرار وهي تعتبر نماذج غير شرطية، وهناك نماذج أخرى شرطية تبحث عن دمج وضعية الاقتصاد الكلي، وبذلك يكون خطر محفظة القروض مرتبطاً بعوامل تدعى نظامية؛

ثالثاً: نماذج التعثر (DM) ونماذج مراقبة تحركات السوق (MTM): تقيس نماذج التعثر خطر القرض انطلاقاً من التعثر عن التسديد والذي يعتبر كخطر القرض الوحيد وهي تطبق على كل أنواع القروض، بينما تقيس نماذج (MTM) خطر القرض انطلاقاً من تغيرات قيمة القرض والنتيجة عن تغير تصنيفات المقترضين أو للتعثر عن التسديد⁽⁴³⁾؛

رابعاً: نموذج (Credit Metrics) ونموذج (KMV) ونماذج أخرى
يأخذ هذين النموذجين بعين الاعتبار محفظة القروض حيث يتم تقييم مختلف قيم المحفظة على فترة معطاة بالأخذ بعين الاعتبار احتمالات الخسارة على المحفظة عندما يتغير قسم الخطر للمقترضين.

1- نموذج (Credit Metrics): والذي تم اقتراحه من قبل المصرف الأمريكي (J.P Morgan) في سنة 1997 عقب نموده (Risk Metrics) حول مخاطر السوق، ويتم من خلاله تقييم خطر القرض بقيمة السوق (مدخل MTM) مما يسمح بالأخذ بعين الاعتبار التعثر عن التسديد وتغيرات التصنيف، ومن بين أهم أسس هذا النموذج تحديد "مصفوفة انتقال" التصنيف حيث يتم من خلالها تحديد احتمال تغير التصنيف على فترة محددة وتمنح وكالات التصنيف مثل هذه المصفوفات، فكل انتقال من تصنيف نحو آخر يتم تقديره انطلاقاً من إعادة تقييم المبالغ الإجمالية للقروض وذلك بخضم التدفقات المستقبلية الموافقة للتصنيف الجديد؛
يوضح الجدول الموالي مصفوفة الانتقال لوكالة ستاندر أند بورز من سنة 2014-1981

⁴¹- Jean- Michel Cicile, Terminologie bancaire, économique et financière, 3^{ème} édition, Paris, Revue Banque édition, 2002, p.39.

⁴²- Arnaud de Servigny, op. cit., p. 208.

⁴³- Michel Dietsch, Joël Petey, op. cit., p. 26.

الجدول رقم (2): مصفوفة الانتقال لوكالة ستاندر أند بورز من سنة 1981-2014

Average Multiyear Global Corporate Transition Matrices (1981-2014) (%)									
Financial Institutions									
From/to	AAA	AA	A	BBB	BB	B	CCC/C	D	NR
One-year									
AAA	86.36 (12.82)	8.37 (12.42)	0.52 (1.35)	0.21 (0.90)	0.10 (0.74)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	4.44 (4.28)
AA	0.38 (0.64)	85.91 (7.67)	9.23 (7.18)	0.40 (0.83)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.03 (0.10)	4.05 (2.39)
A	0.03 (0.19)	2.35 (2.06)	87.02 (5.51)	4.39 (3.72)	0.26 (0.73)	0.06 (0.16)	0.01 (0.07)	0.09 (0.26)	5.79 (3.25)
BBB	0.00	0.31	4.26	83.13	3.79	0.53	0.06	0.37	7.55

Source: Standard and poor's, Ratings Direct, Default, Transition, And Recovery: 2014 Annual Global Corporate Default Study and Rating Transitions, McGraw Hill Financial, New York, April 30, 2015, p56.

2- نموذج (KMV): يظهر التعثر عن التسديد في هذا النموذج عندما تكون قيمة أصول المقترض أقل من تلك لديونه لذا فهو ناتج عن تطاير قيمة أصوله، ويهدف هذا النموذج لقياس خطر القرض داخل المحفظة⁽⁴⁴⁾ حيث تُحدد سيرورة عدم التسديد بطريقة داخلية ومفسرة عن طريق نموذج تطور أصول المؤسسة، إضافة إلى العناصر المتعلقة بكل قرض (العائد، الخطر، الارتباطات... الخ) والتي تستعمل لتحديد المساهمة الهامشية لقرض جديد في الخطر الإجمالي للمحفظة؛

3- نموذج (Credit Risk⁺) ونماذج أخرى
سيتم التطرق لنموذج (Credit Risk⁺) والذي هو على عكس النموذجين السابقين يستخدم منهج إكتواري، حيث يتم اعتبار احتمال التعثر عن التسديد كمتغير متصل يتميز بتوزيع احتمالي، بالإضافة إلى نماذج أخرى.

أ- نموذج (Credit Risk⁺): ويقوم هذا النموذج على فكرة "التأمين ضد الحريق" حيث أن هناك احتمال ضئيل أن كل المنازل ستحترق في نفس الوقت وأن تكلفة تحقق الخطر غير مؤكدة وهو ما يمثل تشابه مؤكد مع محفظة القروض⁽⁴⁵⁾، وفي هذا النموذج يتم ترتيب القروض في أقسام وفقاً لمبالغها؛

ب- نماذج أخرى: إضافة إلى النماذج السابقة هناك نماذج أخرى، على سبيل المثال لا الحصر نموذج (Credit Portfolioviev) وهو نموذج من نوع (MTM) والذي يستخدم مصفوفات الانتقال لوكالة (S&P) لاستخراج احتمالات الانتقال التاريخية، وانطلاقاً من هاته المتوسطات التاريخية يتم حساب الاحتمالات الشرطية للتعثر والتي تأخذ بعين الاعتبار حالة الاقتصاد⁽⁴⁶⁾.

⁴⁴ - Ibid, p.115.

⁴⁵ - Antoine Sardi, Bâle II, op. cit., p. 138.

⁴⁶ - Arnaud de Servigny, op. cit., p. 116.

وهناك أيضا مدخل الشكل المصغر (forme réduite) والذي يقوم على فرضية أن أسعار السندات تعكس كل المعلومة المتوفرة حول احتمال التعثر عن التسديد للمقترض إذ من الممكن قياس احتمال التعثر انطلاقا من الهامش مقارنة بالسندات دون خطر⁽⁴⁷⁾. وتستخدم المصارف نموذجا مقدما من قبل "لجنة بازل" لحساب المخاطر المرجحة ومتطلبات الأموال الخاصة وهذا النموذج عبارة عن تركيب لأهم نماذج خطر القرض المذكورة سابقا.

المحور السادس: الأدوات التقليدية لإدارة مخاطر القروض المصرفية

تسمح إدارة مخاطر القروض للبنك بتعظيم التوليفة عائد/مخاطرة للقروض الممنوحة، ومع ذلك ولمواجهة منافسة الأسواق المالية فإن المصارف مدعوة لإعادة النظر في عملياتها التقليدية للإقراض إذ أصبح من الضروري تسيير هذا الخطر بالرجوع للأسواق المالية. وينقسم تسيير المخاطرة إلى نوعين وهما: التسيير الوقائي وذلك عن طريق أخذ الضمانات الملائمة واحترام التنظيم الاحترازي، والتسيير العلاجي باستعمال طرق وتقنيات إدارة المخاطرة والتخلص منها كتوريق القروض البنكية⁽⁴⁸⁾.

وفي إطار الإدارة القبلية لخطر القرض يتم تحديد تراخيص التزام على كل مقترض والقائمة على معايير كيفية وكمية*، أما الإدارة البعدية فتتمثل في متابعة استخدامات الخطوط المسموح بها، ويعاد تقييم التعرضات لخطر القرض باستمرار حتى يتمكن من مقارنتها مع المبالغ المسموح بها والتي يطلق عليها "نظام حدود الخطر"⁽⁴⁹⁾.

أولا: التنظيم الاحترازي (Réglementation prudentielle)

واجهت سلطات الرقابة للنظام البنكي منذ عدة سنوات سلسلة تطورات شكلت لها تحديات كبيرة ولعل أهمها تلك التي شهدتها الأسواق المالية كتراكم المخاطر وشدة المنافسة وغيرها، ولمواجهتها وسعت هذه السلطات من حقل مراقبتها وشدت المعايير الاحترازية على المستويين الوطني والدولي، كما أظهرت التطورات التي شهدتها القطاع البنكي درجة تعقيد كبيرة لهيكل المخاطر البنكية⁽⁵⁰⁾.

مرت معايير لجنة بازل معايير لجنة بازل بالعديد من المراحل، بدءاً من بازل 1، مروراً ببازل 2 ووصولاً إلى معايير بازل 3 كأخر تعديل والتي سيتم التركيز عليها.

1- لمحة عن معايير رأس المال التنظيمي وفق مقررات بازل 3: أصدرت لجنة بازل للإشراف المصرفي في محاولة منها لإدخال إصلاحات على الإطار التنظيمي الدولي لتعزيز مرونة المصارف والأنظمة المصرفية في سنة 2010، ما بات يُعرف بمقررات بازل 3. تتمثل الأهداف الرئيسية التي تسعى إلى تحقيقها في تحسين قدرة القطاع المصرفي على امتصاص الصدمات الناتجة عن الأزمات المالية والاقتصادية، التقليل من خطر انتقال تداعياتها إلى الاقتصاد الحقيقي، وبالتالي فإن الإصلاحات التي جاءت بها مقررات بازل 3 بهدف تحسين الإطار التنظيمي الدولي ركزت على تحسين جودة قاعدة رأس المال، كي يكون قادراً على

47- Bertrand Jacquillat, Bruno Solnik. op. cit., p. 201.

48- نعيمة بن العامر، المخاطر والتنظيم الاحترازي في منح القروض، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية - واقع وتحديات، - السلف، ماي، 2004، ص. 467.
* - كيفية: إعادة هيكلة الضمانات والشروط التعاقدية لتخفيض خطر الخسارة في حالة التعثر عن التسديد، كمية: يتم تحديد سقف المبالغ المسموح بها تبعاً لمعايير كمية كأموال الخاصة للبنك.

49- Joël Bessis, Gestion des risques et gestion actif-passif des banques, Paris, Dalloz, 1995, p. 238.

50- Nouveaux défis pour les banques, OCDE, Paris, 1992, pp. 77-78.

امتصاص الخسائر في حالة ملاءة المصرف وحالة إعساره، تحديد هوامش إضافية لحماية رأس المال عن طريق زيادة مستويات رأس المال الذي تحتفظ به المؤسسات المصرفية، إدخال نسبة الرافعة المالية للتقليل من خطر الزيادة المفرطة للرافعة المالية، تقوية تغطية المخاطر عن طريق تمكين المصارف من تغطية المخاطر الرئيسية، فضلا عن تحديد معايير للسيولة لتعزيز كل من نسبة تغطية السيولة على المدى القصير، ونسبة تمويل المركز المالي على المدى البعيد.

2- **متطلبات رأس المال التنظيمي وفق مقررات بازل 3** : لقد قامت مقررات بازل 3 بإعادة هيكلة متطلبات رأس المال التنظيمي مقارنة بما ورد في مقررات بازل 2، التي صنفت رأس المال التنظيمي وفق ثلاث شرائح رئيسية. فمن الملاحظ لأول وهلة أن مقررات بازل 3 قامت بإلغاء الشريحة الثالثة، وارتأت تصنيف رأس المال التنظيمي وفق شريحتين رئيسيتين، كما قامت بإدخال تغييرات على العناصر المكونة لكل من الشريحتين. فبعد أن كانت الشريحة الأولى تمثل 4% من الأصول المرجحة بأوزان المخاطر وفق مقررات بازل 2، تم زيادة هذه النسبة إلى 6%، وأما الشريحة الثانية فقد أصبحت تمثل 2% من الأصول المرجحة بأوزان المخاطر بعد أن كانت تمثل 4% وفق مقررات بازل 2. وإذا ما نظرنا إلى نسبة الشريحة الأولى من رأس المال الأساسي، فإننا سنلاحظ زيادة نسبتها من 2% وفق مقررات بازل 2 إلى 4.5% وفق مقررات بازل 3، والغرض من هذه الزيادة تحسين جودة قاعدة رأس المال، وفضلا عن ذلك فقد تم إضافة هامش حماية من رأس المال الأساسي تبلغ نسبته 2.5%، ويُفترض التزام المصارف بهذا الهامش بحلول عام 2019. ما سبق يعني أن إجمالي رأس المال التنظيمي سيرتفع من 8% حاليا إلى 10.5% من الأصول المرجحة بأوزان المخاطر بحلول عام 2019⁵¹.

ثانياً: التنوع: وهو ذلك المبدأ الذي يهدف إلى تقسيم المخاطر لتجنب تركيز الالتزامات على بعض المؤسسات أو الأنشطة أو المناطق الجغرافية⁽⁵²⁾ لذلك يجب على البنك أن يضع الإستراتيجيات الكلية لمخاطر القرض بحيث تبين رغبته في توزيع القروض حسب القطاعات أو الأجل أو الربحية، وقد يؤدي التنوع إلى تخفيض المخاطر ولكنه لا يؤدي إلى إزالتها أو القضاء عليها نهائياً⁽⁵³⁾؛

ثالثاً: سياسة المخصصات (المؤونات): المؤونات هي عبارة عن تكاليف موجهة لتغطية تدهور قيمة استثمارات البنك المادية والمعنوية⁽⁵⁴⁾، حيث تُشكل عندما يقرر البنك منح القرض وتحسب مبالغها على أساس مبلغ الدين الصافي للضمانات المتحصل عليها أي على أساس التعرض الصافي للخطر، وتحسب كما يلي⁽⁵⁵⁾.

التعرض الصافي للخطر = إجمالي رأس المال والفوائد - القيمة المتوقعة

للضمان

⁵¹ عبد المطلب عبد الحميد، الإصلاح المصرفي ومقررات بازل 3، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2013، ص: 322-323.

⁵² - Dominique Plihon, Les banques, op. cit., p. 126.

⁵³ - زياد سليم رمضان، محفوظ أحمد جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، الطبعة الثانية، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، 2003، ص.286.

⁵⁴ - Françoise Bussac et autres, Le bilan d'une banque ou comment comprendre les états financiers bancaires, Paris, Banque éditeur, 2000, p.121.

⁵⁵ - Michel Mathieu, op. cit., p. 184.

مبلغ المؤونة = التعرض الصافي × احتمال التعثر عن التسديد

و عليه يكون:

وللإشارة فإنه وفي إطار سياسة المخصصات هناك طريقتين أمام المصارف وهما: (56)
1. مؤونات بعديّة (ex post): يتم تكوينها عندما يتحقق عدم التسديد أي بمجرد ظهور المخاطر؛
2. مؤونات قبليّة (ex ante): ويتم تكوينها بمجرد منح القرض أي على أساس المخاطر المستقبلية المتوقعة.

رابعاً: الضمانات: تعد الضمانات من الطرق التقليدية التي تلجأ إليها المصارف للتخفيض من مخاطر القروض الممنوحة فهي آلية تسمح بحماية المصارف ضد الخسائر المالية.

1- تعريف الضمانات وفائدتها: عندما يمنح المصرف قروضا فإنه يقوم بذلك بأموال تعود للغير لذا يجب أن يكون حذرا في إدارة هاته الأموال، وهو كدائن فإنه يتخذ عدة ضمانات. أ- تعريف الضمان: يمكن إعطاء تعريف اقتصادي للضمان على أنه "يستعمل في توقع وتغطية خطر مستقبلي محتمل بعدم تحصيل القرض" (57)، لذلك فالضمان مرادف لـ الأمان (sûreté) الممنوح للدائن لتحصيل دينه. ويمنح الضمان للمصرف إمكانية تغطية دينه حيث يُتخذ عموما عند عقد اتفاق التمويل أو فيما بعد إذا ما تراجعت وضعية المقترض، لذا فهو ذا طبيعة اختيارية إذ لا يجب اعتباره كتأمين ضد كل المخاطر حتى ولو أنه يبدو فعالا في حالة وجود صعوبات في التسديد، فالتكاليف المتولدة عن وضعه حيز التنفيذ تلغي بشكل كبير الفوائد المنتظرة من عملية الإقراض، إضافة إلى أن الضمان لا بد وأن يكون متكيفا مع طبيعة القرض؛

ب- فائدتها: تتمثل الوظيفة الأولى للضمان في تخفيض التعرض للخطر، فمبلغ التعرض الفعلي للخطر يتم الحصول عليه بطرح القيمة المتوقعة للضمان من إجمالي رأس المال والفوائد.

وتفيد الضمانات كذلك في تغطية الخطر المحتمل حيث تقوم بدور يشبه لحد ما "آلية التأمين" لأن منح قرض معناه "بيع للوقت" ويجب على البنك حماية نفسه ضد المخاطر المرتبطة بهذا القرض (58)، كما يهدف استعمال الضمانات إلى الحد من تكاليف التعثر عن التسديد رغم أنها لا تضمن أبدا استرجاع القرض الممنوح بصفة كاملة ومهما كان شكلها؛

2- أنواع الضمانات: يمكن التفرقة بين ثلاثة أنواع من الضمانات: الضمانات الشخصية، الضمانات العينية، واللجوء إلى التأمين بطريقتين أساسيتين: تأمينات القرض: والتي تأخذ بصفة عامة شكل عقود جماعية للتأمين حيث يحل المؤمن محل المدين في حالة إعساره (59) أو اللجوء إلى صندوق لضمان القروض.

المحور السابع: الأدوات الحديثة لإدارة مخاطر القروض المصرفية: إضافة إلى الطرق المقدمة سابقا تم تطوير عائلتين كبيرتين من المنتجات ويتعلق الأمر بالتوريق من جهة وبمشتقات القرض من جهة أخرى، وهو ما يعكس تأثير السوق المصرفية كغيرها من الأسواق بما يجري في العالم من تطورات وتحولات متسارعة خاصة في مجال الإبداعات المالية وزيادة

56- François Desmicht, Pratique de l'activité bancaire, Paris, Dunod, 2004, p. 277.

57- Michel Mathieu, op. cit., p. 181.

58- Idem.

59- Dominique Plihon, les banques, op. cit., p. 126.

حجم التعامل بالمشترقات، وقد ازدادت أهمية إدارة المخاطر مع ظهور منتجات مالية جديدة وتطور العديد من تقنيات ونماذج الإدارة وتقييم المخاطر وفقا لسيرورة دائمة.

لذا سيتم التطرق لكل من مشتقات القرض وتوريق القروض البنكية.

أولاً: إدارة مخاطر القروض المصرفية في ظل التحولات المالية: أدت الإبداعات المالية المعاصرة إلى اتساع اقتصاد الأسواق المالية على حساب اقتصاد الاستدانة، وأفرزت سلوكيات جديدة من قبل الوساطة المصرفية وخاصة في ظل ما تواجهه من منافسة قوية من قبل كل من الأسواق المالية والمؤسسات المالية غير البنكية والتي كانت نتاجا للتحولات المالية المستمرة التي يشهدها العالم اليوم⁽⁶⁰⁾، وتزامنا مع التحولات التي يشهدها قطاع الأعمال، فإن الوساطة المصرفية مدعوة لتعديل مكونات ميزانياتها وهذا راجع لعدة أسباب منها الحاجة لتقوية سيولتها واستقرار التزاماتها وتحسين نسبة ملاءتها المالية وتوزيع مخاطرها⁽⁶¹⁾.

1- جذور الإبداعات المالية: لم تولد الإبداعات المالية من العدم فهناك مجموعة من الأسباب التي أدت إلى ظهورها وتطورها، حيث ينصرف التحليل الاقتصادي للتجديد إلى شرح الحافز الذي يسبب هذا الأخير والنابع من رغبة الأفراد ومؤسسات الأعمال في تعظيم الربح، حيث أن التغيير في البيئة الاقتصادية يحفز البحث عن التجديدات المربحة⁽⁶²⁾، فلقد أدركت مختلف المؤسسات المالية وبخاصة البنكية منها من خلال التغيير الجذري الحاصل على مستوى المحيط الاقتصادي الذي تعمل في إطاره منذ السبعينيات أن كثيرا من الأساليب التقليدية لم تعد مربحة، كما أن الكثير من المنتجات المالية التي تقدمها لم تعد تلقى إقبالا من قبل الجمهور وأصبح الكثير من الوسطاء الماليين غير قادرين على تجميع الموارد المالية المطلوبة بالأدوات المالية التقليدية، ولكي تتمكن من البقاء في إطار البيئة الاقتصادية الجديدة كان لزاما على المؤسسات المصرفية أن تبحث وتطور منتجات جديدة تكون مربحة وهو ما تأتي لها من خلال الهندسة المالية، لذا من بين الأسباب الأساسية لظهور الإبداعات المالية نجد: التجديد المالي لتجنب المخاطر، التجديد المالي استجابة للتغيير التكنولوجي، التجديد المالي لتجنب الإجراءات التنظيمية؛

2- الأسواق المالية كمرجعية للمصارف: مما لا شك فيه أن المحيط البنكي قد عرف تحولات كثيرة مرتبطة خاصة بالدور المركزي للأسواق المالية، وفي ظل هذا الظرف أمكن الحديث عن وجود علاقة تكاملية بين المصارف والأسواق المالية والتي تزامنت على مستوى العديد من المصارف بتطور أدوات جديدة للقياس الكمي للمخاطر بصفة عامة وحديثا للمخاطر المرتبطة بالقروض المصرفية بصفة خاصة، وفي مواجهة هذا التطور أصبحت هناك ثلاثة خيارات ممكنة أمام المصارف وهي:⁽⁶³⁾

أ- اختيار ممارسة مهنتها بمعزل عن الأسواق المالية ووفقا لطرق كيفية تقليدية؛
ب- محاولة استخراج نموذج جديد للتخطيط والمركز على النشاط المصرفي انطلاقا من المدخل الكمية الجديدة؛

⁶⁰- Jean-Pierre Gourlaouen , Les nouveaux instruments financiers, Paris, éditions Vuibert gestion, 1989,p. 14.

⁶¹- Zuhayr Mikdashi, Les banques à l'ère de la mondialisation, Paris, Economica, 1998, p. 128.

⁶²- أحمد أبو الفتوح الناقية، نظرية النقود والبنوك والأسواق المالية، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 2003، ص. 36.

⁶³- Arnaud de Servigny, op. cit., p. 1.

ج- وضع حيز التنفيذ أدوات كمية وكيفية للمقارنة والتحكيم بين المحفظة المصرفية للقروض والأسواق المالية.

لقد أدت ظاهرة اللامساواة المالية بالمصارف إلى البحث وتطوير وسائل جديدة لتحسين ربحيتها من أجل خلق القيمة وهو ما أدى إلى ظهور ما يعرف بالمنتجات المستندة لأصول (les produits structurés) ولعل من أهمها مشتقات القرض والتوريق، وقد عرفت مشتقات القرض تطورا سريعا إلى جانب التصنيف الداخلي الذي هو بمثابة أداة أساسية لإدارة مخاطر القروض⁽⁶⁴⁾.

كما أعطت الأسواق المالية الفرصة للمصارف لإدارة مختلف المخاطر التي تتعرض لها، ومنحتها أيضا إدارة مثالية لمدة أصولها وخصومها والتي تستجيب لعدة أهداف منها تشكيل سيولة لمواجهة حالات السحب أو التحويل للمودعين واستخدام مريح للمصادر واللجوء إلى وسطاء آخرين وللأسواق المالية للحصول على أموال إضافية وبشروط معقولة⁽⁶⁵⁾، فكلما ارتفعت نسبة التحويل لمؤسسة مصرفية كلما تزامن ذلك مع ارتفاع موازٍ في المخاطر؛

ثانيا: مشتقات القرض أو المشتقات الائتمانية (Dérivés de crédit)
يعرف المنتج المشتق على أنه "أصل مالي أين تتبع القيمة سعر أصل آخر والذي يسمى تابعا (sous-jacent)، ويوجد نوعين من أسواق المشتقات: الأسواق المنظمة وهي التي تملك غرفة مقاصة أما الثانية فهي الأسواق بالتراضي"⁽⁶⁶⁾.

كما يعرف على أنه "أداة مالية، أين يتم حساب القيمة بالنظر لمعدل أو مؤشر أو أصل يستند إليه يسمى تابعا"⁽⁶⁷⁾.

تتنتمي مشتقات القرض إلى عائلة التمويل "المستند لأصول" والمتمثل في "تجميع أصول وبيعها فيما بعد لمستثمرين والتي تكون مهيكلة في أقسام وتقوم على تدفقات المدخيل المتولدة من الأصول المستند إليها وهو أداة لتمويل خطر القرض"⁽⁶⁸⁾.

يتميز التمويل "المستند لأصول" بثلاث مميزات أساسية وهي: تجميع أصول وعدم الجمع بين خطر القرض لسلة الأصول ولبادئ العملية وذلك عن طريق تحويل الأصول التابعة (sous-jacents) إلى شركة ذات غرض خاص (ad hoc) مستقلة ولمدة محددة وأخيرا تدرج أو تسلسل الاستحقاقات المضمونة عن طريق سلة الأصول⁽⁶⁹⁾.

1- تعريف وأهمية المشتقات الائتمانية: لقد ظهرت مشتقات القرض لأول مرة بالولايات المتحدة الأمريكية في بداية سنوات التسعينيات من القرن الماضي.

أ-تعرف مشتقات القرض على أنها "عقود مبادلات مالية أو خيارات تسمح بالحماية أو بالمجازفة ضد خطر إفسار مقترض سيادي، بنكي، صناعي أو ضد تغير كبير في نوعية الإضاء"⁽⁷⁰⁾؛

⁶⁴ - Ibid, p. 5.

⁶⁵ - Zuhayr Mikdashi, op. cit., p. 124.

⁶⁶ - Mondher Bellalah, Gestion des risques et produits dérivés classiques et exotiques, Paris, édition Dunod, 2003, p.371.

⁶⁷ -Nadia Antonin, comité française d'organisation et de normalisation bancaires, Terminologie bancaire et financière multilingue, Paris, revue banque éditions, 2005, p. 68.

⁶⁸ - Info Finder, Janet Mitchell, Rapport trimestriel BRI, Juin 2005, www.bis.org/pdf, p. 67.

⁶⁹ - Ibid, p. 69.

⁷⁰ - Jean-Michel Cicile, op. cit., p. 69.

ب- تعرف كذلك على أنه "عقد مالي ثنائي يبرم بالتراضي وتكمن فائدته في تمييز وتغطية خطر محدد: خطر نوعية مصدر أو مقترض"⁽⁷¹⁾.

ظهر مصطلح مشتقات القرض لأول مرة سنة 1992 خلال ملتقى للرابطة الدولية لعقود المبادلة والمشتقات (ISDA)⁽⁷²⁾ وتهدف هذه مشتقات إلى تحويل خطر القرض بصفة كلية أو جزئية لطرف آخر ولكن مع الاحتفاظ بملكية القرض، لأن الاشتقاق يقوم على فصل الخطر عن دعامته ومعاملة الخطر على حدة⁽⁷³⁾.

2- من بين الأسباب التي أدت إلى خلق مشتقات القرض في بداية سنوات التسعينيات:⁽⁷⁴⁾

أ- رغبة الوسطاء الماليين في الحماية ضد خطر القرض بطريقة أكثر فعالية؛

ب- وجود فارق كبير بين طرق إدارة مخاطر السوق (معدل الفائدة وسعر الصرف) وطرق إدارة خطر القرض؛

ج- التنظيم الاحترازي للمصارف مثلما هو محدد وفقا لاتفاقية بازل والذي يفرض عليها معرفة أفضل بالتوليفة "عائد/مخاطرة" خاصة ما تعلق باستهلاك رأس المال وإدارة أصول/خصوم أكثر ديناميكية؛

د- النمو الكبير للمنتجات المشتقة بالتراضي والعلاقة الضمنية للمصارف في إطار هاته الأسواق.

ثالثا: التوريق: يعد توريق القروض المصرفية أحد مكونات التحول المالي منذ أكثر من ثلاثين سنة بالدول المتقدمة وحديثا بباقي الدول وهذا على غرار بقية المكونات (اللانظامية، اللاوساطة المالية... الخ).

1- تعريف التوريق وأركانه: بدأت عمليات توريق القروض وخاصة قروض الرهن العقاري بالولايات المتحدة الأمريكية منذ 1970 وتعد التجربة الأمريكية كمرجعية في هذا المجال، وقد عرف هذا النوع من العمليات نجاحا كبيرا حيث تطبق هذه التقنية اليوم في العديد من الدول.

أ- **تعريف التوريق (Titrisation):** التوريق من الناحية اللغوية مشتق من الكلمة الفرنسية (titrisation) والمشتقة بدورها من الكلمة الإنجليزية (securitization) المتأتية من (securities) والتي تعني قيماً منقولة (titres).

✓ التوريق "هو إجراء يسمح بتحويل كتلة قروض لأوراق مالية قابلة للتداول، حيث تتدخل مؤسسة إقراض من خلال بيع مجموعة ديون متجانسة لهيئة خاصة التي تتكفل بتمويل المبادلة عن طريق إصدار أوراق مالية موجهة للمستثمرين"⁽⁷⁵⁾.

✓ كما أنه "مجموعة جزئية من التمويل المهيكّل، وهو ببساطة عبارة عن خلق وإصدار أوراق مالية مضمونة عن طريق محفظة قروض، سندات أو تدفقات مستقبلية"⁽⁷⁶⁾.

⁷¹- Arnaud de Servigny, op. cit., p. 151.

⁷²- Richard Bruyère, Les produits dérivés de crédit, Paris, Economica, 1998, p. 3.

⁷³- Jean-Louis Besson, marchés, banques et politique monétaire en Europe, Paris, Presses Universitaire de Grenoble, 2003, p. 20.

⁷⁴- Ibid, p. 22.

⁷⁵- Robert Ferrandier, Vincent Kôen, Marchés de capitaux et Techniques financières, 4^{ème} édition, Paris, Economica, 1997, p.169.

إذن ومن خلال التعريفين السابقين فإن التوريق هو عبارة عن عملية تحويل الديون المصرفية إلى أوراق مالية قابلة للتداول على مستوى السوق المالية، وهي إحدى تقنيات الهندسة المالية التي تكتسي أهمية معتبرة بالولايات المتحدة الأمريكية، كما أنها تشهد توسعا كبيرا في أوروبا وانطلاقة حقيقية في بعض الدول العربية خاصة في الدول المجاورة كالمغرب وتونس. إذن "التوريق هو تحويل القروض وأدوات الديون غير السائلة إلى أوراق مالية سائلة (أسهم أو سندات) قابلة للتداول في أسواق المال، وهي أوراق تستند إلى ضمانات عينية أو مالية ذات تدفقات نقدية متوقعة ولا تستند إلى مجرد القدرة المتوقعة للمدين على التسديد من خلال التزامه العام بالوفاء بالدين"⁽⁷⁷⁾.

لذا، فإن التوريق عملية مالية موجهة إما لأغراض التمويل أو لتحويل المخاطر، وبذلك يتم تخفيض استهلاك الأموال الخاصة الاقتصادية بالمصارف.

إن هذا التحويل للأصول غير السائلة إلى أوراق مالية قابلة للتداول يمكن أن يتزامن من جهة ثانية مع إعادة هيكلة تمنح للأوراق المالية المعروضة على السوق خصائص مخالفة لتلك للأصول المستندة إليها فيما يتعلق بالتسديدات، القسيمات، المدة والحساسية لتقلبات معدلات الفائدة. كما أن التوريق يدخل في إطار النزعة نحو ما يعرف (la marchéisation) وهي نزعة تتضمن عرض منتجات لا تتوفر على أسواق أولية أو ثانوية ولكنها قابلة للتداول على مستوى السوق المالية، وبالتالي يتم تحقيق تحويل كلي أو جزئي للمخاطر من مؤسسات إلى أخرى؛ من بين النتائج الأولى للتوريق هو منح مؤسسات الإقراض أدوات تسمح لها بإدارة وبطريقة جديدة ميزانياتها وبتكليف هيكلتها المالية مع أهدافها.

ب- أركان عملية التوريق: للتوريق خمسة أركان أساسية وهي: (78)

✓ الركن الأول: يتمثل في وجود علاقة مديونية قائمة بين مصرف مقرض ومدين مقرض سواءً أكان شخصا معنويا أو طبيعيا؛

✓ الركن الثاني: ويخص رغبة المصرف الدائن في التخلص من عبء سندات الدين الموجودة في جانب الأصول في ميزانيته وتحويلها إلى جهات أخرى خارجية.

قد يجد المصرف صعوبة في تحصيل دينه لسبب أو لآخر مما يضطره لتكوين مخصص للقروض المشكوك في تحصيلها وهو ما يزيد من عبء تمويلها في ميزانيته ويقلل من سيولته ويخفض من أرباحه، وقد يكون المصرف في نفس الوقت بحاجة إلى سيولة تمكنه من التوسع في نشاطه التمويلي أو ببساطة تسديد بعض التزاماته المالية لذا يلجأ لتحويل بعض قروضه إلى أوراق مالية أي توريقها؛

✓ الركن الثالث: ويتمثل في إصدار الطرف المحال إليه الدين سندات جديدة قابلة للتداول في أسواق الأوراق المالية، والجهة المحال إليها الدين عبارة عن مؤسسة متخصصة (أو ذات غرض خاص) (SPV) في شراء القروض المصرفية من المصارف المنشئة لها لتحل محلها في الدائنية تجاه المدين الأصلي، وإذا لم تكن مثل هذه المؤسسة المتخصصة متاحة فإن المصرف ينشئها خصيصا لتوريق قروضه وتكون تابعة له ولكن ذات ميزانية مستقلة؛

⁷⁶- Janet Tavakoli, Collateralized Debt Obligations & Structured Finance, New developments in cash & synthetic securitization, New York, Wiley Finance, 2003, p15

⁷⁷- عبيد علي أحمد الحجازي، التوريق ومدى أهميته في ظل قانون الرهن العقاري، الطبعة الثانية، القاهرة، دار النهضة

العربية، 2001، ص.3.

⁷⁸- مدحت صادق، أدوات وتقنيات مصرفية، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2001، ص.ص.

✓ الركن الرابع: تستند الأوراق المالية الجديدة لضمانات عينية أو مالية ذات تدفقات نقدية متوقعة، فمن غير المقبول قيام المؤسسة المتخصصة بإعادة إصدار الدين في صورة سندات وطرحها في السوق المالية دون تواجد غطاء يدعم هذه السندات والمتمثل في ضمانات كافية⁽⁷⁹⁾؛

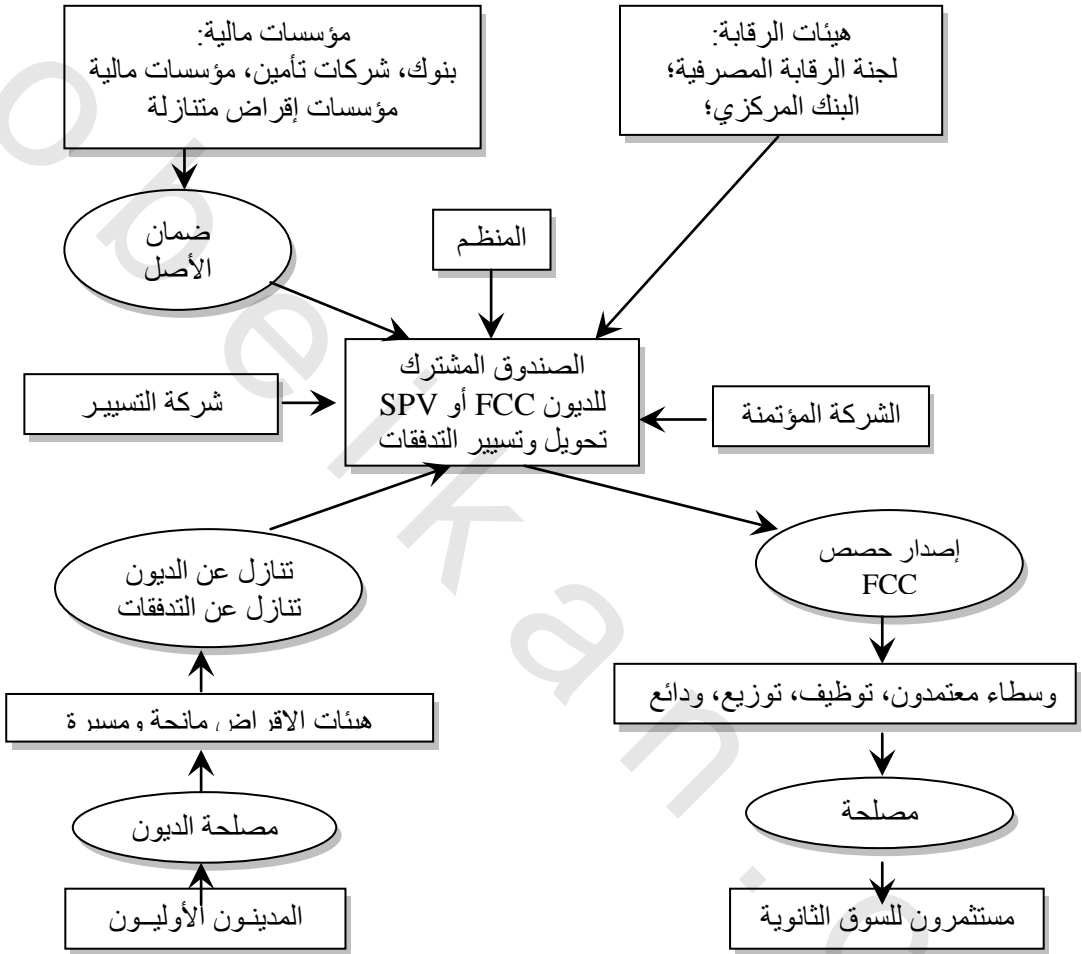
✓ الركن الخامس: ضرورة توفر الرغبة لدى المستثمر في شراء السندات التي تصدرها المؤسسة المتخصصة، بحيث يقوم بتحصيل العائد الذي تدره هذه السندات في مواعيد استحقاق هذه العوائد.

من البديهي، فإن المصرف متى اختار طريق بيع ديونه المتعثرة أو ذات المخاطر العالية فإنه يقبل بيع قروضه بأسعار أقل تاركاً الفرصة أمام المؤسسة المتخصصة في الحلول محله مقابل هامش ربح معقول، والذي يتمثل في الفرق بين قيمة الدين الأصلي وقيمة شرائه من الدائن⁽⁸⁰⁾.
يوضح الشكل الموالي وصف إجمالي لعملية التوريد المصرفي وأهم المتدخلين فيها.

⁷⁹ - مدحت صادق، مرجع سابق، ص. 244.

⁸⁰ - عبيد علي أحمد الحجازي، مرجع سابق، ص. 12.

الشكل رقم (3): وصف إجمالي لعملية التوريق



Source : Charlotte Ferté, Philippe Cassette, de la securitization à la titrisation, Paris, Editions ESKA, 1992, p. 46.

خاتمة:

مما لا شك فيه، أن طرق قياس وإدارة مخاطر القروض المصرفية لا تزال تشهد تطورا كبيرا على جميع الأصعدة، خاصة مع تطور الطرق والنماذج الإحصائية والكمية والتي ساهمت بشكل كبير في التحكم في مخاطرها والتقليل من خسائرها وهو ما انعكس ايجابا على الأداء الكلي للمصارف، ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها:

1. تطور تقنيات إدارة المخاطر فضلا عن المنتجات المستحدثة في هذا المجال؛
 2. هناك العديد من التقنيات الكمية ومن بينها القيمة المخاطر بها والعائد على رأس المال المعدل بالمخاطر ومؤشر الاستقرار والسلامة المالية z-score ؛
 3. أهمية ادارة المخاطر بالمصارف خاصة في ظل الأزمات المالية والمصرفية المتعاقبة، وهو ما أدى إلى ابتكار أدوات وتقنيات تساعد على الوقاية من هذه المخاطر والتحوط منها وخاصة ما تعلق بالمخاطر الائتمانية؛
 4. تعد عمليات التوريق المصرفي والمشتقات الائتمانية من أهم استراتيجيات تحويل المخاطر نحو الأسواق المالية.
- من خلال ما سبق، يمكن ذكر بعض الاقتراحات والتوصيات في النقاط الأساسية التالية:
1. ضرورة تطوير نماذج جديدة للإنذار المبكر في مجال ادارة المخاطر المصرفية؛
 2. الاعتماد على اختبارات الضغط المصرفي؛
 3. ضرورة الاعتماد وتبني مقترحات لجنة بازل للرقابة المصرفية؛
 4. الاعتماد على النماذج المختلفة للهندسة المالية، خاصة الكمية منها.

المراجع:

- Laurence Scialom, **Economie bancaire**, Paris, la découverte éditions, 2000, p.57.
- Michel Mathieu, **L'exploitant bancaire et le risque crédit**, Paris, la revue banque éditeur, 1995, p.27.
- Marjorie Demazy, **Value-at-Risk, et contrôle prudentiel des banques**, Belgique, Academia Bruylant, 2000, p.26.
- Dominique Plihon, **Les banques, nouveaux enjeux, nouvelles stratégies**, Paris, la documentation française, 1998, p. 90.
- Sylvie de Coussergues, **Gestion de la banque, de diagnostic à la stratégie**, 3^{ème} édition, Paris, Dunod, 2003, p. 89.
- أحمد غنيم، **صناعة قرارات الائتمان والتمويل في إطار الإستراتيجية الشاملة للبنك**، القاهرة، مطابع المستقبل، 1998، ص.90.
- Guy Caudamine, Jean Montier, **Banque et marchés financiers**, Paris, Economica, 1998, p. 185.
- Hubert de la Bruslerie, **Analyse financière et risque de crédit**, Paris, Dunod, 1999, pp. 355-356.
- Patrice Fontaine, Carole Gresse, **Gestion des risques internationaux**, Paris, Dalloz, 2003, p. 398.
- Thierry Roncalli , **la gestion des risques financiers**, Paris, Economica, 2004, p.324.
- Voire: Michel Dietsch, Joël Petey, **Mesure et gestion du risque de crédit dans les institutions financières**, Paris, édition revue banque, pp. 51-53.
- محفوظ جبار، **التصنيف الائتماني**، مجلة المال والصناعة، العدد 22، بنك الكويت، 2004، ص.47.
- Bertrand Jacquillat, Bruno Solnik, **Marchés financiers, Gestion de portefeuille et des risques**, 4^{ème} édition, Paris, Dunod, 2002, p.198.

- حازم الدلي، مذكرة تعريف " شركات تقييم الملاعة الائتمانية "، الشركة العربية لتقييم الملاعة الائتمانية، 2000، ص.8.
- Antoine Sardi, **Bâle II**, Paris, Afges éditions, 2004, p.103.
- Alain Choinel, **Le système bancaire et financier, Approches française et européenne**, Paris, Revue banque édition, 2002, p. 120.
- Antoine Sardi, **Bâle II**, Paris, Afges éditions, 2004, Bâle, p. 142.
- طارق عبد العال حماد، **حوكمة الشركات – تطبيقات الحوكمة في المصارف**، - الإسكندرية، الدار الجامعية، 2005، ص.541.
- Arnaud de Servigny, **Le risque de crédit, nouveaux enjeux bancaires**, 2^{ème} édition, Paris, Dunod, 2003, p. 50.
- Philippe D'arvisenet, **finance internationale**, Paris, Dunod, 2004, p.88.
- Jean- Michel Cicile, **Terminologie bancaire, économique et financière**, 3^{ème} édition, Paris, Revue Banque édition, 2002, p.39.
- نعيمة بن العامر، **المخاطر والتنظيم الاحترازي في منح القروض**، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي – واقع وتحديات-، الشلف، ماي، 2004، ص.467.
- Joël Bessis, **Gestion des risques et gestion actif-passif des banques**, Paris, Dalloz, 1995, p. 238.
- **Nouveaux défis pour les banques**, OCDE, Paris, 1992, pp. 77-78.
- عبد المطلب عبد الحميد، **الإصلاح المصرفي ومقررات بازل 3**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2013، ص: 322-323.
- زياد سليم رمضان، محفوظ أحمد جودة، **الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك**، الطبعة الثانية، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، 2003، ص.286.
- Françoise Bussac et autres, **Le bilan d'une banque ou comment comprendre les états financiers bancaires**, Paris, Banque éditeur, 2000, p.121.
- François Desmicht, **Pratique de l'activité bancaire**, Paris, Dunod, 2004, p. 277.
- Jean-Pierre Gourlaouen , **Les nouveaux instruments financiers**, Paris, éditions Vuibert gestion, 1989,p. 14.
- Zuhayr Mikdashi, **Les banques à l'ère de la mondialisation**, Paris, Economica, 1998, p. 128.
- أحمد أبو الفتوح الناقية، **نظرية النقود والبنوك والأسواق المالية**، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 2003، ص.36.
- Mondher Bellalah, **Gestion des risques et produits dérivés classiques et exotiques**, Paris, édition Dunod, 2003, p.371.
- Nadia Antonin, comité française d'organisation et de normalisation bancaires, **Terminologie bancaire et financière multilingue**, Paris, revue banque éditions, 2005, p. 68.
- Info Finder, Janet Mitchell, Rapport trimestriel BRI, Juin 2005, www.bis.org/pdf, p. 67.
- Richard Bruyère, **Les produits dérivés de crédit**, Paris, Economica, 1998, p. 3.
- Jean-Louis Besson, **marchés, banques et politique monétaire en Europe**, Paris, Presses Universitaire de Grenoble, 2003, p. 20.
- Robert Ferrandier, Vincent Kôen, **Marchés de capitaux et Techniques financières**, 4^{ème} édition, Paris, Economica, 1997, p.169.
- ¹- Janet Tavakoli, **Collateralized Debt Obligations & Structured Finance, New developments in cash & synthetic securitization**, New York, Wiley Finance, 2003, p.15.

- عبيد علي أحمد الحجازي، التوريق ومدى أهميته في ظل قانون الرهن العقاري، الطبعة الثانية، القاهرة، دار النهضة العربية، 2001، ص.3.
- مدحت صادق، أدوات وتقنيات مصرفية، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2001، ص. 239-240.

نحو تنويع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات بتفعيل آلية التسويق الدولي للمنتوج الزراعي

د. دحو سليمان
جامعة غرداية

ملخص:

ما يلاحظ على الاقتصاد الجزائري هو هيمنة المحروقات على الصادرات حيث وصلت نسبتها إلى 98% في السنوات الأخيرة مما ستكون له نتائج وخيمة في حال انهيار أسعار المحروقات والتي هي شديدة الحساسية للمتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تحدث في العالم إضافة إلى أن المحروقات هي من المواد الناضبة الآيلة للزوال. ويعتبر القطاع الزراعي من أهم القطاعات التي تملك الجزائر فيه إمكانيات كبيرة تحتاج إلى استغلالها وتطوير طرق ووسائل الإنتاج مما يساهم في تنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات ومن أهم هذه المنتجات: التمور، الزيتون، الحمضيات، البطاطس، الطماطم، الجوز، العنب، المشمش

Summary:

What is observed on the Algerian economy is the dominance of hydrocarbons over exports which have reached 98% in recent years. This may have bad consequences in case oil prices collapse of fuel prices, taking into account that these are related to political, economic and social variables occurring in the world. Besides, hydrocarbons are vital, yet they are on the way of disappearing.

The agricultural sector is of one of the most important ones that Algeria owns, and that is required to develop its way and means of production, which contributes to the development of Algerian exports outside hydrocarbon. The most important products are: dates, olives, citrus, potatoes, tomatoes, carrots, grapes, and apricots. Dates are considered as the most important products that can contribute to the development of exports outside hydrocarbons, since Algeria is one of the most important producing countries in terms of quantity and quality

مقدمة

الاقتصاد الجزائري كأحد الاقتصاديات أحادية التصدير تعتمد على تصدير النفط بدرجة شبه كلية إذ تصل نسبة الاعتماد على هذا المورد 98% من إجمالي الصادرات، هذا الوضع قد يؤدي إلى نتائج خطيرة في حال انهيار أسعار المحروقات والتي هي شديدة الحساسية للمتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تحدث في العالم، إضافة إلى أن المحروقات من المواد الناضبة الآيلة للزوال.

ويعتبر القطاع الزراعي من أهم القطاعات الإستراتيجية التي أولت لها الجزائر بالغ الأهمية في السنوات الأخيرة، باعتباره من القطاعات التي يمكن أن تسهم في تحقيق الأمن الغذائي خاصة في شعبة الحبوب، واللحوم والألبان والزيتون النباتية والسكر وغيرها، كذلك يمكن أن

يساهم في تنمية الصادرات خارج المحروقات من خلال التسويق الدولي للمنتجات الزراعية التي تمتاز بقوة إنتاجها ووجودتها وتحتاج إلى إستراتيجية تسويقية كما هو الشأن لبعض الخضار والفواكه كالتفاح.

كيف يمكن تنويع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات بتفعيل إستراتيجية التسويق الدولي للمنتوج الزراعي؟

ولمعالجة هذه الإشكالية تم تقسيم هذه المداخلة لى ثلاث محاور ما يلي :

- 1-تعريف التسويق الدولي وأهميته .
- 2-واقع الأسواق الزراعية الدولية وأهم الدول المصدرة والمستوردة المنتوج الزراعي .
- 3- القطار الزراعي في الجزائر وضرورة تنويع الصادرات الجزائرية .

1-تعريف التسويق الدولي وأهميته

1-1 مفهوم التسويق الدولي

لقد تناول الكثير من الكتاب المتخصصين تعريف التسويق الدولي من عدة اهتمامات نذكر منها:

❖ يعرف كاهلر "Kahler" " «أن التسويق الدولي يشير إلى تسويق السلع والخدمات في أكثر من دولة واحدة عن طريق التصدير المباشر، أو عن طريق إنتاج وتسويق السلع في أكثر من دولة»¹

ويتضح من التعريف السابق أنه يركز على بيان نطاق التسويق الدولي والتعرض لبعض حدود التواجد في الأسواق الخارجية، ويعاب عليه أنه جاء مقتضبا ولم يشر إلى أي من الأنشطة التسويقية في السوق الدولية.

❖ التسويق الدولي هو: " مجموعة الجهود التسويقية الموجهة لإشباع حاجات المستهلك خارج الحدود الجغرافية للمركز الرئيسي للشركة الأم أي في بيئة تسويقية غير التي تعمل الشركة المنتجة لأغراض تحقيق الأهداف التسويقية المخططة من أرباح ومبيعات... واستقرار وحل مشكلات وغيرها وتستخدم الإدارات التسويقية في ذلك مزيج تسويقي دولي واستراتيجيات للتسعير الدولي والترويج الدولي والتوزيع الدولي والسلع الدولية والخدمات الدولية."²

ونأخذ على هذا التعريف أنه تعريف مبسط للتسويق الدولي وأنه يشير إلى الخدمات الدولية والمتمثلة في النقل والشحن والتفريغ والتخزين والتأمين والجمارك والاتصالات والمعلومات التجارية وتمويل التجارة الدولية وغيرها.

- تم تعريف التسويق الدولي من قبل جمعية التسويق الأمريكية على أنه «عملية دولية لتخطيط وتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات لخلق التبادل الذي يحقق أهداف المؤسسة والأفراد»³

نلاحظ أن هذا التعريف أشمل من سابقه بتوضيحه لمختلف أنشطة التسويق الدولية، وبين كذلك بأن أهداف التسويق الدولي لا تقتصر على المؤسسة، بل تتعداه إلى الأفراد .

1-2 أهمية التسويق الدولي للمؤسسة

تفضل معظم المؤسسات (وخاصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة) السوق المحلي عن السوق الخارجي وقد يرجع ذلك إلى أن الأول يمتاز بالبساطة والأمان حيث الحاجة غير ملحة

¹ عماد صقر سلمان، الاتجاهات الحديثة للتسويق، مصر، منشأة المعارف، 2005 ص10.

² فريد النجار، إدارة منظومات التسويق العربي والدولي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1998، ص554.

³ فهد سليم الخطيب، مبادئ التسويق- ط1 الأردن - دار الفكر للطبع والنشر، 2000، الأردن، ص194.

لتعلم لغة جديدة والتعامل بعملات أجنبية مختلفة، هذا بالإضافة إلى المعوقات السياسية أو القانونية وظروف عدم التأكد التي تواجه المؤسسة في حالة ممارسة نشاطها في الأسواق الدولية. وعلى الرغم من ذلك فهناك مجموعة من الأسباب التي تدفع المؤسسة إلى ضرورة ممارسة أعمالها في الأسواق الدولية ومن أهم هذه الأسباب نذكر ما يلي:

- أن المؤسسة قد لا يكون أمامها أي فرصة لبيع منتجاتها في السوق المحلي مما يدفعها إلى البحث عن الأسواق الأجنبية أكثر قبولاً لمنتجاتها والتي تمكنها من تحقيق أرباح على الرغم من ارتفاع تكلفة البيع إلى الأسواق الأجنبية⁴.

- قد تلجأ المؤسسات إلى الأسواق الدولية بهدف الاستفادة من سياسات والإجراءات التي تتخذها الدولة من أجل تدعيم التسويق الخارجي بهدف توفير قدر مناسب من العملات الأجنبية وتحقيق التوازن في ميزان المدفوعات⁵.

-التنوع الجغرافي لغرض الحصول على مبيعات مستقرة وتقليل من المخاطر خاصة في فترات الركود الاقتصادي الذي قد يصيب منطقة دون أخرى.

- الاستفادة من الترتيبات التجارية التفضيلية: على سبيل المثال السوق الأوروبية المشتركة التي تمثل سوقاً أكبر نتيجة الترتيبات والاتفاقات بين دول الأعضاء وكذا الترتيبات بين هذه المجموعة ودول أخرى من خارج هذه المجموعة.

- يتطلب تزايد الفجوة بين الدول الغنية وتنافس الدول الفقيرة وحتى بين دول العالم جميعاً إلى ضرورة القيام بالتسويق الدولي⁶.

- تهدف بعض المؤسسات إلى تحقيق مركز تنافسي قوي من خلال التسويق الدولي أو تحقيق قوة إدارية في اتخاذ القرارات مثال شركة البترول والمقاولات والكمبيوتر.

- قد يتطلب النظام الضريبي في بعض الدول توزيع الفوائد في الأسواق الدولية لتجذب دفع الضرائب عالية.

- قد يكون العائد على الاستثمار في التسويق الدولي أعلى من التسويق المحلي⁷.

- قد يصل المنتج إلى مرحلة التدهور في السوق المحلي (بناءً على دورة حياة المنتج) وبالتالي تكون الفرصة الوحيدة في توزيعه في السوق الأجنبية.

- زيادة الطاقة الإنتاجية للمؤسسة بشكل يمكنها من إنتاج سلع وخدمات يتم تسويقها في السوق الخارجي دون تحمل تكلفة إضافية.

- في بعض الأحيان تكون حدة المنافسة في السوق الأجنبية أقل درجة من السوق المحلية.

- أن السوق الخارجي عادة ما يكون أكثر اتساعاً من السوق المحلي⁸.

- 2- واقع الأسواق الزراعية الدولية وأهم الدول المصدرة والمستوردة للمنتج الزراعي :

1-2 أهم الدول المصدرة للمنتج الزراعي عالمياً سنة 2011

⁴ توفيق محمد عبد المحسن، «التسويق وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير»، مصر : دار الفكر العربي، 2003، ص

348

⁵ نفس المرجع السابق، ص 348 .

⁶ وصاف سعبيدي، نحو إستراتيجية تسويقية فعالة في قطاع التصدير، مداخلة بملتقى الوطني حول الإصلاحات

اقتصادية في الجزائر والممارسة التسويقية، المركز الجامعي بشار، 20-21 أبريل 2004.

⁷ فريد النجار، إدارة منظومات التسويق العربي والدولي، مصر: مؤسسة شباب الجامعة، 1998- 199 ص 557.

⁸ توفيق محمد عبد المحسن، مرجع سبق ذكره، ص ص: 347-348.

الجدول رقم 01: أهم الدول المصدرة للمنتوج الزراعي عالميا سنة 2011

الدولة	قيمة الصادرات مليار دولار	نسبة صادرات الدولة من الصادرات العالمية -بالمئة-
دول الإتحاد الأوربي (27)	626	37.7
الولايات المتحدة الأمريكية	168	10.1
البرازيل	86	5.2
الصين	65	3.9
كندا	60	3.6
أندونيسيا	48	2.9
تايلاند	48	2.9
الأرجنتين	45	2.7
ماليزيا	39	2.3
الهند	34	2.1
أستراليا	34	2.1
فديرالية روسيا	30	1.8
إيزيلندا الجديدة	24	1.5
مكسيك	23	1.4
فيتنام	22	1.3
المجموع -15اقتصاد الأكثر تصديرًا-	1352	81.5

Source :Organisation mondiale du commerce ,Statistiques du commerce international 2012.www.wto.org/statistiques ,24/11/2012.

2-2 أهم الدول المستوردة للمنتوج الزراعي في 2011
الجدول رقم 02: أهم الدول المستوردة للمنتوج الزراعي في 2011.

الدولة	قيمة الصادرات مليار دولار	نسبة صادرات الدولة من الصادرات العالمية -بالمئة-
دول الإتحاد الأوربي (27)	654	37.5
الصين	145	8.3
الولايات المتحدة	137	7.9
اليابان	96	5.5
كندا	36	2.1
جمهورية كوريا	35	2.0
المكسيك	29	1.7
الهند	23	1.3
العربية السعودية	22	1.3
أندونيسيا	22	1.3
ماليزيا	21	1.2
تركيا	18	1.0
مصر	15	0.9
هونغ كونغ	16	0.9
المجموع -15اقتصاد الأكثر إستيرادا-	1310	75.1

Source :Organisation mondiale du commerce ,Statistiques du commerce international 2012.www.wto.org/statistiques,24/11/2012.

يشير كل من الجدول 01 والجدول 2 إلى أن الإتحاد الأوروبي والولايات المتحدة واليابان والصين تساهم في أكثر 50 بالمئة من حجم الصادرات والواردات العالمية للمنتجات الزراعية ، كما تبين الإحصائيات عن تدني كبير لمساهمة الدول العربية والإفريقية في حجم التجارة الدولية للمنتجات الزراعية ، هذا يبين لنا مدى هشاشة الأمن الغذائي لهذه الدول فهي تحت رحمة الدول العظمى التي تتحكم في تجارة الغذاء العالمي .

3- القطاع الزراعي في الجزائر وضرورة تنويع الصادرات الجزائرية 1-3- تطور الإنتاج الفلاحي ودوره في تحقيق الأمن الغذائي:

لقد عرف الإنتاج الزراعي تطوراً ملحوظاً، حيث تشير الإحصائيات إلى نمو ملحوظ في الإنتاج الوطني (1990 ← 2000) إلى 7.3% (2000-2010) ويشير الجدول التالي إلى تطور الإنتاج الفلاحي حسب الفروع: الحبوب، الحليب، البطاطس، الحمضيات، التمور، الزيتون، اللحوم الحمراء، اللحوم البيضاء.

الجدول رقم (03) : يوضح تطور الإنتاج الفلاحي في أهم الفروع.
الوحدة: مليون قنطار

متوسط الإنتاج ← 2000 2008	2011	2010	2009	السنوات الفروع
29.7	42.5	45.6	61.2	الحبوب
2	2.93	2.7	2.39	الحليب (مليار لتر)
17	38.6	33	26.8	البطاطس
5.8	11.1	7.88	8.44	الحمضيات
4.72	7.24	6.45	6.01	التمور
2.5	6.1	3.11	4.75	الزيتون
2.6	4.2	3.82	3.46	اللحوم الحمراء
1.95	3.36	2.82	2.09	اللحوم البيضاء

المصدر: وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، تقرير حول مسار التجديد الفلاحي والريفي: عرض وفاق، ماي 2012، ص: 23.

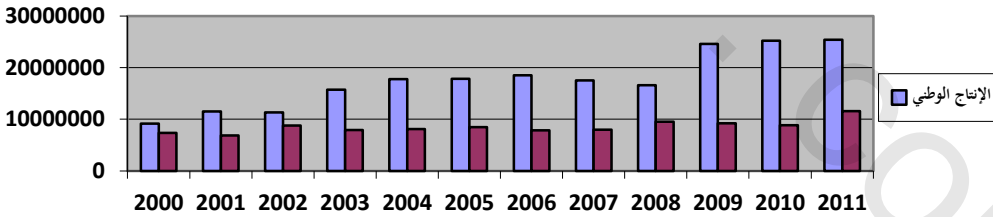
يقدر مستوى الأمن الغذائي في الجزائر عموماً بالإنتاج وفرة المواد الغذائية ويظهر الجدول رقم (4)، والمنحنى (الشكل) رقم (01) تطور الوفرة الغذائية (بالطن).

الجدول رقم 4: تطور الوفرة الغذائية بالحجم (الطن) من 2000 إلى 2011.

السنوات	الإنتاج الوطني	الواردات	الوفرة الغذائية	نسبة التغطية من الإنتاج الوطني
2000	9 133 812	7387655	16 521 467	55
2001	11 488 390	6 869 349	18 357 739	63
2002	11 352 317	8 798 204	20 150 521	56
2003	15 760 371	7 924 447	20 150 521	67
2004	17 756 851	8 103 798	25 860 649	69
2005	17 865 149	8 503 942	26 369 091	68
2006	18 546 662	7 844 663	26 391 235	70
2007	17 505 513	7999 492	25 505 005	69
2008	16 629 515	9 541 821	26 171 336	64
2009	24 571 232	9 217 055	33 788 287	73
2010	25 202 217	8 853 123	34 055 340	74
2011	25 394 612	11 559 704	36 954 316	69

المصدر: وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، تقرير حول مسار التجديد الفلاحي والريفي: عرض وأفاق، ماي 2012.

