

جامعة زيان عاشور بالجلفة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير



مجلة دفاتر اقتصادية

دورية علمية دولية محكمة نصف سنوية تصدر عن
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بجامعة الجلفة

العدد الثاني عشر
جمادي الثاني 1437 هـ / مارس 2016 م

قواعد و شروط النشر في المجلة

يسر هيئة تحرير مجلة **دفاتر اقتصادية** أن تستقبل الأبحاث والدراسات ذات العلاقة بتخصصات العلوم الاقتصادية والإدارية باللغات العربية، الفرنسية والانجليزية. وتخضع هذه البحوث لمعايير وشروط التحكيم في البحث العلمي الأكاديمي من متخصصين، وتُطبق فيها شروط المجالات العلمية المحكمة، وترى أن تكون النصوص المرسله وفقاً للشروط التالية:

- أن يكون النص المرسل جديداً لم يسبق نشره.
- تخضع النصوص المرسله لرأي محكمين من مختلف الجامعات المحلية والأجنبية.
- أن تُعتمد الأصول العلمية والمنهجية المتعارف عليها في إعداد البحوث والدراسات، بما في ذلك التقديم للبحث، وتنسيق أقسامه، والتوثيق الكامل لمراجعته، وإعداد الجداول والأشكال البيانية بصورة تُيسر تصويرها للطباعة، وإدراج خلاصة تتضمن نتائج البحث.
- أن لا يتجاوز عدد صفحات النصوص المرسله 20 صفحة.
- يُراعى في الصفحة الأولى من المقال إدراج الأتي: [عنوان المقال، إسم الباحث(ة) كاملاً، الدرجة العلمية، الكلية والجامعة مكان العمل].
- ضرورة إدراج ملخص للبحث في الصفحة الأولى لا يزيد عن (08) أسطر بلغة المقال، وآخر بلغة مغايرة. وفي حالة المقالات باللغة الأجنبية يُشترط إدراج ملخص باللغة العربية.
- تُقدم البحوث مرقونة على صفحة A4 [29.7x21 سم] بحجم الخط Traditional Arabic 15، أما بالنسبة للغة الأجنبية فيكون بخط Times New Roman 13، على أن تكون الهوامش في آخر البحث وفق ترقيم تسلسلي بحجم الخط 14 بالنسبة للغة العربية و 12 بالنسبة للغة الأجنبية.
- حواشي المقال تكون وفق الشكل التالي: [2.5 سم للأعلى] و [2 سم للجهات الأخرى]، مع ترك مسافة 1 سم بين السطور.
- تخضع المقالات المعروضة للنشر لموافقة هيئة التحرير، ولها أن تطلب من الكاتب إجراء أي تعديل على المادة المقدمة قبل إجازتها للنشر.
- المجلة غير مُلزمة بإعادة النصوص إلى أصحابها سواءً نشرت أم لم تنشر، وتلتزم بإبلاغ أصحابها بقبول النشر، ولا تلتزم بإبداء أسباب عدم النشر.
- تحتفظ المجلة بحقوقها في نشر النصوص وفق خطة التحرير، وحسب التوقيت الذي تراه مناسباً.
- تُقدم البحوث وفق نظام Word 2003 وترسل عن طريق البريد الإلكتروني التالي:

rev.cahierseco@Gmail.com

✍ إن أي مقال لا يتوافق وشروط النشر المنصوص عليها سابقاً يُعتبر ملغياً، ولا يُخطر صاحبه بذلك.

✍ ترتيب المقالات في المجلة لا يخضع لأهمية البحث ولا لمكانة الباحث.

✍ المقالات المنشورة في المجلة لا تُعبر إلا عن آراء أصحابها.

الرئيس الشرفي:
أ.د. علي شكري

مدير الملتقى:
د. المختار حميدة

رئاسة التحكيم:
محمد مصطفى سالت

نيابة رئاسة التحكيم:
د. مراد علة & د. أحمد ضيف

هيئة التحكيم:

سمير طعيبة
إسماعيل قشام
محمد لعقاب
كلثوم بوزيان
طارق بن خليف

فؤاد محفوظي
سليمان شيبوط
هبة طوال
علي حبيطة
حسينة تومي

خالد عيجولي
محمد علي الجودي
محمد شتوح
النعاس صديقي
طارق هنرشي

هيئة الاستشارة العلمية والتكبير:

أ.د. عبد المجيد قدي	جامعة الجزائر 3 - الجزائر	أ.د. محمد الطاهر قادري	جامعة الجلفة - الجزائر
أ.د. رابح زبيري	جامعة الجزائر 3 - الجزائر	أ.د. عمر عزوي	جامعة ورقلة - الجزائر
أ.د. محمد براق	المدرسة العليا للتجارة - الجزائر	أ.د. عبد السلام مخلوفي	جامعة بشار - الجزائر
أ.د. عبد السلام بندي عبد الله	جامعة تلمسان - الجزائر	أ.د. نور الدين شنوفي	مدرسة الدراسات العليا للتجارة - الجزائر
أ.د. عبد اللطيف كرزايي	جامعة تلمسان - الجزائر	أ.د. محمد فرحي	جامعة الأغواط - الجزائر
أ.د. عبد القادر دربال	جامعة وهران - الجزائر	أ.د. أحمد جميل	جامعة البويرة - الجزائر
أ.د. إبراهيم بختي	جامعة ورقلة - الجزائر	د. طه حسين نوي	جامعة الجلفة - الجزائر
أ.د. فريد كورتل	جامعة سكيكدة - الجزائر	د. المختار حميدة	جامعة الجلفة - الجزائر
أ.د. موسى رحماني	جامعة بسكرة - الجزائر	د. أحمد ضيف	جامعة الجلفة - الجزائر
أ.د. عبد الكريم جابر شنجار العيساوي	جامعة القادسية - العراق	د. نجوية الحدي	جامعة الجلفة - الجزائر
أ.د. كامل علاوي كاظم الفتلاوي	جامعة الكوفة - العراق	د. فاطمة بلخيري	جامعة الجلفة - الجزائر
أ.د. نجم عبود نجم	جامعة الزيتونة - الأردن	د. أحمد بيرش	جامعة الجلفة - الجزائر
أ.د. محمد داود عثمان	جامعة فيلادلفيا - الأردن	د. مراد علة	جامعة الجلفة - الجزائر
أ.د. يعضبة سمالي	جامعة الملك فيصل - السعودية	د. لخضر بن احمد	جامعة الجلفة - الجزائر
أ.د. ميلود زيد الخير	جامعة الأغواط - الجزائر	د. العباس بهناس	جامعة الجلفة - الجزائر

قائمة المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
□ دور التدقيق الداخلي في الحد من المخاطر التشغيلية في البنوك التجارية الجزائرية ك. د. آدم حديدي «جامعة الجلفة»	01
□ دراسة العوامل المؤثرة على استخدام المؤسسات لأساليب التحوط ضد تغيرات أسعار الصرف ك. أ. رضوان عامري & أ. د. محمد بشير لبيق & د. فتيحة بلجيلالي «المركز الجامعي بغليزان & جامعة سيدي بلعباس & جامعة تيارت»	19
□ اتفاقية بازل 3 كمدخل علمي لتطوير نموذج لاحتساب كفاية رأس المال في المصارف الإسلامية ك. أ. د. موسى رحمانى & مريم زليدي «جامعة بسكرة»	28
□ واقع التسويق في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - دراسة قياسية - ك. أ. سعد مرزق «جامعة الجلفة»	50
□ دور مؤسسات التمويل المصغر في تنمية المناطق الريفية ك. د. سامية بلاغ «جامعة الجزائر3»	67
□ المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال اتجاه التنمية المستدامة ك. د. بسمتة عولي «جامعة تيسة»	78
□ متطلبات تحقيق النظام المحاسبي المالي للقواعد والمبادئ العامة للإفصاح المحاسبي ك. د. محمد بوحيدة & أ. عمرقمان «المدرسة العليا للتجارة & جامعة الجلفة»	95
□ أثر أهمية الرضا الوظيفي في تحسين الإنتاجية ك. أ. حياة طهراوي & د. سليمان بوفاست «جامعة المديتة»	109
□ محاولة تحليل و تقييم تجربة إنشاء ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ك. أ. عبد الجليل مقدم «جامعة بشار»	131
□ دور معايير المحاسبة الدولية في تطوير المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية ك. أ. إبراهيم مسلم «جامعة الجلفة»	145
□ استهداف التضخم في السودان في الفترة (2000-2013) ك. عز الدين لكحل «جامعة البليدة2»	159

176 □ مدى استجابة النظام المحاسبي المالي لمتطلبات المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

كـ د. علي سماي & أ. خلف الله بن يوسف «جامعة المدية & جامعة غرداية»

195 □ تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل اتفاقية الشراكة الأورو جزائرية

كـ د. أنفال نسيب «جامعة بسكرة»

212 □ تحليل الطلب على الخدمات الفندقية (المبيت) باستعمال متوسطات مبيت السائح الواحد

كـ أ. يوسف شرع & د. عبد القادر خليل «جامعة غرداية & جامعة المدية»

227 □ القيادة التحويلية وأثرها على الولاء المعياري

كـ أ. بلقاسم العسالي «جامعة الجلفة»

243 □ دور المعلومات في تعزيز كفاءة السوق المالي

كـ أ. مبارك بن زاير «جامعة بشار»

256 □ نظام إدارة الجودة ISO 9001 كمدخل لتحسين أداء المؤسسة الاقتصادية

كـ أ. يزيد قادة «جامعة سعيدة»

268 □ دور الإعلان الإلكتروني في اتخاذ قرار الشراء

كـ د. عبد القادر قرش & عائشة بوعامر «جامعة الأغواط»

□ *LE ROLE DU COSMOPOLITISME DES MANAGERS ETRANGERS DANS L'ADAPTATION DE LEURS STYLES DE DIRECTION A LA CULTURE DU PAYS HOTE*

01

✍ AICHA Bensaad «Université de Djelfa»

تمهيد:

تعتبر وظيفة التدقيق الداخلي من الوظائف الهامة في الشركات اليوم نظرا لتطور حجم المنشآت وانتشارها جغرافياً وعلى نطاق واسع مما أدى إلى تباعد المسافة بين الإدارة العليا وبين كافة العاملين وكذلك التوسع الكبير في حجم الأعمال والتطورات الكبيرة الحاصلة في المجالات المالية والإدارية وظهور الشركات المساهمة وحاجة الجمعية العمومية إلى معلومات لسلامة استثمار أموالها وصحة وعدالة الإفصاح عن البيانات والقوائم والحسابات الختامية المنشورة وقد تغيرت النظرة إلى مهنة التدقيق الداخلي من تدقيق أدوات الرقابة إلى تقييم المخاطر وقد أثر ذلك في مجال عملها فأصبح يشمل المنظمة ككل بدلاً من التركيز على العمليات المالية والمحاسبية وأصبح المدقق الداخلي مطالب بتحديد عوامل الخطر المحتملة على مستوى المنظمة ككل كما يهدف التدقيق بالدرجة الأولى إلى خدمة الإدارة في تحقيق أغراضها وأهدافها العامة، فعن طريق التدقيق تتم مراجعة جميع عمليات المالية والإدارية ومساعدة الإدارة العليا في تحقيق أهدافها، وان الهدف الرئيسي لأي وحدة تدقيق داخلي هو الإسهام في زيادة تعظيم قيمة المؤسسة، كما تمثل معايير التدقيق الداخلي الدولية الصادرة عن معهد IIA الإطار المنظم لعمل وممارسات وظيفته التدقيق الداخلي، وفي نفس الوقت تعتبر أساساً لتقييم فعاليتها، نظراً لما توفره هذه المعايير من إرشادات وتوجيهات لنشاط المدققين الداخليين، وتوضيح كيفية قيامهم بالوفاء بمسؤولياتهم المهنية، بما يضمن تحقيق وظيفة التدقيق الداخلي أهدافها.

وإذا كان للتدقيق الداخلي تلك الأهمية بالنسبة للشركات عموماً، فإن له أهميته الخاصة فيما يتعلق بالبنوك كون مستوى المركز المالي يمس سلبياً أو إيجاباً شريحة واسعة من فئات المجتمع من مستثمرين ودائنين ومودعين وعملاء، كما يؤثر على مالية الدولة بشكل عام كون أن البنك يمثل رافداً للتنمية باعتباره أحد أهم مصادر التمويل للمشاريع التنموية، وجاءت أهمية الدور الذي يلعبه التدقيق الداخلي في إضفاء الثقة على دور البنوك حيث إن استقلالية وكفاءة المدقق الداخلي والتزامه بتطبيق معايير التدقيق الداخلي المتعارف عليها سيؤدي بالنتيجة إلى استمرار ونجاح البنك في تحقيق أهدافه ومعها أهداف باقي شرائح المجتمع ومختلف الأطراف المتأثرة بمستوى متانة المركز المالي للبنك ونجاحه في أداء مهامه.

1. إشكالية الدراسة: تتعرض البنوك للعديد من أشكال المخاطر المرتبطة بأنشطتها وخدماتها، ومن أهم هاته المخاطر وأحدثها تلك المخاطر المرتبطة بضعف الأنظمة الإلكترونية وعمليات الاحتيال للبنك، وسوء التسيير الإداري وبناء الاستراتيجيات الخاصة بنشاط البنك، لذا فإن فهم المدقق لطبيعة هذه المخاطر وانعكاساتها على النواحي الإدارية والمالية بات أمراً ضرورياً لنجاح مهنة التدقيق في البنوك، انطلاقاً من هذا السياق تتبلور إشكالية هذه الدراسة في:

إلى أي مدى يمكن للتدقيق الداخلي الحد من المخاطر التشغيلية في البنوك التجارية الجزائرية؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية جملة من الأسئلة الفرعية تطرح نفسها والتي سنحاول الإجابة عليها من خلال الدراسة وهي:

- هل تساهم معايير الأداء المتعلقة بالتدقيق في الحد من المخاطر التشغيلية؟
- إن إمكانية تفعيل الرقابة الداخلية تساهم في الحد من المخاطر التشغيلية؟
- هل وجود التدقيق المالي في البنك يساهم في زيادة صحة ومصداقية البيانات المالية؟
- هل يساعد التدقيق التشغيلي في البنك على فحص جميع جوانب ووظائف التنظيم والحد من الأخطاء والقصور في

الرقابة الإدارية؟

2. فرضيات الدراسة: وللإجابة على إشكالية الدراسة قمنا بوضع الفرضيات التالية:
الفرضية الرئيسية: "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين دائرة التدقيق الداخلي والحد من المخاطر التشغيلية في البنوك التجارية الجزائرية".

ويتفرع من الفرضية الرئيسية الفرضيات التالية التي تعتبر كحلول محتملة وإجابات مبدئية مؤقتة وهي:
■ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين تطبيق معايير الأداء للتدقيق الداخلي والحد من المخاطر التشغيلية؛

■ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الرقابة الداخلية والحد من المخاطر التشغيلية؛

■ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين التدقيق المالي والحد من المخاطر التشغيلية؛

■ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha < 0.05$ بين التدقيق التشغيلي والحد من المخاطر

التشغيلية.

3. أهمية الدراسة: تتبع أهمية هذه الدراسة من الدور الحساس الذي تقوم به البنوك التجارية على مستوى الاقتصاد الوطني والمتمثل في تعبئة المدخرات وتوظيفها في أوجه الاستثمار المختلفة، و ما يترتب عند القيام بهذه الأعمال من مخاطر كثيرة ولعل أكبر ما يؤثر في أدائها ما تتعرض له من مخاطر التشغيلية نظرا لاعتمادها على التكنولوجيا وأنظمة الكمبيوتر للقيام ببعض أعمالها الأمر الذي يستدعي مراقبتها وتدقيقها من طرف قسم التدقيق الداخلي ومحاوله الحد من أثارها والمحافظة على سمعة وأداء البنك.

4. أهداف الدراسة: يمكن إيجاز الأهداف المرجوة تحقيقها بإذن الله من هذه الدراسة تتجسد في النقاط التالية:

■ التعرف على التدقيق الداخلي وأهميته في البنوك التجارية الجزائرية؛

■ إبراز أهمية تطبيق معايير التدقيق الداخلي الدولية في تحسين فعالية وظيفة التدقيق الداخلي؛

■ التعرف على المخاطر التشغيلية وأسبابها في البنوك التجارية؛

■ اكتشاف أساليب إدارة المخاطر التشغيلية وطرق احتساب رأس المال لمواجهةها؛

■ إبراز دور التدقيق الداخلي في الحد من المخاطر التشغيلية في البنوك التجارية الجزائرية.

5. هيكل الدراسة: تتكون هذه الدراسة من ثلاثة محاور رئيسية، حيث تناول المحور الأول الإطار النظري للتدقيق الداخلي

واشتمل هذا المحور على ماهية التدقيق الداخلي وأهمية وأهداف التدقيق الداخلي والمعايير الدولية المتعلقة بالتدقيق الداخلي.

أما المحور الثاني تحدث عن ماهية المخاطر التشغيلية وشمل على تعريف المخاطر التشغيلية وأنواعها وأهم أسبابها ومصادرها في

البنوك، أما المحور الأخير والمتضمن الدراسة الميدانية لعينة من البنوك التجارية الجزائرية حيث تم تقديم مكونات ومنهجية

الدراسة ثم تفرغ بيانات الاستبانة ومعالجتها إحصائياً واختبار فرضيات الدراسة، وفي الأخير النتائج والتوصيات.

المحور الأول: التأسيس النظري والمفاهيمي للتدقيق الداخلي

يعتبر التطور الذي حدث على وظيفة التدقيق الداخلي استجابة للتطورات التي حدثت في بيئة الأعمال بشكل عام،

حيث أن التدقيق الداخلي نشأ كوظيفة رقابية هامة داخل المؤسسات وبدا تركيزه على النواحي المالية والمحاسبية، لكن التطور الذي

حدث في بيئة الأعمال المصرفية أوجب على وظيفة التدقيق الداخلي إن تتطور لتشمل جوانب التدقيق التشغيلي وتقديم

الاستشارات الإدارية والفنية العالية، مما رفع أهمية ومساهمة هذه الوظيفة في تحسين الأداء الإداري والمالي من خلال دعم المؤسسات المصرفية، وتصميم وتطوير نظام فعال للرقابة الداخلية وجودة إدارة المخاطر داخل البنوك.

أولاً: ماهية التدقيق الداخلي.

كان التدقيق الداخلي في بداية الأمر يهدف إلى البحث عن الأخطاء الحسابية في الوثائق المحاسبية وإجراء الجرد للنقدية ومراجعة الكشوفات المالية، ولم يكن للمدقق حق الاطلاع الكامل على جميع الدفاتر والسجلات. وتطور هذا المفهوم للمدقق حتى نهاية عام 2001 حيث ظهر تعريف آخر يتوافق مع المفاهيم الحديثة التالية:

■ إدارة المخاطر؛

■ الإجراءات التحكومية، وهي مجموعة القواعد والأساليب المتبعة التي تحول دون الفساد أو حصول أي شخص على مكتسبات ليست من حقه؛

■ الدور الاستشاري للمدقق.

1. مفهوم التدقيق الداخلي: التعريف الجديد للتدقيق الداخلي الصادر عن جمعية المدققين الداخليين Institute of Internal Auditors (IIA) أصبح كما يلي : يعرف التدقيق على انه نشاط توكيدي واستشاري مستقل وموضوعي صمم لإثراء وتطوير عمليات الإدارة وذلك بمساعدتها لانجاز أهدافها بطريقة منهجية منظمة لتقييم وتطوير فعالية إدارة مخاطرها وضوابطها والإجراءات المؤسسية. وبهذا التعريف أصبحت عملية التدقيق تقسم إلى قسمين: (1)

أ. نشاط توكيدي: يقوم بتنفيذ عمليات المنشأة ويبدى رأيه للإدارة فيما يلي:

- مدى مصداقية وتكامل البيانات؛
- مدى الالتزام بالسياسات والخطط والإجراءات الموضوعية وحماية الأصول؛
- مدى الاستخدام الفعال للموارد المتاحة؛
- مدى تحقيق المنشأة لأهدافها.

ب. نشاط استشاري: ويقوم بتقديم استشارات وتكون بالصورة التالية:

- تكليف المدقق بطريقة رسمية ومكتوبة ومحددة الأهداف؛
- تكليف المدقق بطريقة غير رسمية من خلال المشاركة في اللجان أو فرق العمل أو الإجابة عن أية استفسارات؛
- تكليف المدقق بمهمة متخصصة مثل المشاركة في فرق الانجاز الاندماج أو التملك؛
- تكليف المدقق بالمشاركة في خطة عمل طارئة.

ومن هذين النشاطين أصبح هدف التدقيق لا يقتصر على الفحص والتحليل بهدف اكتشاف الأخطاء بل انتقل إلى الهدف الأشمل المتمثل بتطوير عمليات الإدارة ومساعدتها لأداء أعمالها بكفاءة وفعالية.

ثانياً: أهمية وأهداف التدقيق الداخلي.

1. أهمية التدقيق الداخلي: تكمن أهمية التدقيق الداخلي في كونه يمثل رقابة فعالة تساعد المؤسسة وملاكها على رفع جودة الأعمال وتقييم الأداء والمحافظة على ممتلكات وأصول المؤسسة إضافة انه يعتبر عين وأذن المدقق الخارجي واهم آليات التحكم المؤسسي لذلك فقد ظهرت وتطورت وزادت أهميته نتيجة لتضافر مجموعة من العوامل المتمثلة فيما يلي: (2)

■ تطور حجم المنشآت وانتشارها جغرافياً وعلى نطاق واسع مما أدى إلى تباعد المسافة بين الإدارة العليا وبين كافة العاملين؛

■ ظهور الشركات المساهمة وحاجة الجمعية العمومية إلى معلومات لسلامة استثمار أموالها وصحة وعدالة الإفصاح عن البيانات والقوائم والحسابات الختامية المنشورة؛

■ الاستقلال التنظيمي للإدارات ضمن الهيكل التنظيمي وتعدد المستويات الإدارية في المنشأة مما دفع بالإدارة إلى تفويض السلطات والمسؤوليات ومن ثم حاجة الإدارة للتأكد من سلامة استعمال السلطات وتحمل المسؤوليات المقابلة وفقاً للسياسات والنظم والإجراءات المعمول بها.

■ حاجة المجتمع إلى البيانات والمعلومات المثبتة في التقارير ولأجل التأكد من ذلك لا بد من سلامة نظام التدقيق الداخلي. "إن مسؤولية الإدارة عن حماية أموال المنشأة ضد السرقة أو الاستخدام غير المرغوب به إضافة إلى منع الأخطاء والغش وتقليل فرص ارتكابها تقع على الإدارة، ولكي تخلي الإدارة نفسها من هذه المسؤولية فإن عليها توفير نظاماً سليماً للرقابة والتدقيق الداخلي من شأنه التأمين على الأموال وحمايتها وكذلك إيجاد الوسائل اللازمة لاكتشاف أية أخطاء أو تلاعب في حال حدوثها وحتى لا تتراكم آثارها"

■ انتهاج أسلوب اللامركزية في الإدارة وقد لجأت الإدارة في المنشآت الكبيرة والمنتشرة جغرافياً إلى تفويض السلطات إلا أنه ما يزال يترتب على تلك الإدارات الالتزام بالسياسات والإجراءات وتحقيق الفعالية المطلوبة؛

■ اضطرار الإدارة إلى تفويض السلطات والمسؤوليات لبعض الإدارات الفرعية بالمؤسسة؛

■ حاجة إدارة المؤسسة إلى بيانات دورية ودقيقة لرسم السياسات والتخطيط وعمل القرارات؛

■ حاجة الجهات الحكومية وغيرها إلى بيانات دقيقة للتخطيط الاقتصادي والرقابة الحكومية؛

■ تزايدت أهمية مهنة التدقيق الداخلي في القرن الواحد والعشرين في ضوء الاهتمام بالفضائح المالية لمنظمات الأعمال الأمريكية والرغبة في الحفاظ على القيمة الاقتصادية لمنظمات الأعمال والحفاظ على حقوق المساهمين وأصحاب المصالح فيها، حيث أن وظيفة التدقيق الداخلي في بيئة الأعمال اليوم أصبحت وظيفة الدعم الرئيسية للإدارة ولجنة التدقيق، مجلس الإدارة والمدقق الخارجي وأصحاب المصالح إذا تم تصميمها وتنفيذها بشكل صحيح.

■ تغيرت النظرة إلى مهنة التدقيق الداخلي من تدقيق أدوات الرقابة إلى تقييم المخاطر وقد أثر ذلك في مجال عملها فأصبح يشمل المنظمة ككل بدلاً من التركيز على العمليات المالية والمحاسبية وأصبح المدقق الداخلي مطالب بتحديد عوامل الخطر المحتملة على مستوي المنظمة ككل. (3)

2. أهداف التدقيق الداخلي: يهدف التدقيق الداخلي بالدرجة الأولى إلى خدمة الإدارة في تحقيق أغراضها وأهدافها العامة، فعن طريق التدقيق تتم مراجعة جميع عمليات المالية والإدارية ومساعدة الإدارة العليا في تحقيق أهدافها، وإن الهدف الرئيسي لأي وحدة تدقيق داخلي هو الإسهام في زيادة تعظيم قيمة المؤسسة. ويمكن تقسيم أهداف التدقيق الداخلي إلى هدفين أساسيين: (4)

■ هدف الحماية: ويشمل هذا الهدف المحافظة على سلامة الأمور التالية: أصول الشركة بمختلف أنواعها والنظم والإجراءات المالية والمحاسبية، السياسات والخطط المعتمدة، السجلات والمستندات والملفات.

■ **هدف التطوير:** يتمثل هذا الهدف في وظيفة التدقيق الذي يعد وظيفة علاجية واسترشادية في تحديد وتحليل النتائج الايجابية والسلبية ووضع الحلول لها ورفع توصيات ومقترحات إلى الإدارة وتزويدها بالبيانات والمعلومات الخاصة بهذه النتائج التي تشمل جميع أوجه نشاط المؤسسة.

وهناك أهداف ثانوية أخرى تتمثل في: (5)

■ توفير حماية الأصول وسجلات الشركة من الضياع والسرقة والاختلاس والتزوير وسوء الاستخدام؛

■ توفير الدقة والثقة في البيانات المحاسبية التي تتضمنها دفاتر وسجلات وحسابات الشركة؛

■ تحفيز النهوض بالكفاءة الإدارية والتشغيلية للشركة بشكل عام؛

■ مراعاة التزام الموظفين بالسياسات والإجراءات المرسومة؛

■ تشجيع السير بالسياسات الإدارية وفق الطريق المرسوم لها.

ولقد حددت معايير الأداء المهني للتدقيق الداخلي الصادرة عن معهد المدققين الداخليين في الولايات المتحدة الأمريكية، هدف التدقيق الداخلي الرئيسي يتمثل في مساعدة جميع أعضاء المنظمة على تأدية مسؤولياتهم بفعالية، وذلك من خلال تزويدهم بالتحليلات والتوصيات والمعلومات التي تم الأنشطة التي يتم مراجعتها، هذا بالإضافة إلى ما يلي: (6)

■ زيادة قيمة المنظمة وتحسين عملياتها من خلال مشاركة الإدارة في تخطيط الاستراتيجيات و توفير المعلومات التي

تساعدتها في تنفيذ الاستراتيجيات؛

■ تقويم و تحسين فاعلية إدارة المخاطر؛

■ تقويم و تحسين فاعلية الرقابة؛

■ تقويم وتحسين فاعلية عمليات توجيه أنشطة المنظمة ومراقبتها.

ويمكن القول أن الهدف الرئيسي لإدارة المخاطر هو دعم الإدارة العامة لتمكين من تحديد المخاطر تحديدا صحيحا،

وبالتالي قياسها ومن ثم الحد منها ومراقبتها بشكل صحيح.

ثالثا: معايير التدقيق الداخلي

لقد عرف معهد المدققين الداخليين (IIA) المعايير بأنها: المقاييس والقواعد التي يتم الاعتماد عليها في تقييم وقياس عمليات قسم التدقيق الداخلي حيث تمثل المعايير نموذج ممارسة التدقيق الداخلي كما يجب أن تكون وفقا لما تم اعتماده من قبل معهد المدققين الداخليين (IIA). (7)

وضع معهد المدققين الداخليين الأمريكي معايير تنظم عمل المدقق الداخلي وتضمن الاستفادة من عمل التدقيق

الداخلي في خدمة المنشأة، وتعزيز ثقة المدقق الخارجي بتقرير المدقق الداخلي عن الأعمال التي يقوم بها. وقسم المعهد المعايير إلى

قسمين معايير عامة ومعايير الأداء. (8) وكل أنواع من المعايير يتكون من معايير تطبيق لحالات محددة حيث يرمز الحرف (A) إلى

خدمات التأكيد والحرف (C) إلى الخدمات الاستشارية.

الجدول رقم 01: معايير التدقيق الداخلي الدولية.

رقم العيار	معايير الصفات	رقم المعيار	معايير الأداء
1000	الأهداف والصلاحيات والمسؤوليات	2000	إدارة نشاط التدقيق الداخلي
1100	الاستقلالية الموضوعية	2100	طبيعة العمل
1200	والكفاءة وبذل العناية المهنية اللازمة	2200	التخطيط للمهام
1300	الرقابة النوعية وبرامج التطوير	2300	انجاز المهمة
		2400	توصيل النتائج
		2500	مراقبة مراحل الانجاز
		2600	قرار قبول الإدارة للمخاطرة

المصدر: احمد حلمي جمعة، المدخل إلى التدقيق الحديث، مرجع سبق ذكره، ص 96.

المحور الثاني: المخاطر التشغيلية

تعتبر المخاطر التشغيلية من أهم الابتكارات الجديدة لنسبة "ماك دنوث" فقبل اتفاقية بازل الثانية كانت البنوك تعمل بوجود المخاطر التشغيلية، لكن لم تكن مجبرة على وضع جزء من أموالها الخاصة لتغطية هذا النوع من المخاطر، وبالتالي تشكل المخاطر التشغيلية مصيرا ماليا كبيرا بالنسبة للبنوك، لذلك أقرت لجنة بازل بضرورة تغطية هذه المخاطر وليس الاعتماد فقط على تحسين الأداء على مستوى البنوك، وإنما أيضا تخصيص جزء من أموالها الخاصة لتغطيتها، كما جاءت مقررات لجنة بازل الثانية (بازل II) في العام 2001 والتي شكلت تطورا كبيرا في مجال الرقابة المصرفية وثقافة جديد في مجال إدارة المخاطر المصرفية حيث كان أحد أهم متطلباتها إضافة متطلبات رأسمالية لمواجهة المخاطر التشغيلية، كما توجهت لجنة بازل اهتمامها بهذا الجانب بإصدارها مبادئ الممارسات السليمة في إدارة وضبط المخاطر التشغيلية في العام 2003.

أولاً: تعريف المخاطر التشغيلية

هناك عدة تعريفات للمخاطر التشغيلية حيث تم تعريفها على أنها أية مخاطر غير مخاطر السوق ومخاطر الائتمان، وهذا التعريف لم يحدد أنواع المخاطر التشغيلية التي تواجهها البنوك حالياً ولم تزود البنوك بقواعد أساسية لقياس المخاطر وحساب متطلبات رأس المال. كما عرفت على أنها "الخسائر الناجمة عن عدم كفاية أو فشل العمليات الداخلية والأفراد والنظم أو عن حوادث خارجية".⁽⁹⁾ في حين هناك من عرفها بأنها "المخاطر المتولدة عن العمليات اليومية للبنوك، وتحدث نتيجة وجود ثغرات في نظام الرقابة أو نتيجة لأعطال في نظام التشغيل" وتشمل:⁽¹⁰⁾

1. تركيز إدارة البنك على زيادة النمو والربحية على حساب نوعية التسهيلات؛
 2. تركيز سياسة الائتمان على العموميات دون الدخول في التفصيلات التي تمكن المسؤولين والموظفين من الاسترشاد والتقييد بها.
- ولكن أفضل تعريف هو الصادر عن لجنة بازل للرقابة المصرفية ضمن اتفاق بازل II الذي عرفها على أنها "مخاطر تحمل خسائر تنتج عن عدم نجاعة أو فشل العمليات الداخلية، والعنصر البشري، والأنظمة والأحداث الخارجية ويشمل هذا التعريف المخاطر القانونية ولكنه يستثني المخاطر الإستراتيجية ومخاطر السمعة والمخاطر التنظيمية" (11)
- ولا يعتبر الاحتفاظ برأس المال لمواجهة الخسائر الناشئة عن المخاطر التشغيلية خياراً في إطار بازل الثانية بل هو جزء جوهري فيه، وبناء على هذا التعريف فإن الأخطار التشغيلية تقسم إلى العناصر التالية: (12)
1. الاحتيال الداخلي وهو تلك الأفعال من النوع الذي يهدف إلى الغش أو إساءة استعمال الممتلكات أو التحايل على القانون واللوائح التنظيمية، أو سياسة المصرف من قبل مسؤوليها أو العاملين فيها؛
 2. لاحتيايل الخارجي وهو أفعال يقوم بها طرف ثالث من النوع الذي يهدف إلى الغش أو إساءة استعمال الممتلكات أو التحايل على القانون؛
 3. ممارسة العمل وأمان موقع العمل وهي الأعمال التي لا تتسق مع طبيعة الوظيفة واشتراطات قوانين الصحة والسلامة أو أية اتفاقيات أو أعمال ينتج عنها تعويضات عن إصابات شخصية؛
 4. الممارسات المتعلقة بالزبائن والمنتجات والأعمال والإخفاق غير المتعمد أو الناتج عن الإهمال في الوفاء بالتزامات المهنية تجاه زبائن محددين أو الإخفاق الناتج عن طبيعة تصميم المنتج؛
 5. الأضرار واندثار الموجودات المادية وهي الخسائر أو الأضرار التي تلحق بالموجودات المادية، جراء الكوارث الطبيعية أو أية حوادث أخرى؛
 6. توقف العمل والخلل في الأنظمة بما في ذلك أنظمة الكمبيوتر؛
 7. التنفيذ وإدارة المعلومات وهي الإخفاق في تنفيذ المعاملات أو إدارة العمليات مع الأطراف التجارية والبايعين.

ثانياً: أسباب ومصادر المخاطر التشغيلية في البنوك

- نظراً لعمولة الخدمات المالية فإن الأنشطة المصرفية تتجه نحو المزيد من التنوع والتعقيد مما أدى إلى زيادة درجة وأنواع المخاطر التي تواجه البنوك، (13) ونتيجة للتطور المصرفي والأزمات التي حدثت في الآونة الأخيرة أكدت بروز مخاطر ذات أهمية إلى جانب مخاطر الائتمان ومخاطر السوق، ومن أهم هذه المخاطر: (14)
1. ظهور العديد من البنوك التي توفر خدمات على أساس واسع ومتنوع جدا يوجب الحاجة إلى الصيانة المتواصلة لأنظمة الدعم والضبط الداخلي.
 2. خطر الأفراد وهو الخطر المتولد عن عدم تلبية المتطلبات المنتظرة من الموارد البشرية، ويشمل الاحتيال الخطأ والعجز، فالصنقات تتضمن قرارات تتخذ من طرف الأفراد وعلاقات تبرم معهم، لذلك احتمال الخطأ والغش وعدم احترام أخلاقيات وأدبيات المهنة وارد ويجب التحوط منه.
 3. خطر العمليات والإجراءات وهو الخطر الناتج عن عدم فعالية العمليات وقصور الإجراءات الرقابية. (15)

4. المخاطر الناجمة عن أخطاء المعالجة اليدوية للبيانات وما يترتب عليها من مخاطر أعطال أنظمة الكمبيوتر والتي تعود بشكل أساسي إلى ضعف مقدرة البنك في التحكم في التقنيات الآلية المتطورة المستخدمة في العمل المصرفي خاصة في ظل تزايد الاعتماد على الأنظمة الآلية والتقدم التكنولوجي في تنفيذ العمليات المصرفية.

5. مخاطر عمليات الاحتيال الداخلي مثل، تعمد ذكر بيانات غير صحيحة في التقارير المالية، السرقة من قبل الموظفين، التعاملات غير السليمة باستخدام حسابات الموظفين.

6. مخاطر عمليات الاحتيال الخارجية واختراق وقرصنة أنظمة الكمبيوتر في ظل تنامي التجارة الإلكترونية

7. الفشل الغير المتعمد أو الإهمال الغير مقصود بالنسبة لمقابلة التزام مهني خاص بعملاء محددين أم بسبب طبيعة أو تصميم منتج معين، ومن أمثلة ذلك: (16)

■ إفشاء معلومات سرية خاصة بالعملاء؛

■ القيام بإجراءات معاملات غير سليمة على حسابات البنوك؛

■ القيام بعمليات غسل الأموال؛

■ تقديم خدمات أو منتجات مصرفية غير قانونية.

8. المخاطر الناجمة عن عمليات الاندماج بين المؤسسات المصرفية الكبرى واحتمالية إعادة النظر فيها الأمر الذي يشكل اختباراً لقدرة الأنظمة الجديدة على الاستمرار.

9. الاستخدام المتزايد للخدمات المساندة المقدمة من قبل أطراف خارجية (Outsourcing) والمشاركة في أنظمة المقاصة والتسويات يفرض على البنوك ضرورة المحافظة على نظم عالية الجودة للرقابة الداخلية وأنظمة الحفظ الاحتياطي (Back-up Systems).

10. في إطار اعتماد البنوك على الوسائل المختلفة لتخفيف حدة التعرض لمخاطر الائتمان والسوق من خلال الضمانات والمشتقات المالية أو الإسناد الخارجي أو التوريق (تحويل الموجودات إلى سندات (Securitization) فإن البنوك قد تواجه مخاطر جديدة ناتجة عن استخدام هذه الوسائل.

11. إلحاق الضرر بالأصول الثابتة بسبب كوارث طبيعية أو غيرها من الأحداث مثل الإرهاب والهزات الأرضية والحرائق والفيضانات وغيرها.

مما تقدم يتضح بشكل جلي أن المخاطر التشغيلية عبارة عن نتائج للممارسات المصرفية أحياناً وعن ضعف في أنظمة الرقابة والضبط الداخلي أو فشل في الأنظمة الآلية أحياناً أخرى. (17)

ثالثاً: أنواع المخاطر التشغيلية

ويمكن أن نوجز فيما يلي أنواع المخاطر التشغيلية وتفسير لكل نوع منها حسبما أوردتها ورقة الممارسات السليمة (2003) والمعده من قبل لجنة بازل:

1. عمليات الاحتيال الداخلي: من قبل موظفين (كالاختلاس المالي، والتعمد في إعداد تقارير خاطئة عن أوضاع البنك، التجارة الداخلية لحسابات الموظفين الخاصة، إساءة استخدام بيانات العملاء السرية، التواطؤ في السرقة، السطو المسلح، الابتزاز، الرشاوى، والتهرب الضريبي المتعمد) وعمليات التداول دون تحويل وإنجاز حركات غير مصرح بها، والمعالجات الخاطئة، والغرامات والعقوبات بسبب أخطاء الموظفين، ممارسات العمل والأمان الوظيفي.

2. الاحتيال الخارجي: الخسائر الناشئة عن أعمال طرف ثالث، بما يشمل الاحتيال الخارجي وأي أضرار تصيب الممتلكات والأصول، وخسائر نتيجة تغيير في القوانين بما يؤثر على قدرة المصرف في مواصلة العمل وتشمل: الاحتيال الخارجي (كالسرقة والسطو المسلح، تزيف العملات والتزوير والقرصنة التي تؤدي إلى تدمير الحواسيب، سرقة البيانات، الاحتيال عبر بطاقات الائتمان، الاحتيال عبر شبكات الكمبيوتر والإرهاب والابتزاز).⁽¹⁸⁾

3. ممارسات العمل والأمان في مكان العمل: وهي الخسائر التي يتسبب بها الموظفون أو تتعلق بالموظفين (بقصد أو بدون قصد)، كما تشمل الأفعال التي يكون الهدف منها الغش أو إساءة استعمال الممتلكات أو التحايل على القانون واللوائح التنظيمية أو سياسة الشركة من قبل المسؤولين أو الموظفين، وكذلك الخسائر الناشئة عن العلاقة مع العملاء، المساهمين، الجهات الرقابية وأي طرف ثالث.⁽¹⁹⁾

4. الممارسات المتعلقة بالزبائن والمنتجات والأعمال: والإخفاق غير المتعمد أو الناتج عن الإهمال في الوفاء بالالتزامات المهنية تجله زبائن مجددين أو الإخفاق الناتج عن طبيعة تصميم المنتج.

5. الأضرار واندثار الموجودات المادية: وهي الخسائر أو الأضرار التي تلحق بالموجودات المادية جراء الكوارث الطبيعية أو أية حوادث أخرى.⁽²⁰⁾

6. الأنظمة الآلية والاتصالات: الخسائر الناشئة عن تعطل العمل أو فشل الأنظمة بسبب البنية التحتية، تكنولوجيا المعلومات، أو عدم توفر الأنظمة، وأي عطل أو خلل في الأنظمة، وتشمل: انهيار أنظمة الكمبيوتر، الأعطال في أنظمة الاتصالات، أخطاء البرمجة، فيروسات الحاسوب.

7. تنفيذ وإدارة العمليات: هي الخسائر الناتجة عن المعالجة الخاطئة للعمليات وحسابات العملاء وعمليات المصرف اليومية، والضعف في أنظمة الرقابة والتدقيق الداخلي، والإخفاق في تنفيذ المعاملات وإدارة العمليات، ومثال ذلك: الأخطاء في إدخال البيانات، الدخول إلى البيانات لغير المصرح لهم بذلك، الخلافات التجارية، خسائر بسبب الإهمال أو إتلاف أصول العملاء.

المحور الثالث: دراسة ميدانية لعينة من البنوك التجارية الجزائرية

نظرا لأهمية التدقيق الداخلي في البنوك الجزائرية، وبغرض تدعيم الدراسة النظرية وإضفاء جانب تطبيقي على الموضوع قمنا بإعداد استمارة استبيان تعكس رؤى المختصين في مجال التدقيق الداخلي في الجزائر والتي تم تضمينها بستة أبعاد أساسية تخص التدقيق الداخلي من معايير الأداء، الرقابة الداخلية، التدقيق المالي، التدقيق التشغيلي المخاطر التشغيلية، ومحاولة إسقاطهما على الواقع الرقابي في الجزائر، باعتبار أن التدقيق الداخلي يعد أداة لتبصير إدارة المؤسسة المالية عن مدى الاتساق في تنفيذ برامجها وأهدافها وفقا للصلاحيات المخولة، فان الفئة المعنية بهذه التغيرات هي فئة المهنيين المدققين والمراقبين والمحاسبين، الأمر الذي استوجب اعتماد منهج المسح عن طريق استمارة الاستبيان بغية عدم إغفال آراء الفئات السابقة، من خلال تخصيص جزء لا بأس به من الاستمارات الموزعة إلى القائمين على المحاسبة في البنوك التجارية الجزائرية ومراقبين.

أولا: مكونات ومنهجية الدراسة

نستعرض من خلال هذا الجزء عناصر الدراسة التي اختيرت بناء على ملاءمتها مع الموضوع، ممثلة في مجتمع الدراسة، والجزء محل الدراسة والمتمثل في العينة.

1. منهجية الدراسة: من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والذي يعرف بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد في البحث حيث تتناول أحداث وظواهر وممارسات موجودة متاحة للدراسة والقياس كما هي دون تدخل في مجرياتها والتفاعل معها، بغرض التعرف على مدى تأثير دور التدقيق الداخلي في الحد من المخاطر التشغيلية في البنوك التجارية الجزائرية، وذلك بالاعتماد على نوعين أساسيين من البيانات.

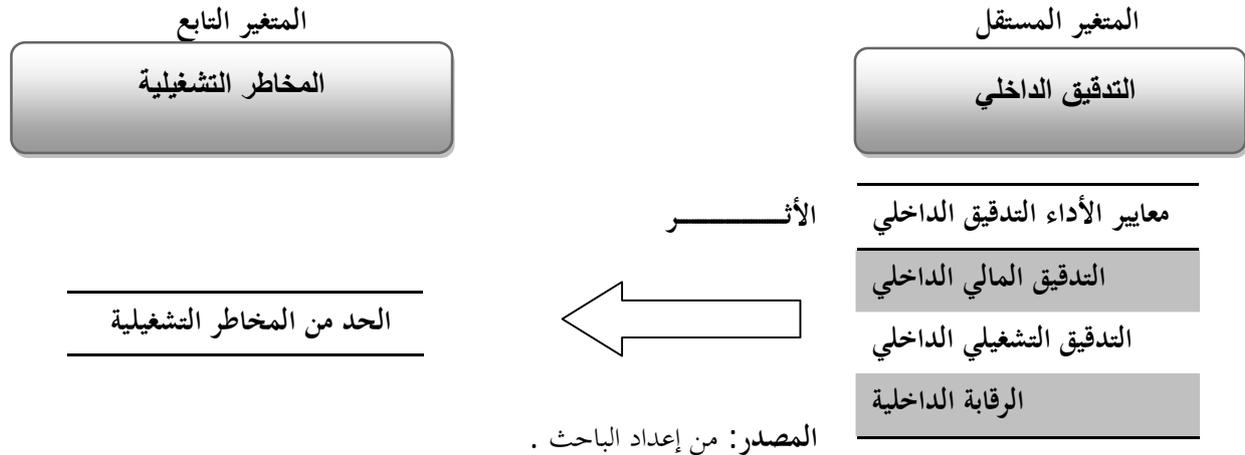
2. أنواع البيانات.

أ. البيانات الأولية: تم إعداد استبانة الدراسة توزيعها على مجتمع الدراسة، لغرض تجميع المعلومات اللازمة حول موضوع البحث ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج الإحصاء SPSS واستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة، ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة.

ب. البيانات الثانوية: وتتم من خلال مراجعة الكتب والدوريات واستخدام الانترنت والأبحاث والدراسات السابقة التي تساهم في إثراء هذه الدراسة.

3. نموذج الدراسة: نوضح نموذج الدراسة من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 01: أ نموذج الدراسة.



1. مجتمع الدراسة وعينة الدراسة: عند اختيارنا لمجتمع الدراسة اتجهنا إلى البنوك التجارية الجزائرية المتمثلة في المديرية العامة للبنوك وليس الفروع، أما بالنسبة لعينة الدراسة ووضعنا كشرط أساسي المؤهل العلمي والعملية فكان الحيازة لشهادة علمية في المحاسبة، في البنوك، ومدققين الحسابات، كان الغرض من شمول مجتمع الدراسة للمهنيين، وبالتالي وجوب الفهم النظري لها قبيل الوصول إلى الاقتناع بها وتفعيلها في البنوك، ولقد تجاوزت معنا 6 بنوك وبذلك يضم مجتمع الدراسة عدد 36 مفردة موزعين على البنوك التدقيق، مالية وبنوك، وربما الشهادة ذات العلاقة بالتخصص، فكان مجتمع الدراسة متمثل في القائمين على المحاسبة داخل البنوك والمراقبين تم تحديد حجم العينة بشكل مسبق نظرا لعدم لتجاوب العديد من البنوك بغرض الوصول إلى نسبة مقبولة تعكس إلى مستوى معين رؤى مجتمع الدراسة واعتمد الباحثان في توصيل استمارات الاستبيان إلى عينة الدراسة بالتسليم المباشر، وقد بلغ حجم عينة الدراسة 32 مفردة، وتم توزيع الاستبانة على جميع أفراد العينة واسترداد منها 30 استبانة، ويوضح الجدول التالي عينة الدراسة.

الجدول رقم 02: عينة الدراسة.

الرقم	اسم البنك	عدد أفراد المجتمع	العينة	الاستبيانات المستردة
01	البنك الجزائري الخارجي	08	06	06
02	بنك الفلاحة والتنمية الريفية	08	08	08
03	بنك التنمية المحلية	05	04	04
04	بنك الجزائري الوطني	07	06	05
05	بنك الخليج الجزائر	06	05	04
06	قرض الشعبي الوطني	04	03	03
	المجموع	38	32	30

المصدر: من إعداد الباحث .

ثانيا: تفرغ بيانات الاستبيان معالجتها إحصائيا.

1. أداة الدراسة: تم إعداد الاستبانة على النحو التالي:

- إعداد استبانة أولية من أجل استخدامها في جمع البيانات والمعلومات؛
 - عرض الاستبانة على المشرف من أجل اختبار مدى ملاءمتها لجمع البيانات؛
 - عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين والذين قاموا بدورهم بتقديم النصح والإرشاد وتعديل وحذف ما يلزم؛
 - إجراء دراسة اختباريه ميدانية أولية للاستبانة وتعديل حسب ما يناسب؛
 - توزيع الاستبانة على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة؛
- ولقد تم تقسيم الاستبانة إلى مجموعتين: المجموع الأولى تتكون من البيانات الشخصية لعينة الدراسة وتتكون من 5 فقرات؛ والمجموعة الثانية تتناول أثر التدقيق الداخلي في البنوك كآلية للحد من المخاطر التشغيلية تم تقسيمها إلى 5 أبعاد، سنوجزها في الجدول الآتي:

الجدول رقم 03: جدول تقسيم الأبعاد.

الأبعاد	المحتوى	عدد الفقرات
البعد الثاني	أثر معايير الأداء للتدقيق الداخلي ودورها في المخاطر التشغيلية.	08
البعد الثالث	أثر تفعيل الرقابة الداخلية لتحديد المخاطر التشغيلية.	06
البعد الرابع	أثر التدقيق المالي الداخلي في الحد من المخاطر التشغيلية.	07
البعد الخامس	أثر التدقيق التشغيلي الداخلي في الحد من المخاطر التشغيلية.	06
البعد السادس	المحظر التشغيلية.	07

المصدر: من إعداد الباحث .

2. صدق وثبات الاستبيان: تم تقنين فقرات الاستبانة وذلك للتأكد من صدق وثبات فقراتها كالتالي:

- صدق فقرات الاستبيان. تم التأكد من صدق فقرات الاستبيان عن طريق التحكيم وكذا الاتساق الداخلي والبنائي.

■ ثبات فقرات الاستبانة: تم التحقق من الثبات بطريقة معامل الثبات (Cronbach Alpha)، إذ قام الباحث

بإجراء اختبار مدى الاتساق الداخلي لفقرات المقياس، حيث تم تقييم تماسك المقياس بحساب معامل الثبات (Cronbach Alpha) لأنه يعتمد على اتساق أداء الفرد من فقرة لأخرى، وهو يشير إلى قوة الارتباط والتماسك بين فقرات المقياس، إضافة لذلك فإنه يزداد بتقدير جيد للثبات وللتحقق من ثبات أداة الدراسة بهذه الطريقة طبقت معادلة (Cronbach Alpha) على درجات أفراد الثبات وعلى الرغم من عدم وجود قواعد قياسية بخصوص القيم المناسبة (Alpha) لكن من الناحية التطبيقية يعد معامل الثبات لدراسة ككل 0.808، أي 80% وهي نسبة ممتازة. وفيما يلي معامل الثبات لكل بعد.

الجدول رقم 04: معاملات الثبات (بطريقة ألفا كرونباخ).

الرقم	المحتوى	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
الأول	اثر معايير الأداء للتدقيق الداخلي ودورها في المخاطر التشغيلية.	8	0.633
الثاني	أثر تفعيل الرقابة الداخلية لتحديد المخاطر التشغيلية	6	0.644
الثالث	اثر التدقيق المالي في الحد من المخاطر التشغيلية	7	0.696
الرابع	اثر التدقيق التشغيلي في الحد من المخاطر التشغيلية	6	0.636
الخامس	المخاطر التشغيلية	7	0.714
	الاستبانة ككل	34	0.808

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يظهر من الجدول 04 أن معامل الثبات لمجال المخاطر التشغيلية بلغ 0.714 كما أن معاملات الثبات لمجال "دور التدقيق الداخلي" تراوحت بين 0.633 و 0.696 حيث كان أعلاها لبعده "اثر التدقيق المالي" بينما كان أدناها لبعده "معايير الأداء" وعموما هي قيم مقبولة لأغراض الدراسة.

ثالثا: اختبار الفرضيات وتحليلها.

أولا: الفرضية الأولى.

H0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند المستوى المعنوي 0.05 بين معايير الأداء والمخاطر التشغيلية. لاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل الارتباط بيرسون واختبار تحليل الانحدار البسيط للتحقق من وجود أثر لمعايير الأداء في الحد من المخاطر التشغيلية في البنوك التجارية الجزائرية. نتائج اختبار أثر معايير الأداء للتدقيق الداخلي في الحد من المخاطر التشغيلية نوضحها في الجدول الآتي:

الجدول رقم 05: نتائج اختبار أثر معايير الأداء

البيان	اختبار T	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	F المحسوبة	مستوى المعنوي
أثر معايير الأداء في الحد من المخاطر التشغيلية.	3.058	0.496	0.246	4.517	0.000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يوضح الجدول 05 أثر معايير الأداء في الحد من المخاطر التشغيلية حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمعايير الأداء في الحد من المخاطر التشغيلية، إذ بلغ معامل الارتباط $R=0.496$ ومعامل تحديد R^2 بلغ 0.246 أي أن ما قيمته 24.6% من المخاطر التشغيلية تحدها معايير الأداء، كما بلغت قيمة F المحسوبة 4.517 وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وبما أن قيمة المستوى المعنوي (Sig) أقل من قيمة ($\alpha = 0.05$) نرفض فرضية العدم وتقبل الفرضية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوي 0.000 لمعايير الأداء في الحد من المخاطر التشغيلية.

ثانياً: الفرضية الثانية.

H_0 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند المستوى الدلالة $\alpha \geq 0.05$ بين الرقابة الداخلية وأثرها في الحد من المخاطر التشغيلية.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل الارتباط بيرسون واختبار تحليل الانحدار البسيط للتحقق من وجود الرقابة الداخلية وأثرها في الحد من المخاطر التشغيلية في البنوك التجارية الجزائرية. وكانت نتائج اختبار الرقابة الداخلية وأثرها في الحد من المخاطر التشغيلية في الجدول الآتي:

الجدول رقم 06: نتائج اختبار الرقابة الداخلية.

مستوى المعنوي	F المحسوبة	معامل التحديد R^2	معامل الارتباط R	اختبار T	البيان
0.000	7.354	0.544	0.737	5.879	أثر الرقابة الداخلية في الحد من المخاطر التشغيلية.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يوضح الجدول رقم 06 أثر الرقابة الداخلية في الحد من المخاطر التشغيلية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرقابة الداخلية في الحد من المخاطر التشغيلية، إذ بلغ معامل الارتباط $R=0.737$ عند مستوى $\alpha=0.000$ ومعامل تحديد R^2 بلغ 0.544 أي أن ما قيمته 54.4% من المخاطر التشغيلية تحدها الرقابة الداخلية، كما بلغت قيمة F المحسوبة 7.354 وهي دالة إحصائياً عند مستوى ($\alpha=0.000$)، وبما أن قيمة المستوى المعنوي أقل من قيمة ($\alpha = 0.05$) نرفض فرضية العدم وتقبل الفرضية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوي $\alpha=0.000$ للرقابة الداخلية في الحد من المخاطر التشغيلية في البنوك التجارية الجزائرية.

ثالثاً: الفرضية الثالثة.

H_0 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \geq 0.05$ بين التدقيق المالي الداخلي والمخاطر التشغيلية.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل الارتباط بيرسون واختبار تحليل الانحدار البسيط للتحقق من وجود التدقيق المالي يؤدي إلى الحد من المخاطر التشغيلية في البنوك التجارية الجزائرية. وكانت نتائج اختبار أثر التدقيق المالي في الحد من المخاطر التشغيلية كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول رقم 07: نتائج اختبار أثر التدقيق المالي الداخلي.

بيان	اختبار T	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	F المحسوبة	مستوى المعنوي
أثر التدقيق المالي في الحد من المخاطر التشغيلية.	2.907	0.474	0.224	3.752	0.005

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.

يوضح الجدول رقم 07 أثر التدقيق المالي في الحد من المخاطر التشغيلية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين التدقيق المالي والمخاطر التشغيلية، إذ بلغ معامل الارتباط $R = 0.474$ عند مستوى $\alpha \geq 0.005$ ومعامل تحديد R^2 بلغ 0.224 أي أن ما قيمته 22.4% من المخاطر التشغيلية يحددها التدقيق المالي، كما بلغت قيمة F المحسوبة 3.752 وهي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.005$ وبما أن قيمة المستوى المعنوي (Sig) أقل من قيمة $(\alpha = 0.05)$ نرفض فرضية العدم وتقبل الفرضية البديلة القائلة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند المستوى المعنوي 0.005 بين التدقيق المالي الداخلي و الحد من المخاطر التشغيلية في البنوك التجارية الجزائرية. رابعا: الفرضية الرابعة.

H0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \geq 0.05$ بين التدقيق التشغيلي والمخاطر التشغيلية. لاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل الارتباط بيرسون واختبار تحليل الانحدار البسيط للتحقق من وجود أثر التدقيق التشغيلي في الحد من المخاطر التشغيلية، وكانت نتائج اختبار أثر تفعيل عمليات الرقابة الداخلية كما هو موضح في الجدول الموالي:.

الجدول رقم 08: نتائج اختبار أثر التدقيق التشغيلي.

بيان	اختبار T	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	F المحسوبة	مستوى المعنوي
أثر تفعيل الطرق المستخدمة لتحديد وتجميع وتسجيل وتقرير عمليات	2.663	0.500	0.250	9.318	0.005

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يوضح الجدول رقم 08 أثر التدقيق التشغيلي في الحد من المخاطر التشغيلية حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتدقيق التشغيلي في الحد من المخاطر التشغيلية. إذ بلغ معامل الارتباط $R = 0.500$ عند مستوى $\alpha = 0.005$ ومعامل تحديد R^2 بلغ 0.250 أي أن ما قيمته 25% من المخاطر التشغيلية يحددها التدقيق التشغيلي، كما بلغت قيمة F المحسوبة 9.318 وهي دالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.005)$ ، وبما أن قيمة المستوى المعنوي (Sig) أقل من مستوى الدلالة $(\alpha = 0.05)$ نرفض فرضية العدم وتقبل الفرضية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوي $\alpha = 0.005$ للتدقيق التشغيلي في الحد من المخاطر التشغيلية في البنوك التجارية الجزائرية.

وبناء على نتائج التحليل الإحصائي لمتغيرات الدراسة، يمكن الحد المخاطر التشغيلية بدلالة المتغيرات المستقلة والمتمثلة في

أبعاد التدقيق الداخلي كما يلي:

$$Y = \alpha + (\beta_1 \cdot x_1) + (\beta_2 \cdot x_2) + (\beta_3 \cdot x_3) + (\beta_4 \cdot x_4) + e_i$$

$$y = 0.792 + (0.473 \cdot \text{AudiT inT erne Maiiralada}) + (0.716 \cdot \text{conT rôle InT erne}) + (0.174 \cdot \text{audiT financière}) + (0.357 \cdot \text{audiT opéraT ionnel}) + e_i$$

α : ثابت معادلة الانحدار

β : معامل الانحدار

e_i : متغير عشوائي أو العوامل الأخرى

- X1 (معايير الأداء): (AudiT inT erna Maiiralada)؛
- X2 (الرقابة الداخلية): (conT rôle InT erna)؛
- X3 (التدقيق المالي الداخلي): (audiT financière)؛
- X4 (التدقيق التشغيلي الداخلي): (audiT opéraT ionnel)؛

وهذا ما يدل على عدم صحة الفرضية الرئيسية القائلة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين دائرة التدقيق الداخلي والحد من المخاطر التشغيلية في البنوك التجارية الجزائرية". وعليه فيمكن أن نقول أن للتدقيق الداخلي دور مهم جداً في الحد من المخاطر التشغيلية في البنوك التجارية الجزائرية.

الخاتمة

يعتبر التدقيق الداخلي نشاطاً مستقلاً وموضوعياً صمم لإضافة قيمة وتحسين أداء البنوك ومساعدته في تحقيق الأهداف من خلال توفير أساليب رقابية تقيم وتحسن فعالية عمليات إدارة المخاطر كما أن دوره تغير من التركيز على الجوانب المالية ليشمل الجوانب الإدارية، حيث أنه يساهم بشكل كبير في الحد من المخاطر المتولدة عن عدم نجاعة أو فشل العمليات الداخلية، والعنصر البشري، والأنظمة والأحداث الخارجية أو ما يعرف بالمخاطر التشغيلية، عن طريق مراقبته لمختلف العمليات وإعداد الخطط حسب درجة المخاطر التي تواجه البنك، والنهوض بالكفاءة الإدارية والتشغيلية للشركة بشكل عام ومراعاة التزام الموظفين بالسياسات والإجراءات المرسومة.

1. نتائج الدراسة:

- إن مفهوم التدقيق الداخلي تخطى حماية النقديتات والموجودات واكتشاف الأخطاء وضمان الدقة المحاسبية ليشمل جميع النواحي الإدارية والفنية التي تساهم في تحقيق أهداف البنوك؛
- تتمثل معايير التدقيق الداخلي الدولية الإطار المنظم لعمل وممارسات وظيفية التدقيق الداخلي ومقياس لتقييم كفاءته؛
- يتم الاسترشاد بالمعايير عند إعداد المواد التدريبية للمهنيين الجدد؛
- إن فعالية التدقيق تساهم في المحافظة على سمعة البنك عن طريق اكتشاف أية تلاعبات أو اختلاسات داخل البنك؛
- إن المخاطر التشغيلية هي أهم المخاطر التي لا يمكن تجاهلها في البنوك والتي تتعرض لها؛ نظراً لتشعب أعمالها واعتمادها على التقنيات الحديثة والالكترونية في تقديم خدماتها وتطور نظم المعلومات الالكترونية لديها؛
- من المبادئ والممارسات السليمة لإدارة المخاطر التشغيلية هي ضمان خضوع هيكل إدارة المخاطر التشغيلية للتدقيق الداخلي؛

بينت الدراسة أن للتدقيق التشغيلي له اثر اكبر في الحد من المخاطر التشغيلية من التدقيق المالي كون هذا الأخير يقتصر على الدور التقليدي للتدقيق الداخلي في التأكد من صحة البيانات المحاسبية واكتشاف الأخطاء، بينما التدقيق التشغيلي عبارة الفحص الشامل للمؤسسة لتقييم أنظمتها المختلفة وراقبتها الإدارية وأدائها التشغيلي، ويهدف إلى تقييم جودة الرقابة الداخلية

والتحقق من الكفاءة والفعالية والاقتصادية في الأنشطة ومساعدة الإدارة على حل المشاكل بتقديم توصيات مجدية من اجل سلوك نهج عمل واقعية؛

■ كان هناك تأييد كبير من طرف الفئات المستهدفة للدراسة أن تطبيق معايير الأداء للتدقيق الداخلي يساهم في الحد من المخاطر التشغيلية؛

■ كان هناك تأييد كبير من طرف الفئات المستهدفة للدراسة أن تطبيق الرقابة الداخلية يساهم في الحد من المخاطر التشغيلية؛

■ كان هناك تأييد كبير من طرف الفئات المستهدفة للدراسة أن تطبيق التدقيق المالي يساهم في الحد من المخاطر التشغيلية؛

■ كان هناك تأييد كبير من طرف الفئات المستهدفة للدراسة أن تطبيق التدقيق التشغيلي يساهم في الحد من المخاطر التشغيلية.

2. توصيات الدراسة:

■ ضرورة اهتمام الجهات الإدارية في البنوك التجارية الجزائرية بالتدقيق الداخلي مما يساعد على تطوير هذه الوظيفة وتوفير الإمكانيات اللازمة لتدعيم مكانتها داخل البنك؛

■ التأكد من أن يكون الهدف من التدقيق هو اكتشاف الأخطاء وتقليص حجم الإخطار وتقديم استشارات للإدارة لتصحيح

الانحرافات في الخطط الموضوعية؛

■ لضمان استقلالية قسم التدقيق الداخلي لا بد من أن تكون تبعيته في الهيكل التنظيمي للبنك إلى مجلس الإدارة أو لجنة

التدقيق التي تعتبر قناة اتصال بين قسم التدقيق الداخلي ومجلس الإدارة؛

■ متابعة التطورات الفنية التي تطرأ على معايير التدقيق الدولية ومدى علاقتها بإدارة المخاطر؛

■ يجب الالتزام بتطبيق معايير التدقيق الداخلي الدولية في البنوك التجارية الجزائرية ما يعزز كفاءة وفعالية هذه الوظيفة وتقييم

موظفو قسم التدقيق بشكل علمي؛

■ وضع الإجراءات الرقابية اللازمة للسيطرة على الآثار السلبية للمخاطر التشغيلية في البنوك التجارية الجزائرية؛

■ ضرورة تنظيم البنوك التجارية الجزائرية دورات تدريبية للمدققين الداخليين في أساليب إدارة المخاطر المصرفية وكيفية مواجهتها

وتقييمها؛

■ ضرورة اهتمام التشريعات بمهنة التدقيق الداخلي من ناحية استقلالية أقسام التدقيق ومؤهلات العاملين بها.

المراجع والهوامش:

1. عطاء الله احمد سويلم الحسبان، الرقابة الداخلية والتدقيق في بيئة تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2009، ص57.
2. خلف عبد الله الوردات، التدقيق الداخلي بين النظرية والتطبيق وفقا لمعايير التدقيق الداخلي الدولية، لطبعة الأولى، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص63.
3. جمعة احمد حلمي، إدراك الإدارة العليا لتطور المعرفة في مهنة التدقيق الداخلي وتأثيره على دور المدقق الداخلي، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الثالث، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة الأردن، بعنوان إدارة المعرفة في العالم العربي، 2004، ص7.
4. رضا خلاصي، مرام المراجعة الداخلية للمؤسسة، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص46.
5. خلف عبد الله الوردات، مرجع سبق ذكره، ص64.
6. إيهاب ديب مصطفى رضوان، أثر التدقيق الداخلي على إدارة المخاطر في ضوء معايير التدقيق الدولية -دراسة حالة البنوك الفلسطينية في قطاع غزة، مذكرة ماجستير في المحاسبة التمويل (غير منشورة)، جامعة غزة فلسطين، 2012، ص12
7. يوسف سعيد يوسف المدلل، دور وظيفة التدقيق الداخلي في ضبط الأداء المالي والإداري (دراسة تطبيقية على شركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية)، مذكرة ماجستير في المحاسبة التمويل (غير منشورة)، فلسطين، 2007، ص58.
8. جمعة احمد حلمي، المدخل إلى التدقيق الحديث، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص96
9. خليل الشماع، مقررات بازل والتشريعات المصرفية، المخاطر التشغيلية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المجلد15، العدد الأول، الأردن 2007، ص4.
10. حياة نجار، مرجع سبق ذكره، ص58.
11. نصر عبد الكريم، مرجع سبق ذكره، ص14.
12. الياس خضير الحمدوني، عمار شهاب احمد، تقدير الأخطار التشغيلية باستخدام منهج القياس الداخلي، تطبيق على عينة من المصارف السعودية، ورقة بحثية مقدمة لمحلة تنمية الرافدين، العدد111، العراق، 2011، ص54.
13. صالح رجب حماد، اثر إدارة المخاطر التشغيلية على البيئة الرقابية والتدقيق الداخلي، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي السنوي السابع حول: إدارة المخاطر واقتصاد المعرفة، جامعة اليرموك، الأردن، 2007، ص9.
14. جاسم المناعي، إدارة المخاطر التشغيلية وكيفية احتساب المتطلبات الرأسمالية لها، ورقة بحثية مقدمة للجنة العربية المصرفية، صندوق النقد العربي، الإمارات العربية المتحدة، 2004، ص7.
15. حياة نجار، مرجع سبق ذكره، ص199.
16. إيهاب ديب مصطفى رضوان، مرجع سبق ذكره، ص35.
17. جاسم المناعي، مرجع سبق ذكره، ص9.
18. المرجع نفسه، ص8.
19. نصر عبد الكريم، مرجع سبق ذكره، ص15.
20. الياس خضير الحمدوني، مرجع سبق ذكره، ص53.

دراسة العوامل المؤثرة على استخدام المؤسسات لأساليب التحوط ضد تغيرات أسعار الصرف

- دراسة استطلاعية لعينة من المؤسسات الجزائرية -

محمد بشير لبيق

أستاذ التعليم العالي بكلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
جامعة سيدي بلعباس

رضوان عامري

أستاذ مُساعد بكلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
المركز الجامعي بغيليزان

فتيحة بلجيلالي

أستاذة مُحاضرة بكلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
جامعة تيارت



ملخص:

يهدف هذا البحث إلى دراسة مدى استخدام المؤسسات الجزائرية لأساليب التحوط ضد تقلبات أسعار الصرف، حيث تم الاعتماد على استبانة موزعة على 33 شركة جزائرية، بالإضافة إلى دراسة تأثير خصائص المؤسسات على تبني أساليب التحوط. و قد توصلت الدراسة إلى أن المؤسسات الجزائرية تتبع أساليب التحوط ضد تقلبات أسعار صرف العملات الأجنبية بنسبة قدرت بـ 59.2 %، حيث تحتل البنوك الصدارة في ذلك، إضافة إلى أن المؤسسات الكبيرة هي الأكثر انتهاجا لمثل هذه الطرق. الكلمات المفتاحية: سعر الصرف، مخاطر سعر الصرف، أساليب التحوط.

Résumé :

Le but de cet article est d'étudier l'utilisation des méthodes de couverture par les entreprises algériennes contre les fluctuations des taux de change, en s'appuyant sur un questionnaire distribué à 33 entreprises algériennes, ainsi d'étudier l'effet des caractéristiques des entreprises à adopter les méthodes de couverture.

L'étude a conclu que les entreprises algériennes suivent les méthodes de couverture contre les fluctuations des taux de change à 59.2%, où les banques restent les premières, de plus les grandes entreprises sont les plus poursuit à de telles méthodes.

Mots-clés: Taux de change, risque de taux de change, méthodes de couverture

مقدمة

تعتبر التغيرات غير المتوقعة لأسعار الصرف من أكبر العقبات التي تواجهها المؤسسات بمختلف أنواعها، خاصة إذا ما تعلق الأمر بالمؤسسات المتعاملة مع نظيراتها الأجنبية، الأمر الذي يجعلها تتكبد خسائر جسيمة، بالإضافة وقوف مثل هذه المشكلات حاجزا أمام تحقيق الأهداف المسطرة على المستويين البعيد و القريب على حد سواء. الأمر الذي دفع بالمؤسسات إلى إيجاد طرق و وسائل تساعد على التقليل من المخاطر المحتملة من تقلبات أسعار الصرف، عن طريق التضحية بأرباح محتملة الوقوع في المستقبل و هذا ما يعرف بالتحوط ضد تقلبات أسعار الصرف (HEDGING).

أولاً: مشكلة الدراسة

استُمدت مشكلة الدراسة من خلال الاطلاع على دراسات سابقة في مجال سعر الصرف و بناء على ذلك يمكن طرح تساؤل الدراسة كما يلي:

ما مدى استخدام المؤسسات لأساليب التحوط ضد تغيرات أسعار الصرف؟ و ما هي العوامل المؤثرة في ذلك؟ و ينبثق عن الإشكال الرئيسي جملة من التساؤلات الفرعية نذكر منها:

- ما المقصود بمخاطر سعر الصرف؟
- ما المقصود بالتحوط؟ و ما هي أساليبه؟
- هل تؤثر خصائص المؤسسة على تبني طرق و أساليب التحوط؟

ثانياً: أهمية الدراسة

تتأني أهمية هذه الدراسة من خلال الأهمية الكبيرة التي يحظى بها موضوع سعر الصرف، بالإضافة إلى أنها لا تزال حقلًا خصبا للدراسة و محل نقاش بين الدارسين و الباحثين فيها.

- يعتبر أي تغيير سواء كان ايجابيا أو سلبيا في أسعار الصرف ذو تأثير كبير على دخل المؤسسات (ربح / خسارة)؛
- تلعب العملات الأجنبية دورا كبيرا في تحديد أرباح المؤسسات الاقتصادية؛
- يمكن للتحوط أن يحمي مختلف المؤسسات من مخاطر أسعار الصرف، و بالتالي ضمان بقائها و استمراريتها.

ثالثاً: أهداف الدراسة

يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

- كشف الغطاء عن أساليب التحوط و مدى استجابة المؤسسات لمثل هذه الطرق؛
- دراسة تأثير خصائص المؤسسات على انتهاجها لأساليب التحوط من مخاطر سعر الصرف.

رابعاً: فرضيات الدراسة

استنادا إلى مشكلة الدراسة تمت صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية 01:

- هناك العديد من أساليب التحوط المستخدمة ضد تغيرات أسعار الصرف، و التي تختلف من حيث مبدئها.

الفرضية الرئيسية 02:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خصائص المؤسسة و اتباع أساليب التحوط.

خامسا: مجتمع وعينة الدراسة

بناءً على مشكلة الدراسة و أهدافها فإن المجتمع المستهدف يتكون من مجموعة من المؤسسات الجزائرية و البالغ عددها 33 و المتعاملة بالعملة الأجنبية، عن طريق توزيع استبانة صممت خصيصا لذلك.

سادسا: منهج الدراسة

بناءً على طبيعة الدراسة، فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، كونه الأنسب لتحليل المشكلة قيد الدراسة.