الشكل رقم 01: تطور الوفرة الغذائية بالحجم (الطن) من 2000 إلى 2011



المصدر: وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، تقرير حول مسار التجديد الفلاحي والريفي: عرض وأفاق، ماي 2012.

خلال الاثنى عشر سنة الأخيرة:

تطورت الوفرة الغذائية من 16 521 467 طن (الحد الأدنى سنة 2000) إلى 36 954 316 طن (الحد الأقصى سنة 2011)، أي بنسبة 223.7%، أي بزيادة تقدر بـ 2.24 من حيث الحجم.

تطور الإنتاج الوطني من 9 133 812 طن (الحد الأدنى سنة 2000) إلى 25 394 612 طن (الحد الأقصى سنة 2011)، أي بنسبة 278%، أي بزيادة تقدر بـ 2.8 من حيث الحجم. تطور الواردات من 6 869 349 طن (الحد الأدنى سنة 2001) إلى 11 559 704 طن (الحد الأقصى سنة 2011)، أي بنسبة 168.3%، أي بزيادة تقدر بـ 1.7 من حيث الحجم. وتشير الأشكال والمنتجات السابقة إلى انتقال قيمة الإنتاج الفلاحي الكلي من 500 مليار دينار سنة 2001 إلى 160 مليار دينار سنة 2011 وبقيت الحصة المتعلقة بالواردات الخاصة بتوفير الموارد الغذائية نسبياً ثابتة حوالي 30%.

يظهر تحليل المعطيات المفصلة حول تركيبة هذه الواردات (القمح الصلب، القمح اللين، الشعير) تبين انخفاض محسوس بالنسبة للقمح الصلب والشعير وزيادة محسوسة للقمح اللين، مما يؤكد التغييرات الملاحظة في نفس الوقت في مجال الإنتاج الحيواني أكبر مستهلك للحبوب وكذا الحصة الغذائية للأسر، ويجب الإشارة إلى أن حصة الواردات الغذائية ضمن الواردات الإجمالية بقيت بدون تغيير رغم ارتفاع الإنتاج مما يفسر زيادة الاستهلاك الوطني من هذه المواد (بقيت النسبة تتراوح ما بين 16 و20% ما بين 2000 و2011). كما تشير إلى أن النمو الديمغرافي الذي يعد عاملاً يمتاشى عادة مع تزايد الحاجات الغذائية، حيث تطورت نسبة النمو الطبيعي بـ 3.5% في سنوات 70-80 (ضغط ديمغرافي قوي) لنخفض إلى 1.78 سنة 2006 ليعود تدريجياً للارتفاع منذ ذلك الحين ليبلغ 2.03% سنة 2012.

2-3 التسويق الخارجي للمنتوج الزراعي الجزائري.

يحتل القطاع الزراعي دوراً هاماً من ناحية قدرته على توفير الموارد النقدية واستخدامها في الاحتياجات الأساسية للتنمية الاقتصادية وذلك من خلال التسويق الخارجي للمنتوج الزراعي.

1-2-3 الميزان التجاري الإجمالي: 2000-2010.

الجدول رقم (04): يوضح الميزان التجاري الإجمالي 2000 ← 2010.

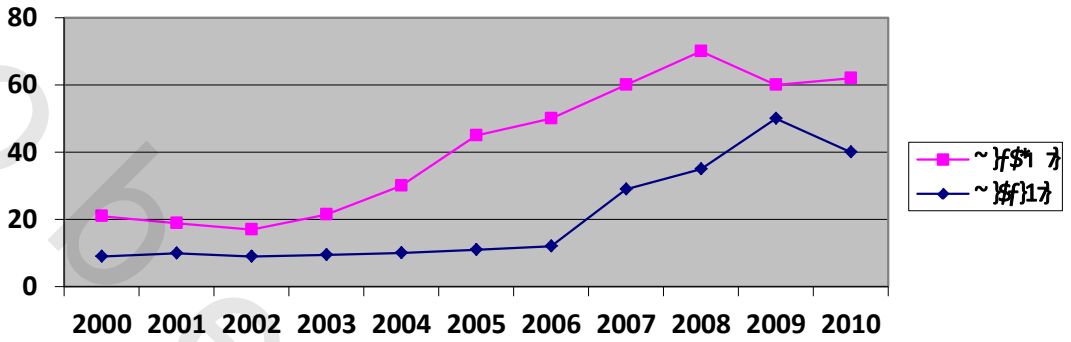
السنوات	الصادرات (مليون دولار)	الواردات (مليون دولار)	معدل التغطية
2000	21600	9500	236
2001	19132.69	9940.335	192.5
2002	18420	1196	153.9
2003	21479	13533	153.9
2004	31713	20047.5	173.6
2005	44482	21274.36	221.9
2006	50585	27441	323.8
2007	57020.00	27441	207.8
2008	71737	36386	196.5
2009	50843	44214	115
2010	53199	40212	132.2

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على: تقارير وزارة الفلاحة السنوية

Revue commerce Extérieur Agricole, Ministère de l'agriculture et de développement rural, Algérie, 2000-2010.

الشكل رقم (01): يوضح تطور الصادرات والواردات الإجمالية في الفترة ما بين: 2000 ← 2010

مليار دولار



المصدر: من إعداد الباحث انطلاقاً من معطيات الجدول السابق رقم (04)

من الجدول رقم (04) والشكل رقم (01) يتضح لنا:

أ- الصادرات: شهدت الصادرات الجزائرية نموا ملحوظاً حيث بلغت الصادرات في سنة 2003 21.47 مليا دولار، لتنتقل إلى 44.82 مليار

ب- دولار بمعدل نمو أكثر من 208%، ليصل مبلغ الصادرات ذروته سنة 2008، حيث بلغ 71.73 مليار دولار وهذا نتيجة لارتفاع أسعار المحروقات والتي تشكل ما يقارب من 98% من القيمة الإجمالية للصادرات، ثم انخفضت الصادرات في سنة 2009 حيث بلغت 50.84 مليار دولار ثم ارتفعت ارتفاعاً طفيفاً سنة 2010، ويعود هذا التذبذب إلى انخفاض أسعار المحروقات نتيجة الأزمة الاقتصادية العالمية في سنة 2008 أو ما تسمى بأزمة الرهن العقاري والتي أثرت على اقتصاديات كثير من الدول الأوروبية والأمريكية مما أدى إلى انخفاض الطلب العالمي على مادة النفط.

وقد أثر هذا التذبذب في الصادرات على قيمة الفوائض التجارية كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (05): يوضح قيمة الفائض التجاري 2000 ← 2010.

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
قيمة الفائض التجاري (مليار دولار)	121.00	919.2	645.1	794.6	134.81	244.34	244.34	293.11	295.79	662.9	1298.67

المصدر: من إعداد الباحث انطلاقاً من الجدول رقم (04)

ت- الواردات: ارتفعت الواردات الإجمالية من 11.969 مليار دولار سنة 2003 إلى أكثر من

20.047 مليار دولار سنة 2005 بمعدل نمو بلغ 59%، ورغم هذا الارتفاع في قيمة الواردات ارتفع معدل التغطية من 153.9 سنة 2002 ليصل إلى 221.9 سنة 2005، وهذا نتيجة نمو الصادرات بمعدل أكبر من معدل نمو الواردات، إلا أنه ابتداء من سنة 2007 بدأ معدل تغطية الصادرات للواردات في انخفاض (237.8% سنة 2006، 196.5% سنة 2008، 132.2% سنة 2010) وهذا نتيجة لنمو الواردات الإجمالية الناتج عن نمو الواردات من المنتجات الغذائية والمواد الصناعية على وجه الخصوص وانخفاض الصادرات الناتج عن انخفاض أسعار المحروقات.

2-2-3 الميزان التجاري الزراعي:

الجدول رقم 06: الميزان التجاري الزراعي: الوحدة 1000 دولار

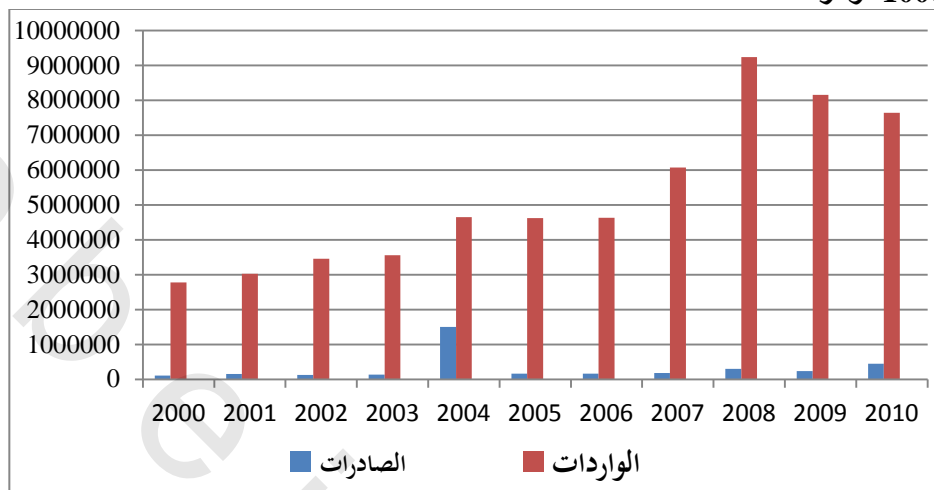
معدل التغطية	الواردات	الصادرات	السنوات
4	2778209	111214.6	2000
5	3024084	151849.00	2001
3.7	3454494	126849.00	2002
3.8	3560592	134731.2	2003
3.2	4653102	150327.6	2004
3.6	4621693	167473	2005
3.5	4630807	162922	2006
3.0	6076156	180855	2007
3.3	9242160	302451	2008
2.9	8159300	234592	2009
5.9	7640555	451619	2010

المصدر: من إعداد الباحث بناء على تقرير وزارة الفلاحة السنوي من سنة 2000-2011

Revue commerce Extérieur Agricole, Ministère de l'agriculture et de développement rural, Algérie, 2000-2011

ويمكن تمثّل تطور الصادرات والواردات الزراعية بينياً كما يلي:

الشكل رقم (02): يوضح تطور الصادرات والواردات الزراعية 2000 ← 2010. الوحدة 1000 دولار



المصدر: من إعداد الباحث بناء على تقرير وزارة الفلاحة السنوي من سنة 2000 ← 2011
يتضح لنا من الجدول والشكل أعلاه ما يلي:

أ- الصادرات الزراعية:

أدى تصدير المنتج الزراعي إلى الإسهام في تحصيل إيرادات في الفترة ما بين 2000 و2010 بمعدل مقداره 200 مليون دولار سنوياً، كما سجلت الصادرات الزراعية نمو في نفس الفترة حيث انتقلت قيمتها سنة 2000: 111.2 مليون دولار إلى 302542 مليون دولار سنة 2008 ثم إلى 451.61 مليون دولار سنة 2010، ودل هذا التطور في الصادرات الزراعية يعود إلى نتائج برامج الدعم الفلاحي والذي ضخمت الدولة على إثره أموال ضخمة، مما ساهم في ارتفاع الإنتاج الزراعي وتصريف الفائض إلى الأسواق الدولية.

ورغم الزيادة في الصادرات الزراعية إلا أنها إذا ما قورنت بإجمالي الصادرات الإجمالية فإننا نلاحظ أنها تساهم بنسبة ضعيفة جداً حيث بلغت نسبتها على سنوات 2000 و2005 و2010 على التوالي: 0.51%، 0.37%، 0.84% ولعل ذلك يرجع إلى تنامي صادرات قطاعات أخرى، وخاصة قطاع المحروقات (أمام ارتفاع أسعار النفط في الأسواق العالمية).

ب- الواردات الزراعية:

ارتفعت فاتورة استيراد المنتج الزراعي (النباتي والحيواني) في الفترة ما بين 2000 و2010، حيث بلغت سنة 2000، 2.7 مليار دولار، ثم انتقلت في سنة 2005 إلى 4.62 مليار دولار بمعدل نمو أكثر من 58% لتبلغ ذروتها سنة 2008 بقيمة 9.2 مليار دولار وهذا قد يعود إلى زيادة الاستهلاك المحلي مع تحسن المستوى المعيشي (نتيجة وجود برامج تنموية ساهمت في الرفع من مداخيل الأفراد والعائلات، إضافة إلى زيادة الأجور)

أما بالنسبة لتغطية تكلفة استيراد المنتج الزراعي عن طريق المداخيل الناتجة عن تصدير نفس المنتج (معدل التغطية) فقد سجل مستوى ضعيف جداً، حيث بلغ 4% سنة 2000 ثم 3.6% سنة 2005 و2.9% سنة 2009 مما يعني أن الجزائر تدفع فاتورة غذائها من مداخيل المحروقات وهذا ما ستكون له تداعيات خطيرة على الأمن الغذائي في حال انهيار أسعار

المحروقات في الأسواق الدولية، كما يبقى الصبغة المعروفة على الاقتصاد الوطني وهو أنه اقتصاد ريعي تأتي جل مداخيله من استخراج المادة الخام (النفط) من باطن الأرض وتصديرها إلى الخارج، رغم جهود الدولة في ميدان تنمية الصادرات خارج قطاع المحروقات من خلال ضخ أموال ضخمة للنهوض بالقطاعات المنتجة وبالأخص القطاع الفلاحي.

3-2-3-نسبة الصادرات الزراعية من الصادرات الإجمالية:

رغم أهمية القطاع الزراعي والإمكانات التي تتوفر عليها الجزائر إلا أنها لا تمثل إلا نسبة ضئيلة من إجمالي الصادرات، وهذا يرجع إلى عدة أسباب أهمها:

-تنامي صادرات من المحروقات نتيجة للاستثمارات الكبيرة في هذا القطاع، وكذلك نتيجة للارتفاع أسعار المحروقات في السوق الدولي مما أدى إلى زياد إيرادات هذا القطاع، وبقاء هيمنة المحروقات شبه الكليية على الاقتصاد الوطني، وهذا ما ستكون له خطيرة في حال انهيار المحروقات.

-رغم البرامج الذي قامت بها الدولة الجزائرية من أجل النهوض بالقطاع الزراعي إلا أن هناك عدة مشاكل مازال يتخبط فيه هذا القطاع حالت دون أن يكون من القطاعات التي توفر إيرادات مهمة من العملة الصعبة من خلال تسويق المنتجات الزراعية إلى السوق الدولي.ومن أهم هذه المشاكل:

- عدم الاستغلال للأراضي الزراعية.
 - نقص الكوادر البشرية المؤهلة، وقلة اليد العاملة.
 - نقص الموارد المائية نتيجة قلة وشح مصادر المياه وعدم بناء وصيانة ما يكفي من السدود.
 - نقص الخدمات الفلاحية المساندة من طرف الدولة كالعتاد والأسمدة والإرشاد الفلاحي
- من الشكل أعلاه يتبين لنا أن الصادرات الزراعية لا تمثل إلا نسبة قليلة من الصادرات الإجمالية (0.85بالمئة)، وهذا لا يعكس حقيقة الإمكانات التي تتوفر عليها الجزائر في القطاع الزراعي، مما يوجب العمل أكثر على تذليل الصعوبات والمشاكل الذي تحول دون تطوير أنتاج وتسويق المنتج الزراعي للسوق الدولي.

3-2-4-نسبة الصادرات الزراعية من الصادرات خارج المحروقات

الجدول رقم 07:نسبة الصادرات زراعية إلى الصادرات خارج المحروقات

المصدر: إعداد الباحث اعتمادا على إحصائيات محصل عليها من المركز الوطني للمعلومات و إحصائيات

النسبة -بالمئة-	الصادرات خارج المحروقات -مليون دولار-	الصادرات الزراعية	السنوات
18.17	612	111.214	2000
23.43	648	151.849	2001
17.28	734	126.849	2002
20.01	673	134.731	2003
19.24	781	150.3276	2004
18.46	907	167.473	2005
13.76	1184	162.922	2006
13.51	1332	180.855	2007
15.61	1937	302.451	2008
22.06	1066	234.592	2009
35.61	1268	451.619	2010

الجمارك (CNIS) وتقارير وزارة الفلاحة من الجدول أعلاه نلاحظ أن الصادرات الزراعية تمثل نسبة مهمة من الصادرات خارج المحروقات، حيث بلغت أقصاها سنة 2010 بنسبة 35 بالمائة، مما يبين أن تسويق المنتج الزراعي للسوق الدولي يعتبر أهم وسيلة لتنمية الصادرات خارج المحروقات.

2-5- الميزان التجاري الزراعي (المنتج النباتي) 2008 ← 2010.
الجدول رقم 08: الميزان التجاري الزراعي (المنتج النباتي) 2008 ← 2010. الوحدة 1000 دولار.

البيان	2008			2009			2010		
	تصدير FOB	استيراد CAF	معدل التغطية %	تصدير FOB	استيراد CAF	معدل التغطية %	تصدير FOB	استيراد CAF	معدل التغطية %
الخضر	406236	38834071	2.4	1166159	19003499	6.1	381693	22218886	1.7
الفواكه	3274031	10267822	12.7	104395	14996836	7.0	1361549	16632779	8.2
خضر وفواكه معبأة	48448	3574753	1.2	40081	455453	0.6	63223	6492744	1.0
المجموع	6875571	3088603	5.7	2249834	69854504	5.5	1806465	45344408	4.0
حبوب	0	2541691452	0.0	1858	168087333	0.0	116755	145131865	0.1
طحين الحبوب	592924	2716661	21.3	140875	2259434	6.2	274	2618603	0.0

0.8	9 487 016	76317	18.4	8 819 230	1 619 081	16.7	5 035 017	842 920	مشتقات الحبوب
0.1	157 237 485	193346	1.0	179 165 997	1 761 813	0.5	261 203 317	842 920	المجموع
0.0	17 877 798	1207	0.0	18 865 443	97	0.0	21 192 834	1 269 316	قهوة، شاي، توابل
34.4	50 500 453	17 391 159	1.6	41 338 203	667945	0.4	28 321 635	451	سكر وحلويات
4.5	4 897 562	218 884	10.9	3 761 861	411 329	14.1	3 092 468	105 864	الكاكاو ومشتقاته
99.8	1 768 355	1 765 636	118.5	1 452 522	1 729 145	110.8	1 792 973	1 985 990	خمور ومشروبات
25.8	75 044 168	19 376 885	43	65 418 030	2 800 515	4.6	54 399 730	2 527 643	المجموع

6.6	4 373 017	289 184	11.9	4063 681	4 56 367	10.2	3 708 996	376 579	زيوت
1.4	49 692 195	703 478	0.6	40 821 041	246561	1.7	47 856 835	803 565	زيوت نباتية ودهون
0.2	18 113 449	30561	0.6	14 607 658	5717	1.2	12 775 321	158 812	تنج
1.3	328 859	4333	3.7	166 798	6226	36.8	175 017	64 456	زيوت أساسية
0.0	841 324	231	0.2	948 312	2019	0.0	941 819	0	قطن
1.4	73 348 843	1027787	1.3	60 608 490	763 890	2.1	65 457 987	1 403 412	المجموع
0.0	415987	685	0.0	380 348	88	1.9	348 870	6649	شتائل وأزهار
0	1073969	0	0.2	900 347	2 031	0.4	778 244	2816	مواد نباتية صباغة
0.0	81 369	4	0.0	90154	4	0.1	90471	46	مواد نباتية أخرى
0.1	17 302 867	9482	0.0	14 693 358	3880	0.0	11 016 7390.0	3002	مشتقات غذائية متنوعة

0.0	32 109590	0	0.0	24 725 204	0	0.0	22 074 896	32	فضلات غذائية للحيوانات
0	686	0	0.0	1343	0	0.0	4	0	نسيج وألياف نباتية
0.02	50 984 648	10 171	0.0	40790882	6003	0.0	34 309 224	12 545	المجموع
5.6	401 959 372	22 414 655	2.0	386 529 268	7 582 055	1.6	44 256 374	6 968 224	المجموع الكلي

source :Revue commerce Extérieur Agricole, Ministère de l'agriculture et de développement rural, Algérie, 2011

3 إن المتفحص للجدول أعلاه يلاحظ أن التسويق الخارجي للمنتوج الزراعي الجزائري مازال ضعيفا على العموم بل يغطي من قيمة وارداته (معدل التغطية مازال ضعيفا) وفي ما يلي أهم المنتجات الزراعية المصدرة والمستوردة من وإلى الأسواق الدولية:

أ- أهم المنتجات الزراعية المصدرة:

-الخضر والفواكه: شهدت صادرات الجزائر من الفواكه تطورا صافيا حيث انتقلت من 1.307 مليار دج سنة 2008، لتصل إلى 1.361 مليار دج سنة 2010، ويعتبر منتوج التمر من أهم المنتجات المصدرة ضمن هذا الصنف باعتبار أن الجزائر من أهم الدول المنتجة له. أما بالنسبة لصادرات الجزائر من الخضر فقد شهدت تذبذبا حيث انتقلت من 406.23 مليون دولار سنة 2008 إلى 1.16 مليار دج، ثم انخفضت إلى 381.69 مليون دولار. وتسعى الجزائر جاهدة لترقية صادراتها من الخضر والفواكه رغم أن قيمة هذه الصادرات لا تتعدى 50 مليون دولار سنويا، حيث تمكنت الجزائر في 2010 من تصدير 350 قنطار من البطاطس نحو أسواق الاتحاد الأوروبي، علما أن وزارة الفلاحة والتنمية الريفية سطرت برنامجا للوصول إلى تصدير نحو 60 ألف طن من التمر و100 ألف طن من الخضر والفواكه في غضون سنة 2014.⁽⁹⁾

ومازال قطاع تصدير المنتجات الزراعية تعترضه كثير من الصعوبات أهمها:

⁽⁹⁾ www.el-massa.com/ar/content. page consulte: 25/08/2014.

- سوء تنظيم السوق الداخلي وغياب إطار مهني للمتعاملين في مجال تصدير المنتجات الفلاحية؛

- عدم مساهمة البنوك في تمويل الصادرات الفلاحية؛

- صعوبة دخول بعض الأسواق الدولية كالأسواق الأوروبية التي تفرض شروطاً صارمة على المنتجات الزراعية الجزائرية والتي تفتقد الكثير من المعايير التي يجب أن تتوفر في المنتج للتصدير؛

- ضعف والافتقار لوسائل التبريد والحفظ والنقل التي تحافظ على سلامة هذه المنتجات التي هي بطبيعتها سريعة التلف.

خمور ومشروبات: احتلت صادرات الجزائر من الخمور الصدارة في قائمة السلع الزراعية المصدرة، حيث بلغت صادرات هذا المنتج 1.985 مليار دج سنة 2008، ثم تراجعت قيمتها في سنة 2009 و2010 إلى 1.452 مليار دج و 1.765 مليار دج على التوالي. وتمثل صادرات الخمور حوالي 25% من الإنتاج الزراعي الوطني وإلى جانب فرنسا التي تتلقى غالبية الصادرات تستورد بريطانيا وسويسرا وجنوب إفريقيا وألمانيا وبلجيكا والولايات المتحدة الأمريكية وكذا جزء منها.

كما تلقى زراعة العنب المخصص للأكل تشجيعاً بفضل التدابير المتخذة لتحفيز المستثمرين المحتملين للمشاركة في إنتاج عصير العنب، ويشهد سوق عصير العنب زيادة ملحوظة حيث ينافس بشدة المشروبات الغازية التي تسيطر على سوق المشروبات⁽¹⁰⁾.

-الزيتون: انتقلت صادرات الجزائر من الزيتون من 376 مليون دج سنة 2008 إلى 485.3 مليون دج سنة 2009 لتتخض إلى 289 مليون دج، وتمتلك الجزائر قدرات هامة في إنتاج الزيتون الذي يعتبر مصدراً أساسياً للزيت، وهذا بفضل برنامج التوجيه الفلاحي والذي كان من أهدافه توسيع مساحة الأراضي الزراعية للزيتون من 16400 هكتار سنة 2001 إلى 242000 هكتار سنة 2004، ورغم جودة المنتج وكمية الإنتاج والموقع الجغرافي إلا أن التصدير من هذا المنتج لا يزال ضعيفاً مقارنة ببعض الدول المجاورة كتونس والمغرب على سبيل المثال، مما يستوجب دعم وتأهيل المؤسسات العاملة في ميدان الصناعات الغذائية باعتبار أن زيت الزيتون يدخل في كثير من هذه الصناعات.

ب - أهم المنتجات الزراعية المستوردة:

الحبوب: تعد الجزائر مستورداً صافياً للحبوب، حيث جاء في صدارة المنتجات الزراعية المستوردة، وقد بلغت فاتورة الاستيراد في سنة 2008 أقصاها بقيمة 254.16 مليار دج (3.41 مليار دولار) وهو ما تمثل أكثر من 56% من إجمالي الواردات الزراعية، ويمكن تفسير ذلك إلى زيادة الاستهلاك الوطني (باعتبار أن مادة الحبوب مادة استهلاكية أساسية للمستهلك الجزائري بحكم العادات الغذائية) بمعدلات أكبر من كميات الإنتاج الوطني والذي لم يغطي سوى 40% من الاحتياجات الوطنية من الحبوب، كما يمكن إرجاع سبب ارتفاع قيمة الواردات من الحبوب إلى ارتفاع أسعارها على مستوى الأسواق الدولية نتيجة عدة عوامل أهمها: استخدام الحبوب لإنتاج الوقود الحيوي بعد ارتفاع أسعار النفط، والتقلبات المناخية التي شهدتها كثير من الدول المنتجة في السنوات الأخيرة كالجفاف على سبيل المثال.

السكر: بلغت واردات الجزائر من هذه المادة في سنة 2008: 28.32 مليار دج لتصل إلى أكثر

(10) www.magharebia.com/ar/articles/awi/articles/2006/02/05. page consulte:

25/08/2014.

من 50.5 مليار دج سنة 2010، هذا يعود لزيادة الاستهلاك الوطني لهذه المادة التي تعتبر من المواد الاستهلاكية الواسعة، بالإضافة إلى أنها تعتبر من المواد الأولية التي تدخل ضمن الصناعات الغذائية كالمشروبات الغازية على سبيل المثال، كذلك ضعف الإنتاج الوطني من هذه المادة.

الخضّر: انتقلت واردات الجزائر من الخضّر من 17.04 مليار دج سنة 2008 إلى أكثر من 22.21 مليار دج سنة 2010، ورغم الإمكانيات الإنتاجية التي تزخر بها الجزائر في كثير من الخضروات، ويرجع نمو صادرات الخضّر إلى لجوء الحكومة في كثير من الأحيان إلى الأسواق الدولية عند ارتفاع أسعار الخضّر (وخاصة الأساسية) في الأسواق المحلية، كما حدث عند ارتفاع سعر البطاطس (الذي فاق 100 دج سنة 2007)، ويبقى الخلل في منتج الخضّر في كثير من الأحيان ليس في كمية الإنتاج (إذ شهدت بعض المواسم انخفاض حاد في أسعار الخضّر في الأسواق المحلية مما جعل المنتج - الفلاح - يتكبد خسائر كبيرة)، إنما الخلل هو غياب سياسة تسويقية فعالة مدعومة من طرف الحكومة تهدف إلى تنظيم أسواق الخضّر والفواكه وتصريف الفائض الذي تعرفه السوق المحلية في بعض المواسم إلى الأسواق الدولية، وتوفير مخازن مكيّفة للفلاحين من أجل تخزين منتجاتهم في حال الانخفاض الحاد في الأسعار نتيجة زيادة العرض على الطلب وتصريفها في حال استقرار السوق، مما يساهم في استقرار الأسعار وحماية كل من الفلاح والمستهلك من التقلبات في الأسعار، وتخفيض فاتورة الاستيراد من هذا المنتج.

3-2-6- أهم الدول المصدرة والمستوردة للمنتوج الزراعي من وإلى الجزائر: الجدول رقم (09): يوضح الميزان التجاري للدول الأساسية المستوردة والمصدرة للمنتوج الزراعي من وإلى الجزائر.

الوحدة 1000 دج

الدول	2008			2009			2010		
	تصدير FOB	استيراد CAF	معدل التغطية (%)	تصدير FOB	استيراد CAF	معدل التغطية (%)	تصدير FOB	استيراد CAF	معدل التغطية (%)
فرنسا	2434255	124892199	1.9	1420430	123679900	1.1	1977782	125715768	1.6
الأرجنتين	4890	73648803	0.01	0	52935847	0.00	78483	84444912	0.09
كندا	88486	47628440	0.2	53709	23164166	0.1	127660	17469484	0.7
البرازيل	1653352	40017969	4.1	1476006	52045981	2.8	1935930	6038958	3.2
و.م.إ.	132657	32441537	0.4	145511	14149903	1.0	22000	17182707	0.1
إسبانيا	1865654	19897500	9.4	1369340	18376749	7.5	1616738	10782759	14.9
ألمانيا	51252	1958001	0.3	100598	15825990	0.6	184287	14577541	1.3
بلجيكا	263017	16405496	1.6	85586	15951047	0.5	235418	18507000	5.7
الأراضي المنخفضة	1633690	10926155	15.0	396877	1291966	3.2	697163	12126898	7.8
تركيا	186863	8894927	2.1	208511	8950666	2.3	504296	6500353	17.8
إيطاليا	1422198	6607799	21.5	1050108	8626493	12.2	1257682	8292400	15.2
سويسرا	16572	2129162	0.8	5447	2200230	0.2	15913	1538197	1.0
فيدرالية روسيا	44079	1870779	2.4	12590	1761435	0.5	35697	777085	4.6

42.0	3580851	1504728	8.0	4084809	326957	55.3	1600503	885262	تونس
99.7	1254802	1251168	1.7	1267790	21874	0.0	938363	00	الأردن
2.1	2103115	44563	6.7	1713705	114423	29.3	589153	172520	المغرب
12.1	182815885	22111211	5.0	168198565	8359239	4.6	188685704	8679904	دول أخرى
5.9	568578744	33600690	2.9	526832949	15147201	3.3	596751481	19534649	المجموع

Source: Revue commerce Extérieur Agricole 2010, Ministère de l'agriculture et de développement rural, Algérie, 2010, p:10

يتضح لنا من الجدول أعلاه:

أنه في سنة 2010 أهم الدول المصدرة (على سبيل المثال) كان الاتحاد الأوروبي أهم مصدر للمنتوج الزراعي للجزائر، حيث بلغت قيمتها 268.4 مليار دج، ما يمثل نسبة 47.18% من إجمال الواردات الزراعية الجزائرية وتأتي فرنسا في مقدمة دول الاتحاد بنسبة 46% ثم بلجيكا بنسبة 6.71% وإسبانيا 5.22%، والأرضي المنخفضة 4.85%.

أما في الدول فكانت شبه مساهمتها في الواردات الزراعية الجزائرية كما يلي:

- الأرجنتين 14.75%.
- البرازيل 10.68%.
- أمريكا الشمالية (كندا والولايات المتحدة الأمريكية): 5.98%.
- تركيا 1.05%.

ج- أهم الدول المستوردة:

في سنة 2010 كان الاتحاد الأوروبي أهم مستورد للمنتوج الزراعي الجزائري، حيث بلغت قيمتها 7.96 مليار دج، ومن أهم الدول استيراد للمنتوج الزراعي الجزائري في الاتحاد الأوروبي هي: فرنسا: 1.97 مليار دج، إسبانيا: 1.61 مليار دج، كما تعتبر دول المغرب العربي من أهم الدول المستوردة للمنتوج الزراعي الجزائري، حيث بلغت قيمة الصادرات الزراعية لهاته الدول: تونس 885.02 مليون دج، موريتانيا 136.620 مليون دج، مما يعني أن تحرير التجارة في إطار تفعيل الاتحاد المغاربي سيكون له أثر إيجابي على اقتصاديات هذه الدول، حيث ينتج عن ذلك خلق سوق استهلاكية للسلع المغاربية يصل إلى 90 مليون مستهلك.

الخاتمة

يعتبر القطاع الزراعي في الجزائر من القطاعات الإستراتيجية في الاقتصاد الوطني الذي يسهم في تنمية صادرات خارج المحروقات رغم المشاكل والعوائق التي مازال يتخبط فيها ورغم الزيادة في الصادرات الزراعية في السنوات 2008-2009-2010 إلا أنها إذا قورنت بإجمالي الصادرات فإننا نلاحظ أنها تساهم بنسبة ضعيفة جدا تتخفف من سنة إلى أخرى 0.39 سنة 2008، 0.46 سنة 2009، 0.85% سنة 2010 ولعل ذلك يرجع أساسا إلى تنامي قطاعات أخرى وبالأخص قطاع المحروقات (أمام ارتفاع أسعار النفط في الأسواق العالمية) ولعل هناك مشاكل عديدة تحد من إمكانية رفع مساهمة القطاع الزراعي في تنمية الصادرات من أهمها:

- عدم الاستغلال للأراضي الزراعية.
- نقص اليد العاملة في القطاع الزراعي وتفضيل العمل في قطاعات أخرى، كقطاع الخدمات أو القطاع الصناعي بسبب ضعف الأجور وعدم وجود تأمين اجتماعي للعاملين في القطاع الفلاحي.

- نقص الموارد المائية نتيجة قلة وشح مصادر المياه وعدم بناء وصيانة ما يكفي من السدود.
- نقص الخدمات الفلاحية المساندة من طرف الدولة كالعتاد والأسمدة والإرشاد الفلاحي.
- *هناك قصور في تطبيق إستراتيجية التسويق الدولي لدى المؤسسات الجزائرية المصدرة للتمور ويتضح ذلك من:
- عدم وجود بحوث التسويق الدولي التي تهتم بجمع المعلومات حول الأسواق المستهدفة ونوعية المنافسين، قوانين ومقاييس الواجب احترامها في السوق المستهدف، طبيعة عادات وأذواق المستهلك، حجم الطلب، معلومات حول قنوات التوزيع....
- ضعف سياسة الترويج والإشهار نتيجة ضعف أو عدم وجود إعلان عن طريق الوسائل الاتصال الحديثة كمواقع الانترنت، وهذا قد يعود إلى الإمكانيات المؤسسية الغير الكافية لتغطية مصاريف الإشهار خاصة في القنوات العالمية، أو تكاليف النقل المتعلقة بالمشاركة في المعارض الدولية، وكذا عدم انخراط بعض الإدارات الحكومية في الترويج لهذا المنتج كالسفارات والقنصليات والملاحق الدبلوماسية في الخارج، والخطوط الجوية والوكالات السياحية والفنادق وغيرها.
- ورغم هذه المشاكل يملك القطاع الزراعي الجزائري إمكانيات تحتاج إلى إستراتيجية لتذليل هذه الصعوبات مما يتيح إمكانية زيادة الإنتاج الزراعي وتعزيز الأمن، حيث تشير الإحصائيات أنه باستطاعة القطاع الفلاحي الحصول على فائض هام في التصدير في عدة منتجات زراعية الأمر الذي يساهم في تنمية الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات والمساهمة في التخفيض من حدة اختلال التوازن التجاري للمنتجات الزراعية من أهم هذه المنتجات: التمور، البطاطس، الطماطم، الجزر، الحمضيات، التين، العنب، المشمش.

قائمة المراجع :

- 1- عماد صقر سلمان، الاتجاهات الحديثة للتسويق، مصر، منشأة المعارف، 2005 ص10.
- 2- فريد النجار، إدارة منظومات التسويق العربي والدولي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1998، ص554.
- 3- فهد سليم الخطيب، مبادئ التسويق- ط1 الأردن - دار الفكر للطبع والنشر، 2000، الأردن، ص194.
- 4- توفيق محمد عبد المحسن، «التسويق وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير»، مصر: دار الفكر العربي، 2003، ص348
- 5- وصاب سعيدي، نحو إستراتيجية تسويقية فعالة في قطاع التصدير، مداخلة بملتقى الوطني حول الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر والممارسة التسويقية، المركز الجامعي بشار، 20-21 أبريل 2004.
- 6- فريد النجار، إدارة منظومات التسويق العربي والدولي، مصر: مؤسسة شباب الجامعة، 1998-199 ص557
- 7- Organisation mondiale du commerce, Statistiques du commerce international, 24/11/2012, www.wto.org/statistiques
- 8- وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، تقرير حول مسار التجديد الفلاحي والريفي: عرض وأفاق، ماي 2012
- 9- Revue commerce Extérieur Agricole, Ministère de l'agriculture et de développement rural, Algérie, 2000-2010.

إعتماد سندات الخدمات العامة كأحد آليات السياسة المالية الهادفة لتغطية النفقات وتوجيه التنمية الاقتصادية

د. بوشامة مصطفى
جامعة البليدة 2
أبعلة الطاهر
المركز الجامعي تيبازة

الملخص

إن السياسة المالية هي توجهات اقتصادية، تسييرها اعتقادات فكرية، تفرضها صلاحيات تشريعية، تستخدمها هيئات رسمية، تهدف لتحقيق توازنات كلية تدفع بمؤشرات التنمية، وإن كانت هذه السياسة تعبر عن استخدام الموازنة العامة، لدعم الطلب الكلي والعمالة، وحتى وإن ادعى الأمر إلى الإنفاق الغير مغطى، وهذا هو جوهر الفكر الكينزي، حيث تستخدم السياسة المالية لفك التشجنات الاقتصادية بشكل أسرع خاصة في الدول النامية. والجزائر تواجه في الوقت الراهن تحديات صعبة، خاصة بعد انهيار أسعار البترول، وتجلت إرهابات أزمة 1986 في الأفق، وهذا ما دفع الحكومة إلى إسراع في وضع حلول عاجلة، بعنوان السياسة المالية في إطار الإجراءات والآليات المتخذة، والتي تتميز في الجزائر ببطء في التنفيذ بين مرورها من المشرع حتى المراسيم، حتى تطراً ظروف جديدة تكون السبب في فشلها.

وبما أن تمويل الإنفاق العمومي هو أهم إجراء تعتمد الجزائر حالياً، خاصة بعد الشروع في تطبيق البرنامج التنموي الخماسي الثاني، حيث تلزم الحكومة بتوجه للاقتراض من القطاع الخاص من خلال خلق تسرب تضخه من جديد في الدورة الاقتصادية في شكل إنفاق برضا من القطاع الخاص. ونقصد هنا سندات "شهادات" الخدمات العامة والتي تطرحها الحكومة انطلاقاً من مؤسساتها الخدمية (مؤسسات النقل العام، سونلغاز، الجزائرية للمياه...)، حيث يقوم الأفراد باكتتاب على السندات مقابل تقديم امتيازات لحاملها، وتكون بمثابة ممول للمشاريع الاستثمارية حتى تجهز المشاريع التنموية الأخرى.

الكلمات المفتاحية: التنمية الاقتصادية، السياسة المالية، الإنفاق العمومي

Abstract

The fiscal policy is an economic trend, managed by intellectual beliefs, imposed by a legislative powers and it used by official bodies, aims to achieve a comprehensive balance boosts the developments indicators, although this policy reflects the use of the general budget to support aggregate demand and employment, even though it required to the non-encased spending, and this is the essence of the KEYNES beliefs, where the fiscal policy is used to release the economic convulsions faster, especially in developing countries.

Algeria is currently facing difficult challenges, especially after the collapse of the petroleum prices and the manifestation of 1986 crisis signs, and this is what prompted the government to accelerate the urgent solutions plans under the title of the fiscal policy in the framework of the

procedures and mechanisms, which are characterized in Algeria by the slow implementation in the different steps between the legislature until the Decrees, even occur any circumstances that will be the reason of its failure.

As the financing of public spending is the most important action is adopted by Algeria, especially after launching the application of the second Quintet development program, where the government is required to borrow from the private sector by creating a leak pumped back into the economic cycle, and this's in a form of spending that has been approved by the agreement of the private sector, we refer to the public service bonds "certificates" that posed by the government Proceeding from its institutions service (public transport companies, Sonelgaz, the Algerian water...), where individuals agree an underwriting on bonds In exchange for privileges to the holder, and it serve as a financier for investment projects until preparing the other development projects.

Keywords: economic development, fiscal policy, public spending

المقدمة

تعتبر التنمية الاقتصادية أحد الرهانات الصعبة، التي تواجهها الدول النامية، حيث تسعى للخروج من حلقة التخلف إلى مرحلة النمو والرفاهية، معتمدة في ذلك على الإنسان لأنه جوهر هذه العملية لأنها تنطلق منه لتصل إليه، حيث تتضمن التنمية اقتصادية تغيرات هيكلية، تصيب مختلف المجالات الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، ولذاك تزايد الاهتمام وكثرة الدراسات المتعلقة بموضوع التنمية الاقتصادية، خاصة في الدول النامية المصدرة للبتترول. إن الدارس للعوامل المؤثرة في التنمية الاقتصادية يجدها كثيرة ومتنوعة ومندخلية، منها ما يتعلق بالعوامل الخارجية التي تتمثل في الأزمات المالية وانهيار أسعار البترول، ومنها ما يتعلق بالإطار العام للتنمية، مثل النظم السياسية أو العادات الاجتماعية أو التوجهات الاقتصادية، ونحن في دراستنا هذه نهتم بدراسة العوامل الاقتصادية، وتنحصر دراستنا هذه في الجانب المالي، أي إيجاد مصدر تمويل وتوجيه للتنمية، وتأخذ بالدراسة خصوصا سندات الخدمات العمومية.

تبيين الإحصائيات الحديثة في الجزائر أنها ستواجه عقبات عديدة، خاصة فيما تعلق بقضية تمويل التنمية، رغم توفر الجزائر على معظم مستلزمات التنمية الاقتصادية، في ظل تعطل بعض متغيرات الاقتصاد الكلي كالادخار الخاص، الذي يعد من أهم مصادر تمويل التنمية في الوقت الراهن لتغطية النفقات الاستثمارية العمومية. أمام هذا الوضع نتساءل على مدى قدرة الادخار الخاص والمتمثل في سندات "شهادات" الخدمات العمومية أن تشكل آلية لتغطية النفقات الاستثمارية العمومية في مواجهة تراجع مداخيل البترول ودفع عجلة التنمية؟

الجانب النظري للكلمات المفتاحية

أولاً: التنمية الاقتصادية

تعبر التنمية الاقتصادية عن عملية تغيير واضحة المعالم شاملة الجوانب اقتصادياً، اجتماعياً، متعددة الأهداف فشقتها الاقتصادي ينطوي على تحقيق نمو سريع دائم، أما شقتها الاجتماعي فهو متضمن توفير حياة كريمة للإنسان وتحسينها إن وجدت، فالإنسان جوهر عملية التنمية لأنها تنطلق منه لتصل إليه أي هو وسيلتها وغايتها.

1. تعريف التنمية الاقتصادية

من بين التعاريف المقدمة للتنمية الاقتصادية نجد ما يلي:

- "التنمية الاقتصادية ما هي إلا عملية حضارية شاملة ترتبط بخلق أوضاع جديدة ومتطورة، وهذا غير طبيعي ويعتمد اعتماداً كبيراً على جدية صانعي القرار في الالتزام بتحقيق التغيير من واقع متخلف إلى واقع متطور ومتقدم في كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية"¹
 - "العملية التي تجري من خلالها زيادة الدخل الوطني خلال مدة طويلة من الزمن، وأن النتيجة العامة العملية، هو النمو في الناتج الوطني للاقتصاد، وعند التركيز على النمو في الناتج الوطني فقط فإننا نأخذ بوجهة النظر الشاملة للنتائج الأخيرة لعملية التنمية"²
 - "التنمية في جوهرها زيادة الدخل الوطني وانعكاس هذه الزيادة على الدخل الفردي مما يمكن من ارتفاع مستوى معيشة المواطن وتوزيع مكاسب التنمية بشكل عادل وتصميم الخدمات والمرافق العامة"³
- ومما سبق نستطيع أن نستخلص التعريف الموالي:

التنمية الاقتصادية هي تلك العملية الحضارية، التي تتميز بالشمولية والاستمرارية في تغيير الأوضاع السائدة إلى الأحسن خاصة ما تعلق بالجانب الاقتصادي، مما يخلق تراكم في المكاسب، وهذا يبرز من خلال الزيادة المستمرة في الدخل الوطني عموماً ونصيب الفرد خصوصاً، لأنه وسيلتها وغايتها في نفس الوقت.

2. أهداف التنمية الاقتصادية

تسعى كل دولة إلى رفع مستوى معيشة سكانها، وليس هناك شك أن أهداف التنمية تختلف من دولة لأخرى ويعود ذلك إلى ظروف الدولة وأوضاعها الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وحتى السياسية، ولكن هناك أهدافاً أساسية تسعى إليها الدول النامية في خططها الإنمائية، ويمكن حصر أهم هذه الأهداف الأساسية في الآتي:⁴

أ- **زيادة الدخل الوطني:** تعتبر زيادة الدخل الوطني من أول أهداف التنمية الاقتصادية على الإطلاق، وذلك من خلال إتاحة الفرص للحصول على احتياجاتهم من مأكلاً وملبساً وحماية، وهذا راجع للدافع الحقيقي للتنمية والمتمثل في الفقر، وانخفاض مستوى المعيشة، بالإضافة إلى

¹ حربي محمد موسى عريقات، التنمية والتخطيط الاقتصادي، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، دار البداية، 2014م، ص63.

² عبد الجبار محمود العبيدي، خرافة التنمية والتنمية البشرية، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2012م، ص23.

³ وليد الجبوسي، أسس التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، 2009م، ص09.

⁴ حربي محمد موسى عريقات، المصدر مذكور سابقاً، ص68.

زيادة نمو عدد السكان غير المتماشية مع النمو الاقتصادي.⁵ أي توسيع نطاق الاختيارات الاقتصادية والاجتماعية المتاحة للأفراد والأمم، وذلك عن طريق تخليصهم من العبودية والاعتمادية، وليس فقط في علاقتهم مع الناس والدول بل أيضا تحريرهم من قوى الجهل والمأساة الإنسانية.⁶

ب- التوزيع في الهيكل الإنتاجي: يجب أن تسعى التنمية الاقتصادية إلى توسيع قاعدة الهيكل الإنتاجي لأن التنمية الاقتصادية لا تقتصر على مجرد زيادة الدخل الوطني وزيادة متوسط نصيب الفرد التوسع في بعض القطاعات الهامة من الناحية الاقتصادية والفنية، كما يجب على الدولة بناء الصناعات الثقيلة إن أمكن ذلك من أجل أن تمد هذه الصناعات الاقتصاد الوطني بالاحتياجات اللازمة ومن أهم المشاكل التي تعاني منها الدول النامية والتي تسعى التنمية لتحسينها.⁷

ج- تحقيق الاستقلال الاقتصادي وتعزيز الاعتماد على الذات: ولا شك بأن هذا الهدف الاستراتيجي يعد من أهم المطالب لكي تتحول تبعية هذه الأمة للعالم غير الإسلامي في الأمور الجوهرية إلى حالة الاستقلال الاقتصادي واحترام الذات والتدرج في بناء القوة والسلطان، ونعتقد بأن تحقيق الاستقلال الاقتصادي وتعزيز الاعتماد على الذات لا بد أن يشملا المستويات التالية.⁸

3. **المصادر الداخلية لتمويل التنمية:**
يعد التمويل من أهم الأسس التي يقوم عليها استقرار الاقتصاد لأنه يساعد في الحفاظ على التوازنات المالية الكلية إضافة إلى استمرارية عملية التنمية الاقتصادية، سواء كان التمويل محلي أو أجنبي، حيث جرت العادة في الدول النامية أنها تعتمد على المصادر الخارجية وذلك راجع إلى القصور الشديد والفجوة الكبيرة بين المدخرات المحلية واستثماراتها أو يكون مصدره محلي، وتتنوع هذه المصادر إلى ما يلي:

أ- مدخرات القطاع العائلي: تمثل مدخرات القطاع العائلي في الفرق بين الدخل المتاح وهو الدخل بعد دفع الضرائب الشخصية وبين الإنفاق على أوجه الاستهلاك المختلفة، وتعتبر مدخرات القطاع العائلي أهم مصادر الادخار في الدول النامية مقارنة بالدول المتقدمة، وتأخذ مدخرات القطاع العائلي عدة صورة أهمها:⁹

- ❖ المدخرات التعاقدية (أساط التأمين، المعاشات، حصيلة الصناديق المختلفة... الخ)؛
- ❖ الأصول النقدية الخاصة بالأفراد (الودائع الجارية والأجلة)؛
- ❖ الاستثمار المباشر في اقتناء الأصول الحقيقية مثل الحلي والمجوهرات والأراضي؛
- ❖ سداد الديون ومقابلة التزامات سابقة.

⁵ موسى سعداوي، دور الخصخصة في التنمية الاقتصادية - حالة الجزائر، أطروحة الدكتوراه، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2006م/2007م، ص4.

⁶ ميشيل تودارو، تعريب محمود حسن حسني، محمود حامد محمود، التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، دار المريخ للنشر، الرياض، السعودية 2006 م، ص59.

⁷ حربي موسى عريقات، المصدر مذكور سابقا، ص71.

⁸ صالح صالح، المنهج التنموي البديل في الاقتصاد الإسلامي، دار الفجر، القاهرة، 2006م، ص127.

⁹ سحر عبد الرؤوف سليم، عبير شعبان عبده، قضايا معاصرة في التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، الناشر قسم الاقتصاد كلية التجارة- جامعة الإسكندرية، مصر، 2013م، ص180.

ب- مدخرات قطاع الأعمال: ترتبط ارتباطا وثيقا بالنشاط الاقتصادي، أي كلما زادت أهمية هذا النشاط زادت معه المدخرات والعكس صحيح؛ في الواقع دراسة مدخرات قطاع الأعمال تتطلب التمييز بين مدخرات القطاع الخاص ومدخرات القطاع العام.

ج- مدخرات القطاع الخاص: تتمثل في الأرباح غير الموزعة التي تحتجزها شركات المساهمة فقط دون غيرها من الشركات، أي كلما زاد ما يتحقق للشركات من أرباح زادت مدخراتها وتعتبر مدخرات قطاع الأعمال الخاص أهم مصادر الادخار في الدول المتقدمة.

د- مدخرات القطاع العام: تؤول مباشرة للحكومة أي أن أرباح المشروعات المملوكة تعود لها، وعليه فإن مدخرات هذا القطاع يمكن أن تزداد عن طريق مكافحة الإسراف والضياع الاقتصادي، والعمل على رفع الإنتاجية والعكس إذا ارتفعت تكاليف الإنتاج بسبب انخفاض مستوى الكفاءة الإنتاجية أو تقادم الآلات وتدهور مستوى الإدارة أو غير ذلك، فالنتيجة تكون انكماش الأرباح لا محالة.¹⁰

هـ- الضرائب: تعتبر الضرائب الوسيلة التي يتم بموجبها تمويل جزء من الدخول لدى الأفراد والشركات إلى الحكومة، لأن هذه الضرائب تستخدمها الحكومة لأغراض الإنفاق الجاري وكذلك لأغراض الاستثمار، وأن النوع الثاني من الإنفاق هو الذي يساعد على تحقيق التنمية ويرفع معدل نمو الناتج ونمو تراكم رأس المال.¹¹

و- التمويل بالعجز (التمويل التضخمي): إن مصطلح التمويل بالعجز، أو ما يسمى أحيانا التمويل التضخمي، يشير إلى قيام الحكومة بتوفير التمويل لأغراض الاستثمار، وذلك من خلال طبع النقود من قبل الحكومة أو توسيع الائتمان من قبل البنوك بدون الحاجة إلى وجود ادخار مسبق؛ وتلجأ الحكومة إلى التمويل بالعجز عندما تريد تغطية العجز الحاصل في الموازنة العامة، وذلك من أجل دفع النمو الاقتصادي من خلال الإنفاق الحكومي والذي تغطيه من خلال طبع النقود أو بيع الأوراق المالية التي تصدرها البنوك التجارية، إن هذا النوع من التمويل يجعل الاستثمار يتجاوز الادخار المتاح وبالتالي يولد نوعا من التضخم.¹²

ز- التمويل المصرفي: يقصد به ذلك التمويل الذي يتم عن طريق الجهاز المصرفي المحلي، الذي يعتبر المصدر الأساسي في تمويل التنمية الاقتصادية، فالاحتياجات التمويلية الطويلة والمتوسطة الأجل تحصل عليها المؤسسات والشركات والأفراد عن طريق سوق رأس المال في صورة إصدار سندات وأذون الخزينة وعقود وقروض، بينما الاحتياجات التمويلية قصيرة الأجل من قروض وتسهيلات عن طريق سوق النقد، حيث تقوم المصارف التجارية بأشكالها المختلفة بهذه المهمة (تقديم قروض وتسهيلات قصيرة الأجل) لكن هذا لا يعني أن تستثنى المصارف التجارية من عملية تقديم قروض متوسطة الأجل.¹³

ونظرا إلى تنوع المصادر المالية المحلية التي تمول التنمية الاقتصادية، نتفق على أن التمويل المحلي هو: "كل الموارد المالية المتاحة والتي يمكن توفيرها من مصادر مختلفة

¹⁰ جمعون نوال، دور النظام المصرفي في تمويل التنمية الاقتصادية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم

الاقتصادية جامعة الجزائر، 2004م/2005م، ص 41.

¹¹ مدحت القرشي، التنمية لاقتصادية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2007م، ص 192.

¹² مدحت القرشي، المصدر مذكور سابقا، ص 193.

¹³ جمعون نوال، المصدر مذكور سابقا، ص 43.

لتمويل التنمية الاقتصادية داخل القطر الواحد والتي تهدف في الأخير إلى تحقيق أو الوصول إلى تنمية اقتصادية شاملة، وتعزيز الاستقلالية الاقتصادية للدولة".¹⁴

ثانياً: السياسة المالية

إن السياسة المالية هي مجموعة تدابير حكومية تهدف لرفع أو خفض الطلب الكلي من السلع والخدمات في المجتمع بقصد بلوغ أهداف السياسة العامة للدولة، التي تستخدم فيها آليات خولها لها المشرع، نجد منها التحكم في الضرائب كما ونوعاً، تغيير في قيمة الإنفاق العمومي، وضع إجراءات إضافية كطرح السندات العمومية أو إجراءات على التسهيلات الائتمانية كقروض الاستهلاكية مثلاً.

تعريف السياسة المالية:

لقد اجتهد الاقتصاديون في تقديم مجموعة متنوعة من التعاريف كل حسب توجه لكنها تشترك معظمها في خصائص مشتركة ولذ سوف نقدم تعاريف التالية.

"بينما يعرفها البعض بأنها سياسة استخدام أدوات المالية العامة من برامج الإنفاق والإيرادات العامة لتحريك متغيرات الاقتصاد الكلي مثل الناتج القومي، العمالة، الادخار، الاستثمار، وذلك من أجل تحقيق الآثار المرغوبة وتجنب الآثار غير المرغوبة فيها على كل من الدخل والناتج القومي ومستوى العمالة وغيرها من المتغيرات الاقتصادية".¹⁵

"السياسة التي تتبعها الحكومة في شأن تحصيل الإيرادات العامة التي تغطي النفقات العامة، ولذلك فإن هذه السياسة تشمل المجالات التي تفرض فيها الضرائب المباشرة وغير المباشرة والدرجة التي تفرض بها، فضلاً عن الضرائب المفروضة على الواردات من السلع الأجنبية".¹⁶

"السياسة المالية هي استخدام أنشطة حكومية مالية معينة في تنمية واستقرار الاقتصاد، وهذه الأنشطة هي أدوات السياسة المالية، الضرائب، الإنفاق، إدارة الدين، الميزانية العامة، ويجب أن تتسق وتدمج مع الضوابط النقدية والاقتصادية وضوابط الائتمان".¹⁷

أهداف السياسة المالية:

- ❖ وللسياسة المالية أهداف عديدة يمكن إيجازها كما يلي:¹⁸
- ❖ زيادة الدخل والتكوين الرأسمالي والنمو الاقتصادي أي استغلال الأمل للموارد والإمكانات المتاحة؛
- ❖ تحقيق التوظيف الكامل عن طريق إقامة مشاريع مختلفة من قبل المؤسسات العامة والخاصة ودراسة مدى جدوى حاجة السوق من التخصصات المختلفة في مجالات كثيرة كالمهندس مثلاً؛
- ❖ تحقيق استقرار الأسعار أي التعاون والتنسيق بين السياسة المالية والنقدية في استخدام الأدوات الملائمة لمواجهة التضخم والركود الاقتصادي؛

¹⁴ عبد المطلب عبد الحميد، التمويل المحلي والتنمية المحلية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001م، ص22.

¹⁵ محمود حسين الوادي، زكرياء أحمد عزام، المالية العامة والنظام المالي في الإسلام، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، 2000م، ص182.

¹⁶ حسين عمر، الموسوعة الاقتصادية، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الرابعة، 1992م، ص270.

¹⁷ محمد حلمي الطرابي، أثر السياسة المالية الشرعية في تحقيق التوازن المالي العام في الدولة الحديثة، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، ص8.

¹⁸ حربي محمد موسى عريقات، مبادئ الاقتصاد الكلي، دار البداية، الطبعة الأولى، عمان، 2014م، ص246.

❖ إعادة توزيع الدخل، ويقتضي هنا العدالة الاقتصادية والاجتماعية في استغلال الموارد لينعم جميع المواطنين بالرفاهية الاقتصادية أي استغلال الموارد المتاحة في كافة الأقاليم والمناطق دون استثناء.

3. الاستقرار المالي

يعد الحفاظ على الاستقرار المالي من بين الأهداف الهامة لسياسة العامة للدول خاصة منهم الدول النامية، وذلك لأنه هو جوهر إعداد السياسات الاقتصادية، بل أن مختلف تقارير الهيئات الدولية خاصة المالية منها والنقدية تعتبره من أهم المؤشرات الدالة على صلابة وبيئة اقتصاديات الدول وبقية الوصول التي التعريف الشامل للاستقرار المالي لا بد أن نقوم بتعريف على أهم مبدأ الاستقرار المالي:¹⁹

- أ- الاستقرار المالي كمفهوم واسع: أن يشمل مختلف مكونات النظام المالي كالبنية التحتية، المؤسسات، والأسواق، فتعثر أي مكون واحد سيؤدي إلى زعزعة استقرار النظام ككل، وهذا ما يستدعي إتباع رؤيا نظامية.
- ب- عدم نسيان فعالية أنظمة الدفع: الاستقرار المالي لا يعني فقط أن يحقق التمويل الكافي دوره في تخصيص الموارد والمخاطر، وتعبئة الادخار، وتسهيل تراكم الثروة والتنمية والنمو، ولكن يجب يعني أيضا كفاءة أنظمة الدفع.
- ج- دور انضباط السوق المحلية: مفهوم الاستقرار المالي لا يعني فقط غياب أو عدم حدوث الأزمة المالية الفعلية ولكن أيضا يعني أن يكون النظام المالي قادر على احتواء مثل هذه الاضطرابات، قبل تشكل هذه الأخيرة تهديدا للنظام المالي في حد ذاته أو تنتقل لتمس العمليات الاقتصادية، من خلال التصحيح الذاتي للسوق.
- د- التأثير على الاقتصاد الحقيقي: يجب تحليل الاستقرار المالي تبعا للخسائر المحتملة على الاقتصاد الحقيقي.
- هـ- يجب أن يكون ديناميكي: إن تحليل الاستقرار المالي ظاهرة مستمرة لذا يجب ربط الاستقرار بسكون والجمود.

4. تمويل السياسة المالية

إن الحكومة تقوم بتمويل العجز في الموازنة وفي الإنفاق عن طريق بيع السندات الحكومية (الاقتراض من العامة)، أو من خلال طبع النقود الجديدة أو من خلال الضرائب الجديدة، أو نستخدم جميع ما سبق من الوسائل.²⁰ ولذا نجد التزام أخلاقي اتجاه النظام حيث أن "الدولة مسؤولة عن القيام بعملية التنمية الاقتصادية، كما أنها مسؤولة عن المشاريع الضرورية للمجتمع التي قد يحجم عنها الأفراد إما لكبر حجمها أو عدم خبرتهم بها، كالأشغال المتعلقة بتنمية الثروات الطبيعية".²¹

¹⁹ ذهبي ريمة، الاستقرار المالي النظامي بناء مؤشر تجميعي لنظام المالي الجزائري للفترة 2003/2011، أطروحة دكتوراه، غير منشورة كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة قسنطينة2، 2012/2013، ص17.

²⁰ سعيد سامي الحلاق، محمد محمود العجلوني، النقود والبنوك والمصارف والمركزية، اليازوري، عمان، 2010م، ص276.

²¹ سعد بن حمدان اللحاني، الموازنة العامة في الاقتصاد الإسلامي، جنة: المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، البنك الإسلامي للتنمية، 1997م، ص205، ص ص 203-207.

5. فعالية السياسة المالية

تتميز السياسة المالية باتباع وتنوع مجالات تأثيرها خاصة في الأقطار النامية فيمكن عن طريق هذه السياسة التأثير على:²²

- ❖ حجم الاستثمار بصورة عامة والاستثمار في السلع الرأسمالية بصورة خاصة وذلك عن طريق زيادة الإنفاق الحكومي والإعفاءات أو الامتيازات الضريبية التي تمنح لاستثمارات في مجالات معينة دون غيرها؛
- ❖ مدى وفرة المؤسسات الخدمية التي تزود المواطنين بما يحتاجونه من خدمات مختلفة وبالتالي فإنها تلعب دورا هاما في تحديد مستوى الرفاهة الاقتصادي والاجتماعي في القطر؛
- ❖ مدى وفرة فرص العمل للمواطنين وتأمين حصولهم على الحد الأدنى للدخل يحقق لهم مستوى معيشي مناسب، وذلك عن طريق الاستغلال الأمثل للموارد؛
- ❖ تنوع مصادر الدخل الوطني بتنوع مجالات استثمار الفوائض المالية المتحققة وعدم الاعتماد على مصدر واحد كأساس لدخل الوطني كما هو الحال في الأقطار العربية النفطية والأخرى. وتبقى فعالية السياسة المالية محدودة في ظل "العولمة المالية ونمو السريع في المبدلات المالية الدولية عن طريق زيادة الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وإنشاء أسواق مالية تتدفق فيها الرساميل قصيرة الأجل بين الدول من دون قيود تذكر عليها".²³

ثالثا: الإنفاق العام

1. تعريف الإنفاق العام

"تشمل كافة النفقات التي تقوم بها الدولة، أو المؤسسات العامة، الوطنية والمحلية بغض النظر عن الصفة السيادية أو السلطة الأمرة أو طبيعة الوظيفة التي يصدر عنها الإنفاق في ذلك من مواكبة لتطور دور الدولة وتوسعه".²⁴

"النفقة العامة هي جزء من المال يمكن أن يكون نقديا أو عينيا، تقوم الدولة أو من ينوب عنها، بإخراجه قصد تحقيق نفع عام حقيقي".²⁵

"تعرف النفقة العامة بأنها مبلغ نقدي يقوم بإنفاقه شخص عام بقصد تحقيق منفعة عامة".²⁶

"تلك المبالغ النقدية التي تقوم الدولة بإنفاقها لإشباع الحاجات العامة".²⁷

"الإنفاق الحكومي هو كمية الدولارات التي تنفق على كل المستويات الحكومية لشراء السلع والخدمات، والمدفوعات التحويلية، ومدفوعات الفائدة".²⁸

2. التقسيمات العلمية والاقتصادية للنفقات العامة

يقصد بالتقسيمات العلمية والاقتصادية للنفقات العامة تلك التقسيمات التي تستند إلى معايير علمية تظهر فيها الطبيعة الاقتصادية بوضوح شديد، ومن الطبيعي أن تتعدد تقسيمات الإنفاق

²² حربي محمد موسى عريقات، مبادئ الاقتصاد الكلي، دار البداية، الطبعة الأولى، عمان، 2014م، ص 254.

²³ حسن كريم حمزة، العولمة المالية والنمو الاقتصادي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011م، ص 43.

²⁴ محمد محرز عيسى، اقتصاديات المالية العامة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، 2005م، ص 72.

²⁵ صالح صالح، المنهج التنموي البديل في الاقتصاد الإسلامي، دار الفجر، القاهرة، 2006م، ص 503.

²⁶ سوزي عدلي ناشد، المالية العامة، منشورات الحلبي، بيروت، 2003م، ص 27.

²⁷ محمد شاكر عصفور، أصول الموازنة العامة، دار الميسرة، عمان، 2011م، ص 260.

²⁸ روبرت بارو، الاقتصاد الكلي، دار الفكر، عمان، 2013م، ص 362.

العام، بالنسبة للاقتصاديين، أو من جانب الدولة أو أجهزتها، حيث أن كل تقسيم يستند إلى معيار معين، ومن أهم هذه التقسيمات ما يلي:²⁹

أ- النفقات الحقيقية والنفقات التحويلية؛

ب- التقسيم الوظيفي للإنفاق العام؛

❖ النفقات الاقتصادية.

❖ النفقات الإدارية.

❖ النفقات الاجتماعية.

ج- النفقات العادية والغير عادية؛

د- النفقات المحلية والغير المحلية؛

3. العوامل المؤثرة في الإنفاق العام

تعود أهمية النفقات العامة باعتبارها الوسيلة الأساسية ضمن السياسة التي تستخدمها الدولة في تحقيق الدور الذي تقوم به في الميادين المختلفة، أي أن النفقات العامة ترسم حدود نشاط الدولة الاقتصادي والاجتماعي، لذلك فهي تتسع عندما يزداد دور الدولة في النشاط الاقتصادي وتضيق عندما ينحصر هذا الدور.³⁰

ونجد عدة عوامل تحدد وتوجه الإنفاق العمومي تنطلق من عدة جوانب تبنى على نظرات مختلفة موضحة من خلال الشكل الموالي:

العوامل المؤثرة في الإنفاق



شكل رقم (01): رسم بياني يوضح العوامل المؤثرة في الإنفاق العام
المصدر: بن عزة محمد، المصدر مذكور سابقا، ص23.

4. أسباب نمو النفقات في البلدان النامية

يمكن تحديد أسباب نمو النفقات العامة في البلاد المتخلفة في العناصر التالية³¹

²⁹ تأتي محمد، أثر الإنفاق العام على الاستثمار الخاص، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2010/2009، ص ص 8-9.

³⁰ بن عزة محمد، ترشيد الإنفاق العام بإتباع منهج الانضباط بالأهداف، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2010/2009، ص22.

³¹ سعد أولاد العيد، ترشيد سياسة الإنفاق العام دراسة لظاهرة عجز الموازنة العامة للدولة -حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2013/2012، ص94.

- ❖ التصدي لقضايا التنمية ومواجهة التخلف؛
- ❖ سياسة التمويل بالعجز ودورها في مفاومة العجز الموازني؛
- ❖ التضخم وعلاقته بازدياد النفقات العامة؛
- ❖ خدمة أعباء الديون الخارجية وعلاقتها بالنفقات العامة؛
- ❖ موقع البلدان النامية في البنيان الاقتصادي العالمي؛
- ❖ عدم ترشيد الإنفاق العام.

وفي الأخير نقول أن الإنفاق العام هو أنجع الآليات التي تستخدمها السياسة المالية، خاصة في الدول البترولية، ذلك لأن الضرائب مثلا تكون أكثر نفعا منها في الدول المتقدمة، ذلك لهيكلها المتنوع إضافة إلى الحصيلة المعتبرة، وأكثر من ذلك كله تملك نسيج صناعي وخدمي الضخم، تكون للإجراءات الضريبية أثر البالغ عليه وهذا ما تفتقر له الدول البترولية النامية.

الجانب التطبيقي: عرض مشكلة تزايد نفقات المنشآت العامة وآلية تمويلها في الجزائر

في ظل انهيار أسعار البترول

أولا: عرض الجوانب الإحصائية للمشكلة

تقلبات أسعار البترول

1.

تتغير أسعار البترول دوريا، حيث نجد أنها لا تستقر عند مستوى محدد، رغم توفر الاحتياطات وزيادة القدرة الإنتاجية، لأن هناك مجموعة من العوامل المتداخلة والمتنوعة في كل الجوانب، إما تؤثر على العرض أو على الطلب، وهذا ما يدفع أسعار البترول إلى الارتفاع أو الانخفاض، ويمكن أن ينخفض إلى غاية أن يحدث صدمة بترولية، وعلى العموم شهدت أسعار البترول تطورا ملحوظا، حيث كانت سابقا في مستويات متدنية، تصل أحيانا إلى التساوي مع تكاليف الإنتاج، والجزائر كغيرها من الدول البترولية عانت من تقلبات أسعار البترول، خاصة بعد أزمة 1986 الذي أدخل الاقتصاد الجزائري في دوامة، كان من أهم نتائجها التوجه إلى المديونية الخارجية، ولكن الملاحظ أن إرهصات تلك الفترة تعاود الرجوع مرة ثانية وذلك اعتماد على تدني أسعار البترول.

جدول رقم (01): تطور تقلبات أسعار البترول (1999 - فيفري 2016).

السنوات	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
تطور أسعار البترول (دولار)	17.48	28.60	24.90	25.30	28.94	38.63	54.33	65.40	74.40
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	فيفري 2016
تطور أسعار البترول (دولار)	99.06	61.60	79.90	113.87	110.72	109.10	99.68	52.79	33.84

المصدر: مجلة الأوبك للعدد 2014، وتقارير الأخيرة 2016.

لقد أثرت الظروف الدولية بعد الربيع العربي، خاصة في تدني أسعار البترول إضافة إلى تخلي الولايات المتحدة الأمريكية عن حصتها في الأسواق العالمية، مما أدى إلى تزايد العرض الدولي للبترول، وتعنت بعض دول الأعضاء في الأوبك بعدم تخفيض من الكمية المنتجة خاصة

الدول الخليجية، كل هذه المعطيات دفعت أسعار البترول إلى انهيار مما أُنذر إلى حدوث أزمة لائحة في الأفق، خاصة في الدول النامية التي تمثل المواد الطاقوية من صادراتها السواد الأعظم.

2. تزايد نفقات التجهيز والمشاريع العامة الهادفة لتنمية الاقتصادية

تؤكد الكثير من الدراسات والبحوث العلمية عن وجود رابط أو علاقة إن لم نقل أثر العوائد المالية البترولية على الجانب الاجتماعي، وذلك للدور الذي تلعبه عن طريق توزيعها، أو سياسة الانفاقية في توجيه أو تحديد المتغيرات الاجتماعية وخاصة ما تعلق تحديدا بالاستهلاك والحد من البطالة ولما تملكه البطالة والاستهلاك من أهمية بالغة، نجد فيما يخص السياسة الانفاقية أن الدول المتقدمة تقوم بتقديم إحصائيات دورية، وذلك بغية معرفة مسار التنمية الاقتصادية لأن التنمية ليست حسابات اقتصادية فقط بل أن الجانب الاجتماعي يعتبر من أهم مؤشرات نجاح عملية التنمية الاقتصادية.

الجدول رقم (02): تطور نفقات المشاريع العامة إلى نفقات التجهيز في الجزائر من سنة

2000 إلى 2014

الوحدة: مليون دينار

السنوات	نفقات التجهيز	النفقات على المشاريع العامة	السنوات	نفقات التجهيز	النفقات على المشاريع العامة
2000	290.239	67.744	2008	1.932.040	572.979
2001	415.500	102.727	2009	2.788.434	1.012.836
2002	509.678	128.215	2010	3.337.952	1.727.900
2003	613.724	152.008	2011	2.475.487	921.198
2004	572.657	170.452	2012	2.849.854	1.587.927
2005	543.994	170.746	2013	2.240.159	1.227.042
2006	2.376.868	1.272.021	2014	2.744.317	1.139.648
2007	1.477.667	482.836			

المصدر: اعتمادا على قوانين المالية لسنوات المذكورة

إن المتأمل لتطور أرقام الجدول السابق، خاصة ما تعلق بالنفقات على المنشآت العامة (الاقتصادية، الاجتماعية)، يدرك أن الجزائر تمر بمرحلة جديدة، فيما يخص الأفكار المطبقة في الجانب الاقتصادي فما تعلق بالتنمية الاقتصادية انتهجت نظرية النمو المتوازن لـ"نيركسيه" التي تهدف إلى خلق جبهة عريضة من الاستثمارات الصناعية والفلاحية، الخدمية، أي تطوير جميع القطاعات في آن واحد. أما قضية النمو الاقتصادي فهذهت إلى رفع معدله من خلال تبني سياسة انفاقية تعتمد على الفكر الكينزي، وتجلي هذا في مخطط طويل الأجل تبنته الجزائر في قضية التنمية، حيث قسم إلى ثلاث مراحل أو برامج كئالي، برنامج دعم الإنعاش الاقتصادي (2001-2004)، ثم برنامج التكميلي لدعم النمو (2005-2009)، وفي الأخير برنامج التنمية الخماسي (2010-2014)، الذي يعتبر من أضخم البرامج التنموية تكلفه في الجزائر.

3. خصائص الاقتصاد الجزائري

إن الاقتصاد الجزائري يتميز بعدة خصائص هي في الواقع سلبيات تحسب عليه ليس له خاصة ما تعلق بالموازنة العامة، التنوع الاقتصادي، هيكل ميزان المدفوعات، ارتباط معظم القطاعات وتأثرها بقطاع واحد، التأثير السريع بالأزمات المالية والاقتصادية الدولية وسوف نلخص هذه الخصائص كالتالي:

المحروقات تمثل المصدر الرئيسي للدخل الوطني؛
الدولة المسؤولة عن معظم الخدمات الاجتماعية بأقل من أسعارها الحقيقية؛
هيكل ميزان المدفوعات مختل، حيث تشكل المحروقات أهم المواد المصدرة؛
النفقات العامة في تزايد مستمر والجباية البترولية في تراجع مستمر، عجز مزمّن؛
قابلية القطاع الخاص على تمويل النفقات الاستثمارية من خلال حجم الادخار الكبير؛
تبعية الاقتصاد الجزائري لظروف الاقتصادية العالمية من خلال ارتباطه بتغيرات أسعار البترول.

ثانياً: سندات الخدمات العامة كأحد الآليات لتمويل العجز ودفع التنمية الاقتصادية

إن من أهداف هذه الورقة البحثية هو إيجاد الأدوات المالية المناسبة لتمويل الإنفاق العمومي وليس تحليل أسباب العجز والبحث عن طرق تغطية هذه الفجوة لأن هذا الموضوع يتطلب وقت خاصة ما تعلق بالهيكل العام للموازنة أي رفع الإيرادات العامة.

ومن العوامل التي تدعو لاستقرار الوضع الاقتصادي هو زيادة الإنفاق العام أو المحافظة على مستوى معين، بغية إبقاء أو زيادة الدخل الوطني، وأن أي تذبذب في الإنفاق يؤدي إلى خلل في التوظيف الكامل للموارد الذي ينجر عنه تراجع حجم الإنتاج إضافة إلى ظهور بطالة مزمّنة، ويتم علاج ذلك أساساً عن طريق النشاط الاستثماري الحكومي في المشروعات العامة (الاقتصادية، الاجتماعية)، وبما أن الجزائر تعاني من تدهور مستمر في مداخيلها نتيجة تهاوي أسعار البترول لا بد من إيجاد الحلول السريعة والناجعة بهدف عدم تعطيل التنمية الاقتصادية.

إن نجاح آليات ونماذج السياسات المالية تعتمد بشكل كبير على تفاعل الأطراف المساهمة ومتدخلة في هذه الآليات، وباعتبار دراستنا هذه تتطرق إلى السندات والتي يعرف أن استحقاقها لا يكون بأرباح بل بالفوائد وهذا ما يجعل منها منفرة الإقبال خاصة بين المجتمع الجزائري لهذا عرضنا في دراستنا شهادات أو سندات الخدمات العامة والتي تخلو من الفوائد الربوية بل تشمل خدمات عامة على فترات طويلة.

سندات الخدمات العامة:

لاستهدف الحكومة عند تأديتها الخدمات المختلفة أن تحصل على الربح، بعكس الدور الإنتاجي الذي تقوم به الحكومة عن طريق المؤسسات والهيئات الإنتاجية التي تنشئها، والتي تقوم بإنتاج السلع والخدمات لبيعها للمستهلكين، بغرض الربح وتقسيم الخدمات الحكومية لأغراض التخطيط، إلى أقسام ثلاثة رئيسية حسب طبيعتها وأهدافها.³² لقد سبقتنا العديد من الدول الإسلامية من حيث التعامل بهذه الورقة، ولذلك نجد كثير من الشهادات على سبيل المثال لا الحصر كالتالي:³³

❖ شهادات ودائع استثمار: بيت التمويل الكويتي، البنوك الإسلامية في السودان؛

³² حسين عمر، المصدر المذكور سابقاً، ص193.

³³ رحيم حسين، النقد والسياسة النقدية في إطار الفكرين الإسلامي والغربي، دار المناهج لنشر والتوزيع، عمان، 2006م، ص194.

- ❖ سندات المقارضة: وزارة الأوقاف والمقدسات الإسلامية في الأردن؛
- ❖ شهادات المعاملات الإسلامية: بنك مصر للمعاملات السلامية؛
- ❖ شهادات استثمار البنك الإسلامي للتنمية: وهي مخصصة لتمويل تجارة البنوك؛
- ❖ شهادات المشاركة لأجل محدد: تصدرها البنوك والمؤسسات التمويلية في باكستان؛
- ❖ شهادات صناديق التمويل لهيئة الاستثمار: بنغلاديش؛
- ❖ شهادات القرض الحسن: و عي قصيرة الأجل أصدرتها حكومة ماليزيا.

ولإعطاء أمثلة عن مثل هذه الخدمات:

- ❖ سند خدمة الكهرباء والغاز تصدره سونلغاز ويكون معد على كمية معينة من الكهرباء والغاز إلى أجل مسمى، مثال شراء السند 20.000 دج تحسب فيه 500.000 كيلو واط من الكهرباء تستحق خلال ثلاث سنوات، تمنح لصاحبه نصف استهلاكه للغاز مجانا طول هذه المدة. وتستحق عن طريق الخصم المباشر من فاتورة الزبون.
- ❖ سند لتنقل في وسائل النقل العام (القطار، الترامواي، ميتررو)، مثال يكون مبلغه بـ 7.500 دج يتكون من 120 رحلة في السنة الواحدة. عند كل رحلة تشتطب الخانة المخصصة لذلك.
- ❖ سند النقل البري للمسافرين لقد أنشئت الدولة شركة وطنية لنقل البري للمسافرين تمس معظم أرجاء الوطن ولذلك أيضا نفترض أن الدولة تطرح سندات النقل البري خاصة في الثكنات والجامعات ويكون مثلا مبلغه 4.000 دج لـ 6.000 كلم.
- ❖ سند خدمة المياه تصدره الجزائرية للمياه، يمكن أن يحصل صاحبه على 90.000 لتر من الماء مقابل 5.000 دج.
- ❖ سندات الطريق السريع حيث يستطيع مستخدم هذه الطريق أن يتخلص من الدفع الدوري بأن يحصل على سند سنوي يقدر بـ 17.000 دج أي ستخدم لسنة واحدة فقط.
- غيرها من الخدمات العامة التعليمية الصحية ومن أهم ما يزيد في تداول هذه السندات هي فتح مواقع الكترونية لتداولها، وغيره ووضع ومضات إخبارية في التلفزيون مثلا، مع الاستمرار في الإصدار لي استحقاقات طويلة.
- من أهداف المرجوة من هذه السندات:
- ❖ تغطية النفقات العامة (نفقات المنشآت العامة) بحيث تأثر على الفجوة في الموازنة العامة؛
- ❖ تجنب الاقتصاد الجزائري لتشنجات على الأقل في الأمد القصير؛
- ❖ تحسن وتوجيه عملية التنمية الاقتصادية في الجزائر نحو الأفضل؛
- ❖ تمويل المشروعات الأنية حتى تنضج المشروعات السابقة؛
- ❖ المساهمة في زيادة رأس مال العامل لتلك المؤسسات، وتغطية مصروفاتها.

قضية تداول هذه السندات من الوجهة الشرعي:

سندات الخدمات العامة سندات قابلة لتداول لأنها مبنية على عقد الإجارة فليس فيها شرط القبض من قبل المستأجر الذي يحق له أن يؤجر ما استأجر قبل قبضه، فلا تنطبق هنا أحكام السلم، التي تمنع بيع المسلم فيه قبل قبضه، لأن الإجارة ملك للمنفعة، فهي تملك عند الإجارة ولا يشترط فيها القبض لأن قبض المنفعة يكون باستهلاكها، وقد اتفق الفقهاء على أن للمستأجر أن يؤجر ما استأجره وإن اختلفوا في بعض شروط ذلك، فمنهم من قال بحق المؤجر أن يشترط على المستأجر أن لا يؤجر غيره، والجمهور ذهب على أنه ليس للمؤجر ذلك، لأنه قيد على ملك تام للمستأجر حصل عليه بالعقد، والناس مسلطون على ما يملكون، ومنهم من

اشترط قبض العين المؤجر قبل جواز تأجيرها ثانية، ولكن الجمهور اجمع على عدم اشتراط ذلك³⁴.
الخاتمة

وفي الأخير نشير أنه لا بد أن تقوم المدخرات الخاصة، والمتمثلة في سندات الخدمات العمومية، من خلال تفاعل كل الأطراف وخاصة المكتتبين والمؤسسات العمومية، بدورهم بأكمل وجه خاصة في تمويل المشاريع التنموية، التي تحتاج في الوقت الراهن إلى مصادر تمويل، في ظل التراجع الرهيب للمداخيل وتآكل الاحتياطات المالية.

إن سندات الخدمات العمومية سوف تشكل على الأقل في الوقت الراهن آلية فعالة، في توجيه المدخرات الخاصة من جهة وبناء الثقة بين المدخرين والمؤسسات المالية من جهة ثانية، خاصة بعد قضية الخليفة، لأن الأزمة تتطلب لفكها جهود كل الأطراف الفاعلة في الساحة الاقتصادية.

وبغية الوصول إلى الأهداف المرجوة، يتعين على السلطة المركزية إعطاء حرية أكبر للمؤسسات الاقتصادية العمومية، في البحث عن طرق تمويلها، خاصة مع ما يتماشى مع الدين والعرف، بهدف نجاح هذه الآليات، وتعزيز وتمكين قدرة الأسواق المالية والنقدية في الجزائر، والسعي إلى خلق طرق استثمار إسلامية لامتناسص المدخرات المعطلة وإعادة توجيهها للدورة الاقتصادية.

المراجع والمصادر

- حربي محمد موسى عريقات، التنمية والتخطيط الاقتصادي، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، دار البداية، 2014م، ص63.
- عبد الجبار محمود العبيدي، خرافة التنمية والتنمية البشرية، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2012م، ص23.
- وليد الجبوسي، أسس التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، 2009م، ص09.
- موسى سعداوي، دور الخصوصية في التنمية الاقتصادية - حالة الجزائر، أطروحة الدكتوراه، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2006م/2007م، ص4.
- ميشيل تودارو، تعريب محمود حسن حسني، محمود حامد محمود، التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، دار المريخ للنشر، الرياض، السعودية 2006م، ص59.
- صالح صالح، المنهج التنموي البديل في الاقتصاد الإسلامي، دار الفجر، القاهرة، 2006م، ص127.
- سحر عبد الرؤوف سليم، عبير شعبان عبده، قضايا معاصرة في التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، الناشر قسم الاقتصاد كلية التجارة - جامعة الإسكندرية، مصر، 2013م، ص180.
- معون نوال، دور النظام المصرفي في تمويل التنمية الاقتصادية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر، 2004م/2005م، ص41.
- مدحت القرشي، التنمية لاقتصادية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2007م، ص192.
- عبد المطلب عبد الحميد، التمويل المحلي والتنمية المحلية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001م، ص22.

³⁴ منذر قحف، تمويل العجز في الميزانية العامة لدولة من وجهة نظر إسلامية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، الطبعة الثانية، 2000م، ص40.

- محمود حسين الوادي، زكرياء أحمد عزام، المالية العامة والنظام المالي في الإسلام، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، 2000م، ص182.
- حسين عمر، الموسوعة الاقتصادية، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الرابعة، 1992م، ص270.
- محمد حلمي الطوابي، أثر السياسة المالية الشرعية في تحقيق التوازن المالي العام في الدولة الحديثة، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، ص8.
- حربي محمد موسى عريقات، مبادئ الاقتصاد الكلي، دار البداية، الطبعة الأولى، عمان، 2014م، ص246.
- ذهبي ريمة، الاستقرار المالي النظامي بناء مؤشر تجميعي لنظام المالي الجزائري للفترة 2011/2003، أطروحة دكتورا، غير منشورة كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة قسنطينة2، 2013/2012، ص17.
- سعيد سامي الحلاق، محمد محمود العجلوني، النقود والبنوك والمصارف والمركزية، اليازوري، عمان، 2010م، ص276.
- سعد بن حمدان اللحياني، الموازنة العامة في الاقتصاد الإسلامي، جدة: المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، البنك الإسلامي للتنمية، 1997م، ص 205، ص ص 203-207.
- حربي محمد موسى عريقات، مبادئ الاقتصاد الكلي، دار البداية، الطبعة الأولى، عمان، 2014م، ص 254.
- حسن كريم حمزة، العولمة المالية والنمو الاقتصادي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011م، ص 43.
- محمد مرزوي عباس، اقتصاديات المالية العامة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، 2005م، ص72.
- صالح صالح، المنهج التنموي البديل في الاقتصاد الإسلامي، دار الفجر، القاهرة، 2006م، ص 503.
- سوزي عدلي ناشد، المالية العامة، منشورات الحلبي، بيروت، 2003م، ص27.
- محمد شاكر عصفور، أصول الموازنة العامة، دار الميسرة، عمان، 2011م، ص260.
- روبرت بارو، الاقتصاد الكلي، دار الفكر، عمان، 2013م، ص362.
- تاتي محمد، أثر الإنفاق العام على الاستثمار الخاص، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2010/2009، ص ص 8-9.
- بن عزة محمد، ترشيد الإنفاق العام بإتباع منهج الانضباط بالأهداف، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2010/2009، ص22.
- سعد أولاد العيد، ترشيد سياسة الإنفاق العام دراسة لظاهرة عجز الموازنة العامة للدولة -حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2013/2012، ص94.
- رحيب حسين، النقد والسياسة النقدية في إطار الفكرين الإسلامي والغربي، دار المناهج لنشر والتوزيع، عمان، 2006م، ص194.
- منذر قحف، تمويل العجز في الميزانية العامة لدولة من وجهة نظر إسلامية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، الطبعة الثانية، 2000م، ص 40.

دراسة تقييمية لجاذبية مناخ الاستثمار في الجزائر للاستثمار الأجنبي المباشر

أ.د. بوشنافة الصادق
أ. بن لكحل محمد أمين
جامعة المدية

ملخص:

يركز هذا البحث على دراسة الاستثمار الأجنبي المباشر وتقييم مناخ الاستثمار في الجزائر من خلال المؤشرات الدولية والإقليمية، بالإضافة إلى دراسة أهم المتغيرات الاقتصادية التي تؤثر في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر من خلال نموذج الانحدار الخطي المتعدد، حيث توصلنا من خلال البحث إلى أن الجزائر لم تصبح بعد موقع جذب مهم للاستثمار الأجنبي المباشر سواء من حيث حجم تدفقات الاستثمار الواردة إليها رغم تحسن بعض المتغيرات الاقتصادية بها، أو من حيث وضعية مناخ الاستثمار بها وفقا للمؤشرات الدولية والإقليمية.

الكلمات المفتاحية: الاستثمار الأجنبي المباشر، مناخ الاستثمار، بيئة أداء الأعمال، الاقتصاد الجزائري.

Abstract:

This research focus on foreign direct investment and to check for investment climate in Algeria through using the international and regional index. In addition, this study tries to study the most important economic variables which have an impact in attracting foreign direct investment in Algeria by using the multiple regressions.

This study found that Algeria is not an attractive site for the foreign direct investment due to the lack of investment flows, although the improvement in some economic variables or the status of investment climate according to the international and regional index.

Keywords: foreign direct investment, investment climate, business environment, Algerian economy.

لقد أصبح الاستثمار الأجنبي المباشر مصدرا مهما من مصادر التمويل الدولية لكل دول العالم بعدما كانت القروض الخارجية المصدر الرئيسي في تمويل برامج التنمية في الدول النامية إلى حين انفجار أزمة المديونية الدولية سنة 1982 والتي جعلت المؤسسات المالية المقرضة تعيد النظر في سياساتها الإقراضية وأضفت عليها جملة من الشروط القاسية، الأمر الذي دفع بالدول الراغبة في الاستدانة إلى تغيير نمط وطبيعة مصادر التمويل، وهنا بدأت الدول النامية عامة والجزائر خاصة تبحث عن بدائل لتمويل التنمية الاقتصادية بها حيث اتجهت هذه الدول إلى إزالة القيود المفروضة على هذا النوع من الاستثمار، وفي ظل زيادة المنافسة بين مختلف الدول لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر لاسيما مع بروز ظاهرة العولمة المالية وتراجع دور الدولة في الاقتصاد، أصبحت كل الدول تسعى لتحسين مناخها الاستثماري ليكون أكثر جاذبية للاستثمارات الأجنبية المباشرة من خلال تكثيف أوضاعها الاقتصادية ومنح المزيد من

المزايا والحوافز والضمانات للمستثمر الأجنبي والعمل على تحسين بيئة الأعمال بها لما لهذا النوع من الاستثمارات من مزايا هامة للدول المضيفة أهمها تمويل التنمية الاقتصادية والتخفيف من البطالة والحد من عجز موازين المدفوعات ونقل التكنولوجيا والخبرة الفنية والمعرفية، هذا يقودنا إلى طرح الإشكالية التالية: ما مدى جاذبية مناخ الاستثمار للاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر؟

وللإجابة على هذه الإشكالية نقسم هذا العمل إلى المحاور التالية:

1. ماهية مناخ الاستثمار والاستثمار الأجنبي المباشر.
2. تطور تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة إلى الجزائر.
3. وضعية مناخ الاستثمار في الجزائر وفقاً للمؤشرات الدولية والإقليمية.
4. أثر المتغيرات الاقتصادية على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة إلى الجزائر.

1. ماهية مناخ الاستثمار والاستثمار الأجنبي المباشر.

1-1-1 مدخل لمناخ الاستثمار:

1-1-1-1 تعريف مناخ الاستثمار: يعرف مناخ الاستثمار على أنه مجمل الأوضاع والظروف المكونة للمحيط الذي تتم فيه العملية الاستثمارية، وتأثير تلك الأوضاع والظروف سلباً أو إيجاباً على فرص نجاح المشروعات الاستثمارية وبالتالي على حركة واتجاهات الاستثمارات. كما من شأنه أن يؤثر في اتجاهات تدفق رؤوس الأموال وتوظيفها، فالوضع السياسي للدول ومدى ما يتسم به من استقرار، بتنظيماتها الإدارية، وما تتميز به من فاعلية وكفاءة ونظامها القانوني ومدى وضوحه وثباته وتوازن ما ينطوي عليه من حقوق وأعباء، وسياسات الدول الاقتصادية وإجراءاتها، وطبيعة السوق وآلياته ومكوناته من بنى تحتية وعناصر الإنتاج، وما تتميز به الدول من خصائص جغرافية، وديموغرافية، كلها عوامل تمثل لنا وضعية المناخ الاستثماري لأي دولة¹.

1-1-2 مكونات مناخ الاستثمار: يتكون المناخ الاستثماري من مجموعة من المكونات يمكن اختصارها فيما يلي:

أ) النظام الاقتصادي والبيئي والمؤسسي: فكلما كانت هذه الأنظمة مواتية للاستثمار كلما أدت إلى جذب وزيادة معدلاته، فكلما كان النظام الاقتصادي متجهاً إلى الحرية الاقتصادية وآليات السوق كلما كان جاذباً للاستثمار والعكس صحيح. والأهم أن النظام الاقتصادي يعمل من خلال النظام السياسي، وهذا يرتبط بمدى الاستقرار السياسي فكلما كان النظام السياسي مستقراً كلما كان جاذباً للاستثمار والعكس صحيح. ويرتبط الاستقرار السياسي بالاستقرار الأمني، فكلما كان النظام الأمني مسيطراً على الأمن كلما كان جاذباً للاستثمار والعكس صحيح. بالإضافة إلى النظام البيئي وهو مجموعة القيم والعادات والتقاليد التي يتكون منها المجتمع، فكلما كانت هذه المكونات إيجابية كلما كانت مشجعة وجاذبة للاستثمار وكلما كانت سلبية كلما كانت طاردة له. وأيضاً النظام المؤسسي فكلما كان النظام الإداري يتميز بسلاسة الإجراءات ووضوحها وعدم وجود تعقيدات مكتبية ومعوقات إدارية كلما كان جاذباً للاستثمار والعكس صحيح، وكلما كانت

¹ يتصرف بالاعتماد على:

- عبد المجيد تيماري ومصطفى بن نوي، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم المناخ الاستثماري، الملتقى الدولي: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر، يومي 17 و 18 أبريل 2006، ص 242.

- حربي محمد موسى عريقات، مناخ الاستثمار في الوطن العربي، المؤتمر العلمي الخامس لكلية العلوم الإدارية والمالية (نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية الكترونية)، جامعة فيلادلفيا، الأردن، 4-5 جويلية 2007، ص 8.

الإدارة المختصة بالاستثمار تتميز بالكفاءة الإدارية والتنظيمية كلما كانت جاذبة للاستثمار والعكس صحيح. كما أن توافر نظام معلومات استثمارية يتيح البيانات والمعلومات الاستثمارية للمستثمرين بالصورة التفصيلية المطلوبة وبالدفقة المناسبة وفي الوقت المناسب، كلما أدى ذلك إلى جذب الاستثمار، والعكس صحيح².

(ب) قوانين وتشريعات الاستثمار: وهي عبارة عن القانون الرئيسي للاستثمار في أي دولة من الدول بغض النظر عن مسمياته، بالإضافة إلى مجموعة القوانين والتشريعات المكملة مثل قانون النقد الأجنبي والبنوك، وقانون الضرائب والجمارك، وغيرها من القوانين المؤثرة على قرارات الاستثمار. وقانون الاستثمار والقوانين المكملة غالباً ما تنطوي على مجالات الاستثمار وتنظيم الاستثمار في الداخل والاستثمار في المناطق الحرة، وتحدد مجموعة من الضمانات والمزايا والإعفاءات للاستثمار³.

(ج) السياسة الاقتصادية: وهنا نعني بالدرجة الأولى السياسات الاقتصادية على المستوى الكلي والمتمثلة في السياسة المالية والسياسة النقدية وسياسة التجارة الخارجية، وكلما كانت هذه السياسات مرنة، واضحة، وغير متضاربة الأهداف، تتميز بالكفاءة والفعالية، تتواءم مع التغيرات والتحويلات الاقتصادية على مستوى الاقتصاد الوطني، وعلى مستوى التحويلات العالمية، كلما كانت جاذبةً للاستثمار والعكس صحيح⁴.

2-1. الاستثمار الأجنبي المباشر.

2-1-1. تعريف الاستثمار الأجنبي المباشر: يتمثل الاستثمار الأجنبي المباشر في ممارسة المال الأجنبي لنشاط في بلد آخر، حيث يرافق هذا النوع من الاستثمار انتقال التكنولوجيا والخبرات التقنية إلى البلد المضيف من خلال ممارسته لسيطرة وإشراف مباشرين على النشاط المشروع المعني. وتعرف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) الاستثمار الأجنبي المباشر بأنه تحرير حركات رؤوس الأموال الدولية، حيث أن الاستثمار الأجنبي المباشر هو ذلك الاستثمار القائم من خلال إنشاء أو توسيع مؤسسة، أو المساهمة في مؤسسة جديدة أو قائمة من قبل. أما بالنسبة لصندوق النقد الدولي، فإنه يعتبر أن الاستثمار الأجنبي المباشر عبارة عن حصول كيان اقتصادي في اقتصاد ما على مصلحة دائمة بمؤسسة مقيمة في اقتصاد وطني آخر، وتنطوي هذه المصلحة على وجود علاقة طويلة الأجل بين المستثمر الأجنبي والمؤسسة إضافة إلى تمتع المستثمر الأجنبي بدرجة كبيرة من النفوذ في إدارة المؤسسة. حيث يكون الاستثمار مباشراً حين يمتلك المستثمر الأجنبي نسبة 10% أو أكثر من أسهم رأس مال المشروع ومن عدد الأصوات فيها، وتكون هذه الحصة كافية عادة لإعطاء المستثمر رأياً في إدارة المؤسسة⁵.

² عبد الحميد عبد المطلب، السياسات الاقتصادية على مستوى الاقتصاد القومي (تحليل كلي)، مجموعة النيل العربية، مصر، 2003، ص 192، 193.

³ عبد الحميد عبد المطلب، السياسات الاقتصادية على مستوى الاقتصاد القومي (تحليل كلي)، مرجع سبق ذكره، ص 195، 194.

⁴ نفس المرجع، ص 195، 194.

⁵ يتصرف، بالاعتماد على:

- أميرة حسب الله محمد، الاستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر في البيئة الاقتصادية العربية: دراسة مقارنة (تركيا، كوريا الجنوبية، مصر)، الدار الجامعية، مصر، 2005، ص 19.

- محمد عبد العزيز عبد الله عبد، الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول الإسلامية في ضوء الاقتصاد الإسلامي، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 18.

1-2-2. أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر: تعددت وتباينت أشكال الاستثمارات الأجنبية المباشرة وذلك حسب النوع والأهمية النسبية وحسب الخصائص المميزة لكل شكل، يمكننا أن نذكر أهمها فيما يلي:

(أ) الاستثمار المشترك: يعتبر الاستثمار المشترك بمثابة مشروع يمتلكه أو يشارك فيه طرفان أو أكثر، من دولتين مختلفتين بصفة دائمة، والمشاركة هنا لا تقتصر على حصة رأس المال فقط، بل تمتد أيضا إلى إدارة المشروع، والخبرة وبراعة الاختراع و العلامات التجارية... الخ. ومن خلال هذا المفهوم يمكن القول بأن هذا النوع من الاستثمارات الأجنبية المباشرة ينطوي على الجوانب التالية:

- اتفاق طويل الأجل بين طرفين استثماريين، أحدهما وطني والآخر أجنبي لممارسة نشاط إنتاجي داخل حدود دولة المضيف.

- يمكن للطرف الوطني أن يكون شخصية معنوية تابعة للقطاع العام أو الخاص. وتجدر الإشارة أنه في كل حالة من الحالات السابقة، لا بد أن يكون لكل طرف من أطراف الاستثمار حق المشاركة في إدارة المشروع.⁶

وفي الواقع نجد أن الدول النامية قد لجأت إلى إنشاء هذا النوع من الاستثمارات الأجنبية المباشرة، نظرا لكونه وسيلة مراقبة على الشركة متعددة الجنسيات التي تعمل في إقليمها، حيث لوحظ ميدانيا الخطر الذي قد ينجم عن المستثمر الأجنبي عندما يمتلك أكبر قدر من رأس المال، فمثلا نجد أن الدول الاشتراكية سابقا معظمها ومن بينها الجزائر، تسمح بشكل وحيد من أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر بمساهمة أجنبية لا تتعدى 49 % من قيمة المشروع.⁷

(ب) الاستثمارات المملوكة بالكامل للمستثمر الأجنبي: يعتبر هذا النوع من الاستثمارات الأجنبية المباشرة أكثر تفضيلا من طرف الشركات متعددة الجنسيات، وتجدر الإشارة هنا إلى أن اكتساب الحيازة لا يتحقق إلا بعد الوصول إلى حد حق المراقبة (بلوغ عتبة الملكية)⁸. إن تفضيل الشركات متعددة الجنسيات لهذا النوع من الاستثمارات الأجنبية المباشرة يقابله في الواقع تردد، بل الرفض في بعض الأحيان، من طرف الدول النامية المضيفة، إذ أنها لا تقبل بالترخيص الكامل لملكية المشروع الاستثماري، بسبب خوفها من التبعية الاقتصادية وما يترتب عليها من آثار سياسية على الصعيدين المحلي والدولي، إلى جانب الحذر من احتمالات الوقوع في حالة احتكار الشركات متعددة الجنسيات لأسواقها. إلا أن هناك بعض الدول النامية في شرق آسيا وأمريكا اللاتينية، وحتى في إفريقيا تمنح فرصا للشركات متعددة الجنسيات بالتملك المطلق للمشروع الاستثماري كوسيلة تمكنها من جذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية المباشرة في الكثير من مجالات النشاط الاقتصادي، حيث أن زيادة حدة المنافسة بين الدول

- عبد المجيد قدي، المدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 251.

OCDE, définitions des références détaillées des investissements internationaux, France, -1983, P14.

⁶ عبد السلام أبو قحف، الأشكال والسياسات المختلفة للاستثمارات الأجنبية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 1989، ص 15-16.

⁷ فارس فضيل، الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول النامية، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسير، الجزائر، 1998، ص 29.

⁸ Denis Tersen et Jean Luc Bricaut, L'investissement international, Edition Armand colin, France, 1996, p8.

النامية وحتى الدول المتقدمة لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة أدى بالكثير من حكومات الدول النامية إلى الترخيص للشركات متعددة الجنسيات بالتملك المطلق للمشروعات الاستثمارية كوسيلة لتحفيز تدفق الاستثمارات وجذب المزيد من المستثمرين الأجانب، وهذا بعدما تشابهت الكثير من الدول النامية في طبيعة الامتيازات والتسهيلات التي تقدمها لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر⁹.

(ج) مشروعات أو عمليات التجميع: هذه المشروعات قد تأخذ شكل اتفاقية بين الطرف الأجنبي والطرف الوطني (عام أو خاص)، يتم بموجبها قيام الطرف الأول بتزويد الطرف الثاني بمكونات منتج معين (سيارة مثلا)، لتجميعها لتصبح منتجا نهائيا وفي معظم الأحيان خاصة في الدول النامية، يقدم الطرف الأجنبي الخبرة والمعرفة اللازمة والخاصة بالتصميم الداخلي للمصنع وتدفق العمليات وطرق التخزين والصيانة... الخ. والتجهيزات الرأسمالية في مقابل عائد مادي يُتفق عليه. ونشير هنا أن مشروعات التجميع قد تأخذ شكل الاستثمار المشترك أو شكل الاستثمار المملوك بالكامل لمشروع الاستثمار للطرف الأجنبي¹⁰.

(د) الاستثمار في المناطق الحرة: يهدف هذا النوع من الاستثمار إلى تشجيع إقامة مناطق صناعات تصديرية كون التصدير يدر أرباحا بعملة أجنبية تؤدي إلى زيادة في الدخل وتحسين ميزان المدفوعات بالإضافة إلى مزايا أخرى مثل زيادة فرص عمل محلية ونقل تكنولوجيا حديثة وتدريب وتطوير الإطار الإداري والفنية المحلية¹¹.

2. تقييم مناخ الاستثمار في الجزائر.

بذلت الجزائر مجهودا كبيرا منذ تسعينيات القرن الماضي من أجل إنشاء مناخ استثماري ملائم وبيئة أعمال بسيطة وسهلة، حيث تم إصدار قوانين خاصة بتنظيم الاستثمار، كما قدمت عديد الحوافز و المزايا للمستثمرين الوطنيين والأجانب، بالإضافة إلى تحسن الوضع الأمني و حالة من الاستقرار السياسي، سجلنا أيضا تحسن عديد المتغيرات الاقتصادية الكلية وتطور في حالة البنية الأساسية الاقتصادية والاجتماعية،

1-2. تطور أهم المؤشرات الاقتصادية في الجزائر: ويمكن تقديم نظرة عن تطور أهم المؤشرات الاقتصادية الكلية في الجزائر من خلال الجدول التالي:

⁹ عيد السلام أبو حفص، الأشكال والسياسات المختلفة للاستثمارات الأجنبية، مرجع سبق ذكره، ص22.

¹⁰ نفس المرجع، ص 24، 25.

¹¹ نواف أبو شمالة، الاستثمار الأجنبي والتنمية - حالات دراسية، المعهد العربي للتخطيط، مارس 2014، ص

18.

الجدول رقم (01): تطور أهم المتغيرات الاقتصادية الكلية في الجزائر خلال الفترة (2002-2012).

السنوات	الناتج المحلي الإجمالي (مليار دولار)	السكان (مليون نسمة)	معدل التضخم (%)	الحساب الجاري (مليار دولار)	عجز الموازنة العامة (مليار دولار)	سعر صرف الدينار مقابل الدولار (متوسط الفترة)	الصادرات (مليار دولار)	الدين الخارجي (مليار دولار)	الاحتياطات الدولية (مليار دولار)
2002	56,8	30,9	1,4	8,59	0,132	77,215	18,720	22,571	25,15
2003	67,9	31,4	4,3	5,55	5,67	79,682	24,460	22,642	35,45
2004	85,3	31,9	4	10,19	6,05	77,395	32,220	23,353	45,69
2005	103,2	32,9	1,4	21,18	12,22	73,36	46,330	20,6	59,16
2006	117,02	33,5	2,3	28,92	15,84	73,276	54,740	17,191	81,46
2007	134,9	34,1	3,7	30,631	6,39	69,367	60,590	5,795	114,97
2008	171	34,6	4,9	34,44	14,045	64,57	79,146	5,921	148,09
2009	137,2	35,3	5,7	0,401	-9,816	72,644	45,080	5,687	155,11
2010	161,8	36	3,9	12,2	-2,9	74,403	57,219	5,681	162,2
2011	198,8	36,7	4,5	17,68	-2,4	72,938	72,880	4,405	182,2
2012	209,3	37,5	8,9	12,3	-10,7	77,535	71,622	3,8	190,7

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات:

- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، لسنوات الفترة (2002-2012).
- بنك الجزائر، النشرة الإحصائية الثلاثية، مارس 2013.
- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، الاقتصاد العربي ومستقبله في ضوء المستجدات الإقليمية والدولية، العدد الفصلي الأول، الكويت، مارس 2014.
- بيانات البنك الدولي، من الموقع الإلكتروني: <http://data.worldbank.org>
- بيانات مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD من الموقع الإلكتروني: <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>

x ويمكن ملاحظة من خلال الجدول السابق مدى تحسن المؤشرات الاقتصادية والمالية الكلية في الجزائر خلال الفترة (2002-2012)، ويمكن إجمال أهم هذه التطورات في النقاط التالية:

- ارتفع الناتج المحلي الإجمالي من 56.8 مليار دولار سنة 2002 إلى 209.3 مليار دولار سنة 2012 ويعود هذا التحسن إلى ارتفاع أسعار البترول، وأيضاً إلى برامج التنمية المطبقة خلال الفترة، لتحل الجزائر المرتبة الخامسة عربياً من حيث قيمة الناتج المحلي الإجمالي سنة 2013.¹²
- سجلت هذه الفترة استقرار معدلات التضخم في نسب مقبولة حيث بلغ متوسط الفترة 4.1 % مع توقع استمرارها تحت مستوى 5% سنة 2015 نتيجة لتفعيل دور السياسة النقدية في الاقتصاد.

¹² المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، الاقتصاد العربي ومستقبله في ضوء المستجدات الإقليمية والدولية، مرجع سبق ذكره، ص 06.

● سجلت الموازنة العامة فائضا خلال الفترة (2002-2008)، مقابل تسجيل عجز موازني ابتداء من سنة 2009، حيث تم تسجيل عجز بقيمة -10.22 مليار دولار سنة 2014 مما يدل على التأثير الواضح للإيرادات النفطية على الميزانية العامة، بالإضافة إلى تسجيل زيادة معتبرة في قيمة النفقات العامة التي تعلقت أساسا بالبرنامج الخماسي (2009-2014).

● بالإضافة إلى تحسن مؤشرات الأداء الخارجي، حيث ارتفعت قيمة الصادرات السلعية من 18.720 مليار دولار سنة 2002 إلى 71.622 مليار دولار سنة 2012 بمعدل نمو سنوي متوسط بلغ 17.50% كان أغلبها صادرات نفطية حيث شكلت الإيرادات البترولية سنة 2012 نسبة 65.3% من إجمالي الإيرادات العامة¹³، كما سجل الحساب الجاري فائضا طيلة الفترة، رغم هذا سجلنا انخفاضا لأداء الحسابات الجارية من 16.6 مليار دولار كمتوسط للفترة (2002-2012) إلى -6.8 مليار دولار لسنة 2014¹⁴ ويعود هذا إلى انخفاض قيمة الصادرات حيث سجلنا انخفاض بقيمة 8.5 مليار دولار وارتفاع تكلفة الواردات بقيمة 0.6 مليار دولار بين عامين 2013 و2014. كما سجلنا ارتفاع في احتياطي الصرف الأجنبي خلال هذه الفترة حيث ارتفع من 25.15 مليار دولار سنة 2002 إلى 190.7 مليار دولار سنة 2012، كما انخفضت قيمة الدين الخارجي من 22.5 مليار دولار سنة 2002 إلى 3.8 مليار دولار سنة 2012، وهذا راجع بشكل أساسي إلى ارتفاع أسعار البترول خلال نفس الفترة.

2-2. وضعية الجزائر في أهم المؤشرات الدولية والإقليمية لمناخ الاستثمار: لتقديم صورة واضحة عن حالة المناخ الاستثماري في الجزائر وذلك من خلال أهم المؤشرات الدولية لتقييم جودة البيئة الاستثمارية.

2-2-1. المؤشر العام لسهولة أداء الأعمال: يصدر البنك الدولي منذ سنة 2004 سلسلة تقارير تشمل بيئة أداء الأعمال تهدف إلى توفير أساس موضوعي لفهم طبيعة البيئة الإجرائية لأنشطة الأعمال التجارية لـ 189 دولة من بينها 19 دولة عربية والعمل على تحسينها، حيث يتم قياس اثر عملية وضع اللوائح والإجراءات الحكومية على أنشطة الأعمال التجارية. حيث يقاس مؤشر سهولة أداء الأعمال على أساس متوسط عشر مؤشرات فرعية وهي: بدء المشروع، استخراج تراخيص البناء، الحصول على الكهرباء، تسجيل الممتلكات، الحصول على الائتمان، حماية المستثمرين، دفع الضرائب، التجارة عبر الحدود، إنفاذ العقود وتسوية حالات الإعسار كما هو موضح في الجدول التالي:

¹³ صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد لسنة 2013، ص 388.
¹⁴ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، آفاق الاقتصاد العربي لسنة 2015، العدد الفصلي الأول، الكويت، مارس 2015، ص 14.

الجدول رقم(02): وضعية الجزائر ضمن المؤشر العام لسهولة أداء الأعمال.

التغيير	2015	2014	
7-	154	147	المؤشر العام لسهولة أداء الأعمال
2-	141	139	بدء المشروع
5-	127	122	استخراج تراخيص البناء
3+	147	150	الحصول على الكهرباء
1-	157	156	تسجيل الممتلكات
2-	171	169	الحصول على الائتمان
9-	132	123	حماية المستثمرين
2-	176	174	دفع الضرائب
-	131	131	التجارة عبر الحدود
-	120	120	إنفاذ العقود
3-	97	94	تسوية حالات الإعسار

Source: World Bank group, Le Site web: <http://www.doingbusiness.org>

من خلال الجدول السابق يتضح لنا المرتبة المتأخرة للجزائر ضمن هذا المؤشر، حيث سجلنا تراجعاً بمقدار 7 مراتب كاملة خلال سنة 2015، وهذا يدل على تعقيد الإجراءات الإدارية وتكلفتها والوقت المستغرق لإتمامها من قبل المستثمرين مقارنة بدول أخرى، رغم أن الجزائر قامت بتحديث البنية التحتية لميناء الجزائر العاصمة فيما يخص التجارة عبر الحدود، حيث سجلت الدول العربية نحو 15 تغييراً في بيئة أداء الأعمال منها 12 إجراء سهلت به ممارسة أنشطة الأعمال و 3 إجراءات جعلت بيئة العمل أكثر صعوبة¹⁵. طبقت الجزائر نحو 9 إجراءات في المؤشرات الفرعية للمؤشر العام لسهولة أداء الأعمال خلال الفترة ما بين 2005 و2015 كما هو موضح في الشكل التالي:

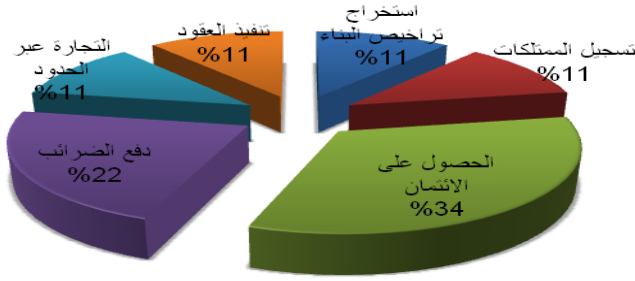
الجدول رقم (03): الإصلاحات المنفذة في الجزائر خلال الفترة (2005-2015).

عدد الإجراءات	المؤشرات الفرعية
1	استخراج تراخيص البناء
1	تسجيل الممتلكات
3	الحصول على الائتمان
2	دفع الضرائب
1	التجارة عبر الحدود
1	تنفيذ العقود

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، بيئة أداء الأعمال في الدول العربية لعام 2015، نشرة ضمان الاستثمار، العدد الرابع، الكويت، 2014، ص10.

¹⁵ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، بيئة أداء الأعمال في الدول العربية لعام 2015، مرجع سبق ذكره، ص 09.

الشكل رقم (01): توزيع الإصلاحات المنفذة في الجزائر خلال الفترة (2005-2015).



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات الجدول رقم (03).

توزعت الإصلاحات البالغ عددها 9 إصلاحات في الجزائر خلال الفترة (2005-2015) حسب طبيعتها ما بين 3 إصلاحات في مؤشر الحصول على الائتمان بنسبة 34% وإصلاحين في مؤشر دفع الضرائب بنسبة 22% بينما كان فيه إصلاح واحد في مؤشرات استخراج تراخيص البناء، تسجيل الممتلكات، التجارة عبر الحدود وتنفيذ العقود، فيما خلت المؤشرات الأخرى من أي إصلاح وهذا غير كاف، حيث لم تمثل هذه الإصلاحات إلا 4.6% من إجمالي الإصلاحات المنفذة في الدول العربية خلال نفس الفترة.

2-2-2. مؤشر الحرية الاقتصادية: هو مؤشر لقياس درجة تدخل الحكومات في الاقتصاد، وتأثير ذلك على الحرية الاقتصادية لأفراد المجتمع، يصدر عن معهد "هيرتاج فاوندیشن" بالتعاون مع صحيفة "ول ستريت جورنال" منذ عام 1995¹⁶. ويستند المؤشر إلى عشرة عوامل وهي:

- السياسة التجارية (معدل التعريف الجمركية ووجود حواجز غير جمركية).
 - وضع الإدارة المالية لموازنة الدولة (الهيكل الضريبي للأفراد والشركات).
 - حجم مساهمة القطاع العام في الاقتصاد.
 - السياسة النقدية (معدل التضخم).
 - تدفق الاستثمارات الخاصة والاستثمار الأجنبي المباشر.
 - وضع القطاع المصرفي والتمويل.
 - مستوى الأجور والأسعار.
 - حقوق الملكية الفكرية.
 - التشريعات والإجراءات الإدارية والبيروقراطية.
 - أنشطة السوق السوداء.
- تمنح هذه المكونات العشرة أوزاناً متساوية، ويحتسب المؤشر بأخذ متوسط هذه المؤشرات الفرعية¹⁷.

دليل المؤشر:

- [1- 1.95] يدل على حرية اقتصادية كاملة؛

¹⁶ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، نشرة ضمان الاستثمار، العدد الفصلي الثالث، الكويت، 2006، ص 18.

¹⁷ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، مناخ الاستثمار في الدول العربية 2004، الكويت، 2004، ص 103.

- [2.95-2] يدل على حرية اقتصادية شبه كاملة؛
 - [3.95-3] يدل على حرية اقتصادية ضعيفة؛
 - [4-5.00] يدل على انعدام الحرية الاقتصادية.
- ويمكن توضيح مكانة الجزائر ضمن هذا مؤشر من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (04): مكانة الجزائر ضمن مؤشر الحرية الاقتصادية خلال الفترة (2010-2015)

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015
نقاط المؤشر	56.90	52.40	51.00	49.60	50.80	48.90
الترتيب عالميا	105	132	140	145	146	157
الترتيب عربيا	13	14	15	14	14	14

Source: The Heritage foundation, **Index of economic freedom**, le site web: www.heritage.org/index

سجلت درجة الحرية الاقتصادية في الجزائر سنة 2015 بـ 48.9 نقطة مئوية وهو رصيد أقل من كل المتوسطات الإقليمية والعالمية، مما جعل الاقتصاد الجزائري في المرتبة 157 من بين 177 دولة والمرتبة ما قبل الأخيرة بين الدول العربية، حيث تراجعت الجزائر في المؤشر بقيمة 1.9 نقطة مئوية مقارنة بسنة 2014، وهذا بسبب انخفاض ملحوظ في حرية الاستثمار وإدارة الإنفاق العام والنقص التحرر من الفساد والحرية النقدية. حيث نلاحظ من الجدول السابق أن الاقتصاد الجزائري كان على مسار تنازلي من الحرية الاقتصادية خلال الفترة الماضية، حيث انه مرتبط بقطاع واحد فقط وهو قطاع الطاقة، بالإضافة إلى نقص الكفاءة التنظيمية وضعف الأسواق المفتوحة، ووجود قيود جمركية وعرقلة القطاع الخاص.

2-2-3. المؤشر المركب للمخاطر القطرية: يصدر شهريا عن مجموعة - Political Risk (PRS) Services - من خلال الدليل الدولي للمخاطر القطرية - International Country Risk Guide (ICRG) - منذ عام 1980، لغرض قياس المخاطر المتعلقة بالاستثمار، ويغطي المؤشر 140 دولة منها 18 دولة عربية. ويتكون المؤشر من ثلاثة مؤشرات فرعية هي: مؤشر تقييم المخاطر السياسية (يشكل 50% من المؤشر المركب)، مؤشر تقييم المخاطر الاقتصادية (يشكل 25%)، مؤشر تقييم المخاطر المالية (يشكل 25%)¹⁸. ويقسم المؤشر المركب للمخاطر القطرية الدول لخمس مجموعات حسب درجة المخاطرة، بحيث كلما ارتفعت درجة المؤشر انخفضت درجة المخاطرة، كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (05): درجات المؤشر المركب للمخاطر القطرية.

التوصيف	درجة المؤشر (نقطة مئوية)
درجة مخاطرة مرتفعة جدا	من صفر إلى 49.5
درجة مخاطرة مرتفعة	من 50 إلى 59.5
درجة مخاطرة معتدلة	من 60 إلى 69.5
درجة مخاطرة منخفضة	من 70 إلى 79.5
درجة مخاطرة منخفضة جدا	من 80 إلى 100

المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، مناخ الاستثمار في الدول العربية 2005، الكويت، 2005، ص 64.

¹⁸ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، مناخ الاستثمار في الدول العربية 2007، الكويت، 2007، ص 97.

فكلما ارتفع المؤشر يعني أن درجة المخاطرة انخفضت، و يمكن تقديم وضعية الجزائر ضمن المؤشر المركب للمخاطر القطرية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (06): وضع الجزائر ضمن المؤشر المركب للمخاطر القطرية.

السنوات	التنقيط (نقطة مئوية)	درجة المخاطرة
2000	54.5	درجة مخاطرة مرتفعة
2001	62.5	درجة مخاطرة معتدلة
2002	61.5	درجة مخاطرة معتدلة
2003	63.75	درجة مخاطرة معتدلة
2004	65.5	درجة مخاطرة معتدلة
2005	76	درجة مخا درجة مخاطرة
2006	77.25	درجة مخاطرة منخفضة
2007	78.25	درجة مخاطرة منخفضة
2008	77.5	درجة مخاطرة منخفضة
2009	76.75	درجة مخاطرة منخفضة
2010	70.75	درجة مخاطرة منخفضة
2011	71.25	درجة مخاطرة منخفضة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، و بيانات PRS Group من الموقع الإلكتروني:

www.Prsgroup.com/ICRG

يمكن القول بأن الجزائر تحسنت في ترتيبها ضمن المؤشر المركب للمخاطر القطرية خلال الفترة الماضية، لكنها بقيت تتراوح بين درجة مخاطرة مرتفعة ومنخفضة وهذا يقودنا إلى القول بان الجزائر قامت فعلا بتحسين مناخها الاستثماري، مما أدى إلى زيادة تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة خلال نفس الفترة.

2-4. مؤشر الشفافية (مؤشر النظرة إلى الفساد): تصدر منظمة الشفافية الدولية مؤشر الشفافية (مؤشر النظرة للفساد) منذ سنة 1995، كمؤشر مركب يعكس درجة محاربة الفساد وتعزيز الشفافية في هذه الممارسات. ويستند المؤشر إلى 14 منتجا ميدانياً قامت به 7 مؤسسات دولية مستقلة ترصد آراء المستثمرين المحليين والأجانب والمتعاملين مع الإدارات الحكومية المعنية والخبراء والمحللين حول الإجراءات المتبعة ودرجة المعانة التي تعترضهم¹⁹.

دليل المؤشر:

- صفر (درجة فساد عالية).
 - 10 (درجة شفافية عالية).
 - ما بين صفر - 10 (مستويات متدرجة من الشفافية - النظرة للفساد).
- والجدول التالي يوضح وضع الجزائر ضمن مؤشر الشفافية خلال الفترة (2004-2014).

¹⁹ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، مناخ الاستثمار في الدول العربية 2001، الكويت، 2001، ص 88.

الجدول رقم (07): وضع الجزائر ضمن مؤشر الشفافية خلال الفترة (2004-2014).

السنوات	200	200	200	200	200	200	200	201	201	201
ت	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3
عدد الدول	146	159	163	179	180	178	180	180	176	177
الرتبة	97	97	84	99	92	111	105	112	105	94
التنقيط	2.7	2.8	3.1	3	3.2	2.8	2.9	2.8	3.4	3.6

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات منظمة الشفافية الدولية، من الموقع الإلكتروني: www.transparency.org

تراوح تنقيط الجزائر ضمن مؤشر الشفافية الدولي خلال الفترة (2004-2014) بين 2.7 و3.6 وهو تنقيط ضعيف يدل على وجود فساد كبير وبيئة استثمارية غير شفافة في الجزائر في هذه الفترة، وحسب تقرير التنافسية لعام 2014-2015 فإن الفساد يعتبر ثاني عقبة من حيث الأهمية في الجزائر بنسبة 13.9% بعد الحصول على التمويل بنسبة 15.1%²⁰.