سابعاً: حدود الدراسة

الحدود الزمنية: تحددت الدراسة زمنيا بفترة سنة 2013.

الحدود المكانية: تمت الدراسة على مستوى مجموعة من المؤسسات الجزائرية.

المحور الأول: الإطار النظري

1- سعر الصرف

وردت العديد من التعاريف لمفهوم سعر الصرف، نذكر منها:

نظام سعر الصرف هو الإطار القانوني أين يتشكل سعر الصرف في ظلّه و تتحقق عملياته، هذا القانون يعمل على نمذجة تذبذبات أسعار الصرف و تأطير تصحيحها على قيمتها النظرية.¹

ويقصد بنظام سعر الصرف مجموعة القواعد والمعروفة باسم قواعد اللعبة **Rules of the game** التي تحدد دور كل من السلطات و المتعاملين الآخرين في سوق الصرف الأجنبي.²

- يعرف سعر الصرف على أنه النسبة التي يحصل على أساسها مبادلة النقد الأجنبي بالنقد الوطني، أو هو ما يدفع من وحدات النقد الوطني للحصول على وحدة أو عدد معين من وحدات النقد الأجنبي.³

- هو الأداة الرئيسية ذات التأثير المباشر على العلاقة بين الأسعار المحلية و الأسعار الخارجية، و كثيرا ما يكون الأداة الأكثر فاعلية عندما يقتضي الأمر تشجيع الصادرات و توفير الواردات.⁴

- هو عدد الوحدات النقدية التي تبدل بها وحدة من العملة المحلية إلى أخرى أجنبية، و هو بهذا يجسد أداة الربط بين الاقتصاد المحلي و باقي الاقتصاديات.⁵

و عليه يمثل سعر الصرف عدد الوحدات من عملة معينة و الواجب دفعها للحصول على وحدة واحدة من عملة أخرى، و في الواقع يوجد طريقتان لتسعير العملات:

أ- **التسعير المباشر:** و هو عدد الوحدات من العملة الأجنبية التي يجب دفعها للحصول على وحدة واحدة من العملة الوطنية، و حاليا يوجد القليل من الدول التي تستخدم هذه الطريقة.

ب- **التسعير غير المباشر:** و هو عدد الوحدات من العملة الوطنية الواجب دفعها للحصول على وحدة واحدة من العملة الأجنبية، و معظم الدول تستخدم هذه الطريقة بما فيها الجزائر.⁶

أنواع أسعار الصرف:

يوجد نوعين لسعر الصرف وهما :

أ- سعر الصرف العاجل أو الحاضر : حيث تتم المعاملات طبقاً للسعر الحالي، إذن فسعر الصرف الحاضر يخص التعامل بالصرف الأجنبي بمبادلة العملات أو تسليمها فوراً وبالسعر السائد وكأقصى تقدير يومين من تاريخ الاتفاق على العملية، ويتميز هذا النوع من سعر الصرف بالتغير المستمر وهذا طبقاً لعرض العملات والطلب عليها.

ب- سعر الصرف الآجل : حيث تتم المعاملات طبقاً لسعر آجل أو لاحق، إذن فسعر الصرف الآجل يخص التعامل عندما يتم مبادلة العملات أو تسليمها بعد فترة من تاريخ إبرام العقد، وبالتالي فإن بيع وشراء العملات الأجنبية يتم وفقاً لسعر آجل* .

2- أسباب تقلبات سعر الصرف

يتأثر سعر صرف العملة في أي دولة بمجموعة من العوامل أهمها الآتي⁷:

أ- توقعات الفئات المتعاملة في سوق العملات سواء داخل الدولة أو خارجها وتتأثر توقعات تلك الفئات بمخزون العملات في حوزة الدولة وسعر الفائدة ونسبة التضخم.

ب- حركة التجارة من دولة إلى أخرى على كمية العرض والطلب على العملة الخاصة بتلك الدولة، فإذا زادت واردات دولة عن صادراتها اضطرت تلك الدولة إلى رفع فروق تلك الزيادة بعملتها المحلية مما يؤدي إلى زيادة العرض من عملتها المحلية عن الطلب عليها في السوق العالمية وبالتالي ينخفض سعرها. والعكس يحدث بالنسبة للدول التي تزيد صادراتها عن واردتها، ومن أمثلة الدول من النوع الأول معظم الدول النامية، أما الدول التي من النوع الثاني فهي غالبية الدول المتقدمة.

ج- يؤثر التضخم أيضاً على قيمة عملة الدولة، فإذا زاد معدل التضخم في دولة ما عن معدل التضخم في دولة أخرى أدى ذلك إلى انخفاض سعر صرف عملة الدولة الأولى بالنسبة لعملة الدولة الثانية، والعكس يحدث عندما تقل نسبة التضخم في دولة ما عن نسبة التضخم في دولة أخرى.

د- المضاربة التي يمكن أن تؤثر على تقلبات سعر الصرف وكذا الأداء الاقتصادي المؤسساتي، فالمضارب يتحمل خطراً بأمل الحصول على أرباح بين فروق الأسعار الحالية والآجلة⁸.

هـ- يؤدي الاتجار بالعملة وهو ما يعرف باسم *Arbitrage* (شراء وبيع العملة في الوقت نفسه لتحقيق ربح نتيجة لعدم تحقق التوازن في سعر صرف تلك العملة في سوقين مختلفين) إلى رفع أو خفض سعر صرف عملة بالنسبة لعملة أخرى مما ينتج عنه تحقيق التوازن بين أسعار العملات في الأسواق المختلفة.

3- أساليب مواجهة مخاطر سعر الصرف

قبل الخوض في الحديث عن أساليب مواجهة خطر سعر الصرف، يتوجب علينا الوقوف عند التعاريف التي وردت حول هذا النوع من المخاطر، والتي يمكن أن نجملها فيما يلي:

- خطر سعر الصرف بالنسبة لمؤسسة ذات نشاطات دولية (استيراد، تصدير، عمليات مالية) يعرف كخطر مرتبط بأي معاملة حساسة لتقلبات أسعار صرف عملات الفوترة مقابل العملة الوطنية⁹ وخطر الخسارة المحتملة هو الأكثر أهمية بالنسبة للآجال الفاصلة بين إعداد الطلبية و التسوية النهائية لها.

- مخاطر سعر الصرف أو مخاطر تغيرات أسعار الصرف مرتبطة أساساً بعمليات الاستيراد أو التصدير المقيمة بالعملة الصعبة، وكذلك مرتبطة بعمليات الاقتراض بالعملة الأجنبية وهي مخاطر تواجه المؤسسة دولية النشاط¹⁰ وأن المؤسسة تكون عرضة لتقلبات أسعار الصرف عندما تكون ثروتها مهددة بهذا الخطر، الذي يمس أساساً المؤسسات ذات العلاقات التجارية والمالية مع الخارج.

و عليه فإن خطر الصرف يدور حول الضرر الذي يلحق بالنتائج المالية للمؤسسات ذات العلاقات الاقتصادية مع الخارج من جراء التقلبات في أسعار صرف عملات التقويم و الدفع لنشاطات تلك المؤسسات، و هو لا ينشأ مباشرة عند إتمام أو إبرام العملية التجارية أو المالية المقومة بالعملة الأجنبية الذي يعتبر حينها خطر محقق، بل ينشأ قبل ذلك كما هو الحال عند التفاوض بشأن تصدير أو استيراد سلعة معينة أو التفاوض بشأن إبرام عقد قرض بالعملة الأجنبية و هو ما يسمى بخطر سعر الصرف المحتمل أو المتوقع.¹¹

هناك العديد من الاساليب المتبعة لمواجهة تقلبات أسعار الصرف نذكر منها:

- التعامل بالعملة المحلية و الابتعاد عن التعامل بالعملات الأجنبية؛
- تقليل الاحتفاظ بالعملات المتوقعة انخفاض قيمتها؛
- التعامل بالعملات المنخفضة في أسواق مالية غير الأسواق المالية للبلد الأم؛
- توظيف أموال المؤسسات التي تعاني من انخفاض سعر الصرف في المجال العقاري و سوق الأوراق المالية؛
- تعديل شروط منح القروض في حال توقع تقلبات في أسعار الصرف؛
- العمل على تسديد الديون و تحصيل المستحقات وفق تغيرات أسعار الصرف؛
- في حالة توقع حدوث انخفاض عملة ما، يتم بيعها و شراء عملة أقوى؛
- اللجوء إلى الإقراض المحلي في حال انخفاض سعر صرف العملة المحلية؛
- تعديل مستويات المخزون حسب توقعات أسعار الصرف؛
- استخدام عملات مستقرة نسبيا في حال الاستيراد و التصدير؛
- شراء الأسهم من الشركات القابضة في حال انخفاض سعر الصرف؛
- السعي للاقتراض قبل انخفاض العملة.

المحور الثاني: الإطار العملي

من أجل اختبار مدى استخدام المؤسسات الجزائرية لأساليب التحوط ضد مخاطر سعر الصرف، و دراسة بعض العوامل المتعلقة بهذا القرار، تم تصميم استبانة وُزعت على 33 مؤسسة.

1- خصائص المؤسسات محل الدراسة:

من أجل إعطاء دقة أكبر لعينة الدراسة كان لا بد لنا من تحديد خصائص المؤسسات و ذلك حتى تساعدنا و تحليل نتائج الدراسة كون معرفة الخصائص يعطي نظرة أكثر دقة و شمولية و قد تلخصت خصائص المؤسسات محل الدراسة في العناصر التالية:

الجدول رقم 01: خصائص المؤسسات محل الدراسة

النسبة	العدد	الفئة	الخصائص
39.40 %	13	- بنك	نوع المؤسسة
27.27 %	9	- صناعية	
33.33 %	11	- تجارية	
57.58 %	19	- أقل من 5 مليار دينار	رأس المال
42.42 %	14	- أكثر من 5 مليار دينار	
75.76 %	25	- جزائرية	طبيعة المؤسسة
24.24 %	8	- مختلطة	

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات المؤسسات محل الدراسة

دراسة درجة الارتباط بين خصائص المؤسسات محل الدراسة:

يلخص الجدول أدناه درجة الارتباط بين خصائص المؤسسات:

الجدول رقم 02: معامل الارتباط بين خصائص المؤسسات محل الدراسة

طبيعة المؤسسة	رأس المال	نوع المؤسسة	
0,674	0,760	1	نوع المؤسسة
0,986	1	0,760	رأس المال
1	0,986	0,674	طبيعة المؤسسة

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

من خلال الجدول رقم 02 يلاحظ وجود ارتباط قوي إيجابي بين خصائص المؤسسات، كما أظهرت النتائج أن هناك ارتباطا قويا بين البنوك و رأس المال، و بين البنوك المختلطة و أس المال.

2- تحليل نتائج الدراسة

2-1- ثبات أداة الدراسة

للتأكد من ثبات أداة الدراسة تم حساب معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا) للاستبانة ككل، ولكل مجال من مجالاتها و قد دلت النتائج على أن قيمة معامل (كرونباخ ألفا) للاستبانة ككل كانت مرتفعة ومقبولة ودالة إحصائيا (0.903)، وكذلك في جميع مجالات الاستبانة، وذلك بالمقارنة مع النسبة المعيارية المقدرة بـ (0.60)، وبذلك تكون الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات وقابلة للتوزيع وصالحة لغايات التحليل الإحصائي واختبار فرضيات الدراسة.

2-2- تحليل و مناقشة فرضيات الدراسة

- نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى: هناك العديد من أساليب التحوط المستخدمة ضد تقلبات أسعار الصرف، و التي تختلف من حيث مبدئها.

الجدول رقم 03: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

الترتيب	المتوسط الحسابي	العبارات	الفقرة
6	2.82	تقليل الاحتفاظ بالعملات المتوقع انخفاض قيمتها	01
5	2.92	السعي للاقتراض قبل انخفاض العملة	02
9	1.92	استخدام العملة المحلية في حال توقع حدوث انخفاض سعر الصرف	03
1	4.35	تسديد الديون في حال انخفاض العملة	04
8	2.16	التعامل بالعملات المنخفضة في أسواق مالية غير الأسواق المالية البلد الأم	05
7	2.61	توظيف أموال المؤسسات التي تعاني من انخفاض سعر الصرف في المجال العقاري و سوق الأوراق المالية	06
3	3.77	شراء الأسهم من الشركات القابضة في حال انخفاض سعر الصرف	07
4	3.44	البيع و بأسعار مرتفعة لفروع المؤسسات التي تعاني من انخفاض عملتها	08
10	1.86	محاولة الاستيراد و التصدير بعملة مستقرة	09
2	3.82	في حالة توقع حدوث انخفاض عملة ما، يتم بيعها و شراء عملة أقوى	10

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

- نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خصائص المؤسسة و اتباع أساليب التحوط.

الجدول رقم 04: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

الفقرة	العبارات	تحليل التباين
01	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المؤسسة و اتباع أساليب التحوط	17.89
02	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس مال المؤسسة و اتباع أساليب التحوط	11.21
03	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المؤسسة و اتباع أساليب التحوط	6.73

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة التباين ANOVA لخصائص المؤسسات تختلف عن مستوى المعنوية و المقدر بـ 5 %، و عليه يتم رفض الفرضيات العدمية الثلاث، و بالتالي فإنه توجد علاقة بين خصائص المؤسسات و تبني أساليب التحوط.

الجدول رقم 05: اختبار المتوسطات لخصائص المؤسسات

الخصائص	الفئة	المتوسط الحسابي	الترتيب
نوع المؤسسة	- بنك	3.82	الأول
	- صناعية	2.01	الثالث
	- تجارية	2.81	الثاني
رأس المال	- أقل من 5 مليار دينار	2.79	الثاني
	- أكثر من 5 مليار دينار	3.71	الأول
طبيعة المؤسسة	- جزائرية	1.92	الثاني
	- مختلطة	2.64	الأول

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يعرض الجدول أعلاه اختبار المتوسطات لخصائص المؤسسات محل الدراسة، و الذي يوضح أن للخصائص أثرا كبيرا على اتباع المؤسسات لأساليب التحوط، فيظهر أن البنوك هي أكثر المؤسسات انتهاجا لأساليب التحوط، تليها المؤسسات التجارية، و من ثم الصناعية، كما أن الشركات ذات الأصول الكبيرة تتبع و بصورة أكبر طرق التحوط أكثر من غيرها من المؤسسات ذات الأصول الأقل، في حين تبقى المؤسسات المختلطة أفضل من الجزائرية في اتباع أساليب التحوط. و هو ما يجعلنا نتساءل عن جدوى مصلحة المالية في المؤسسات الوطنية خصوصا دائرة تسيير المخاطر و تسييرها.

3- النتائج و التوصيات

خلصت الدراسة إلى بعض النتائج والتي من خلالها سيتم تقديم توصيات يمكن أن تزيد من اتباع المؤسسات الجزائرية لأساليب التحوط ضد تغيرات أسعار الصرف نذكر منها:

- ضرورة تبني أساليب التحوط ضد تغيرات أسعار الصرف، و تأهيل إطارات خاصة بها؛ و خصوصا في ظل اعتماد الدولة على الاستثمار الاجنبي المباشر و مبدأ الشراكة الذي يقتضي دائما تحليل القوائم المالية و كذا مبدأ تقسيم الأرباح أو توزيع تحميل الأعباء و التكاليف .

- لا حظنا من خلال طرحنا الأسئلة على بعض المحاسبين في المؤسسات المدروسة جهلهم لمعايير المحاسبة الجديدة و لذا كتوصيات نوصي بأن تقام دورات تكوينية في هذا المجال.
- من بين النتائج التي توصلنا إليها أيضا هي أن المؤسسات الجزائرية ليس لديها أي فكرة عن كيفية و طرق إدارة سعر الصرف و لا تعطيه أي قيمة ، أي أن المؤسسات المدروسة ليس لديها أي سياسة أو استراتيجية في هذا المجال و حسب رأينا نحن كباحثين نعتقد أن السبب راجع إلى غياب سوق مالي فعلي و حقيقي و أيضا لأن الدولة هي التي تتحكم في هذا السوق و بالتالي فهي الفاعل الوحيد لذلك فإن أغلب المؤسسات تجهل أو تتجاهل إدارة مخاطر سعر الصرف.
- إدارة مخاطر الصرف تعتبر عملية ذات درجة كبيرة من التعقيد بالارتباط و التطورات المتجددة باستمرار بشأن التقنيات المستعملة للوقاية من مخاطر العملة، مما يتطلب مراجعة قواعد العمل بصفة دورية و منتظمة من قبل المكلفين بتأديتها؛ خصوصا و أن تقلبات الصرف تقريبا يومية و هو ما يتطلب من المؤسسات إعداد دراسات استشرافية لتقلبات الصرف تحد من تأثير هذه التقلبات على الأداء الاقتصادي للمؤسسة.
- إقامة مصلحة خاصة في كل مؤسسة تُعنى بإدارة المخاطر عموما، و مخاطر سعر الصرف بشكل خاص؛ و هذه المصلحة ومن خلال الدراسات التي تقوم بها يمكنها أن تساهم في اتخاذ القرارات من جهة كما يمكنها أن تكون هيئة استشارية في حالة إقدام المؤسسة على اتخاذ قرارات أو الشروع في انجاز استثمارات مستقبلية.
- تخصيص اعتمادات مالية لتكوين الكفاءات البشرية لتمكينها من مواكبة التطورات الحاصلة في مجال إدارة مخاطر سعر الصرف من خلال استخدام التقنيات المنبثقة عنها بفعالية.

المراجع و الهوامش:

¹ Michel Jura, « Technique Financière Internationale », 2^{ème} Edition Dunod, 2003, p 117.

² سامي عفيفي حاتم، "التجارة الخارجية بين التنظير و التنظيم"، الجزء الثاني ، الدار المصرية اللبنانية، 1994 ، ص 181.

³ شمعون شمعون، "البورصة (بورصة الجزائر)"، دار الأطلس للنشر و التوزيع، الجزائر، 1994.

⁴ محمود حميدات، "مدخل للتحليل النقدي"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1966.

⁵ عبد المجيد قدي، "المدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2003 - 2004.

⁶ الطاهر لطرش، "تقنيات البنوك"، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة السادسة، الجزائر، 2007 .

* بمعنى أن التسليم يكون مؤجلاً إلى حين دخول التاريخ المتفق عليه.

⁷ bu.edu.eg/olc/images/8th-15%20(4).pdf

⁸ Bernard Guillochon , Annie Kaweck , « Economie internationale » , 4^{ème} Edition Dunod, Paris , 2003, p 275.

⁹ Xatier B; Didier M; Dahlia T, « Le marché des changes et la zone franche », EDICEF, France, 1989.

¹⁰ Bernard Mardis, Oliver L S, « Risque de change et gestion de la trésorerie internationale », Ed Dunod, Paris, 1981.

¹¹ عبد الحق بوعتروس، "تقنيات إدارة مخاطر سعر الصرف"، مؤتمر "إدارة المخاطر و اقتصاد المعرفة"، جامعة الزيتونة، الأردن.

الملحق: قائمة المؤسسات المشمولة بالدراسة (عيّنة الدراسة):

- بنك الجزائر الخارجي .
- البنك الوطني الجزائري.
- القرض الشعبي الجزائري.
- بنك الفلاحة و التنمية الريفية.
- بنك التنمية المحلية .
- الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط.
- بنك البركة الجزائري.
- سي تي بنك/ فرع بنك.
- بنك المؤسسة العربية المصرفية-الجزائر.
- تروست بنك-الجزائر.
- هاوسينغ بنك الجزائر.
- بنك الخليج-الجزائر.
- ناتيكسيس-الجزائر.

- Groupe Riadh El Feth GREF Algérie
- Leader Aluminium Algérie
- Tubex Algérie
- BCR
- CEVITAL
- ROUIBA
- IFRI
- AIR ALGERIE
- ALGERIE TELECOM
- SONATRACH
- DJEZZY
- المؤسسة الوطنية للصناعات الإلكترونية - ENIE
- Eniem Algeria
- Groupe Industriel SIDER
- Groupe SAIDAL
- ENAP Algérie
- Mouzaia Plastique Algérie
- Algérienne des Fonderies de Tiaret ALFET
- CONDOR
- TAPIDOR

تمهيد:

إن التطورات المتسارعة على صعيد تحرر الخدمات المالية تجعل نشاطات المصارف أكثر تنوعاً وتعقيداً وتعرضاً لكم هائل من المخاطر، مما يميزها عن غيرها من القطاعات الاقتصادية الأخرى، ولمقابلة هذا التطور والمخاطر المرتبطة به أصبح من الضروري مراقبة مستوى المخاطر التي تحيط بالعمل المصرفي ووضع الإجراءات الرقابية اللازمة للحد من الآثار السلبية لهذه المخاطر وإدارتها بشكل سليم وفعال، لذا جاءت إتفاقية بازل إدراكاً لهذه الحقيقة بوضع قضية إدارة المخاطر في صلب أحكامها، حيث وضعت أنظمة رقابية متعلقة بمدى كفاية رأس المال، كما عملت على صياغة إطار جديد يقود إلى تقوية النظام المصرفي الدولي، ويؤدي إلى دعم استقراره وتحقيق العدالة والإنصاف من خلال مواجهة هذه المخاطر، ويهدف هذا الإطار المقترح بموجب إتفاقية بازل3 إلى زيادة متطلبات رأس المال وإلى تعزيز جودته في القطاع المصرفي حتى يتسنى له تحمل الخسائر خلال فترات التقلبات الاقتصادية الدورية والأزمات المالية، ومن هذا المنطلق تأتي هذه الإتفاقية كمدخل علمي لتحديد معالم إطار جديد لقياس كفاية رأس المال يتلاءم مع الطبيعة الوظيفية للمصارف الإسلامية والمخاطر التي تتعرض لها ضمن المنظومة المصرفية.

وعلى ضوء ما سبق يمكن طرح الاشكال التالي: ما مدى إمكانية إيجاد معيار جديد لحساب كفاية رأس المال في

المصارف الإسلامية وفق بازل3؟

من أجل الإجابة على هذا التساؤل تم تقسيم البحث إلى محورين أساسيين هما:

المحور الأول: مقررات إتفاقية بازل3 والمحاور التي جاءت بها.

المحور الثاني: المعيار المستنبط من إتفاقية بازل3 لحساب كفاية رأس المال .

أهمية الدراسة:

تتضح أهمية هذه الدراسة في كون أن إتفاقية بازل3 لقياس كفاية رأس المال (الملاءة) المصرفية جاءت بما يتلاءم وطبيعة العمل المصرفي التقليدي لا الإسلامي، لذلك فإن هذه الدراسة تأتي في محاولة جادة لتحليل أبعاد هذه المشكلة للوصول إلى تطوير أو إيجاد نموذج لاحتساب نسبة كفاية رأس المال في المصارف الإسلامية يتلاءم مع خصائصها الوظيفية.

1. مقررات إتفاقية بازل3 والمحاور التي جاءت بها.

قامت لجنة بازل للرقابة المصرفية مؤخراً بتحديث توجيهاتها للوائح التنظيمية المصرفية استجابة للأزمة المالية العالمية، ويترجم اتفاق بازل3 معايير جديدة لرأس المال والمديونية والسيولة لتعزيز صلابة الأنظمة المالية والرقابة وإدارة المخاطر في القطاع المصرفي، حيث ستجبر القوانين الجديدة المصارف على الاحتفاظ باحتياطيات أكبر وجودة أعلى لرؤوس أموالها مما هو مفروض عليها اليوم في ظل القواعد الحالية.

1.1. مفهوم مقررات إتفاقية بازل3:

1.1.1. التعريف بمقررات إتفاقية بازل3:

هي عبارة عن مجموعة شاملة من التدابير والجوانب الاصلاحية المصرفية التي طورتها لجنة بازل للرقابة على المصارف لتعزيز الاشراف وإدارة المخاطر في القطاع المصرفي وتهدف هذه التدابير إلى:¹

- تحسين قدرة القطاع المصرفي على استيعاب الصدمات والأزمات الناتجة عن ضغوط مالية واقتصادية أيا كان مصدرها.
- تحسين ادارة المخاطر وحوكمة المصارف.
- تعزيز الشفافية والافصاح في المصارف على مستوى العالم.

2.1.1. أهمية مقررات إتفاقية بازل3:2² تتمثل أهمية هذه المقررات في إلزام المصارف بأسس وقواعد العمل المصرفي من خلال إعطاء القدر الأكبر من الأهمية لمعدلات السيولة خاصة في ظل عدم قدرة بازل2 على تحسين النظام المصرفي العالمي من تداعيات الأزمة المالية العالمية سنة 2008.

وتتطلب المعايير الجديدة أن تحتفظ المصارف برأس المال الأساسي من المستوى الأول والذي يتكون من رأس المال المدفوع والاحتياطات بنسبة 4.5% من إجمالي الأصول والالتزامات العرضية المرجحة بأوزان مخاطر بالمقارنة مع 2% حسب مقررات بازل2 إضافة إلى ذلك ستلتزم المصارف بالإحتفاظ بنوع من الحماية الإضافية لرأس المال الإجمالي من المستوى الأول عند 6% بالمقارنة مع 4% حسب بازل2، وسنوضح ماجاءت به هذه الإتفاقية بشيء من التفصيل في العناصر الآتية.

2.1. التعديلات التي جاءت بها إتفاقية بازل3:

1.2.1. رأس المال:

أولاً تعديل مكونات رأس المال التنظيمي: ويمكن إجمال هذه التعديلات فيما يلي:3

ركز المعيار الجديد على تعزيز وتحسين نوعية وكمية رأس المال كما ركز على إعادة تعريفه واتصافه بالجودة ، وسمي هذا الجزء من رأس المال برأس المال الأساسي للأسهم العادية.

ويتكون رأس المال التنظيمي وفق هذه الاتفاقية من :

● الشريحة الأولى: رأس المال الأساسي وحده الأدنى 6% من الموجودات المرجحة بالمخاطر، وتتكون الشريحة مما يلي:

■ رأس المال الأساسي للأسهم العادية (عالي الجودة) ، وحده الأدنى 4.5% من الموجودات المرجحة بالمخاطر.

■ رأس المال الأساسي الإضافي.

● الشريحة الثانية: رأس المال المساند ويتكون من مستويين (المستوى الأول و المستوى الثاني).

- رأس المال الأساسي للأسهم العادية (عالي الجودة) = (قيمة الأسهم العادية + علاوة (خصم) الإصدار + الأرباح المحتجزة بما فيها أرباح (خسائر) الفترة مطروحا منها التوزيعات + الإحتياطات المعلنة + الأرباح (الخسائر) من خلال الدخل الشامل + حقوق غير المسيطرين).

- يتم رفع نسبة رأس المال الأساسي للأسهم العادية (عالي الجودة) إلى الموجودات المرجحة بالمخاطر تدريجيا، من 2% إلى 3.5% في العام 2013 ، وإلى 4% في العام 2014، وعلى أن لا تقل عن 4.5% في العام 2015، وهذا ما هدفت إليه لجنة بازل في معيارها الجديد لتعزيز وتحسين نوعية وكمية وجود رأس المال الأساسي للأسهم العادية خلال فترة زمنية انتقالية.

رأس المال الأساسي الإضافي = أدوات مصدرة من المصرف وتستوفي معايير الإدراج تحت رأس المال الأساسي الإضافي + علاوة الإصدار (الخصم) عن إصدار أدوات رأس المال الأساسي الإضافي + الأدوات المصدرة من الشركات التابعة وتستوفي معايير الإدراج تحت رأس المال الأساسي الإضافي + التعديلات التنظيمية التي تطبق عند احتساب رأس المال الأساسي الإضافي.

✓ الشروط الواجب توافرها في أدوات رأس المال الأساسي الإضافي:4

● أن تكون أدوات رأس المال الأساسي الإضافي المصدرة مدفوعة بالكامل .

● ديون مساندة للمصرف وأولوية السداد فيها للودائع والدائنين المختلفين في حال التصفية .

● غير مضمونة أو مغطاة بكفالة من المصرف أو شركاته التابعة .

● ليس لها تاريخ إستحقاق .

- قد تكون قابلة للإستدعاء بناء على رغبة مصدرها، ولكن بعد فترة خمس سنوات على الأقل وضمن الشروط التالية :
 - يجب الحصول على موافقة مسبقة من السلطة الرقابية لتنفيذ حق الإستدعاء **Call Option** .
 - يجب استبدالها بأدوات أفضل منها وبنفس القيمة .
 - يجب أن يثبت المصرف بأن نسبة كفاية رأس المال ستكون أعلى من الحدود الدنيا بعد تنفيذ حق الإستدعاء.
 - يجب على المصرف الحصول على موافقة السلطة الرقابية المسبقة قبل تسديد دفعات الإستدعاء وعدم الإيجاء للسوق بأنه يوجد موافقة بذلك .
 - التوزيعات والفوائد :
 - أن يكون للمصرف الحق بإلغاء سداد الفوائد أو التوزيعات في أي وقت .
 - أن لا يفهم أن إلغاء سداد الفوائد أو التوزيعات بأنه تعثر للمصرف .
 - أن لا تفرض على المصرف أي قيود نتيجة عدم دفع الفوائد أو التوزيعات .
 - أن يتم دفع التوزيعات أو الفوائد من المصارف القابلة للتوزيع .
 - أن لا يقوم المصرف بشكل مباشر أو غير مباشر بتمويل الأدوات المصدرة ضمن مكونات رأس المال الإضافي .
- رأس المال المساند (يهدف لامتنصاص الخسائر في حال التصفية) = الأدوات المصدرة من المصرف وتحمل صفات رأس المال المساند (غير مندرجة ضمن الشريحة الأولى) + علاوة الإصدار (الخصم) الناتجة عن إصدار الأدوات المدرجة ضمن الشريحة الثانية + الأدوات المصدرة من الشركات التابعة وتستوفي شروط الشريحة الثانية + احتياطي المخاطر المصرفية العامة + التعديلات التنظيمية على رأس المال المساند.**
- ✓ **شروط الإدراج ضمن رأس المال المساند (الشريحة الثانية) :**
- تكون الأولوية للودائع والدائنين المختلفين في حال التصفية .
 - ليست مضمونة أو مغطاة بكفالة من المصرف أو شركاته التابعة .
 - تاريخ الإستحقاق :
 - أن لا تقل فترة الإستحقاق الأصلية (**Original Maturity**) عن خمس سنوات .
 - لا يوجد حوافز مقدمة من المصرف للتصفية .
 - يمكن أن تكون قابلة للإستدعاء بناء على طلب المصرف ولكن بعد فترة خمس سنوات على الأقل وضمن الشروط التالية:
 - يجب الحصول على موافقة السلطة الرقابية لتنفيذ حق الإستدعاء **Call Option** .
 - يجب استبدالها بأدوات أفضل منها وبنفس القيمة .
 - أن يثبت المصرف ان نسبة كفاية رأس المال سوف تكون أعلى من الحدود بعد تنفيذ حق الإستدعاء .
 - لا يوجد حق للمستثمر في المطالبة بالسداد المبكر لأصل الدين أو الفوائد قبل الإستحقاق إلا في حالات الإفلاس أو التصفية.
 - يجب حصول المصرف على موافقة السلطة الرقابية قبل تسديده للدفعات ولا يعطي إشارة للسوق بوجود موافقة بذلك.
 - ان لا يقوم المصرف بشكل مباشر أو غير مباشر بتمويل أدوات رأس المال **T2** .

فمما سبق نجد أن المقاربة الجديدة لبنية رأس المال هي هيمنة الاساسي وبشكل خاص رأس المال المكتتب به والأرباح غير الموزعة فقط على رأس المال النظامي الأدنى دون سحب هذه البنية على كامل الأموال الخاصة للمصرف مما يترك له حرية في اللجوء إلى أدوات مصدرية من السوق يستسيغها المستثمرون من جهة وإلى إدارة أكثر مرونة لرأس المال من جهة ثانية فالمهم تقوية قابلية مكونات رأس المال على امتصاص الخسائر.⁵

ثانياً) إلغاء رأس المال المساند الشريحة الثالثة من رأس المال كما كان في بازل2.⁶

ثالثاً) معالجة الإستثمارات في البنوك والشركات المالية وشركات التأمين: يتم طرح هذه الإستثمارات من رأس المال عالي الجودة تدريجياً خلال فترة خمس سنوات اعتباراً من العام 2014 وحتى نهاية العام 2018 وبنسبة 20%، بدلا من طرح 50% من رأس المال الأساسي و 50% من رأس المال الإضافي كما كان معمولاً به في بازل2.

رابعاً) الهوامش:

- إضافة هامش (Buffer) لرأس المال الأساسي للأسهم العادية: لتغطية الخسائر المستقبلية في حال حدوثها اصطلاح على تسميته بهامش حماية تحوطي (Capital Conservative Buffer) وبنسبة 2.5%، ويتم بناء هذا الهامش تدريجياً خلال أربع سنوات بدءاً من العام 2016 وبنسبة 0.625% سنوياً من الموجودات المرجحة بالمخاطر، الأمر الذي سيرفع الحد الأدنى لنسبة رأس المال الأساسي عالي الجودة للموجودات المرجحة بالمخاطر من 4.5% إلى 7% بحلول عام 2019، وفي حال انخفاض النسبة عن 7% وعدم زيادة رأس مال المصرف، يجب زيادة نسبة الأرباح المحتجزة، وذلك على النحو التالي :

جدول رقم (1): يوضح كيفية زيادة الأرباح المحتجزة.

Individual bank minimum capital conservation standards	
Common equity tier1 ratio	Minimum capital conservation ratio (as percentage of earnings)
4.5%-5.125%	100%
>5.125%-5.75%	80%
>5.75%-6.375%	60%
>6.375%-7.0%	40%
>7.0%	0%

Source : Latham & Watkin(2011) , Regulatory Capital Reform under Basel III , pp 21.

ومن خلال الجدول أعلاه وعلى سبيل المثال أنه عندما يكون لدى المصرف حقوق الملكية في رأس المال الأساسي في المدى الممتد من 6.375% إلى 7.0% فيجب الحفاظ على 60% من أرباح السنة المالية التالية، أي أنه لا يجب أن يصل إجمالي توزيعاته من أي نوع من الأنواع المنصوص عليها إلى ما هو أكثر من 40% من الأرباح عقب القيام بالخصومات.

- إضافة هامش (Buffer) لرأس المال الأساسي عالي الجودة: بهدف حماية المصارف من مخاطر تقلبات الدورات المالية والإقتصادية (Countercyclical Buffer) تتراوح نسبته بين صفر% - 2.5%، ويمثل هذا الهامش خط دفاع لمواجهة الخسائر في حال حدوث تقلبات اقتصادية مستقبلية ويهدف إلى الحد من التوسع الإئتماني في فترات الرواج الإقتصادي، واستخدامه في فترات التراجع الإقتصادي، وتم ربطه بوجود ارتفاع كبير في الإئتمان مقارنة مع نمو الناتج المحلي الإجمالي وبحيث

تقوم المصارف باحتجاز نسبة من أرباحها في حال انخفضت نسبة رأس المال الأساسي عالي الجودة للموجودات المرجحة بالمخاطر عن (9.5%)⁷.

- إضافة هامش خاص لمواجهة مخاطر النظام العالمي (Systemic Buffer): التي تنشأ نتيجة الترابط الكبير بين المؤسسات المالية العالمية الكبيرة، حيث تنتقل الصدمات إلى القطاع المالي والإقتصادي مما ينشأ عنه ما يعرف بالمخاطر المنتظمة ويطبق هذا الهامش على المصارف كبيرة الحجم ذات النشاط الدولي، وهذا يحتم عليها الاحتفاظ برؤوس أموال أكبر من متطلبات الحد الأدنى، وما زالت الجهود تبذل من قبل لجنة بازل لتحديد مقدار هذا الهامش والمدة الزمنية للتطبيق.

ويمكن توضيح تركيبة رؤوس أموال المصارف الجديدة والمطلوبة في ظل بازل3 في هذا الجدول:

جدول رقم (2): متطلبات رأس المال ورأس مال التحوط حسب بازل3.

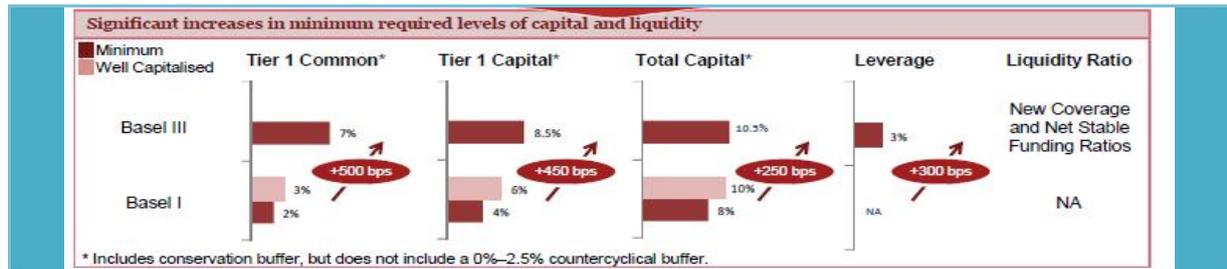
رأس المال الإجمالي	رأس مال الشريحة 1	حقوق المساهمين (بعد الخصومات)	الحد الأدنى
%8	%6	%4,5	رأس المال التحوط
%10,5	%8,5	%7	الحد الأدنى + رأس مال التحوط
		%2,5 - 0	حدود رأس المال التحوط للتقلبات الدورية

المصدر: شركة الراجحي المالية، (2010)، إتفاقية بازل3 نهج علمي، أبحاث إقتصادية، الرياض، السعودية، ص2.

والشكل رقم(1) يوضح ذلك بصورة أكثر تفصيلاً، والمعادلة التالية كذلك تبين لنا أهم التعديلات التي أدخلت على معادلة كفاية رأس المال.

$$\text{Required capital ratio} \uparrow = \frac{\text{Capital (according to new definition)} \downarrow}{\text{RWA (Credit-, Market-, Operational Risk)} \uparrow}$$

الشكل رقم (1): متطلبات رأس المال ورأس مال التحوط وفق مقررات بازل3



Source : Emmanuelle Hennioux,(2011) Basel III recent developments, base3 a risk management perspective 2011,pwc, p12.

ومن خلال الشكل اعلاه تتضح أكثر أهم التعديلات التي جاءت بها إتفاقية بازل3 والمتعلقة بـ(رأس المال الأساسي ورأس مال التحوط ونسبة السيولة وكذا نسبة الرافعة المالية) كما يوضح الشكل أيضا سلم التنقيط لمختلف هذه التعديلات.

2.2.1. خطر إئتمان الطرف المقابل: قامت اللجنة بالتغييرات التالية لمعالجة خطر إئتمان الطرف المقابل* بما فيه مقارنة مماثل

مكافئ السند Bond equivalent approach لاحتساب تعديل تقييم الائتمان (Credit valuation

-CVA adjustment)⁸.

- تغيير مقارنة مماثل السند لتناول التحوط والتقاط المخاطر والاستحقاق الفعلي والتسجيل مرتين .

- لمعالجة المعايير المفرطة من CVA يجب إلغاء مضاعف x5 الذي كان مقترحا في ديسمبر 2009.

- إبقاء تعديل ترابط قيمة الأصول (Asset Value Correlation adjustment) لظهور الأكبر الداخلي للتعرض لهيئات مالية أخرى ولمساعدة تناول مسألة الترابط البيئي (Interconnectedness Issue) ولكن رفع العتبة من 25 دولار إلى 100 دولار.

- يجب أن تخضع عمليات التسعير بحسب السوق والضمانات (Mark-to-market and collateral exposures) لأطراف مقابلة مركزية لوزن مخاطر معتدل (modest).

يمكن لبدائل أكثر تقدماً من مقارنة مماثل السند أن تعتبر كجزء من المراجعة الأساسية لمحفظة الأوراق المالية بهدف المتاجرة

Trading book

3.2.1. أهم التعديلات الكمية في جانب السيولة: من بين أهم التعديلات والاقتراحات الجديدة لاتفاقية بازل 3 فيما يخص جوانب السيولة إدخال نسبتين لمراقبة مخاطر السيولة المحتملة في الآجال القصيرة والمتوسطة والطويلة الأجل.⁹

أولاً) نسبة تغطية السيولة LCR: تساوي النسبة بين مخزون الأصول السائلة ذات الجودة العالية على التدفقات الصافية الخارجة في حدود 30 يوم وهذه النسبة ينبغي أن تتعدى نسبة 100% وتهدف إلى التأكد من مدى كفاية الأصول عالية السيولة لمقابلة الإلتزامات قصيرة الأجل وتحسب بنسبة الأصول ذات السيولة المرتفعة التي يحتفظ بها البنك إلى حجم 30 يوماً من التدفقات النقدية لديه، وذلك لمواجهة إحتياجاته من السيولة ذاتياً أي ينبغي ألا تتجاوز نسبة الزيادة في التدفقات الخارجة للمصرف عن التدفقات الواردة الخاصة بها خلال فترة 30 يوم عن الأصول السائلة عالية الجودة المتاحة لديه، وتصاغ كما يلي:

10

الأصول السائلة عالية الجودة

$$\text{نسبة تغطية السيولة LCR} = \frac{\text{صافي التدفقات النقدية الخارجة خلال 30 يوم}}{\text{Liquidity Coverage Ratio}}$$

ويجب أن لا تقل هذه النسبة عن 100% أي يطلب من المصارف ان تكون على علم بتوافر الأصول السائلة لتغطية أي نقص في النسبة خلال مدة شهر، فينبغي ان تحرص البنوك على الأقل على تحقيق تساوي الاصول السائلة عالية الجودة بصافي التدفقات النقدية المقدرة.

وسيتم عرض LCR كما هو مخطط له في 1 جانفي عام 2015، ولكن سوف يبدأ الحد الأدنى المطلوب بنسبة 60%، وارتفاع في الخطوات سنوية متساوية من 10 نقطة مئوية لتصل إلى 100% في 1 جانفي 2019، تخرج هذه تم تصميم النهج لضمان أن يمكن عرض LCR دون انقطاع في تعزيز منظم للأئظمة المصرفية أو التمويل المستمر للنشاط الاقتصادي¹¹.

جدول رقم (3): مخطط تطبيق LCR.

	2015	2016	2017	2018	2019
الحد الأدنى المطلوب LCR	60 %	70 %	80 %	90 %	100 %

المصدر: من إعداد الطالبة بتاريخ 2012/11/8 عن موقع: <http://www.bis.org/publ/bcbs286/comments.htm>

ثانياً) نسبة صافي التمويل المستقر: تهدف هذه النسبة لتحقيق أعلى المستويات للسيولة التمويلية في الأجل الطويل وتقيس قيمة مصادر الأموال طويلة الاجل المتاحة للمصرف مقارنة بالتوظيفات في الأصول وإحتمال وجود مطالبات تمويلية ناتجة عن الإلتزامات خارج الميزانية.

وتستخدم لقياس السيولة البنوية في المدى المتوسط والطويل، والهدف منها توفير موارد سيولة مستقرة للمصرف، وتحسب بنسبة مصادر التمويل لدى المصرف (المطلوبات وحقوق الملكية) إلى استخدامات هذه المصادر، ويجب أن لا تقل عن 100%¹².

وتصاغ النسبة كما يلي:

قيمة التمويل المستقر المطلوب

نسبة صافي التمويل المستقر NSFR =

قيمة التمويل المستقر المتاح

(Net Stable Funding Ratio)

وتعمل هذه النسبة على قياس السيولة البنوية في المدى المتوسط والطويل والهدف منها توفير موارد سيولة مستقرة للمصرف ونسبة التمويل المستقرة الصافية تركز على المصادر المتوسطة وطويلة الاجل للتمويل ويتعين أن تتوافق القروض التي تصل آجال استحقاقها إلى 12 شهر أو أكثر مع تمويل من مصادر ذات إستحقاق مماثل بدلا من عمليات الاقتراض قصيرة الأجل.¹³ وفترة المراقبة لهذه النسب بدأت في 1 جانفي 2012، لكن التنفيذ سيكون إلزاميا بحلول عام 2015 لنسبة LCR و 2018 لنسبة NSFR.¹⁴

والبرنامج الزمني الذي سطرته لجنة بازل 3 حتى يتم الالتزام بجميع المتطلبات يكون وفق الآتي:

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	↑ بداية 2011 المستقر		↑ فترة ملاحظة لنسبة التمويل المستقر			↑ تطبيق نسبة تغطية السيولة		↑ تطبيق نسبة التمويل	

4.2.1. نسبة الرافعة المالية (نسبة الإستدانة):

أولاً) مفهوم نسبة الرافعة المالية: كان للتوسع الكبير في منح الائتمان قبيل الازمة المالية لسنة 2008 الاثر في افلاس البنوك بسبب عدم كفاية الاموال الخاصة لامتناس الحسائر حيث عمدت المصارف التي تتبع أسلوب التقييم الداخلي للمخاطر إلى منح أوزان ترجيحية صغيرة لتوظيفاتها من أجل زيادة أثر الرفع المالي ولهذا عملت بازل 3 على ادخال ما يسمى بالرافعة المالية لكبح جماح التوسع في القروض المصرفية.¹⁵

ولقد وافقت اللجنة على التكوين والمعايرة التاليين لنسبة الرافعة المالية والتي يمكن أن تخدم كأساس للإختبار خلال فترة التشغيل الموازية:¹⁶

- بالنسبة للبنود خارج الميزانية إستخدام عوامل تحويل إئتمان موحدة (Uniform Credit Conversion Factors-CCFs) مع CCF يساوي 10% لإلتزامات بنود خارج الميزانية القابلة للإلغاء بدون شرط (الخاضعة لمراجعة إضافية لضمان أن CCF البالغة 10% هي محافظة بشكل ملائم بالإستناد إلى التجارب السابقة).
- بالنسبة لجميع المشتقات (بما فيها مشتقات الإئتمان)، تطبق تسوية بازل 2 زائد مقياس خاص بالتعرضات المستقبلية المحتملة المستندة إلى العوامل المعيارية لأسلوب التعرض الحالي وهذا يضمن أن جميع المشتقات جرى تحويلها بطريقة متناسقة لمبلغ مماثل السند أو مكافئ.

- سوف تحتسب نسبة الرافعة المالية كمعدل على فترة ربع سنوية.

بأخذها جميعا يمكن لهذه المقاربة أن تؤدي إلى معالجة أقوى لبنود خارج الميزانية ويمكن لها أيضا أن تقوي معالجة المشتقات نسبة إلى قياس يستند إلى المحاسبة بشكل بحت (ويؤمن طريقة سهلة لتناول الاختلافات بين GAAP وIFRS). فيما يتعلق بالمعايرة تقترح اللجنة إختبار حد أدنى من نسبة إستدانة الشريحة الأولى يبلغ 3% خلال فترة التشغيل الموازن الجاري سوف تستخدم اللجنة الفترة الإنتقالية لتقييم ما إذا كان التصميم والمعايرة المقترحين ملائمين خلال دورة إئتمان كاملة ولأنواع مختلفة في نماذج الأعمال، وسوف يتضمن هذا لتقييم إعتبار ما إذا كان يمكن لتعريف أوسع للتعرضات وتعديل معروض في المعايرة، ان يحقق أهداف هذه النسبة بشكل أفضل.

في حين انه يوجد إتفاق قوي على إسناد نسبة المديونية إلى التعريف الجديد للشريحة الأولى من رأس المال وتكمن اهمية هذا الإجراء في المحافظة على أموال المصرف الخاصة لمواجهة أي خطر غير متوقع وكذا يعمل على كبح جماح التوسع في منح القروض، وسوف تتابع اللجنة أيضا تأثير إستخدام رأس المال الإجمالي وحقوق الملكية الملموسة.

ثانيا) الإنتقال إلى نسبة الرافعة المالية:¹⁷

- بدأت فترة المراقبة الإشرافية في الأول من جانفي 2011 وسوف تركز عملية المراقبة الإشرافية على تطوير نماذج للمتابعة في طريقة متناسقة على المكونات المكونة لتعريف الرافعة المالية والنسبة الناتجة عنها.

- تبدأ فترة التشغيل الموازية في أول جانفي 2013 وتستمر حتى أول جانفي 2017، وسوف يتم متابعة نسبة الإستدانة ومكوناتها بما فيها سلوكها نسبة إلى المتطلبات المستندة إلى المخاطر وسوف تبدأ الإفصاحات على مستوى المصارف بتطبيق نسبة الإستدانة ومكوناتها في الأول من جانفي 2015 وستراقب اللجنة بشكل وثيقة الإفصاح حول النسبة.

بالإستناد إلى نتائج فترة التشغيل الموازنة يمكن إجراء أية تعديلات نهائية في النصف الاول من عام 2017 مع رؤية للإنتقال إلى معالجة الشريحة الأولى في الأول من جانفي 2018 بالإستناد إلى مراجعة ومعايرة مناسبة.

وتحسب بالعلاقة التالية:¹⁸

$$\text{Leverage Ratio} = \frac{\text{Tier 1 capital}}{\text{Total exposure}} \geq 3\%$$

3.1. مراحل التحول إلى النظام الجديد.

1.3.1. مراحل تنفيذ مقررات بازل 3.

لكي تستطيع المصارف مواكبة هذه الزيادة الكبيرة، فعليها إما رفع رؤوس أموالها (عبر طرح أسهم جديدة للاكتتاب العام، أو إيجاد مصادر أخرى للتمويل)، أو التقليل من حجم قروضها، وفي الحالتين، فإن الأمر يحتاج لبعض الوقت، لذا فقد منحت اتفاقية بازل الجديدة المصارف حتى عام 2019 فرصة لتطبيق هذه القواعد كلية، على أن يبدأ التطبيق تدريجيا مع بداية عام 2013، وبحلول عام 2015 يجب على البنوك أن تكون قد رفعت أموال الاحتياط إلى نسبة 4.5%، وهو ما يعرف باسم «core tier - one capital ratio»، ثم ترفعها بنسبة إضافية تبلغ 2.5 في المائة بحلول عام 2019، وهو ما يعرف باسم «counter - cyclical» كما أن بعض الدول مارست ضغوطا من أجل إقرار نسبة حماية إضافية بمعدل 2.5%، ليصل الإجمالي إلى 9.5%، بحيث يفرض هذا المطلب في أوقات الرخاء، غير أن مجموعة «بازل» أخفقت في الاتفاق على هذا الإجراء وتركت أمره للدول الفردية.¹⁹

ولتوضيح مراحل تنفيذ مقررات بازل 3 أكثر هناك الجدول رقم (4) يلخصها بالتفصيل.

جدول رقم (4): مراحل تنفيذ معايير بازل 3.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
راس المال	تشغيل موازى 1 جانفي 2013-1 جانفي 2017 بدأ الإفصاح في 1 جانفي 2015					إنتقال إلى الدعامة الأولى	
نسبة الرفاعة المالية	3.5	4	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5
نسبة الحد الأدنى لحقوق الملكية العادية				0.625	1.25	1.875	2.5
إحتياطي الحفاظ على رأس المال							
الحد الأدنى لحقوق الملكية للأسهم العادية+ إحتياطي الحفاظ على رأس المال	3.5	4	4.5	5.125	5.75	6.375	7
تطبيق الاقتطاعات من الشريحة الأولى لحقوق الملكية للأسهم العادية) بما في ذلك المبالغ التي تتعدى حد الاصول الضريبية المؤجلة، خدمة الرهون العقارية والمالية)		20	40	60	80	100	100
الحد الأدنى للشريحة الأولى لرأس المال	4.5	5.5	6	6	6	6	6
الحد الأدنى لإجمالي رأس المال				8	8	8	8
الحد الأدنى لإجمالي رأس المال+ إحتياطي الحفاظ		8		8.625	9.25	9.875	10.5
أدوات رأس المال التي لم تعد مصنفة كشريحة أولى أو ثانية غير أساسية لرأس المال	تلقى خلال أفق 10 سنوات بدءا من عام 2013						
السيولة	نسبة تغطية السيولة			إدخال معياري الحد الأدنى			
	نسبة صافي التمويل المستقر	بدأ فترة المشاهدة					إدخال معيار الحد الأدنى

اللون الأخضر يدل على فترات إنتقالية.

المصدر: من العديد من المراجع:

- www.basel-iii-accord.com

- Basel Committee on Banking Supervision (2013) **Basel III: phase-in arrangements**, Bank for International Settlements, Basel, Switzerland.

سوف يتم الانتقال لمرحلة المتطلبات الجديدة خلال ثمانية سنوات بطريقة تدريجية مما يعطي وقتا كافيا للبنوك لزيادة رؤوس

أموالها عن طريق إبقاء الأرباح وجمع رأس المال وفي اعتقادنا ، فان هذه المنهجية هي طريقة عملية اذ أنها تتيح للمصارف وقتا كافيا لرفع معايير رأس المال كما أنها أيضا لن تعيق أي انتعاش اقتصادي إذا كان.

2.3.1. تطبيق معيار بازل 3:

وقد شرعت لجنة بازل باستعراض اللوائح الداخلية للاتحاد الأوروبي واليابان والولايات المتحدة لتقييم مدى توافقها مع

المعايير المتفق عليها عالميا، ففي الولايات المتحدة الأمريكية، أصدرت أكبر ثلاث جهات تنظيمية مصرفية وهي بنك الاحتياط

الفيدرالي وشركة التأمين على الودائع الفيدرالية ومكتب مراقبة العملة، بياناً مشتركاً أعلنت فيه أن بازل 3 يشكل خطوة مهمة

على طريق تقليص معدلات الأزمات المالية المستقبلية ونتائج هذه الاستعراضات هي الأولى منذ صياغة المعايير الوطنية والتي لا

تزال جارية ولم يتم الانتهاء من تحليلها حتى الآن، ومع ذلك فهناك احتمال أن التنفيذ الوطني سيكون أضعف من المعايير المتفق

عليها عالميا في بعض المجالات الرئيسية، وتحت لجنة بازل طاقم (G20) مجموعة العشرين لدعوة السلطات النقدية إلى الوفاء

بالتزامات تنفيذ مقررات بازل3 بشكل كامل ومتسق، وضمن الجدول الزمني المتفق عليه، أما المستوى الثالث من استعراض التنفيذ التي أجرتها لجنة بازل يفحص ما إذا كانت هناك تناقضات لا مبرر لها في مناهج قياس المخاطر في المصارف والسلطات الرقابية وآثار هذه قد يكون لحساب رأس المال التنظيمي، ويشمل هذا الاستعراض لممارسات الترجيح مخاطر المصارف استخدام تمارين اختبار المحفظة، استعراض أفقي من الممارسات عبر المصارف والسلطات النقدية، وزيارات موقعية مشتركة للمصارف دولياً، وتعتقد لجنة بازل بأن التنفيذ الكامل وفي الوقت المناسب وبما يتفق مع بازل3 بين أعضائها أمر ضروري لاستعادة الثقة في الإطار التنظيمي للمصارف وللمساعدة في ضمان أمن وإستقرار النظام المصرفي العالمي.²⁰

• تطبيق معيار بازل3 في المؤسسات المالية الكبيرة:

فيمايلي مقارنة ما بين المؤسسات المالية الكبيرة مثل (البنك الصناعي التجاري الصيني ICBC الصين، بنك بي إن آي باريباس BNA Paribas SA فرنسا، مجموعة ميتسويشي المالية Mitsubishi UFJ Financial اليابان، بنك جي بي مورغان تشايس JPMorgan Chase الولايات المتحدة الأمريكية)، عند إستخدامها لمعايير الإتفاقية الثانية ومعايير الإتفاقية الثالثة باستعمال إحتتمالات إفتراضية والجدول التالي يوضح هذه المقارنة.

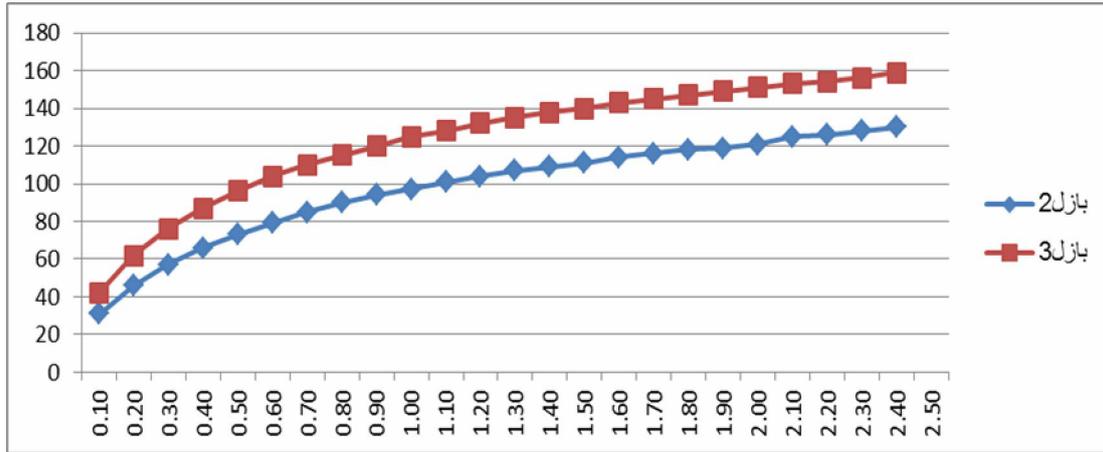
جدول رقم (5): أوزان المخاطر للمؤسسات المالية الكبيرة - بازل2 مقابل بازل3

PD إحتتمال إفتراضي	RW Basel II وزن الخطر حسب	RW Basel III وزن الخطر حسب	Increase RW زيادة نسبة الخطر
0.03%	15.31%	20.84%	36.09%
0.10%	31.43%	42.47%	35.12%
0.20%	46.53%	62.22%	33.74%
0.30%	57.64%	76.44%	32.60%
0.40%	66.48%	87.52%	31.64%
0.50%	73.79%	96.52%	30.81%
0.60%	79.98%	104.03%	30.07%
0.70%	85.33%	110.43%	29.41%
0.80%	90.01%	115.94%	28.81%
0.90%	94.15%	120.77%	28.27%
1.00%	97.86%	125.03%	27.77%
1.10%	101.19%	128.82%	27.30%
1.20%	104.23%	132.24%	26.88%
1.30%	107.00%	135.34%	26.48%
1.40%	109.56%	138.16%	26.10%
1.50%	111.93%	140.76%	25.76%
1.60%	114.14%	143.16%	25.43%
1.70%	116.20%	145.39%	25.12%
1.80%	118.15%	147.49%	24.83%
1.90%	119.99%	149.46%	24.55%
2.00%	121.75%	151.32%	24.29%
2.10%	123.42%	153.09%	24.04%
2.20%	125.02%	154.78%	23.81%
2.30%	126.56%	156.40%	23.58%
2.40%	128.05%	157.97%	23.37%
2.50%	129.48%	159.48%	23.16%

Source : Accenture, Basel III Handbook, P60

وللتوضيح هذه المقارنة أكثر قمنا بإسقاط معطيات الجدول أعلاه في المنحنى التالي:

شكل رقم (3): أوزان المخاطر للمؤسسات المالية الكبيرة - بازل2 مقابل بازل3



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج Excel.

4.3. الآثار المتوقعة لاتفاقية بازل3 على النظام المصرفي:

أكد ممثلو المصارف المركزية وهيئات الرقابة المالية الدولية أن الأزمة المالية لسنة 2008 دفعت المصارف المركزية إلى التفكير جدياً في زيادة رؤوس أموال المصارف لتفادي الأزمات الائتمانية التي تعرضت لها بعض البنوك خلال تلك الأزمة، مما أدى لإفلاسها وضياع أموال المودعين لديها، وتعتبر معايير اتفاقية بازل3 درساً مستفاداً من الأزمة المالية العالمية لتحسين القطاع المصرفي العالمي من الاختلالات والأزمات المالية التي تطال تداعياتها الجوانب المختلفة للاقتصاد العالمي، وتضمن الاتفاق أنه على المصارف الاحتفاظ بقدر أكبر من رأس المال كاحتياطي يمكنها من مواجهة أي صدمات دون الحاجة لجهود إنقاذ حكومية هائلة كما حدث في الأزمة الأخيرة، ويأتي الغرض من تخصيص رؤوس أموال الحماية لمقاومة تقلبات الدورة الاقتصادية لتحقيق الهدف الأكثر حصة والمتمثل في حماية القطاع البنكي من فترات الإفراط في نمو الائتمان الكلي، وسيبدأ سريان رؤوس أموال الحماية هذه فقط عندما يكون هناك إفراط في النمو الائتماني نتج عنه تنامي المخاطر على مستوى النظام بكامله، وستكون نسبة أموال الحماية هذه أعلى للدول التي تشهد نمواً عالياً في مستويات الائتمان.²¹

وقد يخشى بعض مدراء المؤسسات المالية الكبرى من أن ترغمهم الاتفاقية الجديدة على توفير موارد مالية ضخمة جداً، وقد اعترف محافظو بعض البنوك المركزية، بأن البنوك الكبرى ستكون بحاجة إلى مبلغ هام من الرساميل الإضافية، للاستجابة لهذه المقاييس الجديدة، ولهذا السبب تم الاتفاق على بدء العمل بها بشكل تدريجي.

2. المعيار المستمد من إتفاقية بازل3 لقياس كفاية رأس المال في المصارف الإسلامية الصادر عن مجلس الخدمات المالية الإسلامية (IFSB).

قبل الحديث عن كفاية رأس المال في المصارف الإسلامية والمعايير الصادرة بخصوصها لابد من إلقاء الضوء على الهيئة المصدرة لهذه المعايير والمعروفة بمجلس الخدمات المالية الإسلامية.

يعد مجلس الخدمات المالية الإسلامية بداية حقيقية لوجود كيان إسلامي يعنى بتنظيم المعاملات المصرفية الإسلامية ويهتم بدراسة كل ما يمس هذه المعاملات من قريب أو بعيد، فهو عبارة عن هيئة دولية، تضع معايير لتطوير وتعزيز صناعة الخدمات المالية الإسلامية، وذلك بإصدار معايير رقابية ومبادئ إرشادية لهذه الصناعة التي تضم بصفة عامة قطاع المصارف، وسوق المال، والتكافل، وقد إشتكرت في تأسيس هذا المجلس المصارف المركزية للدول التالية: ماليزيا، والسعودية، وإندونيسيا، وإيران، والكويت، وباكستان، والسودان ومصرف التنمية الإسلامي حيث تم التوقيع على إتفاقية افتتاحه في نوفمبر 2002 في كوالالمبور .

كما يقوم مجلس الخدمات المالية الإسلامية بإعداد أبحاث تتعلق بهذه الصناعة، وينظّم ندوات ومؤتمرات علمية للسلطات الرقابية وأصحاب الاهتمام بهذه الصناعة، ولتحقيق ذلك يعمل هذا المجلس مع مؤسسات دولية، والإقليمية، ووطنية ذات صلة، ومراكز أبحاث، ومعاهد تعليمية ومؤسسات عاملة في هذه الصناعة.

وفي إطار هذه المهمة، يُروج مجلس الخدمات المالية الإسلامية لتطوير صناعة خدمات مالية إسلامية متينة وشفافة من خلال تقديم معايير جديدة، أو تكييف معايير دولية حالية متسقة مع مبادئ الشريعة الإسلامية ويوصي بتبنيها، وللإشارة فإن عمل مجلس الخدمات المالية الإسلامية يتم عمل لجنة بازل على الإشراف المصري، والمنظمة الدولية للأوراق المالية والجمعية الدولية لمشرفي التأمين.

1.2. معيار كفاية رأس المال للمصارف الإسلامية حسب اتفاقية بازل 3 :

1.1.2. خلفية معيار كفاية رأس مال المصارف الإسلامية الصادر عن مجلس الخدمات المالية الإسلامية:

أصدر (IFSB) في عام 2005 معيار كفاية رأس المال للمؤسسات التي تقدم خدمات مالية إسلامية والذي عرف فيما بعد (بالمعيار الثاني لمجلس الخدمات المالية الإسلامية)، وقد تناول هذا المعيار الهيكل والمكونات الخاصة بالمنتجات والخدمات التي تتفق مع أحكام الشريعة والتي تقدمها مؤسسات الخدمات المالية الإسلامية، كما قدم إرشادات تفصيلية بشأن حساب متطلبات كفاية رأس المال لهذه المؤسسات.

أصدر (IFSB) عددا من المنشورات التكميلية للمعيار الثاني (IFSB2) في السنوات اللاحقة، والتي تتعلق بحساب متطلبات كفاية رأس المال في مؤسسات الخدمات المالية الإسلامية إما من أجل شمول منتجات وخدمات إضافية أو من أجل تقديم المزيد من الإرشادات حول كيفية تطبيق الواجهة المتعددة للمعايير الحالية لـ (IFSB) وتتضمن هذه المنشورات ما يلي:

- صدور "إرشادات الاعتراف بالتصنيفات للأدوات المالية المتفقة مع أحكام الشريعة الإسلامية الصادرة عن مؤسسات تصنيف إئتماني خارجية" عن (IFSB) في مارس 2008.

- صدور معيار حول "متطلبات كفاية رأس المال للصبوك والتصكيك والاستثمارات العقارية" في جانفي 2009 عن (IFSB) وسمي بالمعيار السابع.

- صدور إرشادات إدارة المخاطر ومعيار كفاية رأس المال "معاملات المراجعة في السلع" عن (IFSB) في ديسمبر 2010.

- صدور "إرشادات ممارسات دعم دفع الأرباح لأصحاب حسابات الإستثمار" عن (IFSB) في ديسمبر 2010.

- صدور "إرشادات تحديد عامل ألفا في نسبة كفاية رأس المال للمؤسسات المالية الإسلامية التي تقدم خدمات مالية إسلامية" عن (IFSB) في مارس 2011.

- صدور المعيار الخامس عشر عن (IFSB) "المعيار المعدل لكفاية رأس المال للمؤسسات التي تقدم خدمات مالية إسلامية" في ديسمبر 2013.

نتيجة لأزمة 2008 فقد شهدت التغيرات الرقابية العالمية عددا من المستجدات التي أسفرت عن إصدار منشورات عديدة من قبل الأجهزة الدولية المناط لها وضع المعايير مثل لجنة بازل للرقابة المصرفية والمنظمة الدولية لهيئات الأوراق المالية والجمعية الدولية لهيئات الإشراف على التأمين وقد تضمنت هذه الإصلاحات التنظيمية العالمية ضمن جملة أمور قيام لجنة بازل للرقابة المصرفية بإصدار عدد من الوثائق التي أصطلح على تسميتها مجتمعة باتفاقية بازل 3، وقد هدفت إلى تعزيز قدرة رأس المال العالمي وقواعد السيولة من أجل التوصل إلى قطاع مصرفي أكثر مرونة وإستقرار.²²

واستنادا إلى ما سبق وتماشيا مع تكليف مجلس الخدمات المالية الإسلامية بتطوير معايير وخطوط إرشادية إحترازية لتعزيز متانة واستقرار صناعة الخدمات المالية الإسلامية، فإن (IFSB) في إجتماعه 17 الذي انعقد في البنك الاسلامي للتنمية بجدة وقد أقر مراجعة المعيارين الثاني والسابع الصادرين عنه وكذلك تكوين مجموعة عمل معيار كفاية رأس المال المعدل وهذه المجموعة مكلفة بإعداد معيار معدل لكفاية رأس المال للمصارف الإسلامية بالإعتماد على إتفاقية بازل3 وهو من شأنه إمداد السلطات الرقابية ومؤسسات الخدمات المالية في هذا المجال بإرشادات شاملة.

2.1.2. مفهوم المعيار المعدل لكفاية رأس المال:

أولاً) التعرف بالمعيار: هذا المعيار يهدف إلى الوصول إلى نسخة مجمعة ومراجعة ومعدلة من المعيارين الثاني والسابع، ويقسم المعيار بعد دمج ومراجعته إلى ستة أقسام تم تعزيزها بالمزيد من الخصائص ذات الصلة المتضمنة في الارشادات التوضيحية للمجلس، كما تضمن مكونات عديدة لرأس المال والتي تم الاعتراف بها ومعالجتها من قبل السلطة الاشرافية بإستثناء رأس المال الأساسي وفضلا عما سبق فإن المعيار يقدم إرشادات تتعلق بتطبيق الخصائص الجديدة التي قدمتها لجنة بازل للرقابة المصرفية في وثائق إتفاقية بازل3، مع إدخال التعديلات الضرورية لمؤسسات الخدمات المالية الإسلامية، ولا سيما الهوامش الإضافية المقررة للحفاظ على رأس المال، والهوامش الإضافية المقررة لمواجهة التقلبات الدورية، ونسبة الرافعة المالية.²³

ثانياً) أهميته:

- تكييف المعايير والخطوط الإرشادية الخاصة بالمجلس مع معايير رأس المال العالمية (بازل3).
- يقدم إرشادات أكثر شمولية للسلطات الإشرافية حول سبل تطبيق القواعد الخاصة بكفاية رأس المال لمؤسسات الخدمات المالية الإسلامية.
- من صفاته أيضا هو أنه مرن بصورة تجعل السلطات الاشرافية قادرة على تطبيقه رغم إختلاف الأقاليم وأحجام مؤسسات الخدمات المالية الإسلامية.

3.1.2. أهداف المعيار:

- مساعدة مؤسسات الخدمات المالية الإسلامية والسلطات الاشرافية في إيجاد وتطبيق اطار لكفاية راس المال لتأمين التغطية الفعالة لتعرض هذه المؤسسات للمخاطر وتخصيص راس المال المناسب لتغطية هذه المخاطر ومن ثم مرونة الصناعة المالية الإسلامية.
- توفير الارشادات المتعلقة بقيام مؤسسات الخدمات المالية الإسلامية بالحفاظ على مكونات رأس المال النظامي عالي الجودة، والتي تتفق مع أحكام الشريعة الإسلامية ومبادئها.
- مناقشة متطلبات كفاية رأس المال فيما يتعلق بالتعرض للمخاطر المتعددة والمتعلقة بالمنتجات و الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمات المالية الإسلامية والتي تأتي متفقة مع أحكام الشريعة الإسلامية.
- توفير الارشادات المتعلقة بمعالجة كفاية راس المال لمؤسسات الخدمات المالية الإسلامية التي تكون طرفا في إصدار الصكوك، وإجراءات التصكيك بصفات متعددة تشمل المنشئ أو متعهد خدمة الصكوك أو معزز الائتمان.
- تبني أفضل الممارسات الدولية وكذلك المعايير الحالية والناشئة المتعلقة بكفاية رأس المال لمؤسسات الخدمات المالية الإسلامية.

4.1.2. تاريخ تطبيق المعيار:

من المتوقع أن تقوم السلطات الاشرافية ببدء تطبيق هذا المعيار في نطاقات اختصاصها بدءاً من 1 جانفي 2015 مع الاخذ بعين الاعتبار وجوب وجود فترة كافية كي يتسنى تحول هذا المعيار إلى قواعد ومبادئ إرشادية إشرافية محلية لمؤسسات الخدمات المالية الإسلامية بالإضافة إلى الترتيبات الانتقالية المنصوص عليها في الأقسام الفرعية ذات الصلة، والمتعلقة بتعزيز النواحي النوعية والكمية لرأس المال، وتقدم متطلبات جديدة لرأس المال والرفع المالي، ويجب أن يتم هذا التنفيذ وفقاً لأحكام الشريعة وفي حدود الاطار القانوني والرقابي الساري في كل دولة.

جدول رقم (6): الترتيبات الانتقالية المقترحة لتطبيق المعيار المعدل

المكون	الفترة الزمنية للتطبيق
4.5% من صافي حقوق الملكية المرجحة بأوزان المخاطر	يبدأ التطبيق اعتباراً من جانفي 2015
6% اجمالي رأس المال الأساسي المرجحة بأوزان المخاطر	يبدأ التطبيق اعتباراً من جانفي 2015
8% من رأس المال النظامي المرجحة بأوزان المخاطر	يبدأ التطبيق اعتباراً من جانفي 2014

المصدر: مجلس الخدمات المالية الإسلامية، (ديسمبر 2013)، المعيار المعدل لكفاية رأس المال للمؤسسات التي تقدم خدمات مالية إسلامية [عدداً مؤسسات التأمين الإسلامي (التكافل) وبرامج الإستثمار الجماعي الإسلامي]، (IFSB15)، ماليزيا، ص 23.

بالإضافة إلى ذلك فإن الخصومات والتعديلات الرقابية والتي تشمل أي قيمة أعلى من 15% هي حدود عليا للإستثمار في المؤسسات المالية وضرائب الأصول المؤجلة من الفروقات المؤقتة يجب أن يتم خصمها بالكامل من صافي حقوق الملكية قبل الأول من جانفي 2018.

5.1.2. المعيار والأساليب المطبقة:

لم يتضمن هذا المعيار الاساليب المتقدمة في حساب متطلبات رأس المال فيما يتعلق بالمخاطر المتعددة، مثل الأسلوب الأساسي والمتقدم القائم على التصنيف الداخلي لحساب متطلبات رأس المال لمواجهة المخاطر الائتمانية وأسلوب القياس المتقدم لحساب متطلبات رأس المال لمواجهة المخاطر التشغيلية، وقد تسمح السلطات الاشرافية، وفقاً لتقديرها لمؤسسات الخدمات المالية الإسلامية، في نطاقات اختصاصها، بالانتقال إلى الأساليب المتقدمة بشرط تحقق العوامل التالية ضمن جملة أمور أخرى:

- قوة النماذج الداخلية.
- توفر معلومات كافية وموثوق بها.
- الوفاء بمتطلبات أخرى ذات الصلة.