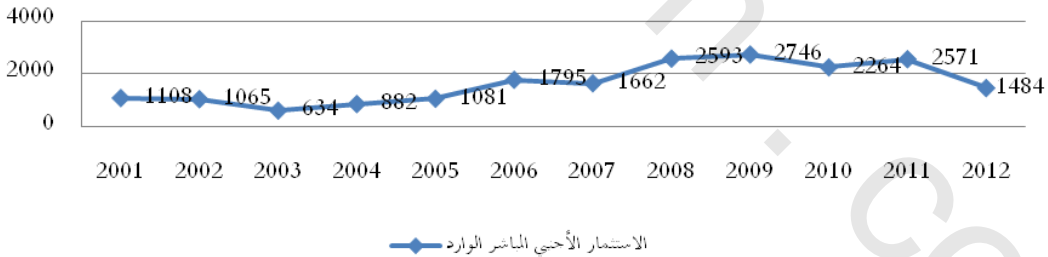
3. تطور حجم الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر.

شهدت الجزائر خلال الفترة الأخيرة ارتفاعا ملحوظا في تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إليها، رغم ذلك تميزت هذه التدفقات بالتذبذب وهذا ما يوضحه الشكلين التاليين:

الشكل رقم (02): تطور تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر خلال الفترة (2001-2012).

الوحدة: مليون دولار.

الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد



المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، الاستثمار الأجنبي في الدول العربية حسب التوزيع الجغرافي والشركات العاملة، العدد الفصلي الثاني، الكويت، جوان 2014، ص14.

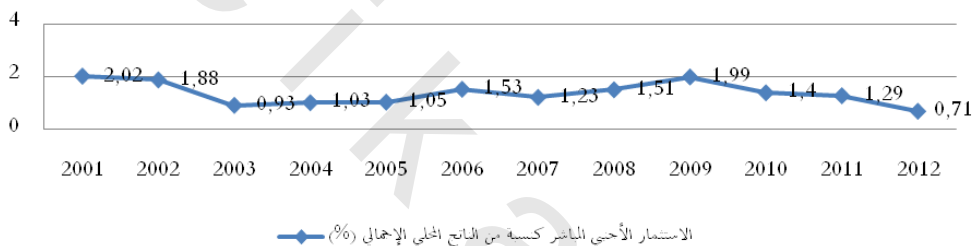
من خلال الشكل السابق نلاحظ تدني مستوى تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر، حيث تطورت تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة (2001-2012) حيث بلغت اعلي

²⁰ World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2014-2015, p106.

مستوى لها سنة 2009 بقيمة 2.746 مليار دولار رغم ما شهده العالم من أزمة مالية حيث زادت بمعدل 5.9% مقارنة بسنة 2008، أيضا نلاحظ أن تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر انخفضت سنة 2012 بمعدل 42.3% مقارنة بسنة 2011 رغم انه في سنة 2012 تمكنت الدول النامية من تجاوز مجموعة الدول المتقدمة في استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة للمرة الأولى على الإطلاق، حيث وصلت إلى 52% من تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر العالمية، إذن رغم الجهود المبذولة من قبل الدولة الجزائرية والذي أثر إيجابيا على هذه تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد إليها، إلا أنها كانت ضئيلة جدا حيث لم تشكل هذه التدفقات خلال الفترة (2001-2012) سوى 3.4% من إجمالي تدفقات الاستثمار الأجنبي إلى الدول العربية و 0.5% من إجمالي تدفقات الاستثمار الأجنبي إلى الدول النامية.

الشكل رقم (03): تطور الاستثمار الأجنبي المباشر كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة (2001-2012).

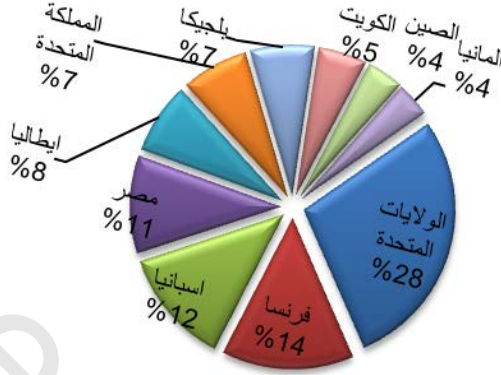
الاستثمار الأجنبي المباشر كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي (%)



المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، الاستثمار الأجنبي في الدول العربية حسب التوزيع الجغرافي والشركات العاملة، مرجع سبق ذكره، ص 14.

تعكس نسبة رصيد الاستثمار الأجنبي المباشر على الناتج المحلي الإجمالي مدى أهمية تدفق هذا الاستثمار في النمو الاقتصادي وبالتالي مدى الأثر الذي يحققه على اقتصاد البلد المضيف، ونلاحظ من الشكل السابق أن هذه النسبة تبقى ضعيفة جداً وأقل من متوسط الدول النامية، مما يدل على أن الاستثمار الأجنبي المباشر مازال لم يساهم بشكل كبير في نمو الاقتصاد الجزائري.

الشكل رقم (04): أكبر عشر دول مستثمرة في الجزائر خلال الفترة (2001-2010).



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، الاستثمار الأجنبي في الدول العربية حسب التوزيع الجغرافي والشركات العاملة، مرجع سبق ذكره، ص14.

نلاحظ أن أكبر دولة مستثمرة في الجزائر هي الولايات المتحدة الأمريكية بقيمة 3.487 مليار دولار خلال الفترة (2001-2010) تلتها فرنسا بقيمة 1.734 مليار دولار، أما أكبر دولة عربية مستثمرة في الجزائر فهي مصر بقيمة 1.308 مليار دولار تلتها الكويت بقيمة 644 مليون دولار خلال نفس الفترة²¹.

4. بناء نموذج قياسي يربط بين المتغيرات الاقتصادية الكلية وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر.

لمعرفة اثر مناخ الاستثمار في الجزائر على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة (2002-2012)، ولأن مناخ الاستثمار يتكون من عديد العناصر المعقدة والمتشابهة، سنحاول تحديد العلاقة بين أهم المتغيرات الاقتصادية الكلية وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر عن طريق الدراسة القياسية، و لتكن متغيرات الدراسة كما يلي:

IDE : الاستثمار الأجنبي المباشر	DB : فائض أو عجز الموازنة العامة
PIB : الناتج المحلي الإجمالي	TC : سعر صرف الدينار مقابل الدولار
P : عدد السكان	DE : الدين الخارجي
TI : معدل التضخم	RI : الاحتياطيات الدولية
BP : الحساب الجاري	X : الصادرات

ولقد تم استخدام النموذج التالي لقياس أثر المتغيرات الاقتصادية الكلية على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر خلال الفترة (2002-2012):

²¹ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، الاستثمار الأجنبي في الدول العربية حسب التوزيع الجغرافي والشركات العاملة، مرجع سبق ذكره، ص14.

$$IDE = a + b_1 PIB + b_2 P + b_3 TI + b_4 BP + b_5 DB + b_6 TC + b_7 DE + b_8 RI + b_9 X$$

حيث قمنا بتطبيق نموذج الانحدار الخطي المتعدد باستخدام برنامج SPSS فتوصلنا إلى النتائج التالية:

Variabes introduites/supprimées^a

Modèle	Variabes introduites	Variabes supprimées	Méthode
1	X, DB, TC, TI, BP, DE, P, RI ^b	.	Entrée

a. Variable dépendante : IDE

b. Tolérance = ,000, limites atteintes.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,985 ^a	,971	,854	,286811

a. Valeurs prédites : (constantes), X, DB, TC, TI, BP, DE, P, RI

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	5,452	8	,682	8,285	,112 ^b
1 Résidu	,165	2	,082		
Total	5,617	10			

a. Variable dépendante : IDE

b. Valeurs prédites : (constantes), X, DB, TC, TI, BP, DE, P, RI

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
(Constante)	14,651	8,991		1,630	,245
P	-,309	,419	-,900	-,736	,538
TI	-,061	,108	-,171	-,562	,631
BP	,055	,070	,803	,782	,516
1 DB	,023	,041	,276	,561	,631
TC	-,094	,077	-,531	-1,216	,348
DE	,128	,105	1,462	1,223	,346
RI	,061	,029	5,015	2,083	,173
X	-,087	,065	-2,334	-1,347	,310

a. Variable dépendante : IDE

Variables exclues^a

Modèle	Bêta dans	t	Sig.	Corrélation partielle	Statistiques de colinéarité
					Tolérance
1 PIB	-13,338 ^b	-1,232	,434	-,776	9,927E-005

a. Variable dépendante : IDE

b. Valeurs prédites dans le modèle : (constantes), X, DB, TC, TI, BP, DE, P, RI

حيث ظهر معامل التحديد بقيمة $R^2=0.97$ بمعنى أن المتغيرات المستقلة (المتغيرات الاقتصادية الكلية) تفسر تغيرات المتغير التابع (تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر) بنسبة 97% وهي قيمة مقبولة جدا تؤكد أن النموذج مقبول، كما توصلنا إلى أن كل المتغيرات الاقتصادية كان لها أثر على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر ما عدا الناتج المحلي الإجمالي فإن هذا العامل ليس له دلالة إحصائية وغير معنوي ولا يمكن قبوله، لتصبح المعادلة كما يلي:

$$IDE=14.651-0.309 P-0.061 TI+0.055 BP+0.023 DB-0.094 TC+0.128 DE+0.061 RI-0.087X$$

حيث توصلت النتائج من خلال النموذج إلى أن العلاقة بين كل المتغيرات المستقلة والمتغير التابع علاقة ضعيفة، وكانت طبيعة هذه العلاقة طردية بين كل من متغيرات الحساب الجاري وعجز الموازنة العامة والدين الخارجي وقيمة الاحتمالات الدولية مع تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر، فمثلا زيادة الحساب الجاري بوحدة واحدة يؤدي إلى زيادة تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر بـ 0.055 وحدة. بينما وجدنا علاقة عكسية بين كل من عدد السكان

ومعدل التضخم وسعر صرف الدينار والصادرات مع تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر أي أنه مثلاً زيادة معدل التضخم بوحدة واحدة يؤدي إلى نقصان تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر بـ 0.061 وحدة.

الخاتمة:

بذلت الجزائر مجهودات معتبرة لتحسين مناخ الاستثمار وبيئة أداء الأعمال، وذلك بهدف تفعيل الاستثمار المحلي والأجنبي، من خلال عديد الإجراءات مست القوانين والتشريعات والهيئات الخاصة بالاستثمار، ولقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

1. على الرغم من التحسن الحاصل في حجم تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر خلال الفترة (2002-2012) مقارنة بالفترات السابقة، إلا أننا وجدنا أن حصيلة تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر ما زالت ضئيلة جداً فهي لم تمثل سوى 3.4% من إجمالي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الدول العربية، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.

2. يعاني مناخ الاستثمار في الجزائر من عدة مشاكل وعراقيل، حيث احتلت الجزائر مراتب متأخرة جداً ضمن المؤشرات الدولية للبيئة الاستثمارية، فلم تقم خلال العقد الأخير سوى بـ 9 إصلاحات على مستوى بيئة أداء الأعمال، وكان تنقيطها ضمن مؤشر الحرية الاقتصادية و مؤشر الشفافية ضعيفاً، حيث سجلنا صعوبات كبيرة في الحصول على التمويل، وان بيئة الاستثمار غير شفافة وتنسم بالفساد والبيروقراطية، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية.

3. تحسنت المؤشرات الاقتصادية والمالية الكلية في الجزائر خلال الفترة (2002-2012) ويعود سبب هذا التحسن إلى الارتفاع الكبير في مداخيل الجباية البترولية، بالإضافة إلى برامج التنمية المطبقة، إلا أن تأثير هذه المتغيرات على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الجزائر كان ضعيفاً، فكان لبعض المتغيرات الاقتصادية تأثير إيجابي ولو أنه كان ضعيف جداً، فيما البعض الآخر كان لها تأثير سلبي على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، وهذا ما ينفي صحة الفرضية الثالثة.

الاقتراحات والتوصيات:

يمكن تقديم بعض التوصيات التي خلصت لها الدراسة بغرض تحسين مناخ الاستثمار في الجزائر وجعله أكثر جاذبية فيما يلي:

1. العمل على تذليل العراقيل ومحاربة ظاهرة الفساد الإداري والمالي، وتسهيل الحصول على التمويل من خلال تفعيل النظام المصرفي وسوق المال بالإضافة إلى زيادة درجة حماية المستثمر الوطني والأجنبي.

2. تفعيل القوانين والأنظمة الخاصة بالاستثمار، وإلغاء أو تعديل بعض القوانين خاصة قاعدة 49-51% وجعلها تخص القطاعات الإستراتيجية فقط.

3. تفعيل دور الوكالة الوطنية لتطوير والاستثمار في تحسين بيئة أداء الأعمال من خلال تسهيل إجراءات الاستثمار خاصة من حيث عددها و تكلفتها والوقت المستغرق لانجازها، بالإضافة إلى تبني مفهوم الحكومة الالكترونية.

4. العمل على منح المستثمر الوطني والأجنبي حرية اقتصادية أكبر، وفتح مجال الاستثمار أكثر أمام القطاع الخاص.

5. مراجعة سياسة ترويج الاستثمار بإحداث هيئات خاصة بترويج الاستثمار تعمل على تعريف المستثمر الأجنبي بفرص وإمكانيات الاستثمار المتاحة في الجزائر خاصة في القطاعات الحساسة كقطاعات الفلاحة والصحة والتعليم...

قائمة المراجع:

- (1) أميرة حسب الله محمد، الاستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر في البيئة الاقتصادية العربية: دراسة مقارنة (تركيا، كوريا الجنوبية، مصر)، الدار الجامعية، مصر، 2005.
- (2) بنك الجزائر، النشرة الإحصائية الثلاثية، مارس 2013.
- (3) حربي محمد موسى عريقات، مناخ الاستثمار في الوطن العربي، المؤتمر العلمي الخامس لكلية العلوم الإدارية والمالية (نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية)، جامعة فيلادلفيا، الأردن، 4-5 جويلية 2007.
- (4) صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد لسنة 2013.
- (5) صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، لسنوات الفترة (2002-2012).
- (6) عبد الحميد عبد المطلب، السياسات الاقتصادية على مستوى الاقتصاد القومي (تحليل كلي)، مجموعة النيل العربية، مصر، 2003.
- (7) عبد السلام أبو قحف، الأشكال والسياسات المختلفة للاستثمارات الأجنبية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 1989.
- (8) عبد المجيد تيمائي ومصطفى بن نوي، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم المناخ الاستثماري، الملتقى الدولي: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر، يومي 17 و 18 أفريل 2006.
- (9) عبد المجيد قدي، المدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- (10) فارس فضيل، الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول النامية، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، 1998.
- (11) محمد عبد العزيز عبد الله عبد، الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول الإسلامية في ضوء الاقتصاد الإسلامي، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
- (12) المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، آفاق الاقتصاد العربي لسنة 2015، العدد الفصلي الأول، الكويت، مارس 2015.
- (13) المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، الاستثمار الأجنبي في الدول العربية حسب التوزيع الجغرافي والشركات العاملة، العدد الفصلي الثاني، الكويت، جوان 2014.
- (14) المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، الاقتصاد العربي ومستقبله في ضوء المستجدات الإقليمية والدولية، العدد الفصلي الأول، الكويت، مارس 2014.
- (15) المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، بيئة أداء الأعمال في الدول العربية لعام 2015، نشرة ضمان الاستثمار، العدد الرابع، الكويت، 2014.
- (16) المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، مناخ الاستثمار في الدول العربية 2004، الكويت، 2004.

- (17) المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، مناخ الاستثمار في الدول العربية 2001، الكويت، 2001.
- (18) المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، مناخ الاستثمار في الدول العربية 2007، الكويت، 2007.
- (19) المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، مناخ الاستثمار في الدول العربية 2005، الكويت، 2005.
- (20) المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، نشرة ضمان الاستثمار، العدد الفصلي الثالث، الكويت، 2006.
- (21) نواف أبو شمالة، الاستثمار الأجنبي والتنمية – حالات دراسية، المعهد العربي للتخطيط، مارس 2014.
- (22) البنك الدولي، من الموقع الإلكتروني: <http://data.worldbank.org>
- (23) منظمة الشفافية الدولية، من الموقع الإلكتروني: www.transparency.org
- (24) مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD من الموقع الإلكتروني: <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>
- 25) Denis Tersen et Jean Luc Bricaut, **L'investissement international**, Edition Armand colin, France, 1996.
- 26) OCDE, **définitions des références détaillées des investissements internationaux**, France, 1983.
- 27) PRS Group, le site web: www.Prsgroup.com/ICRG
- 28) The Heritage foundation, **Index of economic freedom**, le site web: www.heritage.org/index
- 29) World Bank group, Le Site web: <http://www.doingbusiness.org>
- 30) World Economic Forum, **The Global Competitiveness Report 2014-2015**.

التسويق الابتكاري ومقومات نجاحه (تجارب عالمية)

أ. بن زايد سارة
جامعة سكيكدة

المخلص

نظرا للتغيرات المتسارعة التي نشهدها اليوم، فقد أصبح الابتكار خاصة في المجال التسويقي مطلباً حتمياً للبقاء في سوق الأعمال ومواجهة المنافسة، وهو ما تعكسه تجارب غالبية المؤسسات العالمية الرائدة، والتي تحافظ على نجاحاتها لا بل تنميها من خلال مراعاتها لمقومات نجاح التسويق الابتكاري القائم على التجديد، والبساطة في طرح الأفكار والمنافع الملموسة واللاملموسة، بما يشبع حاجات أسواقها المستهدفة.

الكلمات المفتاحية:

التسويق الابتكاري، مقومات التسويق الابتكاري، تجارب عالمية في التسويق الابتكاري.

Abstract:

Given the rapid changes we are witnessing today, innovation in marketing area become a requirement inevitable to stay in the business market, and face competition, which is reflected by the experience of majority of the world's leading institutions, which keeps and develop its successes through the observance of the elements of the marketing innovative success, which based on renewal, and simplicity in offering ideas and tangible benefits and non-tangible ones, in purpose to satisfied their target market need.

key words:

Innovative marketing, innovative elements of marketing, international experiences in innovative marketing.

المقدمة

يعد التسويق الابتكاري من الاتجاهات الحديثة، التي تعبر عن تطور الفكر التسويقي، الذي لم يعد محصوراً بدراسة احتياجات السوق، وصياغة مزيج تسويقي يلبي حاجات ورغبات المستهلك، بل تطور إلى كونه نشاط متكامل يهدف إلى خلق الحاجة، بدفع المستهلك إلى الشعور بأنه لم يكن مدركاً حاجته لمنتج ما، مما يدفعه إلى اقتناء هذا المنتج، مع الشعور بأنه يمتلك قيمة ومنفعة لم يسبق له وان تحصل عليها من قبل، كل هذا يشكل في المجمل أصعب التحديات التي قد تواجهها المؤسسات الناشطة على المستوى المحلي أو الدولي، فرغم حجج البعض بان المستهلك لا يبحث سوى عن المنتج الأقل سعراً، تطرح التطورات المتسارعة التي تشهدها اليوم واقعا معاكسا لهذا الفكر التقليدي، فالمستهلك اليوم أكثر وعياً وإدراكاً لما توفره المؤسسات الرائدة عالمياً، لدى فان حاجاته قد ازدادت وأصبح إرضائه أصعب، لدى لا بد لنا من تسليط الضوء على نشاط التسويق الابتكاري، الذي يعد الورقة الرابحة في ظل انفتاح الأسواق دخلوا منتجات ذات جودة عالية وبصيف مبتكرة ومتجددة، قد

تهدد مع الوقت المنتج المحلي، ما لم يتم تبني التسويق الابتكاري كمدخل للتجديد والتغيير، الذي فرضته البيئة المحيطة بالمؤسسة.

بناء على ما سبق نتضح معالم اشكاليتنا التي تتمحور حول التسويق الابتكاري كوجه جديد للتسويق، والمقومات الواجب توفيرها لتفعيل دور هذا النشاط في المؤسسة، مع التطرق لبعض التجارب العالمية التي تعكس الوجه الجديد للتسويق الخلاق والمتجدد.

إشكالية البحث:

وعليه يمكننا طرح الإشكالي الآتي:

✓ كيف يمكن للمؤسسة أن تنجح في تطبيق التسويق الابتكاري، وهل يكن الاستفادة من تجارب الشركات الرائدة في هذا المجال؟

انطلاقا من إشكالية الدراسة يمكننا طرح الفرضية الآتية:

فرضية البحث:

بناء على ذلك يمكننا طرح الفرضية الرئيسية التالية:

✓ النجاح في تطبيق التسويق الابتكاري يتطلب توفير بيئة تنظيمية، وموارد بشرية ذات خبرة واسعة في هذا المجال، مع الاستفادة من تجارب الشركات الرائدة في هذا المجال دون أخذها كنماذج نظرا لعدم تماثل البيئة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق النتائج التالية:

- ✓ التوصل إلى ضبط المفاهيم النظرية المتعلقة بالتسويق الابتكاري ومقومات تطبيقه.
- ✓ التعرض إلى بعض تجارب الشركات الرائدة في مجال التسويق الابتكاري، للاستفادة منها.
- ✓ تحديد نقاط القوة التي ركزت عليها كبريات الشركات الابتكارية لتحقيق الأهداف التي تعدت ما كانت تتوقعه.
- ✓ استنتاج أهم المقومات التي يفترض توفيرها، حتى يحقق نشاط التسويق الابتكاري النتائج المتوقعة.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية البحث في كونه يعالج احد المفاهيم المعاصرة، وهي التوجه الابتكاري على مستوى التسويق، وما يتطلبه من توفير بيئة تنظيمية، موارد مادية، مالية، وبشرية في المستوى، مع الاستفادة من تجارب الشركات الرائدة في مجال نشاط المؤسسة، واستنباط الأفكار المتميزة والغير مألوفة، من ما تم اختبار مدى فعاليته، في جذب المستهلك، وتحقيق نتائج تفوق ما خطط له

الإطار العام للبحث:

لمعالجة مختلف جوانب البحث، فقد قمنا بتقسيمه إلى ثلاث أجزاء وهي:

- الدراسات السابقة وأدبيات الدراسة.

- تجارب دولية في التسويق الابتكاري.

أولا: الدراسات السابقة:

يعتبر التسويق الابتكاري من المواضيع الحديثة التي تشهد اجتهادات واسعة النطاق لضبط مفهومه، ويشهد تطبيقه تطورا مستمرا في الأفكار الموظفة والتي تتميز بكونها خلاقية، متجددة، ومتميزة ، ومن بين الدراسات التي تناولت موضوع التسويق الابتكاري ومقومات تطبيقه نجد :

1. دراسة نعيم حافظ أبو جمعة، بعنوان ظواهر تسويقية غير صحية في الوطن العربي، الملتقى العربي الثاني حول التسويق في الوطن العربي الفرص و التحديات، قطر، 2003. سعت هذه الدراسة إلى تحليل أسباب انتشار مجموعة من الظواهر التسويقية الغير صحية، كالخداع والشائعات التسويقية، ودورها في زعزت مكانة المؤسسات المستهدفة في إطار المنافسة، حيث تطرق الباحث إلى دور إهمال الابتكار التسويقي على مستوى الوطن العربي، في نقشي هذه الظواهر، وكنتيجة عامة لما توصل إليه فيما يخص الابتكار التسويقي والظواهر التسويقية الغير صحية، فقد اعتبر الباحث أن إهمال الابتكار التسويقي يعد عنصرا مساعدا على نقشي ظواهر الغش والخداع التسويقي .

الإ أن تحليله فيما يخص عنصر الابتكار التسويقي والذي يعد محور دراستنا كان محدودا، ولم يشمل ما أهم مطلب من مطالب تطبيق التسويق الابتكاري وهو عامل الثقة، فالابتكار التسويقي هو عملية تقديم منفعة تتجاوز ما كان يتوقعه المستهلك، وتزيد من ثقته بالعلامة، مما قد يقلل بشكل كبير على تأثير الشائعات وأساليب الخداع التسويقية على سمعة ومكانة المؤسسة المستهدفة في السوق، ويعزز من ثقة جمهورها المستهدف بكل ما تقدمه من أشكال المنفعة.

ثانيا. أدبيات الدراسة

يرتبط مصطلح الابتكار بالمعرفة العملية، فقد يكون ابتكار وسيلة إنتاج جديدة، أسلوب أو طريقة جديدة في الإنتاج، التوصل إلى إيجاد سلعة أو خدمة جديدة، اكتشاف قنوات توزيع، أو أساليب تسعيرية وترويجية جديدة و متميزة.

وعليه فالتوصل إلى ضبط مفهوم التسويق الابتكاري لكونه موضوع دراستنا، يتطلب منا التطرق أولا إلى مفهومي التسويق و الابتكار، كونهما الأصل لهذا الفرع .

أ. مفهوم التسويق:

تعددت التعاريف التي تتناول مصطلح التسويق، كل حسب وجهة نظره غير أن الأصل في مصطلح التسويق واحد من الناحية اللغوية، في حين تختلف تعريفاته اصطلاحا.

1. التسويق لغة:

كلمة تسويق هي ترجمة للكلمة الانجليزية (Marketing) والمشتقة من الكلمة اللاتينية (Mercatus) والتي تعني السوق، وأيضا كلمة Mercari والتي تعني المتجر أو المحل الذي يقوم بعمليات البيع والشراء.¹ من خلال هذا التعريف نستنتج أن مصطلح التسويق اشتمق من المكان الذي كانت تمارس على مستواه عملية البيع والشراء.

2. التسويق اصطلاحا:

لقد تعددت التعاريف المتعلقة بالتسويق، فهناك من عرفه على أنه :
التعريف الأول: " جميع الخطوات أو الأنشطة اللازمة لوضع السلع الملموسة في أيدي المستهلكين ".² في حين عرفته الجمعية الأمريكية للتسويق بأنه :

¹ محمد أمين السيد علي، أسس التسويق، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2000، ص 24.

² محمد جاسم الصميدعي، رشاد محمد يوسف الساعد، إدارة التسويق (التحليل، التخطيط، الرقابة)، الطبعة الثانية، دار المناهج للنشر والتوزيع عمان الأردن، 2007، ص 16.

التعريف الثاني: يعرف التسويق على انه عملية "تخطيط وتنفيذ عمليات تطوير، تسعير، ترويج، وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات، بغية تكوين عمليات التبادل التي تحقق أهداف الأفراد والمنشآت"³.

من الملاحظ أن التعريفين السابقين قد حصرا مجمل ما يقدمه النشاط التسويقي في السلع المادية، ففي التعريف الأول، تم إهمال الخدمات على الرغم من كونها شكل من أشكال المنتجات الغير ملموسة. كما حصر التعريف الثاني نتائج النشاط التسويقي في ثلاث أصناف من المنتجات، في حين أن التسويق قد تعداها ليشمل الأماكن والأشخاص، إضافة إلى أن التعريفين قد حصرا أنشطة التسويق في صياغة وتنفيذ عناصر المزيج التسويقي بينما التسويق اشمل من ذلك.

من خلال ما سبق يمكننا القول أن التسويق يعبر عن مجمل الجهود المبذولة بهدف تحليل وتلبية احتياجات الأسواق المستهدف، من خلال تقديم منفعة في شكل منتج (سلعة، خدمة، فكرة، أماكن، أشخاص...)، مع صياغة وتنفيذ باقي السياسات التسويقية الكاملة للمزيج التسويقي من تسعير توزيع، وترويج، مع الحرص على تحقيق أهداف، غايات ورسالة المؤسسة في نفس الوقت.

ب. الابتكار

انطلاقا من عبارة نظرا إلى أن مصطلح الابتكار غالبا ما يرتبط بالمجال التكنولوجي، فمن الناحية التسويقية لتبرز اجتهادات الباحثين لضبط هذا المصطلح الذي اعتبره البعض على انه عملية تحسين أداء المنتج، بهدف تقديم منفعة جديدة أو محسنة⁴ و نظرا لتداخله مع بعض المصطلحات العلمية، كالإبداع والتغيير، والاختراع، يمكن عرض بعض التعاريف التي فصلت مفهوم الابتكار كعملية خلق أفكار جديدة بصورة جزئية أو كلية، ومن بين التعاريف التي جاءت في هذا الصدد نجد:

التعريف الأول: يعتبر الابتكار من المفاهيم القديمة والتي تم تناولها من قبل المفكرين والفلاسفة العرب من بينهم ابن سينا، والذي اعتبر الابتكار كل عملية تسعى إلى تحصيل المعرفة، من خلال توظيف الحواس، كما عرفه على انه الاستشراق الذي هو نور يسלט على المجهول لمعرفة حقيقته وتوسيع الإدراك وإثارة الفكر.⁵

التعريف الثاني: يعرف الابتكار على انه الإبداع، الذي يعكس مدى جاهزية واستعدادية الفرد لاستكشاف وتجربة ما هو جديد.⁶

لقد ركز هذين التعريفين على المفهوم العام للابتكار، بالتركيز على الجانب الاستكشافي للابتكار، لإزالة الغموض وتشجيع الفرد على البحث وتطوير الواقع.

³ نظام موسى سويدان، شفيق إبراهيم حداد، التسويق مفاهيم معاصرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009، ص 25.

⁴ L'Innovation à la portée de la TPE, CRTA (centre de ressources de techniques avancées, Labellisé pole d'innovation technologique Certifié ISO 9001, 2010, P3.

⁵ أزهر عزيز العبيدي، أدوات التعلم التنظيمي ودورها في تبني مهارات التسويق الابتكاري (دراسة استطلاعية لأراء عينة من مدراء أقسام الشركة العامة للاسمنت، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، ص 159. من موقع:

<http://www.uokufa.edu.iq/journals/index.php/ghjec/article/view/1782/163026-02-2015> à 8:40

⁶ بشير العلق، قاموس الإدارة الكبير، مكتبة لبنان ناشرون صانع، لبنان، ص 176.

التعريف الثالث: يعرف الابتكار على انه عملية اكتشاف واستغلال فرص تتعلق بطرح منتج جديد سلعة كانت أو خدمة، كنتيجة للتطور التقني في الإنتاج، أو التغيير في الطلب السوقي، أو مزيج من الاثنين معا.⁷

إضافة إلى ما جاءت به التعاريف السابقة، فقد أشار هذا التعريف إلى دور التطور التقني والتكنولوجي، في تشجيع البحث والتطوير، والحث على الابتكار لتلبية ما يحتاجه السوق المستهدف.

مما سبق يمكن القول أن الابتكار عبارة عن عملية طرح أفكار جديدة، هدفة التحسين فيما هو موجود أو الإتيان بما لم يسبق طرحه في الأسواق مسبقاً، اعتماداً على التكنولوجيا المتطورة في الإنتاج، مما يدعم المركز التنافسي للمؤسسة ويتيح أمامها فرصة خلق ما يسمى بالمحيطات الزرقاء الخالية من المنافسة، ليسحب المؤسسة من المحيطات الحمراء الدامية بالمنافسة، فتكون المؤسسة بذلك هي السبابة لعرض ما يأخذ من المنافسين وقتاً للالتحاق بركبها الابتكاري.

ج. التسويق الابتكاري

إن ضبط مفهوم التسويق الابتكاري يضعنا في مواجهة اتجاهين، أحدهما يقوم على اجتهادات الباحثين والمفكرين في هذا المجال، بينما تم استنباط تعاريف التسويق الابتكاري انطلاقاً من الواقع العملي والممارسة الفعلية والخبرة المكتسبة، ويعتبر هذا الأخير من أكثر التعاريف التي تعكس الواقع، ومن بينها :⁸

التعريف الأول: يعرف التسويق الابتكاري من وجهة نظر Alice Blondel على انه كل نشاط يعرض حلاً في شكل سلعة أو خدمة جديدة تماماً، لم توجد من قبل، والقدرة على خلق سوق جديد، كمثال Nespresso، التي عملت على خلق أسلوب جديد لاستهلاك القهوة، وبالتالي خلقت مجال أعمال جديد.

لقد ركز هذا التعريف على اعتبار التسويق الابتكاري كل نشاط يخلق منتجاً من العدم، مهماً الشكل الثاني من التسويق الابتكاري الذي يقوم على تحسين جزئي في المنتج أو تعديل في كيفية استخدامه والذي يعتبر ابتكاراً تراكمياً أو جزئياً .

التعريف الثاني: من وجهة نظر Christian BARBARAY المدير العام لمؤسسة INIT يعرف التسويق الابتكاري على انه: عرض شيء واقعي (بعدي)، لم يتم عرضه مسبقاً (قبلاً)، والذي يجيب على حاجات فعلية (حالياً).

لقد سلط هذا التعريف الضوء على العامل الزمني لتوضيح مفهوم التسويق الابتكاري، باعتباره توقع مسبق لاحتياجات المستهلكين وتجسيد ما لم يتم عرضه مسبقاً في السوق.

التعريف الثالث: من وجهة نظر Jean –Félix وBiosse Duplan مدير الاتصالات بمؤسسة Essilor يعتبر التسويق الابتكاري، القرار الذي يقوم على عدم تقليد ما هو موجود، مع عدم سؤال المستهلكين عما يتوقعونه، بل خلق ما لم يفكر فيه السوق بعد، بالنظر إلى السوق من زاوية أهملها المنافسون.

⁷ Jean Fagerberg and others, The Oxford Handbook of innovation, Oxford university press, new York, 2004, P88.

⁸ <http://nuitdumarketing.adetem.org/category/linnovation-marketing-vue-par/> le 1_9_2014 à 18:43.

تناول هذا التعريف عنصر الحاجة الكامنة والتي لم يبيح بها المستهلك بعد، اي أن التسويق الابتكاري هو سباق على الحاجات التي لم تشبع بعد.

بناء على ماسبق نستنتج أن التسويق الابتكاري يعد شكلا حديثا للنشاط التسويقي، وإذا أمعنا النظر نجده وليد الأزمان والأوضاع الحرجة التي قد تمر بها المؤسسة خلال نشاطها بالسوق، فالتسويق الابتكاري يعد سبيلا لتحويل التهديد إلى فرصة مما يقلب موازين اللعبة التسويقية، فهو يعطيك البدائل المتميزة، والتي بإمكانها أن تخرجك من وضعك الحرج إلى كونك منافسا جديدا ذو ميزة تنافسية يصعب تقليدها.

د: مقومات نجاح التسويق الابتكاري

إن التحدي الأكبر فيما يخص ممارسة التسويق الابتكاري يكمن في غياب ما يسمى الأمتلية في الابتكار والتي تقوم على التفوق لأطول فترة ممكنة على المنافسين، فمن السهل تقليد الغير، لكن الأصعب هو الحصول على التفوق الدائم في ظل تزايد كل من وتيرة المنافسة والتطور التكنولوجي، ليبقى التحدي الأهم هو كيف يمكن لرجال التسويق أن يحققوا الابتكار الجذري، فنحن لسنا بصدد سرد قصة جديدة للمستهلك، بل نحن بصدد التأثير على الأشخاص الذين يرفضون التغيير وتقبل ما هو جديد.⁹

وحتى تنجح المؤسسة من ممارسة الابتكار عليها أن تدرك أن التسويق الابتكاري في حقيقة الأمر يضم عدة نقاط رئيسية، يمكن من خلال تطبيقها النجاح في ممارسة الابتكار كمنهج جديد للاداء، ينطلق من تبني الابتكار كثقافة قبل أن يكون ممارسة، ويمكن حصر هذه المقومات في النقاط الآتية¹⁰:

1. أن الابتكار لا يعني التعقيد في خصائص المنتج، بل يجب أن يكون تقديم منفعة في قالب جديد، غير معهود وبشكل ابسط، وقل تعقيدا، أي إن يكون المنتج المبتكر من السهل الممتنع، بمعنى أن يكون سهل الاستعمال، صعب التقليد إلى فترة زمنية معتبرة.
2. لا يجب أن يقتصر التطوير والابتكار على المنتج في شكله الجوهرى وإنما يمكن أن يمتد إلى بقية عناصر المزيج التسويقي.
3. من الضروري أن يتميز التسويق الابتكاري بصعوبة التقليد، فكلما صعبت مجارات المؤسسة الابتكارية في طرح ما هو أفضل، أو بمعنى آخر كلما تطلب القيام بذلك وقتا طويلا من قبل المنافسين تمكنت المؤسسة من جني ثمار هذا الابتكار لفترة طويلة وتمتعت بميزة تنافسية.
4. يعتبر الابتكار عملية مستمرة لذلك فعلى المؤسسات أن تقوم بكل ما من شأنه أن يحقق استمرارية واستدامة هذه العملية.
5. كون المورد البشري رأسمال جد مهم، باعتباره مصدرا للإبداع والابتكار سواء تمثل في الإدارة أو الموظفين في المؤسسة.
6. يركز نجاح المنتج المبتكر بمدى قدرته على مواجه مشاكل المستهلكين بعرض منتجات تشكل حولا وأفكارا لم يتم حتى التفكير بها من قبل المستهلك أو المنافسين بعد.

⁹http://www.adlittle.com/fileadmin/editorial/microsite/innovex2012/InnoEx2012_No-Industry_arab.pdf 6 22:27 le 3_9_2014.

¹⁰الطاهر لحرش ومحمد براق، الاتجاهات الحديثة والابتكار التسويقي في مجال الخدمة المصرفية دروس النجاح والفشل، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، ص7. من موقع:

www.elbassair.net/.../maktaba/.../séminaire/.../15.PDF ، بتاريخ 2015-05-22،

بتوقيت: 19:15.

7. من المهم تحليل البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة، لتتمكن هذه الأخيرة من اكتشاف الفرص غير المستغلة في السوق المستهدف.
8. من المهم جداً أن يقوم المسؤولون بصفة عامة ومسؤولوا عن التسويق بصفة خاص، بتنمية وتطوير اليقظة التنافسية ورصد كل التغيرات التي تحدث في محيط المؤسسة مما يمكن من الاستجابة لهذه التغيرات في الوقت المناسب.
9. يتطلب التسويق الابتكاري الاستعداد للمخاطرة، ففي حال اكتشاف فرصة نادرة يمكن أن لا تتكرر، وكان بالإمكان استغلالها لكونها تتوافق ونقاط قوة المؤسسة، كان من الواجب استغلالها وعدم التردد، شرط توظيفها بشكل ابتكاري متميز يصعب تقليده.
10. من المهم التأكد من أن كل الظروف مواتية، والحرص على توجيه جميع وسائل الترويج للسوق المستهدف، فالابتكار دون وسيلة اتصال فاعلة يعد خطأ تسويقي قد يكلف المؤسسة خسارة كبيرة.

بالإضافة إلى ما سبق ذكر ليفينسون بعض مقومات التسويق الابتكاري والتي تشمل:¹¹

1. يقوم التسويق الابتكاري على أساس المرونة في اتخاذ القرار للتأقلم مع تغيرات البيئة.
2. ضرورة التنسيق والتكامل مع بقية الوظائف بالمؤسسة عوض التنافس.
3. من المهم تسليط الضوء على عدد العلاقات الجديدة التي يكتسبها المسوق، وتقديم تحفيزات تشجع هذا الأخير على الإبداع في مجال عمله.
4. تركيز الاهتمام على العملاء الحاليين وزيادة التعامل معهم، ففقدانهم يعد خسارة وتكلفة إضافية للبحث عن وكسب عملاء جدد.
5. العمل على التوجه إلى قطاعات سوقية تتوافق مع إمكانيات وأهداف المؤسسة ككل، مما يسمح لها في طرح خدمات و سلع وأفكار متجددة وذات طابع ابتكاري.
6. كسب ثقة الفرد بدلاً من محاولة البيع فقط.
7. الالتزام بمبادئ الجهود الترويجية الابتكارية، وعدم إعطاء المستهلك وعوداً قد تفوق قدرات المؤسسة، مما قد يزعزع ثقة مستهلكيها بما تقدمه.
8. دمج الأساليب التسويقية الابتكارية في مختلف مراحل إنتاج وتقديم المنتج للسوق.
9. وضع معيار للجودة و التركيز على منتج واحد فقط بدلاً من تشتيت الجهد والانتباه على أكثر من منتج.

المحور الثاني: تجارب عالمية في التسويق الابتكاري

إن التسويق الابتكار هو التسويق القائم على تحويل التهديد إلى فرصة، ومعالجة نقاط الضعف للتحويل إلى نقاط قوة، كما يمكن تعريفه على أنه كل نشاط يمثل محيطات زرقاء خالية من المنافسة، من خلال الانفراد والتميز في أسلوب الإنتاج والعرض، أو أسلوب التسعير، التوزيع والترويج، كل هذه الصور هي أوجه للفكر التسويقي ذو الطابع الابتكاري، الذي يرفض الانقياد خلف ما يعرضه المنافسون، وما يطلبه المستهلكون، فهو يخلق الحاجة، ويدفع الفرد إلى الوعي بأهمية ما يقدم في السوق، لدى فإن أغلب المؤسسات العالمية قد سلكت هذا الاتجاه، فالتسارع التكنولوجي والانفتاح الذي تشهده الأسواق اليوم، قد قلل من دورة حياة المنتجات، ومنه عمر المؤسسات التي لم تستطع اللحاق بركب هذا التغيير.

¹¹ <http://www.arageek.com/2013/01/04/guerrilla-marketing.html> 9:49le 09-10-2015

ولتوضيح مدى تأثير التوجه الابتكاري في مجال التسويق على المؤسسات التي تطبقه من المهم تسليط الضوء على بعض هذه التجارب التي يمكن الاستفادة منها، لاستنتاج مقومات تطبيق التسويق الابتكاري. ومن بين التجارب العالمية التي عكست المفهوم الصحيح للتسويق الابتكاري نجد:¹²

أولاً: تجربة مؤسسة جيليت

تعد تجربة كينج كامب جيليت صاحب ومؤسس جيليت أشهر ماكينة حلاقة بالعالم من التجارب العلمية الناجحة والتي تستحق الوقوف عندها، حين قام مؤسسها والذي كان رجل مبيعات بطرح فكرة تطوير شفرة الحلاقة من خلال ابتكار ماكينة حلاقة يمكن تغيير شفرتها بسهولة، إضافة إلى وضع شفرتين متتابعتين في شفرة ماكينة الحلاقة، وبهذه الطريقة قدم للمستهلك منتجبتكر، بشفرات حادة، رفيعة، رخيصة، صغيرة، قابلة للتركيب على ماكينات الحلاقة، لتتأسس بذلك الشركة الأمريكية للحلاقة الآمنة سنة 1901 والتي غير اسمها في العام التالي إلى جيليت. ليتم بعدها توزيع ماكينات الحلاقة بالمجان، أو بأسعار مخفضة، حتى يستعملها الناس، ثم يشترون شفرات جديدة لها بعدما تلى الأولى المجانية، وكان من ضمن زبائن هداياها المجانية الجيش الأمريكي، وبهذا تكون جيليت خلقت سوق عملاقة، جعلت المستهلك عاجز عن التخلي عن هذا المنتج الذي يصعب الحصول على بديل له .

ثانياً: تجربة مؤسسة كيت كات

ارتبط نجاح شكولاطة كيت كات في السوق الياباني، بطبيعة هذا الشعب الذي يميل إلى التغيير، والذي يصعب إقناعه من خلال أساليب تقليدية كالدعايات والإعلانات التلفزيونية، فكان التحدي الذي تواجهه شركة كيت كات، هو كيف تغزو السوق الياباني، لدى فمن المهم دراسة قصة نجاح شكولاطة كيت كات في السوق اليابانية، علماً أن بدايتها كانت في إنجلترا سنة 1935، ما جعل انتقالها إلى قارة آسيا يصنف من التجارب التسويقية الابتكارية الأكثر جاذبية، والسبب في ذلك يعزى إلى نجاح الخطة التسويقية إلى ارتباط اسم العلامة بمصطلح ياباني كيتو كاتسو" أو ما معناه جالبة للحظ، حيث عمدت الفنادق آنذاك إلى تقديم ألواح الشكولاطة كهدايا لطلاب الجامعة في توكيو والذين سيجتازون الاختبارات للالتحاق بالجامعات، لتترسخ فكرة إن هذه الشكولاطة جالبة للحظ، كما ساهمت الإعلانات التي قدمها المسوقون في قالب خيالي ضم طلاب وأساتذة مع قالب الشكولاطة الجالبة للحظ لتلقى هذه العلامة إقبالا كبيرا من قبل الطلبة وأمهاتهم، ولم تتوقف جهود النشاط التسويقي الابتكاري هنا بل دعمت بطرح أدواق جديدة للشكولاطة لم توجد من قبل في السوق الياباني، كنعكهة الشاي الأخضر، الليمون أو التفاح، لتحصى إعداد النكهات الخاصة بكيت كات بـ18 نكهة، نظرا إلى أن دراسات السوق التي قامت بها عن لشعب الياباني بينت بأنه شعب حيوي ويجب التغيير والتنوع والاختلاف والتميز.¹³

ثالثاً: تجربة مؤسسة برغر كينغ

من بين أشكال الابتكار نجد ما قامت به سلسلة محلات برغر كينغ سنة 2006، من خلال تقديم قيمة مضافة، ساهمت في قفزة نوعية في معدل أرباحها قدرت بـ41%، من خلال حملة

le09-10-¹² http://creativemarketingeg.blogspot.com/2013/02/blog-post_11.html#more

2015 à 9 :25.

¹³ رؤوف شبايك، التسويق للجمع-تبسيط شيق لاهم جوانب التسويق-، 2009، ص70.

ترويجية ابتكارية ، ببيع ثلاث ألعاب اكس بوكس بخصيصة ملك البرجر ، بسعر تنافسي 4 دولار مقارنة بمتوسط سعر أي لعبة ب 40 إلى 60 دولار ، مع وجبة اقتصادية يقدمها صاحب مطعم البرجر ليساهم هذا العرض التسويقي ببيع 3,2 مليون نسخة ، وكخلاصة لهذه التجربة يمكننا استنتاج مدى أهمية الابتكار في خلق وتقديم قيمة مضافة ، فرغم انخفاض تكلفتها ، إلا أنها تضيف للمنتج ميزة ، تعظم منفعة في أذهان مستهلكيه ، وتدعم المركز التنافسي للمنتج في وجه منافسيه.¹⁴

رابعاً: تجربة مؤسسة أوكلي

ما قامت به مؤسسة أوكلي عموماً ومسئول التسويق بشكل خاص ، إذ حول الحدث الإعلامي إلى فرصة لتسويق نظارات المؤسسة ، حيث ارتبطت قصة نجاحها بحدث انهيار منجم النحاس على عماله في أكتوبر 2010 أين تم إنقاذ 33 عامل كانوا محاصرين لمدة 69 يوم ، لتقوم مؤسسة أوكلي بتقديم مجموعة نظارات ماركة أوكلي لتحمي الضحايا من أي التهابات جراء تعرضهم لأشعة الشمس بعد أن عاشوا مدة زمنية طويلة في الظلام ، حيث كلفة هذه الفرصة التسويقية النادرة المؤسسة ما يقارب 6000 دولار أمريكي ، ليظهر الفكر التسويقي الابتكاري في استغلال المسوقين لحظة خروج العمال من المنجم ، أين كانت كل كاميرات القنوات العالمية تقوم بتصوير الحدث ، و كان ملايين المشاهدين في أنحاء العالم يتابعون الحدث ، ليشاهد الجميع لحظة خروج العمال مرتدين نظارات شمس أوكلي ، فكانت النتيجة تحقيق المؤسسة لأرباح قدرت بملايين الدولارات جراء العينات المجانية التي تم تقديمها خلال الحدث.

خامساً: تجربة مؤسسة كوكاكولا

في جانفي 2010 قامت شركة كوكاكولا بإطلاق فيديو يدعى Happiness Machine ، حيث يعرض هذا الأخير آلة توزيع المياه الغازية ، ومنتجات أخرى ، ليتم تصوير الفيلم في جامعة سانت جونز في كوينز بنيويورك باستخدام 5 كاميرات مخفية ، لتكون ردة فعل الطلاب عفوية ، ليحظى بعدها هذا الفيلم بشعبية كبيرة عندما طرح على يوتيوب ، كما حصد جائزة CLIO Gold Interactive Award ، وبعد رؤية النتائج الممتازة لهذا الفيديو ، قررت شركة كوكاكولا متابعة الحملة التسويقية من خلال إطلاق عدة فيديوهات لها نفس الطابع.¹⁵

سادساً: تجربة مؤسسة الصمغ Loctite's Super Glue

قامت المؤسسة بتطبيق أسلوب ابتكاري فريد من نوعه ، من خلال عرض فيديو مميز لشركة الصمغ Loctite's Super Glue 3 ، تم فيه لصق قطعة نقود معدنة بالأرض باستخدام منتجها لتثبت مدى فعالية منتجها ، إذ يكمن الابتكار في هذا الأسلوب الترويجي في أن المؤسسة قد اكتسبت ميزة تنافسية ، وعرضت تحدي أمام المؤسسات المنافسة في نفس مجال نشاطها ، كما أنها جعلت المستهلك يتأكد بنفسه من قدرة المنتج على تحقيق ما هو متوقع منه.¹⁶

الفرع الثاني: عرض استنتاجات وتوصيات الدراسة

من خلال دراستنا المتعلقة بموضوع التسويق الابتكاري ومقومات تطبيقه ، استطعنا أن نكون فكرة ملائمة ، كما استطعنا أن نصل إلى إجابة عن إشكالتنا الرئيسية والتي تركز على

¹⁴ رؤوف شبليك، التسويق للجمع-تبسيط شيق لاهم جوانب التسويق-، 2009، ص70.

¹⁵ <http://www.arageek.com/2013/01/04/guerrilla-marketing.html> 9:49le 09-10-2015

¹⁶ Ibid.

مقومات تطبيق التسويق الابتكاري، وهل بالإمكان إسقاط تجارب الشركات الرائدة في هذا المجال.

ومن خلال تحديد وضبط المفاهيم الرئيسية لموضوع بحثنا توصلنا إلى جملة من الاستنتاجات التي تؤكد في مضمونها صحة الفرضية الرئيسية، ونذكر بعض هذه الاستنتاجات :

1. التسويق الابتكاري لا يعني الترويج أو الإعلان الابتكاري، فهذا الأخير هو جزء من الجهود التسويقية الابتكارية.

2. تطبيق الابتكار في مجال التسويق لا يعني الإتيان بما هو معقد ويصعب على المستهلك استيعابه، أو الاستعانة بأطراف خارجية لاستخدامه، بل الابتكار التسويقي هو تطبيق مبدأ الصعب الممتنع.

3. كلما تطلب تقليد الفكرة المبتكر تسويقيا مدة أطول، كلما انعكس هذا إيجابا على أداء المؤسسة المبتكرة.

4. التسويق الابتكاري ليس مجرد منتج جديد ومميز بل هو أشمل من ذلك، هو أسلوب تسعير جذاب وغير مألوف، أو آلية ترويج خلاق، أو أسلوب توزيعي أقل تكلفة وأكثر إتاحة للمستهلك.

5. يمكن الاستفادة من نجاحات المؤسسات الرائدة في مجال التسويق الابتكاري والأخذ بها كتجارب لا كنماذج، نظرا إلى عدم تماثل البيئة التي تتواجد بها المؤسسة.

6. تعكس تجارب الشركات الرائدة التي تم التطرق إليها فكرة، أو الابتكار هو البساطة والتفرد في الطرح لا التعقيد وتداخل كما يراه البعض.

7. معظم الأفكار الابتكارية العالمية التي تمت الإشارة إليها، تجتمع في نقطة واحدة، وهي أن الابتكار يأتي من التفكير من منطلق كون المبتكر مستهلكا، لتخلق بذلك منفعة تتوافق مع حاجة المستهلك الفعلية، أي أن المستهلك هو الانطلاقة والهدف المرجو تحقيق وإشباع رغباته.

ومن بين التوصيات التي يمكن تقديمها:

1. أول مطلب لنجاح التسويق الابتكاري في المؤسسة خاصة الجزائرية، يكمن في ضرورة توفير قنوات تواصل وتبادل معرفي بين الجامعات والمؤسسات الاقتصادية، مما يسمح بخلق الوعي الكافي بضرورة تبني التسويق الابتكاري، لكون هذا الأخير نشاطا أساسيا لا كماليا كما يعتقد البعض.

2. من المهم ان يتم الضبط الصحيح لمفهوم التسويق الابتكاري، وتوفير مقومات ممارسته، بهدف تحويل الفكرة إلى ممارسات على ارض الواقع.

3. ينبغي توزيع اهتمام المؤسسة بالتوازي على جميع عناصر المزيج التسويقي الابتكاري، مع العمل على توسعة وتفعيل قنوات اتصالها، وفتح مجال اكبر لعمالها للاستفادة من عروضها الابتكارية.

4. على المؤسسات باختلاف طبيعة أنشطتها أن تستفيد من تجارب المؤسسات الرائدة في مجال التسويق الابتكاري لا يعني التطبيق الحرفي لتجاربه، بل الأخذ بأفكار تتلاءم مع طبيعة البيئة التي تتواجد بها المؤسسة. لتحديد الحجم الأمثل للنقدية من الأفضل استخدام النماذج الرياضية، التي تحافظ على السيولة وتحقق الربحية للمؤسسة.

5. ضرورة نشر الوعي بأهمية مفهوم التسويق الابتكاري لا أن يبقى حبرا على ورق، في حين أن بإمكان كل مؤسسة مهما اختلف مجال نشاطها أو إمكاناتها من أن تحقق ميزة تنافسية تنقلها من مجال المنافسة المحلية إلى مجال المنافسة الدولية.

في الأخير يمكننا القول انه رغم تعدد مقومات تطبيق التسويق الابتكاري إلا أن المطلوب الأساسي يتمثل في ضرورة نشر الوعي خاصة على مستوى البيئة الداخلية للمؤسسة بأهمية تطبيق التسويق الابتكاري، بأسلوب جديد، خلاق، بسيط، وصعب التقليد، انطلاقاً من التفكير من وجهة نظر المستهلك، ليكون هذا الأخير منطلق الجهود الابتكارية والهدف المرجو بلوغه.

قائمة المراجع: الكتب باللغة العربية:

1. بشير العلاق، قاموس الإدارة الكبير، مكتبة لبنان ناشرون صائغ، لبنان، ص 176.
2. محمد أمين السيد علي، أسس التسويق، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2000، ص 24.
3. محمد جاسم الصميدعي، رشاد محمد يوسف الساعد، إدارة التسويق (التحليل، التخطيط، الرقابة)، الطبعة الثانية، دار المناهج للنشر والتوزيع عمان الأردن، 2007، ص 16.
4. نظام موسى سويدان، شفيق إبراهيم حداد، التسويق مفاهيم معاصرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009، ص 25.

المقالات العلمية:

1. أزهر عزيز العبيدي، أدوات التعلم التنظيمي ودورها في تبني مهارات التسويق الابتكاري (دراسة استطلاعية لأراء عينة من مدراء أقسام الشركة العامة للاسمنت، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، ص 159. من موقع:

<http://www.uokufa.edu.iq/journals/index.php/ghjec/article/view/1782/1>

630. بتاريخ: 26-02-2015، على الساعة: 8:40.

2. الطاهر لحرش ومحمد براق، الاتجاهات الحديثة والابتكار التسويقي في مجال الخدمة المصرفية دروس النجاح والفشل، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، ص 7. من موقع: www.elbassair.net/.../maktaba/.../séminaire/.../15.PDF ، بتاريخ 22-05-2015، بتوقيت: 15:19.

المراجع باللغة الاجنبية:

1. Jean Fagerberg and others, The Oxford Handbook of innovation, Oxford university press, new York, 2004, P88.
2. L'Innovation à la portée de la TPE, CRTA (centre de ressources de techniques avancées, Labellisé pole d'innovation technologique Certifié ISO 9001, 2010, P3.

المواقع الالكترونية:

1. http://nuitdumarketing.adetem.org/category/linnovation-marketing-vue-par/le_1_9_2014 à 18:43.
2. http://www.adlittle.com/fileadmin/editorial/microsite/innovex2012/InnoEx2012_No-Industry_arab.pdf 6 22:27 le 3_9_2014.
3. http://creativemarketingeg.blogspot.com/2013/02/blog-post_11.html#more le 09-10-2015 à 9 :25.
4. <http://www.arageek.com/2013/01/04/guerrilla-marketing.html> le 09-10-2015 à 9:49.

التأمين التكافلي كبديل لتعزيز الصناعة التأمينية

أ. طارق محمد بن غيث
كلية الدراسات التجارية
الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب الكويت

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على التأمين التكافلي، الذي أصبح ضرورة ملحة خاصة بعد نجاح تجارب بعض الأسواق العربية والإسلامية، فهو يقدم منتجات تأمينية بديلة لما هو موجود للشعوب التي تعيش وفق أحكام الشريعة الإسلامية، فالتأمين التجاري لم يستطع استقطاب شريحة المجتمع الإسلامي لشبهه التعامل وفق الصيغ التي لا تتوافق مع الأحكام الشرعية، وبالتالي ففرصة قيام تأمين تكافلي كبيرة ما توفرت الظروف المناسبة لتعزيز هذه الصناعة الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: التأمين التكافلي، الصناعة التأمينية، التأمين التجاري، المنتجات الإسلامية.

Summary:

The aim of this paper to highlight one aspect of Islamic Economics and goal of Takaful insurance, which has become an urgent need, especially after the success of the experiences of some Arab markets and Islamic, it offers products Islamist alternative to what is for the people who live in accordance with the provisions of Islamic law, insurance be allocated trade could not attract a broad spectrum of Islamic society compromised deal according to formulas that do not comply with the legal provisions, and therefore the chance of a large Takaful insurance, given the appropriate conditions to promote the insurance industry

Key words: Takaful insurance, commercial insurance, insurance industry, Islamic product

تمهيد:

إن حاجة المجتمعات الإسلامية إلى اقتصاد قوي ملحة خاصة مع تداخل حركية الاقتصاد وانفتاح التعاملات وتطور العقود، فأصبح من الصعب تجنب كثير من الشبهات في مختلف التعاملات الاقتصادية، فظهر ما يعرف بالاقتصاد الإسلامي وذلك من خلال إسقاط الأحكام الشرعية على الاقتصاد التقليدي، مبتدأ بظهور البنوك الإسلامية التي ابتعدت على شبهات الربا وغيرها من التعاملات المشبوهة شرعاً، وهذا باجتهاد فقهاء الدين في ذلك ومع تطور نشاط هذه البنوك أصبح إلزاماً النظر في الجوانب الأخرى للاقتصاد الإسلامي وأهمها التأمين والذي يعد ضرورياً لإقامة اقتصاد إسلامي متكامل، فالتأمين التجاري لم يراعي أحكام الشريعة الإسلامية حيث شوهدت عقودها بالغرر والربا، فلم يستطع إقناع شريحة المجتمع الإسلامي بمنتجاته، وذلك لعدم توافقها مع الأحكام الشرعية.

يعد التأمين التكافلي حديث العهد، لكنه سريع النمو لتجاوبه مع متطلبات المجتمع الإسلامي المتعطل لهذه التعاملات التي تؤمنه وتحفزه وتدمجه في النشاط الاقتصادي، فهو يقدم منتجات

إسلامية بديلة لما هو مقدم من طرف التأمين التجاري، لذلك ففرصة قيام تأمين تكافلي كبيرة ما توفرت الظروف المناسبة لذلك.

وسنحاول من خلال هذه الورقة البحثية إبراز المفاهيم الأساسية المتعلقة بالتأمين، وكذلك التطرق إلى التأمين التكافلي كمدخل موجز، بالإضافة إلى إظهار الفروقات الجوهرية بين التأمين التكافلي والتأمين التجاري، مختتمين بحثنا بتبيان الدوافع التشجيعية لصناعة التأمين التكافلي، محاولين بذلك الإجابة على الإشكالية التالية: **إلى أي مدى يمكن الاعتماد على التأمين التكافلي كبديل لتعزيز الصناعة التأمينية؟**

وبغرض الإجابة على هذه الإشكالية، قمنا بتقسيم البحث إلى المحاور الرئيسية التالية:

المحور الأول: مفاهيم أساسية حول التأمين.

المحور الثاني: مدخل موجز إلى التأمين التكافلي.

المحور الثالث: الفروقات الأساسية بين التأمين التكافلي والتأمين التجاري.

المحور الرابع: الدوافع التشجيعية لصناعة التأمين التكافلي.

أولاً: مفاهيم أساسية حول التأمين

1- تعريف التأمين

لغة¹:

بالبحث في معاني **أمن** نجد لها معنيين، أحدهما الأمانة التي هي ضد الخيانة ومعناها سكون القلب، والثاني التصديق وهذان المعنيان متقاربان.

ومن أبرز مشتقات هذا الأصل:

- الأمن و الأمان و الأمانة: ضد الخوف.
- الأمانة: ضد الخيانة.
- الإيمان: ضد الكفر و هو التصديق.
- الأمان: إعطاء الأمانة أي الأمن.

اصطلاحاً:

أما تعريف التأمين اصطلاحاً فيظهر لنا مفهومان أساسيان وهما نظام التأمين وعقد التأمين.

- **تعريف التأمين كتنظيم:** يمكن تعريفه على انه " تعاون منظم تنظيمياً دقيقاً بين عدد كبير من المعرضين لنوع من الخطر، حتى إذا وقع على بعضهم كانوا جميعاً متعاونين على تحمله بتضحية قليلة من كل منهم هي قسط التأمين"²، كذلك يمكن أن يعرفه البعض على انه " وسيلة اجتماعية يشترك فيها جمع كبير من الناس بنظام مساهمة عادل يتحقق فيه تخفيف أو إزالة أنواع من المخاطر أو الأضرار الاقتصادية بين أفرادهم"³.
- **تعريف التأمين كعقد:** " هو عقد يلتزم المؤمن بمقتضاه بان يؤدي إلى المؤمن له أو المستفيد الذي اشترط التأمين لصالحه، مبلغاً من المال أو إيراداً مرتباً، أو أي عوض مالي آخر حالة وقوع الحدث أو تحقيق الخطر المبين بالعقد نظير قسط أو أي دفعة مالية يؤديها المؤمن له إلى المؤمن"⁴، نستطيع القول أن التأمين عقد يجمع بين طرفين المؤمن والمؤمن له من خلال شروط محددة والتزامات واجبة الأداء متمثلة في مبالغ مالية تدفع بشكل منظم ومحدد وهذا كله من اجل تفادي أضرار قد تقع عند حدوث الخطر في المستقبل.

– أركان عقد التأمين

لعقد التأمين عدة أركان يمكن توضيحها كالتالي⁵:

- المؤمن: وهي مؤسسة تجارية في الغالب تقوم على أساس إدارة متخصصة.
- المؤمن له: و هو الشخص أو المؤسسة التي ترغب في تجنب أخطار مستقبلية.
- قسط التأمين: هي المبالغ المالية المدفوعة من طرف المؤمن له، مقابل تحمله على تعويض في حالة وقوع الخطر.
- مبلغ التأمين: وهو مبلغ التعويض للمؤمن عند حدوث الخطر.
- الخطر المؤمن ضده: وهو الحدث الاحتمالي الذي يؤدي وقوعه إلى تعريض الأشخاص أو الممتلكات إلى خسائر.

3 – خصائص عقد التأمين

- يمكننا تلخيص بعض الخصائص الأساسية لعقد التأمين وذلك من خلال النقاط التالية⁶:
- يعتبر عقد التأمين من عقود المبادلات المالية، حيث نجد أن أقساط التأمين تدفع من طرف المؤمن له إلى شركة التأمين ليحصل على تعويض أو مبلغ التأمين عند حدوث الخطر.
- كذلك يعتبر عقد التأمين من العقود الاحتمالية والذي يتوقف على حدوث الخطر أو عدم وقوعه والى تاريخ وقوعه و كذلك مدى الضرر المترتب عليه.

4- أقسام التأمين

ينقسم التأمين من حيث الجهة المنظمة إلى ثلاثة أنواع وهي كالتالي:

4-1- التأمين الحكومي⁷

حيث نجد أن التأمين الحكومي يختلف عن غيره من أنواع التأمين الأخرى فهو يهتم ببرامج التقاعد والضمان الاجتماعي وغيرها من برامج الحماية الاجتماعية، فهو يعمل على النهوض بحاجات لا يغطيها التأمين الخاص فهو مميز عن غيره ويمكن إيضاح ذلك من خلال النقاط التالية:

- إلزامية الاشتراك في البرامج بقوة القانون للأطراف التي ينطبق عليها الأوصاف التي يحددها القانون، فموظفو الحكومة يشتركون جميعهم بدون استثناء في معاشات التقاعد وهم ملتزمون بذلك.
- يحصل المشاركون في التأمين الاجتماعي على التعويض بمجرد دفع الاشتراكات المطلوبة دون الحاجة إلى إثبات عوزة أو حاجته المالية.
- يعتبر القانون هو المحدد للتعويضات دون استناده إلى اتفاقيات فردية بين المؤمن و المستامن.
- يشرف عليه هيئة تابعة للحكومة.
- إن الهدف منه في الغالب تغطية المكاراه التالية: الموت، الإصابات المقعدة عن العمل، المرض، الشيخوخة، تعويضات البطالة والتقاعد.... الخ.

4-2- التأمين التجاري

وهو أقدم أنواع التأمين في العالم، والأكثر انتشارا بين التجار وبين مختلف الأطراف الاقتصادية المتعاملة فيما بينها وذلك نظرا لسهولة التعامل به، وهو اختياري وليس إجباري والغاية منه تحقيق الربح وزيادة الثروة وهذا بالنسبة للشركة المؤمنة، ولحماية تجنب الخطر

وتقليل الخسائر وهذا بالنسبة إلى المؤمن له وذلك بعد دفع أقساط التأمين بشكل منظم ومحدد مسبقاً، وهو يضم ثلاثة أصناف أساسية وهي التأمين بحري والتأمين بري والتأمين جوي⁸.

4-3- التأمين التكافلي

وهو تأمين إسلامي يعبر عن اتفاق بين مجموعة من الأشخاص تتعرض إلى أخطار معينة على تجنب الأضرار الناشئة عن هذه الأخطار وذلك من خلال اشتراكات مبنية على أساس التبرع، حيث نجد أن صندوق التأمين المتكون من هذا الاتفاق يتمتع بالشخصية المعنوية وله كذلك استقلال مالي، يتم من خلاله التعويض عن الأضرار التي قد تلحق بأحد المشتركين من جراء وقوع الخطر المؤمن منه، وذلك من خلال لوائح ووثائق، حيث تتولى إدارة هذا الصندوق هيئة مختارة من حملة الوثائق⁹.

ثانياً: مدخل موجز إلى التأمين التكافلي

لم يظهر التأمين الإسلامي إلا بعد الفتاوى التي أصدرتها هيئات إسلامية دولية وإقليمية والتي أعطت بديلاً للتأمين التقليدي، وكذلك مع تزايد نمو الصيرفة الإسلامية.

1- تعريف التأمين التكافلي

" إن التأمين التكافلي نوع من التأمين يقوم به أشخاص يتعرضون لنوع من المخاطر المعينة، يكتبون على سبيل الاشتراك بمبالغ نقدية تخصص لأداء التعويض المستحق لمن يصيبه منهم الضرر، فإن لم تف الاشتراكات المجموعة طوالب الأعضاء باشتراك إضافي لتغطية العجز، وإن زادت عما صرف من تعويض كان للأعضاء حق استرداد هذه الزيادة، وكل واحد من أعضاء هذه الجمعية يعتبر مؤمناً ومؤمناً له"¹⁰.

ويمكن كذلك أن نعرفه على أنه " اتفاق بين مجموعة من الأشخاص على تعويض الأضرار التي قد تلحق بأحدهم إذا حدث له خطر معين، نظير تبرع كل منهم باشتراك (ثابت، أو متغير) لسداد هذه التعويضات منه، حيث يتكون من اشتراكاتهم رصيد يمكن به تغطية الأضرار التي قد تحدث أثناء المدة المحددة في العقد لأي واحد منهم فإذا زادت الأضرار عن الاشتراكات زيد في الاشتراك، وإذا نقص كان للأعضاء استرداد الزيادة، أو جعلها رصيد للمستقبل وفقاً للنظام الذي يتفقون عليه"¹¹.

ومنهم من يعرفه على أنه " عقد تأمين جماعي يلتزم بموجبه كل مشترك فيه بدفع مبلغ معين من المال على سبيل التبرع لتعويض المتضررين منهم على أساس التكافل والتضامن عند تحقق الخطر المؤمن منه، وتدار العمليات التأمينية فيه من قبل شركة متخصصة على أساس الوكالة باجر معلوم يحدد بداية كل سنة مالية و يثبت في العقود ويدفع من اشتراكات حملة الوثائق"¹².

2- مشروعية التأمين التكافلي

1-2- من القرآن الكريم

تعتبر مشروعية التأمين التكافلي جالية من خلال النصوص القرآنية، فقد ورد في القرآن الكريم الأمر بالتعاون على البر والتقوى، وذلك من خلال النصوص الشرعية التي تحت عن ذلك ومثال قوله تعالى " وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان"¹³.

2-2- من السنة النبوية الشريفة

كذلك نجد مشروعية التأمين التكافلي من خلال أحاديث الرسول، عليه الصلاة والسلام، كقوله " والله في عون العبد ما كان العبد في عون أخيه"، وكذلك قوله عليه الصلاة والسلام "

ترى المؤمنين في توادهم وتراحمهم وتعاطفهم كمثل الجسد الواحد، إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى".
 إن التأمين التكافلي يستند إلى قواعد شرعية معتبرة منها جلب المصالح ودرء المفاسد، وكذلك الضرر يدفع بقدر الإمكان، والضرر يزال، ويوجد الكثير من النصوص الشرعية التي تحث على التعاون والتكافل، حيث نجد أن الشريعة الإسلامية جاءت بإحكام تتعلق بمفهوم التأمين التكافلي، مثل الزكاة، والنفقات الخيرية، والتعاون والتأزر وكلها تهدف إلى خدمة الفرد والمجتمع¹⁴.

3- مبادئ التأمين التكافلي

ومن أهم المبادئ التي يقوم عليها التأمين التكافلي مايلي¹⁵:

- تعتبر الأقساط المدفوعة من طرف المشتركين إلى صندوق هيئة المشتركين تبرعات.
- العمل على احترام أحكام الشريعة الإسلامية في التعاملات المختلفة في هذا المجال.
- المشاركة في الخسائر الزائدة عما جمع من اشتراكات.
- تحصل الشركة أو هيئة الإدارة على اجر معين مقابل عملها، وقد يكون هذا المقابل أرباح المضاربة في أموال المشتركين.
- يجب العمل على فصل أموال حملة الأسهم (شركة التأمين) عن أموال (هيئة المشتركين).
- يتحصل المشتركين على الفائض التأميني ويمثل هذا الأخير "الأموال المتبقية في صندوق المشتركين كمحصلة للفرق الموجب بين موارد الصندوق واستخداماته"¹⁶.

4- خصائص عقد التأمين التكافلي

لعقد التأمين التكافلي خمسة خصائص أساسية وهي¹⁷:

- التراضي بين طرفي العقد.
- احد أطراف العقد هم المشتركين في التأمين، المؤمن لهم.
- الطرف الآخر للعقد هي شركة التأمين وهي تقوم بإجراء عمليات التأمين نيابة عن المشتركين.
- الأموال التي تبرع بها المشتركين.
- التعويضات التي تدفع للمستأمن في حالة تحقق الحادث المؤمن منه.

5- أنواع التأمين التكافلي

يمكن تقسيم التأمين التكافلي إلى نوعين، التأمين على الأشياء والتأمين على الأشخاص ونوضح ذلك من خلال مايلي¹⁸:

- 1-5- التأمين على الأشياء: وهي عملية تعويض للضرر الفعلي، ويخص التأمين من الحريق، والسيارات والطائرات والمسؤولية وكذلك خيانة الأمانة، وغيرها.
- 2-5- التأمين على الأشخاص: وتضم حالات العجز أو الوفاة المسمى أحيانا بالتكافل، ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

- يتم التأمين في حالة العجز أو الوفاة وذلك من خلال طلب اشتراك يبين فيه جميع أحوال الشخص وصفاته المطلوبة للتأمين عليه، وكذلك التفاصيل الخاصة لما للمشارك وما

عليه، بالإضافة إلى تحديد حصة الاشتراك كذلك تحديد وتبيان الفوائد التي يجنيها المستفيد حسب الاتفاق.

- يتم التأمين في حالة الوفاة من خلال توزيع المستحقات المتعلقة بالتكافل طبقاً لما يحدد في الوثائق من أشخاص أو جهات أو أغراض بعد وفاة المشترك، وذلك حسب ما هو منظم في اللوائح المعتمدة من طرف هيئة الرقابة الشرعية، أما إن وجدت أرصدة استثمار فتوزع على الورثة طبقاً لإحكام الميراث الشرعي.
- التأمين في حالة الوفاة تشترط أن تنص في وثيقة التأمين على أن المخصص له مبلغ التأمين أو الوارث يسقط حقه إذا كانت الوفاة سببه القتل و كانت له يد في ذلك.

6- الإطار التنظيمي للتأمين التكافلي¹⁹

من الناحية التنظيمية يقوم التأمين التكافلي من تنظيم وتدعيم من طرف مختصين من أجل متابعة كل أمورهما وذلك في ظل كثرة المشتركين وبالإضافة إلى تعدد أنواع الأخطار المؤمن منها، وذلك بداية بجمع الاشتراكات وتنظيم لأنواع المخاطر، أي يجب أن تكون الأخطار متشابهة ومتناسقة وتحديد للاشتراكات في كل نوع منها بما يتناسب معها، وذلك بنيابة المشتركين بشركة ترفع كل ذلك وتقوم على تنفيذه بصفة مقننة.

وبالتالي نلاحظ أن التأمين التكافلي يقوم على إنشاء هيئتين، هيئة المشتركين وهيئة إدارة عملية التأمين.

6-1- هيئة المشتركين: وهم الذين يقوم بدفع أقساط التأمين أي المؤمن لهم، وكذلك هم حملة وثائق التأمين حيث يعتبرون متبرعين بهذه الأقساط، ولتعويض الأضرار الناتجة عن الأخطار التي قد تصيب واحد منهم.

وهي هيئة تعمل على جمع الاشتراكات وجعل صندوق خاص بها لا يستعمل إلا لتعويض الأضرار التي قد تلحق بأحد المشتركين.

6-2- هيئة إدارة عملية التأمين: من خلال هذه الهيئة يتم إدارة عملية التأمين بين المؤمن لهم، وتدعى شركة التأمين، وتخص بها جميع الأموال وتطويرها بصفة شرعية وتعمل على تحقيق الأهداف والغايات التي يدفع المشتركين الأموال من أجلها، وان هذه الهيئة تنوب عن هيئة المشتركين، مقابل تحصلها على أجره على الوكالة، أو قد تكون حصة من أرباح المضاربة والتجارة بهذه الأموال.

ثالثاً: الفروقات الأساسية بين التأمين التجاري والتأمين التكافلي

ولإبراز الفروقات بين النوعين لأبد من إجراء مقارنة من عدة جوانب وأهمها:

1- من حيث أطراف العقد

نجد في التأمين التكافلي كل من المستأمن وشركة التأمين هما طرفي العقد، حيث يتمثل دور شركة التأمين في تنظيم وإدارة التعاقد بين المستأمنين أنفسهم، وإدارة العمليات التأمينية وأموال التأمين المتحققة في صندوق التأمين التكافلي بأسلوب يتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية ويكون على أساس الوكالة بإجراء معلوم، حيث تكون الأقساط التي تستوفي من المستأمنين ملكاً لهم²⁰، أما التأمين التجاري فيتمثل طرفي العقد في شركة التأمين والمستأمن وهما طرفان متعاوضان، مختلفان في المصلحة.

2- من حيث طبيعة العقد

حيث نجد أن عقد التأمين التجاري يتضمن الغرر، وهذا غير جائز شرعاً بينما نجد عقد التأمين التكافلي يقوم على أساس تفتيت الأخطار، إذ نجد أن الأقساط المقدمة من حملة الوثائق في التأمين التكافلي تأخذ صفة الهبة أو التبرع، أما التأمين التجاري فهي من عقود المعاوضات²¹.

3- من حيث المرجعية النهائية

تعتمد العمليات التأمينية في مجال التأمين التكافلي على سند شرعي يتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية وبذلك يشمل عمليات التأمين وإعادة التأمين وكذلك الاستثمار والتعويضات وقواعد احتساب الفوائد التأمينية وتوزيعها وغيرها من المعاملات.

في المقابل نجد أن المرجعية النهائية لشركات التأمين التجاري تخضع إلى سند تشريعي والى الأعراف الخاصة بالتأمين في كل دولة وهي بطبيعتها تقليدية تجارية محض، وفي الغالب نجدها تنسجم مع فلسفة المدرسة الرأسمالية في العمل التجاري²².

4- من حيث أقساط التأمين

حيث نجد في التأمين التكافلي عملية استثمار أقساط التأمين في أمور مشروعة مجتنبية بذلك الربا، كما نجد أن شركة التأمين لا تملك هذه الأقساط وإنما هي ملك لحساب التأمين وهي حق للمشاركين وتقوم الشركة بإدارة الحساب نيابة عنهم، أما التأمين التجاري فالأقساط ملك للشركة²³.

5- من حيث الفائض التأميني

لا يوجد في التأمين التجاري ما يسمى بالفائض التأميني، وهو الفرق المتبقي من الأقساط وعوائدها بعد التعويضات والمصاريف والمخصصات، حيث ينفق كله أو بعضه على المشتركين أي حملة الوثائق، كما هو معمول به في التأمين التكافلي وهو ملك لحساب التأمين ويصرف للمشاركين، في المقابل نجد ما يسمى بالربح التأميني في التأمين التجاري وهو إيرادا ويعتبر ملكا خاصا لشركة التأمين ويضم إلى ارباحها²⁴.

6- من حيث الاحتياطات

حيث يوجد حسابان منفصلان للاحتياطات و المخصصات في التأمين التكافلي، احدهما خاص بحملة الوثائق والأخر خاص بالمساهمين، فإن أخذت هذه الاحتياطات والمخصصات من أموال المساهمين فهي لهم، وإن أخذت من حملة الوثائق فهي لصالحهم وذلك خلافا للاحتياطات والمخصصات في التأمين التجاري حيث لا يوجد فصل بينهما لأنها جميعا للمساهمين²⁵.

7- من ناحية الرقابة الشرعية

لا يشترط ولا يتطلب ذلك من قبل التأمين التجاري، والعكس بالنسبة للتأمين التكافلي فوجود هيئة رقابة شرعية شرط أساسي لوضع الأسس الشرعية ومتابعة أداء الشركة والتزاماتها بم تم الإفتاء به.

رابعاً: دوافع تشجيع صناعة التأمين التكافلي

سنبين بعض الجوانب التحفيزية على تشجيع صناعة التأمين التكافلي وذلك من خلال مايلي:

1- نمو سوق التأمين التكافلي

1-1- على المستوى العالمي²⁶

وفقاً للإحصائيات المتوفرة بشأن نمو أسواق التأمين التكافلي فهي في تزايد ملحوظ وسريع ليصل عددها حالياً وبشكل تقريبي أكثر من 54 شركة في المنطقة العربية و 103 شركة في العالم، وهذا دليل على تنامي صناعة التأمين التكافلي وحاجة السوق المالي له، ويتميز السوق العالمي للتكافل بمايلي:

- أكثر من مليار ونصف مسلم في العالم.
- قرابة 54 شركة تكافل قيد التأسيس تعمل حالياً في الشرق الأوسط.
- إلزامية التعامل بالتأمين التكافلي من طرف المؤسسات والشركات التي تعمل وفق أحكام الشريعة الإسلامية.

1-2- على المستوى المحلي

أما فيما يخص سوق التأمين التكافلي بالكويت، فإنه وفقاً لبيانات اتحاد شركات التأمين الكويتية لعام 2015، فقد وصل عدد الشركات بالكويت إلى 13 شركة تكافلية، وبالرغم من حداقتها إلا أن رأس مالها لا يتجاوز 60 مليون دينار كويتي، وبلغت الأقساط 74.4 مليون دينار كويتي، بواقع 25% من حجم السوق البالغ 323.5 مليون دينار كويتي كما في عام 2015. ونتنبن هنا أن شركات التأمين التكافلية تواجه منافسه شرسه في سوق مزدحمة بأكثر من 30 شركة تأمين محلية وعربية وأجنبية.²⁷

2- دوافع دينية

يعتبر التأمين التكافلي جائزاً شرعاً، بل هو أمر مرغوب فيه، لأنه من باب التعاون والتضامن على البر والتقوى، حيث نجد أن كل مشترك في الجمعية أو المؤسسة يدفع جزءاً من ماله عن رضى وطيب خاطر، ليتكون منه صندوق مال الجمعية الذي يعان منه من يصيبه خطر من المشتركين، وباعتبار أن المشتركين في هذا العقد لا يسعون إلى الربح، وإنما مقصودهم التعاون والتأزر على تحمل مصائب الدهر، وهو على خلاف التأمين التجاري الغير جائز شرعاً وهدفه المصلحة الخاصة وهي تحقيق الربح.²⁸

3- دوافع أخرى

بصفة عامة يمكن حصر أهم العوامل التي بإمكانها تشجيع صناعة التأمين التكافلي، وتكوين قاعدة عريضة من المشتركين، ومن أهم هذه العوامل مايلي:²⁹

- نمو مذهب في قطاع الاستثمار الإسلامي في العقدين الماضيين.
- هناك نفور إلى حد ما من التأمين التقليدي إلا ما كان إجبارياً وذلك لعدم توافقه مع الأحكام الشرعية.
- زيادة الثقافة التأمينية الإسلامية تدريجياً ونمو الوعي بالمنتجات التأمينية.
- نظرة ايجابية من الجهات الرقابية والتشريعية المختصة.
- زيادة الاهتمام بإنشاء شركات إعادة التكافل من طرف شركات التأمين العالمية.

الخاتمة:

يعتبر التأمين من النشاطات الهامة لكل مجتمع، فهو يعمل على بث روح الاطمئنان و الأمان في تعاملات الأفراد فيما بينهم، فصناعة تأمين إسلامي أصبح مطلباً ملحا خاصة بعد نجاح تجارب بعض الأسواق الإسلامية، فهو يقوم على فكرة التكافل والتعاون على أساس تقنين الأخطار وتجنب الأضرار التي قد تلحق بأحد المشتركين من خلال ما تم التبرع به من أقساط، حيث نجد أن هناك حاجة للمجتمع الإسلامي إلى هذا النوع من المنتجات التأمينية، وذلك في ظل مراعاتها لأحكام الشريعة الإسلامية وتجنب شبهات العقود المتضمنة الربا والغرر، فهو يعتبر بديل لما هو مقدم من طرف التأمين التجاري، الذي لم يستطع فرض منتجاته على المجتمع الإسلامي، وتعد السوق الكويتية من أخصب الأسواق نمو لهذا النوع من الصناعات الإسلامية، ولطبيعة المجتمع الكويتي المسلم، فالتأمين التكافلي باستطاعته تعزيز ثقة الأفراد في هذا النوع من التعاملات الهامة.

ومن أجل الاعتماد على التأمين التكافلي كبديل لتعزيز الصناعة التأمينية فإننا نقترح ما يلي:

- ❖ تشجيع البحث العلمي في مجال التأمين الإسلامي وعقد المؤتمرات والندوات من أجل الوصول إلى الصيغ التعاقدية المختلفة وذلك من خلال التوفيق بين الأحكام الشرعية والقوانين الوضعية.

- ❖ اهتمام الحكومة بهذا النوع من النشاطات بتذليل القوانين والعمل على إيجاد الإطار التنظيمي والعملية من خلال هيئات مختصة.
- ❖ العمل على جلب الخبرات وتكثيف الدورات التكوينية من أجل رفع الكفاءات المهنية في هذا المجال.
- ❖ العمل على إيجاد مجالس رقابية شرعية تتمتع بالاستقلالية والقدرة على ممارسة السلطة الرقابية.
- ❖ العمل على زيادة الوعي والثقافة التأمينية وذلك على الأقل من خلال الهيئات الأكاديمية كالمدراس والجامعات، والعمل على فتح تخصص تامين تكافلي يدرس في الجامعات.
- ❖ ومن أجل ضمان نمو سوق التأمين التكافلي لأبدى من إنشاء شركات إعادة التكافل.
- ❖ إنشاء معاهد تدريب التأمين التكافلي وإدخاله كمقرر رئيسي في الجامعات والمعاهد.

قائمة الهوامش و المراجع:

- ¹ عبد اللطيف محمود آل محمود، التأمين الاجتماعي في ضوء الشريعة الإسلامية، دار النفائس للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، الطبعة الأولى، 1994، ص 25.
- ² أبو المجد حرك، من أجل تأمين إسلامي معاصر، دار الهدى للنشر والتوزيع، مدينة نصر، الطبعة الأولى، 1993، ص 18.
- ³ نفس المرجع أعلاه، ص 17.
- ⁴ سعد الدين محمد المكي، المعاملات المالية المعاصرة في ضوء الإسلام، المكتب الإسلامي، الطبعة الأولى، 2002، ص 206.
- ⁵ نفس المرجع أعلاه، ص 206 207.
- ⁶ نفس المرجع أعلاه.
- ⁷ عبد البارى مشعل، تقييم تجارب التأمين التعاوني، مداخلة مقدمة إلى: ملتقى التأمين التعاوني، ربطة العالم الإسلامي، الهيئة العالمية للاقتصاد والتمويل، الرياض، بتاريخ 22/يناير/2009.
- ⁸ حوتية عمر، حوتية عبد الرحمان، واقع خدمات التأمين الإسلامي بالجزائر _ مع الإشارة إلى شركة سلامة لتأمينات الجزائر _ مداخلة مقدمة إلى: الملتقى الدولي الأول حول الاقتصاد الإسلامي _ الواقع.... ورهانات _ معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، الجزائر، بتاريخ 23-24/فيفري/2011.
- ⁹ هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية، المعايير الشرعية، معيار التأمين الإسلامي، 2010، ص 364.
- ¹⁰ عبد السلام إسماعيل وناغن، المبادئ الأساسية للتأمين التكافلي وتأصيلها الشرعي، مداخلة مقدمة إلى: مؤتمر التأمين التعاوني _ أبعاده وآفاقه وموقف الشريعة الإسلامية منه _ جامعة الأردن، بتاريخ 11-13/ابريل / 2010، ص 05.
- ¹¹ حسن علي الشاذلي، التأمين التعاوني الإسلامي _ حقيقته، أنواعه، مشروعيته _ مداخلة مقدمة إلى: مؤتمر التأمين التعاوني _ أبعاده وآفاقه وموقف الشريعة الإسلامية منه _ جامعة الأردن، بتاريخ 11-13/ابريل / 2010، ص 13.
- ¹² كمال رزوق، التأمين التكافلي كحل لمشكلة غياب ثقافة التأمين في الوطن العربي _ بالرجوع إلى حالة الجزائر _ مداخلة مقدمة إلى: ندوة حول مؤسسات التأمين التكافلي والتأمين التقليدي بين الأسس النظرية التجربة التطبيقية، جامعة سطيف، الجزائر، بتاريخ 25-26/ افريل/2011.

- 13 القرآن، سورة المائدة.
- 14 عبد السلام إسماعيل اوناغن، مرجع سابق، ص 06.
- 15 حسن علي الشاذلي، مرجع سابق، ص 14.
- 16 كمال رزيق، مرجع سابق.
- 17 حسن علي الشاذلي، مرجع سابق، ص 14.
- 18 هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية، مرجع سابق، ص 365.
- 19 حسن علي الشاذلي، مرجع سابق، ص 13.
- 20 عامر حسن عفانة، إطار مقترح لنظام محاسبي لعمليات شركة التأمين التكافلي في ضوء الفكر المحاسبي الإسلامي، رسالة ماجستير، كلية التجارة، قسم المحاسبة والتمويل، الجامعة الإسلامية، غزة، 2010، ص 18.
- 21 حوتية عمر، حوتية عبد الرحمان، مرجع سابق.
- 22 عامر حسن عفانة، مرجع سابق، ص 18.
- 23 حوتية عمر، حوتية عبد الرحمان، مرجع سابق.
- 24 عامر حسن عفانة، مرجع سابق، ص 20.
- 25 نفس المرجع أعلاه.
- 26 مولاي خليل، التأمين التكافلي الواقع والأفاق، مداخلة مقدمة إلى: الملتقى الأول حول الاقتصاد الإسلامي _ الواقع.... ورهانات المستقبل، جامعة غرداية، الجزائر، ص 09.
- 27 حوتية عمر، حوتية عبد الرحمان، مرجع سابق.
- 28 عبد السلام إسماعيل اوناغن، مرجع سابق، ص 20.
- 29 مولاي خليل، مرجع سابق، ص 10.

عقد "البيع بالإيجار" في التشريع الإسلامي

-دراسة في الفقه المالكي -

أسفيان وخام

جامعة وهران 1

ملخص:

تناولت في هذا المقال موضوع عقد البيع بالإيجار في التشريع الإسلامي وفق أصول المذهب المالكي، حيث قسمته الى مبحثين: المبحث الأول: عرفت فيه بأهم العقود المسماة في الشريعة الإسلامية والتي تلتبس بعقد "البيع بالإيجار" نحو الاجارة، وبيع السلم، وغيرهما، مع بيان أوجه الفرق بينهما وبين العقد المذكور آنفا، ثم ذكرت التكيف الفقهي لعقد "البيع بالإيجار"، وبينت أنه يندرج ضمن بيع السلم، مع التذليل على ذلك. المبحث الثاني: عقدته لدراسة مضمون عقد "البيع بالإيجار" وفق أصول المالكية، وذكرت أنه ثمة أربعة شروط هي محل البحث: الشرط الجزائي، شرط الاحتفاظ بالملكية، اشتراط المنع من التصرف في السكن، الشرط الانفساخي، وبدراسة هذه الشروط تبين أن فيها ما هو باطل ويُبطّل عقد "البيع بالإيجار"، وهو نتيجة ما خلصت إليه في هذا البحث.

الكلمات المفتاحية:

البيع بالإيجار، بيع السلم، الشرط الجزائي، الاحتفاظ بالملكية، الشرط الانفساخي، المشهور.

Abstract:

I investigate in the present article the issue of the sale-rent contract in the Islamic legislation in accordance with the principles of Maliki doctrine, where I divided it into two sections:

The First section: I defined the most important contracts in the Islamic legislation that are confused with sale-rent contract such as: rent, prepayment with nonexistent commodity, and others. This work was by illustrating the differences between the last two kinds of contracts with the first one. Then I mentioned the adjustable doctrine to "sale-rent" contract and I showed that it is approximate to the prepayment with nonexistent commodity contract by clarifying the evidence for that.

The second section: I convened to examine sale-contract content in accordance with the Maliki principles. I demonstrated that there are four conditions under the sake of research: the penalty condition, the possession of property, prevention for any conduct of the house, the repeal condition. By studying those conditions, I proved that those conditions include what is

forbidden and leads to prohibit the sale-contract. This conclusion was my result that I attained in this study.

Key words : Sale-rent, prepayment with nonexistent commodity, penalty condition, possession of the property, repeal contract, the well known.

تمهيد:

البيع بالإيجار عقد من العقود المستحدثة، لجأت إليها الدولة الجزائرية لتحديد من أزمة السكن، ولاقى هذا ترحيباً واسعاً لدى المواطنين، فهل يرحب التشريع الإسلامي بمثل هذا النوع من العقود؟

ونظراً لسيادة المذهب المالكي على القطر الجزائري منذ بزوغ فجر الإسلام على أراضيه، كان حصر الدراسة في الفقه المالكي أمراً لازماً ومقصداً طيباً .

المبحث الأول : علاقة البيع بالإيجار بالعقود المسماة وتكييفه الفقهي

عرّف المرسوم التنفيذي الصادر في الجريدة الرسمية أبريل سنة 2001م البيع بالإيجار بأنه "صيغة تسمح بالحصول على مسكن بعد إقرار شرائه بملكية تامة بعد انقضاء مدة الإيجار المحددة في إطار عقد مكتوب"⁽¹⁾ .

وقبل تكييف هذا العقد تكييفاً فقهيّاً شرعياً ، لا بدّ من القول بأنه عقد يتجاوزه عدّة عقود قد يكون من مسمّاهَا أو مسمى بعضها .

المطلب الأول : البيع بالإيجار وعلاقته بالعقود المسماة

"البيع بالإيجار" و "الإجارة" :

يعرف عقد الإجارة بأنه : "عقد معاوضة على تملك منفعة بعوض بما يدل" ⁽²⁾

وبما أن "البيع بالإيجار" من ضمن شروطه ⁽³⁾ الاحتفاظ بالملكية إلى غاية تسديد كامل الثمن، يكون قد اشترك مع عقد الإجارة في أنّ كلاً منهما لا يكون للمستفيد إلا حق الانتفاع بالعين . إلا أنّهما يفترقان في إمكانية انتقال الملكية في "البيع بالإيجار" حالة تسديد كامل الثمن ، الأمر الذي لا يوجد في عقد الإجارة .

"البيع بالإيجار" و "بيع السلم" :

عقد السلم – أو السلف - هو : "بيع موصوف من عرض أو حيوان أو غيرهما مؤجل في الذمة بغير جنسه"⁽⁴⁾ .

يشارك "البيع بالإيجار" مع "بيع السلم" في أمرين أساسيين :

1) كلاهما عقد على معدوم .

2) كلاهما يحتاج إلى الوصف * الذي يقوم عليه .

ويفترق العقدان في شرط نقد الثمن، إذ هو شرط صحة السلم، إلا أنه يتخلف في البيع بالإيجار لكونه منجماً فيه .

(1) الجريدة الرسمية رقم "25" الصادرة في "29" أبريل [18]

(2) الدردير، اقرب المسالك، [120]

(3) سياتي عزو ذلك إلى المواد القانونية المنظمة لهذه الصيغة من الجريدة الرسمية في المبحث الثاني .

(4) محمد باي بلعالم، إقامة الحجة بالدليل، [383/3].

* غياب الوصف غير العدم، لأن كل معدوم مجهول الوصف في الحال، وليس كل مجهول الوصف معدوم .

"البيع بالإيجار" و"الاستصناع":

الاستصناع عند المالكية ليس عقداً مستقلاً بل يندرج تحت "بيع السلم" ومن أقوال فقهاء المذهب في هذا:

قال ابن رشد الجد: "فصل: وأما السلم في الصناعات فينقسم في مذهب ابن القاسم.."⁽⁵⁾
- وجاء في حاشية الصاوي: "قوله (وإن اشترى المعمول منه) .. الخ: الفرق بين هذه والتي قبلها أن العقد فيما قبلها وقع المصنوع على وجه السلم ولم يدخل المعمول منه في ملك المشتري.."⁽⁶⁾
- وقال محمد باي بلعالم، " والشراء من دائم العمل كالخباز هو بيع وإن لم يتم فهو سلم كاستصناع سيف أو سرج.."⁽⁷⁾

وعلى هذا ما قيل عن "البيع بالإيجار" و"السلم" يقال عن "البيع بالإيجار" و"الاستصناع".

"البيع بالإيجار" و"البيع بالتقسيط":

البيع بالتقسيط يقصد به دفع ثمن المبيع مفرقاً على حسب ما يتفق عليه العاقدان، و"الشائع المنتشر في بيع التقسيط زيادة ثمن المبيع عن البيع الحال"⁽⁸⁾

يجتمع "البيع بالإيجار" مع "البيع بالتقسيط" في أن كلاً منهما يكون الثمن فيه أقساطاً .
ويفترق العاقدان في أن "البيع بالإيجار" عقد على معدوم، بخلاف البيع بالتقسيط فالمبيع فيه موجود، وإلا فما معنى التقسيط فيه؟

"البيع بالإيجار" و"البيع المعلق":

يوصف التعليق بأنه: "ربط حصول مضمون جملة بحصول مضمون جملة أخرى"⁽⁹⁾.
والبيع المعلق هو أن يربط انعقاد العقد على حصول أمر ما، وصورته أن يقول البائع للمشتري: إن جاء شهر كذا بعثك هذه السلعة.

يشترك "البيع بالإيجار" مع "البيع المعلق" في أن انتقال الملكية فيهما تكون بعد حصول أمر مسبق، ففي "البيع بالإيجار" تنتقل الملكية إلى المشتري بعد تسديد ثمن المسكن كاملاً، وفي "البيع المعلق" تنتقل الملكية إلى المشتري بعد حصول التعليق.

ويفترق العاقدان في أن "البيع المعلق" لا يترتب عليه شيء من الآثار إلا بعد وقوع الشرط؛ بخلاف "البيع بالإيجار" فإنه يثبت له جميع آثار البيع بالاشتراط.

المطلب الثاني: التكيف الفقهي للبيع بالإيجار

بعد ذكرنا لعقد "البيع بالإيجار" من صلات بالعقود المسماة بالسلفة الذكر يمكن إدراجه تحت مسمى "بيع السلم" نظراً لما يلي:

أولاً: اشتمال الصيغة على لفظة "البيع" إذ تنص المادة الأولى من المرسوم التنفيذي على أنه:
"تحدد أحكام هذا المرسوم شروط شراء المساكن المنجزة بأموال عمومية في إطار البيع بالإيجار وكيفيات ذلك"⁽¹⁰⁾.

وقد يعترض على هذا باعتراضين:

(5) أبو الوليد محمد بن أحمد بن رشد، المقدمات الممهديات، [32/2].

(6) أبو العباس أحمد بن محمد الخلوئي الشهير بالصاوي، بلغة السالك لأقرب المسالك المعروف بحاشية الصاوي

على الشرح الصغير، [288/3]

(7) محمد باي بلعالم، إقامة الحجة بالدليل، [391/3]

(8) أ.د على أحمد السالوس، الاقتصاد الإسلامي والقضايا الفقهية المعاصرة، [550]

(9) وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية-الكويت-الموسوعة الفقهية الكويتية"، [298/12]

(10) الجريدة الرسمية رقم "25" الصادرة في "29" أفريل، [18]

- 1- أن المادة نفسها صرّحت بلفظة "الإيجار" ،فهلا كان هذا العقد إجارة ؟ أو يكون مركباً من البيع والإجارة معاً ؟
- 2- أنه من المقرر في قواعد المذهب أن "العبرة في العقود للمقاصد والمعاني لا للألفاظ والمباني" فذكر لفظ الإجارة في الصيغة إنما قصد به دفع ثمن المبيع أقساطاً ليكون أرفق بالمستفيد لأن وضعه المادي لا يسمح له بدفع الثمن كاملاً منجزاً،وعلى هذا يكون عقد "البيع بالإيجار" عقد بيع مطلق .

ويجاب عن هذا بما يلي :

الجواب عن الاعتراض الأول : أما أن المادة نفسها صرّحت بلفظة "الإيجار" فالجواب عنه ينبي على دراسة صيغة "البيع بالإيجار" وفق الاحتمالات التالية :

- إما أن تكون الصيغة حقيقة في البيع مجاز في الإجارة، أي أن ما يدفعه المستفيد من أقساط أثناء شغله للمسكن هو حقيقة ثمن المسكن، وما يخصم منه حالة عدم تسديد الأقساط هو تضمينه قيمة ما شغله، ويؤيد هذا التأويل ما ذكرته المادة "18" من المرسوم التنفيذي : " في حالة اتخاذ قرار بالطرد تقوم الهيئة المتعده بالترقية العقارية برد الدفعة الأولى بعد خصم الأقساط التي لم يسدها شاغل المسكن"(11).
- ولو كان المتعاقد عليه ابتداء عقد الإجارة لما احتيج إلى قولنا : " بعد خصم الأقساط" لأنه بعد شغل المسكن إجارة يكون على المستأجر دفع ثمن الإجارة، ولا يقال بأن هذا من قبيل التأكيد لأن القاعدة أن : "للتأسيس أولى من التأكيد"(12).

- وإما أن تكون الصيغة حقيقة في "الإجارة" مجاز في "البيع" أي أن ما يدفعه المستفيد من الأقساط أثناء شغله للمسكن هو حقيقة أجرة، وما ينتقل إليه من الملكية بعد تسديد الأجرة هو إما : هبة، أو بيع خال من الثمن، والأمران باطلان لأنه إن كان هبة فهو يحتاج إلى استتفاف عقد هبة والحاصل خلافه، وإن كان بيعاً مستأنفاً فإنّ البيع الخالي من الثمن لا تقره القواعد .

- وإما أن تكون الصيغة حقيقة فيهما وأنه من باب اجتماع عقد البيع مع عقد الإجارة، وقد جوز المالكية اجتماعهما ،قال ابن جزري : " ويجوز الجمع بين البيع والإجارة خلافاً لهما "(13).

وصورة اجتماع العقد هي كما قال الدردير : "سواء كانت الإجارة في نفس المبيع كشرائه ثوباً بدراهم معلومة على أن يخيطه البائع أو جلدأ على أن يخززه ، أو في غيره كشرائه ثوبا بدراهم معلومة على أن ينسج له آخر" (14)

وهذا يخالف ما يحصل في "البيع بالإيجار" على ما فرض ،حيث يصاغ العقد على هذا الغرض كالآتي : " أبيعك هذا المسكن بثمن قدره ثمن استأجارك إياه" فيكون المسكن محلاً لعقد البيع والإجارة معا في نفس الوقت ومن جهة واحدة، وهذا يعد مخالفاً لقاعدة "المشغول لا يشغل" ،بمعنى أنه : "لا يجوز إبراد عقدين على عين في محل واحد"(15).

والحاصل أن ما ذكره علماء المذهب من جواز الجمع بين "البيع" و"الإجارة" ليس مما نحن بصده فيما يخص "البيع بالإيجار" .

(11) الجريدة الرسمية "25" الصادرة في "29" افريل ، [18]

(12) الشريف التلمساني،مفتاح الوصول إلى بناء الفروع على الأصول، [485]

(13) ابن جزري،القوانين الفقهية، [172/1]

(14) الدردير، الشرح الكبير، [5/4]

(15) د.مصطفىالزحيلي، القواعد الفقهية وتطبيقاتها في المذاهب الأربعة، [748/2]

الجواب عن الاعتراض الثاني : وأما ما اعترض به فيما يخص قاعدة "العبرة في العقود للمقاصد والمعاني لا للألفاظ والمباني" وعليه فيكون لفظ الإجارة القصد منه ثمن المبيع لا الإجارة فيجيب عنه : بأن القاعدة صحيحة على قول في المذهب⁽¹⁶⁾ " إلا أن لها شرطاً أساسياً نبه عليه العلماء وهو أنه لا بد من توفر أركان العقد المقصود، ذلك أن "كل عقد لا يستوفي أركانه فهو باطل"⁽¹⁷⁾.

وجاء في "المقدمات والممهّدات": "ومثل قوله فيمن قال : بع لي هذا الثوب ولك درهم، إن ذلك جائز فعمله على الجعل فأجازه مع احتمال أن يريد بذلك الإجارة فتكون فاسدة إذا لم يضرب لها أجلاً"⁽¹⁸⁾.

وعلى هذا فتتزيل صيغة "البيع بالإيجار" - انطلاقاً من أنه لا بد من استيفاء أركان العقد الذي يقصد ويراد - على "بيع السلم" أولى من حمله على "البيع المطلق" لأنه حينئذ يصير عقداً باطلاً لكونه عقد على معدوم، وإعمال الكلام أولى من إهماله، وتحمل عقود المسلمين على الصحة ما أمكن إلى ذلك سبيلاً.

ثانياً : أن "العقد المتردد بين الصحة والفساد يصرف إلى الصحة وهذا قول ابن الماجشون وابن حبيب وأصبغ وسحنون ، خلافاً لابن القاسم"⁽¹⁹⁾، والقاعدة تؤكد ما سبق ذكره من أن حمل صيغة "البيع بالإيجار" على "بيع السلم" أقعد وأقرب للقواعد من حملها على "البيع المطلق" لنلا تبطل لكونها عقد على معدوم .

ثالثاً : أن المذهب يعتبر الصحة في العقود إلا ما قام الدليل على فساده، قال المقرئ: "الأصل في العقود عموماً وفي البيع خصوصاً الصحة ولا يمنعها إلا ما يرجع إلى المتعاقدين"⁽²⁰⁾.

المبحث الثاني : دراسة مضمون عقد "البيع بالإيجار" وفق أصول المالكية

المطلب الأول: شروط السلم في "البيع بالإيجار"

بالرجوع إلى المواد القانونية المنظمة للبيع بالإيجار نجد مايلي:

- المادة السابعة تنص على أنه : " يجب على كل من يطلب شراء مسكن في إطار البيع بالإيجار أن يسدد دفعة أولى لا تقل عن 25% من ثمن المسكن.."
- وتنص المادة الثامنة على أنه: "...يتم تسديد المؤجل وفق أقساط تبين المبلغ الواجب دفعه شهرياً موزعة على المدة المتفق عليها"⁽²¹⁾

يفهم من المادتين أنه لا يتم دفع الثمن في الحال ، هذا ما يعني فقط شرط من شروط السلم، قال الصاوي: « ثم إنه يشترط في صحته شروط..الأول: تعجيل رأس المال... فلا يصح الدخول فيه على تأجيل »⁽²²⁾.

وقال ابن الحاجب : «...له شروط الأول تسليم جميع الثمن خوف الدين بالدين ويجوز اليوم واليومين بالشرط...»⁽²³⁾

ويلاحظ على المواد المنظمة "للبيع بالإيجار" الصادرة عن المرسوم التنفيذي 2001 وكذا المرسوم المعدل للمرسوم التنفيذي 2004م الغياب التام لعنصر الوصف فيما يخص موقع السكن

⁽¹⁶⁾ المقرئ، قواعد المقرئ، قاعدة رقم: 859

⁽¹⁷⁾ البورنو، موسوعة القواعد الفقهية ، [493/8]

⁽¹⁸⁾ ابن رشد الجد، المقدمات الممهّدات ، [178/2]

⁽¹⁹⁾ أحمد بن أحمد المختار الشنقيطي، إعداد المهج ، [135]

⁽²⁰⁾ المقرئ، قواعد المقرئ، قاعدة رقم: 822

⁽²¹⁾ الجريدة الرسمية رقم "25" الصادرة في "29" أفريل، [18]

⁽²²⁾ الصاوي، بلغة السالك، [165/3]

⁽²³⁾ ابن الحاجب ، جامع الأمهات، [370/1]

و كذا من حيث تحديد الطابق في العمارة، وهذان الأمران لا شك أنه تختلف الأغراض والأسواق باختلافهما.

قال الخرشي: "وهو أن تبين أوصاف المسلم فيه التي تختلف بها قيمته عند المتابعين اختلافًا يتغابن الناس في مثله عادة يجب على المتابعين أن يبينوا ذلك" (24)

وعلى هذا فيجب الاحتياط للمسلم أكثر من بيع النقد فلا بدّ من ذكر جميع الأوصاف التي تختلف بها قيمة و غرض المبيع .

- ولا يشك عاقل في أن الاختلاف في موقع السكن ، و تحديد الطابق ، تتعلق بهما أغراض الناس، وتختلف بهما قيمة المسكن وهذا بين للعيان.

- فنلخص في هذا الفرع إلى أن "البيع بالإيجار" عقد باطل لعدم تعجيل الثمن، ولغياب وصف موقع السكن وتحديد الطابق.

المطلب الثاني: شروط "البيع بالإيجار" وفق أصول المالكية

من المقرر أن " ما بني على باطل فهو باطل "، فهل الشروط التي نصت عليها المواد المنظمة لعقد "البيع بالإيجار" شروط صحيحة أو باطلة؟
وإن قلنا بالتالي فهل يبطل بها عقد " البيع بالإيجار " أو لا يبطل؟
وبالرجوع إلى المرسوم نجد ما يلي:

- المادة 12 تنص على أنه: " يترتب على عدم تسديد المستفيد ثلاثة أقساط متتالية تطبيق زيادة 5% في مبلغ القسط الشهري "

- المادة 19 تنص على أنه : " تنتقل ملكية المسكن المعني وفقاً للقواعد المعمول بها بعد تسديد ثمن المسكن بكامله "

- المادة 21 تنص على أنه: " لا يمكن المستفيد من البيع بالإيجار أن يتنازل عن مسكنه قبل نقل الملكية بصفة شرعية "

- وتنص المادة "15" من القرار المتضمن نموذج البيع بالإيجار ضمن القانون المعدل للبيع بالإيجار 2004 على ما يلي: « يمنع منعاً باتاً على المستأجر المستفيد أن يؤجر مسكن موضوع هذا العقد بصفة كلية أو جزئية أو يمارس فيه أي نشاط حرّ أو تجاري»

- المادة "12" من المرسوم تنص على أنه: " .في حالة عدم تسديد ثلاثة أقساط شهرية مجمعة يفسخ عقد البيع بالإيجار على حسب المستفيد دون سواه".

كما تنص المادة 09 من القرار المتضمن نموذج عقد البيع بالإيجار ضمن القانون المعدل للبيع بالإيجار 2004 على أنه: " يترتب على عدم تسديد ثلاثة أقساط شهرية بعد تبليغ إذارين مدة كل منها خمسة عشرة يوماً فسخ هذا العقد على مسؤولية المستأجر المستفيد وحده".

- هذه المواد المذكورة سابقاً دون غيرها من المواد المنظمة لعقد " البيع بالإيجار " تعدّ محل دراسة ومناقشة، فهي تحتوي على جملة من الشروط على النحو التالي:.

أولاً: الشرط الجزائي

وتظهر شرطيته في المادة "12": " يترتب على عدم تسديد المستفيد ثلاثة أقساط متتالية تطبيق زيادة 5% في مبلغ القسط الشهري "

الشرط الجزائي هو: " اتفاق المتعاقدين في ذات العقد أو في اتفاق لاحق، وبشرط أن يكون ذلك عند الإخلال بالالتزام، وهو بهذا يختلف عن الغرامة التعويضية التي يحكم بها القاضي على المدين بعد الإخلال " (25)

(24) الخرشي، شرح مختصر خليل، [214/5]

(25) أ.د. محمد عثمان شبير، بحوث فقهية في قضايا اقتصادية معاصرة، [857/2]

ومما يجدر التنبيه عليه أن الشرط الجزائي لم يكن معروفاً بهذا الاسم عند الفقهاء قديماً، وإنما هو إصطلاح حادث، قال الزرقا: " ..ومثل هذا الشرط يسمى في اصطلاح الفقه الأجنبي " الشرط الجزائي" (26)

- صور الشرط الجزائي: الشرط الجزائي له صور عديدة ومختلفة، وباختلافها يختلف الحكم الشرعي.

وممن قسم الشرط الجزائي تفسيمًا نافعا الأستاذ الدكتور محمد عثمان شبير (27)

النوع الأول: الشرط الجزائي المقرر لعدم تنفيذ الأعمال أو تأخيرها، ويندرج تحته صور منها :

- الصورة الأولى: الشرط الجزائي المرتبط بعقد المقاولة، والذي يتضمن دفع مبلغ من النقود عن كل يوم يتأخر فيه المقاول عن الوقت المحدد .
- الصورة الثانية: الشرط الجزائي المقترن بعقد العمل والذي يتضمن خصم مبلغ معين من النقود من أجره العامل إذا أخل بالتزاماته المختلفة .
- الصورة الثالثة: الشرط الجزائي المقترن بعقد إجارة أرض زراعية، والتي يتضمن تعويض المؤجر عن تأخير تسليم الأرض الزراعية خالية من الزراعة عن وقت انتهاء مدة الإجارة .

- **النوع الثاني:** الشرط الجزائي المقرر لتأخير الوفاء بالتزامات التي يكون محلها مبلغاً من النقود كالديون، ويندرج تحته صورتان:

- الصورة الأولى: الشرط الجزائي المقترن بعقد بيع أجل أو عقد قرض، والذي يتضمن دفع مبلغ معين عن كل يوم تأخير، أو عن كل شهر، أو عن كل سنة، أو غير ذلك مما يتفق عليه .
- الصورة الثانية: الشرط الجزائي المقترن بعقد بيع التقسيط، والذي يتضمن تعجيل باقي الأقساط إذا تأخر المدين عن دفع قسط منها"

وبعبارة موجزة ينقسم الشرط الجزائي إلى نوعين: شرط جزائي في الديون، وشرط جزائي في غير الديون (28)

"المالكية" والشرط الجزائي:

الشرط الجزائي الذي صرحت به المادة "12" من " عقد البيع بالإيجار" يندرج ضمن ما يسمى بـ" الشرط الجزائي في الديون" ،وعلى هذا فإن علماء المالكية يحرمون مثل هذا النوع من العقود ، بل يعدونه عقداً ربوياً ، ومن الشواهد على ذلك : قول الحطاب: « إذا التزم المدعى عليه للمدعي أنه إذا لم يوفه حقه في كذا فله عليه كذا وكذا فهذا لا يختلف في بطلانه، لأنه صريح الربا، وسواء كان الشيء الملتزم به من جنس الدين أو غيره، وسواء كان شيء معيناً أو منفعة» (29)

أثر الشرط الجزائي في عقد "البيع بالإيجار":

يقصد بآثر " الشرط الجزائي" بمعنى هل يبطل عقد " البيع بالإيجار" لبطلان " الشرط الجزائي" أم أن الشرط يبطل ، ويبقى العقد صحيحاً؟

- الشروط عند المالكية على ثلاثة أقسام، وزاد بعضهم رابعاً :

1-شروط باطلة تبطل العقد .

2-شروط صحيحة هي والعقد معاً .

(26) الزرقا، المدخل الفقهي العام، [فقرة:386]

(27) أ.د. محمد عثمان شبير، بحوث فقهية في قضايا اقتصادية معاصرة، [875/2]

(28) أ.د.علي محمد حسين الصوا، الشرط الجزائي في الديون-دراسة فقهية مقارنة، [8]

(29) الحطاب ،تحرير الكلام في مسائل الالتزام ،[176]

3-شروط باطلة لكن العقد صحيح .

4-شروط باطلة إن تمسك المشتري بشرطه بطل العقد، وإن تركه صحَّ العقد⁽³⁰⁾

وبما أن "الشرط الجزائي" قد اشتمل على الربا، فأين يندرج من التقسيم السابق؟ المالكية يدرجون المشتمل على الربا ضمن الشروط الفاسدة التي يبطل معها العقد، وعلى هذا يكون الشرط الجزائي شرط باطل يبطل لعقد "البيع بالإيجار". قال الخشني: "وشروط الحرام لا تلزم من اشترطت عليه، وتفسد كل ما قارنته وصحبته من كل عقد، كان بيعاً أو نكاحاً أو ما أشبه ذلك من وجوه المعاهدات"⁽³¹⁾

- وقال أبو عبد الله المقرئ: «قاعدة» "874: عند مالك ومحمد أن الجهل بالتمائل كتحقق التفاضل، وتوهم الربا كالعلم به...»⁽³²⁾

هذا عند توهم الربا، فما أدراك بالتخصيص عليه أو اشتراطه !!!

- والحاصل أن "الشرط الجزائي" شرط باطل ويبطل به "البيع بالإيجار".

ثانياً : شرط الاحتفاظ بالملكية

لم تنص المادة "19" من المرسوم التنفيذي على هذا الشرط، وإنما يفهم ذلك ضمناً، إذ تنص المادة على أنه: «تنتقل ملكية السكن المعني وفقاً للقواعد المعمول بها بعد تسديد ثمن المسكن بكامله»

وكذا تنص المادة "16" من القرار المؤرخ في 2004/05/04 والمتضمن نموذج عقد البيع بالإيجار على أنه: "يكتسي هذا العقد طابعاً موقفاً ولا يقر نقل ملكية المسكن موضوع البيع بالإيجار للمستأجر المستفيد"

موقف الملكية من شرط الاحتفاظ بالملكية:

عقد "البيع بالإيجار" هو من قبيل "البيع و شرط" و ليس من قبيل "البيع المعلق".

- قال القرافي في الفرق الخامس والأربعين بين "قاعدة قبول الشرط" وقاعدة "قبول التعليق على الشرط": "الحقائق في الشريعة أربعة أقسام.. وأما القسم الثالث وهو الذي يقبل الشرط دون التعليق عليه كالبيع والإجارة ونحوهما فإنه يصح أن يقال بعثك على أن عليك أن تأتي بالزهن أو الكفيل أو بالثمن، أو غير ذلك من الشروط المقارنة لتنجز البيع ولا يصح التعليق عليه بأن يقول: إن قدم زيد فقد قبل أو أجرتك..»⁽³³⁾ ويستفاد من كلام القرافي مايلي:

- وجود فرق بين "البيع و شرط" و "البيع المعلق"

- إذا تقدمت الصيغة على الشرط فهو من باب "البيع و شرط"، وإذا تقدم الشرط على الصيغة فهو من باب "البيع المعلق".

وبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي نجد تقدم الصيغة على المواد المتضمنة للشروط.

فعلى هذا يكون "البيع بالإيجار" من قبيل "البيع و شرط" و ليس من قبيل "البيع المعلق" وقد أبعد من عدّه بيعاً معلقاً .

وبالرجوع إلى مضمون هذا الشرط - شرط الاحتفاظ بالملكية- فإن الأصل فيه المنع لمناقضته مقتضى العقد "الذي يلزم البائع أن ينقل للمشتري ملكية شيء أو حقا ماليا آخر"⁽³⁴⁾

⁽³⁰⁾ ينظر، ابن رشد الحفيد، بداية المجتهد ونهاية المقتصد، [178/3]

⁽³¹⁾ الخشني، أصول الفتيا في الفقه على المذهب الإمام مالك، [376]

⁽³²⁾ المقرئ، قواعد المقرئ، قاعدة رقم: 822.

⁽³³⁾ القرافي، الفروق في الفقه، [397-396/1]

⁽³⁴⁾ السنهوري، العقود التي ترد على الملكية، [410-409 و21]

قال في المقدمات: " فهذا النوع اختلف فيه إذا وقع شيء منه على قولين ، أحدهما :أنه يفسخ مادام البائع متمسكًا بشرطه، فإن ترك الشرط صح البيع هذا إن كانت السلعة قائمة، فإن فاتت كان فيه الأكثر من الثمن أو القيمة يوم قبضه المشتري، والقول الثاني: إن حكم هذه البيوع حكم البيع الفاسد يفسخ على كل حال في قيام السلعة، وتكون فيه القيمة بالغة ما بلغت في الفوات. " (35)

- وعلى كل حال فالشرط فاسد وتبقى صحة البيع معلقة على تمسك البائع بشرطه أو عدم ذلك على قول، وعلى القول الثاني يفسد أبدًا

ثالثًا: اشتراط المنع من التصرف في المسكن

تنص المادة "21" من المرسوم التنفيذي على أنه : " لا يمكن للمستفيد من البيع بالإيجار أن يتنازل عن مسكنه قبل نقل الملكية بصفة شرعية " وتنص المادة " 15" من القرار المتضمن نموذج عقد البيع بالإيجار على مايلي: "يمنع منعًا باتًا على المستأجر المستفيد أن يؤجر مسكنه موضوع هذا العقد بصفة كلية أو جزئية أو يمارس فيه أي نشاط حر أو تجاري"

- تعد هذه الشروط منافية لمقتضى "عقد البيع"، ونعني بالمنافاة لمقتضى عقد البيع "التحجير على المشتري في السلعة التي اشتراها" (36)

موقف الملكية من اشتراط المنع من التصرف:

وبالرجوع إلى فقهاء الملكية فإننا نجدهم يحكمون بفساد هذا النوع من الشروط، ويعود فسادهما على العقد بمثل ما ذكر في شرط الاحتفاظ بالملكية .

إلا أن الخطاب نقل عن ابن أبي زمين قوله :« وفي سماع علي بن زياد: سئل مالك عن رجل باع عبدًا أو غيره وشرط على المبتاع أنه لا يبيع ولا يهب ولا يعتق حتى يعطي الثمن قال: لا بأس بذلك لأنه بمنزلة الرهن إذا كان إعطاء الثمن لأجل مسمى» (37)

فعلى هذا تعتبر هذه المسألة مستثناة من القاعدة العامة المتعلقة بالشرط المنافي لمقتضى العقد، وهذا صنيع فقهاء الملكية، حيث يذكونها كفرع مستثنى بعد سردهم ما يتعلق بالشروط المنافية لمقتضى العقد (38)

- والحاصل أنه يصح اشتراط الاحتفاظ بالملكية في " البيع بالإيجار " .

رابعًا: الشرط الانفساخي

تنص المادة "12" من المرسوم التنفيذي على ما يلي: «..وفي حالة عدم تسديد ثلاثة أقساط شهرية مجمعة يفسخ عقد البيع بالإيجار على حساب المستفيد دون ما سواه ..» كما تنص المادة "9" من القرار المتضمن نموذج عقد البيع بالإيجار على أنه: «"يترتب على عدم تسديد ثلاثة أقساط شهرية بعد تبليغ إذارين مدة كل منهما خمسة عشر يومًا فسخ هذا العقد على مسؤولية المستأجر المستفيد وحده"

موقف الملكية من الشرط الانفساخي:

ذكر الخطاب أن لعلماء الملكية في هذه المسألة سبعة أقوال (39) هي:

(35) ابن الرشد الجد، المقدمات الممهدة، [65/2]

(36) الخطاب، تحرير الكلام في مسائل الالتزام [350]

(37) الخطاب، مواهب الجليل، [373/4]

(4) على سبيل المثال: مواهب الجليل، [373/4]/عليش، منح الجليل، [52/5] /الخرشي، شرح الخرشي، [80/5].