2.2. مكونات رأس المال:

1.2.2. رأس المال النظامي: فيما يلي نقدم تعريفاً لرأس المال النظامي المستوفي للشروط للمصارف الإسلامية والذي سيتم إستعماله كبسط في نسبة كفاية رأس المال في مقابل إجمالي الموجودات المرجحة بحسب أوزان مخاطرها والتي ستكون مقاما للنسبة. يجب أن لا تقل متطلبات رأس المال المستوفي للشروط للمصارف الإسلامية عن 8% من إجمالي الموجودات المرجحة بحسب أوزان المخاطر في جميع الأوقات، وعلى المصارف الإسلامية الاحتفاظ بحقوق الملكية ضمن رأس المال الأساسي بنسبة لا

تقل عن 4.5% من إجمالي الموجودات المرجحة بحسب أوزان المخاطر في جميع الأوقات، ويجب أن يمثل رأس المال الأساسي (حقوق الملكية + الاضافات لرأس المال الأساسي) 6% من إجمالي الموجودات المرجحة بحسب أوزان المخاطر في جميع الأوقات، ويجب أن يمثل رأس المال (الأساسي والاضائي) 8% على الأقل من إجمالي تلك الموجودات المرجحة، وفضلا عن هذا فإنه على المؤسسات الاحتفاظ بهامش إضافي للحفاظ على رأس المال وكذلك هامش إضافي لمواجهة التقلبات الدورية، وفقا لما تحدده سلطاتها الاشرافية.²⁴

رأس المال المستوفي للشروط = رأس المال الأساسي + رأس المال الاضائي

رأس المال الأساسي = حقوق الملكية العادية* + حقوق الملكية الإضافية (الادوات المالية المتفقة مع الشريعة وبعض الاحتياطات) + الأرباح المبقة+ الاحتياطات (الاحتياطات المفصح عنها وحساب الدخل الشامل بما في ذلك الأرباح او الخسائر المرحلية)

حقوق الملكية العادية = الأسهم العادية الصادرة عن المصرف الإسلامي+ علاوة إصدار الأسهم+ الأرباح المحتجزة+ الاحتياطات المفصح عنها وحسب الدخل الشامل+ الأسهم العادية الصادرة عن الشركات التابعة المدججة في المصارف الإسلامية- التعديلات والخصومات الرقابية التي تسري على حقوق الملكية لرأس المال الأساسي

رأس المال الإضافي= الأدوات المالية المتفقة مع الشريعة الإسلامية = الأدوات الصادرة عن المصرف الاسلامي + العلاوات التي يتم إستلامها عند إصدار الادوات المذكورة في رأس المال الإضائي والتي لم يتم تضمينها في حقوق الملكية + الأدوات أو رأس المال المستوفي للشروط والصادر عن الشركات التابعة المدججة في المصرف الاسلامي والتي تستوفي شروط رأس المال الثانوي والغير مضمنة في رأس المال الأساسي - التعديلات والخصومات الرقابية التي تسري على رأس المال الإضائي

يعتبر رأس المال الاضائي رأس مال في حالة عدم إستمرارية مؤسسة الخدمات المالية الاسلامية والذي يقوم بامتصاص الخسائر الاخرى في حالة إنعدام الجدوى للمصرف الاسلامي، وبالتالي يساعد في حماية أصحاب الحسابات الجارية وبقية المودعين.

رأس المال الثانوي= الادوات المصدرة من قبل المصرف والتي تستوفي الشروط+ المخصصات العامة والاحتياطات المحتجزة مستقبلا + العلاوات التي تم دفعها عند إصدار أدوات رأس المال الثانوي+ الادوات المؤهلة لرأس المال والتي أصدرت من قبل الكيان التابع للمصرف الإسلامي لطرف ثالث مستثمر ويستوفي الشروط الخاصة برأس المال الثانوي- الخصومات الرقابية المطبقة على رأس المال الثانوي.

2.2.2. نسب الحفاظ على رأس المال:

من أجل أن تستوفي متطلبات الحد الأدنى لحقوق الملكية في رأس المال الأساسي وهي 4.5% بالإضافة إلى الهامش الإضائي 2.5% ينبغي على المصرف الاسلامي أن يحتفظ بما لا يقل عن 7% من حقوق الملكية في رأس المال الأساسي في جميع الأوقات، وإذا انخفض مستوى رأس المال الأساسي إلى ما هو أقل من متطلبات الحد الأدنى، فإن المصرف سوف يخضع للقيود المفروضة على توزيعات الأرباح، أي أنها ستكون مطالبة بالحفاظ على نسبة محددة من الأرباح في السنة الموالية، وتسمى نسبة الأرباح التي سيتعين الحفاظ عليها من قبل المصرف الاسلامي عند عمله في مدى محدد من حقوق الملكية في رأس المال الأساسي "نسبة الحفاظ على رأس المال" والتي يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (7): نسبة الحفاظ على رأس المال

الحد الأدنى "نسب الحفاظ على رأس المال" (كنسبة من الأرباح)	نسبة حقوق الملكية في رأس المال الأساسي
%100	%5.125 - %4.5
%80	%5.75 - % 5.125 <
%60	%6.375 - %5.75 <
%40	%7.0 - %6.375 <
%0	%7.0 <

Source : ISLAMIC FINANCIAL SERVICES BOARD (December 2013), REVISED CAPITAL ADEQUACY STANDARD FOR INSTITUTIONS OFFERING ISLAMIC FINANCIAL SERVICES [EXCLUDING ISLAMIC INSURANCE (TAKĀFUL) INSTITUTIONS AND ISLAMIC COLLECTIVE INVESTMENT SCHEMES], IFSB-15, Malaysia, p15.

وحسب الجدول أعلاه وعلى سبيل المثال أنه عندما يكون لدى المصرف حقوق الملكية في رأس المال الأساسي في المدى الممتد من %5.125 إلى %5.75 فيجب الحفاظ على %80 من أرباح السنة المالية التالية، أي أنه لا يجب أن يصل إجمالي توزيعاته من أي نوع من الأنواع المنصوص عليها إلى ما هو أكثر من %40 من الأرباح عقب القيام بالخصومات. (ثالثا) الهوامش (الاحتياطات):

أ) الهامش الإضافي للحفاظ على رأس المال: ويعرف بأنه نسبة محددة من حقوق الملكية بالإضافة إلى رأس المال الأساسي، والتي يجب على المصرف الإسلامي أن تعمل على زيادتها أثناء فترات الإستقرار، ويمكن الاستفادة منها لاستيعاب الخسائر أثناء فترات الضغط المالي والاقتصادي، ويجب أن يفوق الهامش الإضافي هذا متطلبات الحد الأدنى من رأس المال النظامي وأن يظل ساريا في جميع الأوقات.²⁵

يجب أن يصل هامش الزيادة المقرر للحفاظ على رأس المال إلى %2.5 من الموجودات المرجحة بحسب أوزان مخاطرها بما يزيد عن متطلبات الحد الأدنى من رأس المال النظامي ويجب أن يتكون فقط من رأس المال الأساسي ويجب أن تستعمل أولا المصارف الإسلامية رأس المال الأساسي لاستيفاء متطلبات الحد الأدنى من رأس المال المنصوص عليها والتي هي %4.5 من حقوق الملكية، و %8 من إجمالي متطلبات رأس المال، متى إقتضت الضرورة وبعد إستيفاء هذه الشروط يمكن فقط إستعمال رأس المال الأساسي لهامش الزيادة المقرر للحفاظ على رأس المال.

• الترتيبات الإنتقالية لمتطلبات الهامش الإضافي:

تخضع متطلبات الهامش الإضافي المقرر للحفاظ على رأس المال لترتيبات إنتقالية فيما بين 1 جانفي 2016 و 31 ديسمبر 2018 وسيتم تطبيقها على المستوى الكامل الذي يصل إلى %2.5 إعتبارا من 1 جانفي 2019، وسوف تبدأ عند %0.625 من الموجودات المرجحة بحسب أوزان مخاطرها في 1 جانفي 2016، وتزداد بنفس النسبة كل سنة تالية حتى تصل إلى المستوى النهائي الذي يصل إلى %2.5 من الموجودات المرجحة بحسب أوزان مخاطرها في 1 جانفي 2019، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم(8): يوضح الترتيبات الانتقالية لمتطلبات الهامش الإضافي

المستوى المطلوب من الهامش الإضافي المقرر للحفاظ على رأس المال	تاريخ البدء
%0.625	1 جانفي 2016
%1.25	1 جانفي 2017
%1.875	1 جانفي 2018
%2.5	1 جانفي 2019

Source : ISLAMIC FINANCIAL SERVICES BOARD , IFSB-15, p17.

يتم تطبيق المتطلبات المتمثلة في " خطة الحفاظ على رأس المال " والقيود المفروضة على التوزيعات حينما يعجز المصرف الاسلامي عن إستيفاء المتطلبات السابقة أثناء الفترة الإنتقالية فيما بين 1 جانفي 2016 وحتى 31 ديسمبر 2018. يجوز للسلطات الرقابية أن تفرض فترة إنتقالية أقصر من تلك المنصوص عليها إذا كان ذلك يعد مطلباً لتخفيف النمو الإئتماني المفرط.

ب) الهامش الإضافي المقرر لمواجهة التقلبات الدورية: تتمثل المسؤولية الأساسية للسلطة الاشرافية في تحديد تراكم المخاطر على نطاق المنظومة بسبب النمو الائتماني المفرط في دولها، ويتم هذا التحديد على أساس مقاييس رقابية عديدة تختارها السلطة الاشرافية، وبعد أن تقوم السلطة الاشرافية بتحديد وجود مخاطر على نطاق المنظومة بسبب إزداد نمو الإئتمان على أساس مجموعة منتقاة من المقاييس، تقوم بتطبيق قراراتها للتوصل إلى ما إذا كان من الواجب فرض هامش إضافي لمواجهة التقلبات الدورية في الدولة التابعة لها، والمستوى الذي يجب أن يكون عليه هذا الهامش كنسبة من الموجودات المرجحة بحسب أوزان مخاطرها، وما إذا كان من الضروري زيادة أو خفض هذا الهامش مع مرور الوقت، إعتقاداً على إتجاه المخاطر على نطاق النظام الكلي، وما إذا كان ضرورياً زيادة متطلبات هذا الهامش في حال أن بدأت المخاطر على نطاق النظام الكلي في التطور. يمكن إختيار الهامش الإضافي المقرر لمواجهة التقلبات الدورية في مدى يتراوح بين 0% و 2.5% ورغم ذلك فإن للسلطة الاشرافية الحق في تقدير ما إذا كانت ستطبق أية أدوات إحترازية كلية تراها ملائمة في دولها، وبالإضافة إلى ذلك يمكن تحديد مستوى هذا الهامش إلى ما هو أكبر من 2.5% متى إقتضت الضرورة بالنسبة لكافة المصارف المحلية وفروع المصارف الأجنبية.

• الترتيبات الانتقالية للهامش الاضافي المقرر لمواجهة التقلبات الدورية:

سيتم تقسيم هذا الهامش على مراحل تمتد من 1 جانفي 2016 وحتى 31 ديسمبر 2018، على أن يصبح سارياً على نحو تام في 1 جانفي 2019، وهذا ما يعني أن متطلبات الحد الأعلى من هامش التقلبات الدورية سوف يبدأ من 0.625% ليلغ حده الأقصى وقدره 2.5% من الموجودات المرجحة بحسب أوزان مخاطرها في 1 جانفي 2019، وللسلطات الاشرافية الحق في الاسراع بالمتطلبات المتعلقة بالحفاظ على هذا الهامش أو زيادة مدته وفقاً لتقديرها إذا حدث نمو إئتماني مفرط.

رابعاً) الرافعة المالية:

إن التمويل الاسلامي أقل عرضة للتعامل مع المنتجات التي تعتمد على الرفع المالي بشكل كبير لان أحكام الشريعة تتطلب من حيث المبدأ أن ترتبط جميع صور التمويل في المعاملات بالإقتصاد الحقيقي كما أن هناك قيود على تجارة الديون والتعامل مع المنتجات التي تتضمن مضاربات غير مبررة (الغرر)، وفي الوقت نفسه يتم تشجيع جمع الأموال على أساس المشاركة في المخاطر، ويحد الجمع بين هذه الاجراءات بشكل كبير من آثار الرفع المالي في التمويل الإسلامي.²⁶

أ) كيفية حساب نسبة الرافعة المالية:

تتسم هذه النسبة بالبساطة والشفافية وبأنها اجراء لا يرتبط بالمخاطر وبالتالي تمثل اساساً تكميلياً لمتطلبات رأس المال القائمة على المخاطر والمنصوص عليها في هذا المعيار، وسوف تساعد في تقييد تراكم الرفع المالي في القطاع المصرفي الإسلامي، والذي قد يعرض المصارف الاسلامية إلى مخاطر مالية أكبر، مع إمكانية إلحاق الضرر بالنظام المالي الكلي، وبالاقتصاد وذلك إذا أصبح الرفع المالي سمة أساسية.

إن نسبة الرفع المالي المسموحة من قبل السلطات الاشرافية هي 3% ويتم حسابها كمتوسط نسبة الرفع المالي بصورة شهرية أو كل ثلاثة أشهر، أنطلاقاً من تعريفات رأس المال وإجمالي التعرض للمخاطر.

وفيما يلي معادلة حساب نسبة الرفع المالي:

$$\text{نسبة الرفع المالي} = \frac{\text{رأس المال الأساسي}}{\text{إجمالي التعرض للمخاطر}} \leq 3\%$$

3.2. حساب نسبة كفاية رأس المال:

هناك طريقتين لحساب كفاية رأس المال وهما:

1.3.2. المعادلة المعيارية: في حالة عدم وجود أي دعم لمدفوعات الأرباح لأصحاب حسابات الإستثمار من قبل مؤسسة خدمات مالية إسلامية، فلا يشترط أن تحتفظ هذه المؤسسات برأس مال نظامي فيما يتعلق بالمخاطر التجارية (الائتمانية والسوقية) الناتجة عن الموجودات الممولة من خلال حسابات الإستثمار على أساس المشاركة في الأرباح، ويعني ذلك أن يتم إستبعاد الموجودات المرجحة بحسب أوزان مخاطرها والممولة عن طريق هذه الحسابات من مقام نسبة كفاية رأس المال، فلا يتبقى سوى المخاطر التشغيلية، وتسمى هذه بالمعادلة المعيارية ويتم حسابها كالتالي:²⁷

رأس المال المؤهل

إجمالي الموجودات المرجحة بحسب أوزان مخاطرها (مخاطر إئتمان + مخاطر سوق) + المخاطر

التشغيلية

ناقصا

الموجودات المرجحة بحسب أوزان مخاطرها الممولة من خلال حسابات الإستثمار على أساس المشاركة في الأرباح)
مخاطر الإئتمان + مخاطر السوق

2.3.2. معادلة تقدير السلطة الإشرافية: في الدول التي تطبق فيها مؤسسة الخدمات المالية الإسلامية نوع من أنواع الدخل الداعم لأصحاب حسابات الإستثمار (خصوصا أصحاب حسابات الإستثمار المطلقة) مما يزيد من المخاطر التجارية المنقولة، ينبغي أن تطالب السلطة الإشرافية بأن يتم الاحتفاظ برأسمال نظامي لدعم المخاطر التجارية المنقولة وفي هذا الأسلوب يؤخذ في الاعتبار أن يتحمل كل من أصحاب حسابات الإستثمار المطلقة ومؤسسة الخدمات المالية الإسلامية بشكل تناسبي المخاطر التجارية بالنسبة للموجودات الممولة من قبل أصحاب حسابات الإستثمار المطلقة (أي تقلبات العوائد عدا الخسائر العامة)، ومن ثم يشترط إدراج جزء من الموجودات المرجحة حسب أوزان مخاطرها والممولة من قبل أصحاب حسابات الإستثمار المطلقة والتي يرمز لها بالحرف اليوناني " ألفا" في مقام نسبة كفاية رأس المال، وتخضع قيمة ألفا المسموح بها إلى تقدير السلطة الإشرافية، وقد تقرر السلطة الإشرافية أيضا تمديد هذه المعاملة لتشمل حسابات الإستثمار على أساس المشاركة في الأرباح المقيدة، وتزيد مشاركة المخاطر هذه بين أصحاب حسابات الإستثمار ومؤسسة الخدمات المالية الإسلامية معادلة تقدير السلطة الإشرافية التي تطبق في الدولة المعنية حيث ترى السلطة الرقابية فيها أنه (وللحد من مخاطر السحب والمخاطر النظامية المصاحبة) يجوز لمؤسسة الخدمات المالية في الدولة المعنية (أو تعتبر من المتطلبات في بعض الدول) أن تدعم الدخل لأصحاب حسابات الإستثمار، يتم حسساب نسبة كفاية رأس المال في إطار هذه المعادلة كالتالي:²⁸

رأس المال المؤهل

إجمالي الموجودات المرجحة بحسب أوزان مخاطرها (مخاطر إئتمان + مخاطر سوق) + المخاطر التشغيلية ناقصا

الموجودات المرجحة بحسب أوزان مخاطرها الممولة من خلال حسابات الاستثمار على أساس المشاركة في الأرباح المقيدة ناقصا

($\alpha - 1$) الموجودات المرجحة بحسب أوزان لمخاطرها والممولة من خلال حسابات الاستثمار على أساس المشاركة في الأرباح المطلقة (مخاطر إئتمان مخاطر السوق) ناقصا

α الموجودات المرجحة بحسب أوزان مخاطرها والممولة من خلال إحتياطي معدل الأرباح وإحتياطي مخاطر الاستثمار لحسابات الاستثمار على أساس المشاركة في الأرباح المطلقة (مخاطر إئتمان + مخاطر السوق)

• **تعريف عامل ألفا (α):** عامل ألفا مقياس لنسبة الائتمان الفعلية ومخاطر السوق على الأصول الممولة من أموال أصحاب حسابات الاستثمار التي يتم نقلها إلى أصحاب الأسهم ، وهي مخاطر تجارية منقولة، ويعتمد مؤشر "ألفا" على توجيهات السلطة الإشرافية في الدولة التي تعمل فيها مؤسسات الخدمات المالية الإسلامية، وتتفاوت قيمة "ألفا" من 0 إلى 1 وتوفر الوثيقة الإرشادية الرابعة منهجية لتقدير قيمة "ألفا" لاستخدامها عند تطبيق الطريقة الإشرافية في حساب كفاية رأس مال مؤسسات الخدمات المالية الإسلامية.²⁹

• **تحديد قيمة ألفا (α):** على السلطات الإشرافية تقييم حد للمخاطر التي تتحملها حسابات الاستثمار على أساس المشاركة في الأرباح وتوضيح هذا التقييم عند حساب كفاية رأس المال الخاصة بمؤسسة الخدمات المالية الإسلامية في دولتها، والتحدي الرئيسي الذي يواجه هذه المؤسسات ومشرفيها في هذا الصدد هو أن تقييم مستوى مشاركة المخاطر بين رأس مال هذه المؤسسات (أموال المساهمين) ورأس مال أصحاب حسابات الاستثمار .

فإن نسبة الموجودات المرجحة بحسب أوزان مخاطرها التي يلزم إدراجها في نسبة كفاية رأس المال لتغطية نقل المخاطر من أصحاب حسابات الاستثمار إلى مؤسسة الخدمات المالية الإسلامية يرمز لها بالرمز "ألفا".

إن عامل ألفا يحدده تقييم السلطة الإشرافية لكيفية إدارة مؤسسة الخدمات المالية الإسلامية لمخاطر العائد الخاص بحسابات الاستثمار على أساس المشاركة في الأرباح، وعندما تقترب قيمة ألفا من الصفر فإن ذلك يعكس استثمار على شكل منتج استثماري مع تحمل المستثمر للمخاطر التجارية، في حين إذا كانت قريبة من 1 فإن ذلك يعكس استثمارا على شكل وديعة لا يتحمل المودع فيه لأية مخاطر تجارية بشكل فعلي، يمكن وضع حسابات الاستثمار على أساس المشاركة في الأرباح في أي مكان على طول سلسلة متصلة بين هاتين الحالتين، بناء على حد مخاطر الاستثمار الذي يتحمله أصحاب حسابات الاستثمار بشكل فعلي.

الخاتمة :

بالنظر للتطور الذي شهده قياس الملاءة المصرفية في إطار ما عرف بكفاية رأس المال في المصارف التقليدية، وعدم مراعاة مقررات بازل خصوصية المصارف الإسلامية في ذلك، بدأ الاهتمام بإصدار معايير مماثلة خاصة بكفاية رأس المال للمصارف الإسلامية تراعي خصوصيتها في جانب مصادر الاموال وكذلك صيغ التمويل والاستثمار الإسلامية في جانب الموجودات، فما كان من مجلس الخدمات المالية الإسلامية أن بذل جهودات كبيرة لإيجاد معيار لكفاية رأس المال يراعي الطبيعة الخاصة للمصارف الإسلامية وفي الوقت نفسه يتوافق ومتطلبات بازل3، فكان بذلك المعيار الخامس عشر المعدل لكفاية رأس المال للمؤسسات التي تقدم خدمات مالية إسلامية.

النتائج:

- بالنسبة لإتفاقية بازل3 معظم معاييرها جاءت لمعالجة تداعيات الأزمة المالية العالمية بعد تفتت وفشل العديد من المصارف وثبوت عجز معايير بازل2 في تأمينها من المخاطر، وبالنسبة للمصارف الإسلامية فلم تتأثر كثيراً بتداعيات تلك الأزمة لذلك لم تكن مجبرة على إصدار مثل تلك المعايير، لكنها من جهة أخرى فهي ملزمة بإتباعها لكسب ثقة العملاء، كما يمكنها الاستفادة من بعض المعايير لتدعيم مكانتها وتسيير نشاطها بتعزيز الحوكمة المصرفية فيها.
- إستطاع مجلس الخدمات المالية الإسلامية إصدار معيار لكفاية رأس مال المصارف الإسلامية حسب إتفاقية بازل3.
- يشتمل المعيار المعدل لكفاية رأس المال (المعيار الخامس عشر) على الحد الأدنى المعدل لمتطلبات رأس المال النظامي الذي يعكس المتطلبات المقابلة في بازل3 بهدف توفير التغطية الكافية لجميع المخاطر داخل وخارج قائمة المركز المالي التي تتعرض لها مؤسسات الخدمات المالية الإسلامية بما فيها المصارف الإسلامية.
- إن تطبيق المعيار المعدل لكفاية رأس المال في المصارف الإسلامية حسب بازل3 هو حتمية لدخول هذه الأخيرة في الإستثمارات والأسواق الدولية، وفرض وجودها عن طريق تعاملاتها الخاصة.
- قابلية المصارف الإسلامية لاستيعاب كل جديد ومواكبة جميع التطورات ومواجهة أصعب الظروف، وقدرة المختصين في العمل الإسلامي على إستحداث معايير لجميع تطبيقاتها بما يتلائم وجوهرها المتميز عن المصارف التقليدية.
- إن مقترحات بازل3 حول الإشراف على المصارف يمكن أن تقوي من وضع الميزانيات العمومية لدى المصارف الإسلامية، كما يمكن أن تكون لها تأثيرات في إحداث تغيرات أساسية في نماذج أعمالها وتسيير منتجاتها لكنها من جهة أخرى يمكن أن تعيق سوق القروض بين المصارف الإسلامية ويمكن أن تؤدي إلى المزيد من التحديات فيما يتعلق بإدارة السيولة في تلك المصارف تزامناً مع الافتقار إلى الموجودات السائلة والتي لها مخاطر متدنية يمكن استخدامها لإدارة السيولة فيها خاصة وأن معايير بازل منذ أن أنشأت لم تراعي الطبيعة المالية الإسلامية وآليات عملها.

المراجع:

- ¹ عبد المطلب عبد الحميد (2013)، الإصلاح المصرفي ومقررات بازل3، الدار الجامعية، مصر، ص314.
- ² محمد محمود المكاوي (2012)، إدارة المخاطر في البنوك الإسلامية، المكتبة العصرية، المنصورة، مصر، ص301.
- ³ من العديد من المراجع: - فلاح كوكش (2012)، أثر إتفاقية بازل3 على البنوك الأردنية، معهد الدراسات المصرفية، ص2.
- حسين سعيد ، علي أبو العز(2014)، كفاية رأس المال في المصارف الإسلامية في الواقع وسلامة التطبيق، المؤتمر الدولي الأول للمالية الإسلامية، الجامعة الأردنية، الأردن، ص 30 - 32 .
- ⁴ حسين سعيد، علي أبو العز، مرجع سبق ذكره، ص31.
- ⁵ سليمان ناصر، (2012)، البنوك الإسلامية وإتفاقية بازل3 المزايا والتحديات، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، ص29.
- ⁶ فلاح كوكش، مرجع سبق ذكره، ص2.
- ⁷ حسين سعيد، علي أبو العز، مرجع سبق ذكره، ص34.
- * خطر إئتمان الطرف المقابل والمقصود به هي المخاطر الإئتمانية الناتجة عن الطرف (العميل) الذي يتعامل معه المصرف مثل خطر عدم سداد الإلتزامات المترتبة عليه اتجاه المصرف او عدم قدرته على السداد او نكوله للعقد...
- ⁸ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص318.

⁹ فيصل شياد (2013)، آثار بازل3 على إدارة السيولة في المصارف الإسلامية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، مركز البحوث المالية والمصرفية، عمان، الأردن، العدد الرابع، ص32.

¹⁰ Sabira Rizwan .(2012), Implications of Basel III On Islamic Banks, international conference on excellence in business, university of sharjah, united arab emirates, p7.

¹¹ عن موقع: <http://www.bis.org/publ/bcbs286/comments.htm>

¹² محمد بن بوزيان وآخرون (ديسمبر 2011)، البنوك الإسلامية و النظم و المعايير الاحترازية الجديدة: واقع و آفاق تطبيق لمقررات بازل(3)، المؤتمر العالمي الثامن للاقتصاد و التمويل الإسلامي-النمو المستدام والتنمية الإسلامية الشاملة من منظور إسلامي-، الدوحة، قطر، ص.

¹³ فيصل شياد، مرجع سبق ذكره، ص32.

¹⁴ Basel Committee on Banking Supervision.(January 2013). Basel III: The Liquidity Coverage Ratio and liquidity risk monitoring tools. Bank for International Settlements , Basel, Switzerland,

¹⁵ حياة نجار (2013)، إتفاقية بازل3 وآثارها المحتملة على النظام المصرفي الجزائري، مجلة العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، العدد13، الجزائر، ص283.

¹⁶ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص319.

¹⁷ المرجع نفسه، ص320.

¹⁸ فلاح كوكش، مرجع سبق ذكره، ص2.

¹⁹ صالح مفتاح ، (سبتمبر 2013)، تأثير مقررات لجنة بازل III على النظام المصرفي الاسلامي، المؤتمر العالمي التاسع للاقتصاد والتمويل الاسلامي: النمو والعدالة والاستقرار من منظور اسلامي، أسطنبول، تركيا، ص13.

²⁰ Receive the New Member Orientation newsletters. Understand the Basel III framework.

²¹ معهد الدراسات المصرفية،(ديسمبر 2012)، إتفاقية بازل الثالثة، نشرة توعوية إضاءة، الكويت ، السلسلة الخامسة، العدد5، ص4

²² مجلس الخدمات المالية الإسلامية، (ديسمبر 2013)، المعيار المعدل لكفاية رأس المال للمؤسسات التي تقدم خدمات مالية إسلامية [عددا مؤسسات التأمين الإسلامي (التكافل) وبرامج الإستثمار الجماعي الإسلامي]، (IFSB15)، ماليزيا، ص3 .

²³ المرجع نفسه، ص7.

²⁴ مجلس الخدمات المالية الإسلامية (ديسمبر 2013)، (IFSB 15)، مرجع سبق ذكره، ص11.

* تمثل حقوق الملكية لرأس المال الأساسي أبعاد صور رأس المال للمؤسسات الخدمات المالية الإسلامية وتأتي في المرتبة الأخيرة في المطالبات عند التصفية، وتكون في المرتبة الأولى لتحمل الخسارة.

²⁵ مجلس الخدمات المالية الإسلامية (ديسمبر 2013)، (IFSB 15)، مرجع سبق ذكره، ص24.

²⁶ مجلس الخدمات المالية الإسلامية (ديسمبر 2013)، (IFSB 15)، مرجع سبق ذكره، ص38 .

²⁷ ISLAMIC FINANCIAL SERVICES BOARD (December 2013), REVISED CAPITAL ADEQUACY STANDARD FOR INSTITUTIONS OFFERING ISLAMIC FINANCIAL SERVICES [EXCLUDING ISLAMIC INSURANCE (TAKĀFUL) INSTITUTIONS AND ISLAMIC COLLECTIVE INVESTMENT SCHEMES] ,IFSB-15, Malaysia, p67.

²⁸ مجلس الخدمات المالية الإسلامية (ديسمبر 2013)، (IFSB 15)، مرجع سبق ذكره، ص118.

²⁹ ISLAMIC FINANCIAL SERVICES BOARD (2014), REVISED GUIDANCE ON KEY ELEMENTS IN THE SUPERVISORY REVIEW PROCESS OF INSTITUTIONS OFFERING ISLAMIC FINANCIAL SERVICES (EXCLUDING ISLAMIC INSURANCE(TAKĀFUL)INSTITUTIONS AND ISLAMIC COLLECTIVE INVESTMENT SCHEMES) , IFSB-16 , Malaysia ,p48.

مقدمة:

إن الأبحاث العلمية على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطور متسارع منذ بضع سنين في العالم أجمع. ولم تكن هذه الدراسات لتتنجز لو لم يكن لهذه المؤسسات المكانة البارزة في خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية لمختلف دول العالم المتقدم منها أو النامي. غير أن الدراسات لم تكن كافية إن لم نقل محدودة خاصة في دور التسويق والتسيير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، ولم يحدد لحد الآن دور التسويق في بقاء المؤسسات وديمومتها، إذا علمنا أن نسبة كبيرة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تموت في الخمس السنوات الأولى من نشوئها رغم أن أحد الدراسات تُرجع الأسباب الأساسية لانحيار أو موت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى قلة استخدام موارد الإعلام الآلي، نقص في استعمال التقنيات التسويقية وإلى نقص في تكوين الموارد البشرية¹. و جدير بالذكر أن سبب إفلاسها في العالم الغربي يعود بالأساس إلى ضعف التسويق الذي يعتبر عاملا أساسيا في رفع القدرة التنافسية لهذا القطاع².

وفي الجزائر ورغم ما تحظى به هذه المؤسسات من عناية واهتمام من طرف الدولة باعتبارها من أهم الركائز حيث يمثل هذا النسيج 94% من المؤسسات الوطنية ويحقق 52% من الناتج الإجمالي للقطاع الخاص خارج المحروقات وما يقارب 35% من القيمة المضافة لاقتصاد الجزائر³. إلا أنها تعاني من نقاط ضعف تسويقية تحد من قدرتها على مواجهة تحديات المنافسة المحلية والدولية نظرا لانفتاح السوق والمنافسة التسويقية الأكيدة.

جاء هذا المقال لإثراء الدراسات في مجال التسويق وأثره على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باعتباره النشاط الأساسي لتوليد المبيعات والأرباح و جذب عملاء جدد والحفاظ على العملاء الحاليين.

أهمية الدراسة

إن أهمية الدراسة تنبع ليس فقط من الدور الهام الذي تلعبه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في حل الكثير من المشكلات التي تواجه اقتصاد أية دولة، لقدرتها على توفير فرص العمل ودعم الناتج المحلي في توسيع القاعدة الإنتاجية، ولكن أيضا من أهمية التسويق الذي بات يلقي اهتماما كبيرا في الآونة الأخيرة بالدراسة وتطبيق مبادئه ومفاهيمه في جميع أنواع المؤسسات سواء الهادفة أم غير الهادفة إلى تحقيق الربح، لقدرته على مواكبة التغيرات الحاصلة في البيئة المضطربة والمتغيرة في هذا العصر، وكذا قلة الدراسات التي جمعت التسويق بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

الإشكالية

نحاول من خلال هذه الدراسة أن نتفحص كيف يمارس التسويق ويطبق في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر حيث أخذنا كدراسة حالة ولاية الجلفة.

والسؤال الرئيسي الذي نحاول معالجته من خلال هذا البحث : كيف يمارس التسويق في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؟

ما هي أبعادها؟ ما هي خصوصياتها في الجزائر؟

وهذا السؤال يقودنا إلى طرح تساؤلات فرعية أخرى:

- هل تعرف جيدا المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سوقها؟
- هل توجد وظيفة تجارية أو تسويقية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟ وكيف تنظم؟
- ما هي أدوات التسويق المستعملة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟
- هل لتطبيقات التسويق في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أثر على الأداء الاقتصادي لها؟

فرضيات الدراسة

استنادا إلى الإشكالية والتساؤلات المطروحة تقوم هذه الدراسة على مجموعة من الفرضيات التي سنحاول اختبار صحتها

من عدمها:

- لخصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ على معرفة الأسواق .

- لخصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ على هيكلية الوظيفة

التسويقية لها .

- لا توجد علاقة ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين معرفة الأسواق والمزيج التسويقي في المؤسسات

الصغيرة والمتوسطة .

- لا توجد علاقة ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين هيكلية الوظيفة التسويقية وتحديد المزيج

التسويقي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

- لا توجد علاقة ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين المزيج التسويقي و الأداء الاقتصادي

للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

أهداف الدراسة

نأمل في نهاية هذه الدراسة أن نصل إلى رسم تصور موضوعي وعلمي لواقع التسويق في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في

الجزائر عموما وبولاية الجلفة خصوصا للخروج بتوصيات مناسبة لمساعدة هذا القطاع على تبني مفاهيم التسويق الحديثة ، كما

نحاول أن نبلغ الأهداف التالية:

- استكشاف مدى معرفة هذه المؤسسات لأسواقها .

- تفحص وجود وظيفة تسويقية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وطريقة هيكلتها .

- وصف كامل للأدوات التسويقية المستعملة .

- إبراز العلاقة، بالاعتماد على إجابة مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، بين الوظيفة التسويقية وتطبيقات التسويق

من جهة وأداء المؤسسات من جهة أخرى .

ولبلوغ أهداف الدراسة تم تقسيم البحث إلى النقاط التالية :

- تحليل SWOT للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة .
- أهمية التسويق للمؤسسات الاقتصادية.
- دراسة ميدانية لواقع التسويق في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر بالتطبيق على ولاية الجلفة.

1- تحليل SWOT للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يعتمد هذا الجزء على إبراز نقاط القوة التي تتمتع بها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وما تعاني من نقاط ضعف، إضافة إلى استعراض ما تواجهه من فرص وما تتعرض له من تهديدات. ويطلق على هذا التحليل اسم التحليل الثنائي ويرمز له بتحليل SWOT وهي اختصار لأربعة الكلمات الأولى التي تكونه وهي:

نقاط القوة **Strength**، نقاط الضعف **Weakness**، الفرص **Opportunities**، والتهديدات **Threats**

ويرى بعض الباحثين أن عملية التحليل غير مجدية في خضم تغيرات السوق وعدم استقرارها. ويعتقدون أن هذه العملية لا تخرج عن الجانب الوصفي وأن مجمل المقترحات أو البرامج بعد صياغتها لا يتم العمل والالتزام بها. لكن رغم هذا يبقى هذا التحليل مهما لأنه يعطي تصورا واضحا يسمح برسم خارطة عمل مرنة تتماشى والتغيرات أو التقلبات المحتملة كما يسمح أيضا بمراجعة عمل المؤسسة بصورة متجددة ووضع استراتيجيات جديدة أيضا⁴.

1-1- نقاط قوة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمجموعة من المزايا عن غيرها من المؤسسات الكبرى لامتلاكها لخصائص محددة تعرف سبب وجودها فعلى سبيل المثال، يستحوذ على كامل تسيرها صاحب المشروع ويمكن تلخيص أهم نقاط قوة هذه المؤسسات فيما يلي⁵:

- ◀ - استقلالية وحرية مالكي المؤسسات في التصرف حسب طريقتهم الخاصة .
 - ◀ - فرص كثيرة للمالكي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل الحصول على تمويلات من مصادر مختلفة عكس أن يكون هذا المالك مسيرا في مؤسسة أخرى.
 - ◀ - صاحب المشروع غير مقيد بالسن أثناء تأدية عمله.
 - ◀ - إمكانية خلق فرص عمل للمحيط العائلي.
- ومن الوجهة التسويقية تملك هذه المؤسسات الكثير من نقاط القوة تتمثل في⁶:

- * - القرب من المستهلك والقدرة على تحديد احتياجاته والعمل على إشباعها بالشكل المطلوب.
- * - سهولة انتشارها الجغرافي وطبيعة العلاقة المباشرة مع المستهلكين والحصول على المعلومات والتغذية المرتدة بشكل مباشر وفوري دون وسيط.
- * - إمكانية التخصص الدقيق في مجال محدد من الإنتاج السلعي أو الخدمي مما ينتج لها فرصة الإبداع والابتكار والتحديث في إشباع حاجات المستهلكين المستهدفين.

* - البعد إلى حد ما عن مشاكل تلوث البيئة الناتج من بساطة التكنولوجيا المستخدمة فيها، خاصة أن المستهلكين أصبحوا أكثر وعياً حيث يتغير نمط الشراء بصفة كبيرة. ونشأ عزوف كبير عن المنتجات التي تشكل خطراً على البيئة وهكذا مال الكثيرون إلى استهلاك أفضل وأقل. أضف إلى ذلك أن المستهلك أصبح يتطلع إلى كل ما تقدمه المؤسسات من منتجات صديقة للبيئة. ومن الدراسات التي أوضحت هذا تلك الدراسة التي أجريت على عينة مكونة من 4519 فرد تتراوح أعمارهم بين 15 و 70 سنة. بدأت الدراسة في 2004 وانتهت سنة 2009 كانت النتائج على النحو التالي⁷:

- بالنسبة لـ 90% من العينة كانت الأزمة الاقتصادية فرصة لإعادة النظر في نمط الحياة الاستهلاكية.
- 30% يجذرون من منتجات ذات علامات منبوذة يدعون لمقاطعتها و 25% يفضلون منتجات تحترم البيئة.

1-2- نقاط ضعف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لقد أشارت دراسة الهام فخري أن هذا القطاع يعاني من نقاط ضعف منها⁸:

- ضعف المهارات التسويقية لدى إدارة هذا القطاع.
- نقص المعرفة والقناعة بالمفهوم الحديث للتسويق وبالتالي ضعف الاهتمام ببحوث التسويق وإهمال نشاط التخطيط الاستراتيجي التسويقي القائم على نظام معلومات التسويق.
- انخفاض المهارات البيعية لدى العاملين في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- اقتصر الأنشطة التسويقية لدى هذا القطاع على أنشطة البيع والتوزيع.
- ارتفاع تكاليف الدراسات والاستشارات التسويقية.
- ارتفاع الأسعار وتدني الجودة مقارنة بالمنتجات المنافسة المنتجة من قبل المؤسسات الكبرى المحلية والأجنبية مع انفتاح السوق.
- تذبذب المبيعات فقد تكون مرتفعة في شهر معين ومنخفضة في أخرى.
- قرب المسير من العامل في هذه المؤسسات قد يحدث صراعات واحتكاكات تؤثر على هذه المؤسسات أكثر مما يؤثر على المؤسسات الكبيرة.
- نظراً لتعدد الميادين والمجالات (إنتاج، تسويق، تمويل) تصبح عملية اتخاذ القرار من طرف المالك أو المسير أمراً صعباً.

1-3- الفرص المتاحة أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لقد لخص أمين عبد العزيز حسن أهمية دراسة البيئة التسويقية في المعادلة التالية⁹:

البيئة التسويقية = الفرص والتهديدات

فمتابعة التغيرات البيئية تسمح لمسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باستغلال الفرص وتجنب التهديدات ، وأهم الفرص التي تفرزها البيئة الخارجية أمام هذه المؤسسات:

- تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أكبر القطاعات استيعاباً لمخرجات أنظمة التعليم بشكل عام مما يساهم في تبلور مفهوم التوظيف الذاتي وعدم الاعتماد على الدولة في خلق فرص العمل وانتظار الوظيفة الحكومية ، وتشير الإحصائيات إلى أن قطاع الأعمال الصغيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة يستوعب نصف مجموع الوظائف ، فبمعدل كل 30 ثانية يبدأ مشروع جديد . كما تتميز بقدرتها على الانتشار بين الأقاليم المختلفة ، ومن ثم لديها القدرة على إرساء قدر كبير من عدالة التنمية الإقليمية على عكس المشروعات الكبيرة التي غالباً ما تتركز في المدن الكبرى¹⁰ .

- الاهتمام الحكومي المتنامي يدعم ويطور هذا القطاع لمعالجة الاختلالات الاقتصادية مثل البطالة والفقر وضعف الإنتاج وانخفاض معدلات النمو الاقتصادي والخلل في الميزان التجاري¹¹ .

وفي الجزائر قامت الدولة بطرح العديد من الآليات والأدوات لخلق مناخ ملائم لإنشاء وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة منها:

◀ صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة FGAR .

◀ صندوق ضمان قروض الاستثمارات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة CGCI

كما أن التطور التكنولوجي خاصة في مجال الإعلام والاتصال خاصة الانترنت، الهاتف النقال قد أتاح لهذا القطاع فرص ذات ميزانيات منخفضة وذات أثر كبير في مجالي التوزيع والترويج.

1-4- التهديدات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مشكلات تبدأ من لحظة تكوينها وترافقها بعد نشوئها وتظهر أخرى في فترات متباعدة وتختلف طبيعتها ويختلف تأثيرها ، ومنها ما تعلق بالقوانين التي غالباً ما تكون غير موحدة وتفتقر إلى معالم واضحة تخص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أضف إلى ذلك عدم ملاءمة بعض البنى التحتية التي من المفروض أن ترعاها الحكومات ونذكر على سبيل المثال لا الحصر ضعف قطاع النقل في كثير من الدول العربية ونقص المياه واضطرابات الكهرباء . كما أن تكنولوجيا الاتصال وعدم توفر قواعد معطيات ثابتة وعدم وجود مؤسسات خدمية متخصصة كل هذا يعيق عمل المؤسسة واستمراريتها وكثير من الأحيان موتها في بداياتها الأولى . كما لا يفوتنا هنا أن نعرض على ضعف التعاملات المصرفية والبنكية مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لأن أغلب البنوك والمصارف تركز تعاملاتها مع المؤسسات الكبرى¹² .

2- التسويق في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

اتضح جلياً أهمية التسويق ومنذ فترة زمنية ارتباط بنجاح المؤسسات مهما كانت، وهذا لا يعني فقط المؤسسات التجارية ولكن يتعداه إلى المؤسسات غير الربحية كالجوامع، والمدارس، المتاحف وحتى الأحزاب السياسية. وأصبح جزء لا يتجزأ في حياتنا الخاصة في عصرنا هذا حيث لا يخلو شارع من لوحات إشهارية، ولا يخلو حي من مساحات تجارية، وامتدت الإعلانات داخل البيوت عن طريق شاشات التلفزة وإعلانات على الواب " Web " التي نتلقي رسائلها في البريد الإلكتروني. هنا لابد من طرح السؤال التالي: ما هو التسويق؟

2-1- تعريف التسويق

يعني التسويق لكثير من الناس البيع والإشهار ، رغم أنها لا يمثلان سوى الجزء الظاهر منه ، حيث يقف آلاف العمال والمختصون وراء ذلك للفت انتباه الزبون والتأثير على مشترياته . وهناك تطور كبير في مجال التسويق، كان نتيجة تطور تطبيقاته وإشكاليات المؤسسات ففي سنة 1948 عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق كالاتي¹³ : التسويق هو انجاز وتنفيذ نشاطات المؤسسة الموجهة والمرتبطة بإيصال سلع وخدمات المنتجين إلى المستهلكين النهائيين والمستعملين الصناعيين.

وفي مطلع 2004 قامت الجمعية بتطوير عدة تعاريف إلى أن وصلت إلى التعريف التالي: يتمثل التسويق في التخطيط وتحقيق التطوير، التسعير، الترويج والتوزيع لفكرة أو سلعة أو خدمة من أجل تبادل مرض للمؤسسات والأفراد. وهذا التعريف أشار إلى مجموعة من المتغيرات متمثلة في :

- بعدين الأول استراتيجي ، والثاني إجرائي أو عملي.

- 4 عناصر تكون المزيج التسويقي (المنتج، التسعير، الترويج، التوزيع)

- يمتد التسويق إضافة للسلع والخدمات إلى الأفكار أيضا.

- الغاية من التسويق هو خلق قيمة تتمثل في رضا متبادل .

ويعرف التسويق¹⁴ أيضا على أنه العملية الإنسانية والإدارية التي تسمح للأفراد والمؤسسات بخلق قيمة قابلة للتبادل مع الآخرين من أجل الحصول عما يبحثون عنه وما يحتاجونه .

هذا التعريف يركز على إقامة علاقات تبادل مربحة مع الزبائن تبني على أساس القيمة . فتصريح السيد Sam Walton

مؤسس WAL – MART أكبر مؤسسة للتوزيع في العالم خير دليل على ذلك:

" العنصر الفاعل ، الأساسي (Patron) هو الزبون، يمكن له أن يرمي الجميع إلى الشارع من مديرها إلى العامل الأقل رتبة فيها ، وهذا بصرف نقوده في جهة أخرى" فوصول هذه المؤسسة لهذه الرتبة لأنها التزمت بتحقيق وعددها المتمثل في : " دائما السعر الأقل -دائما- " و يرجع تميز مؤسسة Dell الرائدة في سوق الإعلام الآلي إلى إمكانية إرضاء الزبون باختيار التصميم المناسب لحاسوبه الذي يسلم إلى المنازل في زمن قياسي ، إن هذه المؤسسة على علم وثيق بالاهتمام الذي يُولى للزبون لأنه سيترجم في نهاية المطاف بتضاعف الأرباح وزيادات في الحصص التسويقية.

2-2- وظائف التسويق

إذا كان خلق القيمة وإشباع الحاجات والرغبات الاستهلاكية وضمان ربحية وبقاء واستمرار المؤسسة، هو الغرض الرئيسي للتسويق ، فإن هذا الغرض لا بد أن يترجم للوصول إلى هذه الغاية بوجود وظيفة تسويقية تقوم باكتشاف مطالب واحتياجات الزبائن والعمل على إشباعها في حدود قدرة المؤسسة .

ويمكن تصنيف أهم الوظائف التسويقية على النحو التالي¹⁵:

① - وظائف اتصالية ، ويتعلق بكافة الأنشطة التي تستهدف البحث عن مشترين ، وبائعين للسلع والخدمات.

- ② - وظائف المبادلة وتضم أنشطة البيع والشراء ، وما يرتبط بها من عمليات وإجراءات .
- ③ - وظائف النقل المادي ، وتتضمن أنشطة النقل والتوزيع والتخزين الخاصة بالسلع.
- ④ - وظائف ترويجية ، وتنطوي على كافة الأنشطة التي تستهدف التأثير على الأفراد وإقناعهم بالسلع والخدمات المقدمة لاستمالة سلوكهم الشرائي.
- ⑤ - وظائف التسعير ، وتتضمن الأنشطة المتعلقة بتحديد السعر المناسب.

2-3- أهمية التسويق في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

هناك قناعة كاملة من غالبية إدارة المؤسسات في معظم دول العالم متقدم أو نام بأهمية التسويق في تحقيق الأهداف المرجوة، ونظرا لأهمية دور التسويق في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فقد اعتمدت بعض الدول على تجارب كانت ناجحة باعتمادها على مجموعة من الإجراءات بهدف توفير الركائز التسويقية لمنتجات هذه المؤسسات. ويمكن تلخيص أهم الأساليب في مجال الدعم التسويقي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة اليابانية فيما يلي¹⁶:

- تقوم هيئات التسويق اليابانية بنشاط كبير في إعداد وتنفيذ برامج التسويق وتقوم بإمداد هذه المشاريع بالدراسات التسويقية المختلفة وإطلاعها على أحدث الأساليب للوصول إلى المنتجات التي تتلاءم وتفضيلات السوق الدولية.
- يوجد في اليابان هيئات حكومية تعمل على تشجيع المشروعات الصغيرة والمتوسطة على غزو الأسواق الدولية بمنتجاتها، وذلك بإقامة المعارض الدولية ومساعدتها في الحصول على التكنولوجيا المتطورة، وإجراء المفاوضات نيابة عنها في اتفاقيات التصدير.

ويمكن تلخيص أهمية التسويق في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في النقاط التالية¹⁷:

- يؤدي بنجاح النشاط التسويقي بتوسع واستمرار بقاء المؤسسات في السوق .
- تقوم إدارة التسويق بتزويد الإدارات المختلفة بالمعلومات التي على أساسها يتم رسم السياسات وتحديد مقادير الإنتاج اللازمة.
- يعمل التسويق على تطوير الأسواق المحلية وإيجاد أسواق جديدة داخلية وخارجية.
- تخفيض وقع انخفاض الإشباع لدى المستهلك قدر الإمكان وذلك من خلال ترشيده وتعليمه من خلال:

- ◀ إلغاء الاستهلاك غير الضروري.
- ◀ توجيه المستهلك إلى السلع البديلة.
- ◀ التقليل من التنوع والتشكيل في المنتجات.
- ◀ إيجاد نظام يضمن العدالة في توزيع المنتجات.
- ◀ رفع كفاءة أنشطة النقل والتخزين لتقليل التالف من السلع.

3- دراسة قياسية لواقع وتطبيقات التسويق في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

انطلقت هذه الدراسة بهدف الوقوف على واقع التسويق وتطبيقاته في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حيث اعتمدنا على

ثلاث متغيرات لقياس ما يعرف بتطبيقات التسويق وهي :

① - معرفة السوق.

② - تنظيم وهيكله الوظيفية التسويقية في المؤسسة.

③ - المزيج التسويقي.

حيث أخذنا كعينة ولاية الجلفة التي تنشط بها 5285 مؤسسة صغيرة ومتوسطة لغاية 30-06-2012 ، حيث تم استخراج المعلومات من قاعدة بيانات مديرية الصناعة و المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار بولاية الجلفة. ونظرا لتشتت هذه المؤسسات على تراب الولاية وضعف إمكانيات الباحث في الاتصال بكل هاته المؤسسات فقد تم تحديد الدراسة على كل من المؤسسات المختصة في صناعة النسيج، الفنادق والإطعام، الخشب والورق وأخيرا الصناعات الغذائية كما هو موضح في الشكل ①.

شكل ①: عينة الدراسة

المجموع	الفندقة والإطعام	الخشب والورق	الصناعات الغذائية	صناعة النسيج	طبيعة النشاط
171	40	40	76	15	عدد المؤسسات
522	81	68	350	23	عدد مناصب التشغيل

المصدر: مديرية الصناعة و المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار الجلفة

3-1- التعريف الإجرائي لمتغيرات الدراسة

لاختبار فرضيات الدراسة تم الاعتماد على أربع متغيرات هي:

أ- معرفة السوق: اختبر هذا المتغير على أسباب وردت في أوعية التسويق ، حيث أن كل عملية تسويقية يجب أن تستند على معرفة الأسواق التي توجه إليها المؤسسة منتجاتها التي صنعتها فحتى المؤسسات الصغيرة ذات الموارد المحدودة مثلا تستطيع أن تكون منافسا قويا لغيرها من المؤسسات فيما لو كان نشاطها منصبا على تلبية حاجات ومتطلبات المستهلكين في قطاعها¹⁸ ومن أجل تفعيل هذا المتغير وجعله قابلا للقياس، نعطي التعريف التالي للسوق: يتكون السوق من مجموعة من أشخاص مستهلكين أو قابلين لاستهلاك السلعة أو الخدمة التي تقدمها المؤسسة في منطقة جغرافية معطاة.

هذا التعريف يستند إلى ثلاث مفاهيم:

① - الأشخاص المستهلكين أو المحتملين لاستهلاك السلعة أو الخدمة وهذا يقودنا إلى مفهوم الزبون أو العميل.

② - سلع أو خدمات مقدمة من طرف المؤسسة ، وهذا يقودنا إلى المنتجين الذين يزاولون نشاطهم في محيط تنافسي في

ظل متغيرات البيئة الحالية.

③ - الموقع أو المكان الجغرافي ، أي المكان الذي تنشط فيه المؤسسة.

وانطلاقاً مما تفرزه معرفة هذه العناصر الثلاثة يمكننا قياس معرفة السوق من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ب - تنظيم الوظيفة التسويقية: تعرف الوظيفة التسويقية بأنها مجموعة من الأنشطة المتخصصة ذات الطبيعة المتكاملة التي تتم تأديتها قبل وأثناء وبعد عملية التحريك المادي للسلع والخدمات من أماكن إنتاجها إلى أماكن استهلاكها ، والتي يمكن أن تؤدي من قبل المسير نفسه أو تستند إلى واحدة أو أكثر من الأفراد العاملين أو منشآت التسويق المتخصص¹⁹ .

يقاس هذا المتغير من خلال وجود قسم تسويقي خاص داخل الهيكل التنظيمي ، المستوى التعليمي للمسؤول على هذه الوظيفة ، تكوين المستخدمين في ميدان التسويق ، البحث عن المعلومة من خلال انجاز دراسة السوق. حيث تقاس أهميتها من خلال عدد المستخدمين الناشطين فيها ، وتأثير هذه الوظيفة على اتخاذ القرارات التسويقية.

ج - متغيرات المزيج التسويقي: لما كان الغرض الرئيسي من التسويق هو تحقيق مستويات أعلى من الإشباع لحاجات ورغبات جمهور مستهدف من المستهلكين فإن صياغة المزيج التسويقي المناسب يجب أن يتم في الإطار الذي يحقق هذا الهدف ويتلاءم مع طبيعة وخصائص السلع والخدمات التي سيتم تسويقها.

وحسب Kotler فالمزيج التسويقي هو مجموعة أدوات تمتلكها المؤسسة من أجل تحقيق أهدافها في الأسواق المستهدفة²⁰ . وفي هذه الدراسة سنعمد على المزيج الكلاسيكي الذي جاء به Mac Carty والمتمثل في المتغيرات الأربعة الأساسية المنتج، السعر، الترويج والتوزيع والتي أطلق عليها مصطلح "4P" لأنها كلها تبدأ بالحرف "P" (Product, Price, Place, Promotion).

وسنوضح هنا أن المؤشرات المتعلقة بالمحالات ذات الدلالة المستخرجة من تحليل معطيات الدراسة كما يلي:

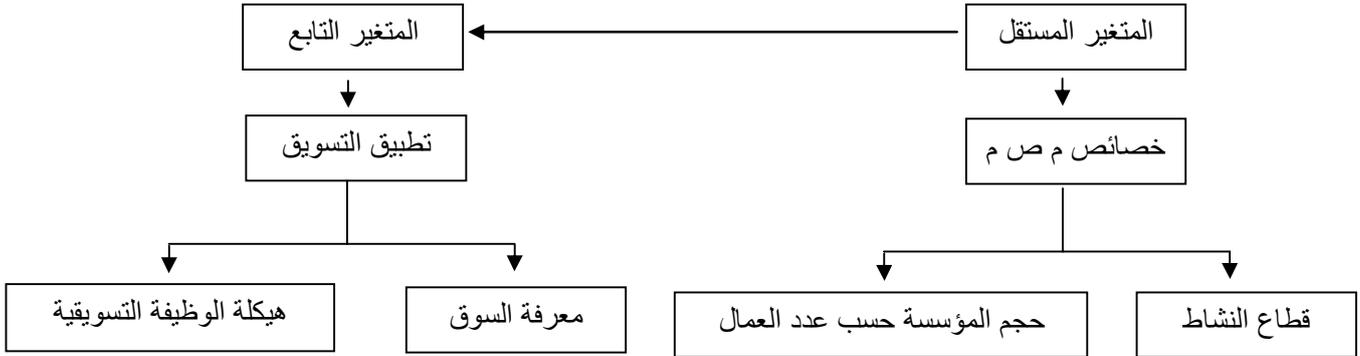
- المنتج بفتح التاء يقاس بوجود إستراتيجية تميز . - السعر يقاس بإستراتيجية القشط أو التغلغل.
- التوزيع يقاس بإستراتيجية توزيع غزيرة أو انتقائية . - الاتصال يقاس باختيار أو استعمال وسائل أو أدوات الاتصال .
- خصائص المؤسسة: يتعلق الأمر بالمؤشرات التي تسمح بتحديد وتمييز المؤسسة، حيث اخترنا حجم المؤسسة ، قطاع النشاط ورقم الأعمال، في حين أن اختيار الحجم غالباً ما يكون قابلاً للنقاش ولكن نعتبر أن للمؤسسة أهداف ذات أبعاد تقاس نتائجها انطلاقاً من مؤشرات الحجم.

3-2- أنموذج الدراسة

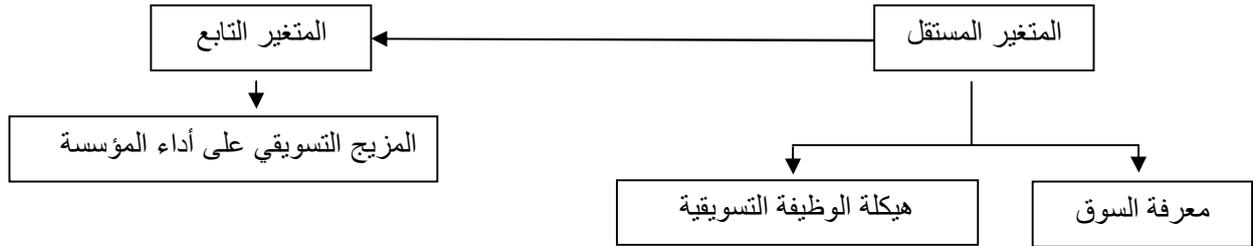
بناء على مشكلة الدراسة وفرضياتها وأهدافها وطبيعتها تم اعتماد النموذج المقترح في الشكل ② الآتي:

شكل ②: نموذج الدراسة

لقياس واقع التسويق في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة



لقياس تطبيق التسويق في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة



المصدر : من إعداد الباحث

3-3- نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

شملت الدراسة أكثر من 44% من المؤسسات النشطة في الصناعات الغذائية، ويأتي بعدها كل من قطاع الخشب والورق ، الفنادق والإطعام ، الصناعات النسيجية بنسب 23.19% ، 23.19% ، 8.78% ، على الترتيب ، كما نشير إلى أن أغلب المؤسسات المدروسة رفضوا إعطاء رقم الأعمال للسنوات الثلاثة الماضية وكانت أهم النتائج المتحصل عليها في :

أ- **معرفة السوق:** أظهرت نتائج الدراسة أن 86.9% من المؤسسات تربطهم علاقات بزبائنهم و 54.3% يهتمهم تحديد منافسيهم كما أظهرت أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تركز اهتمامها على الزبائن الحاليين أكثر مما تهتم بالزبائن المحتملين الذين يمكن جذبهم بل كان كل التركيز على إستراتيجية ولاء متعلقة بالزبائن الحاليين ، وبلغت الأرقام فإن 87.2% من المؤسسات محل الدراسة أثبتت تطبيقها لإستراتيجية الولاء مقابل 11% لانتهاجها إستراتيجية جذب زبائن جدد . ولم تكن هذه الإستراتيجيات وليدة الصدفة بل كانت نتاج الوسائل المتواضعة التي يملكها هذا النوع من المؤسسات وكذا نتيجة ضعف العرض . وصفوة الحديث أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة تعتمد على مقارنة مبنية على علاقة خاصة مع الزبون أي تسويق بالعلاقات.

ب- تنظيم الوظيفة التسويقية: فيما يخص الوظيفة التسويقية يمكن ملاحظة أنها تقع في أغلب الأحيان تحت السلطة المباشرة للمدير العام. وسمحت لنا نتائج الدراسة أيضا بالقول أن الوظيفة التسويقية غير مسيرة على النحو الصحيح لأنها لا توكل لأشخاص أكفاء فالنتائج أظهرت أن 8% فقط من المسؤولين التجاريين يملكون مستوى بكالوريا + 4 ، و 23% يملكون مستوى بكالوريا في حين أن ما يقارب 69.8% من المستخدمين لم يزاولوا تكويننا مستمرا في أي مجال. كما أكدت النتائج أن تنظيم الوظيفة التسويقية غير متطورة في هذه المؤسسات وغير متحركة فيها وتفتقر للهيكلية.

ج- متغيرات المزيج التسويقي: فيما يخص المزيج التسويقي نلاحظ أن كل متغيرات المزيج التسويقي مستعملة بينما لا تكون القرارات المتعلقة بها مبنية على دراسات مسبقة للسوق فنسبة 77.9% من المؤسسات موضوع الدراسة لم تنجز دراسات ولو عامة من أجل توجيه القرارات التسويقية .

3-3-1- اختبار فرضيات البحث

إن اختبار الفرضيات الخمس أعطى نتائج مبينة لاحقا بالاعتماد على كل من اختبار كاي² و تحليل الارتباط البسيط.

أ- خصائص المؤسسة ومعرفة السوق (الفرضية الأولى) :

إن المتغير التابع الذي ستناوله هذه الفرضية هو معرفة السوق التي تقاس بمعرفة المنافسين الثلاثة الأساسيين ومعرفة رقم الأعمال للمنافس الرئيسي الأساسي. المتغيرات التفسيرية هي قطاع النشاط وحجم المؤسسة .

قطاع النشاط ومعرفة السوق: خارج إطار معرفة رقم أعمال المنافس الرئيسي الذي يحمل معامل دلالة مقدر ب 0.328 أعطى اختبار كاي² بين قطاع النشاط ومعرفة السوق نتائج ذات دلالة إحصائية وأظهرت النتائج وجود علاقة بين معرفة المنافسين الثلاثة الأساسيين وقطاع النشاط كاي² مقدر ب 11.752 بمستوى دلالة مقدر ب 0.005.

حجم المؤسسة ومعرفة السوق: فيما يخص حجم المؤسسة و معرفة السوق لدينا كاي² بمعامل دلالة 0.004 بالنسبة لمعرفة المنافسين الأساسيين الثلاثة و 0.001 لمعرفة رقم أعمال أهم منافس. على الواقع أظهرت النتائج أنه كلما كانت المؤسسة أكثر حجما كلما كانت على علم بالمنافسين الأساسيين الثلاثة . عند معاينة نتائج اختبار كاي² والجداول المتقاطعة يمكن القول أن هناك علاقة بين خصائص المؤسسة ومعرفة السوق وعليه يمكن اعتبار الفرضية الأولى محققة.

شكل ③: اختبار كلي 2 بين قطاع النشاط ومعرفة السوق

مستوى الدلالة الإحصائية	قيمة كاي ² المحسوبة	
0.005	11.752	قطاع النشاط ومعرفة المنافسين الثلاثة الأساسيين
0.328	3.933	قطاع النشاط ومعرفة رقم أعمال أهم منافس

شكل ④: اختبار كاي 2 بين حجم المؤسسة ومعرفة السوق

مستوى الدلالة الإحصائية	قيمة كاي 2 المحسوبة	
0.004	19.376	حجم المؤسسة ومعرفة المنافسين الثلاثة الأساسيين
0.001	46.423	حجم المؤسسة ومعرفة رقم أعمال أهم منافس

ب- خصائص المؤسسة وتنظيم الوظيفة التسويقية (الفرضية الثانية) :

يتعلق الأمر بالتحقق من وجود علاقة محتملة بين خصائص المؤسسة والوظيفة التسويقية . أظهر نتائج

كاي² انطلاقاً من الجداول المتقاطعة عن وجود علاقة بين خصائص المؤسسة وتنظيم الوظيفة التسويقية حيث تبين أن تنظيم الوظيفة التسويقية مهيكله وذات تنظيم أكثر في قطاع الخدمات الممثل في الفنادق والإطعام وأن قطاع الصناعات الغذائية لا يقوم بأي دراسات للسوق حسب المؤشرات المعتمدة والجداول (⑤)، (⑥) الموالين يلخصان النتائج.

شكل ⑤: اختبار كاي 2 بين قطاع النشاط وهيكله الوظيفة التسويقية

مستوى الدلالة الإحصائية	قيمة كاي 2 المحسوبة	
0.002	17.272	قطاع النشاط والوظيفة التسويقية
0.024	12.723	قطاع النشاط والمشاركة في التكوينات
0.001	17.623	قطاع النشاط والبحث عن المعلومات عن القطاع
0.000	17.972	قطاع النشاط والقيام بدراسات السوق

شكل ⑥: اختبار كاي 2 بين حجم المؤسسة وهيكله الوظيفة التسويقية

مستوى الدلالة الإحصائية	قيمة كاي 2 المحسوبة	
0.003	17.622	حجم المؤسسة والوظيفة التسويقية
0.025	15.013	حجم المؤسسة والمشاركة في التكوينات
0.001	29.042	حجم المؤسسة والبحث عن المعلومات عن القطاع
0.000	35.103	حجم المؤسسة والقيام بدراسات السوق

ج- معرفة الأسواق والمزيج التسويقي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (الفرضية الثالثة) :

إن المتغير التابع الذي سنتناوله في الفرضية الثالثة هو المزيج التسويقي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمتغير المستقل هو معرفة السوق. إن تأثير معرفة السوق على المزيج التسويقي محققة عن طريق وجود روابط بين كل متغير من المزيج التسويقي و معرفة السوق . فيما يتعلق بالمزيج التسويقي فمؤشر المنتج يتمثل في إستراتيجية التميز ومؤشر السعر يتمثل في إستراتيجية التلغل، مؤشر التوزيع يتمثل في إستراتيجية الانتقاء في حين يتمثل مؤشر الترويج في إستراتيجية تعديل المزيج الترويجي . أظهرت نتائج

معامل الارتباط أنه لا توجد علاقة بين المتغير المستقل والتابع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في العينة موضوع الدراسة ، هذه النتائج تؤكد الفرضية الثالثة.

ومع ذلك معامل الارتباط بيرسن أظهر وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معرفة رقم أعمال أهم منافس وإستراتيجية التسعير بقيمة احتمالية 0.004 و أقل من مستوى الدلالة 0.05 . نجد أيضا نتيجة جيدة متمثلة في وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رقم أعمال أهم منافس وإستراتيجية الاتصال بقيمة احتمالية 0.003 .

د- تنظيم الوظيفة التسويقية والمزيج التسويقي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (الفرضية الرابعة) :

فيما يتعلق بوجود علاقة بين تنظيم الوظيفة التسويقية والمزيج التسويقي أظهر معامل الارتباط بيرسن عدم وجود علاقة بين المتغيرات . وهكذا أعطت تقريبا مجموع التقاطعات بين المؤشرات الوظيفة التسويقية ومتغيرات المزيج التسويقي قيم احتمالية أكبر من مستوى الدلالة 0.05 . ومع ذلك توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بقيمة احتمالية قدرها 0.001 بين إنجاز دراسة الأسواق وإستراتيجية التسعير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وبناء على هذه النتائج تكون الفرضية الرابعة قد تحققت.

بصورة عامة نستطيع القول أن القرارات التسويقية لم تؤخذ بدلالة المعرفة المسبقة للأسواق وتنظيم الوظيفة التسويقية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هذه القرارات يمكن أن تتخذ تبعا لانشغالات المدير العام أو المالك المسير للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة . هذا السلوك يمكن تفسيره على اعتبار أن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مقاربة مباشرة لتسويق العملي وهذا ما يسمح لها بأن يكون لها تحكم جيد في الزبون ورغم الطابع البدائي وغير المتطور للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلا أنها تملك القدرة على تبني تسويق بالعلاقات مع الزبون.

أظهرت نتائج هذه الدراسة أن غالبية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا تتبنى المفاهيم التسويقية كما وردت في أدبيات التسويق وكل القرارات مرتبطة بشخص واحد والذي هو المدير العام أو المالك المسير غالبا.

هـ- تأثير تطبيقات التسويق على أداء المؤسسة (الفرضية الخامسة) :

نحاول هنا أن نرى تأثير تطبيقات التسويق على نمو وتطور المؤسسة باستعمال مؤشرات النمو، عدد العمال (زيادة عدد العمال من سنة لأخرى مؤشر ذو دلالة كبيرة على نمو المؤسسة) ورقم الأعمال لاختبار هذه الفرضية اعتمدنا على تحليل الارتباط .

تحليل معامل الارتباط بيرسن أثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيقات التسويق وحجم المؤسسة . وهكذا فإن إنجاز دراسة السوق وتطبيق المفهوم الحديث للتسويق حيث المستهلك هو حجر الزاوية في كل العملية التسويقية من شأنه تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة ، وهذا ما أظهرته قيم F بمعامل دلالة 0.001 ، 0.000 ، 0.022 ، 0.043 للمزيج التسويقي "إستراتيجية المنتج" و "إستراتيجية الترويج" و "إستراتيجية التوزيع" و "إستراتيجية التسعير" على الترتيب . عموما نستطيع أن نجزم بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيقات التسويق وحجم المؤسسة.

أثبتت الجداول المتقاطعة للمتغيرات أن كلما طبقت المؤسسة المفهوم الحديث للتسويق كلما سجلت زيادة في حجمها . فيما يخص إنجاز دراسة السوق وإدراك مسيري هذه المؤسسات لتطبيق حقيقي للتسويق أثبتت النتائج أنه كلما ارتبطت وضعية المؤسسة بهذه المتغيرات كلما زاد حجمها . كما بينت النتائج أيضا أنه كلما استعملت المؤسسة إستراتيجية القشط كلما سجلت نموا وزيادة على مستوى حجمها كما هو الحال أيضا بالنسبة لإستراتيجية التوزيع فكلما تبنت المؤسسة توزيعا انتقائيا كلما كبر حجمها.

نلاحظ أنه فيما يتعلق برقم الأعمال، كل تطبيقات التسويق ليس له تأثير ذو دلالة إحصائية وهكذا فإن 8 مؤشرات لقياس تطبيقات التسويق 5 لها دلالة F أكبر من 5% في حين أن نتائج المؤشرات الباقية تبقى مقبولة وتحمل دلالة مقدره ب : 0.01-0.02 شكل (8)

شكل 8: تحليل التباين بين تطبيق التسويق ورقم الأعمال

المؤشرات	قيمة F	مستوى الدلالة
هل يوجد قسم خاص للتسويق في مؤسستكم؟	3.34	0.09
هل تقومون بدراسة للسوق؟	3.01	0.07
بالنسبة إليكم هل يطبق التسويق في مؤسستكم؟	1.87	0.23
هل تعتمدون على إستراتيجية التميز في منتجاتكم؟	1.01	0.87
سياستكم التسعير هي التغلغل في السوق؟	4.03	0.01
ما هي إستراتيجية التوزيع التي تتبعونها؟	1.87	0.43
هل تفكرون في تعديل إستراتيجيتكم الاتصالية؟	3.87	0.02

أظهرت الجداول المتقاطعة أن كلما كان إنجاز دراسة للأسواق قليلا في المؤسسات الصغيرة كلما ارتفع رقم أعمالها ونستطيع تفسير هذه الوضعية باعتبار أن المؤسسة تصب اهتمامها على الزبائن الحاليين أكثر من البحث على زبائن محتملين أو جدد ، من هذه العلاقة المتميزة مع الزبون يضمن هذا النوع من المؤسسات استمراره وبقاءه. أظهر تحليل الجداول المتقاطعة أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تمارس إستراتيجية قشط السوق تحقق رقم أعمال أكبر من المؤسسات التي تعتمد على إستراتيجية التغلغل ، وهذا يسمح بربط العلاقة بين القدرة على تكيف العرض مع المتطلبات الخاصة للزبائن.

وبالمثل كلما عدلت المؤسسات إستراتيجية اتصالها كلما قل رقم أعمالها . نستطيع القول أن التسويق الكثيف ليس له أي تأثير على رقم أعمال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ومع ذلك نتساءل عما إذا كانت التطبيقات أو الممارسات التسويقية لا تبدأ إلا عند عتبة معينة . من ثم يظهر جليا تأثيرها على نمو وتطور المؤسسة.

إن النتائج المتحصل عليها لا تثبت ولا تنفي الفرضيات الخمس السابقة التي لها علاقة ذو دلالة على أداء المؤسسة. وعموماً يمكن اعتبار التسويق بالعلاقات هو الذي تتبناه جل هذه المؤسسات . أخيراً يمكن الجزم أنه لا يوجد تسويق بصفة غير التي أشرنا إليها. و نستطيع القول أن تطبيقات التسويق ضعيفة ومركزة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة موضوع الدراسة ، ضعيفة لكون التسويق غير معروف في اتجاهاته وخطواته الحديثة من طرف المسؤولين والمسيرين ، ومركز لأن كل القرارات متخذة من طرف شخص واحد هو المدير العام أو صاحب المشروع ، هؤلاء الذين أسسوا المشاريع وآمنوا بنجاحها .

الاستنتاجات والتوصيات

في المجال التطبيقي ، سمحت الدراسة الحالية بالحصول على معرفة دقيقة لواقع تطبيق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للتسويق. كما أثبتت الدراسة أن كل قرارات المؤسسة في المجال التسويقي أو في غيرها مركزة حول شخص المسير العام للمؤسسة ويعتمد هذا النوع من المؤسسات على التسويق بالعلاقات في العملية التسويقية وتفتقر إلى الطابع الرسمي في ممارستها التسويقية وهذا ما يظهر من خلال انعدام الخطة التسويقية السنوية.

في المجال النظري، يمكن القول أن هذا العمل يفتح المجال لأعمال أخرى في هذا الميدان ليس لإثبات ما توصلنا ولكن لتوسيع الأبحاث حول تطبيقات التسويق في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول النامية بصورة عامة وفي الجزائر بصفة خاصة لأن هذا النوع من المؤسسات أثبت نجاحاً كبيراً في العالم المتقدم وأولت له بعض الدول اهتماماً كبيراً من خلال منح مواقع الكترونية حكومية (رسمية) متخصصة في مجال التسويق في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وعلى سبيل المثال لا الحصر ففي فرنسا خصص الموقع : pme.orgwww.marketing لهذا الشأن . ويقف على تسيير هذا الموقع مختصون يتواصلون مع أصحاب المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من أجل تزويدهم بما يناسبهم من تقنيات وأدوات وحلول ... في مجال التسويق.

وهنا يجب البحث عن آليات لإعداد برامج للتدريب التسويقي لزيادة الوعي التسويقي لدى أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وللدور الذي يلعبه التسويق في تحقيق البقاء والربحية والاستمرار لمشاريعهم ، كما يجب أن يتضمن هذا التدريب مختلف الأنشطة التسويقية مثل دراسات السوق، تصميم المنتجات ، السعر، الترويج، التوزيع ومتابعة التغيرات البيئية المختلفة...

الهوامش

¹ - Pedro Carlos Oprime, L'amélioration de la compétitivité des petites et moyennes entreprises du Brésil par les groupements, thèse doctora, université de droit, d'économie et des sciences d'Aix Marseille III, 2001,p18.

² - Jean-Luc Hermann, L'applicabilité du concepte marketing en pme manufacturières : Mythe ou réalité? Web.hec/aire pme/images/file/1996/ZD20 Herrman.pdf.consulté le 07.08.2012

³ - Boukhalfa Khmnou, Faciliter l'accès des promoteurs au financement bancaire, Le garant bulletin d'information Edité par FGAR- n° 1 avril 2011, p18.

⁴ - علي الخضر وبيان حرب، إدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة ، منشورات جامعة دمشق، 2006، ص 123.

⁵ - Pedro Carlos Oprime, Opcit, p25

⁶ - إلهام فخري طميعة، تطوير إستراتيجيات تسويقية تنافسية تحقق البقاء والربحية والنمو للمشاريع الصناعية الصغيرة في

الأردن ، دكتوراه في التسويق ، الأردن، 2005، ص33.

⁷ - Hélène Claire, Le boulet, l'éco-conception, www.marketing pour pme. org, consulté le 10.7.2012.

8 - إلهام فخري طميلة، المرجع السابق، ص.ص 4-35.

9 - أمين عبد العزيز حسن، إستراتيجيات التسويق في القرن الحادي والعشرين، دار البقاء، القاهرة، 2001، ص 75.

10 - محمد سليم شكري سكيك، تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد السعودي ، رسالة ماجستير، جامعة الدول العربية، 2005، ص.ص 31-34

11 - إلهام فخري طميلة، مرجع سبق ذكره، ص36.

12 - علي الخضر وبيان حرب، مرجع سبق ذكره، ص 122.

¹³ - J-Lendrevie , et autres, Mercator, Dunad, 8^{ème} édition, Paris, 2006, p 12

¹⁴ - Philip Köhler et autres, Principes de marketing, Pearson, 8^{ème} édition, Paris, 2006, p.p 2-4

15 - ناجي معلا ورائف توفيق ، أصول التسويق مدخل تحليلي، دار وائل، عمان، 2010، ص 35.

16 - محمد سليم شكري سكيك، مرجع سبق ذكره، ص170.

17 - محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق ، دار الثقافة، الأردن ، الطبعة 2، 2008، ص 29.

18 - المرجع السابق، ص.ص 41-42.

19 - ناجي معلا ورائف توفيق ، مرجع سبق ذكره، ص 25.

²⁰ - Philip Köhler et autres, opcit, p12

دور مؤسسات التمويل المصغر في تنمية المناطق الريفية

سامية بلأغ

أستاذة محاضرة بكلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير

جامعة الجزائر3



ملخص:

مكافحة الفقر هو مصدر قلق عالمي لأكثر من عقد من الزمن. على هذا النحو ، فإن استراتيجية مكافحة الفقر في الجزائر ستضع آمال كبيرة على قطاع التمويل الأصغر خاصة في ظل انخفاض أسعار البترول وذلك من خلال تعزيز هذا القطاع بالقوانين والمؤسسات التي تعطي للفقراء فرصة زيادة الحصول على الموارد المالية اللازمة لتمكينها من القيام بأنشطة مدرة للدخل و/ أو لتحسين حصولهم على الخدمات الاجتماعية الأساسية . فتحسين الظروف المعيشية للسكان هو الهدف الرئيسي للحكومة التي استمرت لتنفيذ سلسلة من البرامج لمساندة انشاء المنشآت البالغة الصغر.

Résumé:

La lutte contre la pauvreté constitue une préoccupation nationale depuis plus d'une décennie. A ce titre, la stratégie de lutte contre la pauvreté en Algérie fonde un grand espoir sur le secteur de la microfinance _Surtout à la lumière de la baisse des prix pétroliers_ Il s'agit, par la promotion de ce secteur, de donner aux pauvres, un plus grand accès aux ressources financières afin de leur permettre de réaliser des activités génératrices de revenus et/ou d'améliorer leur accès aux services sociaux de base.

L'amélioration des conditions de vie des populations est une préoccupation essentielle pour le Gouvernement Algérien qui n'a cessé de mettre en œuvre une série de programmes visant à soutenir la création de très petites entreprises.

مقدمة

ما زال الفقر مشكلة ريفية بالدرجة الأولى وستظل أغلبية فقراء العالم تعيش في المناطق الريفية على امتداد عقود كثيرة قادمة ومن بين 1.4 مليار نسمة من الفقراء (يعرفون بأنهم من يعيشون على أقل من 1.25 دولار أمريكي يومياً) في عام 2005 م كان يعيش منهم ما يقرب من مليار نسمة (أي ما يقرب من 70 في المائة) في المناطق الريفية. فالحّد من الفقر الريفي ومواجهة تحديات الأمن الغذائي العالمي وبخاصة الحاجة إلى زيادة إنتاج الأغذية في العالم بما يعادل سبعين في المئة بحلول عام 2050 ومضاعفة الإنتاج في البلدان النامية بغية إطعام سكان العالم المتوقع أن يصل عددهم إلى تسعة مليارات نسمة، وفي ظل هذه الظروف وفي ظل ما يتميز به عالم الريف الواسع والمتنوع يمكن للتمويل الأصغر توفير الفرص الجديدة لملايين الفقراء في المناطق الريفية للخلاص من براثن الفقر، من خلال اعتماد السياسات الصحيحة المراعية للكفاءة الاقتصادية، وتشجيع الاستثمارات المساندة على الصعيد المحلي والوطني والعالمي، حيث تكمن أهمية هذا البحث في أهمية التمويل الأصغر في التخفيف من حدة الفقر في المناطق الريفية وفي تحقيق الأهداف الإنمائية للألفية تعني ضرورة بقائه أولوية عالية بالنسبة للحكومات والجهات المانحة خاصة في الجزائر، وكذا بالنسبة للأسر الريفية أيضاً.

ولا شك أنّ إعلان هيئة الأمم المتحدة عام 2005 م يعتبر بمثابة الاعتراف الذي يؤكد على أهمية التمويل الأصغر في تنمية منظومة المشروعات الصغيرة والمصغرة، من خلال استهداف القيود التي تستبعد الفقراء من المشاركة الكاملة في القطاع المالي، وأكد رؤساء الدول والحكومات على الحاجة الضرورية لتوفير الخدمات المالية، ولاسيما للفقراء من خلال التمويل الأصغر، وأشاروا إلى أهمية هذا الأخير بالنسبة للمشروعات متناهية الصغر وصغيرة الحجم والمتوسطة. من هنا يمكن طرح الإشكال التالي: إلى أي مدى يساهم التمويل الأصغر في تنمية المناطق الريفية؟

بالرغم من كل هذه الجهود المبذولة من أجل توفير التمويل الأصغر للمناطق الريفية إلا أنه هناك تحديات تواجه الجهات المانحة تقليدياً للتمويل الأصغر، من خلال مساواة التمويل الريفي بالائتمان الزراعي حيث ينظر إليه كجزء من المستلزمات الضرورية لتحقيق أهداف الإنتاج الزراعي أو الأهداف الأخرى للمشروع، وبالتالي يتم تقديم الائتمان على أساس العرض ولا يتم تحليل الطلب إلا بشكل سطحي، وغالبا ما يقدم الائتمان بأسعار فائدة مدعومة من خلال بنوك زراعية غير مستدامة أو وحدات تنفيذ المشروعات. ونقص التعاون فيما بين القطاعات. حيث لا توجد داخل الجهات المانحة حوافز كافية (مثل التوجيه من الإدارة والحوافز) لأخصائي القطاع المالي والأخصائيين الريفيين من أجل العمل سوياً، فنجد أن مشروعات التمويل الزراعي أو مشروعات التنمية الريفية التي تحوي مكونات التمويل يتم غالباً تصميمها وتنفيذها ومتابعتها بدون خبرات القطاع المالي. وتشعر الجهات المانحة بالإحباط من عدم توفر النماذج البديلة لنموذج الائتمان الرخيص الذي تقدمه بنوك التنمية الزراعية وغيرها من أنظمة الائتمان الزراعي الفاشلة، حيث إن التقنيات الجديدة للتمويل الأصغر لا تقدم حلولاً لجميع التحديات في المناطق الريفية، ونتيجة لذلك يتم إهمال التمويل الزراعي في العديد من الهيئات.

تهدف هذه الورقة البحثية إلى إظهار دور صناعة التمويل الأصغر والخدمات التي تقدمها تلك الصناعة للريفيين الفقراء حيث تضاعفت مؤسسات التمويل الأصغر منذ عام 1990 وهذا على الرغم من ارتفاع تكاليف المعاملات والمخاطر المرتبطة بتشغيلها في المناطق الريفية.

التمويل المصغر مفهوم يطلق على مترادفات كثيرة مثل التمويل متناهي الصغر، التمويل البالغ الصغر، ويشير مصطلح

التمويل الأصغر Microfinance إلى:

- ☞ توفير الخدمات المالية وهي في المقام الأول الائتمان، الأوعية الادخارية والتحويلات المالية التي تقدّم للعملاء الفقراء النشطين اقتصاديا وغير القادرين على الحصول على الخدمات التي تقدمها مؤسسات مالية رسمية خاصة في المناطق الريفية، وذلك بهدف التغلب على أحد المعوقات الرئيسية التي يواجهها الفقراء في جميع أنحاء العالم ألا وهي ندرة الفرص للحصول على قروض وعلى الخدمات المصرفية الأخرى والتي تقدم من خلال الأنظمة المصرفية الرسمية (1).
- ☞ تقديم خدمات مالية رسمية للفقراء وذوي الدخل المنخفض وكذلك غيرهم ممن يتم إقصاؤهم على نحو ممنهج من النظام المالي، فالتمويل الأصغر لا يشمل فحسب طائفة من المنتجات الإئتمانية (لغرض ممارسة الأعمال، وتسهيل الإستهلاك، وتمويل الإلتزامات الاجتماعية، ومواجهة الطوارئ.. إلخ)، بل أيضا الإدخار وتحويل الأموال والتأمين (2).
- ☞ تقديم الخدمات المصرفية للأفراد المستبعدين من النظام المالي، إلى جانب توفير التمويل لمنشآت الأعمال البالغة الصغر (التي تشغل اقل من 10 موظفين)، ويمكن ان يشمل كذلك قروض الإسكان والقروض الإستهلاكية بل والتأمين أيضا.
- ☞ هو سلفة يتم تسديدها على مدى 12 إلى 60 شهرا (من سنة إلى خمس سنوات) موجهة للمشاريع الإنتاجية والخدمائية أو النشاطات التجارية التي لا تتعدى كلفتها 1.000.000 دج، تمكّن من اقتناء عتاد صغير ومواد أولية للانطلاق في النشاط وتغطية المصاريف الأولية لممارسة نشاط أو مهنة ما (*).
- وقد بلغ عدد منشآت البالغة الصغر في الجزائر والتي تشغل أقل من 10 موظفين 148725 مؤسسة تضم 221975 وظيفة مسجلة رسميا.

ضمن هذا المنظور فإنّ مصطلح التمويل الأصغر يتضمن أربعة جوانب مهمة:

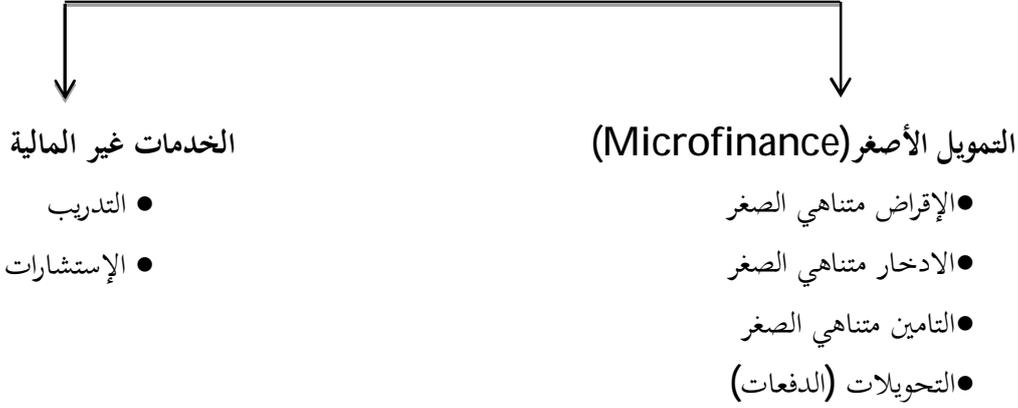
- ✓ القرض الأصغر في العادة أصغر من أي قرض مصرفي تقليدي، وإن لم يكن هناك اتفاق عام على حده الأقصى.
 - ✓ ليس للقرض الأصغر في العادة رهن أو له رهن غير تقليدي (لا يغطي في الغالب خسارة المقرض في حالة التوقف عن الدفع).
 - ✓ المقرض في العادة يعمل لحسابه الخاص أو يعمل في منشأة غير رسمية (أي لا يحصل على راتب من منشأة رسمية).
 - ✓ المقرض يستخدم في العادة منهجية الإقراض الأصغر الموضحة أدناه.
- وتنطوي منهجية التمويل الأصغر على معظم وليس بالضرورة كل ما يلي:
- ✓ الإتصال الشخصي بين الجهة المقرضة والمقرض.
 - ✓ الإقراض الجماعي أو الفردي بناء على تحليل التدفقات النقدية للمقرض (أو أسرته المعيشية) مقابل تسجيل نقاط وتصنيف المقرض.
 - ✓ توضيح مفاده أن المقرضين الذين يسددون قروضهم بأمانة وإخلاص سيتاح لهم الوصول الفوري للقروض التالية.
 - ✓ شرط "الإدخار الإجمالي" الذي يتعين الوفاء به من جانب المقرض قبل الحصول على القرض لإظهار رغبة المقرض في السداد وقدرته على ذلك، أو تقديم "ضمان نقدي" جزئي للقرض، أو كليهما. (الإدخار الإجمالي يشار إليه أيضاً باعتبارها ادخارا قسريا أو إلزاميا أو كضمان للمؤسسة المقرضة).

ويجب التفرقة بين الإقراض متناهي الصغر والتمويل متناهي الصغر أو الأصغر، فالإقراض متناهي الصغر جزءا من قطاع التمويل متناهي الصغر أو المسمى الأصغر. فالإقراض متناهي الصغر يتضمن منح خدمات الإقراض إلى أصحاب المشاريع ذوي الدخل المتدني، بينما يتضمن التمويل متناهي الصغر الإقراض، التوفير إضافة إلى الخدمات المالية الأخرى مثل التأمين وتحويل

الأموال. فقد أثبتت الأدلة على أن التوفير للفقراء هو في نفس درجة أهمية الاقتراض وبدل هذا على أهمية التمويل متناهي الصغر على اعتبار انه خليط من الخدمات المالية المختلفة كما يبينه الشكل التالي:

الشكل رقم 1: المشاريع المتناهية الصغر

تطوير المشاريع بالغة (أو متناهية) الصغر



المصدر: من اعداد الباحثة انطلاقاً من الشرح اعلاه.

فمن ضمن النماذج المبتكرة في التمويل الأصغر تلك الفكرة الرائدة لبنك الفقراء والذي اسسه البروفيسور محمد يونس بينغلاش في سبتمبر 1983م تحت اسم جرامين بنك "Grameen Bank" ويعني بنك القرية، ليكون بذلك اول بنك في العالم يقوم بتوفير رؤوس الأموال للفقراء فقط في صورة قروض بدون أية ضمانات مالية، ليقوموا بتأسيس مشاريعهم الخاصة (قامالبروفيسور محمد يونس أستاذ الاقتصاد في عام 1997 بإحدى الجامعات البنغلاديشية مع طلابه بزيارة ميدانية لقرية فقيرة في الريف البنغالي حيث قام باجراء حوار مع صانعة مقاعد خشبية مكسية بالزعف يتعلق بأحوالها المالية فأخبرته أنها حصلت على قرض من بنك تجارى لتشتري موادها الخام ولكن سعر الفائدة كان عاليا جدا للحد الذي كان يستحوذ على معظم الربح ويترك لها الفتات، عندها استدرك محمد يونس أنه لو توفر لهذه الصانعة الحصول على قرض بشروط أفضل لارتفع هامش ربحها ولتمكنت من النهوض اقتصاديا وبالتالي تحسن وضعها الاجتماعي)، وتوصل هذا البروفيسور أنّ هؤلاء هم زبائن ممتازين ويحققون نسب تسديد للديون تصل الى 98%. وبعد نجاح هذه التجربة ومع بداية عام 1985م بدا تطبيق الفكرة ليس فقط في الدول النامية ولكن ايضا في الدول المتقدمة.

وكذلك قام صندوق Financial Deepening Challenge التابع لوزارة التنمية البريطانية بتقديم منحة لجمعية بناء رأس المال (Equity Building Society-EBS) في كينيا لتعميم منتج الوحدات المصرفية المتنقلة بها، حيث تقوم وحدات البنك المتنقلة بزيارة المواقع الريفية مرة أو مرتين أسبوعياً / لتقدم للعملاء للزبائن في المناطق الريفية الصعبة مجموعة متنوعة من الخدمات المالية، مع التركيز على المدخرات. ولذلك فإنّ الطبيعة المرنة للمنحة وتحمل وزارة التنمية البريطانية لمخاطر الابتكار كانا عنصرين أساسيين للمؤسسة للمضي قدماً بهذا المنتج الجديد.

أما في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا، لايتلقى خدمات التمويل البالغ الصغر سوى 112000 عميل من اصل ما يزيد على 4.6 مليون عميل محتمل، كما يبينه الجدول رقم (01)، وهكذا فإنّ المعروض من التمويل البالغ الصغر في المنطقة يغطي 2% فقط من الطلب المحتمل (**)، وليس لدى الجزائر وايران وسوريا من أصل عشرة بلدان في المنطقة برامج كافية لتمويل بالغ الصغر. ومصر التي لديها أكبر أعداد المقترضين من برامج الإئتمان البالغ الصغر تصل خدماتها بالكاد الى 5% من سوقها

التقديرية للتمويل البالغ الصغر. ولدى الضفة الغربية وغزة، ولبنان حوالي 9800 و7100 مقترض حالي، مما يعتبر أعلى مستويات التغطية، إذ تصل خدمات التمويل البالغ الصغر الى 23% و17% من سوقيهما المحتملين. ويرجع ذلك بصورة أساسية لصغر حجم سوقيهما. ويغطي الأردن أقل من 7% من الطلب المحتمل، بينما يغطي المغرب واليمن أقل من 1.5% منه.

وتعاني أيضا برامج التمويل البالغ الصغر في المنطقة من فجوة كبيرة في التمويل، إذ تبلغ القروض البالغة الصغر القائمة (غير المسددة) حوالي 95 مليون دولار، بينما هناك حاجة الى 1.4 بليون دولار لتلبية الطلب على هذه القروض من أصل 4.6 مليون مقترض محتمل. ومن غير الواقعي التفكير في امكان سدّ هذه الفجوة من موارد الجهات المانحة أو الحكومات، وبالتالي يتعين استخدام الموارد المتاحة بمزيد من الكفاءة، كما يجب تشجيع القطاع الخاص في جعل هذه الجهود مريحة ومساعدة للفقراء من ناحية، وتخفيض الاعتماد على موارد الجهات المانحة والحكومات من ناحية أخرى.

الجدول رقم(01): فجوة التمويل في مجال التمويل البالغ الصغر في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا خلال الفترة(2000-2010)م.

الوحدة: الدولار الأمريكي.

البلد	عدد المقترضين المحتملين	عدد المقترضين الحاليين	التمويل البالغ الصغر المحتمل	التمويل البالغ الصغر الحالي	فجوة التمويل
مصر	1550.000	74635	425568000	54938000	370630000
الأردن	155.000	9697	74218650	20624000	53594650
لبنان	43.000	7111	43222740	6195000	37027740
المغرب	492.500	7385	19530000	994000	194036000
الضفة الغربية وغزة	43.000	9795	21810030	4640000	17170030
اليمن	650.000	1181	97383000	242000	97141000
تونس	122.500	2512	126720000	8432000	73590325
الجزائر	240.000	-	392023500	-	126720000
ايران	1.150.000	-	392023500	-	392023500
سوريا	203.000	-	75028800	-	75068800
المجموع الكلي	4.649.000	112.316	1.533.027.045	96.065.000	1.432.962.045

المصدر: متوفر على الموقع الإلكتروني: www.worldbank.org

هناك عدّة أطراف تشارك في تقديم خدمات التمويل الأصغر في الجزائر، منها هيئة البريد الجزائرية التي لديها شبكة فروع ضخمة تدير 7.1 مليون حساب بريدي جاري وتنجز أكثر من مليون معاملة يوميا، ويبدو أنّ معظم البنوك تفتقر إلى الأدوات الملائمة والرغبة الإستراتيجية لإختراق هذا السوق، كما تتوفر خدمات التمويل الأصغر عن طريق ثلاثة برامج حكومية لمساعدة منشآت الأعمال البالغة الصغر على بدأ النشاط، ومنظمة غير حكومية، وشبكة من شركات التمويل التعاوني.

● **هيئة البريد الجزائرية:** تعدّ هيئة البريد الجزائرية المؤسسة الوحيدة التي تقدّم خدمات التمويل الأصغر في الجزائر حاليا، فهي حالة فريدة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا من حيث ضخامة حجمها واتساع نطاق شبكة فروعها. نشأت هيئة البريد كمؤسسة حكومية في 14 فيفري 2002م لتقديم الخدمات البريدية والمالية، وهي نتاج إعادة هيكلة وزارة البريد

والإتصالات عقب صدور القانون 03-2000 في أوت 2002م(3)، وهي منفصلة عضويا ووظيفيا عن وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال التي تمثل السلطة الرقابية.

لم يمنح القانون السابق ذكره لهيئة البريد الجزائرية صلاحية تقديم قروض، ومع ذلك، يجوز للهيئة أن تتيح شبكة فروعها فروعها للبنوك أو شركات التمويل لتقديم خدماتها المتعلقة بالقروض من خلال الحسابات البريدية الجارية، واقامت كذلك شراكة مع البنك الوطني للتوفير والإحتياط، وتلقت إتصالات من شركات تمويل متخصصة في تقديم القروض الإستهلاكية.

● **منظمات غير حكومية:** يوجد نحو 15 منظمة غير حكومية كبيرة في القطاع الذي لا يهدف الى الربح في الجزائر، وقد اكتسبت إحداها، وهي جمعية التوزيع، خبرة معترف بها في هذا المجال، وأنشأت هذه الجمعية برنامجا لتمويل منشآت الأعمال البالغة الصغر، ويقوم تنظيمها حول أربعة أنشطة: قيادات الشباب، التنمية، والتدريب والبحث. وبلغ حجم محفظة القروض التي تسدد على أكثر من 10 سنوات ما يزيد على 445 قرضا، منح 36.6% منها للنساء، والحد الأقصى للقروض الممنوح من طرف هذه الجمعية لا يتعدى 350 ألف دينا(***):

● 69 قرضا متخلف السداد.

● 88 قرضا متنازعا عليه.

● 06 قروض أحيلت للقضاء للفصل فيها.

وأقامت هذه الجمعية شراكة مع منظمات أجنبية خاصة وعمامة وهي تعمل بالتعاون مع السلطات الجزائرية، أما شركاؤها الدوليون في هذا المجال: بنك **Crédit Coopératif** الفرنسي، ومؤسسة **SIDI** (مؤسسة التضامن الدولي من أجل التنمية والاستثمار).

● **البرامج الحكومية لتشجيع التمويل الأصغر:** ففي اطار مكافحة البطالة وتشجيع مؤسسات الأعمال الصغيرة في القطاع الخاص خاصة في المناطق الريفية، أنشأت الحكومة ثلاث برامج تديرها هيئات حكومية لمساندة مؤسسات الأعمال عند بدأ النشاط وتباين هذه البرامج حسب حجم القروض التي تقدمها، والسكان المستهدفين، والأهداف الإجتماعية التي تسعى الحكومة الى تحقيقها حيث تستهدف أنشطة الوكالة الوطنية لإدارة القروض الصغرى والهيئة الوطنية لتشغيل الشباب إستهدافا مباشرا بدء النشاط لمؤسسات الأعمال وتشجيع العمل الحر في حين أنّ صندوق التأمين الوطني ضد البطالة يستهدف مساعدة المتعطلين على إعادة الإنضمام إلى قوة العمل لكنها تستخدم جميعا أسلوب التنظيم ذاته.

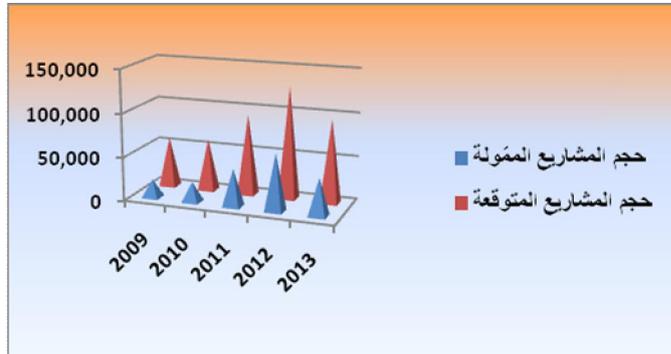
شاركت في هذه البرامج بعض البنوك الجزائرية الخاصة في الماضي أما اليوم فالقطاع الخاص لا يشارك فيها.

وتمثلت البرامج الحكومية لتشجيع التمويل الأصغر والتي تديرها هيئات حكومية فيمايلي:

I. الوكالة الوطنية لتشغيل الشباب (ANSEJ): تقدم الهيئة الوطنية لتشغيل الشباب المساندة المالية لمن تتراوح أعمارهم بين 19 سنة و35-40 سنة لبدء مشروعات متناهية الصغر، ويمكن أن يصل حجم الإستثمارات المؤهلة إلى 10 ملايين دينار، وهو ما يمكن تصنيفه بتمويل أصغر، ولدى الهيئة شبكة تتألف من 53 فرعا وقد وصل حجم المشاريع الممولة سنة 2013 الى 43039 سنة 2012 وصل الى 65 812، 2011 الى 42 832، سنة 2010 الى 22 641 سنة 2009 إلى 20

848 وهي أقل في جميع السنوات من تلك المشاريع التي كانت متوقعة على الترتيب: 96 233، 129 203، 92 682، 60 132، 57 812 كما يبينه الشكل التالي:

شكل رقم 01: حجم المشاريع الممولة من طرف الوكالة الوطنية لتشغيل الشباب خلال الفترة (2009م-2013م)



المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من معطيات متوفرة على العنوان الإلكتروني:
<http://www.ansej.org.dz/>

II. صندوق التأمين الوطني ضد البطالة (CNAC): في إطار مخطط دعم التنمية الاقتصادية وتطبيق برنامج رئيس الجمهورية (عبد العزيز بوتفليقة)، الخاص بمحاربة البطالة وعدم الاستقرار، عكف الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة، إنطلاقا من سنة 2004 أولويا (4)، على تنفيذ جهاز دعم إحداث النشاط لفائدة البطالين ذوي المشاريع البالغين ما بين خمسة وثلاثين (35) وخمسين (50) سنة، لغاية شهر جوان 2010. وذلك بإستثمارات مجموعها 5 ملايين دينار جزائري، ويشمل البرنامج نظام اقراض يتضمن منح قروض أولية بدون فائدة وقروض منخفضة الفائدة، وصندوقا مشتركا للتأمين على القروض ويغطي 70% من القروض التي تقدمها البنوك، إلى جانب توفير المساندة للمقترضين. ودخلت البنوك في نحو 3500 اتفاقية تمويل وفقا لشروط برنامج هذا الصندوق، حيث تم صرف أقل من 2000 قرض. يسعى الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (ص.و.ت.ب) إلى البحث في الساحة الإقتصادية-الإجتماعية على شراكة وطنية داخلية تستدرج تنسيق هيئات ومؤسسات وشركات متعددة.

ويظلّ التعاون الدولي الخارجي مستلزما لمطابقة التجارب وإثراء الخبرات الجزائرية المكتسبة في مجال التأمين عن البطالة مع مختلف الشركاء المتعاقدين المتمثلين في: بنك الفلاحة والتنمية الريف، بنك التنمية المحلية، بنك الجزائر الخارجي، البنك الوطني الجزائري، القرض الشعبي الجزائري.

III. الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر AGEM: تم إنشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22 جانفي 2004 المعدل. وممثلة على المستوى المحلي من خلال 49 تنسيقية ولائية موزعة عبر كافة أرجاء الوطن منها تنسيقيتين (02) بالجزائر العاصمة كما أن هذه الشبكة مدعمة بخلايا مرافقة متواجدة على مستوى الدوائر.

الوكالة سطرت برنامجا تمويل حوالي 140.000 مشروع خلال سنة 2015، وهذا البرنامج للسنة الجارية يهدف إلى "تعزيز حضور الوكالة على مستوى الولايات والدوائر وخاصة على مستوى الجنوب والهضاب العليا لا سيما بعد انشاء الولايات المنتدبة التي أعلن الوزير الأول، وستمس عمليات التمويل والمرافقة عدة قطاعات منها الصناعات التقليدية والنشاطات الفلاحية

وكذا الخدمات (مكاتب المحاماة والطب)... إلى جانب تمويل الشباب خريجي معاهد التكوين والتعليم المهنيين. وبخصوص الصعوبات التيواجهها الشباب في التمويل عن طريق البنك. وقامت الوكالة بتقليص آجال دراسة الملفات على مستوى لجان التأهيل التي تعدّ البنوك طرفا فيها وقد وصلت هذه المدة إلى أقل من شهرين.

نجد دور الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر لم تلعب الدور المنتظر منها في هذا المجال، فبالمقارنة مثلا مع المغرب نجد أن العدد الإجمالي للمستفيدين من القروض المصغرة وصل إلى أكثر من مليون ومائتي ألف مستفيد خلال سنة 2009. للإشارة قامت الوكالة بمرافقة 117 ألف مستفيد من القرض المصغر خلال 2014م من بينهم 62 بالمائة من المشاريع استفادت منها النساء الماكثات بالبيت فضلا عن استفادة خريجي الجامعات. فضلا عن المرافقة خارج الخدمة المالية من تكوين وتأطير قصد تعزيز قدرات المستفيدين لإنجاح مشاريعهم.

حددت الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر مختلف الشروط المتعلقة بالمساهمة الشخصية لأصحاب المشاريع من أجل الاستفادة من دعمها، والقروض بدون فائدة وكذا القروض البنكية، وفيما يتعلق بالمساهمة الشخصية حددت مستوياتها كما يلي(5):

- 5% من التكلفة الإجمالية للمشروع عندما يخصص الدعم لشراء العتاد الصغير والمواد الأولية اللازمة لانطلاق المشروع.

- 3% من التكلفة الإجمالية للمشروع في حالة ما إذا كان المستثمر حائزا على شهادة أو إذا أُنجز المشروع في منطقة خاصة ولا سيما في منطقة الجنوب والهضاب العليا.

- 10% من التكلفة الإجمالية للمشروع بالنسبة للاستثمارات التي لا تتعدى قيمتها 30 ألف دينار.

أما بالنسبة للقروض عديمة الفائدة فتمنح للاستثمارات التي تتعدى قيمتها 100 ألف دينار ويخصص في هذه الحالة لتكملة حصة المساهمة الشخصية، كما يمكن أن يخصص القرض بدون فائدة أيضا لتمويل اقتناء المواد الأولية التي لا تتعدى قيمتها 30 ألف دينار، أما المستويات القصوى له فقد حددت كما يلي:

- 5% من القيمة الإجمالية للعتاد الصغير والمواد الأولية التي تتعدى قيمتها مجتمعة مبلغ 100 ألف دينار ولا تتعدى 400 ألف دينار. ويمكن أن يصل ذلك المستوى إلى نسبة 27% عندما يكون المستفيد حاملا لشهادة معترف بها، أو عند الاستثمار في المناطق الخاصة السالفة الذكر.

- 90% من التكلفة الإجمالية للمواد الأولية التي تقل عن 30 ألف دينار.

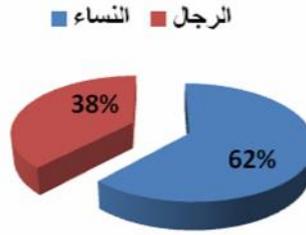
تمتد استفادة الشباب البطال أو محدود الدخل إضافة إلى القروض بدون فائدة، إلى قرض بنكي يمنح من طرف القطاع البنكي، المساعدة التقنية، المرافقة والمتابعة، وحددت الوكالة الوطنية لتسيير القرض وفقا للشروط الخاصة بمنح الائتمان المصغر قيمته كما يلي:

- 95% من التكلفة الإجمالية للنشاط عندما تتعدى هذه التكلفة 50 ألف دينار، ولا تزيد عن 100 ألف دينار، وترفع تلك النسبة إلى 97% في الحالات الخاصة السالفة الذكر.

- 70% من التكلفة الإجمالية للنشاط عندما تفوق قيمته 100 ألف دينار ولا تتعدى 400 ألف دينار.

أما فيما يخص امتياز تخفيض نسب الفوائد على القروض البنكية الممنوحة في إطار القرض المصغر، فإن نسبة التخفيض تعادل 80% من المعدل المدين المطبق من طرف البنوك، مع رفعه إلى نسبة 90% في المناطق الخاصة.

الشكل رقم(03):نسبة القرض المصغر الممنوح منذ انشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر الى غاية 2015.03.31م



المصدر:الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر متوفر على العنوان الإلكتروني:www.angem.dz

من خلال الشكل أعلاه يلاحظ أنّ 62% من القروض المقدمة من طرف الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر هي من نصيب النساء والتي بلغت الى غاية شهر مارس من سنة 2015م حدود 430 715 قرص وهي أقل من عدد القروض المقدمة للرجال والتي بلغت في نفس السنة 264 805 قرص. ما يفسر أن النساء الأكثر اهتمام بقروض شراء المواد الأولية من أجل شراء مواد النسيج والخياطة (صناعات تقليدية).

إن وجود التمويل الأصغر في حياة هذه النساء يساهم في التنمية الريفية المستدامة لأنه بدون التمكين الإقتصادي لا يمكن للنساء مواجهة الإيديولوجيات النوعية التي كانت لأمد طويل تطغى على محيطهن ما حدّ من أدائهن الإجمالي والاقتصادي وجعله يقتصر على الشؤون المنزلية.

الشكل رقم(04): توزيع القروض الممنوحة حسب قطاع النشاط منذ انشاء الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر الى غاية 2015.03.31م



المصدر:الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر متوفر على العنوان الإلكتروني:www.angem.dz

من خلال الشكل اعلاه نلاحظ اهم الأنشطة التي تمولها الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر والمتمثلة فيمايلي:

- الصناعة الصغير بنسبة 38% والمتمثلة في:

- الصناعة الغذائية: صناعة العجائن الغذائية، الكسكس، الخبز، حلويات عصرية وتقليدية، صناعة الشوكولاتة تحميص ورحي القهوة، تعليب السمك، تحميص وتغليف الفول السوداني.
- الألبسة: الألبسة الجاهزة، خياطة الملابس، نسج الملابس، الحياكة، صنع الأغذية المنزلية (عدة السرير، المطبخ المفروشات).
- الصناعة الجلدية: الأحذية التقليدية، الألبسة.
- الصناعة الخشبية: الأثاث، منتجات خشبية، صناعة السلال، الصناعة المعدنية، صناعة الأقفال، الحدادة.
- الزراعة بنسبة 15% والمتمثلة في إنتاج البذور، الفواكه والخضر (التجفيف والتخزين)، مشتملة الزهور ونباتات الزينة.
- الصناعة التقليدية بنسبة 17.5% والمتمثلة في النسيج والزراحي التقليدية، خياطة الملابس التقليدية، الطراز التقليدي، الرسم على الحرير والقטיפيعة والزجاج، أدوات الزينة، الفخار، المنتجات المصنوعة بالزجاج، النقش على الخشب.
- الخدمات بنسبة 20.91% والمتمثلة في الإعلام الآلي، الحلاقة والتجميل، الأكل السريع، تصليح السيارات ومختلف التجهيزات.
- المباني والأشغال العمومية بنسبة 8.42% والمتمثلة في أشغال البناء، أعمال متعلقة بالمباني: الكهرباء، الدهن، السباكة، النجارة، صناعة حجر البناء. هذا القطاع استحوذ على حصة الأسد من القروض التي تقدمها الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.

خاتمة:

- ☞ انخيار للقدرة الشرائية في السنوات القليلة القادمة يمكن أن يصل إلى 30 و 50 بالمائة نتيجة انهيار اسعار البترول وهذا يضرب الطبقات الأكثر فقرا على المدى القصير، ونتيجة لشح الموارد سينخفض حجم التمويل المصغر في الجزائر.
- ☞ بلغ عدد منشآت البالغة الصغر في الجزائر والتي تشغل أقل من 10 موظفين 148725 مؤسسة تضم 221975 وظيفة مسجلة رسميا.
- ☞ الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر لم تلعب الدور المنتظر منها، فبالمقارنة مثلا مع المغرب نجد أن العدد الإجمالي للمستفيدين من القروض المصغرة وصل إلى أكثر من مليون ومائتي ألف مستفيد خلال سنة 2009.
- ☞ يتطلب العمل وقتاً مع الريفيين الفقراء لدجهم في الخدمات المالية الرئيسية لاكتساب عادات الادخار والسداد والتدريب على فهم الخدمات المالية وتخطيط المدخرات وبناء مسار يمكنهم من التحول عن تلقي المنح أو المعونة الغذائية نحو تكوين علاقة مستقلة مع مقدمي الخدمات المالية ويشكل ذلك كله تحديات كبيرة أمام مؤسسات التمويل الأصغر.
- ☞ ضعف القدرة المؤسسية لمقدمي التمويل الريفي المرتبطة بالعدد المحدود للأفراد المتعاملين المدربين في المجتمعات الريفية الصغيرة
- ☞ المخاطر المرتبطة بالزراعة (مثل: الجفاف أو هطول الأمطار المتغير، والآفات والأمراض، وتقلبات الأسعار، وضعف الخدمات الإرشادية للمزارعين الصغار وعدم قدرتهم على الحصول على المستلزمات الزراعية والوصول للأسواق).

الهوامش:

- (1) - عبده سعيد إسماعيل، "أدبيات التمويل الصغير - عرض ونقد"، سلسلة حوار الأربعاء، مركز أبحاث الاقتصاد الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2008/03/12، ص 4.

- (2) - المجموعة الإستشارية لمساعدة الفقراء CGAP، البنك الدولي، " دليل التنظيم والإشراف للتمويل الأصغر الإرشادات المتفق عليها"، أكتوبر 2012، ص5.
- (*) - الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر Angem .
- (**) - تمّ قياس الطلب المحتمل على أنه عدد الأشخاص الذين يريدون الحصول على ائتمانات بالغة الصغر والمستعدين والقادرين على سداد أقساط قروضهم.
- (3) - هيئة البريد الجزائرية متاح على الموقع الإلكتروني: <http://www.poste.dz>
- (***) - أقصى أجل للقروض 24 شهرا مع فترة تأخر تبلغ 03 أشهر.
- (4) - المرسوم التنفيذي رقم 03-514 الصادر في 30 ديسمبر 2003 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-156 الصادر في 20 جوان 2010 الخاص بدعم إنشاء وتوسيع النشاطات من طرف الشباب المقاول الذين تتراوح أعمارهم بين 30 و50 سنة.
- (5) - المرسوم التنفيذي (04-14) الصادر في 22 جانفي 2004، محدد شروط الإعانة المقدمة للمستفيدين من القرض المصغر ومستواها.

المراجع:

- 1- حسين رحيم، أهمية اقامة نظام وطني للمعلومات الإقتصادية في دعم وتأهيل المؤسسات المتوسطة والصغيرة، حالة الجزائر، الملتقى الدولي المنظم من طرف جامعة شلف حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية 17 ، 18 أفريل 2006.
- 2- عبده سعيد إسماعيل، "أدبيات التمويل الصغير- عرض ونقد"، سلسلة حوار الأربعاء، مركز أبحاث الاقتصاد الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2008/03/12.
- 3- المجموعة الإستشارية لمساعدة الفقراء CGAP، البنك الدولي، " دليل التنظيم والإشراف للتمويل الأصغر الإرشادات المتفق عليها"، أكتوبر 2012م.
- 4- المرسوم التنفيذي رقم (03-514) الصادر في 30 ديسمبر 2003 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-156 الصادر في 20 جوان 2010 الخاص بدعم إنشاء وتوسيع النشاطات من طرف الشباب المقاول الذين تتراوح أعمارهم بين 30 و50 سنة.
- 5- المرسوم التنفيذي (04-15) الصادر في 22 جانفي، محدد شروط الإعانة المقدمة للمستفيدين من القرض المصغر ومستواها.
- 6- الموقع الإلكتروني للبنك العالمي: www.worldbank.org
- 7- الموقع الإلكتروني للوكالة الوطنية لتشغيل الشباب: <http://www.ansej.org.dz>
- 8- الموقع الإلكتروني لهيئة بريد الجزائر: <http://www.poste.dz>
- 9- الموقع الإلكتروني للوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر: www.angem.dz
- 10- VASQUEZ F, " L'avenir de la micro finance" FMI Bulletin 28 Mars 2005, Volume 34 N°5, 2005.
- 11- S. Boyé, J. Hajdenberg, C. Poursat, "Le guide de la Microfinance", Ed.d'Organisation, 2006.
- 12- Grégoire Chauvière-Le-Drian (AFD), "La Microfinance : un outil de développement appuyé par l'AFD", présentation ENSAE, mars 2008.

1. المقدمة

تحتل المعايير البيئية موقعا متميزا في الاتفاقيات الدولية المختلفة فقد أصبحت مراعاة وتطبيق هذه المعايير من أهم شروط التصدير للعديد من الأسواق العالمية، ومع ذلك فإن الكثير من المؤسسات وخاصة في الدول النامية لا تولي اهتماما كبيرا بنظم الإدارة البيئية وبكل ما يتعلق بحماية البيئة وحماية مواردها.

وذلك على الرغم من أن مراعاة الجوانب البيئية من طرف منظمات الأعمال تعد ركيزة أساسية لزيادة قدرتها التنافسية وتعظيم ربحيتها، من خلال ما تسهم به في القضاء على التلوث وتطوير الأداء البيئي، إضافة إلى التقليل من التكلفة وتخفيض معدلات الحوادث، فضلا عن زيادة كفاءة العاملين ورفع مستوى أدائهم، كما أن احترام البيئة والحفاظ عليها يحسن من سمعة المؤسسة وصورته وزيادة قدرتها على اكتساب أسواق جديدة و مستهلكين جدد.

في ظل هذه الاهتمامات المتزايدة بالبيئة والحفاظ على الموارد المختلفة فيها ظهرت مجموعة من المفاهيم الإدارية التي أصبحت تسخر لتحقيق هذا الهدف في منشآت الأعمال. من أهم هذه المفاهيم: المسؤولية الاجتماعية وتبرز أهمية هذا الطرح فيما جاء به من تضمين الدور الذي تقوم به الشركات في مجال التنمية المستدامة، وتحميلها -منشآت الأعمال- مهمة أساسية في التطور الاقتصادي الذي ينعكس مباشرة على المستوى الاجتماعي.

من خلال هذا البحث سنحاول في البداية التطرق بشيء من التفصيل للمفاهيم النظرية بخصوص كل من الإدارة البيئية والمسؤولية الاجتماعية، ثم التأكيد على أهمية الارتباط بينهما مع توضيح أن الاهتمام بالبيئة والحفاظ عليها جزء لا يتجزأ من المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال.

2. إشكالية الدراسة:

قد أصبح تبني نظم للإدارة البيئية أمرا ضروريا لضمان استمرارية المؤسسة وتحسين أدائها الاقتصادي وكذا الحفاظ على صورتها في المحيط الذي تتواجد فيه، كما أن الحفاظ على البيئة هو في المصلحة الاقتصادية للمنظمة الأعمال ذلك أن معظم عناصر انتاجها هي من البيئة. بالرغم من أن مفهوم التنمية المستدامة هو مفهوم يرتبط بالاقتصاد الكلي في حين أن المسؤولية الاجتماعية له علاقة مباشرة بالاقتصاد الجزئي لكن هناك علاقة تكاملية بين المفهومين و هذا الذي سيكون محور بحثنا، محاولين الإجابة عن الإشكالية الأساسية التالية:

فيما تتجسد المسؤولية الاجتماعية لمنشآت الأعمال لتحقيق التنمية المستدامة وفق نظام بيئي متكامل؟

يمكن تقسيم الاشكالية الرئيسية إلى تساؤلات فرعية تتمثل في:

- ما المقصود بنظم الادارة البيئية على مستوى منشآت الأعمال؟
- ما هي المسؤولية الاجتماعية للمنشآت؟ وكيف يتم قياسها؟
- كيف يتم تفعيل المسؤولية الاجتماعية في منشآت الأعمال ليكون لها دور في دعم نظم الادارة البيئية؟

3. أهداف الدراسة:

تتركز أهداف البحث فيما يلي:

- تأصيل المفاهيم الأساسية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.
- تبيان أهمية ممارسة المؤسسة لدورها الاجتماعي ليس اتجاه أصحاب المصالح فقط وإنما تجاه بيعتها على المستوى الدولي.

• توضيح كيفية دمج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة بشكل يجعلها تحقق الأهداف البيئية المرجوة منها، وتساهم في تحقيق التنمية المستدامة.

• دمج الاهتمامات الجزئية على مستوى المنشأة بالاهتمامات البيئية الدولية.

4. فرضيات الدراسة:

تعتبر المسؤولية الاجتماعية أداة مهمة بالنسبة للإدارة البيئية تساعد في تفعيل أهداف الإدارة البيئية فالاهتمام البيئي جزء لا يتجزأ من الالتزام الاجتماعي الذي يلقي على عاتق منظمات الأعمال.

5. منهجية البحث المستخدمة:

اعتمدنا بشكل أساسي على المنهج التحليلي الوصفي لأنه الأنسب في الدراسات المتعلقة بالعلوم الاجتماعية، حيث قمنا بجمع أكبر معلومات حول موضوع الدراسة و تحليلها تحليلاً دقيقاً للخروج بنتائج عن الظاهرة العلمية المدروسة.

6. خطة البحث:

للإجابة عن الإشكالية الرئيسية للبحث الأساسية تم تقسيم البحث إلى ما يلي:

- المبحث الأول: التأسيس النظري لمفهوم المسؤولية الاجتماعية؛
- المبحث الثاني: نظم الإدارة البيئية في منشآت الأعمال؛
- المبحث الثالث: المسؤولية الاجتماعية ودورها في تفعيل الإدارة البيئية وتحقيق التنمية المستدامة.

المبحث الأول: التأسيس النظري لمفهوم المسؤولية الاجتماعية

مع مطلع السبعينات من القرن الماضي بدأ مفهوم المسؤولية الاجتماعية يأخذ أبعاداً أكبر، حيث لم يعد الأمر يتعلق بالأنشطة التطوعية أو التبرعات بل تعداه ليصبح برامج وخطط استراتيجيات. وقبل حلول الألفية الثالثة أطلق الأمين العام السابق للأمم المتحدة كوفي عنان مبادرة تسعى إلى تفعيل دور الشركات في المجتمع والتي سميت بالاتفاق العالمي.¹

1. مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

وردت مؤشرات أهمية الأداء الاجتماعي منذ أوائل منذ أوائل العشرينات من القرن ال 20، حينما أوضح "Sheldon" على أن مسؤولية كل منظمة تتحدد من خلال أدائها الاجتماعي و المنفعة المحققة للمجتمع، ثم توالى أبحاث أخرى فقد أوصى المؤتمر المنعقد في جامعة كاليفورنيا عام 1972 تحت شعار "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال" بضرورة إلزام كافة المنظمات برعاية الجوانب الاجتماعية للبيئة و المساهمة في التنمية الاجتماعية و التخلي عن فلسفة تعظيم الربح كهدف وحيد.

و مع استجابة منظمات الأعمال لهذا الطرح الجديد وضع المشرع القانوني قواعد تضيي على هذه الأفكار سمة الإلزام للتأكيد على أن الالتزام بالأداء الاجتماعي لم يعد اختيار أمام المؤسسات إنما هو أمر ملزم إذا رغبت هذه المؤسسة في الاستمرار و عليه ظهرت دراسات الجمعية القومية للمحاسبين و جمعية المحاسبين الأمريكية و دراسات المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين للتأكيد على أهمية الإفصاح عن الأداء الاجتماعي، حيث اتجهوا لإرساء الأسس اللازمة لقياس فاعلية البرامج الاجتماعية لمنظمات الأعمال.

كانت هذه الاتجاهات هي المنطلق الأساس لنشر الوعي الاجتماعي في إطار المحيط الاقتصادي و المحاسبي في بقية دول العالم فقد طالب مجمع المحاسبين القانونيين بالانجلترا وويلز منظمات الأعمال بضرورة تضمين التقارير المالية نتائج الأداء

الاجتماعي، أما في فرنسا فقد نادى الجمعيات المحاسبية المهنية بضرورة إلزام المنظمات المهنية بالإفصاح عن أدائها الاجتماعي لمعرفة درجة الالتزام الاجتماعي عندها.

حفزت هذه الدراسات المفكرين في الوطن العربي، فظهرت عدة دراسات وكتب تشير إلى أهمية الأداء الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية من منظور متعدد.²

2. النظريات المفسرة للمسؤولية الاجتماعية:

اختلفت الأطر النظرية المفسرة للدور الاجتماعي للمؤسسة من اقتصادي لآخر ومن مدرسة إدارية لأخرى ومن نظرية لأخرى و لعل أهم تلك النظريات الممهدة للتأصيل العلمي والشرح الاصطلاحي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ما يلي:

1.2. النظرية النيوكلاسيكية: ممارسة المسؤولية لفائدة المساهمين ويسمى أيضا نموذج (sharholder)

بالنسبة "ميلتون فريدمان" (Milton Friedman) واقتصادي مدرسة شيكاغو، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة لا تمارس إلا من خلال تلك القرارات الموجهة لتحسين المردودية والربحية لفائدة المساهمين³، وأهم مبدأ تقوم عليه هذه النظرية: تعظيم قيمة المساهم هو الهدف الاجتماعي المناسب للمؤسسات لأنه يعادل أو يكافئ تعظيم الثروة الاجتماعية الجاري خلقها بواسطة المؤسسة⁴.

فالاعتقاد بأن تعظيم قيمة الأسهم هو الذي يخدم الصالح الاجتماعي العريض لأنه يعادل تعظيم القيمة الكلية للمنشأة بواسطة المؤسسة مشتق من نظرية المنشأة التي يتبناها منظرو التمويل والباحثون القانونيون في الثمانينات و تفهم فيها الشركة بأنها سلسلة مترابطة من العقود، حيث يذهب أنصار هذه النظرية إلى أن علاقات كل الأطراف المشاركة باستثناء علاقات المساهمين تحكمها عقود تحدد ما يجب أن يفعله كل طرف و ما ينبغي أن يحصل عليه في المقابل و دور المساهمين هو أن يكونوا "المطالب المتبقي" و إذا كانت مطالبات كل المشاركين الآخرين محمية تماما بواسطة العقد وفقا لمنطلق هذه النظرية فان تعظيم ما يتبقى للمساهمين يعادل تعظيم حجم الكعكة كلها⁵.

2.2 نموذج أصحاب المصالح (Stakeholders):

صاحب المصلحة هو كل طرف داخلي أو خارجي عن المؤسسة و مسؤول عن الإدارة الجيدة لهذه المؤسسة.

نظرية أصحاب المصالح تعتبر المؤسسة نتاج لعلاقات مختلفة بين مجموعة من أصحاب المصالح ليسوا فقط المساهمين، وإنما كل المهتمين بنشاطات و قرارات المؤسسة، و يمكن التمييز بين النوع الأول من أصحاب المصالح والذين لهم علاقة مباشرة بالنشاط الاقتصادي و لهم عقد ظاهر مع الشركة: المساهمون، المصارف، العاملون، الزبائن، الموردون.

والنوع الثاني من أصحاب المصالح (أصحاب المصلحة من الدرجة الثانية) أي الثانويون هم الذين لهم علاقة سواء طوعية أو لا مع المنشأة في إطار غير تعاقدية مثل الشركات غير المؤسسات و حماية البيئة⁶. الجدول رقم (1) يوضح أصحاب المصالح وأهم أهدافهم.

الجدول رقم(1): أصحاب المصالح في المؤسسة وأهدافهم

الأهداف	صاحب المصلحة
الإدارة العليا	الحاكمية، ثقافة المؤسسة، الاستراتيجيات، الكفاءة والأداء
المساهمون	الربح، قيمة السهم في البورصة
الزبائن	خصائص المنتج، نوعية الخدمة، ثقافة الزبون...
الحكومة	أمن المجتمع، السيادة، احترام القوانين، دفع الضرائب
المجتمع المحلي	الأثار البيئية و الاجتماعية، دفع الرسوم، المساهمة المالية...
العمال	الأجر، الأمن الوظيفي، ظروف العمل، الرضا الوظيفي...
الموردون	سعر و حجم الشراء، الاستمرارية، الشراكة...
البنوك	أنظمة الدفع و مرونتها، إمكانية الإقراض..
المستثمرون	معلومات حول السيولة و قابلية السداد...
شركات التأمين	مستوى التعاون مع المؤسسة في مجال التأمينات

المصدر: من إعداد الباحثة.

3.2 من نموذج أصحاب المصالح إلى المسؤولية الاجتماعية:

لنظرية أصحاب المصالح عدة محددات، فهي تعتبر الإطار المختصر والمحدد أو جزء من المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، فماذا عن أصحاب المصالح الأخرى التي لم تؤخذ بعين الاعتبار كالأجيال القادمة، ضحايا مرتقبين...؟! وماذا عن الأطراف ضعيفة التمثيل، هل يمكن أن نختصر المصلحة العامة في هذه المجموعة فقط؟ هذه الرؤية تسمى بالمسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصالح.

هذه النظرية قد يكون تطبيقها مناسباً من أجل التصدي للاهتمامات الاقتصادية و الاجتماعية للمؤسسة و لكن لا يمكن تطبيقها على المستوى الكلي للتنمية المستدامة، من هذا المنطلق ظهرت نظرية ظهرت نظرية جديدة التي تأخذ بعين الاعتبار السلع الدولية أي السلع الأساسية التي تضمن استمرار و إنتاجية المجتمعات البشرية مثلاً: إدارة النفايات...، باختصار ضمان الشروط الملائمة لحياة المجتمعات البشرية.

مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة يأخذ بعين الاعتبار المساهمة في الإنتاج والحفاظ على الموارد العالمية المشتركة، لكنه مع الأسف غير مطبق في نظريات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة.⁷

3. تعريف المسؤولية الاجتماعية

تعددت تعاريف المسؤولية الاجتماعية، نسوق منها ما يلي:

- عرف (Drucker) المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه.⁸
- عرفها (Holmes) هي التزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث، وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها.

• عرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية على أنها الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقيا والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع ككل.

• المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي طريقة عمل المؤسسة و التي من خلالها تدمج الاهتمامات و القضايا الاجتماعية و البيئية و الاقتصادية في صنع القرار و استراتيجيات و سياسات و قيم و ثقافة الشركة و العمليات و الأنشطة داخل الشركة بشفافية و محاسبة ليتم تطبيق أحسن الممارسات و تستخدم هذه المشاريع تسويقيا لتحسين صورة الشركة من خلال إضفاء الصبغة الأخلاقية عليها و زيادة مصداقيتها مما يؤدي إلى زيادة أرباحها و كخطوة هامة و منظمة أصبحت بعض المؤسسات الملتزمة أخلاقيا و اجتماعيا تتقيد بإعداد التقارير حسب المواصفات إلي تتعلق بالبيئة ايزو 14000 و المعايير العالمية للمساءلة الاجتماعية SA00013 و الدليل الاسترشادي لكتابة التقارير المستدامة.⁹

• تعرف موسوعة ويكيبيديا المسؤولية الاجتماعية بأنها المفهوم الذي تهتم بموجبه الشركات بمصالح المجتمع عن طريق الأخذ في الاعتبار تأثير نشاطاتها على المستهلكين، الموظفين، حملة الأسهم والمجتمعات والبيئة وذلك في كل أوجه عملياتها.

• يعرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية على أنها التزام أصحاب النشاطات الاقتصادية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع المجتمع المحلي بهدف تحسين مستوى معيشة السكان بأسلوب يخدم الاقتصاد و يخدم التنمية في آن واحد، كما أن الدور التنموي الذي يقوم به القطاع الخاص يجب أن يكون بمبادرة داخلية و قوة دفع ذاتية من داخل صناعات القرار في المؤسسة.

• المنظمة العالمية للمعايرة تعتبر المسؤولية الاجتماعية بأنها نشاطات للمنشأة لتحمل المسؤولية الناجمة عن أثر النشاطات التي تقوم بها على المجتمع و المحيط لتصبح نشاطاتها منسجمة مع منافع المجتمع و التنمية المستدامة ، تركز المسؤولية الاجتماعية على السلوك الاخلاقي، احترام القوانين والادوات الحكومية و تدمج مع النشاطات اليومية للمنشأة.¹⁰

4. حصر تعريف شامل للمسؤولية الاجتماعية:

يرجع غالبية الباحثين إلى أن المسؤولية الاجتماعية قد برزت نتيجة لردود الفعل التي اجتاحت العالم ضد العولمة، الأمر الذي دفع الشركات متعددة الجنسيات للبحث عن دور لها على المستوى الاجتماعي وخصوصا بعد تنامي ظاهرة الفقر نتيجة التطبيقات الصارمة لتحرير التجارة العالمية.

مفهوم المسؤولية الاجتماعية مفهوم متغير ودائم التطور وهو مرتبط بشكل عضوي بالتنمية المستدامة، حيث يوجب على الشركات بجانب البحث عن الثروة والربح الاهتمام بالبيئة والمشاركة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، كما يتوجب عليها كذلك العمل في إطار من الشفافية و المحاسبة، مراعاة أخلاقيات الأعمال وحقوق الموظفين والعمال، ومحاربة الفساد والمنافسة الشريفة، وتتعدى مسؤوليات الشركات المساهمة في الأعمال الخيرية لتشمل توفير آليات فاعلة للتصدي للتحديات الاجتماعية القائمة و محاولة إيجاد الحلول لديها، و توفير الدعم و المساندة من قبل إدارتها العليا و مجالس إدارتها من أجل التوصل إلى التنمية المستدامة في المجتمعات التي تعمل بها سواء على المستوى المحلي أو العالمي، وتحرص بعض الشركات الكبرى على إصدار ونشر تقرير عن التزامها وتنفيذها لمسؤولياتها الاجتماعية يترافق مع إصدار تقريرها السنوي.

كما أن قيام الشركات بدورها تجاه المسؤولية الاجتماعية يضمن إلى حد ما دعم جميع أفراد المجتمع لأهدافها ورسالتها التنموية والاعتراف بوجودها و المساهمة في إنجاح أهدافها وفقا لما خطط له مسبقا، علاوة على المساهمة في سد احتياجات المجتمع ومتطلباته الحياتية و المعيشية الضرورية، إضافة إلى خلق فرص عمل جديدة من خلال إقامة مشاريع خيرية واجتماعية ذات طابع تنموي.

فالمسؤولية الاجتماعية للشركات يتلخص مفهومها في أن كل منشأة عليها أن تتعامل مع جميع الأطراف من: مساهمين، مستثمرين، موظفين، عملاء، موردين، والمجتمع الذي تعمل في وسطه والبيئة بشكل مسؤول مبني على أسس أخلاقية ومبادئ وشفافية تعود على هذه الأطراف بالاجابية، بحيث تحقق النمو والحفاظ على الحقوق.

5. أهم المؤشرات التي تقيس الأداء الاجتماعي لمنظمات الأعمال:

هناك أربعة مؤشرات أساسية يتم من خلالها تقييم المسؤولية الاجتماعية:

● مؤشر الأداء الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة:

ويشمل جميع تكاليف الأداء بخلاف الأجر الأساسي الذي تقدمه المؤسسة للعاملين فيها بغض النظر عن مواقعهم التنظيمية أو نوع أو طبيعة أعمالهم و تقوم المؤسسة بالالتزام بتوفير كافة العوامل اللازمة لخلق وتعميق حالة الولاء وانتماء العاملين كالاتمام بحالتهم الصحية وتدريبهم وتحسين وضعهم الثقافي والاهتمام بمستقبلهم عند انتهاء فترة خدماتهم وما إلى ذلك.

● مؤشر الأداء الاجتماعي لحماية البيئة:

ويشمل كافة تكاليف الأداء الاجتماعي المضحي بها لحماية أفراد المجتمع المحيط الذي تعمل المؤسسة داخل نطاقه الجغرافي حيث تحاول جاهدة رد الأضرار عن البيئة المحيطة والمتولدة من أنشطتها الصناعية، وهذه تشمل على تكاليف حماية تلوث الهواء والبيئة البحرية والمزروعات والأعشاب الطبيعية وتلوث المياه وما إلى ذلك.

● مؤشر الأداء الاجتماعي للمجتمع:

ويتضمن كافة تكاليف الأداء التي تهدف إلى إسهامات المؤسسة في خدمة المجتمع مشتملة بذلك على التبرعات والمساهمات للمؤسسات التعليمية والثقافية والرياضية والخيرية ثم تكاليف الإسهامات في برامج التعليم والتدريب الاجتماعي ومشاريع التوعية الاجتماعية.

● مؤشر الأداء الاجتماعي لتطوير الإنتاج:

وتشمل كافة تكاليف الأداء التي تنصب في خدمة المستهلكين حيث تتضمن تكاليف الرقابة على جودة الانتاج وتكاليف البحث والتطوير ثم تكاليف ضمانات المتابعة ما بعد البيع وتدريب وتطوير العاملين وغيرها من الخدمات التي تحقق حالة الرضا عن المنافع المتأتية من المنتجات والخدمات المقدمة إلى المستهلكين.

المبحث الثاني: نظم الإدارة البيئية في المنشآت الاقتصادية

على الرغم من أهمية الإدارة البيئية كمفهوم إداري أساسي بالنسبة للشركات اليوم إلا أنه ما يزال لا يحظ بالاهتمام الكافي ولا بالتنظيم الإداري المناسب. سيتم التعرف على مفهوم الإدارة البيئية على مستوى الدولة وعلى مستوى منشآت الأعمال كما نتطرق لمفهوم التنمية المستدامة ذي العلاقة الوطيدة بالبيئة.

1. مفهوم الإدارة البيئية:

يعتبر مفهوم الإدارة البيئية امتداد لمفهوم الإدارة بمعناه العام وخاصة عند تطبيقه في مجالات معينة مثل الإنتاج، المال، البشر... الخ، وعند التنفيذ فهو يعتمد على أساليب الإدارة التقليدية: التخطيط، التنظيم، التوجيه، وذلك من خلال آليات مختلفة الأنواع والأشكال لتحقيق أهداف محددة وتقييم الأداء ثم تصحيح المسار.

وإشكاليات الإدارة البيئية يمكن طرحها على هيئة عدد من التساؤلات كما يلي:

• كيف نحدد "المرغوب" بيئياً؟

• ما المحددات (علمية، فنية، مالية، اجتماعية) التي يجري داخلها اختيار أدوات إدارة شؤون البيئة في مجتمع ما؟ و ما التركيبة

المثلى من هذه الأدوات؟

• ما الأهداف الممكنة التحقيق (الواقعية) لعملية الإدارة¹¹.

2. خطوات إدارة شؤون البيئة:

تتمثل في ما يلي:

أولاً: تجري عملية إدارة شؤون البيئة في سلسلة من الخطوات التي تتابع في تسلسل منطقي لتحقيق أهداف معينة في إطار سياسات و استراتيجيات تناسب ظروف كل منشأة أو مجتمع في وقت ما، و تتطور و تتعدل مع تطور أوضاعه و إمكاناته و مدى عمق إدراكه للمشكلة التي يتصدى نظام الإدارة لحلها.

ثانياً: نقطة البداية المنطقية في منظومة الإدارة هي إدراك المشكلة، و المشكلة في نظام إدارة البيئة هي السعي المتواصل لتحسين أحوال البيئة و علاج ما قد يكون أصابها من ضرر، حيث يتم تحديد القضايا البيئية التي يرى التركيز عليها و تحليلها تحليلاً دقيقاً لفهم طبيعتها و أسبابها و مدى خطورتها.

ثالثاً: عندما تتحدد المشكلة و أبعادها و أسبابها يتم الانتقال إلى إعداد الخطط لمواجهةتها في إطار تخطيط استراتيجي يحدد الأهداف طبقاً لترتيب الأولويات و الإمكانيات المتاحة للمجتمع.

رابعاً: هذه الخطة هي المدخل الرئيسي لدورة إدارة شؤون البيئة التي تسير في الخطوات الآتي:¹²

• تفعيل هذا التصور الاستراتيجي من خلال مجموعة من الأدوات التشريعية و القوانين .

• توفير الإطار المناسب لتطبيق هذه التشريعات، والذي يتمثل في التنظيمات و الهياكل اللازمة، ويتم من خلال هذه

التنظيمات تحديد المتطلبات و المعايير التي تحقق أهداف التخطيط الاستراتيجي وذلك من خلال حزمة من اللوائح التنفيذية و أساليب العمل والأوامر الإدارية، بل والأدوات الاقتصادية التي تساعد على تحقيق أهداف التشريع وعلى أن يتوفر لهذه التنظيمات الموارد المادية والبشرية اللازمة لتحقيق الأهداف ومع التحديد الأمثل لخطوط السلطة والمسؤولية ومراكز اتخاذ القرار و قنوات الاتصال الفعال.

• وضع مجموعة من الأدوات الإجرائية والاشتراطات الخاصة، مثل التراخيص الخاصة بأنشطة معينة في حالات معينة و

التشريعات و اللوائح و التراخيص تحدد تفصيلاً ما يفترض الالتزام به في الأنشطة المختلفة في كل مكان و كل وقت حفاظاً على أحوال البيئة طبقاً للإستراتيجية و الأهداف المقررة على المستوى الوطني ثم على مستوى الوحدات الإنتاجية.

• إعداد نظام رقابي يعمل على جمع البيانات وتحليلها وتقييم النتائج من خلال دورة استرجاع الأثر.

● فإذا تبين أن الالتزام المطلوب لم يتحقق، فيجب اتخاذ إجراءات إضافية لتحقيق الالتزام، أو للإلزام، ولا تعني هذه بالضرورة العقوبات بأنواعها بل تتدرج من تقديم المساعدة الفنية (و ربما المالية) لاتخاذ إجراءات تصحيحية مرورا بالتنبيه والإنذار، وصولا إلى العقوبات المتدرجة طبقا لطبيعية واقعة عدم الالتزام والضرر الناجم عنه .

● ضرورة مراجعة هذه الإجراءات وتحليل نتائجها و ما واجهها من صعوبات و ما يكشف عنه تطبيقها من قصور، تمهيدا لتعديل التشريعات والتنظيمات واللوائح تمهيدا لدورة جديدة في الإدارة تكون أفضل من سابقتها في تحقيق الهدف.

3. مستويات الإدارة البيئية:

هناك مستويين للإدارة البيئية تربط بينهما علاقة تبادلية، وهما الإدارة البيئية على مستوى المنشأة و لإدارة البيئية على مستوى الدولة، وأهداف المستوى الأول هي الالتزام بما يحدده المستوى الثاني من صفات لنشاطات المنشأة، وبالذات ما يخرج عنها إلى البيئة الخارجية من انبعاثات و تصريفات و مخلفات صلبة.

أهداف المستوى الثاني هي الحفاظ على بيئة صحية للإنسان ولكل مظاهر الحياة في المحيط الحيوي الذي يعيش فيه و العمل على التوازن البيئي وتحقيق الهدف الاستراتيجي للبيئة المستدامة.

1.3 الإدارة البيئية على مستوى الدولة:

الإدارة البيئية على مستوى الدولة تتطلب ما يلي:¹³

● البيئة ليست قطاعا رأسيا قائما بذاته على نحو ما هو مألوف في التنظيم الخطي في أغلب الأجهزة الحكومية، كما في النقل أو الاتصالات أو المياه أو الكهرباء، فقضايا البيئة تقطع عرضا في كل قطاعات التنظيم الرأسي.

● و من ثم إيجاد كيان مسؤول عن شؤون البيئة في الدولة (إنشاء وزارة مستقلة أو جهاز مثلا) لضمان التنسيق بين مختلف الأجهزة الرأسية لتحقيق الأهداف البيئية و تحقيق الالتزام من جميع الجهات المعنية بنشر الوعي البيئي و التي هي أقرب إلى طبيعة المشاكل البيئية، و لضمان فاعلية عملية الالتزام و بالتالي تحقيق التنسيق البيئي بين الأجهزة المعنية بالبيئة فانه لا بد من اعتبار العوامل التالية:

- وضع متطلبات يمكن الالتزام بها دون تعسف، من ناحية، أو ضرر للبيئة يمكن تلافيه، من ناحية أخرى.
- المرونة و الاستمرارية و التقدم بإصرار نحو الهدف، دون القفز فوق محددات الواقع، بما يسمح بالتكيف مع التحولات والتقلبات في النظام المؤسسي والمناخ السياسي السائد.
- إدخال أفكار حديثة في عملية وبرامج الالتزام، مثل تشجيع "الإنتاج الأنظف" أو الاتفاقيات المرحلية مع المنشآت المطلوب منها الالتزام.
- تنمية علاقات تعاون مع المطلوب منهم الالتزام.
- تنمية الرقابة الذاتية و ضمان تحقيقها بنزاهة وشفافية.

2.3 الإدارة البيئية على مستوى المنشأة:

هناك فرق في الوطن العربي بين منشأة القطاع العام أو المشترك (التي تملكها أو تساهم فيها الدولة) و بين المنشأة الخاصة، و القدر الأكبر من النشاط الاقتصادي في بلادنا، و على اختلاف أنظمتها السياسية و الاقتصادية هو في القطاع الأول. تهدف المنشأة الخاصة إلى تعظيم أرباحها في سوق تنافسية، في حدود ما تسمح به النظم والقوانين والتقاليد.

4. مفهوم الإدارة البيئية في منشآت الأعمال:

هي معالجة منهجية لرعاية البيئة في كل جوانب النشاط الاقتصادي في المجتمع، وأعمال هذه المعالجة هو أصلا عمل طوعي يأتي بمبادرة من قيادات المنشأة أو المؤسسة القائمة بهذا النشاط، وتناول القيادات للأمر لا يقتصر على التقييم النقدي لمزايا إقامة منظومة للإدارة البيئية، بل يندرج أيضا إلى النظر في المخاطر التي تتعرض لها المنشأة إذا لم يشمل الاهتمام للاعتبارات البيئية (الحوادث، القدرة على الحصول على التمويل اللازم، أو التنافس في السوق أو دخول أسواق جديدة).

ولعل أهم أدوات تحقيق هذا الدمج هي إقامة منظومات الإدارة و المحاسبة البيئية التي تعمل على تحسين الأداء البيئي طبقا لسياسة المنشأة البيئية و ما زال العمل يجري بجدية في المنظومة العالمية للمواصفات القياسية (ISO) في إطار المواصفة ايزو 14000 ، لتطوير أدوات أخرى أكثر تعقيدا و عمقا و أساليب مختلفة للتقييم البيئي.