(39) الخطاب، تحرير الكلام في مسائل الالتزام، [366-365]

1. كراهة هذا البيع ابتداءً فإن وقع صح البيع ويبطل الشرط، وهذا مذهب المدونة وعليه اقتصر الشيخ خليل في مختصره .
 2. أن البيع مفسوخ .
 3. أن البيع جائز والشرط جائز.
 4. التفصيل بين قوله: " إن جئتي بالثمن" وقوله: " إن لم تأتيني بالثمن"، فإن قال: أبيعك على إن جئتي بالثمن فالبيع بيني وبينك، فالثمن حال، كأنه رآه بيعاً ثانياً، وإنما يريد فسخه بتأخير النقد فيفسخ الشرط ويعجل النقد، وأما إذا قال إن لم تأتيني بالثمن فكأنه لم ينعقد بينهما بيع إلا أن يأتيه بالثمن..
 5. أنه يوقف المشتري فإن نقد مضى البيع وإلا رد.
 6. أن ذلك جائز فيما لا يسرع إليه التغيير كالرّيع وما أشبهه، ويكره فيما يسرع إليه التغيير.
 7. أنه إن كان الأجل بعيد كشهركم حكمه حكم البيع الفاسد .
 - وهنا قاعدة تتعلق بالأقوال المختلفة المذكورة في المذهب أفصح عنها محمد النابغة الغلاوي الشنقيطي في منظومته بقوله:
- ولم يجز تساهل في الفتوى بل تحرم الفتوى بغير الأقوى⁽⁴⁰⁾
قال الهلالي: « اعلم أنه لا تجوز الفتوى ولا الحكم بالمرجوح وهو شامل للشاذ والضعيف بالإجماع حكاه القرافي في غير موضع⁽⁴¹⁾»
- ويبقى النظر في الأقوال التي اختلف في التشهير أو الترجيح بينها، أو لم يذكر فيها تشهير أو ترجيح .
- وبالرجوع إلى المسألة المطروحة نجد:
- القاضي عياض يقول: " من الشروط ما يخف فيكره ابتداءً، فإذا وقع سقط وصحّ البيع كقوله: (إن لم تأتني بالثمن إلى أجل كذا فلا بيع بيني وبينك) على مشهور المذهب" لكن قال المحقق في الهامش: قوله على مشهور المذهب ساقط من (2) و(ح)⁽⁴²⁾
 - وفي كليات ابن غازي: " كل بائع قال للمبتاع في عقد البيع: إن لم تأت بالثمن إلى أجل كذا فلا بيع بيننا، فالشرط باطل، والبيع لازم⁽⁴³⁾"
 - وقال في المقدمات: «... لأن الشروط المشترطة في البيوع على مذهب مالك... والرابع: يجوز فيه البيع ويفسخ الشرط، وذلك ما كان فيه الشرط غير صحيح، إلا أنه خفيف فلم يقع عليه حصة من الثمن وذلك مثل أن يبيع السلعة ويشترط إن لم يأت بالثمن إلى ثلاثة أيام أو نحوها فلا بيع بينهما⁽⁴⁴⁾»
 - ومن الذين حكوا الخلاف في المسألة اللّخمي في التبصرة⁽⁴⁵⁾ والحطاب في التحرير⁽⁴⁶⁾ لكن دون ذكر للتشهير أو الترجيح .
 - والحاصل أننا إن اعتمدنا تشهير القاضي عياض-على ما جاء في بعض النسخ فإن الشرط باطل والعقد صحيح .

(40) الغلاوي، نظم المعتمد من الأقوال والكتب في المذهب المالكي، [البيت: 29]

(41) المرجع السابق، [79]

(42) القاضي عياض، التبيّهات المستنبطة على كتب المدونة والمختلطة، [1580]

(43) محمد بن علي بن غازي المكتاسي، الكليات الفقهية على مذهب الإمام مالك بن أنس، [176]

(44) ابن رشد الجد، المقدمات الممهّدات، [67/2]

(45) اللّخمي، التبصرة، [4266]

(46) الحطاب، تحرير الكلام في مسائل الالتزام، [366]

- وإن لم نعتمد تشهيره فإننا نجد أنفسنا أمام أقوال متعادلة في الظاهر والقاعدة فيها التخيير وأقوال علماء المذهب شاهدة على هذا:
- قال الدردير: "...ويختلف المعنى به ويصير قولاً غير الآخر، ويجوز الإفتاء بكل إن لم يرجح الأشياخ بعضها وهو واضح لا خفاء به" (47)
- وقال العدوي: "فإن كان في المسألة قولان متساويان فقبل إن المفتي يخير السائل وقيل يختار له أحدهما، وهو ما جرى به العمل" (48)
- وقال عليش: «وتصير مفهوماتهم منها أقوالاً في المذهب يعمل ويفتي ويقضي بأياها إن استوت وإلا فالأرجح، وسواءً وافقت أقوالاً سابقة عليها منصوصة لأهل المذهب أم لا وهذا هو الغالب» (49)

الخاتمة:

- يمكن ذكر أهم نتائج البحث فيما يلي:
- عقد " البيع بالإيجار " من العقود المركبة الحديثة الظهور.
 - " البيع بالإيجار " هو " بيع سلم " وفق أصول المالكية.
 - " البيع بالإيجار " عقد محرّم و باطل شرعاً عند المالكية :-
 - * غياب التنجيز في دفع الثمن كاملاً.
 - * غياب الوصف فيما يخص تحديد موقع السكن و كذا تحديد الطابق .
 - * وجود " الشرط الجزائي " بلغة القانون، والذي يعد ربا في التشريع الإسلامي، يعود على العقد بالبطان.
 - * اشتراط الاحتفاظ بالملكية إن تمسك البائع بشرطه يبطل العقد .
 - تخص هذه الدراسة جانب الأحكام المجردة ولم تتعرض لجانب الفتوى، لوجود فروق بينهما، فعلى من تصدر للفتوى رعاية حال المستفتي شخصاً ومكاناً وزماناً.
 - ليس كل ما قيل في الشرط الباطل بأنه لا يفسد العقد يدل على مشروعيته، لأن القاعدة " أن كل باطل حرام " و " ليس كل حرام باطل " ، فيجب الانتهاء عن الشروط الباطلة وإن كانت لا تفضي إلى فساد العقد .

فهرس المصادر والمراجع:

- 1- أصول الفتيا في الفقه على المذهب الإمام مالك، محمد بن حارث الخشني، دار العربية للكتاب والمؤسسة الوطنية للكتاب [تونس، 1406هـ-1985م]
- 2- إعداد المهج للاستفادة من المنهج في قواعد المذهب المالكي، أحمد بن أحمد المختار-الجكيني الشنقيطي، إدارة إحياء التراث الإسلامي [قطر " 1403هـ-2007م]
- 3- إقامة الحجة بالدليل شرح على نظم ابن بادى لمختصر خليل، الحاج محمد باي بلعالم، دار ابن حزم [بيروت-لبنان-1428هـ-2007]
- 4- الاقتصاد الإسلامي والقضايا الفقهية المعاصرة، أ.د.علي أحمد السالوس، دار الثقافة،[الدوحة-قطر-1418هـ-1998م]

(47) الدردير، الشرح الكبير، [21/1]

(48) العدوي، حاشية العدوي، [36/1]

(49) عليش، منح الجليل، [22/1]

- 5-أقرب المسالك لمذهب الإمام مالك،أحمد بن أحمد الدردير،مكتبة أيوب،[كانون-جريا-1420هـ-200م].
- 6-بحوث فقهية في قضايا اقتصادية معاصرة،دمحمد عثمان شبير مع جملة من الدكاترة،دار النفائس[الأردن،1418هـ-1998م]
- 7-بداية المجتهد ونهاية المقتصد،أبو الوليد محمد بن رشد الحفيد،دار الحديث [القاهرة-مصر-1425هـ-2004م]
- 8-بلغة السالك لأقرب المسالك على الشرح الصغير، أحمد الصاوي،[بيروت-لبنان-1415هـ-1995م]
- 9-التبصرة،أبو الحسن علي بن محمد اللخمي، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية [قطر]
- 10-تحرير الكلام في مسائل الإلتزام، أبو عبد الله محمد بن محمد الحطاب،دار الغرب الإسلامي،[بيروت-لبنان-1404هـ-1984م]
- 11-التنبيهات المستنبطة على الكتب المدونة والمختلطة،القاضي أبو الفضل عياض بن موسى اليحصبي،مركز نجيبويه للمخطوطات وخدمة التراث،[أنواكشوط-موريتانيا-1433هـ-2012م]
- 12- حاشية العدوي،أبو الحسنعلي بن أحمد بن مكرم الصعدي العدوي،دار الفكر(بيروت- لبنان)
- 13-الجريدة الرسمية رقم "25" الصادرة في 29 أبريل 2001،وكذا القرار المتضمن نموذج عقد البيع بالإيجار،2004م.
- 14-جامع الأمهات، ابن الحاجب الكردي، إصدارات المكتبة الشاملة.
- 15-الشرح الكبير،أحمد بن محمد الدردير،مطبوع مع حاشية الدسوقي،دار الفكر(بيروت - لبنان).
- 16-شرح مختصر خليل،أبو عبد الله محمد بن عبد الله الخرشبي،دار الفكر[بيروت-لبنان].
- 17-الشرط الجزائي في الديون دراسة فقهية مقارنة،أ.د.علي محمد الحسين الصوا.
- 18-العقود التي ترد على الملكية،عبد الرزاق السنهوري،إحياء التراث العربي.
- 19-الفروق في الفقه، شهاب الدين القرافي، دار الكتب العلمية [بيروت-لبنان1418هـ-1998م].
- 20-القواعد الفقهية وتطبيقاتها في المذاهب الأربعة، د.مصطفى محمد الزحيلي، دار الفكر،[دمشق-سورية،1427هـ-2006م].
- 21-قواعد الفقه،أبو عبد الله محمد بن أحمد المقرئ،دار الأمان،[الرباط-المغرب،1433هـ-2012م].
- 22-القوانين الفقهية،أبوالقاسم أحمد بن أحمد ابن جزي الكلبي الغرناطي،إصدارات المكتبة الشاملة.
- 23-الكليات الفقهية على مذهب الإمام مالك،أبو عبد الله محمد علي بن غازي،اعتناء جلال علي الجهاني.
- 24-المدخل الفقهي العام، مصطفى أحمد الزرقا،دار القلم،[دمشق-سوريا،1418هـ-1998].
- 25-مفتاح الوصول إلى بناء الفروع على الأصول،الشرىف أبو عبد الله محمد بن أحمد بن علي التلمساني،مؤسسة الريان [بيروت-لبنان-،1419هـ-1998م]
- 26-المقدمات الممهّدة، أبو الوليد محمد بن أحمد بن رشد القرطبي، دار الغرب الإسلامي، [1408هـ-1988م].
- 27-منح الجليل شرح مختصر خليل،محمد بن أحمد بن محمد عليش، دار الفكر،[بيروت- - لبنان-1409هـ-1989].

28- مواهب الجليل في شرح مختصر خليل، شمس الدين أبو عبد الله محمد بن محمد بن عبد الرحمان الطرابلسي المغربي المعروف بالحطاب، دار الفكر، [الطبعة الثالثة، 1412هـ-1992م]
29- الموسوعة الفقهية الكويتية، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، [الكويت، من 1404هـ إلى 1427هـ].

30- موسوعة القواعد الفقهية، محمد صدقي بن أحمد البورنو، مؤسسة الرسالة .
31- نظم المعتمد من الأقوال والكتب في المذهب المالكي، محمد النابغة الغلاوي، دراسة وتحقيق لمذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في العلوم الإسلامية للطالب لخضر بن قومار جامعة الحاج لخضر باتنة-الجزائر- [1425هـ-1426هـ].

obeyikan.com

Loi n°05-16 du 31/12/2005 portant ouverture dans les écritures du Trésor, un compte d'affectation spéciale intitulé « Fonds national de mise à niveau des PME »

Madaoui M & Boukrif M.(2009), « De l'économie administrée à l'économie de marché. Les PME à l'épreuve de la mise à niveau des entreprises en Algérie », Colloque international : « La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », 11^{ème} journées scientifiques du Réseau Entreprenariat, INRPME-AUF-AIRPME, 27 au 29 mai, Canada.

Ministère de l'Industrie (2005), « Rapport national sur la mise en œuvre de la charte Euro-méditerranéenne pour l'entreprise », Alger.

Ministère de l'Industrie et de la promotion des investissements (2004), « Mise à niveau des entreprises : évaluation à fin décembre 2003 ».

ONUDI (2002), « Guide méthodologique : restructuration, mise à niveau et compétitivité industrielle », Vienne.

ONUDI.(2006), « Évaluation indépendante Algérie Programme intégré pour l'amélioration de la compétitivité et l'appui à la restructuration industrielle en Algérie », Vienne.

Pietrobelli C. & Rabellotti R. (2006), «Upgrading to compete: Global value chains, Clusters, and SMEs in Latin America », Harvard University.

Porter M. (1990), « *The competitive advantage of nations* », London and Basingstoke: MacMillan.

matières premières. De sérieuses études ont montré que la qualité des infrastructures, l'efficacité des sources d'innovation et les compétences organisationnelles, technologiques et techniques, sont des facteurs déterminants dans la compétition internationale.

Conclusion :

Dans un contexte de plus en plus concurrentiel, et afin de préparer à soutenir la concurrence qui va résulter de la levée des barrières douanières sur l'importation des produits de l'UE et rattraper le retard qui caractérise son système productif, l'Algérie a mis en place plusieurs programmes de mise à niveau de ses entreprises.

Les plus importants sont ceux menés par le MPMEA (Ministère Algérien de la PME et de l'Artisanat), soit seul (programme de l'ANDPME) ou en coopération avec la Commission européenne (programme EDPME), l'autre programme de grande envergure est celui du MIR. Seulement les résultats des différents programmes, en termes de nombre des entreprises touchées par leurs opérations, sont faibles.

Nous estimons que les programmes de mise à niveau représentent une forme d'aide aux entreprises désireuses de se mettre à niveau. Mais tels qu'ils sont conduits actuellement en Algérie, ils ne semblent pas concrétiser leur missions. Des efforts de dynamisation du PMN ont néanmoins été entrepris au cours des dernières années, laissant espérer une relance du dispositif et un impact favorable de ce dernier sur la compétitivité des entreprises algériennes.

Bibliographie :

ANDPME(2008),

Bilan des actions du programme national de mise à niveau Rapport complet », Alger, septembre 2008.

Azouaou L.(2011), « La politique de mise à niveau des PME/PMI Algériennes : Objectifs, Bilan et perspectives », thèse de doctorat en sciences de gestion, Ecole supérieur de Commerce d'Alger.

Boughadou A.(2006), « Politique d'appui à la compétitivité des entreprises algériennes », MPMEA, Alger, avril.

Commission Européenne (2007), « Programme d'appui aux PME/PMI Algériennes EDPME », Alger.

Déclaration du président de l'ANDPME Moussaoui Rachid lors de la journée d'étude sur « l'investissement dans le secteur de la pêche » APS mardi 20 décembre 2011.

Kaplinsky R. & Readman J. (2001), «How can SME producers serve global markets and sustain income growth?», Mimeo, University of Brighton and University of Sussex, Brighton.

Lamiri A. (2003), « La mise à niveau : enjeux et pratiques des entreprises algériennes», Revue des Sciences Commerciales et de gestion, N°02, ESC Alger.

dénommée Nucleus¹⁸ qui a pour objectif de rapprocher les opérateurs d'un même secteur d'activité pour se concerter sur le choix de la façon la plus judicieuse de répondre aux problèmes rencontrés.

IV. Mise à niveau algérienne : Les raisons d'échecs

La difficulté de la mise à niveau provient, au plan macroéconomique, de l'environnement des entreprises industrielles privées qui n'est pas propice au renforcement de la compétitivité des entreprises et à leur développement : accès difficile au crédit bancaire, problèmes relatifs au domaine foncier industriel, lourdeur et lenteur des formalités administratives, insuffisance du système d'informations et concurrence des « entreprises » de l'économie informelle.

Sur le plan microéconomique, les chefs d'entreprise sont peu enclins à se préoccuper de l'avenir et des évolutions attendues des marchés. Ils travaillent le plus souvent seuls, sans ressources humaines de qualité autres que la famille proche. Ils donnent la priorité à la technologie et à la production, à la modernisation du matériel et des équipements et relèguent au second plan les aspects d'organisation, de stratégie, de gestion des ressources humaines et de gestion financière. Les gouvernements qui se sont succédés ont déboursé plus de 120 milliards de dollars à l'ombre des différentes opérations de redressement et de mise à niveau sans que les objectifs escomptés ne soient atteints. Ce ratage est dû à l'absence de stratégies précises identifiant les points forts et les points faibles de chaque entreprise selon ses spécificités et son environnement. Au niveau microéconomique, la réussite de la mise à niveau passe par la détermination des " facteurs clé " du succès auxquels chaque entreprise doit se référer pour réussir son plan de mise à niveau. Ces facteurs sont d'ordre commun ou spécifique. Les premiers, à savoir les facteurs communs, s'appliquent à toutes les entreprises quel que soit leur secteur d'activité ou leur taille. Ces facteurs se traduisent généralement par la gestion des compétences et le management du système d'information qui nécessitent des plans de gestion et des projections ponctuelles. Le second type de facteurs est d'ordre spécifique et renferme les paramètres qui diffèrent d'une entreprise à une autre en fonction de son secteur d'activité, de sa taille et de sa santé financière, entre autres. On admet aujourd'hui que la compétitivité industrielle n'est plus seulement liée aux coûts des facteurs et à la disponibilité des

¹⁸ Cette approche a été conçue et développée depuis 1991 dans le cadre du projet de partenariat entre la Chambre des Métiers et les petites industries de Munich, en Haute Bavière en Allemagne et plusieurs autres Chambres de Commerce et d'industrie Brésiliennes de l'Etat Fédéral de Santa Catarina.

Tableau 2 Répartition DPS en faveur des PME par type d'Intervention

	Nombre	%
Pré-diagnostic/ diagnostic Flash	135	73%
Intermédiation financière	30	16%
Mise à niveau (individuelle ou groupée)	17	9%
Formation	4	2%
	186	100%

Source : ANDPME (2008),

« Bilan des actions du programme national de mise à niveau Rapport complet », Alger, septembre, p.6

3.5 Résultat du second programme national de mise à niveau de la PME

L'ANDPME est chargée de la mise à niveau de 20 000 PME dans la cadre du programme quinquennal 2010/2014, pour un coût global de 380 milliards DA. Le constat du terrain apporte que parmi les 1.586 dossiers déposés au niveau de l'Agence depuis le lancement du programme jusqu'à fin 2011, 1512 ont été traités, dont 1016 sont éligibles (le coût moyen par entreprise supporté par l'Etat est de 19 287 000 DA), 354 ajournés et 142 non éligibles¹⁷.

3.6 Résultats du programme d'appui aux PME/PMI et à la maîtrise des technologies d'information et de communication (PME II)

Le programme PME fournit jusqu'en 2011 un soutien direct à près de 100 PME sélectionnées sur la base de critères bien définis, actives dans cinq secteurs prédéterminés: l'alimentaire et les boissons, la mécanique, les matériaux de construction, les produits chimiques et le domaine électrique/électronique. L'intervention proposée par les experts est basée sur une approche globale taillée sur mesure pour répondre aux besoins spécifiques de chaque PME. En fait, des «actions pilotes» visent à accompagner la modernisation de différents secteurs, dont le secteur financier, ou celui de la production, ainsi que le développement du capital humain et l'utilisation des technologies de l'information et de la communication dans les PME.

3.7 Résultats du programme de développement économique durable (GTZ)

Le programme GTZ assiste l'exécutif depuis 2007 dans le cadre de la mise en œuvre de sa politique en faveur des PME. Dans ce cadre, 12 associations professionnelles et artisanales ont réalisé des diagnostics afin de renforcer leurs organisations internes. A cela, s'ajoutent plus de 120 groupes d'entrepreneurs qui se sont constitués suivant l'approche

¹⁷ Déclaration du président de l'ANDPME Moussaoui Rachid lors de la journée d'étude sur « l'investissement dans le secteur de la pêche » APS mardi 20 décembre 2011.

Au total, 41 PME ont bénéficié de la couverture financière enregistrant, au 31 octobre 2006, un taux de consommation de 9,66%.

Volet 3 Appui institutionnel :

Les actions engagées ont été réparties comme suit : 26 Diagnostics, 60 Actions de mise à niveau, 36 Etudes et enquêtes bien que 9 Actions ont été annulées ou abandonnées.

Volet 4. Appui à la formation

Il s'agit ici d'actions transversales de formation dans les trois domaines, ces actions ont été réparties de la manière suivante : PME en formation / conseil: 96 ; Chambres de commerce et de l'industrie : 19 ; Participants (chefs d'entreprise et cadres dirigeants) à des séminaires : 3550 ; Associations patronales et professionnelles : 5 ; Ministère de la PME (Formation de cadres du ministère et des directeurs de PME dans les wilayas) et formation des directeurs de PME dans les wilayas, Nombre d'actions engagées : 298 ; Actions annulées ou abandonnées : 5.

3.4 Résultats du programme national de mise à niveau de la PME algérienne (ANDPME)

Le programme national de mise à niveau des PME chapoté par l'ANDPME a suscité l'intérêt de 375 entreprises qui ont émis des demandes d'adhésion mais seulement 305 ont adhéré au programme.

Un bilan¹⁶ jusqu'au 30 septembre 2008 permet de recenser 189 demandes de Prestation de Services (DPS) et 343 actions réparties entre les PME (45% des actions) et TPE (55% des actions).

L'observation des résultats du programme ANDPME laisse apparaître une prédominance des actions de pré-diagnostic/diagnostic avec un total de 135 actions qui représente 73% du total des interventions. Les 27% restants consistent en des actions d'intermédiation financière (16%), de mise à niveau individuelle ou groupée (9%) et de formation avec 2% des DPS.

¹⁶ ANDPME (2008),

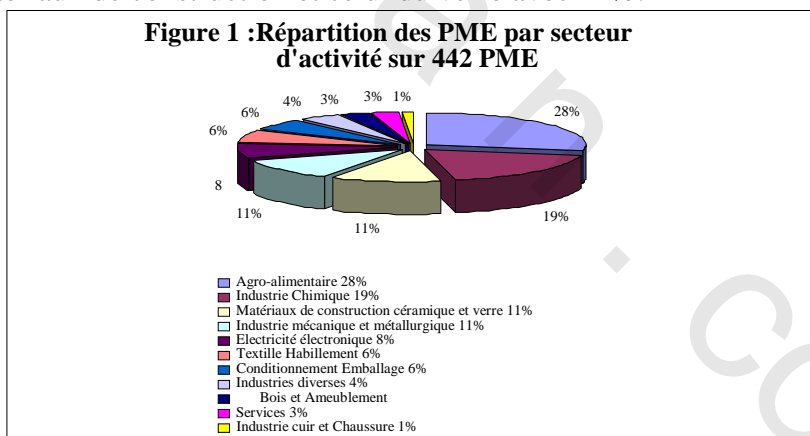
« Bilan des actions du programme national de mise à niveau Rapport complet », Alger, septembre 2008, p.1

3.3 Résultats du programme d'appui au développement des PME (EDPME)

C'est, de loin, le projet d'appui le plus important en termes de ressources mobilisées puisqu'il dispose de plus de 60 millions d'Euros. Il est vrai que sur le terrain et pour les non avertis, le dispositif reste invisible, mais les statistiques établies depuis le démarrage de l'EDPME jusqu'au 31 mai 2007 (après 4 ans et 8 mois d'activité) nous ont permis de constater les résultats suivants répartis selon les trois volets du programmes :

Volet I : Appui direct aux PME

Au final, 442¹⁵ PME (61,7 %) ont terminé au moins un premier cycle de mise à niveau en engageant 2008 **opérations à travers tout le pays. Ces opérations se répartissent de la manière suivante** : 552 pré-diagnostic, 470 diagnostics, 847 actions de mise à niveau, 7 actions diverses, 132 actions annulées ou abandonnées. Il a été également constaté que la branche industrielle, qui présente le plus de réactivité par rapport à la mise à niveau, est celle de l'agro-alimentaire, suivie de près par celle de l'industrie chimique. En effet, 28% des PME concernées par la mise à niveau appartiennent à la branche de l'agroalimentaire. Outre, l'agro-alimentaire, on remarque également que les entreprises de l'industrie chimie-pharmacie représentent 19%, et le secteur des matériaux de construction et celui du verre avec 11%.



Source Commission Européenne (2007), *op.cit*, p.16

Volet 2 : Appui financier aux PME/PMI :

¹⁵ Commission Européenne (2007), « Programme d'appui aux PME/PMI Algériennes EDPME », Alger, p.2

Cependant, et s'agissant d'un programme pilote l'évaluation du projet ne doit pas être quantitative mais plutôt liée à la viabilité du dispositif mis en place et à son degré de sensibilisation et communication. Selon les experts de l'ONUDI¹⁴ concernant le choix des entreprises, l'approche *pilote* aurait dû bénéficier d'une sélection plus rigoureuse des entreprises en fonction de critères tels que la volonté et la capacité de l'entreprise de s'engager dans un processus de mise à niveau ; son potentiel de servir comme modèle à d'autres entreprises ; la compétence et le dynamisme de l'entrepreneur et de son équipe ; la taille de l'entreprise (emplois) et son importance dans le (sous)secteur.

3.2 Résultats du programme de mise à niveau du Ministère de l'Industrie et de la restructuration (MIR) :

En 2002, le programme de mise à niveau du MIR a été consolidé à la faveur des ressources du FPCI. L'activité du programme, de 2003 à fin décembre 2010, est récapitulée dans le tableau 1.

Jusqu'à fin décembre 2010, 199 entreprises, dont 102 issus du secteur public et 97 du privé, devaient bénéficier des aides du fonds pour l'application de leurs plans de mise à niveau. 175 d'entre elles au titre de la réalisation du plan de mise à niveau et 24 limités à l'étude de diagnostic.

Tableau 1 Bilan cumulé du programme MIR (2003-2011)

		Total					Entreprises Publiques					Entreprises Privées				
		2003	2007	2008	2009	2010	2003	2007	2008	2009	2010	2003	2007	2008	2009	2010
Phase Diagnostic	Demandes reçues	245	426	435	462	499	148	240	240	247	254	97	187	195	215	245
	Demandes traitées	223	425	435	459	491	134	239	240	248	254	89	185	195	211	237
	Demandes retenues	150	308	313	332	355	91	159	159	163	168	59	149	154	169	187
	Demandes rejetées	71	117	122	127	136	50	80	81	85	86	21	37	41	42	50
Phase Plan de Mise à niveau	Dossiers soumis	49	150	162	172	204	27	94	96	97	107	22	56	66	75	97
	Dossiers traités	39	150	161	166	204	27	94	95	96	107	22	56	66	70	97
	Entreprises bénéficiaires	34	145	158	163	199	16	90	93	94	102	18	55	65	69	97

Elaboré par nos soins à partir des données du MIPI

¹⁴ ONUDI.(2006), « Évaluation indépendante Algérie Programme intégré pour l'amélioration de la compétitivité et l'appui à la restructuration industrielle en Algérie », Vienne, p.11

Ce second programme national de mise à niveau a été conçu dans le but d'implémenter une démarche pragmatique et simplifiée pour permettre l'éligibilité d'un maximum de PME aux activités du programme national de mise à niveau.

Ainsi, l'Etat algérien, qui fixe un objectif de mise à niveau de 20 000 PME durant la période 2010-2014, est ainsi disposé à engager 380 milliards de dinars (soit environ 5 milliards de dollars) de ressources publiques en concours directs et en bonification sur les intérêts des crédits bancaires

2.2.6 Le programme d'appui aux PME/PMI et à la maîtrise des technologies d'information et de communication(PME II):

Ce nouveau programme a été signé en mars 2009 entre le ministère algérien de la PME et de l'Artisanat et la Commission européenne poursuivant ainsi les activités déjà entamées dans le programme (MEDA I). Toutefois, le ministère de l'Industrie et celui de la Poste et des Télécommunications jouent aussi un rôle important dans la coordination des activités du programme PME II.

Financé conjointement par l'Union européenne (40 millions d'euros) et par le gouvernement algérien (3 millions d'euros) et une contribution d'un (1) million d'euros de la part de la PME.

2.2.7 Le programme de développement économique durable (GTZ)

Afin que les PME algériennes tirent mieux profit des avantages qu'offre l'accord d'association paraphé avec l'Union européenne (UE) et dans le but de mieux les préparer aux défis de la mise en place d'une zone de libre-échange, un programme algéro-allemand dénommé « développement économique durable » a été mis en œuvre par la GTZ (German Agency for Technical Cooperation). Initié en 2006, le programme cible les PME algériennes de moins de 20 salariés dans 10 régions de l'Algérie.

III. Bilans des programmes de mise à niveau en Algérie :

Avant d'évaluer les dispositifs des programmes de mise à niveau en Algérie nous présenterons d'abord les réalisations de chaque programme.

3.1 Résultats du programme pilote de mise à niveau (ONUDI):

A première vue, le bilan du programme pilote qui a été lancé en l'an 2000 semble bien maigre puisqu'il n'a touché que 48 entreprises avec une contribution du budget de l'ONUDI estimée à 1.269.000 dollars (financement des actions de mise à niveau de 5 EPE et 15 entreprises privées) et une contribution du budget du Ministère de l'Industrie estimée à 120 MDA (financement des actions de mise à niveau de 12 EPE et 16 entreprises privées) .

PME et de l'Artisanat et par la Commission européenne, à travers une unité de gestion autonome, dénommée Euro Développement PME (EDPME), comprenant 25 experts permanents (21 algériens et 4 européens). Ce programme s'étale sur cinq ans⁹ pour un financement de 62,9 millions d'euros, dont 57 millions d'euros en provenance de la commission européenne, 4 millions d'euros apportés par le gouvernement algérien et 2,5 millions d'euros représentant la contribution des PME bénéficiant des prestations du programme¹⁰.

Si le programme du MIR vise à moderniser la production et introduire la notion de qualité¹¹, le programme EDPME a pour objectif d'éclairer le chef d'entreprise sur les enjeux de marché et le pousser à adopter de bonnes pratiques de gestion.

2.2.4 Le programme national de mise à niveau de la PME algérienne (ANDPME)

Ce programme s'inscrit dans un cadre de synergie, continuité et de complémentarité aux dispositifs existants¹². Lancé en février 2007 pour une période de six ans, le programme a pour objectif principal la mise à niveau de 6 000 PME. Une enveloppe d'un (1) d'un milliard de dinars par an est consacrée à son exécution conformément à la décision du Conseil des Ministres lors de sa session du 08 mars 2004 et l'article 71 de la loi de finances¹³ pour 2006.

Pour un pilotage efficace de cet immense chantier, l'Etat a procédé à la création de l'Agence Nationale de Développement de la PME, par abréviation «ANDPME » par le décret exécutif n°05-165 du 3 mai 2005. L'ANDPME a pour rôle, tout comme l'EDPME, l'examen des demandes des entreprises désireuses de bénéficier du programme de mise à niveau (notamment les très petites entreprises TPE avec un effectifs de 10 employés et moins) et d'octroyer des primes à la mise à niveau.

2.2.5 Second programme national de mise à niveau de la PME algérienne

⁹ Le programme a démarré en juillet 2002 et s'est achevé le 31 décembre 2007

¹⁰ Les PME bénéficiaires directes du programme contribuent dans le cadre des actions de mise à niveau à hauteur de 20%, les 80% restants sont prise en charge par le programme.

¹¹ Un diagnostic suivi d'opérations de mise à niveau essentiellement dans le domaine du management de la qualité et ensuite des acquisitions de matériels et équipements pour moderniser la production.

¹² Boughadou A.(2006), « Politique d'appui à la compétitivité des entreprises algériennes », MPMEA, Alger, avril, p.18

¹³ Loi n°05-16 du 31/12/2005 portant ouverture dans les écritures du Trésor, un compte d'affectation spéciale intitulé « Fonds national de mise à niveau des PME »

avec des partenaires étrangers, à savoir : l'ONUDI, la Banque mondiale, l'AFD (Agence Française de Développement), la Commission européenne (programme MEDA) et la GTZ (Agence de coopération allemande).

2.2.1 Le programme pilote de mise à niveau (ONUDI):

Initialement prévu pour une durée de trois années, le PI (Programme Intégré) est financé par l'ONUDI, l'Algérie, le PNUD, la France et l'Italie, couvrant cinq composantes avec un budget prévisionnel de 11.442.000 dollars. En 2002 la version initiale a été prolongée de trois à cinq ans et légèrement modifiée. Le programme pilote a été lancé ainsi en l'an 2000, ceci en utilisant les différents dispositifs d'appuis mis en place. Grâce à ce programme 20 entreprises industrielles (5 entreprises publiques et 15 entreprises privées) ont bénéficié d'action de mise à niveau financées par l'ONUDI pour un montant total de 1 269 000 dollars et 28 autres entreprises (12 entreprises publics et 16 entreprises privées) ont bénéficié d'opérations de mise à niveau financées sur le budget d'équipement du MIR d'un montant de 120 millions de DA ⁷.

2.2.2 Le programme de mise à niveau du Ministère de l'Industrie et de la restructuration (MIR) :

Ce programme piloté par le Ministère de l'industrie et de la Restructuration (MIR) est lancé à partir de janvier 2002 et s'adresse aux entreprises de droit algérien saines financièrement qui présentent un actif net positif et affichent au moins deux résultats d'exploitation positifs sur les trois derniers exercices (bilan certifié de l'année de référence), activant depuis au moins trois années, ces entreprises doivent appartenir au secteur productif industriel ou fournisseur de services liés à l'industrie et employer un effectif de 20 salariés et plus (sur l'année de référence) pour les entreprises de production et de 10 salariés pour les entreprises de services liés à l'industrie. ⁸

2.2.3 Le programme d'appui au développement des PME/PMI Privées (Euro Développement PME EDPME)

Le programme d'appui au développement des PME/PMI privées en Algérie est un programme co-piloté et co-financé par le ministère de la

⁷ Ministère de l'Industrie et de la promotion des investissements (2004), « Mise à niveau des entreprises : évaluation à fin décembre 2003 », p.1

⁸ Madaoui M & Boukrif M.(2009), « De l'économie administrée à l'économie de marché. Les PME à l'épreuve de la mise à niveau des entreprises en Algérie », Colloque international : « La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », 11^{ème} journées scientifiques du Réseau Entreprenariat, INRPME-AUF-AIRPME, 27 au 29 mai, Canada.

Selon Lamiri⁴ « La mise à niveau est une opération de benchmarking qui consiste à hisser la productivité de l'entreprise au niveau de ses meilleurs concurrents ».

Selon les économistes de l'ONUDI⁵ : « La mise à niveau est une grande dynamique de conceptions et de réalisations de grandes mutations dans un environnement global. C'est un processus continu qui vise à préparer et à adapter l'entreprise et son environnement aux exigences du libre-échange ».

II. La Mise à Niveau en Algérie

2.1 Contexte de la mise à niveau en Algérie

Dans un contexte de passage d'une économie protégée à une économie de marché qui s'est accompagné d'un large éventail de réformes législatives, réglementaires et institutionnelles, le pouvoir algérien a mis en place un dispositif de mise à niveau des entreprises nationales. Ce dispositif vise à agir sur les contraintes endogènes et exogènes à l'entreprise algérienne en vue de lui permettre d'atteindre les objectifs suivants :

- Adaptation aux nouvelles conditions du marché
- Accès à une meilleure compétitivité
- Acquisition d'une aptitude à exporter et à intégrer ses activités
- Génération d'une capacité d'accumulation et de croissance.

2.2 Dispositifs et Architecture des programmes de mise à niveau des entreprises en Algérie:

Afin de promouvoir la compétitivité du tissu industriel algérien les pouvoirs publics ont mis en œuvre une multitude de programmes de mise à niveau dont certains ont pris fin et d'autres viennent tout juste d'être lancés. « Ces programmes sont indépendants les uns des autres et opèrent en l'absence de tout cadre national défini et coordonné par le gouvernement »⁶.

La mise à niveau est tout d'abord apparue avec le projet pilote de l'ONUDI et le programme du Ministère de l'Industrie et de la restructuration. Ensuite, le Ministère de la PME et de l'artisanat a tracé des programmes d'appui au développement des PME, en coopération

⁴ Lamiri A. (2003), « La mise à niveau : enjeux et pratiques des entreprises algériennes », Revue des Sciences Commerciales et de gestion, N°02, ESC Alger.

⁵ ONUDI (2002), « Guide méthodologique : restructuration, mise à niveau et compétitivité industrielle », Vienne.

⁶ Azouaou L.(2011), « La politique de mise à niveau des PME/PMI Algériennes : Objectifs, Bilan et perspectives », thèse de doctorat en sciences de gestion, Ecole supérieure de Commerce d'Alger, p.141

- devenir compétitives au niveau prix/qualité, innovation. ; devenir capables de survivre et maîtriser l'évolution des techniques et des marchés.

I. Contexte et fondement de la mise à niveau :

1.1 Contexte de la mise à niveau :

Le concept de « mise à niveau des entreprises » est né de l'expérience portugaise. Initié en 1988 dans le cadre des mesures d'accompagnement de l'intégration du Portugal à l'Europe, le PEDIP (programme stratégique de dynamisation et de modernisation de l'économie portugaise) avait pour objectifs d'accélérer la modernisation des infrastructures d'appui au secteur industriel, de renforcer les bases de la formation professionnelle, de diriger les financements vers les investissements productifs des entreprises, notamment des PME et d'améliorer la productivité et la qualité du tissu industriel.

Pour répondre aux nombreuses requêtes provenant de ces pays, l'ONUDI (Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel) a mis en œuvre des programmes de « mise à niveau » ou « de modernisation » conçus comme des sous-ensembles de programmes plus globaux appelés programmes intégrés (« integrated programs »). Ces programmes ont déjà été mis en œuvre, avec l'appui de l'ONUDI et de différents bailleurs, en Europe de l'Est (Pologne, Roumanie), au Kazakhstan, en Amérique Latine (Colombie, Argentine), au Sri Lanka, au Maghreb, et au Proche-Orient.

1.2. Notions sur la mise à niveau :

La mise à niveau- fabrication de meilleurs produits, produire de façon plus efficace, ou changer pour des activités plus rentables - a souvent été utilisée dans les recherches relatives à la compétitivité (Kaplinsky and Readman¹, Porter²) et l'intégration de l'innovation. Pietrobelli et Rabellotti³ définissent la mise à niveau comme étant la capacité de l'entreprise à innover afin d'augmenter sa valeur ajoutée.

¹ Kaplinsky R. & Readman J. (2001), «How can SME producers serve global markets and sustain income growth?», Mimeo, University of Brighton and University of Sussex, Brighton.

² Porter M. (1990), « *The competitive advantage of nations* », London and Basingstoke: MacMillan.

³ Pietrobelli C. & Rabellotti R. (2006), «Upgrading to compete: Global value chains, Clusters, and SMEs in Latin America », Harvard University.

Programmes de Mise à niveau pour accompagner l'ouverture en Algérie

Dr Souhila GHOMARI MALTI

Pr Abderrezak BENCHABIB

Université de Tlemcen

Abstract: The transition from a protected to a liberal economy centered on open competition required the implementation of an Algerian industrial program upgrading for an effective adjustment of the companies and their environment. This upgrading would also enable these companies to grow more and better within this new economic and geopolitical chessboard.

We propose in this paper to examine the experience of Algeria in terms of upgrading its companies. After presenting the foundations of upgrading, we shall discuss the various upgrading programs applied by Algerian companies, and finally an analysis of the failures of companies upgrading programs will be examined.

Keywords: Upgrade, program, opening, Algeria, competitiveness.

ملخص الانتقال من مرحلة حماية السوق إلى مرحلة الانفتاح والمنافسة الحرة تطلب وضع برنامج إعادة هيكلة الصناعة الجزائري من أجل تحسين المؤسسات وكذا بيئتهم. وهذا التأهيل سيتمكن أيضا هذه المؤسسات التطور أكثر في رقعة الشطرنج الاقتصادي و الجيوسياسي الجديد سنحاول من خلال دراستنا التطرق إلى تجربة الجزائر في مجال تأهيل مؤسساتها بعد عرض أسس التأهيل، سوف نقدم مختلف برامج تأهيل المؤسسات في الجزائر وكذا نتائجها، وأخيرا سوف نقوم بتحليل برامج تأهيل المؤسسات الجزائرية وأسباب فشلهم

الكلمات الدالة: التأهيل، برامج، الإنفتاح، الجزائر، التنافسية

Introduction :

L'internationalisation de l'entreprise est une nouvelle alternative économique générée par la globalisation des échanges mettant le potentiel productif, partout dans le monde, devant un double impératif qui consiste à s'ouvrir et se mettre constamment à niveau.

L'objectif stratégique consiste à se mettre au niveau des exigences du libre-échange en vue de prendre avantage des effets positifs de la libéralisation et de renforcer les capacités de production, de vente et d'exportation. Cet objectif général se traduira pour les entreprises algériennes en une concrétisation d'une double ambition :

- Kerbazi, A (2009), « L'entreprise familiale en Algérie : de l'indépendance au conservatisme », 11^{ème} Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat, 27, 28 et 29 mai 2009, INRPME, Trois-Rivières, Canada
- Mercier .S (1997), « Une contribution à la formalisation de l'éthique dans les grandes entreprises », thèse de doctorat ès Sciences de Gestion, Université Paris IX Dauphine,
- Mercier. S (2000), « La formalisation de l'éthique : un outil stratégique pour l'entreprise? », *Finance Contrôle Stratégie*, vol.3, n°3, p. 101-123.
- Organisation de Coopération et de Développement Economiques, OCDE. (1995), « Participatory development and good governance cooperation guidelines series », 34 pp. 40
- Organisation de Coopération et de Développement Economiques, OCDE. (2004), « Principes de gouvernement d'entreprise de l'OCDE », 47 pp.
- Pras B « Management et islam Vers une convergence de valeurs » Revue française de gestion 2/2007
- Qaradawi. Y (2001), « le prophète et le savoir » traduit de l'arabe par Claude dabbaq édition ar rissala paris
- Schulze ,WS, Lubatkin, M.H et Dino R.N, (2003) “toward a theory of agency and altruism in family firms” , journal of business venturing 18
- Solomon H. et Hanson G. (1985), *La morale en affaires*, clé de réussite, Paris, Les Éditions d'Organisation.
- Tabet Aoul Lachachi, W. (2006), « L'influence des valeurs et de l'environnement sur la stratégie de l'entrepreneur privé Algérien étude exploratoire », Thèse de doctorat en Gestion, faculté des sciences économiques de Tlemcen.
- Valin, G., Gavanou, J., Guttman, C. et Le Vourc'h, J. (2006), « Controlor & auditor », Dunod, Paris,.

- Arrègle J-L. et Mari I. (2010), « Avantages ou désavantages des entreprises familiales » Principaux résultats des recherches et perspectives, *Revue française de gestion*, /1 n° 200
- Autissier. D, Bensbaa. F et Boudier. F (2010), « L'atlas du management » Eyrolles
- Basly, S. (2006), « L'internationalisation de la PME familiale : apprentissage organisationnel et développement de la connaissance », dans XV^e Conférence internationale de Management Stratégique, Annecy/Genève, 13-16 juin.
- Basly, S. (2007), « Le conservatisme : une explication des choix financiers de la PME familiale », Article présenté au congrès de l'AFFI, Bordeaux, juin.
- Basly, S. (2007), « Propriété, décision et stratégie de l'entreprise familiale une analyse théorique », Papier de recherche, Bordeaux.
- Bauer M. (1993). *Les patrons de PME entre le pouvoir, l'entreprise et la famille*, Paris, Collection L'Entreprise, Inter-Editions.
- Bennabi M, (1990), « problèmes des idées dans le monde musulman », édition el bay'yinate Alger
- Bouhanna.A Et A. Bendiabdellah « L'Éthique de la gouvernance » Université de Tlemcen
- Bouyacoub A, (2004). « Entrepreneurs et PME approches algéro françaises », l'Harmattan, Paris.
- Bouyacoub, M. (2004), « Les PME en Algérie, quelles réalités », Cahiers du Griot, Entrepreneur et PME Approches Algéro-françaises, Paris, l'Harmattan.
- Chevalier J. (1996). « La gouvernabilité », Paris, CURAPP-Presses de l'Université française.
- Chua J, J. Chrisman et P. Sharma (2003), « Current trends and future directions in family business management studies: toward a theory of the family firm », The 2003 Coleman White Paper series.
- Chua, J.H, Chrisman J.J et Sharma, P, (1999) “defining The family business by behavior”, *entrepreneurship theory and practice* 23
- D'Iribarne P, (2007), « Islam et management. Le rôle d'un univers de sens », *Revue française de gestion*, n°171
- Daily, C.M et Dollinger M.J 1993 “Alternative methodologies for identifying family versus non family managed business”, *journal of small business management* 31
- Gillet A et Madoui M,(2004). «Les entrepreneurs algériens : un groupe hétérogène entre logique familiale et logique économique», *Cahier du Griot*, p 125-140.
- Gomez mejia, L.R, Haynes K Nunez, (2007) “socio emotional wealth and business risks in family controlled firms” ; evidence from Spanish olive oil mills”, *administrative science quarterly* 52

(clients, fournisseurs administration..), processus de production et procédure de gestion suivant l'éthique islamique.

Conclusion

La situation actuelle dans le monde arabo musulman ne fait pas exception du contexte mondial. En « situation actuelle » nous entendons dire ; la dégradation des valeurs, les taux élevé de corruption, pauvreté...etc. Le remède à notre avis est simple : restaurer un climat éthique fondé sur les valeurs islamiques.

L'éthique de l'Islam régit tous les aspects de la vie. Les conditions de réussite éternelle sont les mêmes pour tous les musulmans, et dans tous les domaines, que ce soit dans la conduite de leurs affaires ou dans l'exercice de leurs activités quotidiennes.

L'éthique et la gouvernance peuvent coexister en symbiose, le challenge est de les mettre en perspective opérationnelle par leur instrumentalisation sous une forme tangible. L'objectif de notre modèle est mettre en œuvre un cadre et des outils pour implémenter ces valeurs morales dans la sphère opérationnelle de l'entreprise.

Nous ne pouvons nier qu'instaurer une gouvernance fondée sur la morale de l'Islam est un projet qui requière la participation et la ferme volonté non seulement de la part des acteurs au sein de l'entreprise, mais également de toute la société allant du système éducatif jusqu'aux médias. Au sein dans l'entreprise, tout le monde est responsable, allant du plus haut au plus bas échelon de la hiérarchie. Pour les propriétaires comme pour les managers cela ne signifie pas se limiter à faire la da'awa aux salariés, mais leur montrer et leur donner les moyens de s'approprier ce qui fonde le désir de travailler et de progresser ensemble vers un but partagé.

Référence :

- Allouche J. et Amann B. (2000), " L'entreprise Familiale : un état de l'art ", Finance, Contrôle, Stratégie, Vol. 3, n°1, Mars, pp. 33-79.
- Al-Narâqî M.A.T "l'éthique musulmane" abrégé de bihar al anwar Traduit de l'anglais et édité par Abbas AHMAD al-Bostani publication de la cité du savoir CANADA (sans indication de l'année)
- Amara M (1995) « Le conception islamique de l'homme en tant que "lieutenant de Dieu" sur la terre » Revue l'islam aujourd'hui N° 13-1416H
- Anderson G. and M. Orsagh (2004) ''The Corporate Governance Risk: Electric Perspectives'' 29(1), 68
- Arjoon, S. and J. Gopaul: 2003, ''Ethical Orientation of Future Managers: The Case of Trinidad'', Social and Economic Studies 52(1)

internes ou externes ayant une double connaissance approuvée en matière de charia et de fiqh islamique et également en matière d'exploitation. L'objectif de ce groupe est d'assister le staff managérial dans ces décisions et de proposer toute réglementation en cohérence avec l'éthique islamique dans les affaires ainsi que la certification des nouveaux produits.

Le processus de certification d'un produit passera par un certain nombre de questions qui guideront le comité dans cet exercice, principalement :

Les termes de la transaction (la forme de vente ou de l'achat, les moyens de paiement, les délais...) sont-ils conformes à la Sharia ?

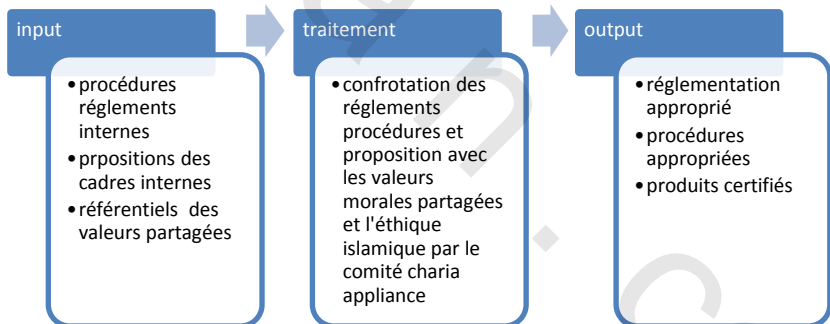
Le produit (sa forme générale et ses composants) est –il conforme à l'éthique islamique ?

La communication (canaux, message objectifs..) est-elle conformes à l'éthique islamique ?

Le produit est – il bénéfiques pour le client, ce dernier n'est- il pas lésé ?

Dans une optique de gouvernance par les valeurs islamique le rôle du comité charia ne se limitera pas à la certification des produits ou des transactions commerciales ; mais il s'étend également à la conformité des stratégies et des méthodes de gestion.

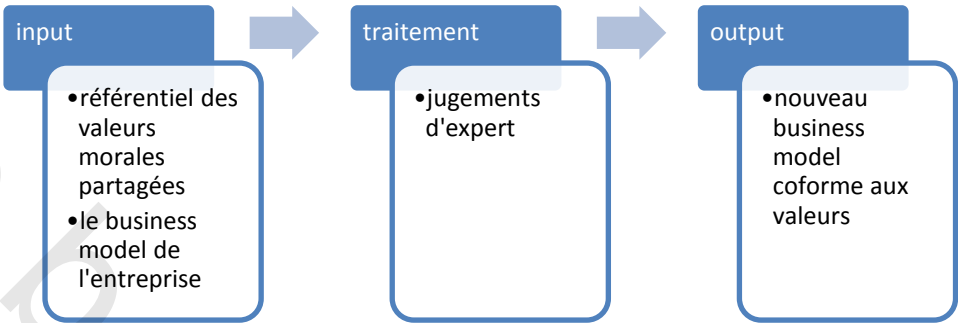
Phase 4 : Promulguer une réglementation appropriée :



Dans les sociétés laïques, les interprétations juridiques et la promulgation des réglementations sont fondées sur les aléas de la conjoncture et souvent biaisées aux grés des personnes. Ces codes éthiques ou déontologiques véhiculent des normes et des valeurs transitoires.

Dans un contexte de gouvernance par les valeurs islamiques, ces valeurs et normes sont guidées par la charia et le *fiqh*. Ceci dit que l'entreprise doit rédiger son règlement intérieur ainsi que tout autres réglementation (sanctions, avancements au mérite, ...etc) relations avec les partenaires

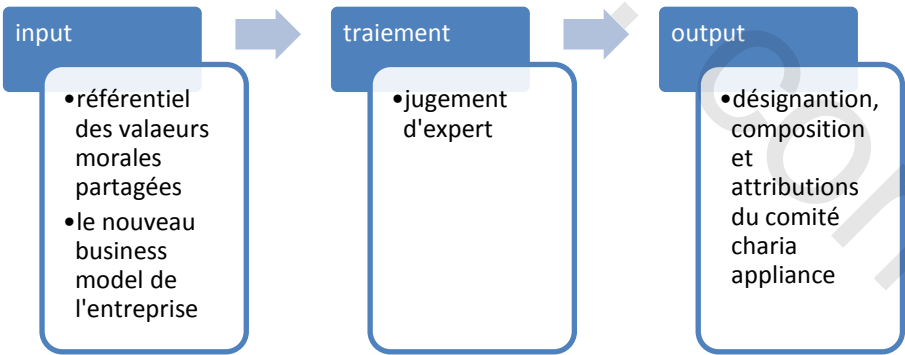
Phase 2 : Repenser le model de l'entreprise



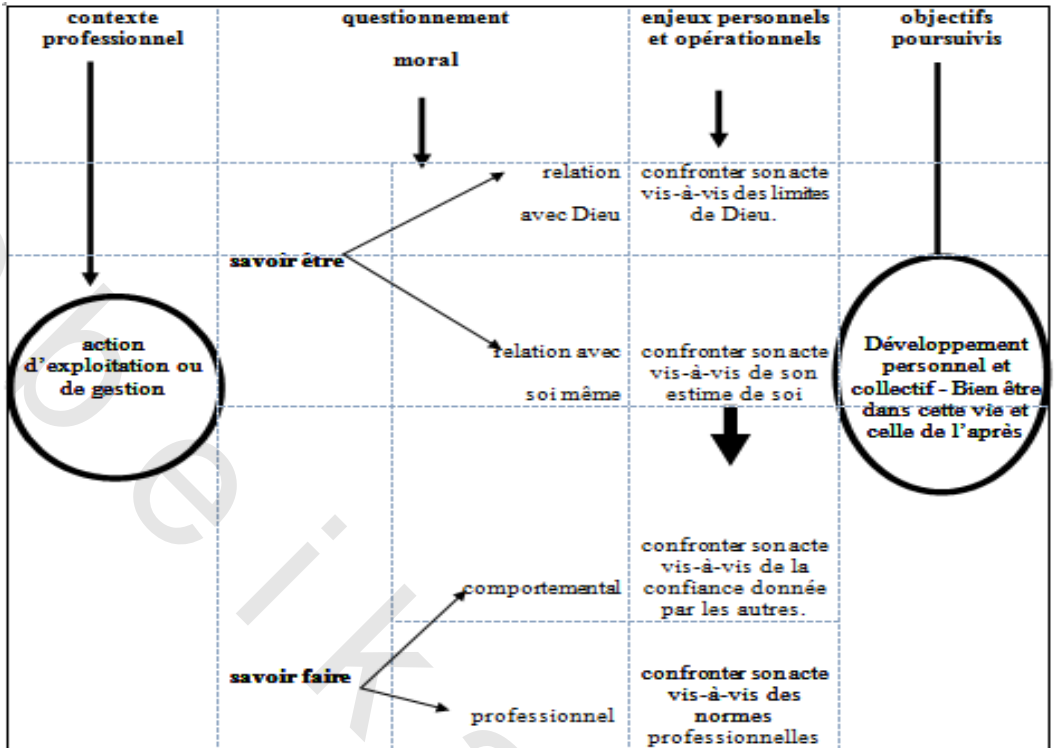
La notion de *business model* est très utilisée par les médias mais aussi par les praticiens d'entreprise pour exprimer l'ensemble des variables économiques et stratégiques d'une entreprise. Ce terme très générique permet de représenter tout ce qui est important pour une entreprise et générateur de valeur ; choix du segment cible, les relations avec les fournisseurs, les partenariats, les interactions avec plusieurs marchés. En somme, le business model peut se traduire par des choix qui définissent les conditions et la réalité de l'affaire (Autissier et al, 2010).

Certaines organisations peuvent opérer dans la commercialisation ou dans la production de produits prohibés par la religion islamiques. Ici la conduite de l'ensemble l'organisation est contraire à l'éthique islamique. Le même raisonnement doit être suivi pour les autres briques constituant le model de l'entreprise à savoir les partenaires clés, les sources de financement, les canaux de distribution ...

Constituer un comité *charia* Appliance



Aujourd'hui dans le monde islamique et surtout en finance, beaucoup d'entreprises sont dotés de tels comités. Il s'agit d'un groupe d'employés



La charte est un document écrit qui résume les principes d'actions et les valeurs à partager dans l'entreprise. Ces valeurs que l'on retrouve dans les chartes des grandes entreprises telles que Motorola, IBM, Renault sont axées sur le respect du client, la mobilisation et l'intégration du personnel.

Dans une charte ou un code éthique les préceptes et les sentences doivent être précis. Il est nécessaire que le code s'articule avec le règlement intérieur dont la valeur légale est reconnue. Les meilleurs codes éthiques sont élaborés en concertation avec l'ensemble du personnel et largement publiés.

On peut ajouter qu'une charte des valeurs ou un code déontologique, une fois diffusé, devrait engager légalement l'entreprise qui l'a établi, tout comme certains documents publicitaires que la jurisprudence intègre dans « l'ensemble contractuel » l'objectif est d'amorcer un comportement moral général.

Promouvoir l'écoute, l'altruisme, le partage et surtout le « **savoir- être** » et le « **savoir-faire** » ne doivent pas seulement être un effet de communication.

L'identification des valeurs spécifiques de l'entreprise est réalisable sur la base de la confrontation des idées de chacun, de débats, d'échanges, de discussions, de groupes de travail... cela devra en ressortir des valeurs communes qui tendront à devenir des valeurs de référence, les « best practices ».

Cette démarche doit se faire dans le respect d'une condition fondamentale qui est la concertation. C'est la clé essentielle de l'identification et de l'élaboration du référentiel des valeurs. Il est en effet crucial que les valeurs soient partagées pour qu'une identification le soit. L'élaboration concertée du référentiel de valeurs est donc primordiale en même temps qu'elle génère un effet de consensus et de cohésion d'un grand intérêt.

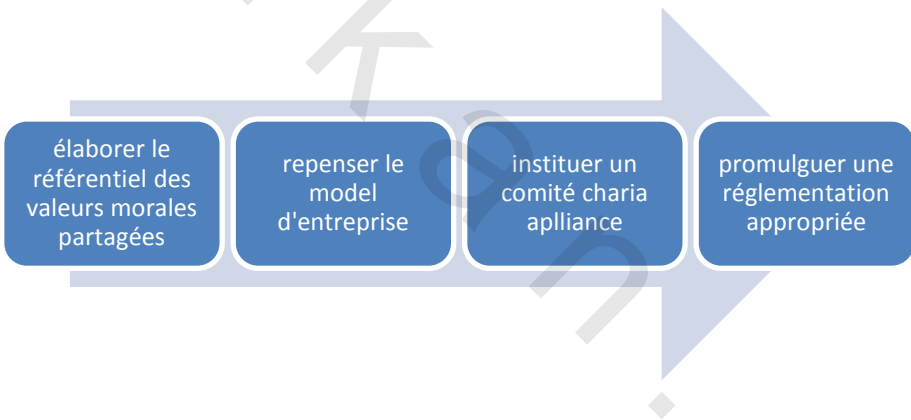
Après avoir identifié les valeurs, leur codification permet aux salariés de disposer d'un guide leur permettant de choisir quel comportement à adopter vis-à-vis d'une situation délicate. Cette codification prend forme dans une charte éthique ou un code de déontologie appelée encore code de bonne conduite. La mise en conformité des actes professionnelles avec le référentiel (avec les valeurs liés au savoir être et au savoir-faire) leur permettra de faire face au dilemme ; par exemple entre une valeur de respect de la confiance « *amana* » et la pratique courante de la « *commission illicite* » au milieu des affaires pour l'obtention d'un contrat.

Nous avons essayé de représenter cette idée dans le schéma suivant :

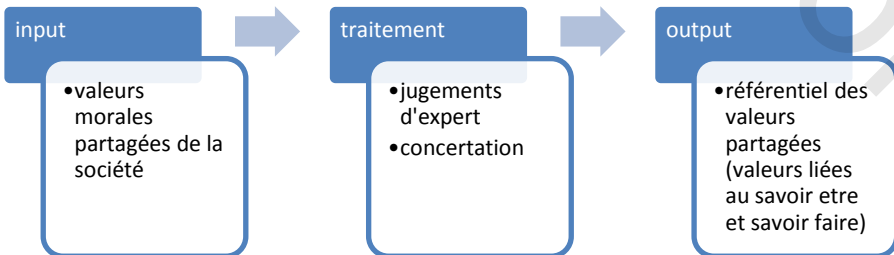
3. Processus d'intégration des valeurs morales islamique dans le management de l'entreprise

Notre modèle est basé sur une approche systémique ; toutes les parties sont inter reliées de façon séquentielle. La mise en œuvre de ce modèle (en tant que *processus*) peut influencer sur le gouvernement de l'entreprise. Il faut cependant noter que l'intégration ne peut s'accomplir au sein de la PME familiale que si elle est en mesure de s'incarner dans les choix et les comportements des divers acteurs et d'infuser ses exigences propres au sein même des logiques de décision et d'action.

L'engagement des cadres supérieurs est en effet une condition *sine qua non*. Quant à l'implication des cadres intermédiaires, elle ne sera certainement pas totale au départ. C'est pourquoi il sera nécessaire d'élaborer et d'implanter une stratégie spécifique relative à la formation en éthique des responsables à tous les échelons de la hiérarchie. Le processus d'intégration est composé de quatre phases :



Phase 1 : Elaborer le référentiel



considèrent, dans *La morale en affaires, clé de la réussite*, que l'entreprise éthique apporte une contribution à la société en ce qu'elle tient compte des conséquences de son activité à l'intérieur comme à l'extérieur de l'entreprise.

Toutefois, il est nécessaire, au préalable de faire la distinction au niveau conceptuel entre les valeurs morales d'une personne (individu), les valeurs morale d'une personne dans une fonction (management ethics) et les valeurs morales d'une organisation (governance ethics) avant de formaliser les différents concepts inhérents à l'éthique de la gouvernance tels que le code d'éthique, charte déontologie et autres mesures. Cette distinction est primordiale pour échapper à toute confusion entre les concepts (Bendiabdallah et Bouhanna) .

L'adoption d'un formalisme quelconque, un code d'éthique ou une série de documents édictant les bonnes pratiques de l'entreprise en matière de gouvernance, ne donnera aucun résultat et ne créera aucune valeur si le conseil d'administration et les employés ne sont pas sensibles à ce sujet.