ولقد تحمست دوائر الأعمال لتطوير هذه الأدوات إيمانا منها بفائدتها، إلا أن تطبيقها قد كشف عن الحاجة إلى وضوح أكثر في شأن مفاهيم نظم الإدارة البيئية و مفاهيم مراجعة النظم البيئية، كما كشف أيضا ونظرا للابتعاد عن الأداة التشريعية في تطبيق هذه المفاهيم عن مسالة ضمان التزام جميع الأطراف المتنافسة بنفس القواعد في التطبيق، الأمر الذي تتطلبه اتفاقيات التجارة الدولية الجديدة و المنظمة القائمة على تنظيم هذه الاتفاقيات (wto) وهذه المسألة التي انشغلت بها المنظمة العالمية للتوحيد القياسي في تطوير معايير لنظم الإدارة البيئية و مراجعتها و الأدوات الأخرى الجديدة التي تتدرج حول المغزى العريض لهذه المبادرة لتكون المعيار الدولي الذي تسير عليه كل المحاولات الوطنية لإقامة منظومات للإدارة و المراجعة البيئية.

5. أهمية منظومة الإدارة البيئية على مستوى الوحدة الإنتاجية:

هناك أسباب مهمة تدفع المنشآت الصناعية للاهتمام بإقامة منظومات للإدارة و المراجعة البيئية، ونوجزها فيما يلي:¹⁴

■ الالتزام بالتشريعات :

يسود العالم اليوم تزايد ملحوظ في سياسة حماية البيئة و إستراتيجيتها و التشريعات و اللوائح التنظيمية لتنفيذها، و في نفس الوقت هناك أكثر على تحقيق الالتزام بالتشريعات و اللوائح و بطرق مبتكرة في أحيان كثيرة تختلف في منطلقاتها عن الأسلوب التقليدي لتحقيق الالتزام عن طريق السيطرة، مثل أسلوب الاتفاقيات الطوعية بين أجهزة تحقيق الالتزام و المنشآت الصناعية، و التدقيق في تحديد المسؤولية المدنية أو الجنائية في أحداث التلف البيئي، و تقييم حجم التعويضات المطلوبة لإصلاح التلف، أو ابتكار أساليب جديدة قائمة على آليات السوق لتحقيق الالتزام أو تقديم حوافز اقتصادية لتنشيط جهود الالتزام و من ثم فلا بد من الاعتماد على نماذج مبتكرة لتحقيق الالتزام تقوم على جهد مشترك و التزام طوعي في جو من الصراحة و المكاشفة و اقتناع كل الأطراف بأهمية أهداف هذا التعاون لتحقيق الالتزام بالتشريعات السائدة.

■ تزايد الوعي بأهمية الحفاظ على البيئة:

تزايد الوعي بأهمية الحفاظ على البيئة وتزايد الضغط الشعبي على الأجهزة الحكومية و المنشآت الصناعية لوقف التلوث وإصلاح التلف البيئي مما فرض على المنشآت الصناعية اهتماما متزايدا بالاستجابة لهذا الضغط و تحسين صورة المنشأة وإظهارها بمظهر التنظيم الوطني الحريص على مصلحة الوطن، خصوصا و أن الضغط يأخذ الآن أشكالا جديدة مثل إشهار الأداء البيئي للمنشأة في وسائل الإعلام أو متابعته أو حتى مقاطعة منتجاتها.

■ المنافسة:

عزوف المستهلكين عن منتجات المنشأة ذات الأداء البيئي المتدهور يؤدي إلى إضعاف وضعها التنافسي، هذا الضعف التنافسي ناجم أيضا عن ارتفاع تكلفة إنتاجها نظرا لما يصاحب سوء الأداء البيئي من هدر في الموارد و الطاقة و تدهور في نوعية المنتجات، أما على المستوى الدولي فان عولمة النشاط الإنتاجي و الاقتصادي في عالم اليوم و الاتفاقيات الدولية التي تحكم الأداء البيئي للدولة و منشآتها قد تنتهي باستبعاد إنتاج المنشأة الملوثة من السوق العالمية نتيجة لتشريعات و لوائح تنظيمية تصدر في أقطار بعيدة جدا عن دولة المنشأة ، لا تملك هذه الأخيرة أن تتدخل في شأها، باعتبارها مسائل خاصة بالسيادة الوطنية، و هناك اليوم قائمة يتزايد طولها للمواد المحظور استخدامها في العالم لأسباب بيئية أو صحية، و قد يبدو لأول وهلة أنه ليس لهذه الإجراءات تأثير على السوق المحلية، إلا أن مسألة المنافسة في السوق الدولية مسألة تستحق أن تعالج بمزيد من التفصيل و الاهتمام.

■ الاعتبارات المالية:

- الحسائر الناجمة عن الحوادث ذات الآثار البيئية خارج حدود المنشأة.
- تحديد التصريفات و مخلفات الإنتاج و فرض الضرائب أو الرسوم عليها.
- مواقف البنوك و شركات التأمين من المنشأة و ما قد يؤدي إليه من ارتفاع تكلفة الاستثمارات أو رسوم التأمين.
- عدم تحقيق الوفر في الخامات و السلع الوسيطة و الطاقة الناجم عن استخدام أساليب إنتاج لا ينتج عنها تلوث.

■ متطلبات سوق التصدير:

ممثلو الدول النامية لم يشاركوا بشكل جدي في صياغة المواصفات و مقاييس جودة البيئة إلا أنه في النهاية لا بد من الالتزام بما لدعم قدرة هذه الدول على التصدير. ويتوقف تطبيق هذه المواصفات على المستوى التكنولوجي و مستوى التنمية الاقتصادية في الدولة و مؤسساتها المنتجة و يتوقع أن تطبيق نظم الإدارة البيئية سيزيد من القدرة التنافسية في السوق العالمية.

6. الإدارة البيئية لتفعيل التنمية المستدامة:

تستعمل نظم إدارة البيئة كوسيلة للوصول إلى التنمية المستدامة.

1.6. مفهوم التنمية المستدامة:

هي التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون الإخلال بقدرات الأجيال القادمة عن تلبية احتياجاتها، أو هي تعبير عن التنمية التي تتصف بالاستقرار وتمتلك عوامل الاستمرار والتواصل. والاستراتيجيات الحديثة المرتبطة بقياس الاستدامة تركز على قياس الترابط بين مجموعة العلاقات والتي تشمل الاقتصاد واستخدام الطاقة والعوامل البيئية والاجتماعية في هيكل استدامي. فالاستدامة إذن تتميز بالشمول والمدى الأطول والديناميكية¹⁵.

2.6 عناصر التنمية المستدامة:

عناصر التنمية المستدامة ثلاثة هي: البعد الاقتصادي والاجتماعي، البعد البيئي، البعد التقني والإداري.

أولاً: البعد الاقتصادي

و يستند هذا البعد الذي يقضي بزيادة رفاهية المجتمع إلى أقصى حد و القضاء على الفقر من خلال استغلال الموارد الطبيعية على النحو الأمثل، و يندرج تحت هذا البعد:

- إيقاف تبديد الموارد الطبيعية.
- تقليص تبعية البلدان النامية
- مسؤولية البلدان المتقدمة عن التلوث و معالجته
- المساواة في توزيع الموارد
- الحد من التفاوت في مستوى الدخل
- تقليص الإنفاق العسكري

ثانياً: البعد الانساني والاجتماعي

يتناول هذا العنصر العلاقة بين الطبيعة والبشر وتحقيق الرفاهية وتحسين سبل الرفاهية من خلال الحصول على الخدمات الصحية و التعليمية ووضع المعايير الأمنية واحترام حقوق الإنسان.

وعناصره كالتالي:

- تثبيت النمو السكاني
- أهمية توزيع السكان
- الاستخدام الأمثل للموارد البشرية
- الاهتمام بدور المرأة
- الصحة و التعليم
- حرية الاختيار والديمقراطية

ثالثاً: البعد البيئي

ويتعلق بالحفاظ على الموارد المادية و البيولوجية مثل الاستخدام الأمثل للأراضي الزراعية و الموارد المائية، التنوع البيولوجي، المناخ في العالم و ذلك من خلال الأسس التي تقوم عليها التنمية المستدامة من حيث الاعتبارات البيئية و هي: قاعدة المخرجات: وهي مراعاة تكوين مخلفات لا تتعدى قدرة استيعاب الأرض لهذه المخلفات أو تضر بقدرتها على الاستيعاب مستقبلاً.

قاعدة المدخلات: مصادر متجددة مثل التربة و المياه و الهواء، مصادر غير متجددة مثل المحروقات

ثالثاً: البعد التقني والإداري: هو البعد الذي يهتم بالتحويل إلى تكنولوجيات أنظف و أكفأ تنقل المجتمع إلى عصر يستخدم أقل قدراً من الطاقة و الموارد و أن يكون الهدف من هذه النظم التكنولوجية إنتاج حد أدنى من الغازات والملوثات واستخدام معايير معينة تؤدي إلى الحد من تدفق النفايات وتعيد تدوير النفايات داخلياً وتعمل مع النظم الطبيعية أو تساندها. حيث يتم مراعاة عدة أمور أهمها:

- استخدام تكنولوجيا أفضل
- الحد من انبعاث الغازات
- استخدام قوانين البيئة للحد من التدهور البيئي
- إيجاد وسائل بديلة أو طاقة بديلة للمحروقات مثل الطاقة الشمسية و غيرها.
- الحيلولة دون تدهور طبقة الأوزون.

وعليه، يعد نظام الإدارة البيئية هو مجموعة من السياسات التي توضح في سبيل حماية البيئة والحفاظ عليها وتزداد أهميته في منظمات الأعمال التي ترتبط نشاطاتها بشكل كبير بكل ما يتعلق بالبيئة، حيث تصبح المؤسسة ملزمة بالمشاركة في الحد من التلوث البيئي والالتزام بالمعايير المحلية والدولية لتحقيق ذلك.

المبحث الثالث: المسؤولية الاجتماعية ودورها في تفعيل الإدارة البيئية وتحقيق التنمية المستدامة

باعتبار المسؤولية الاجتماعية أداة مهمة لتفعيل نظم الإدارة البيئية في منظمات الأعمال فستعرف أولاً على مفهوم نظام الإدارة البيئية أولاً ثم تتطرق للترابطات التي تجمع بين المفاهيم الأساسية الثلاثة: المسؤولية الاجتماعية، الإدارية البيئية، التنمية المستدامة.

1. تصميم نظام الإدارة البيئية في منظمات الأعمال:

قبل التعرف على تلك النظم لا بد من التعريف بنظام الإدارة البيئية وأهميته.

1.1 مفهوم نظام إدارة البيئة وأهميته :

هو مجموعة من السياسات والمفاهيم و الإجراءات والالتزامات وخطط العمل التي من شأنها منع حدوث عناصر التلوث البيئي بأنواعه وفهم العاملين بالشركات المختلفة لذلك النظام كل في اختصاصه هذا بالإضافة إلى تطبيق هذه الأساليب والإجراءات في الواقع العملي وإعداد التقارير الدورية عن نتائج ذلك التطبيق. و ترجع أهمية تطبيق نظم الإدارة البيئية إلى ما يلي:¹⁶

- تعد نظم الإدارة البيئية أداة لتطوير نظم الإنتاج و التشغيل مما يؤدي إلى زيادة حجم الطاقة الإنتاجية المحققة فعلا.
- يعمل نظام الإدارة البيئية على منع الإسراف و الضياع في الخامات و الطاقة.
- يؤدي تطبيق نظم الإدارة البيئية إلى تحقيق فائض للشركات و مؤسسات الأعمال ينتج عن عدم حدوث إهدار كميات الخامات و الطاقة و مستلزمات التشغيل المستخدمة في الإنتاج.
- منع الإصابات بأمراض أضرار تلوث البيئة الداخلية مما يؤدي إلى تخفيض تكاليف علاج الأفراد من هذه الأمراض.
- تحسين المراكز المالية للشركات و لمؤسسات الأعمال.
- اكتساب المزايا التنافسية لمنتجات الشركات التي تطبق نظم الإدارة البيئية.
- التحسين المستمر في مواصفات المنتج و تخفيض تكاليف مدخلات الإنتاج.

2.1 تصميم نظم الإدارة البيئية بالشركات ومؤسسات الأعمال:

يعتبر تصميم نظام الإدارة البيئية اختيارياً لمنظمات الأعمال، غي أنه ضروري في حالة تعامل هذه الشركات في مجال التجارة الخارجية عن طريق تصدير منتجاتها إلى الخارج، و بصفة خاصة من خلال الاتفاقات الدولية مثل اتفاقية التجارة العالمية

حيث تقوم هذه المنظمة بالتنسيق بين دول العالم لأغراض تنظيم عمليات تصدير و استيراد السلع و المنتجات الصناعية و الزراعية و تبادل الخدمات.

- السياسات البيئية لإدارة الشركة: و هي الرؤى و التطلعات الإدارية تجاه الإدارة البيئية مثل الحد من التلوث البيئي و الالتزام بالمعايير المحلية و الدولية للانبعاثات البيئية و إجراءات العمل.
- المراجعة البيئية: تقوم المراجعة البيئية على التحقق من مطابقة الانبعاثات الهوائية و المائية و المخلفات الصلبة للمعدلات و للمعايير الواردة في قانون البيئة المحلي ...
- اتخاذ الإجراءات البيئية الصحيحة: و يتم اتخاذ تلك الإجراءات البيئية الصحيحة في ضوء ما تسفر عنه المراجعة البيئية من أوجه القصور في نظام الإدارة البيئية المطبق بالشركة.
- إعداد تقارير الأداء البيئي: توضح الأنشطة البيئية التي تم إنجازها خلال الفترة الماضية من أجل إنجاز وظيفة الرقابة والمتابعة البيئية.

2. دور المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة لدعم نظام الإدارة البيئية و تحقيق التنمية المستدامة:

كمرحلة أولى لإقامة سياسة للتنمية المستدامة في المؤسسة لا بد من الحصول على موافقة المساهمين ليصبح موضوع التنمية المستدامة و حماية البيئة محورا استراتيجيا في منظمة الأعمال¹⁷.

1.2 المسؤولية الاجتماعية و السياسة البيئية للمؤسسة

الإدارة العليا في المؤسسة لها دور كبير في تطبيق أسس و معايير الإدارة البيئية، و جعل البيئة هي أولى أسبقيات المؤسسة، و تحقيق التكامل بين تطبيقات نظم الإدارة البيئية لكل مؤسسة، و الاهتمام الدائم بمتابعة المشكلات البيئية من حيث تحديدها و أسبابها الرئيسية و منعها، و التركيز على التطوير المستمر و التعلم من الأخطاء و طرف منع المشكلات السابقة و التحلي بالمرونة في معالجة المشكلات البيئية.

كذلك فإن العاملين في المؤسسة بكافة تخصصاتهم و مستوياتهم لهم دور كبير في نجاح نظم الإدارة البيئية و لهذا يجب التأكد من تدريب العاملين و تعزيز قدراتهم على تنفيذ مسؤوليتهم البيئية و أن يكونوا على دراية بالآثار البيئية في المؤسسة، و السماح لكل عامل بأن يكون له دور في المقترحات و الأفكار الجيدة التي من شأنها تطوير نظم الإدارة البيئية مع العمل على زيادة مهارات العاملين و تطوير أدائهم.

يعتبر دمج موضوع الالتزام البيئي كأحد أهم دعائم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات حلا مناسبا و يعطيه الإطار التنظيمي المناسب في المؤسسة، فبموجب الالتزام الاجتماعي للمؤسسة تجاه البيئة عليها أن تضع خطة ذات كفاءة تتضمن تحديدا لأهداف المؤسسة بغرض تطوير الأداء البيئي لها، يتم هذا أيضا من خلال تحديد نظم الإدارة البيئية اللازم تطبيقها و اختيار فريق التنفيذ القادر على تحليل القضايا و حلها، و الالتزام بعقد اجتماعات دورية مع تحديد دور كل من المسؤولين و العاملين في المستويات المختلفة.

وبذلك فإن دور المسؤولية الاجتماعية يأتي من حيث أن تبني المؤسسة للالتزام الاجتماعي في رسالتها و رؤيتها الإستراتيجية يعتبر الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها في تحديد السياسة البيئية للمؤسسة و يعتبر الإطار العام الذي من خلال يتم استنباط الأهداف البيئية الكبرى في المؤسسة و تحويلها إلى خطط عملية.

2.2 المسؤولية الاجتماعية وسيلة لترسيخ ثقافة المنظمة

إن تطوير المفاهيم الإدارية البيئية و الحفاظ عليها و تنميتها يتم وفقا لما تتبناه المؤسسة من ثقافة تنظيمية وهذه الثقافة التنظيمية بدورها لا تكون فعالة إلا إن كانت تراعي كل جوانب الالتزام الاجتماعي للمؤسسة (الجوانب التجارية والاجتماعية والبيئية)، كلما كانت ثقافة المنظمة راقية وتعكس احتراماً للإنسان والمجتمع والبيئة كلما كان الوضع أمثل سواء للمؤسسة ذاتها أو للمجتمع أو البيئة التي تعمل فيها، ويصبح من الضروري التعريف بهذه الثقافة التنظيمية لكل المستويات الإدارية حتى يسعى جميع من في منظمة الأعمال للعمل بما فيها وتنفيذه.

أما الجزء من الثقافة التنظيمية والذي يعنى بالإدارة البيئية فهو يضم المرتكزات التالية:

- إيجاد الإدراك واليقين على مستوى القيادة العليا وعلى مستوى باقي الأفراد بأهمية الحفاظ على البيئة وحمايتها وتنميتها بالسبل المتعدد والتي تتلاءم مع قدرات المنظمة.
- إيجاد النظم التي تعمل على تحسين الصورة العامة للمنظمة أمام المجتمع بأنها منظمة صديقة للبيئة.
- وضع الإطار التنظيمي لتحقيق المهدفين السابقين (إقامة إدارة بيئية و تحديد مسؤولياتها و وضع آليات التقييم و المتابعة، الأخذ بعين الاعتبار للأثر البيئي في كل القرارات الإدارية المختلفة).

3.2 المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة

مفهوم المسؤولية الاجتماعية و التنمية المستدامة مفهومين قريبين جدا فالأول يعنى دمج الاهتمامات الاجتماعية و البيئية في النشاطات التجارية و الثاني يعنى التوفيق بين الجوانب الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية، فلو لاحظنا مجال تطبيق المسؤولية الاجتماعية و الذي يشمل العناصر التالية:

- احترام البيئة: مكافحة التلوث، إدارة الفضلات، الاستغلال العقلاني للمواد الأولية
- الأمان عند عملية الإنتاج و تحقيق الأمان في خصائص المنتجات
- إثراء الحوار الاجتماعي، تكافؤ الفرص، تحسين ظروف العمل، أنظمة الأجور، التكوين المهني.....
- احترام حقوق الإنسان: في أماكن العمل، احترام القوانين الدولية لحقوق العامل، مكافحة عمل الأطفال...
- الالتزام بأخلاقيات الإدارة: مكافحة الرشوة و تبييض الأموال
- الاندماج في المجتمع من خلال التنمية المحلية.
- التحوار مع أصحاب المصالح
- الانضمام الى المقاييس العالمية للبيئة مثل **ISO 14000** ، المعايير الاجتماعية.

نلاحظ أن نفس العناصر تقريبا أو بعضا منها التي تشملها المسؤولية الاجتماعية نراها مطروحة في المفاهيم المتعلقة بالتنمية المستدامة فالمفهومين متكاملان لا متعارضان و كلاهما يخدم الآخر.

هناك علاقات معروفة بين المؤسسة و المجتمع، فالمؤسسة تثري أو تفقر محيطها من خلال نشاطها الاقتصادي، ولكن من جهة أخرى لا يمكن للمؤسسة أن تستثمر لسنوات دون أن توفر بيئة تتوفر فيها شروط نجاحها واستمرارها (عمال مهرة، بني تحتية، خدمات عمومية ذات جودة، استقرار وتكامل الجسم الاجتماعي) لذلك فإن توفير المؤسسة لهذا الجو الملائم للعمل يعود عليها بالمنفعة في الأمد الطويل.

وتضمنين المؤسسة في التنمية الاقتصادية المحلية لا يكون بالتركيز فقط على الجوانب الأخلاقية في المجتمع و لكن أيضا على أساس منطلق من الشرعية والفعالية، فالمؤسسة في نهاية الأمر لا تتعامل على أساس من المشاعر والوطنية فحسب عندما تستثمر لإعادة تهيئة محيطها بل هي تقوم بذلك لأنها تنتظر عائدا من وراء ذلك.

النسيج الاجتماعي المتناسك يحسن من أداء المؤسسة والمجتمع والبيئة، كما أن العائد على الاستثمار بالنسبة للمؤسسة المسؤولة هو إثراء وتحسين لنوعية الموارد الموجودة في المحيط والتي قد تحتاج إليها المؤسسة، لأجل ذلك كله من المهم أن تعبر المؤسسة عن التزامها تجاه المجتمع من خلال مناصب الشغل، تكوين العاملين، تحسين الخدمة للزبائن، الاندماج في الخدمات التطوعية وحملات التوعية، احترام حقوق الانسان وحماية البيئة، وهذه نفسها هي المبادئ التي تقوم عليها التنمية المستدامة.

فأصبحت المؤسسات اليوم تهتم بإعداد التقارير المستدامة التي تشتمل على جوانب اجتماعية وأخلاقية وبيئية واقتصادية، وتتقيد بإعداد التقارير حسب الموصفات التي تتعلق بالادارة البيئية إيزو 14000 والمعايير العالمية للمساءلة الاجتماعية SA 0008 ومواصفات المحاسبة والمساءلة والدليل الاسترشادي لكتابة التقارير المستدامة.

ومنه، فالتنمية المستدامة تحتاج إلى التزام قبل التطبيق، وهذا ما يمكن تحقيقه من خلال وضع سياسة مؤسسية واضحة وطويلة الأمد تلتزم فيها الشركة بتخصيص نسبة مئوية من مواردها لعناصر مسؤولية الشركات في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، المهم أن تكون هذه السياسة واضحة وقابلة للتطبيق ومعلنة لجميع الأطراف بحيث يمكن متابعتها والاستمرار في تنفيذ بنودها حتى لو تغيرت الإدارة.

الخاتمة:

تعرف المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها الطريقة التي يجب أن تعمل بها الشركات والمؤسسات لدمج الاهتمامات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في صنع القرار واستراتيجيات وسياسات وقيم وثقافة الشركة والعمليات والأنشطة داخل الشركة بشفافية ومحاسبة ليتم تطبيق أحسن الممارسات، هذه الممارسات في نهاية الأمر تعتبر من أهم أدوات تحقيق التنمية المستدامة في الشركات.

من خلال التعريف الشامل للمسؤولية الاجتماعية للمنشأة يتضح تماما أن الاهتمامات البيئية وتحقيق التنمية المستدامة هي جزء لا يتجزأ من ممارسات وتطبيقات المسؤولية الاجتماعية في الشركات، إذ أنه نتيجة لأهمية المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة ظهرت بعض المحاولات لصياغة موائيق ومعايير تحدد مواصفاتها الأخلاقية والاجتماعية على ضوء مبادئ حقوق الإنسان الواردة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان و الموائيق الدولية الأخرى.

ويكون دمج الاهتمامات البيئية من خلال المسؤولية الاجتماعية عن طريق وضع مجموعة من الأنشطة البيئية التي يكون لها وجود من خلال نظم للمحافظة على البيئة وكذا نشر الثقافة البيئية لدى الموظفين والعاملين في المؤسسة عبر التواصل مع الجهات الرسمية والجمعيات المتخصصة من أجل رصد عملياتها وموائمتها مع الشروط البيئية بعد الحصول على الشهادات البيئية العالمية. فكل منظمة تطبق أساليب وأدوات المسؤولية الاجتماعية إلا وتحترم البيئة وتواجه التزاماتها البيئية بما يتناسب مع دورها ووظيفتها الاقتصادية، فالالتزام البيئي هو جزء من الالتزام الاجتماعي ككل ولا يكتمل إلا به، وهو ضرورة على مستوى الاقتصاد الدولي كما هو ضرورة على مستوى منشأة الأعمال، فحث المنظمات على تبني المسؤولية الاجتماعية يقودها إلى تحقيق التزامها تجاه البيئة ودعم نظم الإدارة البيئية لديها في حدود إمكاناتها ونطاق مسؤولياتها.

وعليه؛ فموضوع التنمية المستدامة أصبح جزءاً لا يتجزأ من دراسات الجدوى للمشروعات الاقتصادية في المؤسسات الصغرى والكبرى ولا بد على الدراسة أن تحوي مخطط لحماية البيئة من المخلفات الصناعية فيما يتعلق بالمؤسسات الإنتاجية. ومن جملة التوصيات:

- على المنشأة أن تسخر العنصر البشري المؤهل والمتكون في مجال البيئة لوضع الخطة اللازمة لمواكبة المسؤولية الاجتماعية.
- يتعين على الباحثين وضع نماذج قياسية لقياس حدود المسؤولية الاجتماعية للمنشأة.
- ضرورة التركيز مستقبلاً في إعداد الدراسات التطبيقية حول دور المنشآت في تحقيق التنمية المستدامة من خلال وضع نموذج للتقييم البيئي.

الهوامش:

¹ www.csrkuwait.com

² نادية حمدي صلاح، الإدارة البيئية (المبادئ و الممارسات)، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، مصر، 2003، ص ص: 78-76.

³ Michel Capron et Françoise Quairel-Lanoizelée; Mythes et réalités de l'entreprise responsable (acteurs;enjeux;stratégies); éditions la découverte; Paris;2004;p:94

⁴ طارق عبد العال حماد، حوكمة الشركات (المفاهيم، المبادئ، التجارب) ، تطبيقات الحوكمة في المصارف، الدار الجامعية، مصر، 2005، ص : 117

⁵ طارق عبد العال حماد، مرجع سابق، ص ص : 118-119

⁶ Michel Capron et Françoise Quairel-Lanoizelée; op-cit; pp:97-98

⁷ Michel Capron et Françoise Quairel-Lanoizelée; op-cit; pp:100-101

⁸ طاهر محسن منصور الغالي وصالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات، دراسة تطبيقية لعينة من المصارف الأردنية.

⁹ www.amanjoran.com

¹⁰ Michel Capron et Françoise Quairel-Lanoizelée; la responsabilité d'entreprise; éditions la découverte; Paris; 2007; p: 23

¹¹ نادية حمدي صلاح، مرجع سابق، 2003، ص ص: 75-76

¹² نادية حمدي صلاح، مرجع سابق، ص ص : 76-78

¹³ نادية حمدي صلاح، مرجع سابق، ص : 82

¹⁴ نادية حمدي صلاح، مرجع سابق، ص ص: 84-87

¹⁵ خالد مصطفى قاسم، إدارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصر، الدار الجامعية، مصر، 2007، ص ص: 20-21

¹⁶ Lise Moutamalle; l'intégation du développement durable au management quotidien d'une entreprorise; éditions l'Harmattan; Paris; 2004; p: 100.

¹⁷ Lise Moutamalle; l'intégation du développement durable au management quotidien d'une entreprorise; éditions l'Harmattan; Paris; 2004; p: 126.

متطلبات تحقيق النظام المحاسبي المالي للقواعد والمبادئ العامة للإفصاح المحاسبي

– دراسة ميدانية –

عمر قمان

أستاذ مساعد بكلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
جامعة الجلفة

محمد بوحديدة

أستاذ محاضر
المدرسة العليا للتجارة – الجزائر



ملخص:

تبين هذه الدراسة أهمية وجود الإفصاح المحاسبي ومدى توافق النظام المحاسبي المالي مع متطلبات المبادئ والقواعد الضرورية لتحقيقه، حيث سمحت نتائج الدراسة الميدانية بإظهار هذا التوافق من خلال احترام النظام المحاسبي المالي للقواعد والمبادئ المتعلقة بطرق إعداد وعرض القوائم المالية، وما تتطلبه من حيث الشكل والمحتوى، بالإضافة إلى احترام الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية المتضمنة في هذه القوائم، الأمر الذي يلبي احتياجات أغلب الأطراف ذات المصلحة ويمكنها من الاستفادة من هذه المعلومات لاتخاذ القرارات الرشيدة.

الكلمات المفتاحية: الإفصاح المحاسبي، النظام المحاسبي المالي، المعايير المحاسبية.

Abstract:

This study shows the importance of having accounting disclosure and the extent of the financial accounting system compatible with the requirements of the principles and norms necessary to achieve it, it allowed the results of the field study to show this consensus by respecting the financial accounting system with the rules and principles relating to ways the preparation and presentation of financial statements, and the requirements in terms of form and content, as well as to respect the qualitative characteristics of accounting information contained in these lists.

Key words: Accounting disclosure, financial accounting system, accounting standards.

مقدمة:

تهتم الكثير من المنظمات والهيئات الدولية بشكل عام والمنظمات العاملة بالمجال المحاسبي بشكل خاص بمفهوم الإفصاح المحاسبي، حيث يكتسي هذا الأخير أهمية كبيرة كونه يعتبر من بين أهم العناصر التي تنشُد تحقيقها الأطراف المختلفة ذات المصالح، وذلك لتلبية احتياجاتها المختلفة من المعلومات لاتخاذ القرارات الرشيدة، وتعود زيادة الاهتمام بالإفصاح المحاسبي نتيجة الأهيئات المالية وما يعانیه الاقتصاد العالمي من تبعاتها، والمتمثلة في نقص ثقة المجتمع المالي في التقارير الصادرة من المؤسسات الاقتصادية الموجه إلى الأطراف المختلفة.

1- مدخل إلى الإفصاح المحاسبي

يكتسي الإفصاح المحاسبي أهمية بالغة بالنسبة للمؤسسات والأطراف المختلفة ذات العلاقة بها، هذه الأهمية أدت إلى اجتماع جهود مختلف الهيئات والمنظمات الدولية العاملة في هذا المجال وغيرها، إلى السعي في استحداث مجموعة من القواعد والمبادئ المختلفة التي يمكن اعتبارها كمتطلبات لتحقيق الإفصاح المحاسبي، الذي يخدم مصالح واحتياجات الأطراف المختلفة.

1-1 ما هية الإفصاح المحاسبي

يرتبط الإفصاح بشكل عام بالحقب التاريخية الأولى المرتبطة بتطور المحاسبة، حيث كانت تمارس أنواع بسيطة متعلقة بالإفصاح حتى بداية ظهور بؤادر الثورة الصناعية، إذ كانت قبل ظهور الثورة الصناعية الشركات الفردية النموذج السائد، والتي لم تكن في تلك الفترة بحاجة واضحة للإفصاح المحاسبي، فحاجة الملاك للمعلومات يمكن تلبيتها من خلال الاطلاع المباشر على الدفاتر والسجلات والحسابات المختلفة للشركة.¹ وتعتبر النتائج المتأتية عن التطور المصاحب للثورة الصناعية هي المؤسس للإفصاح المحاسبي بشكله الخاص وما نجم عنها من ظهور طابع جديد للشركات.

ويرجع معظم الباحثين إلى أن المفهوم الحديث للإفصاح المحاسبي يعود إلى بداية تأسيس الشركات المساهمة العامة في القرن 19 ميلادي، وما نجم عنه من انفصال الملكية عن الإدارة والقبول بمفهوم المسؤولية المحدودة للشركاء، الأمر الذي أدى إلى تشريع قوانين لهذه الشركات، وإلزامها بمراجعة حساباتها ونشر بياناتها بصفة دورية.²

1-2 مفهوم الإفصاح المحاسبي

يشير المفهوم الاصطلاحي للإفصاح بشكل عام إلى "إظهار القوائم المالية لجميع المعلومات الأساسية عن الشركة والتي تمم الفئات الخارجية، بحيث تفيد في اتخاذ القرارات الرشيدة".³ وبصفة خاصة يشير إلى " مصفوفة المعلومات المختلفة المنتجة من طرف المؤسسة، والتي من بينها: (التقرير السنوي، التشغيل، المراجعة المالية، الاتصالات المتعلقة بالمؤسسة، توقعات الإدارة، عروض المحللين، التقارير المتعلقة بالمؤسسة مثل تقارير البيئة أو التقارير الاجتماعية المستقلة... الخ)".⁴

حيث يعتبر الإفصاح المحاسبي من أهم المراحل في الوظيفة المحاسبية، إذ تمثل المحاسبة بشكل عام نظاما للمعلومات يقيس نشاطات الأعمال، ومسار معالجة البيانات وتوصيل النتائج إلى الأشخاص.⁵ كما يعبر الإفصاح المحاسبي عن " عملية توفير المعلومات عن وضع الوحدات الاقتصادية ونتيجة أعمالها، وتفسير ذلك بشكل يزود مستخدمي هذه المعلومات بصورة أكثر وضوحا وشمولية".⁶ ويعرف أيضا على أنه " وصف عام لتقديم المعلومات الضرورية عن الوحدة الاقتصادية، والتي يتوقع أن تؤثر على قرارات المستخدم الواعي للتقارير المالية".⁷

3-1 أهمية الإفصاح المحاسبي

ترتبط أهمية الإفصاح عن المعلومات في القوائم المالية بالتحول التاريخي للمحاسبة منذ بداية ستينيات القرن 20، عندما تطورت الوظيفة المحاسبية من نظام لمسك الدفاتر غايته الأساسية حماية مصالح الملاك، إلى وظيفته الحديثة المتمثلة في التركيز على دورها كنظام للمعلومات.⁸ وهو ما يوضح أن أهمية الإفصاح المحاسبي تنبع من كون أن مخرجات النظام المحاسبي - القوائم المالية - هي المصدر المهم إن لم يكن الوحيد للعديد من المستخدمين للحصول على المعلومات المهمة حول الشركة.⁹

حيث وفق هذا الإطار يمكن تحديد أهمية الإفصاح المحاسبي في كونه يساهم في:¹⁰

- توفير معلومات لجميع الأطراف.
- تخفيض حالة عدم التأكد فيما يتعلق بالاستثمار.
- تخفيض مشكل عدم التماثل في المعلومات بين الأطراف المختلفة.

4-1 العوامل المؤثرة في الإفصاح المحاسبي

هناك عدة عوامل تؤثر في الإفصاح المحاسبي، يمكن ذكر أهمها في النقاط الآتية:¹¹

- العوامل المتعلقة بالبيئية

تختلف التقارير المالية من بيئة إلى أخرى، وذلك للأسباب الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتاريخية عن حاجة المستفيدين في هذه الدول المختلفة.

- العوامل المتعلقة بالمعلومات

تتأثر درجة الإفصاح بالمعلومات في مدى توفر الملائمة والثقة في المعلومات المنشورة، إضافة إلى إمكانية التحقق منها ومقارنتها بالمعلومات في قوائم المؤسسات الأخرى.

- عوامل تتعلق بالوحدة الاقتصادية

تشمل هذه العوامل حجم الوحدة، عدد المساهمين، القوانين المعمول بها، الضوابط التي تستلزم عملية التدقيق... الخ.

2- القواعد والمبادئ العامة للإفصاح المحاسبي

يشكل الإطار المفاهيمي للمعايير المحاسبية الدولية والمتعلق بإعداد وعرض القوائم المالية، الإطار الذي يضم مجموعة القواعد والمبادئ التي تحقق الإفصاح المحاسبي، والتي يتم من خلالها:

- تحديد كيفية تسجيل الأحداث والعمليات التي يتوجب المحاسبة عنها.
- كيفية قياس الأحداث.
- كيفية توصيل المعلومات الخاصة بذلك إلى مستخدمي القوائم المالية.¹²

حيث تعمل القواعد والمبادئ العامة لإعداد وعرض القوائم المالية بما يتوافق ومتطلبات تحقيق الإفصاح، ويتضح ذلك من خلال ما يلي:¹³

1-2 القواعد العامة للإفصاح المحاسبي

تتمثل القواعد العامة للإفصاح المحاسبي في أن تعد القوائم المالية وما تتضمنه من معلومات بشكل ومحتوى عام يلي الاحتياجات المتزايدة للأطراف المختلفة، الأمر الذي يسمح لهذه الأطراف من اتخاذ قراراتها بشكل رشيد، وهو ما يجعل ضرورة أن تهدف هذه التقارير لتحقيق الأغراض العامة للأطراف المختلفة خاصة منها ذات الصلة بالمؤسسة.

1-1-2 شكل ومحتوى القوائم المالية المتعلقة بالإفصاح المحاسبي

يتطلب شكل الإفصاح المحاسبي أن تكون المعلومات المحاسبية التي يتم الإفصاح عنها في البيانات المالية محتواة في القوائم المالية، والمتمثلة أساساً في:¹⁴

- قائمة المركز المالي.

- قائمة الدخل.

- قائمة التغيرات في حقوق الملكية.

- قائمة التدفقات النقدية.

- معلومات أساسية أخرى، تعرض في الملاحظات المرفقة بالقوائم المالية.

حيث تمثل القوائم المالية والإيضاحات المتممة لها، الوسيلة الأساسية التي تقدم بها الإدارة المعلومات اللازمة عن حقيقة المركز المالي، والأداء المالي، والتغيرات في حقوق الملكية، والتغيرات في التدفقات النقدية، وكذلك المعلومات الأخرى.¹⁵ الأمر الذي يسمح بشكل كبير للأطراف المختلفة الذين لا يكونون في وضع يمكنهم من فرض المعلومات التي يحتاجونها لاتخاذ القرارات المختلفة.

بالإضافة لما سبق، فإنه من الضروري أيضاً أن تعبر القوائم المالية على محتوى العناصر الآتية:¹⁶

- الأصول: عبارة عن موارد التي يترتب عليها منافع اقتصادية محتملة في المستقبل، والتي قامت وحدة معينة بالحصول عليها نتيجة أحداث سابقة.

- الالتزامات: تمثل تضحيات محتملة في المستقبل مقابل الحصول على منافع اقتصادية ناتجة عن تعهدات حالية لإحدى الوحدات بتحويل أصول أو تقديم خدمات في المستقبل نتيجة أحداث سابقة.

- حقوق الملكية: هو الحق المتبقي على أصول وحدة معينة بعد طرح التزاماتها.

- المصاريف: تمثل استخدام لأصول أو تحمل لالتزامات خلال فترة زمنية معينة، نتيجة تسليم أو إنتاج سلع أو تقديم خدمات أو القيام بأية أنشطة أخرى، مما يشكل العمليات الأساسية المستمرة للوحدة الاقتصادية.

- الدخل: هي تدفقات داخلية أو أي زيادات أخرى في الأصول لوحدة معينة أو تسوية لالتزامات أو القيام بأية أنشطة، مما يشكل العمليات المستمرة للوحدة الاقتصادية.

2-1-2 أهداف القوائم المالية المعدة للأغراض العامة

تتضمن أهداف القوائم المالية حاجة الأطراف المختلفة للمعلومات التي تلي احتياجاتهم المختلفة والمتزايدة، الأمر الذي يسمح من التعرف على الموارد الاقتصادية للمنشأة، الالتزامات التي عليها، والتغيرات التي تتم على هذه الموارد والالتزامات.

1-2-1-2-1 حاجة مستخدمي القوائم المالية للمعلومات

تستخدم المعلومات المحاسبية في عملية اتخاذ القرارات الاقتصادية الرشيدة من طرف مختلف الأطراف المختلفة ذات العلاقة، سواء كانوا من داخل أو خارج المؤسسة، وفي هذا الصدد حدد الإطار المتعلق بإعداد وعرض القوائم المالية للمعايير المحاسبية الدولية عدد من الفئات المستخدمة للقوائم المالية، بالإضافة إلى طبيعة المعلومات التي تحتاجها كل فئة منهم، وتمثل هذه الفئات بشكل خاص في (المستثمرين الحاليين والمرقبين، الموظفون، الموردون والدائنون التجاريون، العملاء، المقرضون، الحكومة ودوائرها المختلفة، الجمهور).

1-2-1-2-2 المعلومات المتعلقة بالموارد والاستخدامات

تعمل القوائم المالية ذات الغرض العام على توفير معلومات حول المركز المالي للوحدة الاقتصادية، والتي تتضمن معلومات حول الموارد الاقتصادية للمنشأة والمطالبات المتعلقة بها، كما تتضمن معلومات متعلقة بمدى تأثير العمليات والأحداث الاقتصادية الأخرى على الموارد الاقتصادية والمطالبات عليها، مما يسمح بتوفر مدخلات مفيدة لاتخاذ القرارات حول ترويض المنشأة بالموارد الاقتصادية.

2-2 المبادئ العامة للإفصاح المحاسبي

تتضمن المبادئ العامة للإفصاح المحاسبي مجموعة الخصائص النوعية التي تركز عليها المعلومة المحاسبية المتضمنة في القوائم المالية الموجهة إلى الأطراف المختلفة، والتي تقوم أيضا على مجموعة من الفروض المحاسبية المرتبطة بها، حيث إن توفر هذه المبادئ يساهم في جودة المعلومات المتضمنة في هذه القوائم المالية ويسمح بتوفر الثقة بين معد المعلومة ومستخدمها.

1-2-2 الخصائص النوعية للمعلومات المحققة للإفصاح

إن المعلومات المتضمنة في القوائم المالية الموجهة للأطراف المختلفة والتي تعمل الجهات المعدة لها على توافيقها مع متطلبات الإفصاح المحاسبي، يجب أن تتضمن الخصائص النوعية الضرورية للمعلومة المحاسبية، حيث يجمع معظم الباحثين على ضرورة أن تخضع المعلومات الناتجة من عمليات القياس والإفصاح المحاسبي للخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية،¹⁷ ومن بين أهم هذه الخصائص نجد:¹⁸

- **المصدقية:** بحيث تكون المعلومات المالية مقدمة بطريقة يمكن الاعتماد عليها.
- **الملائمة:** بحيث تكون المعلومات المعروضة وثيقة الصلة باحتياجات مستخدمي المعلومات.
- بالإضافة لما سبق، فإن هناك خصائص ثانوية والتي من خلالها يمكن المساهمة في ترقية نوعية المعلومات المعروضة للأطراف المختلفة، وتمثل في ما يلي:¹⁹
- **القابلية للتحقق:** والتي تعبر عن درجة الاتفاق بين الأفراد المستقلين والمطلعين الذين يقومون بعملية القياس باستخدام الأساليب نفسها.
- **التوقيت المناسب:** تعني أن تكون المعلومات متوفرة لاتخاذ القرار في الوقت الذي يكون للمعلومات تأثير في القرار.
- **القابلية للمقارنة:** تتمثل في القدرة على مقارنة القوائم المالية للفترة مع فترة أو فترات أخرى للمنشأة أو منشأة أخرى.

- القابلية للفهم: تعبر عن الشكل الواضح والدقيق في تصنيف وعرض المعلومات.

2-2-2 الفروض المحاسبية

حيث عند إعداد وعرض القوائم المالية يجب الأخذ بعين الاعتبار مجموعة من الفروض التي من المهم توفرها، مما يساهم في موضوعية ومصداقية النتائج التي تعبر عنها هذه القوائم المالية، وتتمثل أهم هذه الفروض في: ²⁰

- الاستمرارية: أي افتراض أن الوحدة مستمرة إلى أجل غير محدد في المدى المستقبلي المنظور.
- الوحدة النقدية: بمعنى افتراض أن وحدة النقد هي المقياس الذي يعتمد لإثبات العمليات المالية في السجلات المحاسبية.
- الفترة الزمنية: تقسم حياة المؤسسة إلى فترات زمنية متساوية، يتم في نهاية كل فترة منها التوقف الافتراضي لنشاط المنشأة.
- الوحدة الاقتصادية: يقوم هذا الفرض على أساس أن المنشأة تكتسب شخصية معنوية مستقلة عن شخصية مالكيها.

3- مدى توافق النظام المحاسبي المالي مع متطلبات القواعد والمبادئ العامة للإفصاح

إن المسار الذي اتبعته الجزائر في السنوات الأخيرة، يوضح التوجه العام لسياستها المحاسبية، والمتمثلة أساسا في إحداث التقارب مع الممارسات المحاسبية العالمية المتجلية في المعايير المحاسبية الدولية IAS/IFRS، ويتضح ذلك جليا من خلال تبني الجزائر للمعايير المحاسبية الدولية من خلال النظام المحاسبي المالي SCF، هذا الأخير حسب التعليمات رقم: 02 الصادرة في 29 أكتوبر 2009 والتي تتضمن أول تطبيق للنظام المحاسبي المالي بداية من سنة 2010، من أجل تدارك التأخير في تبني المعايير المحاسبية. ²¹

3-1 مفهوم النظام المحاسبي المالي

تشير المادة رقم: 03 من القانون 07-11 المؤرخ في 25 نوفمبر 2007 على أن النظام المحاسبي المالي يدعى في صلب هذا القانون "المحاسبة المالية" والذي يُعرّف على أنه عبارة عن نظام لتنظيم المعلومة المالية، يسمح بتخزين معطيات قاعدية عددية وتصنيفها وتقييمها وتسجيلها، وعرض كشوف تعكس صورة صادقة عن الوضعية المالية وممتلكات الكيان ونجاعته، ووضعيتها خزينته في نهاية السنة المالية. ²²

3-2 مميزات النظام المحاسبي المالي

يوفر النظام المحاسبي المالي مميزات يمكن حصرها في النقاط الآتية: ²³

- تقريب الممارسات المحاسبية المحلية من نظيرتها العالمية.
- وجود قاعدة تصورية توضح المبادئ والقواعد الخاصة بالتطبيق المحاسبي والمتعلقة بإعداد القوائم المالية.
- توفير مبادئ محاسبية تتكيف مع التوجه الاقتصادي الحالي.
- الاهتمام باحتياجات المستثمرين الحالية والمحتملة.
- توفير معلومات مالية عن المؤسسات قابلة للقراء، منسقة، وبدون تحيز.
- تمكين الأطراف المختلفة بإجراء المقارنات واتخاذ القرار.

3-3 متطلبات تحقيق النظام المحاسبي المالي للتوافق المتعلق بالإفصاح

تشير التعليم رقم: 02 الصادرة في أكتوبر 2009، على وجود توافق كبير بين النظام المحاسبي المالي والمعايير المحاسبية الدولية IAS/IFRS.²⁴ ويتضح ذلك جلياً في العناصر التي ارتكزت عليها عملية تبني المعايير المحاسبية الدولية، والتي تمثلت في ما يلي:²⁵

- بناء إطار تصوري للنظام المحاسبي الجديد.
- إعداد نماذج للقوائم المالية وإيضاحات خاصة بالمفاهيم والجداول الملحقه.
- استحداث مفاهيم حديثة خاصة بعناصر القوائم المالية.
- تحديد الحسابات والمجموعات وقواعد سيرها.
- تحديد طرق التقييم المحاسبي.

3-3-1 التوافق في مجال القواعد العامة للإفصاح

نظراً للأهمية التي تكتسبها القوائم المالية والتي تتضح جلياً باعتبارها من أهم الوسائل في إيصال المعلومات من طرف معديها إلى الأطراف المستخدمة لها، فإن النظام المحاسبي المالي تبني المعايير المحاسبية المتعلقة بإعداد وعرض القوائم المالية، ويتضح ذلك من خلال تبني المعيار المحاسبي الدولي رقم: IAS 1 الخاص بعرض القوائم المالية، والمعيار المحاسبي الدولي رقم: IAS 7 المتعلق بقائمة التدفقات النقدية. إذ توضح المادة رقم: 25 من القانون رقم: 07-11 المؤرخ في 25 نوفمبر 2007، التوافق بين النظام المحاسبي المالي والمعايير المحاسبية الدولية فيما يخص إعداد وعرض القوائم المالية، والتي بموجبها تلزم الكيانات التي تدخل في مجال تطبيق هذا القانون على أن تعد الكشوف المالية سنوياً على الأقل،²⁶ حيث يجب أن تراعي الشكل والمحتوى ويتضح ذلك من خلال ما يلي:

- من حيث الشكل: فإن المادة رقم: 32 من القانون 08-156 المؤرخ في 28 مايو 2008، تلزم المؤسسات بعرض الكشوف المتعلقة بإعداد وعرض القوائم المالية وفق إطار معين، والذي يتمثل في (الميزانية، حسابات النتائج، جدول سيولة الخزينة، جدول تغيرات الأموال الخاصة، ملحق يبين القواعد والطرق المحاسبية المستعملة).²⁷

- من حيث المحتوى: يجسده القرار المؤرخ في 26 يوليو 2008 المتضمن قواعد التقييم والحاسبة ومحتوى الكشوف المالية وعرضها وكذا مدونة الحسابات وقواعد سيرها، بحيث يتم إعداد الكشوف المالية نتيجة إجراء معالجة العديد من المعلومات لأعمال التبسيط والتلخيص والهيكلة، حيث هذه المعلومات يتم تجميعها وتحليلها وتفسيرها وتلخيصها وهيكلتها من خلال عملية تجميع تعرض في الكشوف المالية في شكل فصول ومجاميع.²⁸

كما يحدد القرار نفسه، العناصر المتضمنة في هذه الكشوف المالية والمتمثلة أساساً في (الأصول، الخصوم، الأموال الخاصة، المنتجات، الأعباء) بالإضافة إلى متطلبات كل عنصر من المعلومات المتعلقة به.²⁹

إن النظام المحاسبي المالي يعمل على تحقيق متطلبات الإفصاح المحاسبي المتعلقة بالقواعد العامة للإفصاح، وهو ما تؤكد المادة رقم: 26 من القانون 07-11 والتي ترى من الضروري توفر الشروط الآتية في هذه القوائم، وهي:³⁰

- عرض القوائم المالية بصورة وفيه للوضعية المالية للكيان.
- تعبير القوائم المالية عن نجاعة الكيان، وكل تغير يطرأ على حالته المالية.
- عكس القوائم لمجمل العمليات والأحداث الناجمة عن معاملات الكيان.

- تعبير القوائم المالية عن الآثار والأحداث المتعلقة بنشاط الكيان.

3-3-2 التوافق في مجال المبادئ العامة للإفصاح

يؤكد القانون رقم: 07-11 المؤرخ في 25 نوفمبر 2007 أن النظام المحاسبي المالي " يتضمن إطاراً تصورياً للمحاسبة المالية، ومعايير محاسبية، ومدونة حسابات تسمح بإعداد كشوف مالية على أساس المبادئ المحاسبية المعترف بها عامة، ولا سيما المبادئ الآتية (محاسبة التعهد، التكلفة التاريخية، أسبقية الواقع الاقتصادي على الشكل القانوني).³¹

بالإضافة إلى ما سبق، يتضمن النظام المحاسبي المالي الخصائص النوعية الصادرة من مجلس المعايير المحاسبية الدولية، حيث يشير القانون 08-156 المؤرخ في 28 مايو 2008، والذي يلزم بأن تتوفر المعلومات المتضمنة في القوائم المالية على الخصائص النوعية، والتي تشتمل على كل من (الملاءمة، الدقة، الوضوح، قابلية المقارنة، الأهمية النسبية).³² كذلك يقوم النظام المحاسبي على الفروض المحاسبية التي تتوافق مع نظيرتها في الإطار العام للمعايير المحاسبية الدولية، وهو ما يتضمنه القانون 08-156، حيث نجد المواد رقم: 7، 9، 10، 12، 13 من القانون نفسه، والتي تؤكد على ضرورة أن يركز إعداد المعلومات وعرضها على الفروض الآتية، والمتمثلة في (الاستمرارية، الوحدة الاقتصادية، الوحدة النقدية، والفترة الزمنية)، بالإضافة إلى تحديد المفاهيم المتعلقة بها.³³

4- الدراسة الميدانية

تحاول هذه الدراسة الميدانية تحديد ما إذا كان النظام المحاسبي المالي يتوافق مع متطلبات القواعد والمبادئ العامة المتعلقة بالإفصاح المحاسبي، ولهذا الغرض تم إعداد استبانته على أساس مقياس ليكارت الخماسي (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) الذي يتوافق مع الأوزان على التوالي (5،4،3،2،1)، والتي تشتمل على جزئين:

- الجزء الأول: يتضمن محورين، المحور الأول يشمل مجموعة الأسئلة الفرعية التي تتعلق بمدى توافق النظام المحاسبي المالي مع المبادئ العامة للإفصاح، أما المحور الثاني يشمل مجموعة الأسئلة الفرعية التي تتعلق بمدى توافق النظام المحاسبي المالي مع القواعد العامة للإفصاح.

- الجزء الثاني: يتضمن معلومات عامة حول عينة الدراسة الميدانية، حيث تجدر الإشارة إلى أن العينة تضم المختصين في المجال المحاسبي من خبراء ومحافظي حسابات ومحاسبين معتمدين، بالإضافة إلى أكاديميين في المجال المحاسبي، حيث تمثلت العينة في: (07 محافظي حسابات، 11 محاسب معتمد، 26 أستاذ جامعي متخصص)، ليصل مجموع عينة الدراسة إلى 44 مفردة.

تجدر الإشارة إلى أنه تم إتباع الخطوات الضرورية المتعلقة بالمجال الإحصائي، بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي SPSS إصدار رقم: 19، للتأكد من ثبات ومصداقية أداة الدراسة - الاستبانة -، بالإضافة إلى طبيعة بيانات الدراسة:

1-4 مصداقية أداة الدراسة

جدول رقم (01): نتائج اختبار الاتساق البنائي لمحاور الاستبانة

مستوى المعنوية	معامل الارتباط r	عنوان المحور	البيان المحاور
0.000	0.865	مدى توافق النظام المحاسبي المالي مع المبادئ العامة للإفصاح	المحور الأول
0.000	0.925	مدى توافق النظام المحاسبي المالي مع القواعد العامة للإفصاح	المحور الثاني

المصدر: من إعداد الباحث (بناءً على نتائج برنامج SPSS)

يوضح الجدول رقم: (01) أن معاملات الارتباط (وفق طريقة Spearman's rho) لمحاور الاستبانة الأولى والثاني على التوالي هي: 0.865 و 0.925 وهي أكبر من قيمة معامل الارتباط الجدولية عند درجة حرية (-1- 43=n) والتي تساوي 0.325، وما يعزز ذلك، مستوى المعنوية لكلا المحورين التي تساوي 0.000 وهو يقل عن مستوى الدلالة 0.01، وبالتالي فإن هناك ارتباط بين محاور الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة، وعليه يمكن القول أن هناك علاقة قوية بين محاور الاستبانة وهدف الدراسة.

2-4 اختبار ثبات الاستبانة

تم حساب معامل Alpha Cronbach's لمحاور الاستبانة، والجدول رقم: (02) يبين ذلك:

جدول رقم (02): نتائج اختبار ثبات الاستبانة

معامل Cronbach's Alpha	عدد الفقرات	البيان
0.710	16	جميع فقرات محاور الاستبانة

المصدر: من إعداد الباحث (بناءً على نتائج برنامج SPSS)

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن معامل الثبات Alpha Cronbach's لجميع الفقرات يساوي 0.710 وهو مرتفع، مما يدل على أن هناك ثبات في أداة الدراسة الميدانية.

3-4 اختبار اعتدالية التوزيع

ونقصد باعتدالية التوزيع أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، وللقيام بهذا الاختبار نستعمل اختبار Kolmogorov-Smirnov، الذي يعد من الاختبارات اللامعلمية للتوزيع الطبيعي، حيث يختبر فرضية العدم (H0) القائلة بأن مشاهدات متغير معين تتبع التوزيع الطبيعي ضد الفرضية البديلة (H1) القائلة بعكس الأولى. 34 ويوضح الجدول رقم: (03) نتائج هذا الاختبار المتعلق بإتباع البيانات للتوزيع الطبيعي:

جدول رقم (03): نتائج اختبار اعتدالية التوزيع

البيان	عدد الفقرات	قيمة Z	مستوى المعنوية
جميع محاور الاستبانة	16	0.988	0.284

المصدر: من إعداد الباحث (بناءً على نتائج برنامج SPSS)

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن مستوى المعنوية الإحصائية لكل الفقرات تتمثل في (0.284) وهي أكبر من مستوى الدلالة الذي يساوي 0.05 ، حيث تشير هذه النتيجة إلى أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، والذي يسمح من خلاله باستخدام الاختبارات المعلمية.

4-4 تحليل نتائج الدراسة الميدانية

حيث تم حساب كل من المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الوزن النسبي، وقيمة (t) للعينة الواحدة، كل هذا لأجل تحديد الاتجاه العام لإجابات أفراد العينة بطرق مختلفة، وقد تحصلنا على ما يلي:

4-4-1 نتائج الدراسة حول مدى التوافق المتعلق بالمبادئ العامة للإفصاح المحاسبي

رقم الفقرة	محتوى الفقرات	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	قيمة t	مستوى الدلالة	الاتجاه العام
01	توفر طريقة عرض المعلومات المعدة وفق النظام المحاسبي المالي إمكانية الاعتماد عليها.	4.34	88.60	42.341	0.000	موافق تماماً
02	تسمح القوائم المالية للنظام المحاسبي بإجراء مقارنات مع القوائم المالية الأخرى لفترة مالية معينة.	4.02	80.04	28.775	0.000	موافق
03	تعبّر القوائم المالية للنظام المحاسبي المالي عن النتائج الوحيدة الاقتصادية المعنوية.	4.04	80.08	39.437	0.000	موافق
04	تسمح المعلومات المتضمنة في القوائم المالية من اتخاذ القرارات في الوقت المناسب.	3.79	75.80	28.670	0.000	موافق
05	يتم تصنيف المعلومات في القوائم المالية للنظام المحاسبي المالي بشكل دقيق.	3.97	79.40	31.083	0.000	موافق
06	يتم إعداد المعلومات المتضمنة في القوائم المالية بافتراض أجل غير محدد في المدى المنظور.	4.09	81.80	42.372	0.000	موافق
07	هناك اتفاق بين الأفراد المعنيين بالقياس المحاسبي بتطبيق نفس أساليب القياس للنظام المحاسبي المالي.	3.14	62.80	24.431	0.000	محايد
08	تعمل القوائم المالية للنظام المحاسبي المالي على حساب النتائج للفترات المتساوية.	3.84	76.80	32.837	0.000	موافق
09	توفر طريقة عرض المعلومات في القوائم المالية للنظام المحاسبي المالي الوضوح في المعلومات.	4.50	90.00	59.017	0.000	موافق تماماً
	جميع الفقرات	3.97	79.40	66.779	0.000	موافق

تبين نتائج المحور الأول: أن قيمة t في جميع الفقرات المتضمنة في الجدول تتراوح ما بين 24.431 إلى 59.017 وهي أكبر من قيمة t الجدولية عند درجة حرية $n-1=43$ بمستوى دلالة 0.05 والتي تساوي 1.645،³⁵ كما أن مستوى الدلالة لكل الفقرات يساوي 0.000 وهو أقل من 0.05، وهذا ما يؤكد الوزن النسبي الذي يفوق 60% والذي يمثل نسبة الحياد،³⁶ مما يعني أن أفراد العينة يوافقون على محتوى الفقرات، بالإضافة لما سبق، فإن الاتجاه العام لإجابات الأفراد وفق المتوسط الحسابي لكل الفقرات يساوي 3.97 وهو ينتمي إلى المجال [3,40—4,19] ما يشير إلى مستوى الموافقة، وعليه كخلاصة للنتائج السابقة فإنه يمكن القول بأن هناك علاقة قوية موجبة بين ما يتوفر عليه النظام المحاسبي المالي من مبادئ، ومتطلبات المبادئ العامة للإفصاح المحاسبي.

تجدد الإشارة إلى أن إجابات أفراد العينة حول السؤال رقم: 07 لا تعبر عن الموافقة، ويمكن تفسير ذلك بأنه لا يوجد اتفاق واسع بين الأفراد المعنيين بالقياس المحاسبي بتطبيق نفس أساليب القياس للنظام المحاسبي المالي، حيث يمكن أن نرجع السبب لحدثة تطبيق النظام المحاسبي المالي.

4-4-2 نتائج الدراسة حول مدى التوافق المتعلق بالقواعد العامة للإفصاح المحاسبي

رقم الفقرة	محتوى الفقرات	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	قيمة t	مستوى الدلالة	الاتجاه العام
01	تتضمن القوائم المالية إيضاحات كافية بشأن الطرق والسياسات المحاسبية المعتمدة.	4.31	86.20	38.709	0.000	موافق تماما
02	توضح القوائم المالية التغيرات في التدفقات النقدية لمختلف الأنشطة في المؤسسة.	4.10	82.00	45.000	0.000	موافق
03	تعبر القوائم المالية عن التغيرات في حقوق الملكية المتعلقة بالمؤسسة.	3.91	78.20	36.555	0.000	موافق
04	تمكن القوائم المالية من تحديد الوضعية المالية للمؤسسة، والأداء المتعلق بها.	4.23	84.60	31.661	0.000	موافق تماما
05	تهدف القوائم المالية للنظام المحاسبي المالي إلى تلبية احتياجات جميع فئات المستخدمين.	3.30	66.00	27.505	0.000	محايد
06	تمكن القوائم المالية للنظام المحاسبي المالي الأطراف المختلفة من تقييم نجاعة المؤسسة لمواردها.	3.70	74.00	29.841	0.000	موافق
07	توفر القوائم المالية للنظام المحاسبي المالي معلومات حول موارد واستخدامات المؤسسة.	3.98	79.60	44.702	0.000	موافق
	جميع الفقرات	3.93	78.60	77.441	0.000	موافق

تبين نتائج المحور الأول: أن قيمة t في جميع الفقرات المتضمنة في الجدول تتراوح ما بين 24.431 إلى 59.017 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1.645، كما أن مستوى الدلالة لكل الفقرات يساوي 0.000

وهو أقل من 0.05، وهذا ما تؤكدته نتيجة الوزن النسبي الذي يفوق 60%، مما يعني أن أفراد العينة يوافقون على محتوى الفقرات، بالإضافة إلى ما سبق، فإن الاتجاه العام لإجابات الأفراد وفق المتوسط الحسابي لكل الفقرات يساوي 3.93 وهو ينتمي إلى المجال [3,40 — 4,19] ما يشير إلى مستوى الموافقة، وعليه كخلاصة للنتائج السابقة فإنه يمكن القول بأن هناك علاقة قوية موجبة بين ما يتوفر عليه النظام المحاسبي المالي من قواعد، ومتطلبات القواعد العامة للإفصاح المحاسبي.

تجدر الإشارة إلى أن إجابات أفراد العينة حول السؤال رقم: 05 لا تعبر عن الموافقة، والتي تبين عدم تلبية القوائم المالية للنظام المحاسبي المالي احتياجات جميع فئات المستخدمين، حيث يمكن أن نرجع السبب لتوجه المتعاملين الاقتصاديين عند إعداد القوائم المالية لتلبية احتياجات فئات معينة فقط، والتي يمكن حصرها في الإدارة، والجهات الحكومية، بمعنى أنها تلي احتياجات بعض الأطراف فقط دون غيرها.

خلاصة

يكتسي الإفصاح المحاسبي أهمية بالغة بالنسبة لجميع الأطراف سواء الداخلية منها أو الخارجية، وذلك لما يليه من احتياجات متعلقة باتخاذ القرارات الرشيدة لهته الأطراف، ونظرا لهذه الأهمية سعت الجزائر لتقريب ممارساتها المحاسبية من نظيرتها العالمية، وتمثل ذلك في تبني المعايير المحاسبية الدولية IAS/IFRS من خلال تطبيق النظام المحاسبي المالي SCF، حيث تم تبني أهم المعايير، خاصة منها المتعلقة بجانب الإفصاح.

وكتناج، فقد بينت الدراسة وجود توافق من حيث توفر النظام المحاسبي المالي على أهم القواعد والمبادئ العامة المتعلقة بالإفصاح المحاسبي، خاصة منها المرتبطة بنوعية القوائم المالية من حيث الشكل والمحتوى والتي تحمل الأحداث الاقتصادية للمؤسسات، بالإضافة إلى تبني النظام المحاسبي المالي من خلال إطاره العام أهم الخصائص النوعية المتعلقة بالمعلومات المحاسبية المتضمنة في القوائم المالية، وهو ما يسمح بتوفر نوع من المصدقية والموضوعية والملائمة، الأمر الذي يجعل هذه القوائم أكثر وضوحا ودقة وقابلية للفهم بالنسبة للأطراف المختلفة ذات المصلحة.

تجدر الإشارة إلى أن الدراسة الميدانية توصلت بالإضافة لما سبق، بعدم وجود اتفاق واسع بين الأفراد المعنيين بالقياس المحاسبي لتطبيق نفس أساليب القياس، إذ يمكن أن نرجع السبب إلى حداثة تطبيق النظام المحاسبي المالي، حيث مع الوقت وتطور التحكم في تطبيق النظام المحاسبي المالي يمكن الوصول إلى التوفيق بين المعنيين لاستخدام نفس أساليب القياس، كذلك من نتائج الدراسة، تبين عدم تلبية القوائم المالية للنظام المحاسبي المالي لاحتياجات جميع فئات المستخدمين، حيث يرجع السبب هنا لضغط الإدارة الضريبية على المؤسسات من حيث إعداد القوائم المالية بالشكل الذي يناسبها، الأمر الذي يوجه المتعاملين الاقتصاديين عند إعداد القوائم المالية لتلبية احتياجات فئات معينة فقط، أهمها الإدارة الضريبية، مما يؤدي إلى إهمال الأطراف الأخرى.

المراجع

1 محمد المبروك ابو زيد، المحاسبة الدولية وانعكاساتها على الدول العربية، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2005، ص:578.

2 محمد مطر، موسى السويطي، التأصيل النظري للممارسات المهنية المحاسبية في مجالات: القياس، العرض، الإفصاح، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، 2008، ص:340.

- 3 عبد الله خالد أمين، "الإفصاح المحاسبي ودوره في تنشيط التداول في أسواق رأبي المال العربية"، مجلة المحاسب القانوني، العدد رقم 1/62، الجامعة الأردنية، 1995، ص: 38.
- 4 Jill SOLOMON, Aris SOLOMON, Corporate Governance and accountability, John Wiley & Sons Ltd, West Sussex, England, 2004, p:120.
- 5 Walter T. Harrison, Charles T. Horengren Financial Accounting, Pearson International Edition, Seventh Edition , New Jersey, 2008, P:33
6. نعيم حسن دهمش، القوائم المالية والمبادئ المحاسبية المقبولة قبولاً عاماً، المكتب الاستشاري، عمان، الأردن، 1995، ص: 44.
7. أمين السيد احمد لطفي، نظرية المحاسبة (منظور التوافق الدولي)، الدار الجامعية، الإسكندرية، القاهرة، 2006، ص: 489-490.
- 8 محمد مطر، موسى السويطي، مرجع سبق ذكره، ص: 341.
- 9 محمد المبروك ابو زيد، مرجع سبق ذكره ص: 580.
- 10 كمال الدين وآخرون، المحاسبة المتوسطة بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1999، ص: 9.
- 11 سالم محمد بن عبود، الأزمة المالية العالمية بين مبدأ الإفصاح و الشفافية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثالث، عمان، الأردن، 2009/4/ 29-28، ص: 13.
- 12 محمد أبو نصار، جمعة حميدات، معايير المحاسبة والإبلاغ المالي الدولية - الجوانب النظرية والعملية -، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2014، ص: 2.
- 13 محمد أبو نصار، جمعة حميدات، مرجع سبق ذكره، ص: 4-6.
- 14 مها محمود ربحاوي، "دور حوكمة الشركات في تعزيز الشفافية والإفصاح في التقارير المالية للشركات المساهمة المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية"، مجلة الإدارة، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، السنة الرابعة والثلاثون، العدد: 127، مارس 2012، ص: 55-56.
- 15 طارق عبد العال حماد، حوكمة الشركات والأزمة المالية العالمية، الدار الجامعية، الإسكندرية ، ص: 149.
- 16 أمين السيد أحمد لطفي، نظرية المحاسبة: القياس والإفصاح والتقرير المالي عن الالتزامات وحقوق الملكية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، الجزء الأول، 2007، ص: 16-18.
- 17 أمين السيد احمد لطفي، نظرية المحاسبة منظور التوافق الدولي، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006، ص: 474.
- 18 طارق عبد العال حماد، مرجع سبق ذكره 2009، ص: 577.
- 19 محمد أبو نصار، جمعة حميدات، مرجع سبق ذكره، ص: 10-11.
- 20 محمد مطر، نظرية المحاسبة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات للنشر، القاهرة الطبعة الأولى، 2010، ص: 41-42.
- 21 المجلس الوطني للمحاسبة، التعليم رقم: 02، المؤرخة في: 2009/10/29، ص: 2.
- 22 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد رقم: 74، ص: 3.
- 23 المجلس الوطني للمحاسبة، مرجع سبق ذكره، ص: 3.
- 24 المجلس الوطني للمحاسبة، مرجع سبق ذكره، ص: 2.
- 25 شعيب شونف، محاسبة المؤسسة طبقاً للمعايير المحاسبية الدولية مكتبة الشركة الجزائرية، الجزائر، 2008، ص: 27.
- 26 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد رقم: 74، ص: 5.
- 27 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد رقم: 27، ص: 14.
- 28 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد رقم: 19، ص: 22.
- 29 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد رقم: 19، ص: 23-43.

- 30 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد رقم: 74، ص: 5.
- 31 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد رقم: 74، ص: 4.
- 32 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد رقم: 27، ص: 12.
- 33 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد رقم: 27، ص: 11-12.
- 34 سعيد زغلول بشير، دليلك إلى... البرنامج الإحصائي SPSS، المعهد العربي للتدريب والبحوث الإحصائية، الإصدار العاشر، بغداد، 2003، ص 94.
- 35 قيمة t الجدولية عند درجة حرية (43=1-n) ومستوى دلالة 0,05 تساوي 1.645 حسب جدول توزيع Student.
- 36 أي أن وزن مستوى الحياد وفق مقياس ليكارت الخماسي يساوي 60%، وبالتالي النسبة التي تفوق 60% تعبر عن الموافقة.

أهمية الرضا الوظيفي في تحسين الإنتاجية

دراسة حالة فرع المضادات الحيوية التابع لمجمع صيدال-وحدة المدية-

سليمان بوفاسة
أستاذ محاضر بكلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
جامعة المدية

حياة طهراوي
أستاذة محاضرة بكلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
جامعة المدية

المؤلفون

ملخص:

كون الرضا الوظيفي يشكل أحد الأسباب أو الدوافع المهمة للأداء الوظيفي المتميز، فإنه يعد من أهم الموضوعات التي استحوذت اهتمام الباحثين والدارسين في مجال الإدارة الصناعية والتجارية وعلم النفس التنظيمي ويعد اهتمام المدراء بالجوانب النفسية للعاملين من التحولات الأساسية في مجال إدارة الموارد البشرية، بحيث أعطي لموضوع الرضا الوظيفي اهتماما خاصا باعتباره عنصرا أساسيا من عناصر التحفيز في العمل، و لما في ذلك من علاقة ايجابية في تحفيز العاملين ودفعهم لمزيد من الأداء والإنتاجية. هدفت هذه الدراسة و التي جاءت بعنوان: أهمية الرضا الوظيفي في تحسين الإنتاجية دراسة حالة فرع المضادات الحيوية التابع لمجمع صيدال-وحدة المدية-. ولتحقيق تلك الأهداف استعملنا الاستبيان وقمنا بتحليله باستعمال (spss).
الكلمات الدالة: الرضا الوظيفي، الإنتاجية، فرع المضادات الحيوية التابع لمجمع صيدال-وحدة المدية-.

Résumé :

Le fait que la satisfaction au travail est l'une des raisons ou les motifs tâche de fonctionnement exceptionnelle , il est l'un des problèmes les plus importants qui a capté l'attention des chercheurs et des chercheurs dans le domaine de la propriété industrielle et commerciale administration et psychologie organisationnelle , et les administrateurs intéressants aspects psychologiques des travailleurs des changements fondamentaux dans le domaine de la gestion des ressources humaines , afin que je donne à l'objet la satisfaction au travail une attention particulière comme un élément essentiel de la relance de travail , et en raison de la relation positive dans la motivation des employés et de les pousser pour plus de performance et de productivité. Le but de cette étude , intitulé : l'importance de la satisfaction au travail dans l'amélioration de l'étude de cas de la productivité d'une branche du composé antibiotique Sidal - Unité Médéa - . Pour atteindre ces objectifs , nous avons utilisé le questionnaire et analysé à l'aide (SPSS)

Mots-clés: La satisfaction au travail , de la productivité , une branche du composé antibiotique Sidal - Unité Médéa - .

المقدمة:

تحتل الإدارة بمختلف عملياتها الإدارية مركزا يؤثر في جميع المؤسسات بمختلف أنواعها، إذ أنها تعتبر المسؤولة عن بقاء ونمو واستمرار المؤسسة في نشاطها من خلال التحسين في التنظيم الإداري الذي يحكمها، أو في سلوك عمالها، أو في الوسائل والأساليب الحاكمة لتسيير مختلف نشاطاتها أو في جميع هاته النواحي، مما يؤثر عليها إما بالسلب أو الإيجاب. لذا فإن الإدارة الفعالة هي الأساس الضروري لتكوين قاعدة مناسبة لتحقيق الأهداف التي تضعها المؤسسة وتسعى لتحقيقها.

و كفاءة المؤسسات تعتمد على حسن استثمار مواردها وعلى الأخص الموارد البشرية الذي يتحكم في باقي الموارد وفي طريقة استخدامها، فالمؤسسات التي تتوفر فيها طرق وأساليب عمل جيدة وتجهيزات رأسمالية ذات مستوى تقني عال لا يمكن لها أن تحقق أهدافها الإنتاجية بدون وجود الموارد البشرية العاملة ومدى فاعليتها في أداء وظائفها، ونظرا للدور الحيوي الذي تلعبه الموارد البشرية في إنجاز أهداف المؤسسة فقد اهتم علماء الاقتصاد والإدارة بدراسة حاجات ورغبات الفرد، ومدى الرضا الوظيفي الذي يوجه سلوكه نحو تحقيق أهداف المؤسسة بفعالية.