A ce niveau, l'organisation doit fournir des efforts n'ont pas dans le but de se conformer aux règles et aux procédures mais pour aboutir à des réformes qui permettent d'instaurer la confiance et la justice. Les valeurs morales à adopter doivent être partagées par l'ensemble des parties prenantes. Ces valeurs ne doivent pas rester des données abstraites mais doivent reposer sur des pratiques sociales. Elles constituent le noyau dur de la *formalisation éthique* (Mercier 1997).

La morale et l'éthique sont deux mots qui ont presque la même étymologie. En effet, éthique vient du grec *ethos* (mœurs), *ethikos* (moral), du bas latin *ethicus* (morale). Il y a un débat permanent entre les mots "éthique" et "morale". Certains parle de "morale des affaires" ; d'autres parlent "d'éthique des affaires". Certains placent la morale au-dessus de l'éthique; pour d'autres l'éthique prime la morale. Si l'on s'en tient à l'étymologie des mots, il n'y a pas de différence entre Ethique et Morale. D'ailleurs les Anglo-saxons emploient indifféremment. Toutefois ; morale à une connotation religieuse l'éthique une connotation laïque

Dans un contexte islamique, le terme le plus étroitement lié à l'éthique et la morale dans le Coran est *khuluq*. « Le mot "akhlâq" est le pluriel du mot "khulq", qui signifie "disposition". La "disposition" est cette faculté (malakah) de l'âme qui constitue la source de toutes les activités que l'homme accomplit spontanément et sans y réfléchir. "Malakah" est une propriété de l'âme, qui vient à l'existence par des exercices et des pratiques répétitifs et qu'il est difficile de détruire (Al Narraqui).

tous les niveaux de la vie sociale, de substituer aux anciens modes de gestion devenus obsolètes des mécanismes plus souples de coordination et d'intégration. Un tel système de gouvernance serait de nature à engendrer trois types de changements majeurs de la gestion, soit :

1. Un effort de rationalisation qui vise à réduire la part d'incertitude et d'aléas inhérents à toute action collective ;
2. Une meilleure prise en compte de la diversité des pôles multiples de pouvoirs permettant d'établir des procédures d'échanges, de concertation et de négociation entre ces pôles d'influence ;
3. Une volonté de créer des stratégies de participation pour impliquer les intéressés dans l'élaboration des décisions en les associant à la construction des choix collectifs.

Dans cette même ligné l'OCDE, définit la gouvernance d'entreprise comme un système par lequel les affaires sont dirigées et contrôlées. La structure de la gouvernance spécifie clairement la répartition des droits et des responsabilités entre les différents participants de l'entreprise, conseil d'administration, manager, actionnaires et autres, elle établit ainsi des règles et des procédures pour la prise des décisions, ce qui nous mène à dire que , la gouvernance de l'entreprise traite non seulement des relations de cette dernière mais quelque chose de plus large qui inclut les relations avec les fournisseurs, les partenariats, les interactions avec plusieurs marchés et peut se traduire par des choix qui définissent les conditions et la réalité de l'affaire avec ses actionnaires mais également avec la société qui l'entoure

Avec la montée vertigineuses des scandales financiers et de la corruption, la gouvernance d'entreprise était visée du doigt ; et sa définition s'est vu s'étendre de plus en plus au-delà de la conception traditionnelle de droits et obligations juridiques. En 1999, dans le rapport de la Banque mondiale sur la gouvernance d'entreprise, Adrian Cadbury précise davantage sa définition «traditionnelle » citée ci-dessus : « *La gouvernance d'entreprise se préoccupe de la tenue de l'équilibre entre les objectifs économiques et sociaux et entre les objectifs individuels et communs... le but consiste à aligner autant que possible les intérêts des individus, des entreprises et de la société.* »

L'éthique et les normes morales se présentent désormais comme une nouvelle référence à choisir pour « bien gouverner »

La promotion de la justice et la transparence, sont considérées comme des références et sont utilisées pour gouverner et s'assurer que les actions entreprises ne s'opposent pas avec les intérêts des différentes parties prenantes (Anderson et Orsagh, 2004). Solomon et Hanson (1985)

En Algérie, la famille, l'histoire, la culture et l'environnement institutionnel, favorisent l'affichage d'un esprit d'indépendance qui pousse vers le recours aux anciennes pratiques en conservant les valeurs de la société Algérienne issues principalement de la religion musulmane (A Kerbazi 2009).

Selon les préceptes de la religion musulmane, l'entreprise doit profiter à la communauté et pas seulement au chef d'entreprise. En effet, la réussite d'un entrepreneur n'est réelle que si à travers, son entreprise, et ses activités il aide la famille ou la communauté. La plupart des études effectuées dans ce sens ont montré que les différentes figures de l'entrepreneur Algérien partagent une même réalité, le réseau social et familial dans la création d'abord et le fonctionnement de l'entreprise ensuite. En effet, la création et le développement d'entreprises en Algérie, sont souvent corrélés à l'objectif de créer une cohésion au sein de la famille, du clan, et la prégnance de la préservation des relations familiales et des réseaux sociaux (Gillet et Madoui, 2003).

2. Gouvernance, Ethique et valeurs de l'Islam

La gouvernance d'entreprise, connue sous le terme générique de *Corporate Governance* (CG), est apparue au cours de la décennie 1980 pour se répandre, plus tard, dans la plupart des économies développées (Valin et al., 2006). Adrian Cadbury a expliqué dans le Rapport séminal de l'année 1992 sur les aspects financiers de gouvernement de corporation (populairement reconnu comme le « Rapport Cadbury ») : « *La gouvernance d'entreprise est le système par lequel les entreprises sont dirigées et contrôlées.... Les conseils d'administration sont chargés d'assurer la gouvernance de leurs entreprises. Les actionnaires ont, en ce domaine, pour rôle de nommer les administrateurs et les auditeurs et de veiller à la mise en place d'une structure de gouvernance adéquate. Le conseil d'administration a notamment pour responsabilité de définir les buts stratégiques de la société, d'assurer le leadership requis pour les mettre en oeuvre, de superviser la gestion des affaires et de faire rapport aux actionnaires sur leur gestion. Le conseil d'administration doit prendre des mesures respectant la législation et le cadre réglementaire et les souhaits des actionnaires en assemblée générale.* »

Sur le plan éthique, cette définition ne positionne pas la gouvernance d'entreprise dans le champ des valeurs. Une vision pareille met en péril les rapports sociaux qui unissent les acteurs pour les remplacer par une utilité purement financière.

Chevalier (1996) précise que devant la complexité des problèmes et la diversité des acteurs en présence, la gouvernance d'entreprise propose, à

ces PME familiales s'apparente à la structure familiale où on retrouve le père fondateur au sommet de la hiérarchie, les responsabilités de chacun est souvent clairement définie ; les femmes du groupe (épouse, filles, belles-filles...) sont chargées des tâches de gestion quotidienne et de secrétariat. Enfin, les frères cadets se voient confiés à des postes relatifs aux tâches opérationnelles de production et de vente (Bauer 1993). Le chef entrepreneur de l'entreprise familiale est soumis au code social et culturel de la famille qui conditionne ses pensées et ses actes (Madoui, Gillet 2004). De ce fait, ce type d'entreprise présente la particularité de se situer à l'intersection d'un «système familial» fonctionnant suivant une logique d'émotivité et d'un «système entreprise» géré selon une logique de rationalité (Bouyacoub 2004)

Aussi, la PME familiale intègre la dimension familiale dans sa conception et son management ; elle fixe des règles et stratégies pour que l'ensemble des intérêts en jeu s'articulent harmonieusement. Selon Gomez-Mejia et al. (2007), ces entreprises optent pour des choix stratégiques qui s'avèrent parfois être risqués ; ces stratégies risqués ne relèvent pas d'un objectif de maximisation des profits mais pour préserver certains avantages non financiers qu'elle procure à ses membres. Toujours selon Gomez-Mejia et al. Ces avantages recouvrent l'ensemble des bénéfices sociaux et émotionnels que la famille retire de son implication dans les affaires parmi lesquels : la satisfaction de besoins affectifs, d'appartenance et d'estime, le plaisir d'exercer une influence, la perpétuation des valeurs de la famille.

D'autres parts, les valeurs familiales imprègnent la prises de décision (Chua et al., 1999) ; L'attachement émotionnel des propriétaires familiaux à l'EF fonde la prise en compte de critères affectifs et altruistes dans les prises de décision quand elles concernent des membres de la famille (Schulze et al., 2003).

Tableau n° 2 : nature de l'entreprise familiale par rapport à l'entreprise non familiale

	Entreprise non familiale	Entreprise familiale
Dimension dominante	Dimension rationnelle	Dimension affective
Processus de décision	Circuit hiérarchique	Centralisé par le fondateur
La décision repose sur	L'argumentation rationnelle, la justification	La conviction intime du fondateur, l'intuition, l'arbitraire

Source : Basley.S (2007)

Tableau N° 1 : les définitions de l'entreprise familiales

Définitions mono critères	Auteurs	Contenu
Critère de la propriété	Barnes L.B., Hershon S.A. [1976], Alcorn, P. B. [1982], Lansberg I. et al. [1988]	L'entreprise est la propriété d'un individu, ou des membres d'une même famille
	Barry B.[1975], Beckhard R. et al. [1983], Handler, W. C. [1989]	L'entreprise est contrôlée par une famille, plus ou moins élargie. Le conseil d'administration est le lieu privilégié de ce contrôle
2/ Définitions pluri-critères		
Propriété et contrôle	Davis J. A., Tagiuri R. [1982] ; Davis J., Pratt J. [1985] ; Rosenblatt P. C. et al. [1985] ; Dyer W. G. Jr. [1986] ; Stern M.H. [1986] ; Hollander B., Elman N. [1988] ; Handler W.C. [1989] ; Aronoff C.E., Ward J.L. [1990] ; Gallo M.A., Estapé M.J.[1994] Astrachan J.H., Kolenko T.A. [1994] ; Cromie S. et al. [1995]	L'entreprise est la fois la propriété d'un individu ou d'une famille (voire de plus d'une) et est contrôlée par une famille, plus ou moins élargie (avec plus ou moins d'intensité dans le contrôle)
Propriété, transmission et contrôle	Churchill N., Hatten K.J. [1987] ; Ward J. L. [1987]	La transmission de l'entreprise de l'entreprise à une autre génération a été (ou sera) effectuée. La nouvelle génération doit conserver le contrôle.
Propriété et domination de la famille, nom de l'entreprise	Christensen R. [1953]	La domination par la famille se traduit par le fait que cette dernière donne son nom, l'imprègne de ses traditions et est (ou a été) propriétaire d'une partie des actions
Génération d'entrepreneurs et influence mutuelle	Donneley R. [1964]	Il y a au moins deux générations de membres de la famille dans l'entreprise et une influence mutuelle famille/entreprise
Existence de sous-systèmes	Beckhard R., Dyer W.G. Jr. [1983]	Un système composé de sous-systèmes (l'entreprise, la famille, le fondateur..)

Source : Allouche et Amann 2000

Les entreprises familiales ont souvent une taille moyenne, elles sont plus jeunes et moins formelles (Daily et Dollinger 1993). L'organigramme de

Aujourd'hui, le discours général des entreprises ou des spécialistes des sciences de gestion insiste de plus en plus sur la dimension éthique de l'entreprise, qui est faiblement prise en compte dans les pratiques managériales ; à cause de l'absence de modèle intégrant à la fois les concepts d'éthique, de morale et de déontologie, et la perception des acteurs de la profession. Aussi, intégrer les valeurs managériales spécifique de l'islam dans le management paraît d'ors et déjà irréaliste et utopique.

La gouvernance définit le système selon lequel les entreprises sont dirigées et contrôlées, elle est certes depuis toujours la responsabilité majeure des dirigeants. Ces derniers, au sein des PME familiales, doivent promouvoir une vision partagée, conciliant l'intérêt de l'entreprise et la dimension humaine, dans tous les domaines de gestion. Cette visée éthique n'a d'efficacité, et donc de valeur, que lorsqu'elle est étroitement associée à la sphère opérationnelle et qu'elle peut influencer non seulement les relations dirigeant-salarié, mais également l'exercice réel des métiers. Le management par les valeurs constitue un outil efficace pour la formalisation de cette éthique.

L'objectif de cette communication est de tenter un modèle de base sous forme d'un processus (un processus qui définit comme attributs pour chaque phase : l'Input, l'Output ainsi que les outils et techniques) ; qui servira aux dirigeants des PME, souhaitant épouser un tel management, à l'intégrer efficacement au sein de leurs entreprises.

En se basant sur une approche conceptuelle, nous allons en premier lieu éclaircir les concepts liés aux PME familiales où la dimension éthique est très forte, en second lieu nous allons approcher la gouvernance des entreprises et son lien avec l'éthique, ce qui nous permettra ensuite, sur les principes de l'approche processus, de présenter un modèle de processus d'intégration des valeurs à la gouvernance des PME familiales.

1. Les PME familiales et le besoin d'éthique

L'entreprise familiale présente plusieurs singularités ; de ce fait, les chercheurs ont mobilisé plusieurs critères par la définir. L'épithète « familiale » est défini en fonction de la question de recherche traitée et du terrain empirique choisi (Arrègle et Mari 2010), parmi les critères retenus on peut citer: la présence des membres d'une même famille dans la structure de propriété, la présence d'une même famille au sein des organes de gouvernance et un salariat composé de membres d'une même famille. Allouche et Amann (2000) ont synthétisé les principales définitions basés sur les différents critères dans le tableau suivant :

Ethique islamique et gouvernance des PME familiales : essai de modélisation d'un processus d'intégration des valeurs au management

**Dr TOUMI AMARA Djamila
Ecole Nationale Supérieure de
Management Kolea Tipaza**

Résumé

La gouvernance définit le système selon lequel les entreprises sont dirigées et contrôlées, elle est certes depuis toujours la responsabilité majeure des dirigeants. Ces derniers, au sein des PME familiales, doivent promouvoir une vision partagée, conciliant l'intérêt de l'entreprise et la dimension humaine, dans tous les domaines de gestion. Cette visée éthique n'a d'efficacité, et donc de valeur, que lorsqu'elle est étroitement associée à la sphère opérationnelle et qu'elle peut influencer non seulement les relations dirigeant-salarié, mais également l'exercice réel des métiers. Le management par les valeurs constitue un outil efficace de la formalisation de cette éthique. L'objectif de cette communication est de présenter un modèle de base qui servira les dirigeants des PME, souhaitant épouser un tel management, à l'intégrer efficacement au sein de leurs entreprises. Le processus défini a comme attributs pour chaque phase : l'Input, l'Output ainsi que les outils et techniques.

Mots clés : PME familiale, valeurs partagées, gouvernance, processus,

Abstract

Governance defines a system in which firms are led and controlled; certainly it remained leader's responsibility. Leaders have to promote a shared vision within family firms, in such a way that firm interests and family interests will both fulfilled. This ethic vision would not be efficient till operationally set up, it must influent both managers and employees. Ethic management is regarded as an efficient tool to formalize values. This paper aims to present a model that may help SFF managers to set up moral values in their management, our model is presented as a process with inputs, outputs and tools.

Key words: Small Family Firms, shared values, governance, process

Introduction

Le thème de l'éthique dans la gouvernance des entreprises a suscité l'intérêt de beaucoup de chercheurs de différents champs disciplinaires.

contexte dans lequel il est utilisé et d'autre part par le type de consommateur.

Références et Bibliographie :

¹ Spangenberg E. R., Crowley A. E. et Henderson P. W.:"Improving the store environment :do olfactory cues affect evaluations and behaviors ?", *Journal of Marketing*, 1996, Avril, Vol 60, No 2, p 67-70.

² Knasko S. C.:"Ambient Odor's Effect on Creativity, Mood and Perceived Health", *Chemical Senses*, 1992, Vol. 17, No 1, p.27-35.

³ Baron R. A.:"Environmentally induced positive affect :its impact on self-efficiency, task performance, negotiation and conflict", *Journal of Applied Psychology*, 1990, Vol 20, No 5, p 368-384.

⁴ Spangenberg E. R., Crowley A. E. et Henderson P. W., Op. cit., p 67-80.

⁵ Kirouac G.:Les émotions, monographie de psychologie ;8, 2^{ème} édition, presse de l'université de Montréal, 1995.

⁶ Knasko S. C., Op. cit., p 30.

⁷ Cann A. et Ross D. A.:"Olfactory stimuli as context cues in human memory", *American Journal of Psychology*, 1980, Printemps, Vol 102, No 1, p 91-102.

⁸ Ehrlishman H. et Halpern J. N.:"Affect and memory :Effects of pleasant and unpleasant odors on retrieval of happy and unhappy memories", *Journal of Personality and Social Psychology*, 1988, Vol 55, No 5, p 769-779.

⁹ Morrin M.:"The impact of atmospheric odors on consumer information processing", *Symposium on retail and service environment atmospherics research*, 1997, Octobre, Montréal.

¹⁰ Spangenberg E. R., Crowley A. E. et Henderson P. W., Op. cit., p 67-80.

¹¹ Bitner M. J., Boom B. H. et Stansfield T. M.:"The service encounter :diagnosing favorable and unfavorable incidents", *Journal of Marketing*, 1990, Vol 54, Janvier, p 71-84.

¹² Kelley S. W. et Hoffman K. D.:"An investigation of positive affect, prosocial behaviors and service quality", *Journal of Retailing*, 1997, Vol 73, No 3, P 407-427.

¹³ Knasko S. C., Op. cit., p 27-30.

¹⁴ Spangenberg E. R., Crowley A. E. et Henderson P. W., Op. cit., p 80.

¹⁵ Baron R. A.:"Environmentally induced positive affect :its impact on self-efficiency, task performance, negotiation and conflict", *Journal of Applied Psychology*, 1990, Vol 20, No 5, p 368-384.

l'odeur ambiante. Cependant, nous pouvons supposer que les conséquences de l'odeur ambiante sur les états émotionnels, les perceptions et les comportements seront différentes selon le type de consommateurs fréquentant le centre commercial.

En effet, les clients hédonistes sont plus orientés vers la dimension sensorielle et vers la recherche de sensations ou de gratification hédoniste. Ainsi, la présence d'une odeur ambiante agréable peut avoir un impact plus important sur leurs réponses émotionnelles, cognitives et comportementales.

Au contraire, les clients utilitaristes sont orientés davantage vers la dimension cognitive (les pensées) de l'environnement et se rendent dans le centre commercial pour des raisons fonctionnelles (recueillir de l'information ou obtenir sans trop de délai un service ou un produit). Ils sont donc moins influencés par un indice sensoriel de l'environnement, en particulier l'odeur ambiante. Cependant, puisque l'ordre de séquence entre émotions et perceptions est incertain, il est également possible que la diffusion d'une odeur agréable dans l'environnement stimule l'activité cognitive des individus. Le processus de traitement de l'information pour les utilitaristes peut donc devenir plus élaboré lorsqu'ils sont placés en milieu odorant que lorsqu'ils sont en condition inodore.

Conclusion

Nous avons examiné dans ce travail les effets de l'odeur ambiante sur les émotions, les perceptions et les comportements. Pour ce qui est de ses effets sur les états affectifs, les recherches consultées aboutissent à des résultats souvent divergents. Plusieurs recherches récentes ayant utilisé l'échelle de Mehrabian et Russel (1974) ne trouvent toutefois aucun effet des odeurs sur les émotions notamment pour les dimensions de la stimulation et de la dominance. L'odeur a un effet plus important sur les cognitions et facilite notamment la mémorisation des stimuli environnementaux. Par ailleurs, l'odeur ambiante agréable influence positivement les perceptions de l'environnement de magasin, de la qualité des produits et des services qui y sont fournis. Le mécanisme d'influence de l'odeur sur les perceptions est intrigant ; certains chercheurs plaident un effet médiateur des émotions mais cet effet n'est pas très clair. Enfin, les environnements odorants agréables améliorent les comportements d'approche des clients ainsi que leurs intentions d'achat. Les effets des odeurs ambiantes sont toutefois modérés d'une part par la congruence du stimulus olfactif avec le

Spangenberg, Crowley et Henderson trouvent que les sujets exposés à une odeur agréable perçoivent le temps passé en magasin comme étant moins long qu'il ne l'est réellement par comparaison aux individus placés en condition inodore ¹⁴.

- *Intentions de visiter le magasin, intention d'achat et manipulation des produits* : Spangenberg, Crowley et Henderson (1996) trouvent que les sujets en condition odorante expriment aussi une plus forte intention de visiter le magasin. Cependant, les auteurs n'ont pas noté d'impact significatif des odeurs ni sur les intentions d'achat ni sur la manipulation des items. Par contre, la recherche de Hirsh et Gay (1991 dans Gamboa, 1998) indique que les intentions d'achat sont améliorées lorsqu'une odeur florale est diffusée et ce, quelle que soit l'intensité de cette odeur et les préférences des individus vis à vis d'une telle senteur. Morrin (1998) trouve que le temps consacré à l'évaluation de chaque item est plus important lorsque les sujets se trouvent en condition odorante. On note également une amélioration du niveau de plaisir en situation odorante.

- *Argent dépensé en magasin* : Hirsh trouve que le montant effectif dépensé augmente lorsque les consommateurs sont placés en milieu odorant. L'auteur n'a toutefois pas mesuré les états affectifs des Sujets ²⁰.

- *Désir d'affiliation des clients avec les employés* : Cependant, selon Baron, la présence d'une odeur agréable dans l'environnement peut améliorer la performance des employés et leur habilité à résoudre les conflits avec les clients. Ce résultat laisse supposer que le désir d'affiliation des consommateurs peut être amélioré lorsqu'ils sont en face d'un personnel plus compétent et motive ¹⁵.

Plusieurs études s'intéressent aux effets médiateurs des émotions sur la relation odeurs/comportements. Donovan et Rossiter (1982) proposent que le niveau de plaisir ressenti par le consommateur influence son comportement d'approche notamment les intentions d'achat et le désir de rester plus longtemps sur le lieu de vente.

2-5 Effets modérateurs du type de consommateur

Le type de consommateurs fréquentant le magasin exerce un effet modérateur important sur la relation entre les odeurs et les différentes réponses affectives, cognitives et comportementales. À notre connaissance, aucune étude à ce jour n'a traité des effets modérateurs de l'orientation hédoniste ou utilitariste des consommateurs dans le cas de

avec la décision d'achat du consommateur. Par exemple, une odeur fortement associée à une classe de produit peut être présente alors que le consommateur est en train de choisir un autre type de produit. Les recherches qui ont essayé de découvrir les effets de l'odeur ambiante sur les comportements d'achat, ont reconnu que la congruence des odeurs avec le contexte peut influencer le processus cognitif.

Ainsi, les effets des odeurs sur le système cognitif étudiés auparavant doivent être considérés avec égard à la congruence entre la senteur diffusée et le type de produits rencontré par les clients dans le magasin odorant. En effet, si l'odeur ambiante agit sur la mémoire selon le modèle des réseaux intégrés, le stimulus olfactif aide à ramener de la mémoire des informations congruentes à l'odeur diffusée, en particulier des informations relatives à la classe du produit exposé. Les informations stockées en mémoire et reliées au produit sont donc plus accessibles au consommateur. De plus des pensées similaires provenant des expériences d'achat passées du produit peuvent être évoquées plus facilement. L'activité cognitive se trouve donc enrichie, elle est plus flexible et les inférences sont plus faciles. Par contre, dans le cas d'une odeur ambiante non congruente quoique plaisante, les informations activées de la mémoire sont elles aussi non congruentes avec la classe de produits et la décision d'achat.

2-4 Effets des odeurs sur les comportements d'approche et d'évitement

Les effets des odeurs ambiantes sur les comportements d'approche et d'évitement des consommateurs sont traités principalement par rapport au temps réel et perçu passé en magasin, les intentions de visiter le magasin, les intentions d'achat, la manipulation des items, l'argent dépensé et le désir d'affiliation avec les employés.

- *Impact des odeurs sur le temps (réel et perçu) passé en magasin*

: Dans le cadre d'une étude sur les bijouteries, Knasko (1992) trouve que lorsque l'odeur est présente, les sujets féminins passent plus de temps dans la section florale/fruitée. Notons que les états affectifs ne sont pas mesurés dans cette recherche. Dans une étude plus récente, Knasko (1995) montre que les individus exposés à une odeur de chocolat et de poudre pour bébés, restent plus longtemps en magasin que les individus en milieu inodore. Les sujets de la condition odorante manifestent également un état émotionnel plus favorable.

odeurs ambiantes sur l'évaluation des produits ne peut pas opérer selon un schéma de transfert ou d'activation.

Les résultats sont donc encore une fois controversés. On note une confusion quant à l'existence même d'un effet des odeurs sur le processus cognitif mais aussi aux mécanismes pouvant expliquer un tel effet.

- **Effets sur la perception de la qualité du service**

A notre connaissance, aucune étude publiée jusqu'à présent n'a traité de l'effet de l'odeur comme variable environnementale sur la perception de la qualité du service. Cependant on peut comprendre cette relation à travers l'impact des odeurs sur la qualité de l'interaction entre le personnel en contact et les clients.

En effet, l'évaluation de la qualité du service dépend de la qualité de rencontre de service : "service encoune. De plus, le modèle de Bettencourt et Brown présume que la performance et la satisfaction des employés au travail influencent positivement la qualité perçue du service fourni.

Bitner indique que l'atmosphère du magasin affecte le comportement des clients et des employés en contact ainsi que les interactions sociales entre les deux parties ¹¹. Plus précisément, une odeur agréable améliorerait la performance et l'efficacité des employés en les rendant plus coopératifs et plus enclins à adopter des stratégies efficaces pour la performance de tâches complexes (Baron, 1980, dans Gamboa, 1998). Une odeur agréable peut donc influencer positivement la qualité de la rencontre de service, ce qui peut améliorer la perception de la qualité du service fourni. Ces relations restent cependant à vérifier pour le cas précis de l'odeur ambiante comme stimulus environnemental.

D'une part, Kelley et Hoffman trouvent que le service a plus de chance d'être perçu de bonne qualité par des consommateurs qui ressentent une émotion positive ¹².

- **Effet modérateur de la congruence des odeurs sur la relation odeur/processus cognitif**

Les odeurs ambiantes peuvent être thématiquement congruentes avec la décision d'achat du consommateur comme l'odeur du café moulu dans un café ou l'odeur des bougies et de savons parfumés dans les magasins pour produits de bain ¹³. Mais l'odeur ambiante peut également être tout à fait non congruente

3-2 Effets sur les perceptions

L'odeur ambiante influence la perception de l'environnement global d'un lieu de vente, la qualité des produits exposés et des services fournis.

- **Effets sur la perception de l'environnement global**

Une seule étude publiée se rapporte à ce sujet. En effet, Spangenberg, Crowley et Henderson ont étudié les effets de l'odeur ambiante agréable sur la perception de l'environnement en général. Ils trouvent que le magasin odorant est perçu comme plus favorable, bon, positif, animé et moderne et que les répondants apprécient la sélection de produits offerts. L'environnement global est évalué comme plus détendu, confortable, joyeux, coloré, stimulant, brillant, intéressant, motivant, plaisant, vivant, bon, ouvert, positif et attirant¹⁰.

- **Effets sur les perceptions de la qualité des produits et des services**

L'odeur ambiante étant un élément important de l'atmosphère du magasin, elle exerce donc une influence sur les perceptions de la qualité des produits et services.

- **Effets sur la perception de la qualité des produits**

Quelques études indiquent que l'odeur influence positivement l'évaluation de la qualité d'un produit.

Par ailleurs, Spangenberg, Crowley et Henderson (1996) trouvent qu'en présence d'une odeur agréable ou neutre, les produits exposés sont jugés non seulement de qualité supérieure mais aussi plus à la mode, et la sélection des produits comme meilleure.

Compeau, Grewal et Monroe (1998), ont étudié l'impact des émotions sur les perceptions de qualité. Ils trouvent que les états émotionnels positifs influencent directement la qualité perçue des produits. Ils avancent la proposition que les cognitions peuvent avoir un effet sur l'évaluation des produits à travers les émotions : « *affective responses also appear to mediate the influence of cognitive responses on quality perceptions in the context of this study...the influence of cognitive responses on the subjects product evaluations' appear to operate through affect* ». Ce résultat nous permet d'avancer que le consommateur fait des inférences à partir de son état émotionnel sur la qualité du produit.

Morrin (1998) aboutit toutefois à des résultats contraires : "*...any observed effects of ambient scent on consumers' brand evaluations are unlikely to be mediated by mood or arousal*". Ainsi, l'impact des

des émotions sur la mémoire :le transfert de l'émotion ou l'activation de schémas associés.

D'une part, Ehrlichman et Halpern stipulent que l'odeur de par ses caractéristiques hédonistes, provoque des émotions de premier niveau de complexité et qu'elle agit donc sur les systèmes cognitifs par un effet de transfert. Pour vérifier cette théorie, ils observent l'effet direct des émotions provoquées par une odeur plaisante, déplaisante ou neutre sur la génération de souvenirs agréables ou désagréables. Ils aboutissent au résultat qu'un pourcentage significatif des souvenirs est qualifié "d'heureux" par les répondants exposés à une odeur agréable par opposition à ceux exposés à une odeur désagréable ⁸.

D'autre part, Rhoads, Riskind et Lane en 1987 (dans Ehrlichman et Halpern, 1988) proposent que l'odeur ravive la mémoire par un mécanisme d'activation. Ainsi, l'odeur provoque des émotions qui évoquent des structures cognitives particulières. Les structures cognitives associées à cet état affectif particulier agissent sur la mémoire à long terme pour ramener à la surface certains éléments d'information. Ainsi, le stimulus olfactif permet de rendre le processus cognitif moins coûteux et plus simple.

Dans le même sens, Morrin avance la proposition suivante :les odeurs agréables influencent positivement la mémoire à travers un effet de codage ("encoding effect") et/ou par un effet d'activation ⁹.

- L'effet d'activation :la présence d'une senteur ambiante agréable agit sur la mémoire car elle permet de prolonger le temps consacré à l'évaluation. Par conséquent, le processus de traitement de l'information est plus profond et plus élaboré. C'est pourquoi, le résultat de l'évaluation a plus de chances d'être retenu.

- L'effet de codage :l'odeur ambiante représente un élément clé de l'environnement extérieur qui, lorsqu'il est reconstitué, active la mémoire. En effet, une certaine senteur peut devenir associée à l'événement qui s'est produit au moment où elle a été diffusée ;ce qui a pour effet de stimuler le rappel de ces événements en général (Cann et Ross, 1989). Cette hypothèse appuie la théorie de l'émotion comme input du processus cognitif

Il est en effet possible que l'émotion évoquée par l'odeur ambiante rappelle des événements chargés d'un sentiment semblable. Il est également plausible, et la majorité des études le confirment, que l'odeur agit directement sur la mémoire en rappelant des souvenirs qui se rattachent à un environnement où la même odeur a déjà été sentie.

3- Effets des odeurs sur les processus cognitif

Des recherches s'intéressent aux effets du stimulus olfactif sur différents éléments du processus cognitif : la mémoire, les processus décisionnels, les processus de traitement de l'information.

Dans un contexte marketing, certains chercheurs ont étudié les effets des odeurs sur les perceptions de l'environnement de service et des produits en général, et de la qualité des produits et des services fournis.

L'influence des odeurs ambiantes sur les perceptions de la qualité des produits et des services ainsi que l'environnement global du magasin. Cependant, les perceptions peuvent constituer le résultat de tout un traitement cognitif du stimulus environnemental. Il est donc important de voir en premier les effets de l'odeur ambiante sur les processus cognitifs.

Enfin, les effets des odeurs ambiantes sur le processus cognitif sont modérés par la congruence des odeurs. Knasko définit ce concept comme suit : une odeur congruente est une odeur à laquelle on s'attend dans un contexte particulier étant donné le lien thématique entre celle-ci et l'objet de la situation ⁶.

3-1 Effets sur la mémoire

L'odeur constitue un indice de reconnaissance et un catalyseur mémoriel exceptionnel. On attribue souvent à l'odeur l'effet de raviver la mémoire, par le rappel d'événements provenant de notre passé lointain. On dit d'ailleurs que "les odeurs permettent d'apprendre mieux et de mieux retenir".

Dans une étude similaire, Laird (1935) trouve que 80% des hommes et 90% des femmes interrogés se souviennent d'événements particuliers lorsqu'ils sont placés en milieu odorant. Ces souvenirs sont chargés d'émotion.

Rubin, Groth et Goldsmith en 1984, ont comparé l'efficacité des odeurs agréables à raviver des souvenirs autobiographiques par opposition aux photos et mots. Bien qu'il n'y ait pas de différence notable entre les trois types de stimuli dans leur potentiel de ramener des souvenirs, les odeurs plaisantes ont évoqué un nombre de souvenirs étonnement élevé ; des souvenirs agréables et chargés d'émotions ⁷.

Ainsi, ces études montrent, qu'en milieu odorant, les événements rappelés sont chargés d'une certaine émotion. Deux propositions sont avancées pour expliquer le mécanisme d'influence

ou on la déteste ;une senteur agréable peut améliorer l'état émotionnel et une odeur désagréable le dégrader.

La présence d'une odeur désagréable peut influencer négativement les états émotionnels des individus qui y sont exposés. Ainsi, dans le cadre d'études portant sur l'effet des odeurs sur les relations interpersonnelles, il est montré que les individus exposés à une odeur désagréable sont de mauvaise humeur et rapportent des marques élevées d'anxiété, de fatigue et de tristesse par rapport à ceux laissés dans une condition inodore.

Par contre, la présence d'une odeur ambiante agréable semble augmenter le niveau de plaisir et/ou le niveau de stimulation (Lorig et Schwartz. Ce résultat a été confirmé par Baron ³. Par ailleurs, Knasko (1995) dans une étude portant sur les effets des odeurs congruentes ou non sur les comportements, a trouvé que les individus en situation odorante agréable manifestaient un niveau de plaisir plus élevé que les individus placés en milieu inodore.

Spangenberg, Crowley et Henderson ont testé la relation entre plaisir, stimulation et odeur dans une étude portant sur l'impact des odeurs agréables vs. neutres sur les évaluations des consommateurs et n'ont pas trouvé de résultats significatifs ⁴. De même, dans une étude portant sur l'influence des odeurs sur les processus décisionnels, Morrin, a inclus une mesure des états émotionnels.

Cette divergence des résultats peut être expliquée par la diversité des échelles utilisées dans la mesure des états émotionnels. Plusieurs recherches ont en effet utilisé des échelles de mesure non spécifiques du type :plaisant/ non plaisant alors que d'autres ont utilisé des échelles plus élaborées comme MACL :“Mood Adjective Check-list” pour évaluer des émotions spécifiques. De plus, les recherches effectuées relèvent du domaine de la psychologie et des affaires. Ainsi, les chercheurs ne mesurent souvent pas la même variable :agressivité, anxiété, tristesse et plaisir ont été considérés comme des variables dépendantes pour mesurer un même facteur :l'état émotionnel. La diversité des résultats peut également être expliquée par la définition ambiguë des émotions en psychologie ⁵.

En conclusion, les effets des odeurs sur les états émotionnels sont plutôt controversés. Cependant, la majorité des études proposent que la présence d'une odeur plaisante augmente le niveau de plaisir éprouvé. Par ailleurs, certaines recherches utilisent l'échelle de Mehrabian et Russel (1974) mais n'aboutissent pas à un effet clair de l'odeur sur la stimulation et la dominance.

I- Les effets de l'odeur ambiante :

Étant donné la confusion relative aux mécanismes liant les émotions aux cognitions, il est intéressant d'analyser les relations entre les états affectifs et le processus cognitif en présence d'une odeur ambiante. Par ailleurs, les comportements d'approche et d'évitement sont également influencés par les réponses émotionnelle et cognitive.

Enfin, les effets des odeurs ambiantes sur les réponses affectives, cognitives et comportementales sont modérés par le type de consommateur (hédoniste ou utilitariste) mais aussi par la congruence de l'odeur diffusée avec les produits exposés en magasin.

1- Les mécanismes de l'olfaction

Pour les quatre sens de l'individu : la vue, l'ouïe, le goût et l'odorat, le stimulus extérieur est transformé en signal nerveux qui est ensuite traité dans des parties différentes du cerveau. Pour l'odorat le processus n'est pas encore très bien connu.

Dubuc explique le reste du mécanisme olfactif : "Une fois reçu par les cellules sensorielles, le message est transmis le long du nerf olfactif vers un centre nerveux situé juste au-dessus du nez : les bulbes olfactifs. On croit que ceux-ci sont balisés, c'est à dire que les différentes odeurs en stimulent différentes régions. Des signaux nerveux sont ensuite émis, à partir des bulbes en direction de la région la plus primitive du cerveau : le paléocortex. Deux voies peuvent alors être suivies. La première rejoint l'hypothalamus, où se situent les centres de la régulation hormonale qui contrôlent, entre autres, l'appétit et la température du corps. La seconde voie rejoint la matière grise ou le néocortex, lequel constitue le siège de la pensée".

D'après cette description, l'odeur est traitée au niveau des processus affectif et cognitif, influençant ainsi les émotions et les cognitions de l'individu avec une possibilité d'interaction entre les deux.

2- Effets des odeurs sur les émotions

Que ce soit dans le domaine de la psychologie ou du marketing, la majorité des recherches traitant des effets des odeurs a examiné son impact sur les états affectifs¹. Cette association entre odeurs et émotions est sûrement expliquée par le fait que les odeurs sont traitées dans le système limbique du cerveau ; centre des émotions². En effet, l'olfaction a été décrite comme un sens émotionnel ou "the emotional sense" par opposition aux sens dits "cognitifs" de la vision et de l'ouïe. La plupart des recherches confirment d'ailleurs le fait qu'une odeur soit caractérisée par son caractère hédoniste : on l'aime

Les effets de l'odeur ambiante sur les émotions les perceptions et les comportements

Dr .BOUDRICHE Zohra
Université Blida2

الملخص :

إن الهدف من هذه الدراسة هو توضيح أثر الروائح على مسار الشراء لدى المستهلك، و بالتحديد ردود أفعاله العاطفية، المعرفية و السلوكية.
الكلمات المفتاحية : الرائحة، ردود الأفعال العاطفية، المعرفية و السلوكية.

Résumé :

L'objectif de cette étude est de présenter les différents effets des odeurs sur le processus d'achat du consommateur et notamment sur ses réponses émotionnelles, cognitives et comportementales.

Mots-clés : Odeur, réponses émotionnelles, cognitive et comportementales.

Introduction :

Ces dernières années ont vu naître un consommateur de plus en plus polysensoriel, qui diffère du consommateur rationnel prôné dans la littérature marketing par une plus grande quête d'émotions, de plaisir et d'une atmosphère agréable qu'il appréhende au travers de ses cinq sens, dont l'odorat. Cet avènement du consommateur polysensoriel a permis une prise de conscience des distributeurs des potentialités qu'offre l'olfaction et les autres facteurs d'ambiance, même s'ils les utilisent encore pour la plupart de manière intuitive. Cela s'explique notamment par un faible nombre de recherches et une littérature embryonnaire sur le sujet. Ainsi, ce n'est que récemment que la recherche en marketing relative à l'ambiance olfactive a vu le jour avec des chercheurs Américains (Doty, 1981 ; Engen, 1982 ; Knasko, 1989), précurseurs en la matière.

Gehrke I, Horvath P, (2002), "Implementation of performance measurement: a comparative study of French and German organizations", *Performance Measurement and Management Control* vol.12: 159-180.

Gerbing D.W et Anderson J.C, (1988), "An update paradigm for scale development incorporating unidimensionality and its assessment" *Journal of Marketing Research*. 25(2):186-192.

Govindarajean V, Gupta A.K, (1985), "Linking control systems to business unit strategy", *Accounting Organisations and Society* vol.10 : 51-56.

Herstentein J.H, Platt M.B, (2000), "Performance measures and management control in new product development", *Accounting Horizons*, vol.14, n°3: 303-323.

Kald M, Nilsson I F, (2000), "Performance measurement at Nordic companies", *European Management Journal*, 18(1) : 113-127.

Kekre S, Mayuram S.K, Srinivasan K, (1995), "Drivers of customer satisfaction for software products : implications for design and service support", *Management Science*, 41(9) :1465-147.

Nouri H, Parker R.J, (1998), "The relationship between budget participation and job performance: the role of budget adequacy and organizational commitment", *Accounting, Organizations and Society* vol 23, 5(6): 467-483.

Oliver R.L, (1997), *Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer*, New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Oz Z, COM-RUELLE L, (2008), *La qualité des soins en France: comment la mesurer pour l'améliorer?*, IRDES.

Preacher K.J, Hayes A.F, (2008), "Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models", *Behavior research methods*, 40(3) : 879-891.

Roemer M.I, Montoya-Aguilar C, (1988), Quality assessment and assurance in primary health care, Geneva, *World Health Organization*.

Said A.A, HASSABELNABY H.R, WIER B, (2003), "An empirical investigation of the performance consequences of no financial measures", *Journal of Management Accounting Research*, vol.15: 193-223.

Zhao X et al. (2011), "Reconsidérer Baron et Kenny: mythes et verities a propos de l'analyse de mediation" *Recherche et Application en Marketing*, 26(1): 81-95.

Bibliographie

Anothony R.N, (1988), *The management control function*, Boston, Havard University Press.

Baron R.M, Kenny D.A, (1986), "The moderator-mediator variables distinction in sosocial psychological research: conceptual, strategic and statistical considerations", *Journal of Personality and social psychology*, 51(6) : 1173-1182.

Baubeau D, Pareira C, (2003), "Mesure de la performance dans le domaine de la santé", *10^e Colloque De Comptabilité Nationale*, Paris.

Bollecker M, (2001), *Systèmes d'information différenciés et contrôle des services opérationnels, une analyse empirique des mécanismes opérationnels de contrôle et du rôle des contrôleurs de gestion*, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Nancy 2.

Bouquin H, (1991), "Le contrôle de gestion : le temps réel implique un retour aux sources", *Revue Française de Gestion*, n° 86:17-26.

Bouquin H, (1997), « Contrôle », In *Encyclopédie de Gestion* (Eds Simon Y et Joffre P), 2^e Edition, Paris, Economica, 551-566.

Bouquin H, (2005), *Les grands auteurs en contrôle de gestion*, Paris Editions EMS, 600p.

Cauvin C, (1999), *Les habits neufs du contrôle de gestion, in questions de contrôle*, sous la direction de Lionel Collins, Paris, Puf.

Cauvin E, Bescos P-L, (2005), Les déterminants du choix des indicateurs dans les tableaux de bord des entreprises françaises : une étude empirique, *Finance Contrôle Stratégie*, 8(1): 5-25.

Chung L.H, Gibbons P.T et Schoch H.P, (2002), "Performance metrics, parenting style and control: a study of MNC subsidiaries in four countries", *Performance Measurement and Management Control* vol 12:109-128.

Churchill G.A.Jr, (1979), "A paradigm for developing better measures of marketing constructs", *Journal of Marketing Research*, 16(1): 64-73.

Dress, (1999), "Les éléments de la performance hospitalière : les conditions d'une comparaison", *Etudes et Résultats*. n°42, 1-8.

Donabedian A, (1980), "*The definition of quality and approaches to its assessmen*", Health Administration Press, 163P.

Donabedian A. (2003). "*An introduction to quality assurance in health care*", Oxford: University Press, 240P.

Fornerino M, GODENE A, RAY D, (2010). "La satisfaction des managers vis-à-vis du contrôle de gestions et leur performance managériale", *Comptabilité Contrôle Audit*, 16(3): 101-126.

l'effet direct c est significatif et $a*b*c$ est positif, la médiation est une médiation complémentaire, notant que ce type de médiation peut être considérée comme étant similaire au cas de la médiation partiel, au sens de Baron et Kenny (1986).¹

Conclusion

Le contrôle de gestion est un système de management global qui permet la diffusion d'une culture de gestion qui peut mieux s'intégrer aux modes de fonctionnement classique de l'hôpital: contrôle hiérarchique et réglementaire, organisation autour de cultures professionnelles fortes et pour cela, toute démarche de management de la performance doit faire l'objet d'une négociation préalable et d'une mise en œuvre concertée aboutissent à un pilotage de gestion partagé.

La validation de nos hypothèses nous a permis de déterminer un pouvoir explicatif réel de la performance du contrôle de gestion sur la performance managériale des décideurs au sein des établissements publics de la santé, et par voie de conséquence sur la qualité offerte des prestations des soins. Centrer le contrôle de gestion sur le pilotage de la performance ça veut dire aussi dépasser la vision instrumentale du CGD qui base sur le contrôle des processus et des produits et/ou services. L'accent doit moins porter sur la technique que sur les hommes pour créer un processus d'animation et de mise en relation verticale et horizontale des acteurs, «l'ingrédient vivant des organisations froid, ce qui les fait fonctionner» [Bouquin, 2005].

De nombreux chercheurs étudient les apports et les conditions de mise en œuvre d'outils récents du contrôle de gestion comme le *Balanced Scorecard*. Des enquêtes permettent d'apprécier sa fréquence d'adoption (Exemples : Kald et Nilsson, 2000 ; Gehrke et Horvath, 2002), son contenu (voir également par exemple Herstenstein et Platt, 2000 ; Bollecker, 2001), les liens entre des caractéristiques de l'entreprise et la nature des indicateurs de performance retenus (Chung *et al*, 2002 ; Said *et al*, 2003 ; Cauvin et Bescos, 2005). Il sera intéressant de compléter ces questionnements en étudiant l'impact de l'adoption d'un outil donné sur la performance du contrôle de gestion.

¹ Notons que dans le processus de décision de Zhao *et al*. (2011), la lettre c représente l'effet direct de X sur Y avec contrôle du médiateur, contrairement à Baron et Kenny (1986), pour qui l'effet total de X sur Y se nomme c sans contrôle du médiateur, c' représentant l'effet direct avec contrôle du médiateur.

Dans ce premier tableau, nous observons que la satisfaction des utilisateurs du contrôle de gestion et la performance managériale sont moyennement et positivement liés ($r = 0,630$; Sig. $<0,001$).

3.4.2. La relation entre la performance managériale et la qualité offerte des soins

Corrélations

		perfmana	qualsoin
perfmana	Corrélation de Pearson	1	,545**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	221	221
qualsoin	Corrélation de Pearson	,545**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	221	221

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Les résultats de ce deuxième tableaux montrent que la performance managériale et qualité offerte des soins sont moyennement et positivement liés ($r = 0,545$; Sig. $<0,001$).

3.4.3. L'effet médiateur de la performance managériale sur relation satisfaction des utilisateurs de contrôle de gestion – qualité offerte des soins

L'hypothèse H3 montre que la relation entre la satisfaction des utilisateurs du contrôle de gestion et la qualité offerte des soins est médiatisée positivement par la performance managériale.

Pour valider cette hypothèse on a utilisé la méthode de Preacher et Hayes (2008) en utilisant leur macro *indirect.sps* sous forme d'un fichier syntaxe dans SPSS 19.0.

Les résultats de ce teste montrent que la satisfaction des utilisateurs du contrôle de gestion est significativement reliée à la performance managériale « **a** » ($\beta = 0.3002$; $t = 5.1653$; $p = 0.000$) ; D'autre part, la performance managériale possède également un impact positif et significatif sur la qualité offerte des soins « **b** » ($\beta = 0.2965$; $t = 5.4208$; $p = 0.0000$). L'intervalle de confiance à 95% du bootstrap ne contient pas 0 [LLCI : 0.0437 – ULCI : 0.1561], ce qui correspond au critère de significativité de l'effet médiateur (Preacher et Hayes, 2008).

Par ailleurs, nous constatons que si l'effet initial de la satisfaction des utilisateurs du CG sans contrôle du médiateur est significatif « **c** » ($\beta = 0.4159$; $t = 8.3181$; $p = 0.0000$), cet effet devient non significatif au sens de Baron et Kenny (1986) lorsque le médiateur est contrôlé « **c'** » ($\beta = 0.3269$; $t = 6.5606$; $p = 0.0000$). L'arbre de décision de Zhao et al (2011) nous indique que, puisqu'il existe un effet médiatisé (indirect) **a*b** et que

validée en suivant les recommandations de Churchill (1979) et Gerbing et Anderson (1988). La purification et la vérification de la structure de l'échelle a été faites (sous SPSS et AMOS/SPSS). Par la suite, l'échelle a été aussi soumise à un contrôle de sa fiabilité et de sa validité convergente et la fin cinq items sont retenus : Taux de mortalité; Les délais d'attente pour une chirurgie et aux urgences; Les sorties retardées; Le temps d'accès aux médecins généralistes et spécialistes; L'inégalité de traitement des patients.

Tableau n°2 : Fiabilité et validité de l'échelle de mesure de la qualité offerte des soins

ACP	Var. expl.	73,674
	Communautés	$\geq 0,545$
AFC	Chi2/ddl	2,372
	RMESA	0,075
	CFI	0,940
	TLI (NNFI)	0,935
Fiabilité	α	0,907
	P	0,871
Validité Convergente	Pvc	0,505

3.4. Résultats obtenus

Afin de connaître la relation entre La performance du contrôle de gestion, la performance managériale et la qualité offerte, on a utilisé le test de coefficient de corrélation de Pearson qui permet d'établir si deux variables mesurées sur le même ensemble d'observations varient de façon analogue ou non.

3.4.1. La relation entre de la performance du contrôle de gestion et la performance managériale

Corrélations

		sf	perfmana
sf	Corrélation de Pearson	1	,630**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	221	221
perfmana	Corrélation de Pearson	,630**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	221	221

** La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Cette échelle de mesure a été purifiée et validée en suivant les recommandations de Churchill (1979) et Gerbing et Anderson (1988). La purification a été réalisée grâce à l'utilisation d'une analyse en composante principale (ACP sous SPSS), après une phase confirmatoire a été faite (sous AMOS/SPSS) pour vérifier la structure de l'échelle. Par la suite, l'échelle a été soumise à un contrôle de sa fiabilité et de sa validité convergente à la fin quatre items sont retenus : Qualité des réalisations ; Quantité des réalisations ; Délais des réalisations ; Atteinte des objectifs budgétaires.

Tableau n°1 : Fiabilité et validité de l'échelle de mesure de la performance managériale

ACP	Var. expl.	81,461
	Communautés	$\geq 0,744$
AFC	Chi2/ddl	2,278
	RMESA	0,070
	CFI	0,951
	TLI (NNFI)	0,949
Fiabilité	α	0,924
	P	0,844
Validité Convergente	Pvc	0,557

3.3.3. La qualité offerte des prestations de soin :

Pour mesurer la qualité des soins au sein des établissements publics de santé, on s'est basé sur les travaux pionniers de Donabedian.A (1980, 2003) et Or.Z (2008) qui ont élaboré cinq dimensions principales pour la mesure de la qualité des soins : l'efficacité, sécurité, l'accessibilité et l'équité, réactivité, efficience.

La dimension réactivité n'a pas été prise en considération dans notre questionnaire puisqu'elle touche les attentes des patients (la qualité perçue et non pas offerte), les autres dimensions ont été mesurées sur une échelle de cinq points. Cette échelle de mesure a été aussi purifiée et

H1: plus le système de contrôle de gestion est performant, plus la performance managériale est élevée.

H2: plus les managers sont performants, plus la qualité offerte des prestations de soin en milieu hospitalier est élevée.

H3 : la performance managériale médiatise la relation performance du contrôle de gestion-qualité offerte des prestations de soin

3.2. L'enquête réalisée

Pour tester nos hypothèses de recherche, notre étude s'est fondée sur une enquête par questionnaires destinés aux différents responsables des établissements publics de santé de la Wilaya d'Alger : directeurs, sous-directeurs et les chefs de service. Ces établissements sont classifiés en quatre catégories : CHU, EPH, EHS, EPSP et le test réalisé constitue une première étape d'un travail de recherche doctoral.

Sur les 300 questionnaires distribués avec l'aide de la direction générale de la santé d'Alger et après accord du ministère de la santé de la population et de la réforme hospitalière, le taux de retour est de 73,66%. L'échantillon est constitué de 7,7% de managers occupant le poste de directeurs généraux de l'établissement, 26,7% occupant le poste de directeurs des principales directions, 65,6% chefs de service.

3.3. Les échelles de mesure utilisées

3.3.1. La performance du système de contrôle de gestion :

La satisfaction des utilisateurs a été mesurée à partir d'un seul item conformément aux recommandations de Kekre et al (1995) qui confirment que les instruments mono-items de satisfaction proposent des qualités psychométriques suffisantes. L'item utilisé a été dérivé des mesures classiquement utilisées dans la littérature [Oliver, 1997; Fornerino et al, 2010] : « *veuillez noter votre satisfaction globale à l'égard du contrôle de gestion sur une échelle de 5 points* ».

La moyenne des réponses de la satisfaction est de 2,846 ce qui montre une satisfaction moyenne des utilisateurs du système de contrôle de gestion, par ailleurs l'écart type est de 0,805 ce qui ne montre pas une grande hétérogénéité entre ces utilisateurs.

3.3.2. La performance managériale :

Pour l'évaluer, nous avons utilisé les travaux de Govindarjan et Gupta (1985), utilisés par Nouri et Parker (1998) et Marianela Fornerino et al (2010). Pour cela les répondants doivent évaluer leur performance en situant leur réalisation par rapport aux attentes de leurs supérieurs hiérarchiques sur une échelle de 5 points.

nombreux établissements. Cet ensemble d'initiative est lié à la démarche de contrôle de gestion, car elles incitent les hôpitaux à travailler sur la performance sous l'angle de la qualité des pratiques et des procédures. Les établissements sont donc amenés à évaluer ces dernières par rapport à des normes (notamment les critères de la HAS).

Par ailleurs, les indicateurs de qualité définis par l'OMS (Organisation Mondiale de Santé) et le plus souvent cités sont : le volume d'activité, le taux de mortalité, l'attractivité, la durée moyenne de séjour, le taux d'infections nosocomiales et le taux de césariennes. [Drees, 1999]. Le suivi des indicateurs est essentiel, car la non qualité engendre un coût et participe à la performance financière de l'organisation. Le caractère multidimensionnel de ce concept est essentiel et il faut donc s'attacher à expliciter les dimensions retenues pour la mesure (qualité des soins et efficacité économique par exemple) avant de définir des indicateurs reflétant ces dimensions.

Dans le domaine de la santé, depuis les travaux pionniers de Donabedian (1980), de Baubeau et pereira (2003), on distingue :

- Les indicateurs de structure qui représentent les moyens humains, les équipements et les ressources financières nécessaires à la prise en charge des patients (ex : équivalent temps plein de personnel par activité) ;
- Les indicateurs de processus qui renseignent principalement sur les pratiques professionnelles appliquées au cours de la prise en charge du patient ainsi que sur les modalités de fonctionnement et de coordination des secteurs d'activité concernés (ex : délai d'obtention d'un rendez-vous) ;
- Les indicateurs de résultats intermédiaires qui mesurent l'activité et la qualité des différentes étapes du processus de soins (taux de césariennes, taux de vaccination) ;
- Les indicateurs de résultats finaux en termes de santé qui traduisent un changement de l'état de santé des patients (taux de mortalité) ;
- Les indicateurs de satisfaction des patients.

Comme nous l'avons vu dans la partie revue de la littérature, la satisfaction des managers vis-à-vis du contrôle de gestion est un antécédent de leur performance managériale et de la qualité offerte aussi.

3- Méthodologie utilisée

Nous allons d'abord présenter les hypothèses de recherche puis l'enquête réalisée et les résultats des tests réalisés.

3.1. Hypothèses

Afin de pouvoir répondre à notre problématique, les hypothèses suivantes ont été explorées :

De ce qui a précédé, on peut conclure que la performance du processus de contrôle de gestion favoriserait la performance des différents acteurs, car si l'objectif du contrôle de gestion est de permettre aux managers d'être performants dans leur travail et d'accroître ainsi la qualité offerte des services fournis, sa performance est une variable explicative de la performance individuelle et de la performance organisationnelle et les modèles de performance gagneraient à l'intégrer.

Figure N° 1 : Le modèle global envisagé



Ce modèle global a été inspiré des travaux de Fornerino et al (2010) en ajoutant une nouvelle variable « la qualité offerte » et en essayant de l'appliquer à un nouveau secteur, le secteur de la santé public.

2- La démarche qualité à l'hôpital

L'un des objectifs des établissements de santé est d'assurer la qualité des soins et la sécurité des patients. La définition et l'évaluation de la qualité des soins est donc une démarche fondamentale si l'on veut améliorer le système de santé.

Cependant, il faut définir d'une manière claire et mesurable ce qu'est la qualité de soins qui « maximisent le bien être des patients après avoir pris en compte le rapport *bénéfice /risque* à chaque étape du processus de soins » [Roemer M.I, Montoya-Aguilar C ,1988].

Mais la définition la plus largement employée vient de l'Institut de Médecine des États-Unis (IOM) qui précise que la qualité est « la capacité des services de santé destinés aux individus et aux populations d'augmenter la probabilité d'atteindre les résultats de santé souhaités, en conformité avec les connaissances professionnelles du moment » [Or Z, Com-Ruelle L, 2008].

En effet, la démarche qualité s'est développée dans les hôpitaux en Algérie notamment sous l'impulsion de l'ANAES (Agence Nationale Pour l'Accréditation et l'Évaluation en Santé) puis de la HAS (Haute Autorité en Santé) avec les procédures d'accréditation puis de certification. Parallèlement à ces procédures, des dispositifs internes d'amélioration de la qualité ont été également mis en œuvre dans de

multiples, labiles, ouvertes sur leurs environnements et mobilisant des acteurs appartenant à plusieurs d'entre elles. Ces organisations nécessitent un contrôle de gestion dont l'architecture conceptuelle est l'autonomie » (Cauvin.C, 1999).

Le contrôle de gestion, en tant que fonction support, se doit de satisfaire ses utilisateurs [Bouquin, 1991 ; Bollecker, 2001]. Il doit apporter une réelle assistance à ses destinataires, c'est-à-dire les aider à mener à bien leurs missions. Sa performance apparaît ainsi comme une variable déterminante de la réalisation des objectifs de l'hôpital et par voie de conséquence de l'amélioration de la qualité de ses services.

Comment, dès lors, le contrôle de gestion peut-il contribuer à l'amélioration de la qualité des services en milieu hospitalier ?

L'objectif de cette recherche est d'offrir une vision synthétique du périmètre et des fonctions du contrôle de gestion et de montrer empiriquement en quoi la variable performance du contrôle de gestion peut agir pour maximiser la performance managériale d'une part et pour améliorer la qualité des services de l'hôpital d'autre part.

Pour cela notre article déterminera le lien entre la performance du contrôle de gestion et la performance managériale (1) dans un deuxième temps nous présenterons la démarche qualité dans l'hôpital (2), et nous explicitons nos hypothèses de recherche et la méthodologie choisie pour les valider, ainsi que les résultats obtenus (3).

1-Performance du contrôle de gestion et performance managériale

La lecture de quelques définitions clés du contrôle de gestion montre d'une part qu'il constitue un processus dont les managers sont les acteurs principaux ; cela apparaît clairement dans la définition de « R.N. Antony (1988) : le contrôle de gestion est *le processus par lequel les managers influencent d'autres membres de l'organisation pour mettre en œuvre les stratégies de l'organisation* ». Donc la mission clé du contrôle de gestion est ainsi explicitement reconnue comme une mission support aux managers.

D'autre part, l'objectif du contrôle de gestion est à la fois d'aider les managers à prendre les bonnes décisions qui doivent être en cohérence avec les buts de l'organisation et veiller à ce que l'utilisation des moyens disponible soit efficiente [Bouquin, 1997]. Donc, la performance du contrôle de gestion a un lien direct avec la réalisation des objectifs de l'entreprise et ainsi avec la performance globale de cette dernière.

Le contrôle de gestion: vers l'amélioration de la qualité de service des hôpitaux publics en Algérie.

Dr Lechab Safa
Université de Blida 2

Résumé

Les hôpitaux sont devenus des systèmes extrêmement complexes et confrontés à de très fortes évolutions qui leur imposent de mieux une meilleure maîtrise de leur performance. Dans ce contexte le contrôle de gestion est un élément important de la stratégie, car il est générateur d'un processus d'amélioration pour toutes les organisations.

Dans les hôpitaux, le contrôle de gestion est associé à une démarche de calcul et de maîtrise des coûts, mais également à une démarche qualité afin d'inciter les acteurs à exécuter des activités contribuant aux objectifs de l'organisation.

Mots clés : contrôle de gestion, performance managériale, qualité de service.

ملخص

أصبحت المستشفيات أنظمة معقدة للغاية تواجه تطورات كبيرة جدا وهو ما يفرض عليها تحكماً أحسن في أدائها، في هذا السياق تعد مراقبة التسيير عنصراً هاماً من الاستراتيجيات باعتبارها مولداً لمسار التحسين لكل المؤسسات، ترتبط مراقبة التسيير في المستشفيات بمسار حساب التكاليف والتحكم فيها، كما ترتبط كذلك بمسار الجودة من أجل تشجيع الأفراد على تنفيذ النشاطات التي تساهم في تحقيق أهداف المؤسسة.
الكلمات المفتاحية: مراقبة التسيير، فعالية التسيير، جودة الخدمة.