بدأ الاهتمام من قبل الباحثين في مجال علم النفس والسلوك التنظيمي بموضوع الرضا الوظيفي منذ بداية الثلاثينيات من القرن العشرين، حتى أصبح من الموضوعات الحيوية والمهمة لكونه يتناول البعد الإنساني لدى العنصر البشري الذي يعتبر أهم موارد المؤسسة، والمسيطرة على الموارد الأخرى المادية والفنية، لأنه المحور الأساسي للإنتاج بالرغم من التطور الهائل في المعدات والأجهزة ولكنها لا تزال تعتمد بشكل أو بآخر على العقل البشري الذي يديرها ويحركها. وترجع أهمية دراسة الرضا الوظيفي لدى الأفراد العاملين (والذي يشير إلى المشاعر الإيجابية التي يحملها الفرد اتجاه عمله) إلى حقيقة أن العمل هو أحد الطرق التي بواسطتها يتم إدماج الفرد في جماعة العمل والمجتمع، بل إن الرضا الوظيفي يعتبر أحد مكونات السعادة والرضا عن الحياة ككل، بحيث يمكن القول بأن الأفراد العاملين أكثر سعادة من الأفراد غير العاملين وهذه الحقيقة تدفع إلى الاعتقاد بأن للرضا الوظيفي علاقة مباشرة بالإنتاجية، إذ اتفقت بعض الدراسات والبحوث التي تناولت جوانب العمل والعاملين على وجود علاقة إيجابية وثيقة الصلة بين رضا الفرد عن عمله وبين نوعية وكمية إنتاجه.

وهناك عوامل مباشرة تؤثر في الرضا الوظيفي فتعمل على تحقيقه من عدمه وتتمثل في الحوافز مثلا و التي تمنح للفرد فتثير رغبته وتخلق لديه الدافعية نحو العمل أكثر ومن ثم رضاه عنه، وكذا التدريب الذي هو الجهد المنظم والمخطط له لتزويد الموارد البشرية في المؤسسة بمعارف معينة وتحسين وتطوير مهاراتها وقدراتها وتغيير سلوكياتها واتجاهاتها بشكل إيجابي وفقا لمصلحتها ومصلحة المؤسسة من خلال رفع إنتاجيتها، وكذلك طبيعة الوظيفة التي يؤديها الأفراد وواجباتها ومسؤولياتها ومدى انسجامها مع خبراتهم، مهاراتهم، قدراتهم، سماتهم الشخصية، وأيضا بيئة العمل والمتمثلة في مكان العمل، وأدوات العمل والعلاقات غير الرسمية في العمل.

مشكلة الدراسة:

ولما كان اهتمام المؤسسات بالرضا الوظيفي الأثر الكبير في نجاحها والمتمثل في زيادة أرباحها نظرا لارتفاع إنتاجية موظفيها، وزيادة ولائهم وانتمائهم لها من خلال زيادة حرصهم على نوعية العمل وجودته من جانب، وإطالة بقاء المؤسسة من خلال العلاقة الطويلة المدى مع الزبائن-اعتمادا على حسن معاملتهم- من جانب آخر، جاء موضوع الدراسة تحت عنوان أهمية الرضا الوظيفي في تحسين الإنتاجية. وعلى ضوء ما تقدم يمكن طرح الإشكالية بالصيغة التالية:

كيف يمكن للرضا الوظيفي من أن يساهم في تحسين إنتاجية المؤسسة؟

فرضيات الدراسة

تنطلق الدراسة من افتراض أساسه أن للرضا الوظيفي تأثيرا على إنتاجية المؤسسة، ومن هذا الافتراض نشق الفرضيات

التالية:

- (1) يعتبر الرضا الوظيفي ركيزة أساسية لبقاء ونمو المؤسسة.
- (2) الرضا الوظيفي يؤدي إلى أداء أفضل للعمل ضمن المؤسسة ويساهم في رفع إنتاجيتها.
- (3) توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابة المبحوثين حول الرضا الوظيفي تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، مدة الخدمة في الوظيفة الحالية، المستوى الدراسي، المستوى الوظيفي).
- (4) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابة المبحوثين حول الإنتاجية تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، مدة الخدمة في الوظيفة الحالية، المستوى الدراسي، المستوى الوظيفي).
- (5) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرضا الوظيفي والإنتاجية.

أهمية الدراسة:

إن هذه الدراسة ستلقي الضوء على الجوانب التالي:

أولا: من الناحية العلمية:

- التعرف على الرضا الوظيفي وعناصر تحقيقه خاصة فيما يتعلق بالعاملين في المؤسسات المختلفة.

- التعرف على طبيعة الإنتاجية وطرق قياسها، والتي لا تزال غامضة نظرا لتعدد العوامل التي تؤثر فيها.

ثانيا: من الناحية العملية:

البحث عن مقومات الرضا الوظيفي و تطبيقها وممارستها على أرض الواقع بغية زيادة الإنتاجية في فرع المضادات الحيوية لمؤسسة صيدال -وحدة المدينة- بصورة علمية.

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الأساسي من هذا البحث دراسة العلاقة التي تربط بين الرضا الوظيفي والإنتاجية داخل المؤسسة، ويتم ذلك

من خلال:

- معرفة مسببات الرضا الوظيفي وأثرها على أداء العاملين بالمؤسسة.

- تحديد سبل زيادة درجة الرضا الوظيفي.

- العمل على معرفة ماهية الإنتاجية وقياسها والتعرف على سبل تحسينها.

- معرفة اتجاهات النظريات المفسرة للعلاقة التي تحكم الرضا الوظيفي والإنتاجية.

منهج البحث:

للإجابة على إشكالية هذا البحث وإثبات أو نفي صحة الفرضيات استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة

الحالة إذ يعتبران من أكثر المناهج موافقة مع هذا الموضوع وعليه ففي:

الجانب النظري: اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على جمع المعلومات ودراستها و تحليلها، بغية استيعاب

الإطار النظري للموضوع و فهم عناصره و تحليل أبعاده.

الجانب التطبيقي: تم الاعتماد على منهج دراسة حالة من أجل إسقاط الدراسة النظرية على واقع مؤسسة اقتصادية متخذين فرع المضادات الحيوية لمؤسسة صيدال -وحدة المدية- نموذجاً لذلك. أما فيما يتعلق بأدوات الدراسات و مصادر البيانات فتمثلت في التالي:

-الدراسة النظرية (البحث المكتبي): الهدف منها هو الوقوف على ما تناولته المراجع والمصادر العربية و الأجنبية منها سواء كانت القديمة أو الجديدة في هذا الموضوع، وكذا مختلف المجالات و المقالات و الدراسات السابقة.
-الدراسة الميدانية: والخاصة بفرع المضادات الحيوية لمؤسسة صيدال-وحدة المدية- واستخدمنا فيها الاستبيان استكمالاً لاختبار الفرضيات، قمنا بتقديم استبيان و هذا بغية الإحاطة ببعض الجوانب الرئيسية في الموضوع، وقد تم استخدام أسلوب الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجة البيانات.

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

1) الرضا الوظيفي: شعور الفرد بالسعادة والارتياح أثناء أداءه لعمله ويتحقق ذلك بالتوافق بين ما يتوقعه الفرد من عمله ومقدار ما يحصل عليه فعلاً في هذا العمل، و الرضا الوظيفي يتمثل في المكونات التي تدفع الفرد إلى العمل والإنتاج وهي: الرضا عن الأجر، الرضا عن محتوى العمل، الرضا عن فرص الترقى، الرضا عن ساعات العمل، الرضا عن ظروف العمل.

2) الإنتاجية: هي مقياس لكفاءة استخدام الموارد لتحقيق المخرجات، وهي علاقة بين المخرجات والمدخلات معبراً عنها في شكل نسبة المخرجات إلى المدخلات، وهي علاقة بين الفعالية التي يتم بها تحصيل نتائج أو مخرجات معينة والكفاءة التي يتم بها تشغيل المواد المختلفة التي تساهم في تحقيق هذه النتائج.

3) فرع المضادات الحيوية أنتيبوتيكال لمؤسسة صيدال -وحدة المدية-: يعد مجمع صيدال من أهم المؤسسات العمومية التي يعتمد عليها الاقتصاد الوطني نظراً للمكانة التي يحظى بها في السوق المحلي، وكذا اختراق منتجاته الأسواق العالمية، كما يعتبر فرع أنتيبوتيكال - محل الدراسة - أحد أهم فروع و المتخصص أساساً في إنتاج المضادات الحيوية والأدوية البنيسيلينية وغير البنيسيلينية. يقع فرع أنتيبوتيكال على بعد 150 كلم جنوب العاصمة و 15 كلم عن مقر ولاية المدية، و يتربع على مساحة 25 هكتار، وبعد إعادة هيكلة المؤسسة العمومية الاقتصادية صيدال تحول اسمه من مركب إلى فرع المضادات الحيوية التابع لمجمع صيدال، و قد دخل بصفة رسمية في استقلالية التسيير في 1989/02/02.

إجراءات تطبيق الدراسة

عينة الدراسة: تطلب تطبيق الاستبيان عدداً من الإجراءات التي يمكن توضيحها في الخطوات التالية:

- 1- بعد تعديل الاستبيان قمنا بتقديمها إلى عينة الدراسة من العمال، حيث تم توزيع 80 استبيان.
- 2- تم استرداد 68 استبيان بحيث فقدت 12 استبيان وتم استبعاد 8 استباناً لأنها لم تستوف البيانات، وقد بلغت النسبة الإجمالية الصالحة للتحليل الإحصائي (80/60=75%) وهي نسبة مقبولة.
- 3- معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برنامج (spss).

بناء أداة الدراسة: يمثل الاستبيان الأداة الرئيسية لهذه الدراسة والتي صممت في صورتها الأولية بعد الإطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، و قد اشتملت الاستبيان على جزئين رئيسيين هما:

- ❖ الجزء الأول: البيانات الشخصية: تعتبر المتغيرات الشخصية ذات أهمية كبيرة في التعرف على خصائص العينة والوقوف على مدى تأثيرها على نتائج الدراسة، ومن أهم المتغيرات الشخصية للعاملين بفرع أنتيبوتيكال "الجنس، العمر، مدة الخدمة في الوظيفة، المستوى الدراسي، الفئة المهنية".
- ❖ الجزء الثاني: ويشمل هذا الجزء العبارات التي تتكون منها الاستبيان وهي مقسمة إلى محورين:
 - المحور الأول: عبارات تصف رضا عمال الفرع عن وظائفهم، ويشتمل هذا المحور على الأبعاد التالية: بعد الرضا عن الأجر من العبارة 1 إلى العبارة 6، بعد الرضا عن الحوافز والمكافآت من العبارة 7 إلى العبارة 12، بعد الرضا عن طبيعة العمل من العبارة 13 إلى العبارة 25، بعد الرضا عن جماعة العمل من العبارة 26 إلى العبارة 28، بعد الرضا عن الإشراف من العبارة 29 إلى العبارة 33، و تقابل كل عبارة من عبارات المحور العبارات التالية: (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة).
 - المحور الثاني: عبارات تصف إنتاجية العمال في الفرع تتكون من بعدين: بعد تقييم الإنتاجية والمكون من 6 عبارات وهي من العبارة 34 إلى العبارة 39، و تقابل كل عبارة من عبارات هذا البعد العبارات التالية: (ممتاز، جيد، مقبول، متوسط، ضعيف)، وبعد اقتراحات تحسين الإنتاجية في البعد الثاني والمكون من 9 عبارات وهي من العبارة 40 إلى العبارة 49، و تقابل كل عبارة من عبارات هذا البعد العبارات التالية: (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة).
- صدق الاستبيان: للتأكد من صدق أداة الدراسة قمنا بإجراء نوعين من الاختبارات: الأول لقياس الصدق الظاهري، والثاني لقياس الاتساق الداخلي.
- ❖ الصدق الظاهري: للتحقق من صدق الاستبيان الظاهري تم عرضها على عدد من الأساتذة المختصين في إدارة الأعمال و الإحصاء بجامعة المدية الذين أبدوا ملاحظاتهم حول بناء العبارات ومدى مناسبتها للموضوع، وقد أخذت جميع الملاحظات في الاعتبار وتم التعديل و حذف بعض العبارات، وإعادة صياغة بعض العبارات وزيادة بعض العبارات.
- ❖ الاتساق الداخلي: لحساب الاتساق الداخلي لمحوري الاستبيان تم حساب معدل ارتباط درجة كل عبارة من عبارات المحورين مع المحور الذي تنتمي إليه، وقد تحصلنا على النتائج الملخصة في الجداول الآتية:

جدول(1): معاملات الارتباط بين درجات عبارات الرضا الوظيفي مع الدرجة الكلية لهذا الرضا

البعد الأول		البعد الثاني		البعد الثالث		البعد الرابع		البعد الخامس	
معامل الارتباط	رقم العبارة								
0.535**		0.606**	0.027	0.394**	0.542**	0.632**	0.540**	0.394**	0.542**
33		32	31	30	29	28	26	30	29
		0.415**							
		27							
0.408**		0.626**	0.482**	0.319*	0.352**	0.408**		0.319*	0.352**
25		24	22	21	20	25		21	20
0.387	0.450**	0.340**	0.263**	0.406**	0.548**	0.387		0.406**	0.548**
19	18	17	15	14	13	19		14	13
0.640**		0.585**	0.526**	0.556**	0.437**	0.640**		0.556**	0.437**
12		11	9	8	7	12		8	7
0.425**		0.605**	0.163	0.437**	0.433**	0.425**		0.437**	0.433**
6		5	3	2	1	6		2	1

** دال إحصائيا عند مستوى معنوية (0.01) / * دال إحصائيا عند مستوى معنوية (0.05)

يتضح من خلال الجدول أن معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية لجميع عبارات المحور الخاص بالرضا الوظيفي موجبة وأن جميع العبارات كانت دالة إحصائيا عدا العبارتين رقم (3) و (31) لذا سيستبعدان من التحليل.

جدول (2): معاملات الارتباط بين درجات عبارات الإنتاجية مع الدرجة الكلية لهذه الإنتاجية

البعد الثاني				البعد الأول	
معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
0.436**	46	0.423**	40	0.448**	34
		0.292*	41	0.316*	35
0.427**	47	0.315*	42	0.400**	36
		0.518**	43	0.589**	37
0.440**	48	0.364**	44	0.435**	38
		0.258*	45	0.289*	39

** دال إحصائيا عند مستوى معنوية (0.01) / * دال إحصائيا عند مستوى معنوية (0.05)

يتضح من خلال الجدول أن معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية لجميع عبارات المحور الخاص بالإنتاجية موجبة و دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (0.01) أو عند مستوى معنوية (0.05). وحسب النتائج السابقة فإن أداة الدراسة تتمتع بمصدقية عالية وصلاحية كبيرة للتطبيق الميداني وذلك لقوة الارتباط الداخلي بين جميع عبارات الاستبيان.

ثبات الاستبيان: تم حساب ثبات الاستبيان بمحوريتها و للاستبيان ككل، وذلك بحساب قيمة "ألفا كرونباخ" (Cronbach Alpha) لقياس مدى ثباتها والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول (3): معاملات ثبات الاستبيان

قيمة ألفا كرونباخ	الاستبيان
0.88	المحور الأول (الرضا الوظيفي)
0.605	المحور الثاني (الإنتاجية)
0.900	الاستبيان ككل (مجموع المحورين)

يوضح الجدول (3) قيم معاملات الثبات لمحوري الاستبيان و الاستبيان ككل، و يتضح من قيمة ألفا كرونباخ للاستبيان ككل وهي قيمة عالية تقدر بـ (0.9) أن الاستبيان ثابتة ويمكن الاعتماد على نتائج الاستبيان والاستفادة من نتائجها في التفسير.

الأساليب الإحصائية لمعالجة البيانات

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

❖ التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتحديد استجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه محوري الاستبيان.

❖ تحليل التباين الأحادي "one-way anova" لتحديد دلالة الفروق والاختلافات بين استجابات أفراد عينة الدراسة باختلاف متغيرات الدراسة (الجنس، العمر، مدة الخدمة في الوظيفة، المستوى الدراسي، الفئة المهنية) وموقفهم من الرضا الوظيفي، و الإنتاجية، والتي تكون عند مستوى دلالة (0.05) فأقل.

الأساس النظري للدراسة:

الرضا الوظيفي: يرى عالم النفس هوبك (عام 1935) أن الرضا الوظيفي هو: "مجموعة من الاهتمامات بالظروف النفسية والمادية والبيئية التي تحمل المرء على القول بصدق أنني راض في وظيفتي" (1).

أما لاندى وترامبو: فيعتبران بأن اصطلاح الرضا الوظيفي يستخدم للدلالة على: "مشاعر العاملين اتجاه العمل بنفس الطريقة التي تستخدم بها عبارة نوعية الحياة المعيشية لوصف ردود فعل أو انطباعات الفرد عن الحياة بشكل عام".

أما سوبر فيرى بأن الرضا الوظيفي هو: "رضا الفرد عن العمل يتوقف على المدى الذي يجد فيه منفذا مناسبة لقدراته وميوله وسمات شخصيته وقيمه، كما يتوقف أيضا على موقعه العملي وعلى طريقة الحياة التي يستطيع بها أن يلعب الدور الذي يتماشى مع نموه وخبراته".

وإذا كان الرضا الوظيفي قد تعددت تعريفاته وتشعبت مفاهيمه فقد توصل عدد من الباحثين إلى مجموعة من النتائج التي تتصل بمفهوم الرضا الوظيفي أهمها:

- ❖ أنه لا يمكن تجاهل دراسة سلوك العاملين ومدى رضاهم الوظيفي، وإن إظهار هذا الرضا يأخذ صور مختلفة؛
- ❖ إن إدراك المشاعر الشخصية يجب أن يتم في ضوء الموقف الكلي لسلوك الفرد، وأنه لا يمكن فهمها مجردة عن هذا السلوك وهذه المشاعر.

وبذلك يظهر أن المقصود بالرضا الوظيفي هو حالة الشخص العامل التي تعكس مدى قبوله وقناعته بالعوامل الوظيفية المحيطة ببيئة العمل، ويمكن القول بشكل عام أن الرضا الوظيفي يتكون من العناصر التالية:

الرضا عن الوظيفة وفرص الإثراء الوظيفي المحققة، الرضا عن علاقات العمل، الرضا عن زملاء العمل، الرضا عن الرؤوسين، الرضا عن الرؤساء، الرضا عن بيئة العمل، الرضا عن سياسات الأفراد.

عناصر الرضا الوظيفي: يرى بعض الباحثين أن الرضا الوظيفي هو محصلة عناصر الرضا التي يتصور الفرد أن يحصل عليها من عمله في صورة أكثر تحديدا وهي:

(1) الرضا عن الأجر: يعتبر الأجر بمثابة وسيلة لإشباع الحاجات الدنيا كالمأكل والملبس... الخ، كما أن أثره يمتد ليعطي الشعور بالأمن وليرمز إلى المكانة الاجتماعية، كما قد ينظر إليه الفرد كرمز لعرفان المؤسسة لأهميته، وفي حالات أخرى يستخدم الأجر لإشباع الحاجات الاجتماعية من خلال ما يتيح للفرد من تبادل المحاملات الاجتماعية مع الآخرين (2).

(2) الرضا عن محتوى العمل: الاهتمام بأثر محتوى العمل على الرضا الوظيفي يعتبر موضوعا حديثا نسبيا، فقد قدم بعض الباحثين - ومنهم (Hackman 1977) - مجموعة من العناصر المرتبطة بمحتوى العمل أهمها خصائص العمل، إذ أنها تسمح بخلق الظروف التي تولد أكبر قدر من الدافعية لدى الموظفين وبالتالي الوصول إلى أداء عالي مما يسهم في رفع درجة رضاهم الوظيفي (3).

(3) الرضا عن فرص الترقية: إذا كان طموح الفرد أو توقعات الترقية لديه أكبر مما هو متاح فعلا فسيؤدي إلى التقليل من رضاه عن وظيفته، وكلما كان طموح الترقية لديه أقل مما هو متاح فعلا كلما زاد رضاه عن وظيفته، أي أن هناك علاقة طردية بين توفر فرص الترقية والرضا الوظيفي.

(4) الرضا عن نمط الإشراف: إن المشرف المتفهم لمشاعر الأفراد العاملين تحت إشرافه والذي يقيم علاقات معهم على أساس الصداقة والثقة والاحترام المتبادلين والمودة يحقق رضا عاليا لجماعة العمل، على عكس المشرف الذي يفتقد هذه الصفات في نمط سلوكه.

(5) الرضا عن جماعة العمل: يلاحظ أنه كلما كان تفاعل الفرد مع أفراد آخرين في العمل يحقق تبادلا للمنافع بينه وبينهم كلما كانت جماعة العمل مصدرا لرضا الفرد عن وظيفته، وكلما كان تفاعل الفرد مع أفراد آخرين يخلق توترا لديه كلما كانت جماعة العمل سببا لاستياء الفرد من عمله مما يؤثر سلبيا على درجة رضائه.

(6) الرضا عن ساعات العمل: يلاحظ أنه بالقدر الذي توفر فيه ساعات العمل للفرد حرية استخدام وقت الراحة يزيد الرضا الوظيفي لديه، وبالقدر الذي تتعارض ساعات العمل مع وقت الراحة وحرية الفرد في استخدامه بالقدر الذي ينخفض به الرضا الوظيفي.

(7) الرضا عن ظروف العمل المادية: بصفة عامة تؤثر ظروف العمل المادية على قوة الجذب التي تربط الفرد بعمله أي على درجة رضاه الوظيفي، ومن أهم هذه الظروف نجد الظروف المادية أو الفيزيائية والتي هي عبارة عن الظروف التي تحيط بالفرد أثناء قيامه بأعمال وظيفية، والتي تؤثر بدرجة ملموسة على مقدرته الذهنية والجسمية والتي لا يستطيع التحكم فيها كالحرارة، البرودة، الضوضاء، الأتربة، والتهوية... الخ (4).

مؤشرات الرضا الوظيفي: وتتمثل في مؤشرات الرضا الوظيفي المرتفع ومؤشرات الرضا المنخفض كما يلي:

مؤشرات الرضا الوظيفي المرتفع: ويظهر الرضا الوظيفي المرتفع من خلال ما يأتي (5):

- ❖ الاستقرار في العمل: يأمل معظم الأفراد في الشعور بالأمان والاستقرار في العمل إذ أنهم في حاجة إلى الشعور بأنهم مؤمنون ومحميون من مخاطر فقدان العمل والحوادث والإصلاحات التي تقع بسبب ممارسة العمل، وعندما يشعر الفرد بنوع من الأمان فإنه يشعر بالمتعة والحرية والاستقلالية، وبقاء الفرد واستقراره في وظيفته وولائه لها دليل على رضاه عن عمله.
- ❖ العلاقات الحسنة: إن وجود علاقات حسنة بين العمال فيما بينهم من جهة، وبين العمال والمشرفين من جهة أخرى تميزها علاقات التقدير والاحترام المتبادل والتعاون بينهم وهي كمؤشر لرضا العمال عن عملهم.
- ❖ نقص الشكاوى والتظلمات: تعتبر الشكاوى والتظلمات إحدى الوسائل التي يستعملها العمال للتعبير عن عدم إشباع حاجاتهم، ويعتبر نقصها دليلا على رضاهم عن عملهم.
- ❖ انخفاضات نزاعات العمل والصراعات: عندما يكون تفاعل أفراد الجماعة فيما بينهم فإنه يؤدي إلى انخفاض معدل الصراع بينهم، وكلما كانت جماعة العمل متماسكة فإنها تسعى جاهدة لتحقيق الأهداف المشتركة، والعمل لمصلحة الفرد ومصلحة المؤسسة وبذلك يقل معدل النزاع فيما بينهم، وهذا أيضا مؤشر على رضا الأفراد عن عملهم.

مؤشرات الرضا الوظيفي المنخفض: وتتجلى في:

- ❖ **الإضراب:** وهو توقف العمال عن عملهم بغية تحقيق مطالبهم وإشباع حاجاتهم، وكثرة الإضرابات تعتبر كمؤشر على عدم إشباع العمال لحاجاتهم وعدم رضاهم عن العمل، والعكس صحيح فكلما قلت الإضرابات كان ذلك دليلا على رضاهم الوظيفي.
- ❖ **حوادث العمل:** تعتبر حوادث العمل جزءا من عدم رضا الفرد عن عمله وانخفاض الدافعية لأداء العمل بكفاءة وعدم الرغبة في العمل ذاته، وهكذا فإن الفرد الذي لا يشعر بدرجة عالية من الرضا عن عمله نجده أقرب على الإصابة إذ أنه يعتبر السبيل الوحيد للابتعاد عن العمل، وعلاقة نسبة الحوادث والإصابات ودرجة الشعور بالرضا هي علاقة عكسية.
- ❖ **ترك الخدمة:** يتجه سلوك الفرد غير الراضي في هذه الحالة إلى الاستجابة إلى ترك الوظيفة والاستقالة والبحث عن وظيفة أخرى.
- ❖ **الغياب:** إذ يمكن اعتبار معدل الغياب عن العمل مؤشرا يمكن استخدامه للتعرف على درجة الرضا الوظيفي (6).

نظريات الرضا الوظيفي

ما الذي يجعل بعض الأشخاص راضون عن أعمالهم أكثر من الآخرين؟ وما الذي ستجدي إليه عملية التأكيد على حساب الأفراد ومشاعرهم في الرضا عن العمل؟

من خلال الإجابة على هذين السؤالين سوف نقوم بوصف أكثر النظريات شيوعيا وتأثيرا في الرضا الوظيفي وهي: نظرية الإدارة العلمية، نظرية العلاقات الإنسانية، نظرية إشباع الحاجات، نظرية العاملين لهيرزبرج، نظرية ماسلو، ونظرية العدالة لآدامز.

أولا: نظرية الإدارة العلمية: سعت هذه النظرية إلى تنمية أساليب و إجراءات العمل بناء على دراسات الوقت والحركة ووضع معايير للأداء، ويتم في ضوئها إعطاء الحوافز المادية للعمال لتحفيزهم على العمل. هذه النظرية ركزت على تلبية الحاجات الفسيولوجية للأفراد كوسيلة لتوجيه سلوكهم، ولكنها أهملت العوامل الإنسانية باعتبار العمال هم أفراد لهم حاجات غير فسيولوجية وهي ذات الرتبة الأعلى في نظرية ماسلو (7).

إذ نبعت هذه النظرية أساسا من التطور الطبيعي لمبادئ الإدارة العلمية التي نادى بها **فريدريك تايلور** الذي يعتبر مؤسس هذه النظرية، وترتكز هذه النظرية أساسا في مجال الحوافز وتعتبر بأن النقود هي خير دافع للعمل في المؤسسات وأن العامل بطبيعته يسعى دائما لزيادة أجره.

ثانيا: نظرية العلاقات الإنسانية: جاءت هذه النظرية كرد فعل على النظرية الكلاسيكية، حيث وجهت هذه النظرية اهتمامها للعنصر البشري وعلاقات الأفراد مع رؤسائهم وجماعة العمل في داخل المؤسسة. فقد عانت المؤسسات الصناعية المسيرة وفق مبادئ الإدارة العلمية ل**تايلور** في الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من عدة مشاكل تنظيمية و سلوكية، كالعجز عن رفع الإنتاج وتحسينه، عدم ضمان الولاء الحسن للعمال، وغير ذلك من المشاكل كالإضرابات والغيابات، ولهذا فإن مدرسة العلاقات الإنسانية قد جاءت ببعض المبادئ النظرية والتقنيات للتغلب على المشاكل التي واجهت المؤسسات الرأسمالية المسيرة وفق المبادئ التaylorية.

ثالثا: نظرية إشباع الحاجات: طبقا لهذه النظرية- التي مثلتها أعمال (كاهلن 1963، فروم 1964، دوين لوك 1967)- فإن الرضا الوظيفي يتحدد بالمدى أو القدر الذي تشبع به حاجات الفرد من خلال العمل الذي يؤديه.

رابعاً: نظرية العاملين لهرزبرج: ظهرت نظرية هرزبرج عقب دراسة أجراها على 200 محاسب ومهندس، الغاية من ورائها دراسة الرضا عن العمل بحيث كان يطلب من كل عامل أن يتذكر الأوقات التي يسيطر عليه فيها الإحساس بالرضا أو عدم الرضا عن العمل، وما الأسباب وراء ذلك؟

ويقوم مضمون النظرية على أن مجموع العوامل التي تسبب الرضا الوظيفي مستقلة عن الأسباب التي تؤدي إلى عدم الرضا، وترجع المجموعة الثانية (مجموعة عدم الرضا) إلى الظروف المحيطة بالعمل ويطلق على هذه العوامل اسم: **العوامل الوقائية**، أما المجموعة الأولى من العوامل (عوامل الرضا) فترجع إلى مضمون العمل ذاته ويطلق على هذه العوامل اسم: **مجموعة العوامل الدافعة (8)**.
خامساً: نظرية ماسلو (1943): تعتبر نظرية ابراهام ماسلو واحدة من أشهر نظريات الدافعية، بحيث تقوم على الافتراضات التالية (9):

❖ أن حاجات الإنسان يمكن ترتيبها في سلم هرمي حسب أهميتها بدءاً من الحاجات الدنيا (الفسولوجية) إلى حاجات الأمن ثم الحاجات الاجتماعية فحاجات الشعور بالذات حتى حاجات إشباع الذات، وهنا السلم يعكس شدة الحاجة على الإشباع ويشير إلى أن الحاجة الأكثر إلحاحاً ستطغى على اهتمام الفرد وتقلل بذلك من اهتمامه بالحاجات الأخرى إلى درجة نسيانها؛

❖ أن الإنسان بطبيعته هلوعاً ومن ثم فإن كل حاجاته لا تشبع حتى نهايتها وبالكامل، فبمجرد إشباعه لإحدى هذه الحاجات تقل شدة إلحاحها وتظهر حاجة جديدة لتحل محلها، وأن هذه العملية مستمرة ولا نهاية لها وبالتالي يستمر الإنسان دائماً في سعيه لإشباع حاجاته؛

❖ بمجرد إشباع الفرد لإحدى حاجاته بشكل مناسب له فإن هذه الحاجة لن تؤدي إلى التأثير على سلوكه بعد ذلك ومن ثم فلن تدفعه أو تحفزها فيستدير ويركز على إشباع حاجة أخرى في مستوى أعلى من السلم الهرمي، ولكنه قد يستدير في اتجاه عكسي إذا تم تهديد إحدى الحاجات الدنيا لديه.

سادساً: نظرية الإنصاف (نظرية العدالة): أسس النظرية آدمز (1965)، وعلى أساسها يمكن تحفيز الأفراد بشكل أفضل إن تم معاملتهم بإنصاف والعكس صحيح، فعدم الإنصاف في معاملتهم سيؤدي إلى تشيبتهم.

الإنتاجية: يمكن تقديم بعض التعاريف المقدمة للإنتاجية كما يلي:

ذكرت كلمة الإنتاجية لأول مرة في مقالة كتبها الاقتصادي الفرنسي F.Cpueenay عام 1766 (10).

وعرفها ANDREA VINCENT: بأنها "كل شيء يثبت العلاقة ما بين الإنتاج وجميع عناصر الإنتاج التي سمحت بالحصول عليه، أو بين الإنتاج وبعض عناصر الإنتاج التي سمحت بالحصول عليه" (11)، ويقول كذلك: "إن الإنتاجية تحدد وتقاس عن طريق قسمة الإنتاج الذي يعبر عن بسط المعادلة أما مقامها فهو عنصر من عناصر الإنتاج" كما يلي:

$$\frac{\text{الإنتاج (الناتج)}}{\text{عناصر أو عنصر الإنتاج}} = \text{الإنتاجية}$$

أما الوكالة الأوروبية للإنتاجية EPA فطرحت مفهوماً يتمحور في اتجاهين (12).

❖ الاتجاه الأول: يشير إلى أن الإنتاجية: "تعبّر عن درجة فاعلية استخدام كل عنصر من عناصر الإنتاج؛"

❖ الاتجاه الثاني: يعرف الإنتاجية بأنها: "موقف يقوم على البحث الدائم عن التطوير بقناعة راسخة من أن أداء اليوم أفضل من الأمس، و أداء الغد أفضل من أداء اليوم". إلا أن هذا الاتجاه و الذي يعتبر الإنتاجية موقفاً، ومن ثم قناعة يجعل إمكانية تحديد مفهومها و قياسها أمراً صعباً.

قياس الإنتاجية: يمكن قياس المدخلات و المخرجات بالكمية، أو الكمية المرجحة بمعاملات غير الأسعار، أو القيمة، أو القيمة المضافة .

(1) الكمية: ينسب تبعاً لهذا المقياس عدد الوحدة المنتجة (المخرجات) إلى عدد الوحدة المستخدمة في الإنتاج (ساعات العمل البشرية، ساعات العمل الآلية، وحدة المواد الخام، وحدة الطاقة).

(2) الكمية المرجحة بمعاملات غير الأسعار: و يستعمل هذا المقياس لتجنب استخدام الأسعار، و تمثل هذه المعاملات القيمة النسبية بالنسبة لأغراض الدراسة، و مثال ذلك ترجيح ساعات العمل البشري بدرجة المهارة عند العمال و ذلك بتقسيم درجات المهارة إلى عدد محدد و ضرب ساعات العمل لكل درجة مهارة في الرقم الذي يمثل هذه المهارة، و بهذه الطريقة يمكن تجنب آثار التغييرات التي تحدث في الأجور و التي لا تناظرها تغييرات في القيمة الحقيقية لساعات العمل.

(3) القيمة: و هي الكمية المرجحة بسعر السلعة، أي يستخدم حاصل ضرب الكمية في السعر فتنسب قيمة المخرجات إلى قيمة المدخلات، و يقتضي الترجيح بالأسعار قيام كثير من الصعوبات نظراً لما يطرأ عليه من تقلبات كثيرة و غير متوقعة.

(4) القيمة المضافة: تستعمل للتعبير عن كافة الجهود المبذولة في الإنتاج، و كافة العوائد من هذه الجهود وبالتالي يعبر عنها بما يلي: القيمة المضافة الإجمالية = قيمة الإنتاج - قيمة مستلزمات الإنتاج السلعية و الخدمية

أي بمعنى أن القيمة المضافة الإجمالية هي الفرق بين المبيعات الإجمالية و تكاليف المواد الأولية و الخدمات، و بذلك تمثل القيمة المضافة المساهمة الفعلية في إنتاج السلعة، أي ما تضيفه إلى جانب مستلزمات الإنتاج والأجزاء الوسيطة و الإستهلاكات (13).

أساليب تحسين الإنتاجية: تحسين الإنتاجية يتطلب عملية تنظيمية محكمة على كافة المستويات و اتخاذ الإجراءات و التدابير المناسبة من الحلول التي يختص بعضها بالناحية الفنية و الآخر بالناحية الاقتصادية والثالثة بالناحية الإنسانية، والتي يتم معالجتها مجتمعة دون انفراد و تدريجياً، وفيما يلي هذه الأساليب:

أولاً: توفير الظروف الملائمة لتحقيق الأهداف ودقة تحديدها.

ثانياً: تحسين أساليب الإدارة.

ثالثاً: تدريب العامل البشري و تأهيله.

رابعاً: تطوير نظام الحوافز على أساس معايير علمية.

خامساً: الاهتمام بالعلاقات الإنسانية.

سادساً: التوظيف العقلاني لكل الإمكانيات المتاحة.

علاقة الرضا الوظيفي بالإنتاجية: في هذا الصدد توجد ثلاثة اتجاهات.

الاتجاه الأول: هذا الاتجاه ظهر نتيجة تجارب وأبحاث "هوثون" حيث تم التركيز على العلاقات الإنسانية وزاد الاهتمام بالعاملين من خلال سماع شكواهم وحل مشكلاتهم وإشباع حاجاتهم المادية والمعنوية و من ثم تشجيعهم للمشاركة في الإدارة، وكان الهدف من ذلك هو الرفع من درجة رضاهم الوظيفي التي بدورها تؤدي إلى زيادة الإنتاجية، وقد أظهرت نتائج التجارب أن

الإنتاجية ارتفعت وأن العوامل التي تم إدخالها في العمل أدت إلى زيادة الدافعية للعمل، وهذه العلاقة السببية بين الرضا الوظيفي والإنتاجية قدمت أساليب متعددة للعلاقات الإنسانية بهدف زيادة الرضا الوظيفي لدى العاملين و من هذه الأساليب نجد مثلا: المشاركة في الإدارة، الإشراف المتساهل، النصح والإرشاد.

ولقد حمل كتاب وباحثوا مدرسة العلاقات الإنسانية لواء هذه الفكرة، وقاموا بتأكيدا وتبريرها في كتاباتهم وبحوثهم، بحيث قاموا بتقديم هذه العلاقة ليس باعتبارها مجرد علاقة بين متغيرين، وإنما باعتبارها علاقة سببية بين الرضا كمتغير سببي والإنتاجية كمتغير الأثر أو النتيجة، وتبرير هذه العلاقة السببية قدم في صورة تفسير مبسط يقوم على فكرة أن الفرد الذي يرتفع رضاه عن عمله، يزداد بالتالي حماسه للعمل ويزداد أيضا امتنانه لوظيفته فترتفع بذلك إنتاجيته، وبالعكس فإن الفرد الذي ينخفض رضاه عن عمله يقل حماسه و إقباله على العمل، وتقل أيضا مشاعر الامتنان والولاء للوظيفة وللمؤسسة، فتقل نتيجة لهذا إنتاجيته وأداؤه.

الاتجاه الثاني: يؤكد أنصار هذا الاتجاه بأنه لا توجد علاقة مباشرة بين الرضا والإنتاجية وأن ثمة حالات ومواقف يكون فيها العاملون على درجة كبيرة من الرضا الوظيفي غير أنهم يكونون أقل إنتاجية، كما أظهرت مواقف عكس ذلك حيث يكون العاملون على درجة منخفضة من الرضا غير أن إنتاجيتهم تكون عالية، وأكدوا أنه يمكن زيادة إنتاجية الفرد بالضغط أو استخدام الأسلوب الدكتاتوري بالإدارة وبذلك يكون الإنتاج مرتفعا والرضا الوظيفي متدنيا، ويعللون عدم وجود علاقة بين الرضا والإنتاجية لسببين التاليين:

1) أن هيكل العمل يفرض على الفرد أن يعمل بجهد واجتهاد، فعلى سبيل المثال: التكنولوجيا المستخدمة وميكانيكية العمل وحركتها تجبر العاملين على الالتزام بطريقة دخول المواد الأولية وتصنيع المنتجات وكيفية خروجها من المؤسسة، كما أن الإشراف الدقيق والرقابة الصارمة تدفع العاملين على الإنتاج بدون هوادة؛

2) أن الرضا يؤدي إلى شعور بالانتماء للمؤسسة مما يؤدي إلى أنماط من السلوك مثل: التعاون، وتقوية العلاقات الاجتماعية في التنظيم، الرغبة في الحفاظ على موارد المؤسسة، والقدرة على تحمل المصاعب المؤقتة في المؤسسة، ومن هنا لا يؤثر الرضا على الإنتاجية لأنها محكومة بالرقابة والإشراف، وتمنط التكنولوجيا للعمل.

الاتجاه الثالث: يرى أصحاب هذا الاتجاه أنه إذا وجدت علاقة بين الرضا الوظيفي والإنتاجية فإن الأسباب تعود لعنصر ثالث يكون صلة الوصل بينهما يتمثل في عنصر العوائد (مثل: الأجر والترقية والعلاقات الطيبة) وكذلك إدراك العامل بأن هذه العوائد مرهونة بمستوى معين من الأداء. فعندما تزيد هاته العوائد ويدرك العامل بأن أدائه في عمله هو المحدد الرئيسي لحصوله عليها يرتفع كل من الرضا الوظيفي والإنتاجية معا، وهذا الارتفاع يشعر الفرد كما لو أنهما مرتبطان، بينما كلاهما يظهر كنتيجة مباشرة لوجود عوائد العمل، وعليه فالرضا الوظيفي يحقق إنتاجية عالية في حالة القبول بعوائد إيجابية.

وعموما عندما يكون العامل غير راضي عن عمله فإن ذلك ينعكس على سلوكه فيقل التزامه بالعمل الذي يؤديه ويضعف ولاءه للمؤسسة التي يعمل بها، فينتج عن ذلك انسحاب العامل من عمله نفسيا من خلال شروذ الذهن والاستغراق في أحلام اليقظة، أو ينسحب جسميا من خلال التأخر عن العمل والخروج مبكرا، أو تمديد أوقات الاستراحات والغياب وتعطيل العمل وقد يصل إلى محاولة الانتقام من المؤسسة (14).

عرض النتائج ومناقشتها:

خصائص المبحوثين: تضمن الاستبيان جزءا خاصا بالمعلومات الشخصية للتعرف على خصائص عينة الدراسة وتوزيع أفراد العينة حسب متغيرات: الجنس، العمر، مدة الخدمة في الوظيفة الحالية، المستوى الدراسي، الفئة المهنية، وكانت النتائج المتحصل عليها كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول (4): النتائج المتحصل عليها من خلال تحليل البيانات الشخصية لعينة الدراسة

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	46	76.7%
	أنثى	14	23.3%
العمر	من 18 سنة إلى أقل من 25 سنة	5	9.3%
	من 26 سنة إلى أقل من 35 سنة	13	21.7%
	من 36 سنة إلى أقل من 45 سنة	18	30%
	من 46 سنة فأكثر	24	40%
مدة الخدمة في الوظيفة الحالية	من سنة إلى 5 سنوات	17	28.3%
	من 6 سنوات إلى 10 سنوات	7	11.7%
	من 11 سنة إلى 15 سنة	8	13.3%
	أكثر من 15 سنة	27	43.5%
المستوى الدراسي	أقل من المتوسط	6	10%
	ثانوي	29	48.3%
	جامعي	25	41.7%
الفئة المهنية	عون تنفيذ	17	28.3%
	عون تحكم	15	25%
	إطار	28	46.7%

نلاحظ من الجدول أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث بـ 53.4 وذلك لأن مجتمع العينة نسبته الأكبر مكونا من الذكور . أما متغير العمر فقد شكلت الفئة العمرية (46 سنة فأكثر) والفئة (بين 36 سنة و 45 سنة) غالبية المبحوثين وهذا راجع لأن أغلب عمال الفرع تقع أعمارهم ضمن هذه الفئة العمرية. أما فيما يخص متغير مدة الخدمة في الوظيفة الحالية فمعظم عينة الدراسة نسبة خبرتهم تتجاوز 15 سنة بنسبة (43.5%) وهذا ما يفسر أن أغلبية أعمار العينة تتجاوز 46 سنة. وبالنسبة للفئة المهنية معظم عينة الدراسة هم إطارات. وعن متغير المستوى الدراسي يتبين من خلال الجدول أن معظم عينة الدراسة مستوى تعليمهم ثانوي بنسبة (48.3%)، إذ أن متوسط العمال لديهم مؤهل علمي.

تحليل الإحصاء الوصفي للبيانات

وتهدف من خلاله إلى إعطاء تصور عام عن رؤية عمال الفرع عن الرضا الوظيفي والإنتاجية عن طريق: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة موافقة العمال بالفرع اتجاه كل عبارة، مع الأخذ بعين الاعتبار أن تدرج المقياس المستخدم في الدراسة كما يلي:

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
ممتاز	جيد	مقبول	متوسط	ضعيف
1	2	3	4	5

واستنادا إلى ذلك فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة سيتم التعامل معها لتفسير البيانات على النحو التالي:

المتوسط المرجح	من 1 إلى 1.79	من 1.8 إلى 2.59	من 2.6 إلى 3.39	من 3.4 إلى 4.19	من 4.2 إلى 5
الاتجاه	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
	ضعيف	متوسط	مقبول	جيد	ممتاز

وبناء على ذلك فمثلا إذا كان المتوسط الحسابي المرشح للعبارة يتراوح بين (1.8 - 2.59) فهذا يعني أن اتجاه عينة الدراسة من عمال الفرع لا يوافقون على ما جاء في العبارة، وفيما يخص بتقييم الإنتاجية فهي متوسطة.

تصورات المبحوثين في فرع المضادات الحيوية أنتيبايوتيكال حول محور الرضا الوظيفي:

وتهدف من خلاله إلى إعطاء تصور عام عن رؤية عمال الفرع عن الرضا الوظيفي وعناصره وذلك من خلال خمسة أبعاد هي: الرضا عن الأجر، الرضا عن الحوافز والمكافآت، الرضا عن طبيعة العمل، الرضا عن جماعة العمل، الرضا عن الإشراف، ومن أجل تحليلها قمنا بحساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة موافقة العمال بالفرع اتجاه كل عبارة.

يتضح من خلال الجدول (6) أن اتجاه العمال من عينة الدراسة حول بعد الأجر الذين يحصلون عليه كان محايدا، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرشح إذ بلغ (2.739) بانحراف معياري قدره (0.699) مما يشير إلى عدم وجود تباين كبير في اتجاهات العمال حول ما جاء في هذا البعد. وبالنسبة لبعد المكافآت والحوافز فمعظم العمال لا يوافقون على ما جاء فيه، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرشح لهذا البعد إذ بلغ (2.433) بانحراف معياري قدره (0.687) مما يشير إلى عدم وجود تباين كبير في اتجاهات العمال حول ما جاء في هذا البعد، وذلك راجع إلى أن المعايير التي على أساسها تقدم هاته المكافآت والحوافز غير واضحة للعمال مما يجعلهم يشعرون بأنه لا توجد عدالة لا في توزيع المكافآت والحوافز ولا في منحهم فرصا للترقية ولا في التدريب لتحسين أدائهم من ثم مكافأهم. وعن بعد مجال طبيعة العمل فكان للعمال من عينة الدراسة رأيا محايدا حول ما جاء فيه، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرشح لهذا البعد إذ بلغ (3.321) بانحراف معياري قدره (0.499) مما يشير إلى عدم وجود تباين كبير في اتجاهات العمال حول ما جاء في هذا البعد. وعن البعد المتعلق بالعلاقة مع زملائهم في العمل فمعظم العمال موافقون على العبارات التي جاءت فيه، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرشح لهذا البعد إذ بلغ (3.75)

بانحراف معياري قدره (0.609) مما يشير إلى عدم وجود تباين كبير في اتجاهات العمال حول ما جاء في هذا البعد. إذ تجمع علاقات حسنة وطيبة فريق العمل في الفرع.

وبالنسبة لبعد الإشراف كان اتجاه عينة الدراسة من عمال الفرع محايدا، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا البعد إذ بلغ (3.227) بانحراف معياري قدره (0.654) مما يشير إلى عدم وجود تباين كبير في اتجاهات العمال حول ما جاء في هذا البعد.

الجدول (6): بعض مقاييس النزعة المركزية لإجابات العمال في عينة الدراسة حول محور الرضا الوظيفي

البيانات	المعيار المعياري	المتوسط الحسابي المرجح	العبرة	الترتيب	البعد
لا أوافق	1.104	2.37	يتناسب الأجر الذي أحصل عليه مع الجهد الذي أبذله	1	الرضا عن الأجر
لا أوافق	1.075	2.28	يؤمن لي رتبتي حياة كريمة	2	
محايد	1.097	2.82	أضطر لمزاولة عمل إضافي خارج المؤسسة	3	
موافق	1.095	3.43	توفر لي وظيفتي فرصا لتأمين مستقبلي من خلال (التقاعد، صندوق التكافل، تعليم الأبناء، التأمين)	4	
محايد	1.022	2.65	تمنح الأجر على أساس معايير أداء واضحة ومقبولة	5	
محايد	1.209	2.88	تتبع نتائج تقييم أداء العمال في الأجر التي تحصل عليها	6	
محايد	0.669	2.739	المجموع بشكل عام		
لا أوافق	0.922	2.28	أشعر بعدالة ما أحصل عليه من مكافآت وحوافز	7	الرضا عن المكافآت والحوافز
لا أوافق	1.048	2.45	فرصة الترقية متاحة في عملي ومتوفرة	8	
لا أوافق	0.73	2.10	توجد عدالة في الحصول على ترقية	9	
لا أوافق	1.032	2.45	المعايير التي تمنح بها الترتيبات واضحة ومقبولة	10	
محايد	1.102	2.65	تمنحي المؤسسة فرصا للتدريب من أجل الترقية	11	
محايد	1.217	2.67	الترقية في العمل ترتبط بالكفاءة والإتقان	12	
لا أوافق	0.687	2.433	المجموع بشكل عام		
أوافق	0.942	3.60	أشعر بالراحة أثناء تأدية عملي	13	الرضا عن مجال طبيعة العمل
أوافق	0.974	3.63	أشعر بوضوح مسؤولياتي في العمل	14	
أوافق	0.81	3.77	عدد الساعات التي أعملها مقبولة	15	
لا أوافق	1.184	2.43	ظروف العمل المحيطة بي مساعدة ومريحة (روائح، رطوبة، الأصوات المزعجة...)	16	
محايد	1.022	3.35	تتيح لي وظيفتي فرصة التجديد والتطوير في عملي	17	
أوافق	0.926	3.58	أوقات الراحة متوفرة ومناسبة	18	
أوافق	0.783	3.78	كمية العمل التي تطلب مني مقارنة بالوقت المتوفر تعتبر معقولة	19	
محايد	1.053	2.90	توجد عدالة في توزيع واجبات العمل وتحمل الأعباء	20	
محايد	1.236	3.28	يتوفر لي كل عناصر الأمان والحماية من الأخطار المهنية	21	
أوافق	1.17	3.57	يتناسب العمل الذي أقوم به مع مؤهلاتي وتكويني	22	
محايد	1.249	3	أحصل على المعلومات التي أحتاجها في العمل بكل سهولة	23	

محايد	1.127	2.82	أحس بأبني على دراية بكل المستجدات والأحداث في المؤسسة	24	
أوافق	1.08	3.45	يمنحني العمل المكان الاجتماعية اللازمة	25	
محايد	0.499	3.321	المجموع بشكل عام		
أوافق	0.804	3.72	يتعاون الزملاء في العمل للقيام بالمسؤوليات الموكلة إليهم	26	الرضا عن العلاقات مع الزملاء
أوافق	0.666	3.88	تتيح لي وظيفتي إقامة علاقات اجتماعية مع زملائي	27	
أوافق	0.860	3.65	تتسم علاقتي برؤسائي بالتقدير والاحترام	28	
أوافق	0.609	3.75	المجموع بشكل عام		
محايد	1.109	2.7	أشعر بعدالة الرؤساء في العمل	29	الرضا عن الإشراف
محايد	0.958	2.88	تلقى اقتراحاتي موافقة من قبل المسؤولين	30	
أوافق	1.020	3.67	لعامل القرابة والصداقة دور في تعامل المشرفين مع العمال	31	
أوافق	1.048	3.55	يسهم رئيسي المباشر في مساعدتي حين أجد صعوبات في العمل	32	
محايد	1.130	3.33	أشعر بجزية مقبولة ونوع من الاستقلالية في أداء مهامي دون تدخل مباشر من الرئيس المباشر لي	33	
محايد	0.654	3.227	المجموع بشكل عام		

تصورات الباحثين في فرع المضادات الحيوية أنتيبايوتيكال حول محور الإنتاجية:

تهدف من خلالها إلى إعطاء تصور عام عن إنتاجية عمال الفرع واقتراحاتهم للتحسين من مستوى الإنتاجية وذلك من خلال بعدين هما: قياس الإنتاجية، اقتراحات لتحسين الإنتاجية. ومن أجل تحليلها قمنا بحساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة موافق العمال بالفرع اتجاه كل عبارة.

يتضح من خلال الجدول أن بالنسبة لبعده تقييم الإنتاجية بالفرع هي مقبولة، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا البعد إذ بلغ (3.18) بانحراف معياري قدره (0.602) مما يشير إلى عدم وجود تباين كبير في اتجاهات العمال حول ما جاء في هذا البعد. وهذا راجع لأن أغلبية عمال الفرع من عينة الدراسة يحصلون من خلال التقييم السنوي للعامل على درجة مقبول بالإضافة على أن تكيفهم مع التغيرات والمشاكل التي يواجهها الفرع هي أيضا مقبولة. أما في ما يخص بعد الاقتراحات الموضوعية لزيادة إنتاجيتهم أن معظم العمال موافقون بشدة على الاقتراحات الموضوعية، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا البعد إذ بلغ (4.282) بانحراف معياري قدره (0.398) مما يشير إلى عدم وجود تباين كبير في اتجاهات العمال حول ما جاء في هذا البعد، ورتبت الاقتراحات كالاتي: الزيادة في الأجر أولا، تحسين ظروف العمل ثانيا، زيادة الحوافز المعنوية ثالثا، الاهتمام بالحوافز المادية رابعا، استخدام أجهزة حديثة خامسا، الاهتمام بالبرامج التدريبية سادسا، الاستماع إلى مطالبهم وحل المشاكل المعروضة سابعاً.

الجدول (7): بعض مقاييس النزعة المركزية لإجابات العمال في عينة الدراسة حول محور الإنتاجية

البيد	رقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
بعد قياس الإنتاجية	34	كيف تقيم مستوى عملك؟	3.60	0.827	جيد
	35	ما هو تقييم رئيسك لمستوى العمل الذي تقدمه (تقارير التقييم)؟	3.30	1.013	مقبول
	36	كيف تقيم نوعية إنتاجية زملائك في العمل؟	3.28	0.761	مقبول
	37	كيف تقيم حجم العمل الذي ينجزه زملاؤك في العمل؟	3	1.12	مقبول
	38	كيف تقيم مواجهة زملائك في العمل للمشاكل التي تفرضها طبيعة العمل؟	2.92	0.962	مقبول
	39	كيف تقيم تكيف زملائك في العمل للتغيرات والتطورات المختلفة التي تحدث في محيط العمل؟	3.98	1.017	جيد
		المجموع بشكل عام	2.739	0.669	محايد
بعد اقتراحات عمال الفرع لزيادة الإنتاجية	40	تحسين مستوى الأجر	4.55	0.534	أوافق بشدة
	41	تحسين ظروف العمل	4.52	0.567	أوافق بشدة
	42	الاهتمام بالبرامج التدريبية	4.40	0.494	أوافق بشدة
	43	الاستماع للمطالب وحل المشاكل المعروضة	4.53	0.606	أوافق بشدة
	44	تقليص ساعات العمل الإضافية	3.30	0.869	محايد
	45	زيادة الحوافز المعنوية	4.50	0.537	أوافق بشدة
	46	الاهتمام بالحوافز المادية	4.47	0.7	أوافق بشدة
	47	استخدام أجهزة حديثة	4.45	0.594	أوافق بشدة
	48	تفويض العاملين بصلاحيات واسعة	4	1.008	أوافق
			المجموع بشكل عام	2.433	0.687

اختبار فرضيات الدراسة الميدانية

نحاول اختبار صحة فرضيات الدراسة الميدانية، والتي جاءت على النحو الآتي:

- يوجد تباين في اتجاهات عمال الفرع نحو الرضا الوظيفي؛

- لا يوجد تباين في اتجاهات عمال الفرع نحو إنتاجيتهم؛

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية ي الرضا الوظيفي والإنتاجية في الفرع.

وقد اخترنا لتحقيق ذلك استعمال تحليل التباين الأحادي (one-way anova) الذي يعتبر الأنسب لمثل هذه الفرضيات،

وذلك عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) رغبة في الوصول إلى نتائج ذات مصداقية عالية هذا للفرضيتين الأوليتين، و معامل

الارتباط (بيرسون) للفرضية الأخيرة عند مستوى معنوية (0.01).

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات عمال فرع أنتيبوتيكال بعينة الدراسة نحو أبعاد الرضا الوظيفي تعزى للمتغيرات الشخصية، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (أكبر من مستوى المعنوية المفترضة (0.05)، و هذه النتيجة تبين أن اتجاهات عمال فرع أنتيبوتيكال لا تختلف باختلاف الجنس، العمر، مدة الخدمة في الوظيفة الحالية، المستوى الدراسي، والفئة المهنية.

الجدول (8): نتائج اختبار التباين الأحادي (ف) للفرضية الرضا الوظيفي

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الجنس	بين المجموعات	0.077	1	0.224	1.012	0.319
	داخل المجموعات	5.719	58	0.221		
العمر	بين المجموعات	0.627	3	0.209	0.941	0.427
	داخل المجموعات	12.435	56	0.222		
مدة الخدمة في الوظيفة الحالية	بين المجموعات	1.520	5	0.380	1.811	0.140
	داخل المجموعات	11.542	55	0.210		
المستوى الدراسي	بين المجموعات	0.283	2	0.141	0.630	0.536
	داخل المجموعات	12.780	57	0.224		
الفئة المهنية	بين المجموعات	0.385	2	0.193	0.866	0.426
	داخل المجموعات	12.677	57	0.222		

* يوجد اختلاف دال معنويًا عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.005$)

وبالنسبة لفرضية الإنتاجية لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات عمال فرع أنتيبوتيكال بعينة الدراسة نحو بعدا الإنتاجية تعزى للمتغيرات الشخصية، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.318) أكبر من مستوى المعنوية المفترضة (0.05)، و هذه النتيجة تبين أن اتجاهات عمال فرع أنتيبوتيكال التي قمنا بتحليلها وتفسيرها سابقا نحو بعدا الإنتاجية (قياس الإنتاجية، اقتراحات لزيادة الإنتاجية) لا تختلف باختلاف الجنس، العمر، مدة الخدمة في الوظيفة الحالية، المستوى الدراسي، والفئة المهنية.

الجدول(9): نتائج اختبار التباين الأحادي(ف) للفرضية الإنتاجية

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الجنس	بين المجموعات	0.077	1	0.077	0.780	0.381
	داخل المجموعات	5.716	58	0.099		
العمر	بين المجموعات	0.521	3	0.174	1.843	0.150
	داخل المجموعات	5.276	56	0.094		
مدة الخدمة في الوظيفة الحالية	بين المجموعات	0.242	4	0.060	0.598	0.666
	داخل المجموعات	5.555	55	0.101		
المستوى الدراسي	بين المجموعات	0.109	2	0.055	0.548	0.581
	داخل المجموعات	5.687	57	0.100		
الفئة المهنية	بين المجموعات	0.028	2	0.014	0.137	0.872
	داخل المجموعات	5.769	57	0.101		
*يوجد اختلاف دال معنويا عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)						

وبالنسبة لفرضية علاقة الرضا الوظيفي بالإنتاجية توجد علاقة طردية وقوية بين الرضا الوظيفي والإنتاجية وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة أقل من مستوى المعنوية المفترضة، إذ أنه كلما زاد مستوى الرضا الوظيفي بالفرع زادت الإنتاجية وكلما زادت الإنتاجية زاد الرضا الوظيفي، وهذا ما يتوافق مع الاتجاه الأول الذي أقر بوجود علاقة بين الرضا الوظيفي والإنتاجية.

معامل ارتباط الرضا الوظيفي بالإنتاجية

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
0.000*	0.630	الرضا الوظيفي
		الإنتاجية
*دال عند مستوى معنوية (0.01)		

التوصيات:

- 1- نشر المعايير التي على أساسها يتم تقديم الأجور والحوافز والمكافآت لكي يطلع عليها كل العمال.
- 2- إعطاء عناية خاصة لدور الحوافز المادية و المعنوية على اعتبار أن الفرد العامل هو مزيج لمادة وروح، وتطبيق نظم الحوافز الايجابية والسلبية.
- 3- تكوين شبكة اتصال داخل الفرع تربط بين مختلف المديرينات و مديريةية الموارد البشرية، حتى يتم تبادل المعلومات الخاصة بالعمل من جهة، ومعرفة حاجات كل مديريةية من الأفراد لاتخاذ التدابير اللازمة من جهة أخرى.

- 4- تحديد و تحسين المعارف لدى العاملين من خلال تنمية المسار الوظيفي لكل عامل خاصة تلك التي توافق طموحاتهم مع احتياجات الفرع.
- 5- الربط بين برامج الأفراد التي تعنى بالتوظيف والتدريب والحوافز والترقيات...، وإحداث موائمة بين احتياجاتها البشرية من جهة، وبين هاته البرامج وتطلعات الأفراد العاملين من جهة أخرى، لرفع مستوى الرضا الوظيفي.
- 6- دراسة دوافع الأفراد العاملين والعوامل المؤثرة فيها بشكل دوري ومستمر، والقيام بقياس الرضا الوظيفي للعمال باستمرار؛
- 7- الاهتمام بالعوامل البيئية المحيطة بمكان العمل، كالضوضاء و التهوية والتدفئة ووسائل الإنتاج المختلفة، لأثرها الكبير في رضا العامل وتحسين إنتاجيته.
- 8- القيام بدراسة لرفع أجور العمال بما يتناسب مع متطلبات المعيشة، وبما يكفل حياة كريمة لهم.
- 9- عمل برنامج ثابت لاجتماعات الرؤساء بالعمال لمناقشة احتياجاتهم وهمومهم، والتعرف على إنتاجيتهم ومستواهم عن قرب.
- 10- الاهتمام بالمراقبة والمتابعة الداخلية للرؤساء المشرفين على العمل ومحاسبة المقصرين والمتقاعسين، ومكافأة المجدين، والمثابرين في العمل، والتحقق من طريقة معاملته لبقية العمال.

المراجع:

1. H.C.Ganguli, *job satisfaction scales for effective management*"manuel for effective managemet", new delhi: comcept publishing company, 1994, p15.
2. محمد الصبري، السلوك الإداري "العلاقات الإنسانية"، الإسكندرية: دار وفاء لنديا الطباعة والنشر، ط1، 2007، ص ص 137/132.
3. ضياف زين الدين، السلوك الإشرافي وعلاقته بالرضا الوظيفي في التنظيم الصناعي، رسالة ماجستير في علم النفس (غير منشورة)، جامعة المسيلة، 2007، ص 101.
4. ناصر ضيف الله الحوي، الرضا الوظيفي في شركة عالم السيارات المحدودة، 2007، {على الخط}، www.rsscra.info
5. كامل محمد عويضة، علم النفس الصناعي، لبنان: دار الكتب العلمية، 1996، ص 156.
6. قوادري رشيد، نظام الحوافز ودوره في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في المؤسسة الاقتصادية"دراسة حالة ملبنة عريب عين الدفلى"، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال والتسويق (غير منشورة)، المدينة، 2008، ص 71.
7. عبد الله بن علي أبو عراد الشهري، مستوى الرضا عن العمل الإرشادي لدى مرشدي المرحلة الابتدائية المتخصصين وغير المتخصصين بمدينة مكة المكرمة، رسالة ماجستير في علم النفس (غير منشورة)، العربية السعودية، 2000، ص 32.
8. جير الدجرينبرج، روبرت بارون، إدارة السلوك في المؤسسات، الرياض: دار المريخ، 2004، ص 208.
9. محي محمد مسعد، بحوث في الاقتصاد العربي وأهم تحديات القرن الحادي والعشرين، الإسكندرية: المكتب العربي الحديث، 2001، ص ص 177/176.
10. سونيا محمد البكري، إدارة الجودة الكلية، الإسكندرية: الدار الجامعية، 2002، ص 69.

11. على السلمي، إدارة الإنتاجية، القاهرة: دار غريب، 1991، ص 17.
12. عبد الرحمان بن عنتر، دراسة أثر إدارة الإنتاج على الإنتاجية في المؤسسات الصناعية حالة الوحدة الصناعية للآلات الميكانيكية الثقيلة بحسين داي، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، الجزائر، 1995، ص 6.
13. فؤاد القاضي، المفهوم العلمي للكفاية الإنتاجية و دورها في التنمية الاقتصادية، القاهرة: مطبعة كلية التجارة، ط 2، 1983، ص 67.
14. هيثم الفقهاء، غادة العبدالات، أثر الحوافز في تعزيز القيم الجوهرية، بدون تاريخ، {على الرابط }
<http://www.shatharat.net>

مقدمة:

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الوسيلة المناسبة لتحقيق التنمية في المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء لذا تحضنا هذه المؤسسات بالاهتمام البالغ من طرف الحكومات وأصحاب القرار والسياسيين بصفة عامة والباحثين بصفة خاصة، فأهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالنسبة للتنمية الاقتصادية أصبح أمرا يشهد به العالم بأسره، حيث أنها تمتلك محفزات استثمارية كبيرة وغير مكلفة، قادرة على توسيع حركية النشاط الاقتصادي للدول خاصة بالنسبة للدولة التي اعتمدها لتحقيق قفزتها التنموية، لذا حظي قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالأولوية ضمن مختلف البرامج والاستراتيجيات التنموية خاصة في الدول الأكثر تطورا، بحيث أصبحت مصدرا معتبرا للتشغيل إذ تساهم في توفير مناصب الشغل وزيادة الإنتاج الوطني.

وتعاني الدول النامية بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة من مشاكل البطالة، ليس فقط من حيث فرص العمل المتاحة، ولكن أيضا لتزايد أعداد المتخرجين و طالبي العمل سنة بعد أخرى، هذا الوضع وتبعاته أملى على المجتمع الجزائري البحث عن كل الإمكانيات لإتاحة فرص العمل و المزيد منها في غير المجالات الحكومية و القطاع الحكومي. و كان الاتجاه إلى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة أحد محاور العلاج لهاته الأوضاع، لكن هذه المؤسسات ليست اتجاه خاص بالجزائر فقط، و لكنه اتجاه عالمي في التنمية نتيجة التطور التكنولوجي و ارتفاع تكلفته و الحاجة إلى التكامل بين مختلف الأنشطة.

إشكالية البحث: ضمن هذا الإطار تدرج إشكالية بحثنا هذا والتي يمكن صياغتها على النحو التالي: "إلى أي مدى نجحت تجربة إنشاء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، وما هي المساهمة التي قدمتها للاقتصاد الوطني؟
فرضيات الدراسة:

● للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مكانة في الاقتصاد الوطني لما تمتلكه من خصوصية كتوفير فرص العمل ومنافسة المنتجات الأجنبية؛

● تجربة إنشاء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر لم تحقق نجاحا كبيرا خاصة إذا ما قورنت بالتجربة اليابانية والايطالية أو الهندية و المصرية.

أهداف الدراسة:

● محاولة إبراز أهم الخصائص التي تجعل من المؤسسات الصغيرة و المتوسطة إحدى أهم الإستراتيجيات التنموية الفعّالة.

● تحديد التوجه الجديد للجزائر في الإهتمام بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة. وأهم إجراءات الدعم التي إستفاد منها هذا القطاع .

● تقييم تجربة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر من بداية دعمها و الإعتراف بها وصولا إلى أهم العقبات و المشاكل التي تعيق تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر مروراً بفهم عوامل نجاحها في بعض الدول المتقدمة و النامية.
منهج الدراسة: اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتلاءم و طبيعة الموضوع من خلال جمع واستخدام وتحليل الإحصائيات و التقارير التي لها صلة بواقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر أو في دول أخرى. و المنهج الاستقرائي لسرد بعض التجارب الناجحة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول النامية و المتقدمة، وعرض التطور الذي عرفته المؤسسات الصغيرة و المتوسطة عبر مختلف المراحل التي مر بها الإقتصاد الوطني.

1- مدخل للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة

1-1- تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

أ- تعريف البنك الدولي :

يصنف البنك الدولي المشروعات التي يعمل فيها أقل من 10 عمال بالمشروعات البالغة أو المتناهية الصغر أي مؤسسات مصغرة ، و التي يعمل فيها بين 10 إلى 50 عاملا بالمشروعات الصغيرة ، وتلك التي يعمل فيها بين 50 إلى 100 عامل بالمشروعات المتوسطة . أما مؤسسة التمويل الدولية فتحدد المؤسسات التي تستثمر حد أقصى من الاستثمارات مقداره 2.5 مليون دولار أمريكي بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة¹.

ب- **تعريف منظمة العمل الدولية:**عرفتها منظمة العمل الدولية على أنها " وحدات صغيرة الحجم جدا تنتج و توزع سلعا و خدمات و تتألف من منتجين مستقلين يعملون لحسابهم الخاص في المناطق الحضرية في البلدان النامية" وهي المؤسسات التي يعمل بها 50 عامل وتحدد مبلغا لا يزيد عن 1000 دولار لكل عامل تزداد إلى 5000 دولار في بعض القطاعات ، على أن يزيد رأس مال المنشأة عن 100000 دولار².

ج- **تعريف الجزائر:** في الجزائر، وبالرغم من أن تواجد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بها ليس بجديد العهد، إلا أن الفصل في تحديد محتواها ومضمونها لم يتحدد إلا من خلال القانون رقم 18/10 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، حيث تعرف على أساسه المؤسسة الصغيرة و المتوسطة مهما كان شكلها القانوني بأنها : مؤسسة إنتاج السلع و الخدمات و التي:

- تشغل من 01 الى 250 شخص ؛
 - لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 2 مليار دج ، أو لا يتعدى إجمالي حصيلاتها (ميزانيتها) السنوية 500 مليون دج ؛
- و يأتي تفصيل الحدود الفاصلة بين مؤسسات مصغرة ، صغيرة، و متوسطة في نص هذا القانون على النحو المحدد في الجدول التالي³:

الجدول رقم (1): ملخص عن تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حسب القانون 18/01

المؤسسات	فئة العمال	رقم الأعمال	الميزانية السنوية
المتوسطة	250-50	200 مليون - 2 مليار دج	100 - 500 مليون دج
الصغيرة	49-10	أقل من 200 مليون	أقل من 100 مليون دج
مصغرة	09-01	أقل من 20 مليون	أقل من 10 ملايين دج

المصدر: عبد الرحمان بانبات، ناصر دادي عدوان، "التدقيق الإداري وتأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة"،

دار المحمدي العامة، الجزائر، 2008، ص121.

1-2- أهمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مشاكلها و التحديات التي تواجهها

إن الأهمية البالغة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الصعيدين الاقتصادي والاجتماعي لا تجعلها بمنأى عن العديد من المشاكل والصعوبات سواء داخل المؤسسة في حد ذاتها أو خارجها ، كما تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحديات مختلفة تتمكن من تخطي بعضها وترافقها تحديات أخرى طوال حياة المؤسسة .

أ - أهمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

- المساهمة في توفير مناصب العمل و التقليل من حدة البطالة فعلى سبيل المثال في ايطاليا تشكل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة 90% من مجموع المؤسسات العامة و تساهم PME/ PMI بـ 81% في توفير مناصب شغل و 58.8% في خلق القيمة المضافة.
- دعم الصادرات من خلال سد جزء من الطلب المحلي و بالتالي إتاحة فرصة أكبر لتصدير إنتاج المؤسسات الكبيرة لما تتميز به من ميزات نسبية و وفرات اقتصادية أو من خلال تصدير منتجاتها مباشرة حيث تساهم بذلك بتوفير العملة الصعبة أيضاً⁴.
- تنمية الطلب على السلع الإستهلاكية
- تنوع الإنتاج الصناعي
- تحقيق التنمية الصناعية المتكاملة
- تحقيق التنمية الجهوية والتخفيف من المشكلات الاجتماعية

ب - مشاكل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

- ب-1- **المشكلات والصعوبات التمويلية:** يواجه صغار المستثمرين صعوبات كبيرة في الحصول على التمويل اللازم بالحجم المناسب وبشروط مسيرة عند تأسيس أو توسيع مشروعاتهم، وحتى عند توفر مصادر التمويل فإن الفوائد التي يتحملها المستثمر تكون عالية، إضافة إلى صرامة الضمانات المطلوبة وتعقد إجراءاتها مما يؤدي إلى بروز مصاعب حقيقية أمامها وبالتالي فشل جهودها في إدخال التقنيات الحديثة، ويمكن اختصار المشكلات التمويلية في ثلاث نقاط:
- المشاكل المتعلقة بالحصول على التكلفة الاستثمارية للمشروع.
 - تمويل التوسعات الاستثمارية في مرحلة النمو السريع للمشروع.
 - مشاكل تتعلق بالضمانات الكبيرة التي تطلبها الجهات المانحة للائتمان، فضلا عن عبء الفوائد.

ب-2- **المشكلات والصعوبات الإدارية:**

- إجراءات التأسيس: يتعرض المستثمرين في المشاريع الصغيرة والمتوسطة إلى إجراءات إدارية معقدة وطويلة تصل أحيانا إلى انسحاب المستثمرين من تنفيذ المشروع بسبب بعض القوانين والأنظمة المطبقة التي لا تراعي ظروف المستثمر الصغير وتواضع إمكانياته ومستوى خبرته، وصعوبة الحصول على التراخيص اللازمة.
- تعدد الجهات التي يتعامل معها المشروع الصغير منها: التأمينات الإجتماعية، الصحة و البيئة، التموين والكهرباء.
- الضرائب: أبرزها إنحياز قوانين الإستثمارات المطبقة في العديد من الدول إلى المشروعات الكبيرة وخاصة في موضوع الإمتيازات والإعفاءات الضريبية، في حين لا تتمتع المشروعات الصغيرة والمتوسطة بهذه الإعفاءات، لكونها غير مشمولة أصلا بهذه القوانين و بأي تسهيلات أخرى.
- غياب التنسيق: ويكون غياب التنسيق بين الجهات العاملة بالمشروعات الصغيرة و المتوسطة.
- مشاكل محاسبية: غالبا ما يكون صاحب المشروع غير ملم بالقواعد والإجراءات المحاسبية مما يسبب له بعض المشاكل مع الجهات السيادية مثل: مصلحة الضرائب.

- عدم معرفتها بأساليب التعامل مع الجهات الإدارية الرسمية: في الدولة كالسجلات التجارية والصناعية مما يؤدي إلى طول الوقت لإنجاز معاملاتها.

- ضعف المعلومات والإحصاءات لدى هذه المؤسسات: خاصة فيما يتعلق بالمؤسسات المنافسة شروط السلع المنتجة، ولوائح العمل والمنافسات الإجتماعية... إلخ.

ب-3- المشاكل التسويقية:

تتعلق بكيفية التعريف بمنتجات المشروعات وفتح الأسواق أمامها مع تدني المهارات التسويقية والترويجية لأصحابها، مع عدم الحرص على جودة المنتجات، وغياب الشركات المتخصصة في التسويق⁵.

2- بعض التجارب الناجحة للدول المتقدمة في مجال المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

تعتبر كل من اليابان وإيطاليا من أبرز الدول المتقدمة التي خاضت تجربة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بنجاح، وكان لهذا النوع من المؤسسات الفضل في تقدم هذه الدول اقتصاديا وسنعرض من خلال هذا المحور تجربة إحدى هاتين الدولتين ونستخلص أهم الدروس المستفادة منهما.

2-1- التجربة اليابانية في مجال المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

تعتبر التجربة اليابانية في تنمية المنشآت الصغيرة والمتوسطة واحدة من أنجح التجارب العالمية، فهضة اليابان الصناعية ليست كما يظنها الكثير أنها قد قامت على المؤسسات الكبيرة والعلاقة بل في الحقيقة أنها قد قامت معتمدة بالدرجة الأولى على المشروعات الصغيرة والمتوسطة، حيث استمرت هذه الأخيرة في تقديم أكبر فرص للعمالة واحتفظت دائما بدور الرائد في جميع قطاعات الصناعة، بل أصبحت عصب الحياة الاقتصادية للمؤسسات الصناعية الكبرى، لما تتميز به من قدرة على التكامل والتعاقد من الباطن⁶. وبالإضافة إلى ذلك فإن لها دورا أساسيا في الابتكار وخلق صناعات جديدة وتشجيع المنافسة في السوق، مما يؤدي إلى الرفع من تنافسية المنتج الياباني في كل من السوق المحلية والعالمية.

أ- تعريف وأهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اليابان:

مر الاقتصاد الياباني بعدة مراحل أخذت فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مكانة متميزة، فابتداء من سنة 1945 وحتى سنة 1954 قامت اليابان بإعادة اعمار اقتصادها، وذلك عقب الدمار الذي خلفته الحرب العالمية الثانية، وتلتها الفترة ما بين 1955 و 1972 حيث عرفت خلالها اليابان نموا اقتصاديا كبيرا. وشهدت سنة 1963 إصدار القانون الأساسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهو يعتبر بمثابة دستور للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقد ورد فيه لأول مرة تعريف واضح ومحدد للمنشآت الصغيرة والمتوسطة، كما يشدد هذا القانون على ضرورة القضاء على كافة العقبات التي تواجه المنشآت الصغيرة ومحاولة تذليلها .

أما الفترة ما بين 1973 و 1984 فكانت مرحلة النمو المستقر وذلك مع الأزمة الأولى للبترول سنة 1973، وعرفت الفترة ما بين 1986 و 1999 بالمرحلة الانتقالية الأولى حيث شهد الاقتصاد الياباني سنة 1985 كسادا وانخفاضا في قيمة الين، الأمر الذي أدى إلى تدمير بعض الصناعات لذا قامت اليابان بإصدار قانون مؤقت سنة 1986 يهدف إلى وضع إجراءات تحويل المشاريع إلى بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خصوصا في المناطق التي تضررت بالكساد الاقتصادي، ومنذ سنة 2000 يشهد الاقتصاد الياباني المرحلة الانتقالية الثانية التي تميزت بزيادة عدد المؤسسات التي تعمل في الأنشطة المختلفة وحتى داخل النشاط الواحد، فقد تم التحول من الانتاج الكبير للسلع المشابهة إلى الانتاج الصغير لعدد متنوع من المنتجات.

اعتمدت اليابان على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تمثل حوالي 99% من عدد المؤسسات وتشغل حوالي 71% من اليد العاملة، يكمن دورها الأساسي في إنشاء الصناعات الجديدة، المساهمة في توفير فرص العمل، إحياء الاقتصاد الإقليمي، وكذا تشجيع التنافس في الأسواق⁷.

ب- أسباب نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اليابان:

تميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اليابانية بالقدرة على التكامل والتعاقد من الباطن باعتبارها صناعة مغذية، وبتقسيم التخصص في الإنتاج لعبت كثير من المؤسسات دور المورد الخاص للشركات الكبرى، بالإضافة لاعتبارها اللبنة الأساسية للصناعات الجديدة والابتكارات.

وتتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اليابان بظواهر أساسية أدت إلى تفوقها

-التخصيص: فالفرد الياباني يتصف بالدقة والتخصص في العمل، فكل عامل يقوم بعملية بسيطة ومن ثم ينهض بها.

-التركيز: فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تقوم إلى جوار بعضها البعض وتكمل عمل بعضها البعض.

-الاتصال الوثيق ما بين المنتج والتاجر: تم إصدار قانون المشاركة (Tie-up low) بحيث تمر عملية التكامل بثلاث مراحل هي التبادل، التطوير ثم مرحلة التسويق، وتوضح هذه المراحل مدى التكامل والتعاون بين أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتجار إذ يقتصر المنتج على الإنتاج فحسب ويأخذ التاجر على عاتقه عملية تسويق وبيع المنتج.

ج- برامج وسياسات الحكومة اليابانية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: اهتمت الحكومة اليابانية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك نظرا لإدراكها أهمية هذه المؤسسات في تحقيق التنمية، وقد اتخذت لذلك عدة قوانين، اجراءات وسياسات، ولعله من اللازم أن نسلط الضوء على المجالات التالية:

-في مجال التمويل: حيث تتعدد مصادر تمويل هذا النوع من المؤسسات ويمكن ذكر مايلي:

- هيئات التمويل الحكومية: وهي تمنح القروض لهذه المؤسسات ولديها فروع في مختلف مناطق البلاد.

- البنوك التجارية: وهي تقوم بتمويل جزء كبير من القروض اللازمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- نظام ضمان القروض المقدمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتقوم به Credit Guarantee Corporation وهي تمتلك 52 فرع منتشرة عبر مناطق البلاد، ويهدف هذا النظام إلى تسهيل الحصول على

القروض من مؤسسات التمويل⁸

-في مجال الدعم الفني: يوجد نظام خاص بالدعم الفني لهذه المؤسسات يقدم الخدمات الإرشادية تشرف عليه هيئة تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اليابانية.

-في مجال التدريب: حيث تم إنشاء معهد خاص تناط له مهام تنفيذ برامج تدريبية لصالح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

-سياسة الإعفاء من الضرائب: الإعفاء من ضريبة العمل وضريبة العقارات، تخفيضات على ضريبة الدخل وضريبة الأرباح غير الموزعة، وإقامة نظام ضريبي يشجع الاستثمارات الصغيرة في المناطق النائية.

-نظام الحماية من الإفلاس: حيث يقوم على هذا النظام مجموعة من المؤسسات المالية والتأمينية، ويمكن للمؤسسات

الصغيرة والمتوسطة الاستفادة من هذه الخدمة عن طريق المساهمة بقسط تأميني يدفع شهريا.

د- الدروس المستفادة من التجربة اليابانية في مجال المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اليابان تعتمد على الدعم المباشر للدولة من خلال الدعم والمساندة وتذليل العقبات التي تواجهها هذه المنشآت وذلك بالتنسيق مع الحكومة المعنية.

وما يميز التجربة اليابانية أيضا التنظيم الشديد للهيكل المؤسسي للعمل، من حيث تعدد الجهات التي تعمل من أجل دعم هذا القطاع وتوزيع الأدوار بمنتهى الدقة.

بالإضافة إلى ذلك تتميز التجربة اليابانية بالعمل المنظم من أجل دعم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ليس فقط داخل اليابان بل خارجه أيضا، حيث أنشأت الحكومة العديد من المكاتب حول العالم والتي تعمل على توفير المعلومات اللازمة لأصحاب تلك الشركات عن الأسواق الأخرى والفرص المتاحة بها، بالإضافة إلى أنها تقدم المنتج الياباني من هذا القطاع للأسواق الأخرى.

3- التجربة الجزائرية في دعم وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين الواقع والمأمول

3-1- واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

لقد بذلت الحكومة الجزائرية جهدا كبيرا لدعم قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على مدى السنوات الخمس عشرة الماضية. حيث قامت الحكومة بإصلاحات بارزة لتعزيز الإطار القانوني و التشريعي من أجل خلق بيئة عمل مساندة لأنشطة هذا القطاع، فأنشأت بذلك وزارة خاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة عام 2000، وهي الدولة العربية الأولى التي تنشئ وزارة خاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة . وقد سطرت هذه الوزارة و طبقت إستراتيجية متكاملة لتحسين و تطوير البيئة الاستثمارية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، حيث شملت هذه الإصلاحات إصدار قوانين ذات أهمية بالغة مثل : قانون تطوير و ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 2001، قانون ضمان القروض، قانون حاضنات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقانون المجلس الوطني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

والممتنع للسياسة الاقتصادية بشكل عام و السياسة التصنيعية بشكل خاص في الجزائر يجد أنها مرت بثلاثة مراحل رئيسية⁹ :

✓ الفترة التي تلت الاستقلال مباشرة إلى غاية نهاية السبعينيات و التي تميزت بتبني النظام الاقتصادي الاشتراكي.

✓ فترة الثمانينات و التي تميزت بالإصلاحات الاقتصادية لإعادة بعث النشاط الاقتصادي و تصحيحه من جديد.

✓ فترة التسعينيات إلى يومنا هذا و التي تميزت ببداية التحول من فكرة الاقتصاد المخطط إلى اقتصاد السوق.

شهد مطلع التسعينات زوال التوجه الاشتراكي بعد صدور دستور 1989 ، و بذلك أصبح هناك تعامل جديد مع الاستثمار الخاص بأسلوب يتميز بالانفتاح على اقتصاد السوق، وقد شهدت الفترة ما بين 2001/2009 نموا حقيقيا وفعالا ، واعتمادا على البيانات والنشرات التي تقدمها وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية يمكننا أن نوضح تطور نمو المؤسسات وفق الجدول التالي:

الجدول رقم(2): تطور عدد المؤسسات الصناعية في الجزائر بين(2001 - 2009)

التطور %	المجموع	المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة		المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العامة		السنوات
		%	العدد	%	العدد	
-	180681	99.6	179893	0.4	788	2001
5.3	190340	99.6	189552	0.4	788	2002
9.6	208737	99.7	207949	0.3	788	2003
8.3	226227	99.7	225449	0.3	778	2004
9	246716	99.7	245842	0.3	874	2005
9.7	270745	99.7	269806	0.3	939	2006
8.7	294315	99.8	293649	0.2	666	2007
9.4	322013	99.8	321387	0.2	626	2008
7.6	346493	99.8	345902	0.2	591	2009

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية :

http://www.pmeart-dz.org تاريخ آخر إطلاع 2015/02/25

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة أكثر من 99% من المؤسسات المنشأة في الجزائر هي تابعة للقطاع الخاص، وبالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التابعة للقطاع العام فلا تمثل إلا نسبة ضئيلة جدا لا تتعدى 0.2%، حيث بقي عددها ثابتا خلال السنوات 2001 و 2002 و 2003 ويقدر هذا العدد 788 مؤسسة، حتى أصبح 591 في سنة 2009 (منها 185 مؤسسة في القطاع الصناعي)، الأمر الذي يفسر أن التوجه الذي إتخذه الجزائر من بداية الثمانيات قد أصبح واقعا يفرض نفسه على الخريطة الإقتصادية الجزائرية .

3-2-أساليب دعم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

أ- وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية والمؤسسات التابعة لها

لقد أنشأت الجزائر إعتبارا من سنة 1991 وزارة منتدبة مكلفة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ثم تحولت إلى وزارة المؤسسات والصناعات الصغيرة والمتوسطة إبتداء من سنة 1993 وذلك من أجل ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ب- مشاتل المؤسسات:

تم انشاء مشاتل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهذا تطبيقا لنص المادة 12 من القانون التوجيهي رقم 01_18 المتعلق بترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ثم صدر المرسوم التنفيذي رقم 78/03 في 23 فبراير 2003 المتضمن القانون الأساسي لمشاتل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. فالمشكلة هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري وتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تنشأ بموجب مرسوم تنفيذي¹⁰.

ج- المجلس الوطني الاستشاري لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

المجلس الوطني الاستشاري لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هو جهاز استشاري يكلف بترقية الحوار والتشاور بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وجمعياتها المهنية من جهة والسلطات العمومية من جهة أخرى، ويتمتع المجلس بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.

د-الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

هي مؤسسة عمومية ذات طابع اداري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تعمل تحت إشراف الوزير المكلف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتعتبر هذه الوكالة أداة الدولة في مجال تنفيذ السياسة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

هـ - أجهزة دعم الاستثمار

هـ-1- الصندوق الوطني للتأمين على البطالة CNAC :تم إنشاء هذا الجهاز بموجب القانون رقم 94-188 المؤرخ في 06 جوان 1994 و المتضمن القانون الأساسي للصندوق الوطني للتأمين على البطالة، وهو يهدف لمساعدة الفئة التي فقدت مناصب عملها في تلك الفترة لأسباب اقتصادية أو بشكل لا إرادي لتسهيل إعادة الإدماج، وذلك عبر طرق البحث الفعلي عن مناصب العمل والمساعدة في الإجراءات لإنشاء مؤسسة أو عن طريق التكوين أو التحويل. تقدر التكلفة الإجمالية للاستثمار الممنوح من طرف هذا الصندوق بخمسة (5) ملايين دينار كحد أقصى ، بينما الحد الأدنى للمساهمة الخاصة في مبلغ الاستثمار الخاص بالمشروع فيحدد حسب المستويين للمبلغ الإجمالي لقيمة الاستثمار، و التي نلخصها في الجدول التالي¹¹:

الجدول رقم (3) : الهيكل المالي للتمويل الثلاثي الخاص بـ CNAC

نمط التمويل	تكلفة الإستثمار	مساهمة شخصية	القروض غير المكافأة	القروض البنكية
المستوى الأول	أقل من أو يساوي مليونين دينار جزائري	10%	20%	
المستوى الثاني	يفوق مليونين و أقل من أو يساوي خمسة ملايين دينار	05%	25%	70%

المصدر: مصطفى بلمقدم، مصطفى طويطي، مرجع سابق، ص15

هـ-2-الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ:

تم تأسيس الوكالة بمقتضى المرسوم التنفيذي 96-296 المؤرخ في 8 سبتمبر 1996، تحت إشراف رئيس الحكومة، ويتولى الوزير المكلف بالتشغيل متابعة كافة نشاطات هذه الوكالة، وهي مؤسسة عمومية مكلفة بتشجيع وتدعيم ومرافقة الشباب البطال الذين لديهم فكرة مشروع إنشاء مؤسسة، وهي هيئة ذات طابع خاص تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي خاضعة لسلطة رئيس الحكومة، تابعة لوزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي، أما عن كيفية تمويل المشاريع فتأخذ ثلاث أشكال تمويل ذاتي وثنائي وثلاثي ونوضحها أكثر في الجدولين التاليين:

الجدول رقم (4): الهيكل المالي للتمويل الثنائي الخاص ب ANSEJ

مستوى التمويل	تكلفة المشروع الإجمالية	المساهمة الشخصية	القروض بدون فائدة
المستوى الأول	أقل أو يساوي 2.000.000 دج	75%	25%
المستوى الثاني	يفوق 2.000.000 دج ولا يتجاوز 10.000.000 دج	80%	20%

الجدول رقم (5): الهيكل المالي للتمويل الثلاثي الخاص ب ANSEJ

مستوى التمويل	تكلفة المشروع الإجمالية	المساهمة الشخصية		القروض بدون فائدة	القروض البنكية	
		المناطق الخاصة	المناطق الأخرى		الم. الخاصة	الم. الأخرى
المستوى الثاني	يفوق 2.000.000 دج ولا يتجاوز 10.000.000 دج	8%	10%	20%	72%	70%
المستوى الأول	أقل أو يساوي 2.000.000 دج	5%		25%	70%	

المصدر: مصطفى بلمقدم، مصطفى طويطي، مرجع سابق، ص16.

هـ-3- الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI :

تم استحداث الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار بمقتضى المادة 21 من الأمر الرئاسي رقم 01-03 الموافق ل 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار و المعدل والمتمم بالأمر رقم 06-08 المؤرخ في 15 جويلية 2006، وهي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي. تقوم الوكالة الوطنية لترقية الاستثمار بدعم و تمويل المشاريع الاستثمارية و فق المستويات التي يوضحها الجدول التالي :

الجدول رقم (6): الهيكل المالي للتمويل الثلاثي الخاص ب ANDI

مستويات التمويل	التكلفة الإجمالية للمشروع	مساهمة شخصية	القروض غير المكافأة	القروض البنكية
المستوى الأول	لا يتجاوز 1.000.000 دج	5%	25%	70%
المستوى الثاني	عندما تفوق 1.000.000 دج ولا تتجاوز 2.000.000 دج	8% ؛ 10%	20%	70% ؛ 72%
المستوى الثالث	عندما تفوق 2.000.000 دج ولا تتجاوز 3.000.000 دج	11% ؛ 15%	15%	70% ؛ 74%
المستوى الرابع	عندما تفوق 3.000.000 دج ولا تتجاوز 4.000.000 دج	14% ؛ 20%		65% ؛ 76%

المصدر : مصطفى بلمقدم، مصطفى طويطي، مرجع سابق، ص17

هـ-4- لجنة المساعدة من اجل تجديد وترقية الاستثمار CALPI :

تأسست هذه اللجنة بمقتضى التعليمات الوزارية 28 المؤرخة في 15/05/1994، المتعلقة بكيفيات الضمان والتسهيل في مجال منح الأراضي للمستثمرين وهي مكلفة بالإجابة على كل الطلبات في مجال العقار المقدمة من طرف المستثمرين أو الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI)

3-3- تحليل وتقييم تجربة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

عند نهاية السداسي الأول لسنة 2013، بلغ اجمالي عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر 747 934 مؤسسة، منها 747 387 المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة أي بنسبة 99.93% من وهي بهذا تشكل غالبية التعداد وهي مؤسسات تنشط في شتى المجالات الاقتصادية ، وهي تضم 441 964 أشخاص معنوية أي حوالي 60%، وباقي المؤسسات أشخاص طبيعية بـ 18.27% أما النشاطات الحرفية فبلغت نسبتها 22.57%. وتنشط هته المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة في عدة نشاطات مختلفة، ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (7): عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب قطاع النشاط

عدد المؤسسات للسداسي الأول 2013	قطاع النشاط
4458	الفلاحة والصيد البحري
2217	المحروقات، الطاقة، المناجم، والخدمات المتصلة
147005	البناء والأشغال العمومية
70840	الصناعة التحويلية
217444	الخدمات
441 964	المجموع

المصدر: وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية، نشرية المعلومات الإحصائية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة رقم 23، بتصرف

من خلال هذا الجدول يتضح لنا أن أول قطاع تنشط فيه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هو قطاع الخدمات بـ 217 444 مؤسسة، ثم يليه قطاع البناء والأشغال العمومية بـ 147005 مؤسسة صغيرة ومتوسطة ناشطة به، في حين تحتل الصناعة التحويلية المرتبة الثالثة بـ 70849 مؤسسة. هذه الأخيرة تتفرع حسب الفروع كما يلي¹²:

- الصناعة الغذائية: 21 022 مؤسسة صغيرة ومتوسطة.

- صناعة الخشب والورق: 15 157 مؤسسة صغيرة ومتوسطة.

- الحديد والصلب: 10 875 مؤسسة صغيرة ومتوسطة.

- مواد البناء: 9 337 مؤسسة صغيرة ومتوسطة.

والجدير بالذكر هنا أن زيادة عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من سنة إلى أخرى لا يعني بقاء نفس المؤسسات في النشاط وإنشاء مؤسسات جديدة دوما، إذ تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حركية دائمة من إنشاءات جديدة، وفيات وإعادة تنشيط. ويعرف قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفيات معتبرة خلال كل سنة، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم (8.3): وفيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب قطاع النشاط

قطاع النشاط	عدد المؤسسات للسداسي الأول 2013
الفلاحة والصيد البحري	21
المحروقات، الطاقة، المناجم، والخدمات المتصلة	7
البناء والأشغال العمومية	678
الصناعة التحويلية	236
الخدمات	1 045
المجموع	1 987

المصدر: نشرية المعلومات الإحصائية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة رقم 23، مرجع سابق، بالتصرف.

يتضح من الجدول السابق العدد الهائل لوفيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للفترة ما بين نهاية السداسي الأول 2012 والسداسي الأول 2013، حيث العدد المرتفع من المؤسسات المشطوبة هو في قطاع الخدمات والذي بلغ 1045 مؤسسة ثم قطاع البناء والأشغال العمومية بعدد 678 مؤسسة وبالتالي يمكن إرجاع سبب إخفاق وفضل هاته المؤسسات إلى عدة معوقات تحول دون نجاح تجربة إنشاء ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من أهمها:

- ✓ السلوكات والضغوط والبيروقراطية الإدارية التي يواجهها أصحاب المؤسسات .
- ✓ ولعل من أبرز المشاكل التي تواجه وتعيق تطور ونجاح قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي : إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة والتي يمكن تلخيص أسبابها في النقاط التالية:
- محدودية صلاحيات الوكالات البنكية في عملية منح القروض بسبب عدم الاستقلالية النسبية و المركزية في تقديم القروض.
- ضعف الشفافية في تسيير عمليات منح القروض، و دراسة الملفات المقدمة لطلب القروض، نقص الخبرة في مجال دراسات الجدوى و تقييم المخاطر الناتجة عن منح القروض، مما يجعل هذه الدراسات لا تعطي توضيحات مفيدة؛
- غياب سوق مالي متنوع يسمح بالمفاضلة بين مجموعة من بدائل التمويل؛
- غياب مؤسسات مالية وبنوك محلية متخصصة في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عبر كامل التراب الوطني؛
- غياب صيغ تمويل مفصلة ومنظمة حسب احتياجات قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- استناد قرار منح القروض البنكية إلى معيار الضمانات القانونية وإهمال معايير أخرى موضوعية تتعلق بجدية وفعالية المؤسسة موضوع الإقراض كأهمية التدفقات المالية المستقبلية و المكانة الإستراتيجية لنشاط المشروع وآليات العرض والطلب في محيط المؤسسة.

✓ يلاحظ أن المستثمر يتحمل أعباء كثيرة في مرحلة إنشاء المؤسسة، سببها تعقد أنظمة التسيير وضعف/عدم مرونة المحيط ونقص المعلومات، كما أن تنفيذ الإجراءات يستغرق وقتا طويلا من الزمن، بالإضافة إلى كثرة الوثائق المطلوبة وإجراءات التوثيق. ولو نظرنا إلى نفس الإجراءات في بريطانيا مثلا نجد أنها أسير في الإنشاء، وذلك من خلال السماح بإنشاء مؤسسات مسبقا تكون جاهزة للتشغيل فورا بعد تقديم المقاول لوثائقه، وبالمقابل تقدم له التوجيهات اللازمة لإنجاح المشروع. أما في فرنسا فقامت السلطات العمومية منذ أواخر السبعينيات بالعمل على تحسين محيط المؤسسات تدريجيا قصد تحرير عملية

إنشاءها. وتبعاً لذلك، قدمت في سنة 1997 عدة تدابير تهدف إلى تبسيط إجراءات الإنشاء، وكمثال على ذلك : تتم حالياً عملية القيد في السجل التجاري خلال 24 ساعة فقط.

✓ وإذا ما قمنا بمقارنة بين المؤسسات (التجارية) اليابانية، فإنه يسجل أن الهيكل المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية أضعف بكثير مقارنة بنظيراتها في الدول الناجحة في هذا المجال، حيث يتراوح معدل الاستدانة لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في هذه الدول كإيطاليا وفرنسا... ما بين 56 و 69.5% حسب إحصائيات سنة 1995¹³. كما أن هذا المعدل في اليابان يصل إلى 74.5%، وإلى 54.5% في الولايات المتحدة الأمريكية. إذ يفسر هذا المعدل في اليابان بتفادي البنوك تمويل المؤسسات الكبرى، الأمر الذي دفع بها إلى البحث عن زبائن جدد. فتوجهت البنوك اليابانية بشكل مكثف إلى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. بينما يفسر ارتفاع معدل الاستدانة في الولايات المتحدة الأمريكية بسهولة دخول هذه المؤسسات إلى السوق المالية ومن ثم وجود بدائل تمويل عديدة.

الخاتمة:

من خلال ما تم التطرق إليه من عرض للمعطيات وتحليل للنتائج يمكن الإقرار بالدور الهام للمؤسسات الصغيرة في عملية التنمية الاقتصادية، و الجزائر كباقي دول العالم التي أدركت أهمية هذا القطاع وعملت على دعمه وتنميته بشتى الهيئات، البرامج والسياسات.

وعلى الرغم من بعض النتائج المشجعة التي سجلها قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الوطني إلا أن هذا الأخير لا يزال يعتمد بالدرجة الأولى على المحروقات، ويمكن أن يعزى هذا التخلف إلى المعوقات التي تعترض إنشاء وتطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

ولكي تؤدي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الدور المنوط بها لا بد من معالجة تلك المشاكل والمعوقات وذلك بالاستمرار في دعمها وتوفير البنية التحتية اللازمة لها في مختلف مناطق الوطن.

التوصيات:

✓ وضع سياسات ملائمة وتوفير أجهزة تنفيذية لرعاية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل توفير الظروف الملائمة لتطوير هذه المؤسسات لا يكفي، إنما يتطلب أيضاً المراقبة المستمرة لمختلف مراحل تنفيذ السياسات والبرامج، للوقوف على نقاط القوة والضعف لمحاولة معالجتها في الأوقات المناسبة.

✓ لا بد من تقديم المساعدة الفنية عن طريق خبراء في مجال صياغة القوانين والأنظمة وأساليب العمل الملائمة لتشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لمساعدة الموظفين المحليين لهيئات تطوير هذه المؤسسات في تنفيذ برامج الدعم.

الهوامش والإحالات:

- 1 - هايل عبد المولى، " دور المشروعات الصغيرة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية " ،رؤية اقتصادية ، الأردن، ص05.
- 2 - نعرورة بوبكر و يجياوي مفيدة و آخرون، "المشاكل و الصعوبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر"، الملتقى الوطني حول: واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي، يومي 05-2013/05/06، ص03.
- 3 - بابنات عبد الرحمان ، ناصر دادي عدوان،"التدقيق الاداري وتأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة "، دار الحمدي العامة،الجزائر،2008،ص121.
- 4 - مدخل خالد، " التأهيل كآلية لتطوير تنافسية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر3،2012، ص05.
- 5 - النجار فايز ، عبد الستار محمد علي، "الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة"، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2006، ص28.
- 6 - اتشي شعيب ، واقع وآفاق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في ظل الشراكة الأورو جزائرية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 2007/2008، ص34.
- 7 - عبادي فاطمة الزهراء ،"مقومات تحقيق الاداء المتميز للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة"، مذكرة ماجستير، جامعة سعد دحلب بالبلدية،2007، ص51.
- 8 - راتول محمد ، بن داودية وهيبية، بعض التجارب الدولية في دعم وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الدروس المستفادة، مداخلة ضمن الملتقى الدولي لمتطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية ، جامعة حسبية بن بوعلي الشلف، يومي 17 و18 أفريل 2006، ص7.
- 9 - بلحمدي سيد علي ، مرجع سابق، ص58
- 10 - وزارة التنمية الصناعية وترقية الاستثمار، نشرية المعلومات الاحصائية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة معطيات السداسي الأول 2013 ، ص33
- 11 - بلمقدم مصطفى ، طويطي مصطفى، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كاستراتيجية حوكمية لامتناص البطالة في الجزائر، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول استراتيجية الحوكمة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة،جامعة المسيلة، 15 و16 نوفمبر2011، ص15.
- 12 - وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية، نشرية المعلومات الاحصائية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة رقم 23 للسداسي الأول 2013، ص17.
- 13 - قريشي يوسف، سياسات تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2005.

مقدمة:

رافقت المحاسبة نشوء الحضارة وتطورها، ولم تكن مجرد نظام كمي، بل كانت تلي متطلبات التطور الاجتماعي والاقتصادي والسياسي. لذا اهتمت المحاسبة بمختلف العناصر المصاحبة لهذا التطور وحاولت التعبير عنها محاسيباً. ومن بين هذه العناصر بروز تأثير كل من المجتمع والبيئة المحيطة بنشاط المؤسسة، مما أدى إلى التزام المؤسسات بمسئوليتها تجاه المجتمع والبيئة. وقد ظهرت عدة كتابات اهتمت بالمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة استجابة للتغيرات البيئية والاقتصادية من القرن الماضي، إلا أن هذه الكتابات لم تحظى بالقبول الكافي لدى الهيئات والمنظمات الدولية، وحتى لدى المحاسبين أنفسهم. مما استوجب من المنظمات والاتحادات والمجالس المحاسبية تبني هذا الاتجاه الفكري في المحاسبة وإصدار المعايير والقواعد التي تحكم العمل المحاسبي في مجال المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية.

ولعل من أهم الجهات التي ساهمت في تطوير الإطار الفكري للمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لجنة معايير المحاسبة الدولية نظراً لما تحظى به هذه اللجنة من قبول في الأوساط المحاسبية والدولية.

إشكالية البحث:

نسعى من خلال القيام بهذا البحث للإجابة عن السؤال التالي:

هل استطاعت المعايير المحاسبية أن تساهم في تطوير الإطار الفكري للمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية؟

فرضيات البحث:

للإجابة عن الإشكالية الرئيسية للبحث يمكن الاستعانة بالفرضيات التالية:

- تعتبر المعايير المحاسبية الحالية غير ملائمة لتطوير الممارسات المحاسبية في مجال القياس المحاسبي للمسؤولية الاجتماعية؛
- لم تصل المحاسبة الدولية من خلال المعايير الصادرة من مختلف هيئاتها إلى توحيد طريقة الإفصاح المحاسبي عن الأداء الاجتماعي للمؤسسات الاقتصادية.

أهداف البحث:

نسعى من خلال هذه الورقة البحثية تحقيق الأهداف التالية:

- 1- توضيح الإطار الفكري للمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية ومعايير المحاسبة الدولية؛
- 2- إظهار مدى ملائمة المعايير المحاسبية الدولية لعملية القياس المحاسبي للأداء الاجتماعي للمؤسسة؛
- 3- إبراز دور المعايير المحاسبية الدولية في تطوير وظيفة الإفصاح المحاسبي عن الأداء الاجتماعي للمؤسسة.

منهجية البحث:

تم استخدام المنهج الوصفي في تناول مختلف جوانب البحث من خلال الاستعانة بمختلف المراجع ذات العلاقة بموضوع البحث.

هيكل البحث:

من أجل الوصول إلى تحقيق أهداف البحث والإجابة عن الإشكالية الرئيسية تم تقسيمه إلى العناصر التالية:

المبحث الأول: ماهية المعايير المحاسبية الدولية؛

المبحث الثاني: المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية؛

المبحث الثالث: دور المعايير المحاسبية الدولية في تطوير القياس المحاسبي للأداء الاجتماعي؛

المبحث الرابع: دور المعايير المحاسبية الدولية في تطوير الإفصاح المحاسبي عن الأداء الاجتماعي.

المبحث الأول: ماهية المعايير المحاسبية الدولية

لقد أدى اختلاف الممارسات المحاسبية المتبعة في مختلف دول العالم إلى اختلاف النتائج وطرق الإفصاح المحاسبي، مما استوجب البحث عن قواعد ومعايير محاسبية دولية تساعد المحاسبين على توحيد القوائم المحاسبية مما يسهل استخدامها من طرف الجهات التي تحتاجها.

وازدادت هذه الحاجة مع ازدياد حجم المبادلات التجارية بين الدول، وظهور الشركات متعددة الجنسية، واتجاه معظم الدول نحو فتح أسواقها للاستثمارات الأجنبية. كل ذلك دعا الجمعيات والمنظمات الأكاديمية والمهنية في المحاسبة كمجلس معايير المحاسبة الأمريكية (FASB)، ومجلس معايير المحاسبة في إنجلترا (ASB)، والمنظمة الدولية للجان وبورصات الأوراق المالية (IOSCO) إلى التنسيق فيما بينها لإعداد معايير محاسبية دولية تحظى بقبول عالمي وتساعد على توحيد التطبيقات المحاسبية في غالبية بلدان العالم. وقد أدى هذا التنسيق إلى انبثاق لجنة معايير المحاسبة الدولية في سنة 1973.

1- تعريف المعايير المحاسبية الدولية:

بدأ الاهتمام المتزايد في وضع قواعد محاسبية من قبل الهيئات المهنية منذ بداية النصف الثاني من القرن الماضي حيث لم يكن هناك قواعد مشتركة علمية يجري تطبيقها من قبل ممارسي مهنة المحاسبة وكانت كل هيئة في كل من الدول الصناعية تضع القواعد المحاسبية الخاصة بها والتي ترى أنها تتلاءم مع مفاهيمها المحاسبية.

وقد بقي اصطلاح القواعد المحاسبية المتعارف عليها كتعبير في عند المحاسبين و مدققي الحسابات مفهوما يشمل كل ما هو متفق عليه في علم المحاسبة ومقبول من الشركات والمؤسسات حتى ولو اختلفت في معالجة نفس الموضوع. ويمكن تعريف المعايير بأنها نماذج أو إرشادات عامة تؤدي إلى توجيه وترشيد الممارسة العملية في المحاسبة والتدقيق أو مراجعة الحسابات.¹

كما تم تعريفها بأنها: مجموعة من الأسس والضوابط والتوجيهات تستهدف معالجة موضوعات محاسبية عامة أو خاصة، وذلك طبقاً للمبادئ والأعراف المحاسبية المتفق عليها والمقبولة قبولاً عاماً.² وبذلك تختلف المعايير عن الإجراءات فالمعايير لها صفة الإرشاد العام أو التوجيه بينما تتناول الإجراءات الصيغة التنفيذية لهذه المعايير على حالات تطبيقية معينة.

وإن أهمية معايير المحاسبة والتدقيق جعلت المنظمات المهنية في كثير من دول العالم تهتم بوضع معاييرها، ولعل من أهم هذه المنظمات في هذا المجال مجمع المحاسبين القانونيين في الولايات المتحدة الأمريكية AICPA الذي بادر إلى وضع معايير للتدقيق منذ عام 1939 كما تم تشكيل هيئة أو مجلس لمعايير المحاسبة المالية FASB في الولايات المتحدة الأمريكية منذ عام 1973 كتطوير لصيغة المبادئ المحاسبية المقبولة عموماً GAAP التي بدأ العمل بها منذ عام 1932.

أما محاولات وضع معايير على المستوى الدولي فقد بدأت منذ 1904 إلى غاية 2006. وقد أسفرت هذه المؤتمرات التي كانت نتيجة الضغوط المتزايدة من مستخدمي القوائم المالية عن تشكيل عدة منظمات استهدفت وضع المعايير الدولية وتهيئة المناخ اللازم لتطبيق هذه المعايير، وأهم هذه المنظمات: لجنة معايير المحاسبة الدولية (IASB)، الاتحاد الدولي للمحاسبين (IFAC)، لجنة ممارسة التدقيق الدولي (IAPC).

2- أهداف المعايير المحاسبية الدولية:

- من الطبيعي أن تكون هناك دوافع موضوعية للأطراف التي تسعى إلى وجود توافق دولي، و من بين أهم الأهداف و الدوافع لوضع معايير المحاسبة الدولية ما يلي:³
- إعداد ونشر المعايير المحاسبية التي يتم الاسترشاد بها عند إعداد وتجهيز القوائم والبيانات المالية بما يحقق المصلحة العامة مع العمل على القبول الدولي لهذه المعايير وتطبيقها عالمياً؛
- العمل على التحسين والتنسيق بين الأنظمة والقواعد والإجراءات المحاسبية المرتبطة بإعداد وعرض القوائم المالية؛
- إن هذه المعايير توفر للشركات خاصة للدولية منها الوقت و المال الذي يبذل حالياً في توحيد قوائمها المالية التي تعتمد كل منها في إعدادها مجموعة من الممارسات و المبادئ المحاسبية و التي غالباً ما تكون مختلفة من دولة إلى أخرى؛
- العديد من الدول خاصة النامية منها لا توجد بها منظمات محاسبية مهنية ولا هيئات مختصة بإصدار معايير العمل المحاسبي، و بالتالي فإن تبنيها للمعايير المحاسبية الدولية سوف يوفر لها الوقت و المال؛
- تسهل العمليات الدولية و التسعير، و كذلك القرارات المتعلقة بتوزيع الموارد، و تجعل أسواق الأوراق المالية أكثر كفاءة، خصوصاً بعد زيادة و نمو الأنشطة الاقتصادية الدولية، و كذلك زيادة اعتماد الدول على بعضها فيما يتعلق بالتجارة الدولية و تدفق الاستثمارات؛
- تسهل على الشركات عملية الحصول على التمويل اللازم في حالة عدم كفاية الموارد المحلية، أي إعطاء للشركات فرصة أخرى للحصول على الأموال من الخارج سواء كان ذلك في شكل رؤوس أموال أو قروض؛
- كما أن هذه المعايير تهدف إلى رفع مستوى مهنة المحاسبة في دول العالم، حيث أن الدول التي توجد بها أنظمة محاسبية ضعيفة و بدائية سوف تحفز على اتخاذ الإجراءات اللازمة لتبني و تشغيل الأنظمة المحاسبية الدولية.

3- تبويب المعايير المحاسبية الدولية:

لقد كانت هناك عدة محاولات من أجل تبويب المعايير المحاسبية نورد منها

- تم تقسيمها إلى ثلاث مجموعات رئيسية وهي:⁴

- معايير تخدم وظيفة القياس المحاسبي؛
- معايير تخدم وظيفة الاتصال المحاسبي؛
- معايير ذات علاقة بالإجراءات المحاسبية.

في حين بوبها البعض الآخر إلى:

- معايير خاصة بالإفصاح المحاسبي؛
- معايير خاصة بالقياس والتقييم المحاسبي؛
- معايير خاصة بالأنشطة المتخصصة؛
- معايير أخرى متنوعة.

كما تم تصنيفها أيضا إلى:

- معايير خاصة بالإفصاح وهي: 1، 14، 24، 32، 34، 35.
- معايير متعلقة ببيان الدخل وهي: 8، 11، 18، 20، 21، 23، 33،
- معايير متعلقة بالتدفقات النقدية وهي: المعيار رقم 7.
- معايير متعلقة بالميزانية وهي: 2، 10، 16، 17، 27، 28، 36، 37، 38، 39، 40.
- معايير متعلقة بقطاعات معينة وهي المعايير رقم: 30، 41.
- معايير متعلقة بدمج الأعمال وهي: 22.
- معايير متعلقة بالتقارير المالية حول الحصص في المشاريع المشتركة وهي: 31.
- ويعد التبويب الأخير هو الأكثر تفصيلا ووضوحا، وسنحاول في ما هو قادم من البحث الاستفادة منها في تطوير القياس والإفصاح المحاسبي للمسؤولية الاجتماعية.

المبحث الثاني: المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية

تعتبر المحاسبة الاجتماعية من أحدث مراحل تطور الفكر المحاسبي، ويرتبط تطورها باحتياجات المستخدم منها واتساع قاعدة الملكية نتيجة ظهور الشركات المساهمة، كل ذلك أدى إلى زيادة الاهتمام بالبعد الاجتماعي للمشروع وما يفرض عليه من التزامات لا تنحصر من الفئات الداخلية والخارجية المعروفة (الإدارة، الأنظمة الفرعية، العملاء، المستثمرين، الجهات الحكومية) بل إلى أبعاد اقتصادية واجتماعية.

1- تعريف المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية:

قبل التطرق لمفهوم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية يجب ان نقدم بعض التعريفات للمسؤولية الاجتماعية والتي نوردتها

على النحو التالي:

تعريف المسؤولية الاجتماعية للمنظمة

المصدر	التعريف
Murray & Montanari, 1986,817.	تعد المسؤولية الاجتماعية كمنتوج Product يقدم إلى جمهور المنظمة الداخلي والخارجي.
Goolsby & Hunt, 1992	عقد اجتماعي بين المنظمة والمجتمع الذي تعمل به
Konkolewsky,1996	تعد محاولة للرفي وتطبيق الأفكار حول المسائل الاقتصادية وكذا المتعلقة بالمسائل الطوعية تجاه المجتمع والبيئة، وتجاه سلامة العاملين وصحتهم.
Pride & Ferrell,1997,65	التزام المنظمة لتتظيم التأثيرات الإيجابية والتقليل من التأثيرات السلبية في المجتمع.
WWW.wbscd.com 2000	التزام المنظمات المستمر للسلوك أخلاقيا والمساهمة في التطوير الاقتصادي من خلال تحسين نوعية حياة العاملين وعوائلهم وكذا الالتزام تجاه المجتمع بشكل عام.
Fulop & others,2000,15	تعني إدارة عادلة وفاعلة تسهم في تطوير الاقتصاديات
Schermerhorn, 2001,126	التزام المنظمة للعمل بطرق تخدم مصالحها وتخدم أصحاب المصالح المتأثرين بسلوكها بشكل عام.
Maguire,2001 WWW.ethicsinaction.com	تشمل المسؤولية الاجتماعية للمنظمة تحقيق المتطلبات المحلية وتحقيق التزامات المنظمة تجاه العاملين في تقديم التغذية الضرورية والحماية الصحية اللازمة.
Cragg,2001,3 WWW.Focal.Ca .	تعبير المسؤولية الاجتماعية للمنظمة عن العلاقة بين المنظمة و أصحاب المصالح بما فيهم: المستهلكين، العاملين، المجتمعات المحلية، المستثمرين/المالكين، الحكومة، المجهزين، المنافسين.
O'brien & Robinson, 2002,3	القيام بالأشياء الصحيحة
WWW.bsr.com Bsr website.htm 2002	احترام القيم الأخلاقية والأفراد والمجتمعات والبيئة، بما يكفل تحقيق النجاح للمنظمات.
WWW.csreurope.org /2002	إنها ببساطة تعني لفضل الأعمال

ومن خلال ما سبق يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية عبارة عن إلتزام من قبل الشركة بتحقيق التوازن بين أطراف متعددة لكنها مترابطة وتمثل في مصالح واحتياجات الشركات المنتجة للسلع أو الخدمات والعاملين فيها والبيئة المحيطة والمجتمع.⁶ هناك عدة تعريفات للمحاسبة الاجتماعية تشترك جميعها بخصائص توسعة الشروط التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند قياس الأداء والنظر إلى المؤسسة وعلاقتها بالبيئة المحيطة بها سواء كانت اجتماعية أو طبيعية. بالإضافة إلى ذلك فإن الكل يؤكد على أن جمهور المحاسبة الاجتماعية أوسع من بقية الجماهير المهتمة بأنواع المحاسبة الأخرى. ومن بين أهم التعريفات المقدمة في الأدب المحاسبي نجد:

المحاسبة الاجتماعية هي مجموعة الإجراءات المحاسبية الخاصة بقياس النشاط الاجتماعي للوحدة الاقتصادية، سواء كانت تلك الأنشطة إلزامية أو اختيارية، وإعداد تقارير توضح حقيقة النشاط الاجتماعي وعرضها على الأطراف المستفيدة منها، سواء كانوا من داخل الوحدة أو خارجها.

كما تعرف المحاسبة الاجتماعية على أنها عملية توصيل التأثيرات البيئية والاجتماعية للنشاطات الاقتصادية للمؤسسة إلى الجماهير ذات الاهتمام داخل المجتمع.⁷ وبهذا فهي توسع المسائلة للمؤسسة إلى أبعد من الدور التقليدي في توفير الحساب المالي لأصحاب رأس المال .

وتعرف أيضا بجدها الأدبي على أنها توسعة الإفصاح لجوانب غير تقليدية مثل توفير معلومات عن التلوث أو تخفيضه.⁸

2- مجالات الأنشطة الاجتماعية :

تتبلور مجالات الأنشطة الاجتماعية لمحاسبة المسؤولية الاجتماعية في:

أ- **مجال الموارد الطبيعية و المساهمات البيئية:** يتضمن هذا المجال الأنشطة التي تؤدي إلى تخفيف أو منع التدهور البيئي و أهمها ما يلي:

- أنشطة خاصة بالموارد الطبيعية :

● الاقتصاد في استخدام المواد الخام ؛

● الاقتصاد في استخدام مصادر الطاقة؛

● المساهمة في اكتشاف مصادر جديدة للمواد الخام و الطاقة .

- أنشطة خاصة بالمساهمات البيئية :

● تجنب مسببات تلوث الأرض و الهواء و إحداث الضوضاء؛

● تصميم المنتجات وعمليات تشغيلها بطريقة تؤدي إلى تقليل المخلفات؛

● التخلص من المخلفات تكفل تخفيض التلوث.

ويعتبر الاهتمام بهذا المجال أمراً حيوياً ليس فقط لأثره على نوعية الحياة، بل لأثره على ما تتحمله الدول من نفقات للمحافظة على البيئة الطبيعية.

ب- **مجال المساهمة العامة:** يتحدد نطاق هذا المجال بالأنشطة التي تؤدي إلى تحقيق منافع لكافة أفراد المجتمع و أهمها ما يلي:

- أنشطة خاصة بالبذل في سبيل الإنسانية:

- تدعيم المؤسسات العلمية؛
- تدعيم الهيئات الخاصة بالرعاية الصحية ؛
- تدعيم الهيئات التي تقوم بالأنشطة الثقافية .

- أنشطة خاصة بالمواصلات و النقل:

- المساهمة في رصف وإنشاء الطرق؛
- توفير وسائل نقل العمال.

- أنشطة خاصة بالإسكان :

- المساهمة في تنفيذ برامج الإسكان؛
- إنشاء مساكن للعمال .

- أنشطة خاصة بالخدمات الصحية :

- تدعيم البرامج التي تحمى من الأوبئة و الأمراض؛
- توفير وسائل وإمكانيات وخدمات العناية والرعاية بالصحة.

- أنشطة خاصة برعاية مجموعات معينة من الأفراد:

- المساهمة في توفير وجبات غذائية لغير القادرين مالياً؛
- المساهمة في رعاية المعوقين أو ذوي العاهات؛
- المساهمة في رعاية الطفولة والمسنين .

ج - مجال الموارد البشرية: يتحدد نطاق هذا المجال بالأنشطة التي توجه تلبية لمتطلبات العاملين بالمنظمة الاقتصادية وتحسين أحوالهم بصفة عامة، لذلك فإن هذا المجال يمثل مجالاً داخلياً ويتضمن الأنشطة الآتية:

- أنشطة خاصة بسياسات التوظيف :

- توفير فرص عمل متكافئة لأفراد المجتمع ؛
- قبول توظيف الطلاب أثناء العطلة الصيفية؛
- قبول توظيف الأفراد المعوقين.

- أنشطة خاصة بتحقيق الرضا الوظيفي :

- منح العاملين أجور ومرتبات تحقق لهم مستوى معيشي مناسب؛
- إتباع سياسة للترقية تعترف بقدرات كل العاملين وتحقق فرص متساوية للترقية؛
- إعداد برامج تدريب لزيادة مهارة العاملين؛
- المحافظة على استقرار العمالة بالصيانة المستمرة للمعدات وجدولة الإنتاج بحيث يمكن الحد من البطالة؛
- تهيئة ظروف للعمل تتصف بالأمن.⁹

د - مجال مساهمات المنتج أو الخدمة: يتحدد نطاق هذا المجال بالأنشطة المرتبطة بالعلاقات مع العملاء من حيث تحقيق رضائهم على المنتج أو الخدمة. وتتضمن هذه الأنشطة ما يلي :

- أنشطة خاصة بتحديد وتصميم المنتجات :

- القيام بالبحوث التسويقية لتحديد احتياجات المستهلكين؛
- تعبئة المنتجات بشكل يؤدي إلى تقليل احتمالات التعرض لأي إصابة عند الاستخدام؛

- أنشطة خاصة بتحقيق رضا المستهلكين:

- وضع بيانات على عبوة المنتج للتعريف بحدود ومخاطر الاستخدام وتاريخ عدم الصلاحية؛
- القيام ببرامج إعلامية تعرف المستهلكون بخصائص المنتج وطرق ومجالات استخدامه؛
- توفير مراكز خدمة لصيانة وإصلاح المنتج.

هذا وإن كانت الأنشطة السابقة توضح اتساع نطاق العمليات المرتبطة بالأداء الاجتماعي الشامل للمنظمة الاقتصادية، فإن ذلك لا يعني أن كل منظمة سوف تضطلع بكل هذه الأنشطة. إلا أن اختيار المنظمة لمجموعة الأنشطة التي يمكنها القيام بها، لا يعتبر قيماً يؤثر في ضرورة دخول هذه الأنشطة جميعها في دائرة الوظيفة المحاسبية. فما لا تقوم به منظمة معينة من هذه الأنشطة قد تقوم به منظمة أخرى.

3- أهداف المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية:

من خلال ما سبق يمكن تحديد أهداف المحاسبة الاجتماعية في النقاط التالية:

- تحديد صافي المساهمة الاجتماعية للمؤسسة التي لا تشتمل فقط على عناصر التكاليف والمنافع الخاصة والداخلية للمنظمة، وإنما أيضاً تتضمن عناصر التكاليف والمنافع الخارجية الاجتماعية والتي لها تأثير على فئات المجتمع؛¹⁰
- تقييم الأداء الاجتماعي للمؤسسة وذلك من خلال تحديد ما إذا كانت إستراتيجية المؤسسة وأهدافها تتماشى مع الأولويات الاجتماعية، ومع طموح المؤسسة للمستثمرين بتحقيق نسبة معقولة من الأرباح؛
- الإفصاح عن الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة والتي لها آثار اجتماعية (مثل قرار المؤسسة على تعليم وصحة العمال وعلى تلوث البيئة واستهلاك الموارد؛
- ترشيد القرارات الخاصة والعامة والمتعلقة بتوجيه أنشطة المسؤولية الاجتماعية وتحديد النطاق الأمثل لهذه الأنشطة سواء كان ذلك من وجهة نظر الوحدة أو من وجهة نظر المجتمع.
- ولتحقيق هذه الأهداف يستلزم دراسة الآثار الخارجية لنشاط الوحدة المحاسبية.
- وتشير إحدى الدراسات التي تبنتها وكالة حماية البيئة الأمريكية (1995) إلى أهمية التركيز على تكاليف المحاسبة الاجتماعية وذلك للأسباب التالية:

- الكثير من التكاليف البيئية يمكن تخفيضها أو تجنبها نهائياً، نظراً لكون هذه التكاليف لا تضيف أي قيمة للمنتجات، وهذه التكاليف قد تكون تشغيلية أو استثمارية، أو تدخل في إعادة تصميم المنتجات ذاتها، أو اختيار نظم تشغيلية بديلة؛
- أن هذه التكاليف قد تكون مدمجة ضمناً مع التكاليف غير المباشرة، أو يتم تجاهلها بشكل أو بآخر؛
- أن الإدارة المثلى للتكاليف تؤدي إلى تحسين الأداء الاجتماعي للمؤسسة، إضافة إلى الآثار الإيجابية لهذا الاتجاه على صحة المجتمع، وفوق ذلك الزيادة في نجاح وتطور المؤسسة؛

- إن إعادة النظر في نظم التشغيل القائمة وفهم التكاليف البيئية يساعد المؤسسة على توفير معلومات أدق للمؤسسة عن التكاليف البيئية، وتسيير منتجاتها. ومن ثم تصميم منتجات ذات مواصفات بيئية تحقق ربحية أفضل؛
- تحقيق المنافسة لمنتجات المؤسسة من خلال الإعلان والترويج لمنتجات ذات مواصفات بيئية أفضل؛
- يساعد فهم التكاليف الاجتماعية والبيئية منها في دعم نظام الإدارة البيئية التي تسعى الكثير من المؤسسات على تطويره، لأهميته في ظل المنظمة العالمية للتجارة، وكوسيلة للحصول على شهادة (الايزو 14001) والمتعلقة بالبيئة والتي طورتها المنظمة العالمية للمعايير.

المبحث الثالث: دور المعايير المحاسبية الدولية في تطوير القياس المحاسبي للأداء الاجتماعي

يمثل القياس المحاسبي الجزء الأكبر والأكثر تعقيدا في الوظيفة المحاسبية . والقياس في الفكر المحاسبي تم تناوله في العديد من الدراسات المحاسبية. فالقياس عنصرا أساسيا من عناصر البحث العلمي ، فمن دونه لا يمكن اختبار صحة الفروض والنتائج ، ومن ناحية أخرى يعتبر القياس أحد وظائف المحاسبة الأساسية ، ونتيجة له تكتسب المعلومات المحاسبية أهمية خاصة في المجتمع المالي ، وإن كثير من الدراسات المحاسبية تعتبر القياس أحد الفروض العلمية الأساسية للمحاسبة. وسنحاول من خلال هذا المبحث إلقاء الضوء على القياس المحاسبي للأداء الاجتماعي.

1- تعريف القياس المحاسبي للأداء الاجتماعي:

لقد عرف القياس المحاسبي الاجتماعي بأنه تحليل الأحداث المتعلقة بأنشطة المنظمة الاجتماعية، ثم تسجيلها في تاريخ حدوثها، ثم تتبع حركة تبادل هذه الأحداث لتحديد آثارها على مصالح أطراف التبادل على شكل وحدات نقدية تمثيا مع فرض وحدة القياس.¹¹

وعرف القياس المحاسبي للأداء الاجتماعي أيضا بأنه : عملية اختيار متغيرات ومقاييس وإجراءات لتحديد وقياس صافي المساهمة الاجتماعية للفترة ، والتي تشمل العناصر الخارجية للمنشأة بالإضافة إلى العناصر الداخلية ، والتي لها تأثير على جميع قطاعات المجتمع وإيصال هذه المعلومات للأطراف المستفيدة لاتخاذ القرارات الاستثمارية الرشيدة.¹²

تتطلب عملية القياس المحاسبي للمسؤولية الاجتماعية نموذجا محاسبيا مبنيا على أساس من القيم الاجتماعية السائدة في الزمان والمكان ، بحيث يتمكن هذا النموذج أن يعبر عن تطلعات المجتمع وتوقعاته من منظمات الأعمال وعن التأثيرات المتبادلة بينها وبين المجتمع ومختلف أصحاب المصالح الذين لهم علاقة بها .

ومثل هذا النموذج يتطلب توسعا في القياس والإفصاح المحاسبي ليشمل التأثيرات والعلاقات الداخلية والخارجية كافة والتي تربط المنشأة بمختلف أصحاب المصالح فيها ، وحتى يتم تجاوز أوجه القصور والانتقادات الموجهة للإطار الفكري المحاسبي التقليدي.

إن تغيير أهداف منظمة الأعمال وتطورها باتجاه الاهتمام بالأهداف الاجتماعية المطلوب تحقيقها، والتباين في طبيعة البيانات المحاسبية المطلوبة وأتساعها لتشمل البيانات الاجتماعية، قد انعكس أثره على أسلوب القياس المحاسبي ، ويتطلب استخدام أساليب مختلفة للقياس تكون قادرة على توفير تلك البيانات ، فتطلب الأمر استخدام أساليب قياس مختلفة تتعدى أسلوب القياس النقدي في المحاسبة المالية ، وأساليب القياس الكمية في المحاسبة الإدارية. لذا فقد توسع أسلوب القياس ليشمل أساليب قياس متعددة دون الاعتماد على أسلوب معين أو قياس واحد ، وتشمل أساليب القياس الوصفي لبعض العمليات الاجتماعية التي يصعب قياسها نقديا او كميًا ، وأنها تمثل إحدى الصعوبات التي تواجه إطار الفكر المحاسبي الحالي الذي لا

يعترف إلا بالأحداث الاقتصادية فقط . ومع أن المحاسبين يتجاهلون مثل تلك الأنشطة التي تقع خارج دائرة التعبير المالي لأنشطة وأحداث المنظمة. وقد يكون السبب في ذلك هو صعوبة قياس بعض تلك الأنشطة والأحداث. لكن مع التطورات الحالية في مختلف المجالات فانه من غير المجدي أن تقف مهنة المحاسبة عاجزة أمام تلك الصعوبات وتجاهلها بصورة مستمرة، بل إن ذلك يجب أن لا يكون مبررا للإهمال في مجال البحث العلمي من أجل تطوير الإطار الفكري للمحاسبة وخاصة فيما يتعلق بمحاسبة المسؤولية الاجتماعية .

ووفق المفاهيم المرتبطة بالمحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية فإن التزام المنظمة لا يبقى محصورا بالمحافظة على مصالح الملاك فقط، كما وأن نتيجة أعمال المنظمة لا تتحدد بالأسلوب التقليدي لمقابلة الإيرادات بالنفقات، بل يجب توسيع نطاق هذه المقابلة لتشمل أيضا التكاليف والمنافع الاجتماعية.

2- المعايير المحاسبية والقياس المحاسبي للمسؤولية الاجتماعية:

من خلال ملاحظة مختلف المعايير المحاسبية الدولية الصادرة إلى غاية المعيار رقم 41 نجد أن كل هذه المعايير لم تشر في مضمونها إلى أنشطة المسؤولية الاجتماعية، وإنما اهتمت بقياس النشاط الاقتصادي للمؤسسة والتي يمكن قياسها نقديا، ولم تكن هناك أية إشارة لكيفية قياس الأنشطة الاجتماعية وما يترتب عليها من تكاليف ومنافع اجتماعية، إلا أن هذا لا يمنع في استخدام بعض المعايير لقياس بعض العناصر المرتبطة بالأنشطة الاجتماعية وتقييمها كالاتي:

- المعيار الدولي رقم 9 المعدل في سنة 1993 والذي يتعلق بتكاليف البحث والتطوير حيث يمكن استخدام هذا المعيار في حساب تكاليف البحث والتطوير التي تصب في خانة الأنشطة الاجتماعية كالبحوث والدراسات التي تقوم بها الوحدة الاقتصادية لمعالجة التلوث البيئي أو الحد منه حين ممارسة نشاطها الصناعي؛

- المعيار الدولي رقم 16 المعدل سنة 1993 والمرتبب ببند الأصول وما يرتبط بها من اهتلاك، إذ يمكن استعمال هذا المعيار في حساب وتقييم الأصول المخصصة للأنشطة الاجتماعية، وما يرتبط بها من اهتلاكات. وكمثال على ذلك المراكز الصحية التي تقوم المؤسسات الصناعية بإنشائها للعمال، إذ تعد تكاليف هذه المراكز من مباني وأثاث ومستلزمات كأصول اجتماعية؛

- المعيار الدولي رقم 19، والمعيار رقم 26 والمتعلقون ببرامج منافع التقاعد، وهو يرتبط بشكل مباشر بالمساهمات الاجتماعية للوحدة الاقتصادية في برامج التقاعد، حيث تعتبر التكاليف التي تساهم بها المؤسسة كتكاليف اجتماعية؛

- المعيار الدولي رقم 36 والمتعلق بتقييم الأصول حيث يمكن الاستفادة منه في تقييم الأصول الاجتماعية؛

- المعيار الدولي رقم 37 والمتعلق بالمخصصات والمطلوبات والموجودات المحتملة، إذ يمكن استخدامه فيما يتعلق بالموجودات المحتملة عن البرامج الاجتماعية التي ستنفذها الوحدة الاقتصادية؛

- المعيار الدولي رقم 39 والذي يتضمن الموجودات غير الملموسة، إذ يمكن الاستفادة من هذا المعيار في معالجة تكاليف التدريب والبحث والتطوير المرتبطة بالأداء الاجتماعي للمؤسسة.

وكما هو ملاحظ من عرض المعايير السابقة ، فهي لا تخدم المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة إلا في قياس بعض العناصر المرتبطة بالأنشطة الاجتماعية إلى جانب افتقارها لمعايير ترتبط بقياس النافع الاجتماعية كعنصر مهم لتحقيق المقابلة بين التكاليف والمنافع، وبالتالي قياس الأداء الاجتماعي للمؤسسة.

المبحث الرابع: دور المعايير المحاسبية الدولية في تطوير الإفصاح المحاسبي عن الأداء الاجتماعي

يعد الإفصاح المحاسبي أمراً في غاية الأهمية، لأن المحاسب يستطيع من خلاله التعبير عن جهوده في توفير المعلومات المحاسبية للمستفيدين وعرضها بصورة ملائمة، ويعد الإفصاح المحاسبي أحد أهم مبادئ المحاسبة الأساسية، والإفصاح المحاسبي هو الوسيلة الرئيسة والأداة الفعالة لإيصال نتائج الأعمال للمستخدمين في دعم قراراتهم خصوصاً المتعلقة بمجالات الاستثمار والتمويل، يعد الإفصاح الشق الثاني للوظيفة المحاسبية بشكل عام عن المسؤولية الاجتماعية، ويعتمد أسلوب الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على أسلوب القياس المحاسبي المستخدم، حيث إن نطاق الاهتمام الإعلامي للمحاسبة لم يعد مقتصرًا على فئة أو طائفة معينة من أصحاب المصالح، وإنما يجب أن يمتد ليأخذ في الاعتبار أثر المعلومات المحاسبية، ومدى فائدتها في توجيه سلوك كافة القطاعات.

هنالك تعريفات متعددة للإفصاح المحاسبي من قبل الكتاب والباحثين في مجال المحاسبة ونعرض من هذه التعريفات :

- الإفصاح المحاسبي هو تزويد جميع الفئات بالمعلومات التي تعتبر مفيدة وغير مضللة عند اتخاذ القرارات الاقتصادية الرشيدة المختلفة، وعلى أن يتوفر بالقوائم المالية الصفات النوعية للمحاسبة المالية، وهي الملائمة، والبعد عن التحيز وقابلية الفهم، والمقارنة، وتوقيت المعلومات والشمولية؛

- وقد عرف الإفصاح المحاسبي بأنه: إعلام مستخدمي التقارير المالية بكل ما يساعدهم على اتخاذ قراراتهم الاقتصادية الرشيدة سواء كانت قرارات استثمارية أو منح القروض.¹³

1- الإفصاح المحاسبي عن الأداء الاجتماعي:

الإفصاح المحاسبي عن الأداء الاجتماعي هو الطريقة التي بموجبها تستطيع المنظمة إعلام المجتمع بأطرافه المختلفة عن نشاطاتها المختلفة ذات المضامين الاجتماعية. وتعتبر القوائم المالية أو التقارير الملحقّة بها أداة لتحقيق ذلك ويجب أن يكون الإفصاح المحاسبي احد الأشكال التالية:

أ - الإفصاح الكافي:

أي أن تشمل القوائم المالية والملاحظات والمعلومات الإضافية المرفقة بها كل المعلومات المتاحة المتعلقة بالمؤسسة لتجنب تضليل الأطراف المهتمة بالمؤسسة. ويعد الإفصاح الكافي من أهم المبادئ الرئيسية لإعداد القوائم المالية.¹⁴

ب - الإفصاح الكامل:

أي أن يشمل الإفصاح على كافة المعلومات المحاسبية المتوفرة مما يعني معه إظهار معلومات بكميات كبيرة، مما يؤدي إلى إغراق مستخدمي القوائم المالية بمعلومات قد لا يكون هناك حاجة لها .

ج - الإفصاح العادل:

ويتمثل بالإفصاح عن المعلومات بطريقة تضمن وصولها بنفس القدر الى كافة المستفيدين دون تحيز إلى جهة معينة، ويمكن تصنيف المعلومات الواجب الإفصاح عنها كما يلي :

- معلومات كمية (مالية):

يمكن تحديد أربعة مجالات أساسية يتم خلالها الإفصاح عن المعلومات الكمية ممثلة في الميزانية العمومية ، قائمة الدخل، قائمة التغير في حقوق الملكية، وقائمة التدفقات النقدية، حيث يتم تضمين هذه القوائم بأرقام تعبر عن مبالغ فعلية او تقديرية

نتيجة الأحداث المالية التي قامت بها المنظمة ، ومن الملاحظ أن هذا الجانب من الإفصاح يلقي استجابة دائمة من قبل المستفيدين من القوائم المالية المنشورة

- المعلومات غير الكمية (غير المالية):

يتم الإفصاح عن هذا الجانب في التقارير المحاسبية بشكل صفي من شأنه ان يزيد من فهم المستخدم وثقته بالمبالغ النقدية الظاهرة في القوائم المالية اذ ان هذه المعلومات غالباً ما تكون مرتبطة بالمعلومات الكمية ، ويتم الإفصاح عن المعلومات غير الكمية من خلال القوائم المالية الرئيسية ومن خلال قوائم مالية ملحقة أو الملاحظات الهامشية بالإضافة إلى تقرير الإدارة ، كما أن (هندركسون) ، يشير في كتابه إلى أن المعلومات غير الكمية تعتبر ملائمة والإفصاح عنها مثمراً إذا كانت مفيدة في عملية اتخاذ القرارات .

2- المعايير المحاسبية والإفصاح عن الأداء الاجتماعي:

إذا ما استعرضنا المعايير المحاسبية الدولية نجد أن جزءاً كبيراً قد انصب على موضوع الإفصاح المحاسبي، بل أن أول معيار دولي أصدرته اللجنة كان حول الإفصاح المحاسبي لما له من أهمية في توفير المعلومات اللازمة لمتخذي القرار سواء من داخل المؤسسة أو من خارجها، ولعل من ابرز المعايير التي أصدرتها اللجنة في مجال الإفصاح المحاسبي نجد:

- المعيار رقم (1) وهو بعنوان (الإفصاح السياسات المحاسبية).
- المعيار رقم (5) وهو بعنوان (المعلومات التي يجب الإفصاح عنها في البيانات المالية).
- المعيار رقم (13) الخاص بعرض الموجودات المتداولة والمطلوبات المتداولة.
- المعيار رقم (14) والخاص بالتقرير عن المعلومات المالية لقطاعات الأعمال.
- المعيار رقم (20) والذي تناول محاسبة المنح الحكومية والإفصاح عن المساعدات الحكومية.
- المعيار رقم (24) والمتعلق بالإفصاح عن الأطراف ذات العلاقة.
- المعيار رقم (26) والمتعلق بالتقرير عن برامج منافع التقاعد.
- المعيار رقم (30) وهو بعنوان (المعلومات التي يجب الإفصاح عنها في البيانات المالية للبنوك).
- المعيار رقم (32) المتعلق بالأدوات المالية، الإفصاح والعرض.
- المعيار رقم (34) التقارير المالية المؤقتة.
- المعيار رقم (35) التقرير عن العمليات غير المستمرة.
- المعيار رقم (38) والمتعلق بالموجودات غير الملموسة.

من خلال العرض السابق للمعايير التي تناولت الإفصاح المحاسبي لا توج أي إشارة للإفصاح عن الأداء الاجتماعي للمؤسسة إلا فيما يخص المعيار رقم (26) والمتعلق بالتقرير عن برامج منافع التقاعد، والذي تم التعامل معه كنشاط اقتصادي بحث من قبل اللجنة، مما يعني أن معايير المحاسبة الدولية لا تعتبر ملائمة لتطوير الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية لتركيزها على التقرير والإفصاح عن البيانات المرتبطة بالنشاط الاقتصادي فقط. في حين أن تلك البيانات مرتبطة بمزيج من الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية، مما يعني أهمية الإفصاح عن بيانات الأنشطة الاجتماعية بشكل منفصل عن البيانات الاقتصادية للمؤسسة لتصبح المعلومات المعروضة أكثر ملائمة لمستخدميها في ترشيد عملية اتخاذ القرار.

- النتائج والتوصيات:

1- النتائج:

من خلال هذا البحث نستطيع استخلاص بعض النتائج نوردتها على النحو التالي:

- يغطي موضوع المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية باهتمام كبير من طرف الباحثين، ودليل ذلك الكثير من الدراسات والبحوث التي أجريت لتقديم إطار فكري وعملي للمحاسبة الاجتماعية، استجابة لمختلف التطورات البيئية والاقتصادية وزيادة الضغوط الاجتماعية في أغلب البلدان؛
- المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية لم تصل بعد إلى ما يصبو إليه مستخدمو المعلومات المحاسبية، وذلك لعدم تركيز المنظمات والمجالس المحاسبية على تطوير مخرجاتها وضبطها بمعايير محاسبية خاصة بها؛
- أن محور اهتمام المعايير المحاسبية الدولية كان حول النشاط الاقتصادي للمؤسسة، دون التركيز على النشاط الاجتماعي للمؤسسة؛
- عدم ملائمة المعايير المحاسبية الدولية المتعلقة بعملية القياس المحاسبي في قياس الأداء الاجتماعي للمؤسسة، رغم إمكانية الاستفادة من هذه المعايير في قياس تكاليف بعض الأنشطة الاجتماعية؛
- اهتمت المعايير المحاسبية الدولية بالإفصاح المحاسبي عن الأداء الاقتصادي للمؤسسة، رغم أن المعلومات المالية التي تم الإفصاح عنها هي مزيج بين الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية للمؤسسة.
- لا تلعب المعايير المحاسبية الدولية بشكلها الحالي أي دور في تطوير مفاهيم المحاسبة الاجتماعية، لا من حيث عملية القياس أو الإفصاح المحاسبي عن الأداء الاجتماعي للمؤسسات.

2- التوصيات:

من خلال ما تم التوصل إليه من نتائج يمكن تقديم التوصيات التالية:

- ضرورة قيام لجنة المعايير المحاسبية الدولية بإصدار معايير محاسبية توضح القواعد الأساسية للقياس والإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، لإثراء هذا الجانب من المحاسبة وجعله أكثر قبولا من طرف المحاسبين ومختلف مستخدمي المعلومات المحاسبية؛
- إجراء المزيد من البحوث والدراسات التي تتناول الصعوبات والمشاكل التي تواجه عملية القياس والإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية، وذلك من قبل الباحثين والمنظمات والاتحادات والمجالس المهنية والأكاديمية في المحاسبة؛
- تولى حكومات الدول مسؤوليتها فيما يخص هذا النوع من المحاسبة، بإصدار القوانين والتشريعات التي تلزم المؤسسات بضرورة إظهار نتيجة أداؤها ومساهمتها الاجتماعية، والإفصاح عنها في شكل تقارير محاسبية؛
- ضرورة الاستفادة من مخرجات العلوم الأخرى الإدارية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية والنفسية في تطوير مقاييس الأداء الاجتماعي خصوصا ما تعلق بقياس المنافع الاجتماعية التي تعتبر من أكبر التحديات التي تواجه المحاسبين في مجال المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية نظرا لطبيعتها المعنوية غير الملموسة.

المراجع والهوامش:

- 1 - حسين القاضي، مأمون حمدان، المحاسبة الدولية ومعاييرها، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، 2011، ص: 103.
- 2 - علي محمود عبد الرحمن وآخرون، التقييم المحاسبي للأصول الثابتة في الشركات المساهمة الكويتية ومدى ملائمة تطبيق المعايير المحاسبية الدولية، المجلة العربية للعلوم الإدارية، مجلد واحد، 2007، ص: 57.
- 3 - حسين قاضي، مأمون حمدان، المحاسبة الدولية ومعاييرها، دار الثقافة للنشر، عمان، الأردن، 2008، ص: 103.
- 4 - يحيى أبو طالب، عرض وتحليل وتقييم معايير المحاسبة الدولية، مجلة التكليف، القاهرة، 1998، ص: 96.
- 5 - المصدر: نقلا عن: زايد مراد، المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل المتغيرات العلمية، مداخلة في الملتقى منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامع بشار، 14-15 فيفري 2012.
- 6- محمد إبراهيم النوبجري، المسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية، المجلة العربية للإدارة، العدد الرابع 1988، ص 20.
- 7- Gray, Owen, and N. launders, Corporate Social Reporting: Accounting & Accountability, Hemel Hempstead: Prentice Hall 1992. P: 28.
- 8- Quarter, Mook, Richmond, What Counts; Social Accounting for non Profits and Cooperatives, Prentice Nov.2003,p:45.
- 9-بدوي محمد عباس، عثمان إبراهيم، 1992 "دراسات في مشاكل محاسبية معاصرة"، ص 379-380
- 10- Toms, Firm Resource, Quality Signals and Environmental Reputation: Some United Kingdom Evidence, British Accounting Review, VOL.34/2002/P: 257-258.
- 11- بدوي محمد عباس، المحاسبة عن التأثيرات البيئية والمسؤولية الاجتماعية للمشروع، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2012، ص: 28.
- 12- الفضل، وآخرون، المشاكل المحاسبية المعاصرة، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الأولى، 2002، ص: 164.
- 13 - Schouten, Esther M J, "Defining the Corporate Social Responsibility of business from International Law ", Managerial Law Vol 49 No1/2 Emerald Group Publishing Limited 2007.P: 25.
- 14- القاضي حمدان مأمون، نظرية المحاسبية، دار علمية دولية للنشر والتوزيع و دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص: 52.