Introduction

Le contexte particulier de l'hôpital public en matière de limitation des ressources et d'objectif d'augmentation de la qualité des soins offerts pousse les responsables de santé à utiliser des outils de gestion pour assurer le bon fonctionnement de leurs établissements. Aujourd'hui, les établissements de santé ne peuvent plus se contenter d'un « Reporting » de leurs données d'activité. Le contrôle de gestion est devenu indispensable pour étudier, analyser, suivre les indicateurs de qualité, juger de l'opportunité de création ou de développement d'une activité, prévoir... Il s'inscrit dans une perspective nouvelle qui oblige « à interroger le sens des pratiques, à articuler le contrôle de gestion à la dynamique stratégique et à penser des organisations complexes,

Neely James H, Semantic priming and retrieval from lexical memory: evidence for facilitatory and inhibitory processes, *Memory & Cognition*, vol 4, n° 5, 1976, pp 648-654.

Olson Eric M, Cooper Rachel, Slater Stanley F, Design strategy and competitive advantage, *Business Horizon*, vol 41, n° 2, 1998, pp 55-61.

Ries Al, Trout Jack, *Positioning: The Battle for your mind*, McGraw-Hill, 1986.

Schacter Daniel L, Graf Peter, Effects of Elaborative Processing on Implicit and Explicit Memory for New Associations, *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition*, vol. 12, n° 3, 1986, pp 432-444.

Schacter Daniel L, *Implicit Memory: History and Current Status*, *Journal of Experimental Psychology*, vol 13, n° 3, 1987, pp 501-518.

Squire Larry R, Declarative and Nondeclarative Memory, *Journal of cognitive neuroscience*, vol 4, n° 3, 1992, pp 232-243.

Trendel Olivier, Warlop Luk, Présentation et application des mesures implicites de restitution mémorielle en marketing, *Recherche et Application en Marketing*, vol. 20, n° 2, 2005, pp 77-104.

Verganti Roberto, Innovating through design, *Harvard Business Review*, vol 84, n°12, 2006, pp 114-121.

Vernette Eric, Identifier les attributs déterminants : une comparaison de six méthodes, *Recherche et Application en Marketing*, vol 2, n° 4, 1987, pp 1-21.

Chandon Jean-Louis, Strazzieri Alain, une analyse de la structure du marché sur la base de la mesure de l'ensemble évoqué, Recherche et Application en Marketing, vol1, n° 1, avril, 1986, pp 17-39.

Collins Allan M, Loftus Elizabeth F. (1975), « A Spreading Activation Theory of Semantic processing, Psychological Review, vol 82, n°6, novembre 1975, pp 407-428.

Cuny Caroline, Allain Gael, Évaluation des produits : la force de l'implicite, L'Expansion Management, vol 3, n°138, septembre 2010, pp 38-45.

Dickson Peter R, Ginter James L, Market Segmentation, Product Differentiation and Marketing Strategy, journal of marketing, vol 51, n° 1, 1987, pp 1-10.

Fazio Russell H, On the Automatic Activation of Associated Evaluations: An Overview, Cognition and Emotion, vol 15, n° 2, 2001, pp 115-141.

Fazio Russell H, Sanbonmatsu David M, Powell Martha C, Kardes Frank R, On the Automatic Activation of Attitudes, Journal of Personality and Social Psychology, vol 50, n° 2, 1986, pp 229-238.

Fuchs Christoph, Diamantopoulos Adamantios, Customer-Perceived Positioning Effectiveness: Conceptualization, Operationalization, and Implications for New Product Managers, Journal of product innovation management, vol. 29, n° 2, 2012, pp 229-244.

Kotler Philip, Rath Alexandre G, Design: a powerful but neglected strategic tool, Journal of Business Strategy, vol 5, n° 2, 1984, pp 16-21.

Kreuzbauer Robert, Malter Alan, Embodied Cognition and New Product Design: Changing Product Form to Influence Brand Categorization, Journal of product innovation management, vol 22, n°2, 2005, pp 165-176.

Mathieu Jean-Pierre, Ray Michel, Formes et Proportions Universelles, dans Mathieu Jean-Pierre (dir), Design et marketing, fondement et méthodes, L'Harmattan, Paris, 2006.

McNamara Timothy P, Theories of Priming: II. Types of Primes, Journal of Experimental Psychology, vol 20, n° 3, 1994, pp 507-520.

Merunka Dwight, Bourgeat Pascal, Une méthode de mesure et de représentation de la concurrence entre marques, Recherche et Application en Marketing, vol 3, n° 2, 1988, pp 1-28.

Meyer David E, Schvaneveldt Roget W, Facilitation in recognizing pairs of words: evidence of dependence between retrieval operations, Journal at Experimental Psychology, vol. 90, n° 2, 1971, pp 227-234.

décisions marketing, de choisir les meilleurs alternatifs, et de corriger les éventuels biais.

Le design, en tant que vecteur d'information, élément persuasif, et clef d'interprétation pour le consommateur, participe au processus perceptuel en permettant de percevoir le produit dans le sens voulu par le marketeur. De ce fait, le choix du design doit être cohérent avec le positionnement voulu, il est donc possible de revoir les éléments du design d'iphone en travaillant sur d'autres attributs afin d'optimiser le positionnement voulu.

Références bibliographiques

Ackermann Claire-Lise., Mathieu Jean-Pierre et Fort-Rioch Laurence, L'impact de l'expérience antérieure sur l'attitude implicite à l'égard d'un nouveau design produit : le cas du rétro-marketing automobile, Actes du congrès international de l'association Française de Marketing, Brest, 2010.

Ackermann Claire-Lise, Cognition implicite et comportement du consommateur : application à deux marques de véhicules automobiles, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Nantes Institut d'Économie et de Management, Nantes, 2010.

Anderson John R, A Spreading Activation Theory of Memory , Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior , vol 22, 1983, pp 137-155.

Atkinson R. C. et Schiffrin R. M, Human Memory: A Proposed System and its Control Processes in The Psychology of Learning and Motivation, Advances in Research and Theory, K. W. Spence & J. T. Spence, Eds. New-York: Academic Press, vol 2, 1968.

Belboula Imene, Ackermann Claire-Lise, Mathieu Jean-Pierre, 2015, « Design et positionnement des produits horlogers : l'apport de la cognition implicite », In, Zorik.K et Courvoisier.H. Ed. Design Horloger : Créé-moi une icône !, Édition Loisir et Pédagogie, p.15-39. SUISSE.

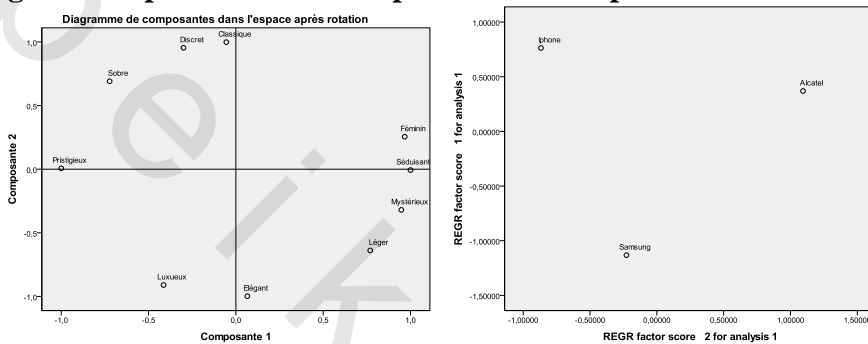
Bloch Peter H, Seeking the ideal form: Product design and the consumer respons , Journal of Marketing, vol 59, n°3, 1995, pp 16-29.

Bomsel Olivier, L'industrie du luxe ou comment associer objets et représentations, Annales des Mines - Réalités Industrielles, Juillet-Août 1995, pp. 14-20

Brown Tom J, Dacin Peter A, Pratt Michael G, Whetten David A, Identity, intended image, construed image, and reputation: An interdisciplinary framework and suggested terminology, Journal of the Academy of Marketing Science, vol. 34, n° 2, 2006, pp 99-106.

Le graphique de la perception implicite de Smartphones nous permet d'étudier le réseau sémantique que les consommateurs associent implicitement au design d'iphone, et de quantifier la force de ces associations. Plus précisément, seulement le concept « Léger » parmi les dix que nous avons testé est significativement associé implicitement et explicitement au design d'iphone. Les résultats du test explicite, qui reflètent le traitement contrôlé, ne confirment pas le positionnement voulu de la marque Appel du concept « Luxueux » (cf. figure 4).

Figure 5: le positionnement explicite de Smartphones



L'attribut « Léger » est associé explicitement et implicitement. Par ailleurs, le concept « Luxueux » est associé implicitement, mais n'a pu être verbalisé. Ainsi, les mesures implicites, tout comme les mesures explicites, permettent de mettre en évidence une incohérence entre le positionnement voulu et le positionnement perçu, et la nature de cette incohérence varie selon que la mesure est réalisée explicitement ou implicitement. L'hypothèse H3 est donc validée.

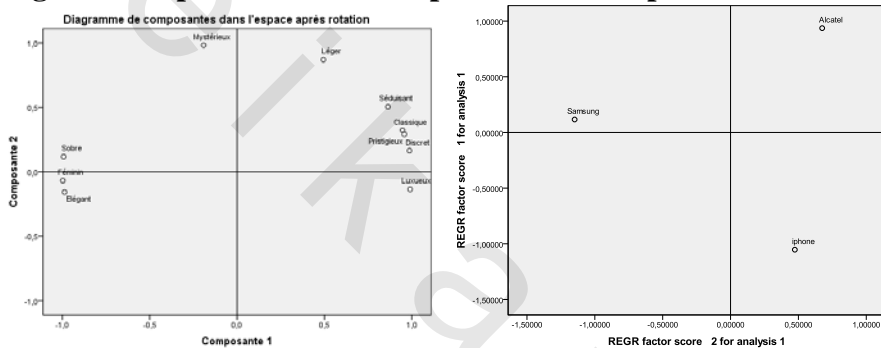
4. Conclusion

Ces résultats montrent que le test d'amorçage sémantique est pertinent pour évaluer la perception du consommateur et qu'il s'avère particulièrement utile pour le test du positionnement implicite du luxe. L'utilisation du test d'amorçage sémantique présente plusieurs avantages qui en font un meilleur indicateur du positionnement que les cartes perceptuelles. Ce test dévoile, la perception réelle, donne plus de crédibilité, et fournit une représentation complète, et aide donc à mieux comprendre la manière dont les consommateurs évaluent le design d'un produit et les associations qui en découlent. Il permet d'évaluer le positionnement implicite, élément complémentaire au positionnement explicite, il permet aussi de réduire le risque, d'optimiser la prise de

Séduisant	898	915	899	2,367	,103	Iphone <i>ns</i> Alcatel <i>ns</i> Samsung
Sobre	954	917	928	5,880	,005	Iphone < Alcatel <i>ns</i> Samsung

Les résultats du test implicite ont montré que le design d'iphone renforce la formation de concepts distincts. Plus précisément, il ressort que la forme du design d'iphone contrairement aux autres designs de Smartphones est apparue plus « Luxueuse » et moins « Sobre », ce qui correspond au positionnement voulu de la marque (cf. Figure 3). Par ailleurs, le design d'Alcatel est plus « Féminin ». L'hypothèse H1 est donc validée.

Figure 3 : le positionnement implicite de Smartphones



Les résultats du test explicite nous permettent de mettre en lumière un concept associé explicitement à iphone : Léger $F(2,57) = 3.201, P < .05$. L'hypothèse H2 est donc partiellement vérifiée. Nous remarquons en analysant les résultats qu'il y a une différence entre la perception implicite et explicite du design de Smartphones, ce qui se confirme avec les deux graphiques ci-dessous.

Figure 4: la perception implicite vs explicite des Smartphones

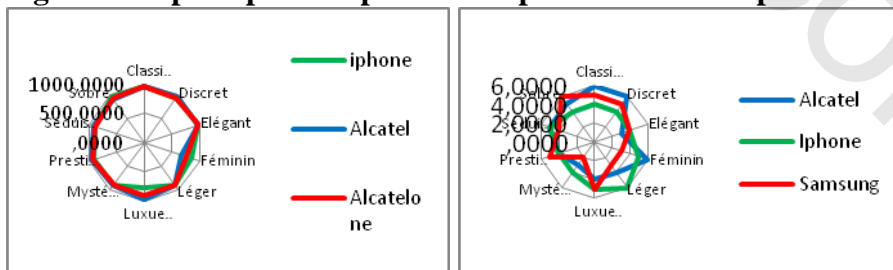
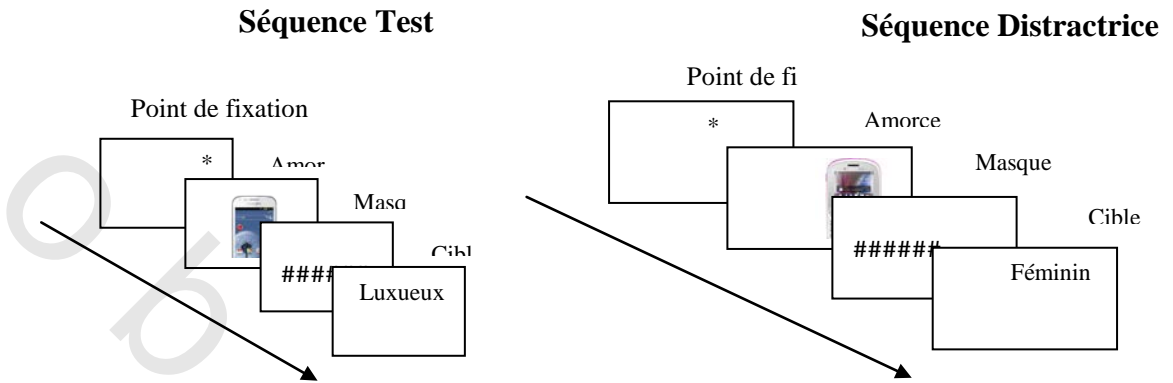


Figure 2 : Les séquences du test d'amorçage



3. Résultats et discussion

Dans le tableau 1, nous présentons les moyennes et les écarts-types des TR. Nous avons trouvé des différences significatives pour les concepts « Discret » $F(2,57) = 6,227$, $P < .05$, « Féminin » $F(2,57) = 8,627$, $P < .05$, « Luxueux » $F(2,57) = 8,750$, $P < .05$ et « Sobre » $F(2,57) = 5,880$, $P < .05$, on peut constater que pour le concept « Luxueux » la différence de moyennes entre les trois modalités est très significative. Pour les autres concepts, on n'observe pas de différences significatives.

Tableau 1 : Les moyennes et les écarts types des temps de réponse

Croyances	iphone	Alcatel	Samsung	F	P	Comparaison moyenne Test de Tukey
	Moyenne	Moyenne	Moyenne			
Classique	960	966	961	,278	,758	Iphone <i>ns</i> Alcatel <i>ns</i> Samsung
Discret	936	967	949	6,227	,004	Iphone <i>ns</i> Alcatel Samsung > Alcatel
Elégant	982	979	980	,031	,970	Iphone <i>ns</i> Alcatel <i>ns</i> Samsung
Féminin	861	677	764	8,627	,001	Iphone < Alcatel <i>ns</i> Samsung
Léger	908	913	904	,393	,677	Iphone <i>ns</i> Alcatel <i>ns</i> Samsung
Luxueux	776	970	913	8,750	,000	Iphone > Alcatel <i>ns</i> Samsung
Mystérieux	908	907	898	,263	,770	Iphone <i>ns</i> Alcatel <i>ns</i> Samsung
Prestigieux	923	956	933	2,843	,067	Iphone <i>ns</i> Alcatel <i>ns</i> Samsung

positifs, 5 mots négatifs, et 10 pseudo-mots). L'expérience est pilotée par le logiciel E-Prime.

3.1 Protocole du test d'amorçage sémantique avec une tâche de décision lexicale

Les participants réalisent une tâche de décision lexicale consistant à déterminer le plus rapidement possible, à l'aide de deux touches de réponse, si une suite de lettre constitue un véritable mot ou un non-mot.

3.2 Procédure expérimentale

D'abord il apparaît un point de fixation au centre de l'écran (500ms), qui permet de focaliser l'attention du participant. Ce point de fixation est suivi immédiatement par une amorce (la photo d'iPhone 5S), présentée pendant 200 ms. Ensuite un masque s'affiche sur l'écran, celui-ci joue un rôle important. En effet, l'amorce même présentée pendant un délai court tend à persister en mémoire iconique. Enfin, la cible apparaît, le temps qui s'écoule entre son apparition et celle de l'amorce est SOA. Le SOA est un paramètre important en test d'amorçage, il permet de mettre en évidence le caractère automatique de l'effet d'amorçage (Fazio *et al.*, 1989 ; Fazio, 2001). La durée de SOA est 300 ms (Neely, 1976). La cible reste affichée à l'écran jusqu'à ce que le participant réponde en appuyant sur une des touches du clavier correspondant aux réponses.

3.3 Les séquences

Le test d'amorçage est constitué d'une succession de séquences, 40 séquences au total dont 30 séquences distractrices et 10 séquences tests.

- 1- Séquences distractrices : contenant des images distractives d'autres Smartphones suivies de véritables mots, et une image d'iPhone suivie d'un pseudo-mot.
- 2- Séquences tests : contenant une image d'iPhone suivie par un véritable mot. Les mots cibles constituant les concepts sémantiquement étaient les suivants : Féminin, Prestigieux, Luxueux, Élégant, Séduisant, Mystérieux, Discret, Leger, Sobre, et Classique, soit cinq concepts positifs et cinq concepts négatifs.

Ces adjectifs ont été utilisés comme étant des mots pour la tâche de décision lexicale, et intégrées sous forme d'échelle de Likert à cinq points pour le questionnaire.

traduit par un ensemble de nœuds (concepts) interconnectés en fonction de leurs relations sémantiques. Lorsque les participants traitent l'amorce, le concept est activé et cette activation se diffuse sur le réseau vers les concepts proches.

Problématique et hypothèses de recherche

Le point de départ de l'analyse est donc le constat suivant : « *un produit de luxe est l'association d'un objet et d'une représentation, autrement dit, d'un élément objectif et d'une idée ou une image subjective* » (Olivier Bomsel, 1995). Comment, dès lors, l'utilisation du test d'amorçage sémantique permet de mettre en évidence, des croyances associées aux Smartphones et activées par la perception du design ?

Les hypothèses que nous formulons concernent les effets d'association entre le design d'iphone et l'activation du concept « Luxueux » qui correspond au positionnement voulu par la marque Apple. Nous avons évoqué précédemment que l'activation des concepts ou croyances à l'égard du design produit conduit à un temps de réponse plus court dans le cas d'une forte association entre le stimulus amorce (le design) et la cible (concepts). Par conséquent, nous formulons l'hypothèse H1 de la manière suivante :

H1: Il existe une différence significative entre la perception implicite des design-produits.

Les réponses devraient être plus rapides lorsque le concept « Luxueux » suivant la présentation d'iphone comparativement aux autres images de Smartphones. Le positionnement du luxe pourrait être identifié à l'aide d'un test d'amorçage sémantique pour le test implicite et à l'aide d'un questionnaire pour le test explicite. Ainsi nous formulons l'hypothèse H2 :

H2 : les attributs perçus sont fortement associés au positionnement

Comme les recherches antérieures l'ont montré, le recours à la cognition sociale implicite (Trendel et Warlop, 2005 ; Ackermann, 2013) permet d'identifier des associations différentes de celles identifiées par les méthodes explicites. Dès lors, nous proposons l'hypothèse suivante :

H3 : Il existe des différences significatives entre les concepts explicites et les concepts implicites associés au design du produit.

2. Méthodologie

Compte tenu de la nature des hypothèses à tester, notre étude s'est fondée sur une expérimentation menée en laboratoire et une enquête par questionnaire passée auprès des étudiants. Soixante étudiants, âgés de 19 à 23 ans, ont volontairement participé à cette expérience. Le matériel est constitué de photographies de Smartphones et de 20 mots (5 mots

la cognition implicite, qui s'appuie sur le postulat implicite de la mémoire et de la perception.

I.2 Nouvelles mesures implicites du positionnement

Depuis quelques années, de nouveaux tests ont été utilisés en marketing s'appuyant sur la théorie de la psychologie cognitive (Trendel et Warlop, 2005 ; Ackerman, 2010), parmi eux le test d'amorçage (Belboula et al, 2015; Cuny *et al.*, 2010), qui sert à mesurer, par son effet, la mémoire implicite.

I.3 évaluation de la perception par le test d'amorçage sémantique

Les premiers travaux menés en psychologie cognitive sur la mémoire (Atkinson *et al.*, 1968), distinguent principalement trois types de mémoire, la mémoire sensorielle, qui perçoit un grand nombre d'informations provenant de l'extérieur et ne peut les retenir que pendant un temps extrêmement court (quelques millisecondes), la mémoire à court terme (quelques secondes ou quelques minutes), et la mémoire à long terme. On peut distinguer deux grands types de mémoire à long terme : la mémoire explicite dont nous avons conscience, qui intervient lors de rappels volontaires, à laquelle s'oppose la mémoire implicite. Cette dernière a la caractéristique de faire appel à des mécanismes de récupérations des informations de manière inconsciente (Squire, 1992 ; Schacter, 1987). Elle intervient lors de rappel automatique.

L'amorçage sémantique est utilisé pour la première fois en psychologie cognitive par Meyer et Schvaneneldt en 1971, les épreuves d'amorçage sémantique constituent une évaluation implicite de la mémoire sémantique. L'une des épreuves les plus utilisées pour évaluer les effets d'amorçage est la tâche de décision lexicale : le sujet doit décider le plus rapidement si des suites de lettres présentées forment un mot ou un non-mot. L'effet d'amorçage se traduit par un temps de réponse plus court pour les mots cibles liés sémantiquement aux amorces que pour les mots contrôles non liés (McNamara, 1994).

Dans le cadre de cette théorie, l'effet d'amorçage sémantique se produit lorsque la présentation du design (amorce) a un effet sur la présentation de la cible (croyance). Le design augmente l'accessibilité de croyances associées au produit en mémoire sémantique.

Le modèle de mémoire en réseau de Collins et Loftus (1975) est un modèle à la fois simple et efficace pour rendre compte des effets d'amorçage sémantique. L'organisation de la mémoire sémantique se

domaines : le produit, le service, l'enseigne, et la marque. Le positionnement peut être défini comme étant « *la perception du produit par le consommateur, c'est la place occupée par un produit dans l'esprit du consommateur, qui le différencie des produits concurrents* » (Dickson *et al.* 1987).

Le positionnement est soumis actuellement à des changements radicaux. Auparavant, des argumentaires rationnels expliquant l'utilisation des produits prédominaient (USP), actuellement, l'utilisation d'un produit est de plus en plus basée sur les croyances de natures symboliques véhiculées par le design. Dans cette optique le positionnement du luxe constitue une approche pertinente pour le design d'un produit, c'est un processus dont le résultat est le fait que le consommateur acquiert des croyances particulières (concept de luxe) à l'égard d'un produit et restent gravées dans sa mémoire.

Par ailleurs, la mise en œuvre du positionnement pose encore problème aux patriciens (Vermette, 1987 ; Chandon et Strazzeri, 1986). En effet, l'identification d'un univers de référence est basée sur les objectifs de l'entreprise en impliquant le marketeur, qui doit d'abord surveiller le positionnement employé, ensuite relier ces informations avec la performance financière actuelle et réelle de la marque (CA, PDM, rentabilité, etc.). Cette approche est cependant potentiellement risquée en raison de la différence entre ce que le marketeur à l'intention de communiquer et la perception réelle des consommateurs. En effet, la perception que se font les consommateurs (le positionnement perçu) diffère souvent du positionnement voulu (Brown *et alii*, 2006 ; Fuchs et Diamontopoulos, 2012).

Afin de mieux évaluer son produit à travers la perception du consommateur, il est essentiel de placer le produit ainsi que les différents produits proposés par les concurrents dans une représentation schématique globale. Cette représentation prend la forme d'une carte perceptuelle (mapping) (Chandon *et al.*, 1986), ou concurrentielle (Merunka *et al.*, 1988). Concrètement, c'est par le biais d'un questionnaire qu'on peut collecter et identifier les attributs pour évaluer la perception d'un produit, à travers des mappings (Vermette, 1987). Cependant, ces mappings ne révèlent pas la perception réelle des consommateurs. En effet, des études ont montré que les réponses des consommateurs à une question de sondage explicite sont souvent en contradiction avec leurs sentiments, leurs intentions, et leurs comportements (Trendel et Warlop, 2005 ; Petre, 2005 ; Ackerman, 2010, Ackermann *et al.*, 2012). Pour cela nous préconisons, le recours à

Introduction

Le design produit en tant que vecteur créatif semble contribuer à la stratégie de différenciation de l'offre (Kotler et Rath ; 1984 ; Olson, Cooper et Slater, 1998 ; Verganti, 2006), et notamment les produits de luxe. Il draine l'attention sur le produit ce qui lui permet de se distinguer par rapport aux concurrents (Bloch, 1995 ; Mathieu et le Ray, 2006), en le rendant crédible et unique dans la mémoire du consommateur, augmente la valeur ajoutée du produit, et renforce ainsi son positionnement du luxe (Kreuzbauer et Malter, 2005).

Or, à l'heure actuelle les marketeurs utilisent des méthodes dites explicites afin d'évaluer la perception et identifier le positionnement (objectif). En effet, la mise en œuvre du positionnement se base sur une étude quantitative. Cependant, des études ont montré que les choix des consommateurs ne sont pas tous délibérés, et que leur réponse à une question de sondage est souvent en contradiction avec leurs comportements (Trendel et Warlop, 2005 ; Ackermann, Mathieu, et Fort-Rioche, 2012).

Cette recherche présente une nouvelle approche complémentaire pour évaluer la perception et appréhender le positionnement du luxe, permettant de surmonter les limites des approches existantes, et sert d'outil pour les praticiens en leur permettant de prendre les bonnes décisions liées au positionnement du produit à travers le design. En effet, l'évaluation de la perception implicite du produit nous semble constituer une condition nécessaire pour obtenir un positionnement réussi c'est-à-dire qui correspond aux objectifs de l'entreprise. L'objet de cet article est donc de présenter une nouvelle méthode pour évaluer la perception et l'élaboration d'un positionnement pertinent à travers le design. Dans une première partie, le cadre théorique est présenté. Dans une seconde partie, la problématique et hypothèse de la recherche sont développées. La troisième partie est consacrée à la méthodologie mise en œuvre, puis les résultats de la recherche sont présentés et discutés. Enfin, nous concluons sur des voies de recherche prometteuses et des applications managériales permettant un enrichissement du concept de positionnement produit par le design en marketing.

1. Cadre théorique

1.1 Le positionnement du luxe à travers le design

La notion du positionnement est introduite la première fois en 1986 par Ries et Trout, d'abord présentée comme une nouvelle approche de communication, ensuite son champ d'application s'élargit à d'autres

Évaluation de la perception consciente et inconsciente des consommateurs : une application au design-produit de luxe

Dr. Belboula Imène
Université Blida2

الملخص

الدراسة هذه من الهدف هو إثراء تموقع المنتجات الفخمة و الذي غالبا ما يكون ضمنيا، بالاعتماد على نظريات العلم المعرفي الاجتماعي. سنوضح في الجزء التجريبي أن استخدام اختبار الدلالات الألفاظ يسمح بتفعيل الآليات الأوتوماتكية و إبراز للمفاهيم المرتبطة بالمنتج. تسمح النتائج المتوصل إليها بفهم التوقع عن طريق تصميم المنتج و تفتح بذلك آفاق واعدة للبحث.

الكلمات المفتاحية: التوقع المنتجات الفاخرة، تصميم المنتجات، الذاكرة الضمنية، دلالات الألفاظ.

Résumé : L'objectif de cet article consiste à enrichir le positionnement du luxe par le design, étant souvent implicite, en mobilisant les théories de la cognition sociale implicite. Nous démontrerons dans la partie expérimentale que l'utilisation du test d'amorçage sémantique permet de mettre en évidence l'activation des mécanismes automatiques correspondants à des concepts associés au produit. Les résultats obtenus permettent de bien comprendre le positionnement par le design, et ouvrent de ce fait des voies de recherches extrêmement prometteuses.

Mots clés : Positionnement du luxe, design, mémoire implicite, amorçage sémantique.

Abstract: The purpose of this paper consists in enriching the luxury positioning with design positioning by mobilizing the point of view of the implicit cognition, this perception of the product design is often implicit. We demonstrate in the experimental part, that the use of semantic priming test, can bring out unconscious activations and to better understand the perception of the design of a product. The results are used to understand the positioning of the design, and thus opens the way to very promising research.

Keywords : Luxury positioning, design, implicit memory, semantic priming.

Yang Y. (2010), « Technological Innovation, FDI and China's Manufacturing Export Competitiveness : An Empirical Analysis based on China's 26 Industries Panel Data », vol. 4, p. 579-582, 3rd International Conference on Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering. www.djazairss.com/fr/lemaghreb/17114 Consulté le 13/05/2014.

-**Alguacil, M. T., Orts. V** (1999) « A multivariate co-integrated model testing for temporal causality between exports and outward FDI: The Spanish case », *Studies on the Spanish Economy*, n° 50, FEDEA.

-**Anima Investment Network** (2010) « l'impact des IDE sur le développement économique des pays », Etat de l'art et application à la région de la MED, Bénédicte de Saint-Laurent, ANIMA, Décembre, p. 8.

-**Benhamouche Z, Souam S.** (2009), « Les IDE en Algérie: quelles leçons tirer de l'expérience internationale », Colloque international, « L'économie algérienne dans la mondialisation: contraintes et atouts », Université Mouloud MAMMARI de Tizi-Ouzou, Algérie.

-**Belmihoub M. C.** (2007), « les rigidités institutionnelles face aux transformations économiques en Algérie: un problème de gouvernance », Special WorkShop on public administrations in arab-mediterranean countries, Madrid, INAP, p.19-22.

-**BLOMSTRÖM, M., A. KOKKO** (1997), « Foreign Direct Investment and Employment: Home Country Experience in the United States and Sweden », *Economic Journal*, NBER Working Paper No. 6019.

-**BLOMSTRÖM, M., A. KOKKO and M. Zejan** (2000), « Foreign Direct Investment. Firm and Host Country Strategies », London: Macmillan.

-**Benhabib A, Zenasni S,** (2013) « Déterminants Et Effets Des Investissements Directs Etrangers Sur La Croissance Economique En Algérie: Analyse En Données De Panel », 11 et 13 Mars 2013. Université Sétif, Algérie.

-**Boualam F.** (2008), « Les institutions et Attractivité des IDE », Colloque International, « Ouverture et émergence en Méditerranée », 17 et 18 Octobre 2008 Rabat- Maroc.

Centre du Commerce International, (2011), « La politique commerciale nationale au service des exportations », Genève, <http://www.intracen.org>.

Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement, (2003), « Examen de la politique de l'investissement : Algérie », NATIONS UNIES, New York et Genève, 2003. p. 128.

Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED), (2004), « Examen de la politique de l'investissement : Algérie », NATIONS UNIES, New York et Genève, 2004. p. 64.

Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE), (2002), « L'investissement direct étranger au service du développement: optimiser les avantages minimiser les coûts », Synthèse Paris.

Ordonnance n°09-01 du 22 juillet, 2009, Journal Officiel de la République Algérienne n° 44.

B. Les obstacles aux IDE en Algérie

- les lenteurs bureaucratiques pour l'obtention des documents administratifs, et l'absence d'un environnement serein et sécurisé de l'investissement ;
- l'insuffisante clarté des dispositions réglementaires et législatives ;
- la difficulté d'obtention de crédits à l'investissement en Algérie, la pression de la fiscalité et des impôts, et la bureaucratie qui conduit à la corruption ;
- la faible performance du système bancaire ;
- Et les délais d'attente pour la fourniture des divers services d'utilité publique, notamment le téléphone, l'électricité, le gaz et l'eau.

CONCLUSION

Nous retenons de ce qui précède que les deux axes du commerce extérieur algérien, à savoir les IDE et les exportations souffrent des difficultés parfois communes : l'inefficacité du système financier, l'environnement d'affaires contraignant, un système d'éducation défaillant, et la quasi-absence de synergie entre les universités, les centres de recherche et les entreprises...etc. Dans un tel contexte, il serait illusoire de penser aux retombées positives de la présence des IDE sur le développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie. En d'autres termes, il faudrait impérativement renforcer les capacités d'absorption des entreprises locales afin de bénéficier des externalités positives des IDE en particulier, l'accès aux savoir-faire managérial et technologique. Il serait très intéressant d'accélérer les réformes appropriées permettant au pays de pouvoir tirer profit des effets attendus des investissements. De plus, l'attractivité des IDE est conditionnée par la capacité de l'Algérie à offrir des conditions minimales qui motiveraient les investisseurs à s'y installer. Nous citons entre autres, la réforme du système financier, la modernisation du système éducatif et de l'administration, le renforcement de liens entre les universités et les entreprises et la promotion de l'innovation en leur sein.

REFERENCES

- Aitken** Brian, **Hanson** Gordon H., **Harrison** Ann E. (1997), « Spillovers, Foreign Investment, and Export Behavior », [Journal of International Economics](#), V 43, pp. 103-132.
- ALAYA M.** (2005), « Investissement direct étranger et croissance économique : une estimation à partir d'un modèle structurel pour les pays de la rive sud de la méditerranée », Centre d'Economie de Développement (CED), Université Montesquieu - Bordeaux IV, Av. Léon Duguit - entrée E - salle D218 – 33608 Pessac – France, p. 3.

Analyse de la politique d'attractivité des IDE en Algérie

La politique en faveur des IDE en Algérie reste passive, en dehors du secteur des hydrocarbures ouvert aux capitaux étrangers à partir de 1971, qui est régi par un code spécifique. L'étude réalisée par la CNUCED (2004) a distingué uniquement deux secteurs qui demeurent attractifs en raison du potentiel et de la place qu'ils occupent dans l'économie algérienne, à savoir ; les hydrocarbures et l'énergie d'une part, et les télécommunications et les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication, d'autre part (NTIC). A partir de l'année 2009, l'IDE en Algérie est en baisse, cela est dû principalement à l'introduction de nouvelles mesures entre autres celles stipulant que pour tout nouveau projet d'investissement, la majorité du capital (soit 51%) doit être détenue par des partenaires locaux. Ces dernières ne sont d'ailleurs pas bien accueillies dans le milieu des affaires.

Depuis les années 2000, l'Algérie a mis en place un dispositif institutionnel d'incitation afin d'attirer un nombre considérable d'investisseurs étrangers, qu'ils soient de pays développés ou de pays en développement.

A. Le dispositif institutionnel des IDE en Algérie

-Ministère de l'industrie et de la promotion des investissements ; élaborer la politique nationale de l'investissement et veiller à son application ; -Conseil National de l'Investissement (CNI): chargé de proposer les stratégies et les priorités d'investissement en Algérie ; L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI); chargée de fournir aux investisseurs les informations nécessaires en matière ; -Le Guichet Unique : institution très importante qui doit accomplir les formalités constitutives des entreprises et permettre la mise en œuvre des projets d'investissement ; L'Agence Nationale d'Intermédiation et de régulation Foncière (ANIREF): gérer, promouvoir le marché foncier destiné à l'investissement et informer les investisseurs potentiels ; -Le Fonds d'Appui à l'Investissement : financer la prise en charge de la contribution de l'Etat dans le coût des avantages consentis aux investisseurs.

Cependant, en dépit des dispositifs de promotion de l'investissement national et étranger, et des facteurs attractifs dont jouit l'Algérie, ces derniers ne sont pas couronnés d'un véritable succès en termes d'amélioration de l'attractivité des IDE (Belmihoub, 2007)¹⁶. Et ce, en raison de nombreux obstacles qui persistent.

¹⁶ Belmihoub M. C. (2007), «Les rigidités institutionnelles face aux transformations économiques en Algérie: un problème de gouvernance », Special WorkShop on public administrations in arab-mediterranean countries, Madrid, INAP, pp.19-22.

grâce à des programmes de formation en interne auprès de la maison mère, mais aussi par le biais de cabinets de formation algériens (CNUCED, 2004). Le chiffre d'affaires de Henkel Algérie a déjà inscrit une hausse de 12% en 2007, grâce au développement de ses marques Isis, Le Chat et Bref sur le marché algérien, lesquelles sont très concurrentielles, mais aussi grâce au développement de son activité d'exportation vers la Tunisie et l'Afrique sub-saharienne. Selon le directeur général de la filiale algérienne, l'unité de Réghaïa (Alger) est devenue en 2009 la plateforme d'exportation vers la Tunisie, d'où a été délocalisée l'usine de production de détergents liquides (Djazairess, 2014)¹⁵.

-HAYAT DHC Algérie : filiale de HAYAT HOLDING est fondée en 2005 dans la wilaya de Blida, elle est présente dans le secteur des produits d'entretien ménager. Les exportations de HAYAT DHC ALGERIE ont enregistré une légère hausse en valeur de près de 14% au cours de l'année 2014 par rapport à une année auparavant ; la facture des exportations est passée de 1,2 millions USD en 2013, à près de 1,4 millions USD. Les exportations de HAYAT DHC ALGERIE sont effectuées vers 7 pays. Il s'agit de la Tunisie, de la Turquie, de la Guinée, Egypte, Syrie, USA et de l'Italie.

L'analyse des exportations de HAYAT DHC ALGERIE montre que 83% de ces exportations sont en destination de la Tunisie, 9 % de la Turquie, 4% de la Guinée, 3% de l'Egypte, et 1% pour les autres pays clients (Algex, 2016).

-En 2006 Knauf (groupe allemand)) s'est implanté en Algérie par le rachat de 50% des parts de la plâtrière Algérienne Fleurus pour que plus tard l'acquisition définitive de la plâtrière se fasse au courant de l'année 2010. Depuis, une large gamme de produits a été lancée sur le marché Algérien et à l'exportation vers plusieurs pays Africains. Selon l'ALGEX (2015), la Sarl Knauf fleurus s'est vu attribuer le prix spécial du jury décerné aux entreprises étrangères installées en Algérie qui dégagent de la croissance et qui réussissent à promouvoir les exportations hors hydrocarbures. Knauf exporte vers Dubaï, le Maroc, la Tunisie ainsi que vers d'autres pays d'Afrique.

Ces cas nous laissent supposer que le marché Algérie peut servir d'une plate-forme d'exportation pour les investisseurs étrangers. D'où l'importance de tirer pleinement profit des avantages que ceux-ci pourraient entraîner.

¹⁵ www.djazairess.com/fr/lemaghreb/17114 Consulté le 13/05/2014

Bien qu'un certain nombre de nos entreprises soient conscientes de la nécessité de s'aligner sur les standards internationaux pour proposer à l'international des produits de qualité, il reste beaucoup à faire notamment en matière d'adoption de normes obligatoires (en particulier sanitaires et environnementales) qui constituent de véritables barrières pour pénétrer un marché étranger.

Tableau I. Les résultats relatifs à l'obtention d'une distinction, d'un label valorisant les produits des entreprises exportatrices enquêtées

Distinctions	fréquence
Non aucune	4.16 %
ISO 9001	54.16 %
ISO 1400	16.66 %
ISO 14001	20.83 %
ISO 22000	20.83 %
Label professionnel	8.33 %
Autre (est cité le marquage règlementaire C€)	8.33%

Des ressources insuffisantes à l'export

La majorité des entreprises interrogées confirment que plusieurs insuffisances au plan interne entravent leur développement international. Les principales contraintes sont :

- la capacité de production insuffisante (37.5 %). la limite des quantités exportées est due aux contraintes propres à l'exportateur.
- Le manque de main d'œuvre qualifiée. En effet, 20.83 % des entreprises confirment que leur main d'œuvre notamment celle de la fonction de la production est peu qualifiée et peu créative. Cela traduit leurs sérieuses difficultés à répondre aux spécificités et préférences des acheteurs étrangers.
- Le manque d'équipements leur permettant d'accéder aux nouvelles technologies et d'améliorer les caractéristiques de leurs offres(20.83 %);
- La pénurie de la matière première, 37.5 % des exportateurs déclarent qu'ils sont confrontés au problème de pénurie de matière première, ce qui tarde et allonge les délais de vente de leurs produits sur les marchés étrangers.

Il est important de souligner qu'une politique soutenue d'exportation hors hydrocarbures ne peut se concevoir sans une politique résolue d'attractivité des IDE. Certains cas d'investisseurs étrangers en Algérie bien que timidement, ils contribuent aux exportations hors hydrocarbures, nous évoquons entre autres, les cas suivants :

- En mai 2000, **Henkel-Enad** Algérie est créée en coentreprise entre l'Entreprise Nationale de Détergents et Produits d'Entretien (ENAD), société publique algérienne. Des transferts de compétence ont pu avoir lieu

Nous tenterons dans les points qui suivent de transposer ces éléments au contexte de l'économie algérienne.

2. Etat des lieux des exportations hors hydrocarbures en Algérie

Les exportations algériennes demeurent fortement dominées par les hydrocarbures. Selon les statistiques fournies par le CNIS, les exportations hors hydrocarbures¹³ demeurent toujours marginales, avec seulement 5,44% du volume global des exportations soit une valeur de 1,57 milliard de dollars US. Elles ont enregistré une baisse de 8,29% par rapport aux neuf mois 2014.

Il est à noter qu'en dépit des efforts consentis par les pouvoirs publics algériens en matière de soutien aux exportations hors hydrocarbures à savoir : les mesures de facilitation à l'export (régimes douaniers, contrôle de changes, exonérations fiscales, soutien financier à travers le FSPE...), et la mise en œuvre du dispositif institutionnel chargé d'épauler les entreprises exportatrices (Algex, Cagex, Safex...)¹⁴, les entreprises exportatrices demeurent confrontées à de nombreuses difficultés.

Dans le souci de comprendre pourquoi nos entreprises ne se sont pas fortement engagées à l'export. Nous avons mené une enquête sur le terrain auprès des entreprises (24) ayant connu une activité plus ou moins régulière à l'export. Et cela par le biais d'un questionnaire élaboré suite à l'analyse de la littérature existante notamment dans le management des entreprises.

La plupart des entreprises interrogées confirment qu'elles ne disposent pas de compétences requises leur permettant de mener à bien leur stratégie d'exportation. 79.16 % ne disposent pas de spécialistes dans les domaines suivants :-La stratégie internationale ; -La logistique internationale.79.16 % des exportateurs disposent des diplômés de l'enseignement supérieur en commerce international et 50 % d'entre eux disposent des commerciaux diplômés en marketing international. Mais il faut noter que ces derniers n'ont pas reçu une formation approfondie en la matière, c'est pourquoi même les procédures et l'ensemble des documents d'exportation ne font pas objet d'une réelle maîtrise par ces entreprises.

Des défaillances en matière de valorisation du savoir faire

¹³ La catégorie demi-produits sont constitués des produits issus de la transformation des hydrocarbures (ammoniac, méthanol, gazes rares), produits bruts sont constitués des déchets ferreux et non ferreux).

¹⁴ Agence Nationale de Promotion du commerce extérieur (ALGEX), Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des exportations (CAGEX), Société Algérienne des Foires et Expositions (SAFEX). Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE). Exportations Hors Hydrocarbures (EHH).

d'origine de la firme, soit à l'exploitation de marchés tiers à partir du pays hôte. Dans ce cas, on parle de formation de plate-forme de réexportation (Alaya, 2005)⁹.

C. Accès aux chaînes de valeur mondiales

Il est fréquent qu'une société affiliée à une multinationale américaine dans un pays en développement enregistre une augmentation de ses exportations à destination d'autres affiliées plutôt que de sa maison mère. Ces tendances sont le reflet de la stratégie d'externalisation et de mondialisation de la production récemment adoptée par les multinationales disposant d'un réseau de filiales dans plusieurs pays, créant ainsi une chaîne de valeur mondiale. Il importe donc de noter que les pays en développement doivent participer plus activement aux chaînes d'approvisionnement. Cela leur permettrait de bénéficier directement de ces tendances mondiales lorsque les multinationales s'implantent sur leurs marchés. Ils peuvent ainsi diversifier leurs économies et s'éloigner des produits de base (CCI, 2011)¹⁰.

D. Les IDE et le renforcement des capacités de production nationale

l'IDE peut contribuer à la promotion et à la croissance des capacités de production des exportateurs locaux, notamment en encourageant les entreprises locales à lancer de nouveaux produits et services, et cela du fait de la délocalisation des capacités de production des entreprises multinationales originaires des pays développés et très avancés en particulier en termes de progrès technique et d'innovations. Les études portant sur l'économie espagnole, confirment la complémentarité entre les IDE et l'accroissement des exportations et même le lien de cause à effet entre les IDE et les exportations (Alguacil, Orts, 1999)¹¹. Un exemple éloquent dans ce cadre est celui de la Chine. Une étude révèle que l'innovation technologique et l'IDE ont eu des retombées positives sur la compétitivité à l'exportation du secteur manufacturier chinois (Yang, 2010)¹².

⁹ Alaya M. (2005), « Investissement direct étranger et croissance économique : une estimation à partir d'un modèle structurel pour les pays de la rive sud de la méditerranée », Centre d'Economie de Développement (CED), Université Montesquieu - Bordeaux IV, Av. Léon Duguit - entrée E - salle D218 – 33608 Pessac – France, p. 3.

¹⁰ Centre du Commerce International, (2011), « La politique commerciale nationale au service des exportations », Genève, <http://www.intracen.org>.

¹¹ Alguacil, M. T., Orts. V (1999) « A multivariate co-integrated model testing for temporal causality between exports and outward FDI: The Spanish case », *Studies on the Spanish Economy*, n° 50, FEDEA..

¹² Yang Y. (2010), « Technological Innovation, FDI and China's Manufacturing Export Competitiveness : An Empirical Analysis based on China's 26 Industries Panel Data », vol. 4, p. 579-582, 3rd International Conference on Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering.

En outre, selon CNUCED (2004)⁵ la présence des firmes étrangères à travers leurs filiales dans les pays en développement constitue un facteur majeur facilitant l'internationalisation des entreprises nationales (en particulier les fournisseurs de ces filiales). Les effets positifs des firmes étrangères sur l'activité à l'export des entreprises locales peuvent être directs. Ces derniers se manifestent notamment à travers l'apprentissage à l'export des entreprises locales en accédant aux connaissances et informations contrôlées par les filiales des firmes étrangères telles que les connaissances acquises sur les marchés étrangers, et les conditions d'accès à ses derniers notamment en termes de qualité de produits, du design, et des emballages à proposer (Blomström et al., 2000)⁶ ; quant aux effets indirects, l'auteur souligne que ces effets peuvent se présenter lorsque les entreprises locales imitent certaines pratiques des compagnies étrangères et embauchent la main d'œuvre formée par celles-ci. Souam et Benhamouche (2009, p.8)⁷ ajoutent à ce propos, que l'un des mécanismes par lequel le savoir se diffuse des firmes multinationales vers les entreprises locales, ce que l'on appelle le « *reverse engineering* » qui signifie simplement que des ingénieurs qui ont travaillé dans les FMN les quittent pour aller travailler pour une entreprise locale, apportent avec eux le savoir acquis en travaillant pour les FMN.

Selon l'étude menée par Aitken, Hanson et Harrison (1997)⁸ auprès des entreprises manufacturières au Mexique sur la période 1986- 1990, la probabilité qu'une entreprise locale exporte augmente avec une localisation à proximité des multinationales. Ces résultats mettent en exergue l'apport positif que pourrait avoir une politique publique d'attractivité des IDE dans la promotion des exportations locales.

Les effets directs des filiales étrangères sur le développement du commerce extérieur du pays hôte se manifestent également lorsque la production locale de la filiale est consacrée soit à la réexportation vers le pays

⁵ Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement, (2004), « Examen de la politique de l'investissement : Algérie », NATIONS UNIES, New York et Genève, 2004. p. 64.

⁶ BLOMSTRÖM, M., A. KOKKO and M. Zejan (2000), « Foreign Direct Investment. Firm and Host Country Strategies », London: Macmillan.

⁷ Benhamouche Z, Souam S. (2009), « Les IDE en Algérie: quelles leçons tirer de l'expérience internationale », Colloque international, « L'économie algérienne dans la mondialisation: contraintes et atouts », Université Mouloud MAMMERRI de Tizi-Ouzou, Algérie.

⁸ Aitken Brian, [Hanson](#) Gordon H., [Harrison](#) Ann E. (1997), « Spillovers, Foreign Investment, and Export Behavior », [Journal of International Economics](#), V 43, pp. 103-132.

leur étude, Blomström and Kokko (1997)¹ affirment que l'investissement étranger direct favorise le développement économique en permettant d'améliorer la croissance de la productivité et des exportations.

Toujours dans le cadre de l'analyse de l'impact des IDE sur l'amélioration de la productivité voire de la compétitivité globale de l'économie nationale fait ressortir les éléments suivants (ANIMA, 2010)²:

A. Transferts de technologies

Il convient ici pour les pays d'accueil de revoir leur vision statique de la technologie en pensant qu'il suffit de l'acheter et de l'acquérir, or, le transfert de technologie est le résultat d'un processus axé non seulement sur le transfert de connaissances mais également sur le travail d'équipes, les interrelations complexe, les réseaux...etc. Cela a été démontré par une intéressante étude française de l'AFD et de l'IFRI Benhabib, Zenasni, 2013)³ ayant montré la diversité des canaux d'acquisition de technologie et de leurs modalités de mise en œuvre. Et les principaux mécanismes de transfert de technologie établis sont : mouvement de personnel (formation à l'étranger), Sous-traitance, OEM (Original Equipment Manufacturer) ou fabrication pour compte, Joint-ventures, et alliances technologiques.

B. Impact des IDE sur les échanges commerciaux et la performance à l'exportation

L'OCDE (2002⁴) indique que « les entreprises multinationales peuvent renforcer le caractère exportateur de l'économie nationale grâce à des atouts qui comprennent : l'excellente qualité de leurs produits, la reconnaissance de la marque et leur accès aux marchés mondiaux, leur capacité de lever les obstacles à l'utilisation de la dotation en facteurs de l'économie d'accueil et leur impact à long terme sur la compétitivité internationale du secteur d'activité du pays d'accueil » (OCDE, 2002).

¹ BLOMSTRÖM, M., A. KOKKO (1997), « Foreign District Investment and Employment: Home Country Experience in the United States and Sweden », *Economic Journal*, NBER Working Paper No. 6019.

² Anima Investment Network (2010) « l'impact des IDE sur le développement économique des pays », Etat de l'art et application à la région de la MED, Bénédicte de Saint-Laurent, ANIMA, Décembre, p. 8.

³ Benhabib A, Zenasni S, (2013) « Déterminants Et Effets Des Investissements Directs Etrangers Sur La Croissance Economique En Algérie: Analyse En Données De Panel », 11 et 13 Mars 2013. Université Sétif, Algérie.

⁴ OCDE, (2002), L'investissement direct étranger au service du développement: optimiser les avantages minimiser les coûts, Paris.

Introduction

Face à l'accélération du processus de la mondialisation, et l'intensification de la concurrence internationale, l'Algérie est amenée à repenser sa stratégie de soutien aux exportations hors hydrocarbures et cela non seulement en s'appuyant sur l'amélioration de sa politique commerciale, de ses institutions, des infrastructures physiques ainsi que la disponibilité de la main d'œuvre qualifiée, mais aussi à dépasser ce cadre de la politique intérieure. Car aujourd'hui, le secteur des exportations hors hydrocarbures dépend de la performance des marchés des produits et des facteurs tant nationaux qu'internationaux notamment en matière de main d'œuvre hautement qualifiée et de capitaux.

L'accès à ces facteurs est possible en présence des investissements directs étrangers (IDE) sur le territoire algérien. En effet, l'analyse de la littérature existante notamment dans l'économie internationale montre qu'il existe des liens solides entre les IDE et la promotion des exportations nationales. Bien que les IDE soient très présents dans le secteur des hydrocarbures, il est primordial pour l'Algérie d'asseoir une politique d'attractivité des IDE dans les secteurs hors hydrocarbures permettant le développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie. Ce qui permettrait au pays de réussir une insertion compétitive dans les marchés internationaux, en réduisant sa vulnérabilité économique et en tirant parti de la dynamique du commerce international.

C'est dans cette optique que nous nous efforçons de comprendre dans quelle mesure les IDE pourraient-ils contribuer à la croissance des exportations hors hydrocarbures en Algérie. Cependant répondre à cette problématique nécessite de traiter son corolaire à savoir ; dans quelle mesure l'Algérie s'efforce-t-elle d'asseoir une politique attrayante vis-à-vis des IDE afin de favoriser l'insertion des entreprises nationales dans les chaînes de valeur moniales ? Pour y répondre, nous avons opté pour deux approches méthodologiques, l'une est descriptive, elle nous permet de revoir la littérature relative aux IDE. Quant à l'approche analytique nous permet de centrer notre réflexion sur l'analyse des exportations hors hydrocarbures en Algérie par le biais d'une enquête que nous avons menée auprès des entreprises ayant une certaine présence sur les marchés étrangers.

1. Revue de la littérature

Dans la littérature économique de nombreux travaux ont mis en exergue l'influence des IDE sur la croissance économique. De nombreux travaux ont exploré les différents aspects des effets de l'IDE tels que (i) le transfert technologique (ii) l'introduction de nouveaux processus (iii) les gains de productivité et (iv) l'ouverture de nouvelles opportunités de marché. Dans

Les IDE : un vecteur pour la promotion et le développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie

Doctorante ARROUCHE Nacera
Dr. BOUYAHIAOUI Nasser
Université Tizi-Ouzou,

Abstract : In this paper, we have tried to highlight the necessity to establish a strategy attracting FDI in Algeria. Numerous academic scholars have conducted empirical studies in which they established the positive effect of FDI on countries economic growth and export performance. FDI is considered as an important vector in promoting and increasing export. Algeria has established very ambitious measures promoting non-hydrocarbon. Algeria has put in place new policies in order to attract FDI by removing major obstacles to investments and exports. The priority is to focus on the FDI making real contribution to enhancing economic growth and export. In order to do carry our study, we have used a descriptive and analytical methodology. We have tried to study and analyze whether FDI contribute to improve economic growth and therefore enhance export in general and export of non- hydrocarbon in Algeria in particular. Secondly, to analyze whether the FDI flows evolution and various measure put in place by the Algerian government to attract and to promote FDI.

Keywords: *FDI, non-hydrocarbon export, constraints, attractive policies, Alegrie*

ملخص الغرض من هذا المقال هو تسليط الضوء على ضرورة وضع استراتيجية جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر. قد أجرى علماء الأكاديمية العديد من الدراسات التجريبية التي أسست الأثر الإيجابي للاستثمارات الأجنبية المباشرة على النمو الاقتصادي في البلدان النامية وأداء الصادرات. يعتبر الاستثمار الأجنبي المباشر كنافذ مهم في تعزيز وزيادة الصادرات. أنشأت الجزائر تدابير طموحة جدا من أجل تشجيع الصادرات خارج المحروقات. وضعت الجزائر في سياسات جديدة مكان من أجل جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة عن طريق إزالة العقبات الرئيسية التي تعترض الاستثمارات والصادرات.

لتسليط الضوء على كل هذه العناصر اعتمدنا على المنهج الوصفي والتحليلي، الأول سمح دراسة مساهمة الاستثمار الأجنبي المباشر في تعزيز وتنمية الصادرات في العام و الصادرات غير النفطية في الجزائر على وجه الخصوص و المنهج الثاني هدفه إجراء دراسة تحليلية حول جذب الاستثمارات الأجنبية في الجزائر .

الكلمات المفتاحية الاستثمار الأجنبي ، الصادرات خارج المحروقات ، المعوقات ، الجزائر

obeyikan.com

SOMMAIRE

Doctorante ARROUCHE Nacera Dr. BOUYAHIAOUI Nasser Université de Tizi-Ouzou,	Les IDE : un vecteur pour la promotion et le développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie	07
Dr. BELBOULA Imène Université Blida2	Évaluation de la perception consciente et inconsciente des consommateurs : une application au design-produit de luxe	19
Dr LECHAB Safa Université de Blida 2	Le contrôle de gestion: vers l'amélioration de la qualité de service des hôpitaux publics en Algérie.	31
Dr .BOUDRICHE Zohra Université Blida2	Les effets de l'odeur ambiante sur les émotions les perceptions et les comportements	42
Dr TOUMI AMARA Djamila Ecole Nationale Supérieure de Management ; PU Kolea Tipaza	Ethique islamique et gouvernance des PME familiales : essai de modélisation d'un processus d'intégration des valeurs au management	53
Dr Souhila GHOMARI MALTI Pr Abderrezak BENHABIB Université de Tlemcen	Programmes de Mise à niveau pour accompagner l'ouverture en Algérie	68

Directeur de publication

Professeur Kamel Rezig

Rédacteur en chef

M. Rahmoun Boualem

Rédacteur en chef

Dr. Lellouchi Mohamed

Comité de rédaction

Pr. Khadraoui

Sassia Pr. Mansouri

Zine

Dr. Merrakchi Med

Lamine Dr. Ameer Bachir

Dr. Kaci

Yassine Dr.

Nacer Charfi

Dr. Mezoug

Adel

Dr. Hadj Aissa Sidahmed

Dr. Berkane Zahia

Dr. Agoune

Abdeslame Dr. Ait

Akkache Samir

Conception et Impression



Dar EL TEL

Comité Scientifique :

Pr Souici Abdelouaheb Université d'Alger 3 - Algérie

Pr Khaled Safi Saleh Université de Blida 2 - Algérie Pr

Sakhri Omar Université Alger 3- Algérie

Pr Ali Abdellah Université Alger 3- Algérie

Pr Taïb Yassine Université Alger 3- Algérie

Pr Keddi Abdelmadjid Université Alger 3- Algérie

Pr Benhamouda Mahboub Université Alger 3- Algérie Pr

Farid Kourtel Université de Skikda- Algérie

Pr Saleh Salhi Université de Sétif- Algérie

Pr Boudjellal Mohamed Université de Msila- Algérie

Pr Haouari Maaradj Université de Ghardaïa- Algérie Pr

Zekan Ahmed ENSSA ex inps K OLEA Algérie Pr

Zairi Belkacem Université d'Oran- Algérie

Pr Taïb Daoudi Université de Biskra- Algérie

Pr. Benazouz Benali Université de Chleff- Algérie Pr

Ratoul Mohamed Université de Chleff- Algérie

Pr Abderrezak Benhabib Université de Tlemcen- Algérie Pr

Abirat Mokadem Université de Laghouat- Algérie

Pr Ramdan Echerrah Université de Koweït- Koweït

Pr Abdelhafid Belarbi Université El Ain-Les Emirats A.U Pr

Ghaleb Toued Elrifai Université El Ain-Les Emirats A.U Pr

Tarek El Hadj Université Ennadjah- Palestine

Pr. Zaghdar Ahmed Université de Médéa- Algérie Pr.

Allache Ahmed Université de Blida 2 - Algérie Pr.

Madi Belkacem Université d'Annaba - Algérie Pr.

Hamel Ali Université de Batna - Algérie

Pr. Dermane Soulaïmen Sedek Université D'ahouk - Irak Pr.

Haider Ahmed Abbas Université de Damas- Syrie

Pr. Bachi Ahmed Université Alger 3 - Algérie

Pr. Aït Ziène Kamel Université Khemis Meliana - Algérie

Pr. Ousrir Menouer Université Boumerdes - Algérie

Pr. Bouksani Rachid Université Bouira - Algérie

Pr. Kaouter Abadji Université Benisouf - Egypt

Pr. Benabdelfeteh Dahmane Université Adrar - Algérie Pr.

kamel benmoussa u. alger 3

Pr. Ghezazi Omar Université de Blida 2 - Algérie Dr.

Djelid Nouredine Université de Tipaza - Algérie

Dr. Abdelkarim Ahmed Guendouz Université du roi Faïçal-

Arabie Saoudite

Dr. Samira Sandouga Institut Moudjez d'Apprentissage et de formation- Arabie Saoudite

Dr. Mohamed El kadhi Université Zaitouna- Jordanie

Dr. Hassan Taoufik Université Ezzerkaa- Jordanie

Dr. Talbi Badreddine ENSSA ex inps K OLEA Algérie

REVUE D'ECONOMIE ET DE DEVELOPPEMENT HUMAIN

Périodique International Scientifique indexé

Correspondances et informations

Toutes les correspondances doivent être transmises au

Professeur Kamel Rezig

Directeur de la Revue d'Economie et de Développement Humain

Laboratoire de Développement Economique et Humain en Algérie

Université Blida 2 – Algérie

dehalg.revue@yahoo.fr

obeyikan.com

Université Blida 2
Laboratoire Développement Economique et Humain en Algérie



REVUE D'ECONOMIE ET DE DEVELOPPEMENT HUMAIN

Périodique International Scientifique indexé

N 14 - septembre 2016

Dépôt légal :65-2011
ISSN : 0827-2253

dehalg.revue@yahoo.fr
laboratoire.dehalg2017@yahoo.com



Université Blida 2 - Algerie
Lounici Ali



Laboratoire Développement Economique et Humain en Algérie

REVUE D'ECONOMIE ET DE DEVELOPPEMENT HUMAIN

Périodique International Scientifique indexé

N 14 - septembre 2016

Dépôt légal :65-2011
ISSN : 0827-2253



دار التل للطباعة