مقدمة:

بينت التجارب الدولية أن استهداف التضخم وسيلة ناجعة للتصدي للضغوط التضخمية والمحافظة على استقرار الأسعار ، ويعد خفض التضخم والحفاظ على مستوى مستقر للأسعار الهدف الرئيسي الذي سعت إلى تحقيقه كثير من الدول على اختلاف نظمها الاقتصادية ودرجة تطورها ، ذلك لما يخلفه التضخم من آثار سلبية على كل الأصعدة والمستويات الاقتصادية منها والاجتماعية .

ولا يخفى أن التضخم الجامح الذي يشهده الاقتصاد السوداني والذي بلغ معدلات سنوية عالية تجاوزت الخانتين في السنوات الأربع الأخيرة شكل خطراً كبيراً على النشاط الاقتصادي وعلى أفراد المجتمع ، وعليه أصبح لزاماً على السلطات النقدية التصدي لهذه الظاهرة بكل ما أوتيت من وسائل وسياسات كفيلة للحد من الضغوط التضخمية ، بيد أن اعتماد السياسة النقدية مثبتاً اسمياً في عرض النقود في استهدافه كهدف وسيط يمكن من خلاله تحقيق الهدف النهائي و المتمثل أساساً في استقرار الأسعار أضحى أمراً مستحيلاً ، بدليل فشل السياسة النقدية في تحقيق أهدافها عبر اختيار مثبتاتها الاسمية المناسبة من جراء الارتفاع المستمر لمعدلات التضخم رغم السياسات المتخذة في هذا الشأن ، لذا فإن جعل سياسة استهداف التضخم كآلية للسياسة النقدية في السودان سيوفر فرص قوية لاستقرار في الأسعار فيما لو توفرت الشروط والمتطلبات اللازمة على أرضية الواقع لنجاح هذه السياسة .

إن المتتبع لتطورات الواقع السوداني يكتشف أن هناك ضغوط تضخمية كبيرة تلازم الاقتصاد السوداني خصوصاً في السنوات الأخيرة ، ورغم الإجراءات التي اتبعتها السلطات النقدية للتصدي لهذه الظاهرة والتي لم تفلح بدليل استمرار هذه الضغوط التضخمية وتفشيها ، لذا وجب على السلطات النقدية في السودان الاستفادة من التجارب الرائدة للدول النامية والتي مضت قدماً نحو استهداف التضخم بنجاح كنهج بديل وفعال لإدارة السياسة النقدية في كبح التضخم ، وعليه نحاول في هذا المقال الإجابة على السؤالين الرئيسيين التاليين وهما :

1 - ما مدى توفر الشروط اللازمة لاستهداف التضخم في السودان ؟

2 - ما هي متطلبات نجاح استهداف التضخم في السودان ؟

أولاً : التأصيل النظري لاستهداف التضخم

تمثل سياسة استهداف التضخم الوجه الأكثر حداثة في إدارة السياسة النقدية ، إذ شهدت المسيرة التاريخية للسياسة النقدية تطورات عديدة عبر مر الزمان بانتهاجها أطراً عديدة ومختلفة بدءاً من الاستهداف النقدي إلى السعي إلى تثبيت سعر الصرف ، غير أن كفاءتها في بلوغ أهدافها وبالأخص استقرار الأسعار كان في كثير من الأحيان والأقطار لم تتحقق ما عزز على ضرورة إيجاد بديل يمكن من خلاله الوصول إلى الحد من الضغوط التضخمية بأقل التكاليف وبسرعة عالية ، فكان انتهاج سياسة استهداف التضخم الحل الناجع لكثير من الدول المتقدمة والنامية منها على حد سواء .

أ - مفهوم استهداف التضخم

قدم نظام استهداف التضخم كنظام للسياسة النقدية بشكل رسمي في نيوزيلندا في عام 1990 ومنذ ذلك العام توالى العديد من البلدان حول العالم في تطبيقه وصلت في بداية عام 2012 حوالي 28 بلد يتبنى إطار استهداف التضخم¹ ، وزاد

¹ Gill Hammond , State of the art of inflation targeting – 2012 , CCBS Handbook – No. 29 – February 2012 version , Centre for Central Banking Studies , Bank of England , P : 1.

الاهتمام في الآونة الأخيرة بموضوع استهداف التضخم في الأدبيات والدراسات الاقتصادية الحديثة لنجاح انتهاجه في كثير من الأقطار الاقتصادية سواء المتطورة منها أو النامية .

رغم الزخم الهائل من الكتابات حول هذا الموضوع إلا أن هناك تعاريفاً مختلفة لاستهداف التضخم اختلفت في الحثيات لكن مضمونها واحد ، ومن بين التعاريف نذكر ما يلي :

" يعرف استهداف التضخم بأنه نظام للسياسة النقدية يتميز بإعلان المصرف المركزي عن الهدف الرسمي كمجالات أو هدف كمي (رقمي) مثال على ذلك (من 4% إلى 6%) معدل التضخم لفترة زمنية واحدة أو أكثر مع الإعلان الظاهر بأن إبقاء التضخم ضمن المدى الموجه "1.

كما ينظر لسياسة استهداف التضخم على أنها " إطار للسياسة النقدية يحتوي هدفاً واضحاً للتضخم المستقبلي والالتزام بتحقيق استقرار الأسعار كهدف بعيد المدى للسياسة النقدية ، ويتطلب هذا الشفافية التامة والاتصال المتزايد بالجمهور حول الخطط وأهداف السلطات النقدية ومسؤولية المصرف المركزي بالكامل عن إنجاز هدف التضخم بشكل محدد "2. ويتمثل الاستهداف في تحديد معدل أو مجال للتضخم تعمل السلطات النقدية على تحقيقه في غضون الفترة المحددة مسبقاً ، ويتيح هذا الإجراء إعلان توقعات التضخم في وقت مبكر ، وكذا رسم التدابير اللازمة للسيطرة على الأسعار وعموماً يتطلب استهداف التضخم من البنك المركزي حداً أدنى من الاستقلال وإنشاء نظام ملائم للتحليل والتنبؤ "3.

مما سبق يمكن القول أن استهداف التضخم يتمثل في إعلان السلطات النقدية للجمهور عن أهداف كمية متوسطة المدى للتضخم ، ووجود التزام مؤسسي للاستقرار السعري كالمهدف الأساسي طويل الأجل للسياسة النقدية والالتزام المعلن بتحقيق الهدف الكمي ، ووجود إستراتيجية لتحقيق هذا الهدف تقوم على استخدام كافة المعلومات المتوفرة ، ورفع درجة شفافية ومساءلة السلطات النقدية بشأن تحقيقها خفض التضخم .

ب - مبررات تبني إطار استهداف التضخم

يأتي إطار استهداف التضخم بعد أن أظهرت أطر أخرى عدم موافقتها بالوصول إلى الهدف النهائي وهو السيطرة على التضخم في ظل المتغيرات التي تطرأ على الاقتصاد العالمي ، وتتضمن هذه الأطر في استهداف الحملات النقدية أو استهداف سعر الصرف كأهداف وسيطية تسعى للسيطرة على التضخم وإبقائه في مستويات دنيا ومنخفضة غير أن فشلها فتح الباب لانتهاج إطار جديد للسياسة النقدية يتمثل في استهداف التضخم كنتيجة لعدة مبررات نسردها في النقاط التالية :

- تطرح سياسة استهداف المجمعات النقدية مشكلة المحافظ المالية للأعوان الاقتصاديين نتيجة تغيرات في أسعار الفائدة قصيرة وطويلة الأجل مما يؤدي إلى الاختلاف في تشكيلة المجمعات النقدية الواسعة والضيقة من حيث الحجم ، فانخفاض أسعار الفائدة قصيرة الأجل مقارنة بأسعارها في الأجل الطويل يساعد على تضخيم المجمعات الواسعة ، لأن الأعوان الاقتصاديين غير الماليين يلجئون إلى توظيف أموالهم في شكل سندات أكثر منها في ودائع لأجل ، و إن هذا الاختلاف في تطور المجمعات

¹ James Heintz , Is there a case for formal inflation targeting in sub-Saharan Africa Workingpaper Number 218, March 2010, Political Economy Research Institute (PERI) at the University of Massachusetts , p3.

² Pierre-Richard Agénor Inflation Targeting and Financial Stability: A Perspective from the Developing World Working Paper n. 324. The Banco Central do Brasil , September 2013, P 7 .

³ Adnen Chockri & Ibticem Frihka , "La portée de la politique de ciblage d'inflation: Approche Analytique et empirique pour le cas Tunisien", PANOECOMOMICUS, vol. 58, no 1 (Serbia : 2011), p. 92.

النقدية نتيجة لصدمة معينة لا يعطي فعالية أكبر لها بأن تكون الاستهدافات الوسيطة تعكس جيداً استقرار الأسعار في المدى الطويل¹.

- عدم استقرار العلاقة بين المجمعات النقدية والتضخم خلق مشكلة للسياسة النقدية تستهدف المجمعات النقدية مما نتج عنه التقليل من قيمته والتخلي عنه لصالح سياسة استهداف التضخم وأن عدم استقرار هذه العلاقة لا يعطي نتائج مرضية لتحقيق تضخم منخفض ، علاوة على ذلك فإن سياسة الاستهداف النقدي لا تزود البنك المركزي بإشارات كافية حول موقف السياسة النقدية ، فإذا كانت هناك صدمة نقدية فإن هذه السياسة لا تساعد على تثبيت معدلات التضخم المتوقعة لكي تكون دليلاً جيداً لمساءلة البنك المركزي ، إضافة إلى ذلك لا يساعد الاستهداف النقدي على زيادة شفافية السياسة النقدية ووضع البنك المركزي أمام المساءلة لدى الجمهور².

- هناك مشكلة في التحديد الإحصائي الدقيق للمجاميع النقدية كاستهدافات وسيطة وإن إيجاد حل لهذه المشكلة أصبح مستعصياً في محيط يتميز باتساع الابتكارات المالية المستحدثة في الأسواق المالية إلى جانب عدم الاتفاق حول المجموع أكثر دلالة وارتباطاً بالتضخم³.

- إسهام التكامل في الأسواق والتجارة العالمية في دفع تغييرات نظم السياسة النقدية بشكل متزايد ، بالإضافة إلى التحول الكبير الذي مس معظم الدول ، والمتمثل في تبني نظام الصرف المرن بدلاً من نظام الصرف الثابت . ونتيجة لما يحمله هذا التحول في طبيعته من تزايد إمكانات ارتفاع معدلات التضخم الخارجي ، بات من المناسب اعتماد سياسة لاستهداف التضخم تكون مواكبة لهذه التغييرات الحاسمة⁴.

ج - متطلبات تطبيق استهداف التضخم

يتطلب إطار استهداف التضخم مجموعة من الشروط المسبقة لكي يتسنى للسلطات النقدية انتهاجه بفعالية كبيرة ، ومن بين هذه الشروط نذكر ما يلي :

1- استقلالية البنك المركزي

يعد المصرف المركزي من أهم المؤسسات المالية في الدول نظراً لدوره في دعم الاستقرار المالي ومكافحة الضغوط التضخمية وتنظيم مستوى السيولة المحلية مما يضمن تحقيق معدلات النمو المستهدفة في الاقتصاد الوطني ولذلك فمن المهم أن يتمتع البنك المركزي باستقلالية تامة تمكنه من تعزيز مصداقية السياسة النقدية .

¹ زيدان محمد ، سياسات استهداف التضخم كآلية للحد من التضخم في بلدان مجلس التعاون ، ورقة مقدمة للقاء السنوي السابع عشر لجمعية الاقتصاد السعودية (التكامل الاقتصادي الخليجي : الواقع والمأمول) خلال الفترة (26-28) مايو 2009 مدينة الرياض ، السعودية ، ص 13 .

² Kenneth N. Kuttner . A snapshot of inflation targeting its Adolescence .2004,P7.

مقال متاح على الرابط التالي :

[www.rba.gov.au/publication And Research /Co Ferences /2004/Kuttner.pdf](http://www.rba.gov.au/publication%20And%20Research/Co%20Fferences/2004/Kuttner.pdf). consulter Le 20/03/2005

³ رجاء عزيز بندر ، استهداف التضخم : دراسة لتجارب بلدان نامية في السياسة النقدية ، المديرية العامة للإحصاء والبحوث ، البنك المركزي العراقي ، من دون تاريخ ، ص 5 .

⁴ شوقي جباري ، سياسة استهداف التضخم كإطار لإدارة السياسة النقدية مع الإشارة إلى تجارب البرازيل وتشيلي وتركيا ، مجلة رؤى استراتيجية ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية ، العدد الثامن ، أكتوبر 2014 ، ص 80 .

وتعني استقلالية البنك المركزي عن الحكومة أن البنك المركزي غير ملزم بتمويل العجز الحكومي ، ذلك أن تنقيد ذلك العجز يحول دون تحقيق الهدف الرئيس للسياسة النقدية المتمثل في استقرار الأسعار ، إذ بينت نتائج العديد من الدراسات الاقتصادية (دراسة Bad & Parkin بعنوان "قوانين البنك المركزي والسياسة النقدية ") بوجود علاقة عكسية بين كل من درجة الاستقلالية ومعدلات التضخم أي انه كلما زادت درجة استقلالية البنك المركزي كلما انخفضت معدلات التضخم¹ ، ولكن أداء البنك المركزي يرتبط بمدى استقلاليته والتي يعبر عنها ب :²

1. استقلالية وظيفية وتعلق بقدرة المركزي على تقرير ما يتعلق بالأسعار .
 2. استقلالية شخصية وتعلق بقدرته على اختيار أعضاء ورئيس مجلس الإدارة .
 3. استقلالية أدوات ، وتعلق بقدرته على استخدام الأدوات النقدية وعلى رأسها عرض النقود ومعدل الفائدة للسياسة في التأثير في الأسعار ومنع التمويل المباشر لعجز الموازنة أو تقييده .
- وعليه فاستقلالية البنك المركزي لا تُرى على أنها انفصال تام عن السياسات الاقتصادية الأخرى ، بل إن قوة الاستقلالية تأتي من قوة التنسيق مع السياسات الأخرى ضمن حزمة السياسات المنسجمة والمتناغمة مع الاستقرار الكلي ، حيث يعد الحد من الاستقلال التشغيلي للسياسة النقدية عائقاً لتحقيق الاستقرار الاقتصادي ومواجهة الصدمات التي يتعرض لها الاقتصاد خاصة في التصدي للضغوط التضخمية .

2- مصداقية وشفافية السياسة النقدية

تكتسي مصداقية السياسة النقدية أهمية بالغة في مجال استهداف التضخم ذلك أن المصداقية تضفي المزيد من الثقة بين السلطات النقدية و مختلف المتعاملين الاقتصاديين ، وتعتبر مصداقية السياسة النقدية عن ذلك التوافق بين السياسة المعلنة وواقع التنفيذ أي تجنب الإعلان عن سياسة معينة وتنفيذ عكسها وعليه فإن الإفصاح عن الأهداف النهائية في المطبوعات وفي البيانات العامة وشرح هذه الأهداف للجمهور أمر يعزز إدراك وفهم كيف يتم صنع السياسة النقدية ، ويساعد هذا الإفصاح الجمهور على إعداد توقعات أدق لعمليات السياسة النقدية ، وعلى تقييم البنك المركزي في تحقيق أهدافه إذ يتيح مقارنة النتائج بالأهداف مما يجعل الأطراف المسؤولة عن تحقيق تلك الأهداف قابلة للمساءلة .

إن تحسين الشفافية في أنشطة البنوك المركزية والمساءلة من قبل الجمهور هو من صميم استهداف التضخم وتنصرف الشفافية إلى توفير معلومات متماثلة للسلطة النقدية وباقي أجزاء الإدارة الاقتصادية والمتعاملين على حد سواء بحيث يكون أمام الجميع ذات المعلومات ، مثل الإعلان مسبقاً عن أهداف البنك ووسائله والبيانات التي ينشرها ، " إن الشفافية تخفض حالة عدم اليقين لدى القطاع الخاص بشأن عملية صنع السياسة النقدية و إن المعرفة الأفضل عن أهداف السياسة النقدية والإستراتيجية المتبعة ، وعملية اتخاذ القرارات سوية مع المعلومات بشأن الاضطرابات الاقتصادية ، تساعد القطاع الخاص على التنبؤ على نحو أفضل عن موقف أدوات السياسة والآثار المترتبة على التضخم والنتائج ، ومن الناحية التطبيقية تؤدي الشفافية الكبيرة للسياسة النقدية إلى وجود قابلية أفضل للتنبؤ بإجراءات السياسة النقدية " ³ . ذلك أن " الاستجابة القوية من توقعات

¹ خلف الجبوري ، دور استقلالية البنك المركزي في تحقيق أهداف السياسة النقدية مع الإشارة إلى التجربة العراقية في ضوء قانون البنك المركزي العراقي رقم 56 لسنة 2004 ، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية ، المجلد 7 ، العدد 23 ، 2011 ، ص 79 .

² Mahmoud M. Daghir, «Indicative Supervision on the Monetary Business Organizations (Banks): Case Study: Iraq.» Journal of Economics and Administrative Sciences, vol. 81, no. 65 (2012), p. 8.

³ Morris, S. and Shin, H.S., " Central Bank Transparency and the signal value of prices ", Brookings Papers on Economic Activity, 2005, P.

التضخم تجعل إتباع السياسة التضخمية مكلفاً ، بحيث إن المصرف المركزي له حافز قوي للقيام بكبح التضخم ، وبعبارة أخرى : تحفز الشفافية المصرف المركزي على تكوين سمعة جيدة له ، والحفاظ عليها ، بخصوص قيامه بتخفيض التضخم " ¹ .

3- انضباط المالية العامة

تقتضي سياسة استهداف التضخم الحد من الميل التضخمي للسياسة النقدية ، ذلك أن تمويل النفقات الحكومية يؤثر على سيولة القطاع الخاص وبالتالي على مدى فعالية السياسة النقدية ، إذ يسبب حجم الدين العام الكبير تنامي التوقعات المستقبلية لارتفاع التضخم ما يؤدي إلى إضعاف قدرات البنك المركزي على الالتزام بتحقيق معدل التضخم المستهدف في الأجل القصير ، ومن الممكن لضعف التنسيق بين سياسات إدارة الدين والسياسات النقدية أن يؤدي إلى حدوث عدم استقرار مالي وإلى مزيد من عدم اليقين ، وعليه لا بد من تقليص النفقات الحكومية وترشيدها من أجل خفض العجز المالي بما يمكن معه تقليص حجم الدين العام لاحتواء التضخم واستهدافه .

4- كفاءة القطاع المصرفي والمالي

لوجود قطاع مصرفي ومالي كفو وفعال يخدم التغيرات الجوهرية في السياسة النقدية دوراً مهماً في أي قطر اقتصادي ، ذلك أن القطاع المصرفي الذي يتمتع بشكل عام بدرجة عالية من المرونة والحساسية للتقلبات في النشاط الاقتصادي ، الأمر الذي قد يمكنه من القيام بدور هام في امتصاص الصدمات الخارجية ، في حين نجد أن البلد الذي يعاني من عيوب هيكلية في النظام المالي غالباً ما يؤدي إلى عرقلة مكافحة التضخم وارتفاعه إلى فشل تحقيق الاستقرار الاقتصادي ما لم تصاحبها إجراءات ملائمة في إصلاح القطاع المالي ، باعتبارها إصلاحاً هيكلياً لتعزيز قدرة السلطات النقدية في تحقيق الاستقرار الكلي ، وتشمل تلك الإجراءات تحويل اهتمام البنك المركزي بعيداً عن الوساطة المالية (وبصفة خاصة تمويل العجز الحكومي) ، واستحداث أساليب فنية جديدة وأدوات للإدارة (إحلال الأساليب الفنية غير المباشرة المرتبطة بالسوق محل الأساليب المباشرة ، وتطهير القنوات التي تنتقل عبرها آثار السياسة النقدية إلى القطاع الحقيقي : مثل (تنشيط المؤسسات المالية وتنمية عنصر المنافسة وتشجيع اتخاذ القرارات بشأن أسعار الفائدة والتدفقات الائتمانية استناداً إلى قوى السوق) ² .

و تمثل مرونة القطاع المالي وعمقه أهمية بالغة للتطبيق السليم والفعال لسياسة استهداف التضخم ، حيث تعتبر قوة السوق المالية مهمة للبنك المركزي ولاسيما في ظل إقدامه على تطبيق سياسة السوق المفتوحة ، إذ يتيح تنسيق السياسات بشكل أفضل من خلال قوى السوق نظراً لوجود مجال أكبر للقيام بشكل مستقل بتنفيذ السياسة النقدية وسياسات المالية العامة وإدارة الدين .

5- البنية التحتية والتقنية المتطورة

واحدة من الخصائص الأساسية لاستهداف التضخم ، هي التركيز على تحديد معدل التضخم المستقبلي بشكل دقيق ، إذ يتعين على البنك المركزي وضع توقعات موثوق بها ونشرها وإعلانها بشكل صريح ولذلك فإنه من اللازم أن تتوافر له بنية تحتية

¹ Faust, J and Svensson, L.E., " Transparency and Credibility: Monetary Policy with Unobservable Goals ", International Economic Review 42(2), 2001, PP.369-97.

² Iommestein Hans j. and Michael G. Spencer, "the role of financial Institutions in the Transition to Market Economy", IMF Working Paper, wp 93/75 (Washington:IMF,1993), P.13.

متطورة تضمن انجاز التوقعات بكفاءة عالية ، ومن ميزات هذه البنية التحتية القدرة على جمع البيانات والدراسة بطريقة استخدام هذه البيانات بشكل فعال والقدرة على تحديد نماذج التنبؤ المشروطة " ¹ . ولا يكون هذا " إلا بامتلاك البنك المركزي الوسائل التكنولوجية الضرورية لجمع أكبر قدر ممكن من المعطيات واستعمالها بهدف إعداد تقاريره وإنجاز بحوثه ، مع وضع نماذج ومسارات التنبؤ بهدف دراسة التطورات المستقبلية للتضخم وضبط التضخم المستهدف بناءً على تطور المعطيات الاقتصادية ، مثل تطورات الطلب على النقود والتسهيلات الائتمانية وأسعار الأسهم والسندات وسوق العمل " ² .

6 - استقرار الاقتصاد الكلي

من الشروط الأساسية والمهمة لسياسة استهداف التضخم وجود سجل أداء إيجابي فيما يتعلق بمناخ الاقتصاد الكلي السليم ، ويشمل هذا تطبيق سياسات مالية عامة ونقدية ملائمة مصحوبة بوضع سليم لميزان المدفوعات ونظام جيد لسعر الصرف ، وتنطوي التغييرات في الوضع الاقتصادي الكلي انعكاسات على تسيير السياسة النقدية ، إذ لا يمكن تحقيق أهدافها إذا كان وضع الاقتصاد يشوبه قدر كبير من الاختلال ، فالموازنة الغير المستدامة للمدفوعات تؤدي إلى تذبذبات وتقلبات سعر الصرف الأجنبي وظهور حالات عجز حاد في الموازنة المالية وتضخم عال يؤدي إلى مخاوف عدم استقرار مالي وجميعها إشارات عن عدم استقرار اقتصادي قد تزيد من حالات عدم التأكد وتزيد من الضبابية في وضوح هدف استهداف التضخم .

" إذ أن ارتفاع معدلات التضخم يجعل من الصعوبة بمكان التنبؤ بمعدل التضخم في المستقبل وزيادة احتمال عدم تحقيق معدل التضخم المستهدف ، إن معدل التضخم السنوي الذي يفوق (15-25%) لمدة طويلة يجعل تأثير السياسة النقدية على معدلات التضخم ظرفية ومتقلبة " ³ .

ثانياً : مدى توفر الشروط الملائمة لتطبيق سياسة استهداف التضخم في السودان

في البلدان النامية تتوقف إستراتيجية تطوير السياسة النقدية لاستهداف التضخم على القضايا المؤسساتية والهيكلية التي يتمتع بها أي قطر اقتصادي ، هذا الأمر منطقي وحقيقي كأى " استهداف حقيقي " بديل ، وعليه سنتطرق إلى الحقائق الاقتصادية والبنية الهيكلية والمؤسسية التي يتمتع بها السودان لمعرفة مدى توفر الشروط الملائمة لتطبيق إطار استهداف التضخم للسياسة النقدية .

أ- مدى استقلالية البنك المركزي السوداني

رغم التعديلات القانونية والتشريعات المنظمة للعمل المصرفي وخاصة قانون بنك السودان المركزي لسنة 2002 بعد إدخال تعديلات سنة 2005 ، 2006 وسنة 2012 عليها وخاصة المادة 48- (1) والتي تنص على " يجوز للبنك أن يمنح تمويلاً للحكومة بالشروط التي يقررها على ألا يجاوز التمويل في أي وقت 15% من تقديرات الإيرادات العامة الحكومية في السنة المالية التي يمنح فيها التمويل على أن يسدد كل التمويل خلال مدة لا تتجاوز الستة أشهر التالية لنهاية السنة المالية التي منح

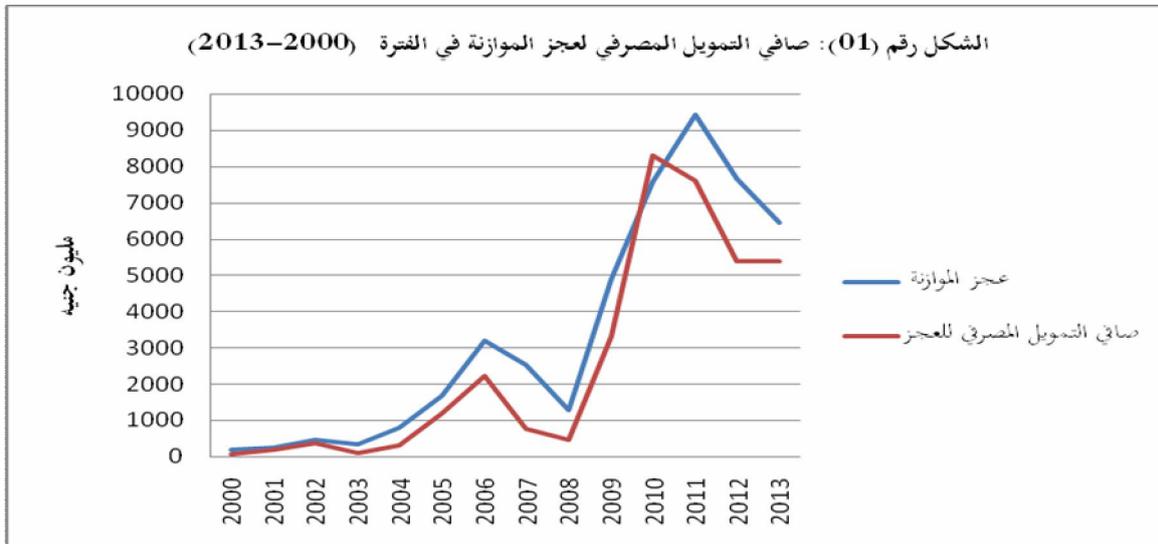
¹ Adnen Chockri & Ibticem Frihka , Op cit p. 95.

² Jihéne BOUSRIH, "L'adoption de la politique de ciblage de l'inflation dans les marchés émergents-Apport théorique et validation empirique", thèse de doctorat en sciences économiques, Université de Rennes 2, France, 2011, p. 42.

³ Eser Turar. "Inflation Targeting in Developing Countries and Its Applicability to the Turkish Economy". Thesis submitted to the faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State, University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Economics, Virginia, July 18, 2002, p. 1

فيها " ¹ ، إلا أن هذه التعديلات غير كافية لوجوب استقلالية بنك السودان ، ذلك أن الواقع الاقتصادي يسير عكس ذلك ، إذ لا تعدو تلك الاستقلالية أن تكون مجرد قوانين أكثر منها واقعاً اقتصادياً . وما يؤكد فرضية غياب استقلالية بنك السودان في احتواء التضخم واستهدافه ارتفاع نسبة التمويل المصرفي للعجز في السودان ، ما يدل على أن السلطات المالية تعتمد بشكل كبير على تمويل عجز الموازنة من القطاع المصرفي من خلال تنقيد ذلك العجز (Monetization) ، و من أهم دلالات الشكل أسفله رقم (01) تطابق نتائج نموذج السيادة المالية لتفسير التضخم في السودان وذلك عبر الإفراط في تمويل العجز عن طريق الطبع النقدي أو الاقتراض من البنك المركزي و عده الملحق الأخير للاقتراض .

" إن الصعوبات التي تواجهها في الدول النامية تكاد شبه مستحيلة في الوصول إلى تنسيق مطلق مع السياسة المالية لاستهداف التضخم ، أي إخضاع اتجاهات الصرف والموازنة العامة لمشيفة أهداف السياسة النقدية في الاستقرار والتنمية ، لذا فإن التفكير في استهداف التضخم عبر الموازنة العامة والتحكم بثوابتها ومتغيراتها بإرادة نقدية أمسى أمراً مستحيلًا ما لم يتم اختيار الأدوات النقدية المستقلة التي يمكن أن تتيح للسياسة النقدية التأثير على استمرار التضخم والتصدي له و لاسيما استمرار التوقعات التضخمية " ² .



المصدر : اعتمادًا على التقارير السنوية المختلفة لبنك السودان المركزي .

ب - القيود الهيكلية التي تعيق تطور القطاع الخاص في السودان

إن زيادة توفير الائتمان للقطاع الخاص في النظام المصرفي وخفض كلفته يشجع زيادات الاستثمارات ويضع قطاع الأعمال في نمو مستمر ، على أية حال نجاح هذه الإستراتيجية تستند إلى فرضية مفادها أن القطاع المصرفي سيخصص الائتمان الإضافي بطريقة مناسبة إلى دعم الاستثمارات المنتجة ، في العديد من البلدان النامية ومنها السودان فإن القطاع المصرفي مميز بنقص المصادر الطويلة المدى المستقرة لتمديد الائتمان إلى استثمارات طويلة الأجل المقدم للقطاع الخاص ، ويرجع هذا الأمر إلى سيطرة القطاع الحكومي على حصة الأسد من الائتمان الكلي في الاقتصاد كما يوضح ذلك الشكل رقم (02) . وكان لزيادة

¹ قانون بنك السودان المركزي لسنة 2002 بعد إدخال تعديلات سنة 2005 ، 2006 وسنة 2012 ، ص 13 ، متاح على الموقع الرسمي لبنك السودان المركزي .

² مظهر محمد صالح ، السياسة النقدية للعراق : بناء الاستقرار الاقتصادي الكلي والحفاظ على نظام مالي سليم ، بغداد ، بنك العراق المركزي ، نيسان 2012 ، ص 53 .

العجز الحكومي دور كبير في السيطرة على التمويل الداخلي نظراً لمحدودية القدرة على الحصول على التمويل الخارجي بسبب الحظر الاقتصادي الأمريكي على السودان ، وعليه فهيمنة القطاع العام والذي يتميز بكفاءة متدنية في تخصيص الموارد مقارنة مع القطاع الخاص هذا الأمر سيزيد من محدودية القطاع الإنتاجي في السودان لانخفاض التمويل المخصص للقطاع الخاص وارتفاع تكلفته .

الشكل رقم (02) : الائتمان المقدم للاقتصاد للمدة (يناير 2004 – مارس 2014)
(النمو % نسبة مئوية على أساس سنوي مقارن)



المصدر : التقرير القطري رقم 14/249 الصادر عن صندوق الدولي ، أغسطس 2014 ، ص 22 .

ج - كفاءة آليات و أدوات السياسة النقدية في السودان

إن زيادة كفاءة السياسة النقدية في التوجه نحو اعتماد السلطات النقدية بشكل أكبر على أسلوب الإدارة غير المباشرة للسياسة النقدية لتنظيم مستوى السيولة المحلية بشكل يكفل تحقيق النمو الاقتصادي القابل للاستمرار يمثل تحدياً كبيراً لزيادة انتقال الأثر النقدي للسياسة النقدية في الدول النامية . ومن أجل ضمان تحجيم النمو النقدي يعتمد البنك المركزي السوداني على آليات تشمل الاحتياطي النقدي القانوني وعمليات النقد الأجنبي ، وهوامش التمويل ، وعمليات السوق المفتوحة باستخدام صكوك وشهادات الحكومة والبنك المركزي ، وودائع البنك المركزي طرف البنوك في إطار الضخ السيولي وغيرها من الأدوات ، إن تعدد هذه الأخيرة وتنوعها لا يعدو دافع كبير في كفاءة هذه الأدوات ، ذلك أن غياب المرونة الكافية في كثير من هذه الأدوات يزيد من صعوبة انتقال الآثار النقدية لإجراءات السياسة النقدية وتأخرها .

" وبينت نتائج الدراسات في السودان أن المدى الزمني الذي يفصل بين التغيير في عرض النقود والتغيير في المستوى العام للأسعار يتراوح بين سبعة أشهر واثنا عشر شهراً"¹ ، ذلك أن العيوب الهيكلية في النظام المالي في الدول النامية ومنها السودان تترك بصمتها في عرقلة إحلال الأساليب الفنية غير المباشرة المرتبطة بالسوق محل الأساليب المباشرة .

وعلى الرغم من أن البنوك المركزية عادة لا تلجأ إلى تعديل نسبة الاحتياطي النقدي القانوني إلا في فترات متباعدة بسبب المرونة النسبية التي تتميز هذه الأداة عن باقي الأدوات الأخرى ونظراً للقيود الهيكلية التي يعاني منها الاقتصاد السوداني وضحالة

¹ بدر الدين حسين جبر الله ، تحديد المدى الزمني لاستجابة المستوى العام للأسعار للتغيير في عرض النقود في السودان (1995-2007) ، مجلة المصري ، بنك

وهشاشة السوق المالي وتخلفه ، ألزم هذا الأمر السلطات النقدية في السودان الاعتماد الكبير على أداة الاحتياطي القانوني بإجراء تعديلات كثيرة و في فترات متقاربة تماشياً مع الظروف الاقتصادية ، إذ عرفت هذه الأداة تذبذبات كثيرة ونسب عالية جداً في السنوات الأخيرة كما هو مبين في الجدول رقم (01) . ما يؤكد محدودية أدوات السياسة النقدية المتاحة لدى بنك السودان وضعف القدرات المؤسسية .

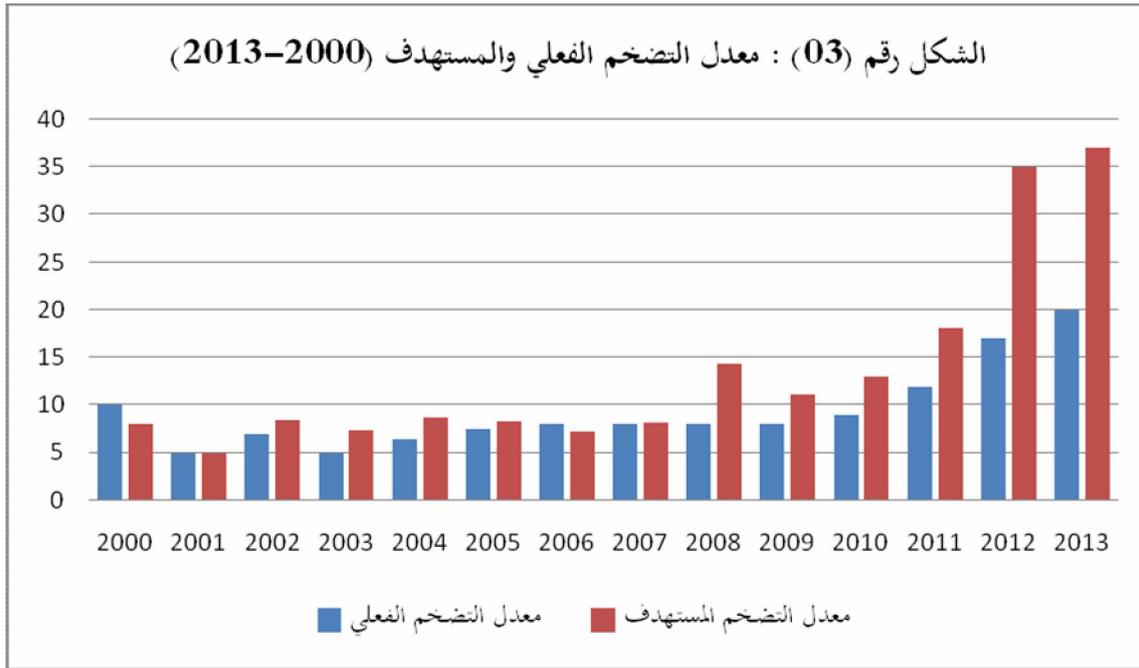
الجدول رقم (01) : نسبة الاحتياطي النقدي خلال الفترة (2000-2013)

السنوات	نسبة الاحتياطي القانوني بالعملة المحلية	نسبة الاحتياطي القانوني بالعملة الأجنبية
2000	20% بداية العام ، ثم 15% في ماي	10% بداية العام ، ثم 15% في ماي
2001	12%	12%
2002	14%	14%
2003	14%	14%
2004	12%	12%
2005	14%	14%
2006	13%	13%
2007	13% بداية العام ، ثم 11% في ماي	13% بداية العام ، ثم 11% في ماي
2008	11%	11%
2009	8%	8%
2010	8% بداية العام ، ثم عدلت إلى 11% في ماي	8% بداية العام ، ثم عدلت إلى 11% في ماي
2011	11%	11%
2012	13% ثم 15% في أبريل و 18% في يوليو	13% ثم 15% في أبريل و 18% في يوليو .
2013	تحديد النسبة 18%	تحديد النسبة 18%

المصدر : بالاعتماد على التقارير السنوي لبنك السودان .

د - مدى مصداقية وشفافية السياسة النقدية في السودان

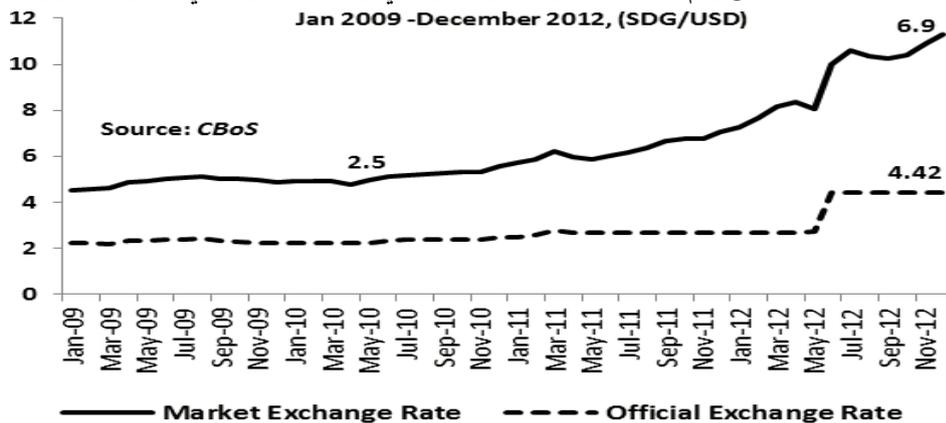
إن المتتبع لتطور أداء السياسة النقدية اتجاه التضخم في السودان يجد هناك تبايناً في كفاءتها خلال الفترة (2000-2013) ، ومن دلالات الشكل رقم (03) يتضح أن أداء السياسة النقدية في الفترة (2000-2007) كان إيجابياً ذلك أن معدلات التضخم الفعلية والمستهدفة كانت متقاربة ، ويعود ذلك لانعكاس أداء الاقتصاد الكلي ، حيث شهدت هذه الفترة معدلات عالية للنمو الاقتصادي بلغت ذروتها (10.9%) في عام 2007 ، وعليه فانخفاض معدلات التضخم مرتبط بشكل كبير بالوضع الاقتصادي ، إذ بينت الفترة (2008-2013) تفشي الضغوط التضخمية نتيجة الاحتلالات الهيكلية التي حدثت نتيجة تداعيات الأزمة المالية والانفصال أين سجلنا فارق كبير ما بين معدلات التضخم المستهدفة والفعلية ، ما جعل هذا الأمر مصداقية السياسة النقدية على المحك خلال هذه الفترة .



المصدر : بالاعتماد على التقارير المختلفة لبنك السودان .

إن وجود أثر مرتفع (pass-through)¹ في نماذج استهداف التضخم يحدث الكثير من الصعوبات لأنه يمكن أن يقوض مصداقية السلطات النقدية خاصة في حالات الإخفاقات المتكررة في الوصول إلى النطاقات المستهدفة لمعدلات التضخم المعلن عنها مسبقاً ، هذه الوضعية إذ قد تجبر البنوك المركزية على الحد من تقلبات سعر الصرف لمنع خطر الفشل المتكرر في الوصول إلى الهدف التضخمي وللحيلولة دون انفجار معدلات تضخم مرتفعة . ويشير الشكل رقم (04) إلى كبر الفجوة بين سعر الصرف الرسمي وسعر الصرف في السوق الموازي في السودان ما يدل على أن تقلبات سعر الصرف تمثل حاجزاً في التصدي للضغوط التضخمية وبالتالي غياب مصداقية السياسة النقدية في استهداف التضخم عبر سعر الصرف .

الشكل رقم (04) : سعر الصرف الرسمي و سعر الصرف في السوق الموازي



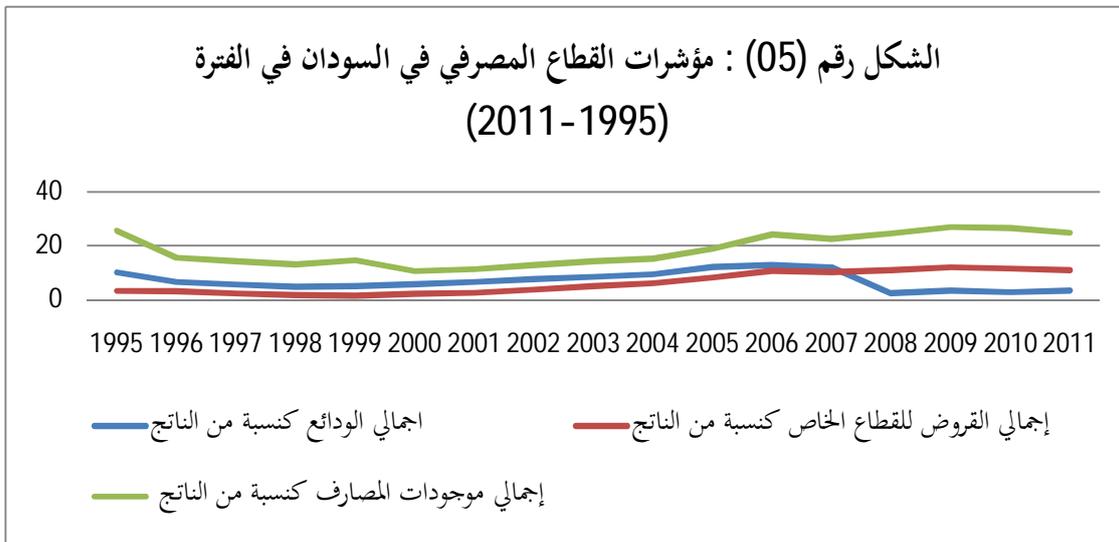
المصدر : بالاعتماد على التقارير السنوية والسادسية لبنك السودان .

هـ - مدى تطور القطاع المصرفي والمالي في السودان

¹ " يُقصد بانتقال آثار سعر الصرف (Exchange Rate pass-through) بالتغير أسعار السلع المستوردة والمصدرة تبعاً للتغير في أسعار الصرف " .

شهد الحجم الكلي للقطاع المصرفي في السودان مقاساً بإجمالي الموجودات والودائع والائتمان المصرفي المتاح للقطاع الخاص توسعاً ملحوظاً خلال الأعوام الأخيرة مدعوماً بالانتعاش الاقتصادي ووفرة الموارد من الإيرادات النفطية (1999-2011) ، ولقد ساهمت طفرة السيولة النقدية في زيادة الموجودات لدى المصارف ، بيد أن ذلك لم يساهم في الائتمان المصرفي المقدم للقطاع الخاص ، غير أن زيادة حقن السيولة في القطاع المصرفي ليس له الأثر الإيجابي على زيادة الاستثمار بل نتج عنه ضغوطات تضخمية في الاقتصاد ، والسبب لا يعود لإخفاقات السياسة النقدية بحد ذاتها ، لكن بالأحرى للحقيقية المؤسساتية للقطاع المصرفي إذ تتميز المصارف في السودان بمستويات عالية من الأصول السائلة كما تعبر عنه زيادة موجودات المصارف إلى الناتج خصوصاً بعد دخول إيرادات النفط بعد عام 1999 ، في حين نجد أن درجة التعمق المالي ضئيلة جداً والمعبر عنها بنسبة الودائع إلى الناتج المحلي الإجمالي خصوصاً بعد الأزمة المالية العالمية الأخيرة ، كما هو موضح في الشكل رقم (05) .

ويعود التحدي الكبير لإشكالية توظيف الموارد المصارف في السودان عدة عوامل منها صعوبة الاستثمار نتيجة لشيوع حالات عدم اليقين التي تسود المناخ الاستثماري في القطاع الإنتاجي وزيادة المخاطر الاستثمارية للآثار السلبية التي خلفتها معدلات التضخم العالية في السنوات الأخيرة والتي أدت إلى تآكل وانحيار مالية المصارف ، وأدى ارتفاع العائدات الكبيرة على الصكوك الحكومية القصيرة الأجل إلى منافسة المصارف على استقطاب المدخرات من جهة ، ومزاحمة القطاع الخاص على موارد التمويل المتاحة من جهة ثانية ، ويشير آخر تقييم لمناخ الاستثمار في السودان الذي أصدره البنك الدولي إلى أن نقص التمويل الرسمي وتكلفة التمويل يمثلان قيوداً مهمة على مؤسسات الأعمال والتجار في جميع أنحاء البلاد¹ . وتتطلب هذه القيود إصلاحات القطاع المالي وهذه الإصلاحات قد تكون شرط لتقديم سياسة نقدية بديلة فعالة .

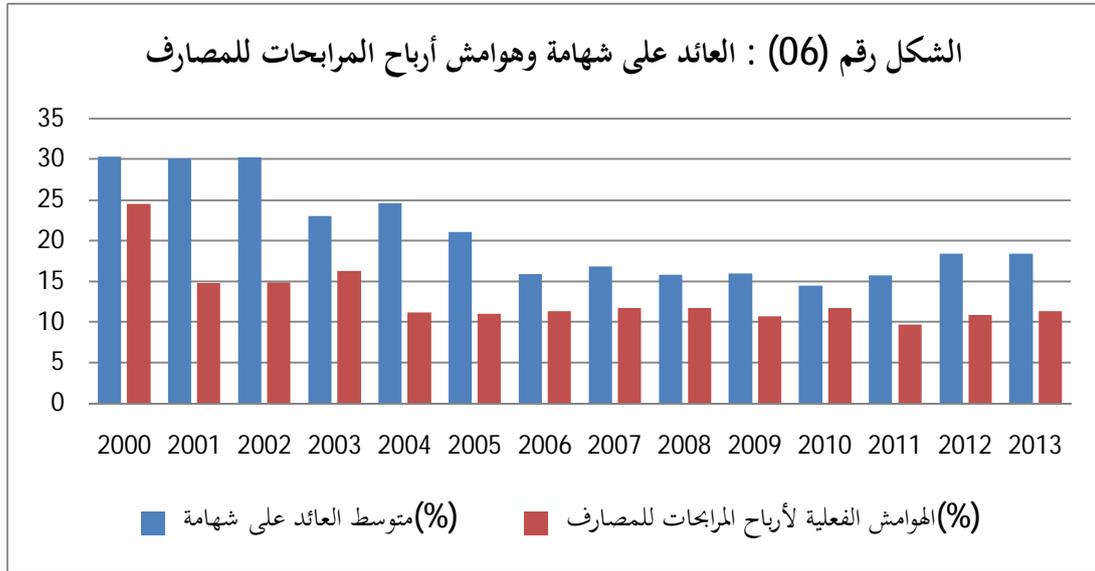


المصدر : بالاعتماد على التقارير السنوية لبنك السودان .

أي قضية مؤسساتية أخرى تطرح في السودان تتضمن الافتقار إلى أسواق مالية ونقدية متطورة وضيق سوق الأوراق المالية الحكومية وغياب قنوات مالية مناسبة يمكن عن طريقها تعبئة الادخارات وتجميعها وتنميتها ، ففي السودان يستخدم البنك المركزي سياسة السوق المفتوحة من خلال طرح شهادات (صرح وشهامة)* ، وذلك بهدف تنظيم السيولة في الاقتصاد من ناحية ، ولتوفير موارد حقيقية للحكومة من ناحية أخرى ، إذ يبين الشكل رقم (06) ارتفاع العائد على شهامة (أهم ورقة في

¹ انظر تقييم مناخ الاستثمار في السودان ، البنك الدولي ، سبتمبر 2009 .

سوق السودان للأوراق المالية)¹ إذ تجاوز العائد نسبة (30%) في السنوات (2000، 2001، 2002) في حين فاقت نسبة (15%) في المدة (2000-2013) ، فالربحية العالية على شهامة تمثل تكلفة عالية للحكومة يصعب الاستمرار في تحملها على المدى الطويل ، بالإضافة إلى زيادة مزاحمة القطاع الخاص و المتمثل في المصارف ، فارتفاع العائد على شهامة يحفز الكثير من المدخرين على التوجه في الاستثمار في هذه الشهادات دون المضي إلى إيداعها وتوظيفها في المصارف .



المصدر : بالاعتماد على التقارير السنوية والسداسية للسنوات المذكورة لبنك السودان المختلفة .

وتفتقر العديد من الدول العربية بما فيها السودان إلى الإطار المؤسسي الداعم للنمو المستدام وذلك بما يعني القوانين والتشريعات والبيئات المؤسسية الكفيلة بتحسين طريقة إدارة الموارد والأصول وإحداث تنمية مستدامة وعادلة حيث لا تزال الدول العربية متأخرة في مجال الشفافية وحوكمة المؤسسات . ولا زالت بيئة الأعمال في عدد من الدول العربية تعاني من ارتفاع مستويات الفساد ، ومن ثم تعتبر الفجوة المؤسسية من أهم العوامل المسببة لتذبذب الأداء التنموي في الدول العربية² .

رابعاً - متطلبات نجاح تطبيق إطار استهداف التضخم في السودان

بين عرض حال تجربة السياسة النقدية في السودان في مجال مكافحة التضخم خلال الفترة (2000-2013) أن هناك تحديات كبيرة لتطبيق سياسة استهداف التضخم في السودان ، ولكي تتمكن السلطات النقدية من تبني إطار استهداف التضخم بفعالية يستوجب توفر مجموعة من المتطلبات الاقتصادية والمؤسسية والفنية نلخصها في النقاط التالية :

أ - تطوير نموذج للتنبؤ بالتضخم خاص بالسودان

إن التوفيق بين توقعات معدل التضخم المستقبلي وبين المعدل المعلن والمستهدف في السودان يستوجب على السلطات النقدية تطوير نماذج اقتصادية قياسية متطورة وبدرجة عالية من الدقة يمكن التنبؤ بواسطتها باتجاهات المتغيرات الاقتصادية المختلفة وبخاصة مكونات الطلب الكلي والإنتاج الكلي والتي تحاكي الوضع الاقتصادي المعاش ، ومن ثم معرفة اتجاهات معدلات التضخم المستقبلية ، لتوفير رؤية أولية لصانعي القرار تساعدهم في تحليل النتائج ووضع سياسات استشرافية مستقبلية ولا يكون هذا إلا بتوفر المعلومات والبيانات الإحصائية اللازمة لذلك

* هي عبارة عن صكوك تقوم على صيغة المشاركة قائمة على قاعدة الغنم و الغرم (الربح والخسارة) .

² التقرير الاقتصادي العربي الموحد ، صندوق النقد العربي (2006) ، ص 19 .

ب - توفير المعلومات والبيانات الإحصائية

إن وضع ومتابعة وتنفيذ السياسة النقدية ومن ثم تقييم فعاليتها في استهداف التضخم يعتمد بدرجة كبيرة جداً على توفر البيانات الجيدة والتي تتصف بالشمول والتغطية والحداثة والتواتر والتناسق التام وعليه لا بد من العمل على بناء قاعدة بيانات ديناميكية خاصة بالبنك المركزي تشتمل على البيانات التي يحتاجها عند وضع وتنفيذ السياسات وذلك لتوفير كثير من الوقت والجهد لمتخذي القرار . ويتم ذلك من خلال الربط المباشر للمصادر الخارجية للبيانات من بنوك تجارية وغيرها من المؤسسات المالية ووزارة المالية والاقتصاد بقاعدة البيانات الخاصة بالبنك المركزي مع ضمان التحديث المستمر والمنظم للبيانات . ولا يكون هذا إلا بالتنسيق كخطوة أولى مع الجهات التي تقع خارج مظلة الإحصاءات النقدية كافة كالبنوك والمؤسسات المالية غير المصرفية الأخرى بغرض مد البنك المركزي بالبيانات الضرورية لرفع جودة البيانات (تغطيةً وشمولاً) على أن تستمر الجهود لإخضاع تلك المؤسسات لرقابة البنك المركزي . وكخطوة ثانية التنسيق مع وزارة المالية من خلال توفير هذه الأخيرة الدعم الكامل من إجراء كافة المسوحات الإحصائية المرتبطة بجمع وتحديث البيانات المالية المختلفة خاصة البيانات ذات العلاقة بالرقم القياسي للأسعار .

ج - تحسين مصداقية واستقلالية وشفافية السياسة النقدية

يمثل ضبط أوضاع المالية العامة في السودان حجر الزاوية في تعزيز مصداقية السياسة النقدية من خلال خفض التمويل المقدم من البنك المركزي للحكومة وبذلك يتم وضع حد لتتقيد العجز الحكومي هذا من جهة ، ومن جهة أخرى تخفيف السيولة الزائدة من خلال إصدار صكوك (شهادات مشاركة الحكومة وشهادات الاستثمار الحكومية) وخفض الائتمان المباشر المقدم للمؤسسات العامة والبنوك التجارية من أجل خفض التمويل المصرفي والحد من التضخم . ولتحسين استقلالية بنك السودان والتي تتطلب أساساً وجود استقلالية تشغيلية ويفرض هذا الأمر على السلطات المالية بذل جهود منسقة لتوسيع القاعدة الضريبية وإجراءات إدارية لزيادة الإيرادات بصورة أكثر استدامة واحتواء الإنفاق العام وترشيده وذلك للتقليل من اعتمادها على التمويل النقدي من طرف البنك المركزي .

أما من ناحية زيادة الشفافية في سياسة بنك السودان لا بد من تعزيز إستراتيجية التواصل والتي يشرح من خلالها بانتظام للجمهور أهداف السياسة النقدية ووسائل تحقيقها ، سواء عن طريق وسائل الإعلام أو موقعه الإلكتروني أو عبر منشوراته المختلفة (النشرة الدورية ، النشرة الاقتصادية ، التقارير السداسية والسنوية) ، ووضع إستراتيجية ثابتة للتواصل مع المشاركين في السوق تشرح فيها مقاصد السياسة النقدية للحد من التكهنات .

د - تطهير قنوات انتقال السياسة النقدية وتعميق القطاع المالي

إن المشكلة الأعظم التي تعيق بنك السودان المركزي في استهداف التضخم تلك السيطرة الناقصة للتضخم بسبب التأخر في آلية الإرسال النقدي في السودان ، إذ يعيق عدم كفاءة وتطور السوق المالي من تأثير أدوات السياسة النقدية على المعدل المستهدف ويؤدي انعدام صلة وثيقة بين الأدوات والأهداف إلى إحداث تأخرات زمنية طويلة تفقد سياسة استهداف التضخم المصدقية في بلوغ الأهداف في آجالها المحددة ، وعليه يجب الاعتماد على أدوات السوق المفتوحة كأساس للسياسة النقدية والتقليل من استعمال الأدوات النقدية المباشرة ، ويتم هذا من خلال العمل على تطوير سوق الخراطوم للأوراق المالية وابتكار المزيد من الأدوات المالية والنقدية التي تساهم في عملية الإصلاح المالي والنقدي ، وذلك من خلال انتهاج سياسات مالية ونقدية سليمة وفعالة من شأنها تخفيض عجز الموازنة العامة وتقليص حجم الدين العام مما يساهم في استقرار الأسعار وسعر

الصرف ، بالإضافة إلى تفعيل سوق التداول بين البنوك لشهادات مشاركة الحكومة وشهادات الاستثمار الحكومية ، وتوسيع نظام المزايدات لإتاحة الفرصة أمام البنوك التجارية لإعادة تدوير أرصدها النقدية غير المستخدمة .

هـ - زيادة مرونة سعر الصرف

وتبرز أهمية الحاجة في استهداف التضخم في السودان نحو زيادة مرونة سعر الصرف لإغلاق الفجوة بين السعرين الرسمي وغير الرسمي لزيادة مصداقية السياسة النقدية ، وتعود الاختلالات الكبيرة في سعر الصرف في السودان نتيجة الممارسة السائدة لتعيين حصص النقد الأجنبي وقيود الصرف الناشئة عن توجيه المشاركين في السوق إلى السوق الموازية نتيجة لقيام بنك السودان المركزي بتحديد أسعار صرف لا تعكس الأوضاع السوقية . ودفع الفارق الكبير بين سعر السوق وسعر الصرف الرسمي لبنك السودان إلى خفض العملة في مايو 2012 ويونيو 2013 ، وقد أتاحت هذه الإجراءات مهلة مؤقتة من أجل التقاط الأنفاس ، ولكنها لم تعالج مصدر نقص النقد الأجنبي ، الذي يحتمل أن يكون ذا طبيعة هيكلية، كما يوضح ذلك الشكل رقم (07) .

الشكل رقم (07): فجوة سعر الصرف في السودان للمدة (جانفي 2010-سبتمبر 2014)



المصدر : نقلاً عن التقرير القطري رقم 14/364 الصادر عن صندوق النقد الدولي ، ديسمبر 2014 ، ص 9 .

وعليه لا بد من إغلاق فجوة سعر الصرف باتخاذ تدابير تصحيحية لمعالجة الاختلالات في سوق النقد الأجنبي ، واعتماد سلسلة من الإصلاحات في نظام سعر الصرف نحو زيادة مرونة سعر الصرف وتعزيز التشريعات الاحترازية المعنية بالحد من مخاطر سعر الصرف واستخدام مزيج من تدابير السياسات لمعالجة المصادر الهيكلية لنقص النقد الأجنبي ، ويتم هذا ببذل المزيد من الجهود نحو تنظيم وتوحيد سوق النقد الأجنبي وتبسيط الإجراءات المتعلقة بجيازة وتداول النقد الأجنبي فيما يتعلق بحركة الصادرات والواردات وذلك للتقليل من المضاربة في أسعار العملات في السوق الموازي ، بالإضافة إلى توسيع مجال استخدامات المصارف والصرافات من النقد الأجنبي بإدخال المزيد من العمليات والأنشطة التي لا تقوم بتغطيتها لتقليص حجم السوق الموازي .

خلاصة:

هناك تحديات كبيرة تواجه السودان لاسيما في الآونة الأخيرة ، وإذ ونتيجة للصدمات الخارجية الأخيرة تبينت هشاشة بنية الاقتصاد السوداني وضعف قطاعه المصرفي والمالي ما انعكس على غياب فعالية سياساته ، وشكلت الضغوط التضخمية حاجساً أمام السلطات النقدية في كبح جماحه فالملاحظ أن الشروط والمتطلبات الكافية لتطبيق السياسة النقدية في السودان غائبة تماماً بدليل غياب استقلالية وشفافية السياسة النقدية وزيادة هيمنة السياسة المالية وكثرة القيود الهيكلية التي تعيق نمو القطاع الإنتاجي، وتختلف السوق المالي وضحاته ، كل هذه العوامل كانت عائقاً في علاج التضخم في السودان واستهدافه خلال فترة الدراسة.

إن ترتيب استهداف التضخم لتطبيق السياسة النقدية في السودان بنجاح ، يقتضي تهيئة الإجراءات التنفيذية للسلطة النقدية ومنها جهود البنك المركزي لإصلاح القطاع المالي والمصرفي لتطويره وأداء مهامه بكل كفاءة ، بالإضافة إلى ضرورة وجود سوق مالية تتصف بالعمق ويقدر كبير من التطور من خلال تفعيل أسواق الأوراق الحكومية إلى جانب أسواق الأسهم لإعطاء المزيد من المرونة لاستعمال سياسة السوق المفتوحة بفعالية ، وتعزيز التنسيق بين السياسات النقدية والمالية للحد من هيمنة السياسة المالية وتحسين مصداقية واستقلالية بنك السودان ، كل هذه الإصلاحات يمكن أن تؤهلها مستقبلاً لانتهاج نظام استهداف التضخم ، لكن يجب إعطاء نوع من المرونة والوقت الكافي للسلطات النقدية في السودان لتطبيقه وذلك خوفاً من مغبة تطبيقه الصارم الذي يمكن أن يخاطر بتقويض أهداف تنموية طويلة المدى وهناك إجماع نحو استهداف التضخم " المرن " الذي يأخذ في الحسبان مجموعة أوسع من المؤشرات مثل سعر الصرف الذي يبدو أكثر أهمية في الدول النامية وبالأخص السودان .

قائمة المصادر والمراجع بالعربية:

- _ مظهر محمد صالح ، السياسة النقدية للعراق : بناء الاستقرار الاقتصادي الكلي والحفاظ على نظام مالي سليم ، بغداد، بنك العراق المركزي ، نيسان 2012 .
- _ رجاء عزيز بندر ، استهداف التضخم : دراسة لتجارب بلدان نامية في السياسة النقدية ، المديرية العامة للإحصاء والبحوث ، البنك المركزي العراقي ، من دون تاريخ .
- _ بدر الدين حسين جبر الله ، تحديد المدى الزمني لاستجابة المستوى العام للأسعار للتغير في عرض النقود في السودان (1995-2007) ، مجلة المصرفي ، بنك السودان المركزي ، العدد 49 ، سبتمبر 2008 .
- _ زيدان محمد ، سياسات استهداف التضخم كآلية للحد من التضخم في بلدان مجلس التعاون ، ورقة مقدمة للقاء السنوي السابع عشر لجمعية الاقتصاد السعودية (التكامل الاقتصادي الخليجي : الواقع والمأمول) خلال الفترة (26-28) مايو 2009 مدينة الرياض ، السعودية .
- _ خلف الجبوري ، دور استقلالية البنك المركزي في تحقيق أهداف السياسة النقدية مع الإشارة إلى التجربة العراقية في ضوء قانون البنك المركزي العراقي رقم 56 لسنة 2004 ، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية ، المجلد 7 ، العدد 23 ، 2011.
- _ شوقي جباري ، سياسة استهداف التضخم كإطار لإدارة السياسة النقدية مع الإشارة إلى تجارب البرازيل وتشيلي وتركيا ، مجلة رؤى استراتيجية ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية ، العدد الثامن ، أكتوبر 2014

- _ التقرير الاقتصادي العربي الموحد ، صندوق النقد العربي (2006) .
 - _ التقرير القطري رقم 14/249 الصادر عن صندوق الدولي ، أغسطس 2014 .
 - _ التقرير القطري رقم 14/364 الصادر عن صندوق النقد الدولي ، ديسمبر 2014 .
 - _ تقرير حول تقييم مناخ الاستثمار في السودان ، البنك الدولي ، سبتمبر 2009 .
 - _ التقارير السنوية لبنك السودان لسنوات مختلفة .
 - _ قانون بنك السودان المركزي لسنة 2002 بعد إدخال تعديلات سنة 2005 ، 2006 وسنة 2012
- قائمة المصادر والمراجع الأجنبية :

- Gill Hammond , State of the art of inflation targeting – 2012 , CCBS Handbook – No. 29 – February 2012 version , Centre for Central Banking Studies , Bank of England
- Adnen Chockri & Ibticem Frihka , "La portée de la politique de ciblage d'inflation: Approche Analytique et empirique pour le cas Tunisien", PANOECONOMICUS, vol. 58, no 1 (Serbia : 2011).
- Faust, J and Svensson, L.E., " Transparency and Credibility: Monetary Policy with Unobservable Goals ", International Economic Review 42(2), 2001,
- Mahmoud M. Dagher, «Indicative Supervision on the Monetary Business Organizations (Banks): Case Study: Iraq,» Journal of Economics and Administrative Sciences, vol. 81, no. 65 (2012)
- Eser Turar. "Inflation Targeting in Developing Countries and Its Applicability to the Turkish Economy". Thesis submitted to the faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State, University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Economics, Virginia, July 18, 2002
- Jihéne BOUSRIH, "L'adoption de la politique de ciblage de l'inflation dans les marchés émergents-Apport théorique et validation empirique", thèse de doctorat en sciences économiques, Université de Rennes 2, France, 2011
- James Heintz , Is there a case for formal inflation targeting in sub-Saharan Africa Working paper Number 218, March 2010, Political Economy Research Institute (PERI) at the University of Massachusetts.
- Pierre-Richard Agénor Inflation Targeting and Financial Stability: A Perspective from the Developing World Working Paper n. 324. The Banco Central do Brasil , September 2013.
- Morris, S. and Shin, H.S., " Central Bank Transparency and the signal value of prices ", Brookings Papers on Economic Activity, 2005.
- Lommestein Hans j .and Michael G. Spencer, "the role of financial Institutions in the Transition to Market Economy", IMF Working Paper, wp 93/75 (Washington:IMF,1993).

مقدمة:

لقد شهد النظام الدولي عدة تغيرات جذرية شملت مختلف المجالات وخصوصا الاقتصادية منها، حيث تميزت بالانتشار الواسع للعملة الاقتصادية، واهتزاز معظم الاقتصاديات العالمية بأزمات اقتصادية ممتالية عجلت بحلق ظروف اقتصادية جديدة، هذه الأخيرة تتجلى في تطور مستوى تنقل رؤوس الأموال وكذا تزايد القيود والأحكام على حوكمة الشركات نتيجة ترابط الأسواق المالية وتوجهها نحو العالمية في التداول .

وتعتبر مهنة المحاسبة من أهم الممارسات التي تتطلب تنظيما وإحكاما لقواعدها، ونظرا لأهميتها كأداة رقابة فعالة على المؤسسات والشركات الناشطة حسب اقتصاديات كل دولة ونظرا لطبيعة وأهمية هذه المهنة جعلها تقع بين عدة مصالح حيث تسعى الحكومات إلى تكيف الممارسات المحاسبية في ظل العمولة المحاسبية وعلى غرار باقي الدول العالم لجأت الجزائر إلى الإصلاح المحاسبي سنة 2010 بتجسيد تطبيق النظام المحاسبي المالي SCF من خلال الانتقال من المخطط المحاسبي PCN إلى SCF يسمح بإنتاج معلومات مالية ذات ملائمة وموثوقية في قوائم مالية أكثر ترابطا وتكاملا. وتعالج هذا الدراسة موضوع استجابة النظام المحاسبي لمتطلبات المؤسسات الاقتصادية الجزائرية .

الإشكالية العامة :

هل قواعد وأحكام النظام المحاسبي المالي تسمح بتفعيل الممارسات المحاسبية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية؟ وللإجابة على هذه الإشكالية تم تقسيم الدراسة إلى المحاور التالية:

- ❖ الممارسات المحاسبية في ظل النظام المحاسبي المالي SCF ؛
- ❖ قواعد التقييم والقياس المحاسبي في ظل النظام المحاسبي SCF؛
- ❖ الاتصال المالي في ظل النظام المحاسبي SCF؛
- ❖ التحديات والعراقيل التي تواجه تطبيق النظام المحاسبي SCF.

ومن خلال المحاور أعلاه تم اختبار الفرضيات باستخدام الأساليب الإحصائية واتخاذ القرار الإحصائي من خلال المعالجة الإحصائية وكانت مساهمة الدراسة من خلال دراسة واقع النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

الجانب النظري:

1/مدخل حول النظام المحاسبي المالي

لقد جاء النظام المحاسبي المالي بإطار تصوري للمحاسبة المالية ومدونة حسابات تسمح بإعداد قوائم مالية على أساس المبادئ المحاسبية المعترف، بالإضافة إلى ذلك يتضمن الإطار التصوري¹ مجال التطبيق مفاهيم الأصول والخصوم والأموال الخاصة والأعباء والمنتجات وطرق تقييمها وإدراجها في الحسابات .

1-1 مفهوم النظام المحاسبي المالي:

هو " نظام لتنظيم المعلومة المالية يسمح بتخزين معطيات قاعدية عددية و تصنيفها و تقييمها و تسجيلها وعرض كشوف تعكس صورة صادقة عن الوضعية المالية و ممتلكات الكيان و نجاحه و وضعية خزينته في نهاية السنة المالية " ويشتمل النظام المحاسبي المالي² إطارا تصوريا ويشتمل :

- مجال التطبيق .
- المبادئ والاتفاقيات المحاسبية .

➤ الأصول والخصوم والأموال الخاصة و المنتجات و الأعباء

1- 2 أهمية النظام المحاسبي المالي : وتمثل فيما يلي:

- زيادة جودة القوائم المالية³ : إن النظام المالي المحاسبي ساهم في جودة القوائم المالية من خلال :
 - زيادة درجة الملائمة و الموثوقية في القوائم المالية للمؤسسات :النظام المالي المحاسبي أخذ بعين الاعتبار نظرة المستثمر وربط مبدأ الملائمة بالموضوعية، وبالتالي فقد جاءت المعلومات في القوائم المالية وتقاريرها ملائمة لحاجات صناع القرار.
 - سهولة الإفصاح⁴ : من خلال تطبيق النظام المحاسبي: و ذلك من خلال عرض البيانات المالية المنتجة داخل وإزالة الغموض عليها، وبالتالي أصبحت ذات منفعة لمستخدمي القوائم المالية ، وذلك من خلال :
 - توجيه استثماراتها واتخاذ القرار الرشيد.
 - إضافة قيمة من خلال الإفصاح عن الواقع الحقيقي لها
 - توفير جو من الثقة بين كافة المتعاملين و الإدارة
 - إرساء الشفافية في القوائم المالية⁵ : أصبح النظام المحاسبي المالي يشكل إطار يحمي كل الأطراف المتعاملة بالمحاسبة بصورة مباشرة أو غير مباشرة ، وبذلك عزز المصدقية والوصول إلى معلومات واضحة بأقل التكاليف بعيدا عن كل الطرق المتوترة ، ويخلق فضاء للمساءلة والإفصاح الأمثل بين مختلف الأوساط لاسيما الاقتصادية منها
 - تسهيل المقارنة في القوائم المالية⁶ : من خلال تطبيق النظام المحاسبي المالي أصبحت حركة تداول المعلومات تعكس مدى تقارب البيانات المالية ، وبما أن المعلومات الواردة في القوائم المالية أصبحت أكثر موثوقية عن قبل.
 - التقليل من التلاعبات وإرساء قواعد أخلاقيات مهنة المحاسبة:هناك العديد من التلاعبات المرتبطة بمهنة المحاسبة وساهم النظام المحاسبي المالي من التقليل منها، ونذكر أهم الخروقات⁷ :
 - خروقات خاصة بالمهنيين منها :
 - التلاعب في حسابات الميزانية بقصد رفع الأتعاب.
 - غياب المهنية في التعامل بين زملاء المهنة ظهر ذلك جليا في المناقصات التي تتم بطريقة غير أخلاقية و الهدف من ورائها الحصول على الصفقة بأي ثمن .
 - خروقات خاصة بالمؤسسات :
 - يعتمد بعض المسيرين إلى استخدام بعض التقنيات المحاسبية لزيادة أجورهم على حساب المؤسسة كالتلاعب بسياسة تقييم الاستثمارات أو المخزونات.
 - تمارس المؤسسة ضغوط على المهنيين المحاسبين من خلال حثهم على القيام بالتحايل على إدارة الضرائب لصالح المؤسسة.
 - غياب الشفافية في محاسبة بعض المؤسسات و إتباعهم لقوائم مالية مضللة.
 - حسن نمو و تنافسية المؤسسات : إن المؤسسات لا تسعى إلى ممارسة النشاط وتقديم الخدمات فحسب بقدر ما تهدف إلى تعزيز وتثبيت مركزها التنافسي في السوق ، ويسعى مسيرو المؤسسات إلى إتباع الأساليب العلمية لاتخاذ قرارات مناسبة في ميدان المنافسة واغلب الاقتصاديون يتفقون بان قوة المؤسسة وقدرتها على المنافسة يتجلى في تخفيض الأسعار و التكاليف المتعلقة بالنشاط الإنتاجي والخدمي.

1-3 أهداف النظام المحاسبي المالي⁸:

- ❖ إعطاء صورة صادقة عن الوضعية المالية والأداء و تغيرات الوضعية المالية عن المؤسسة.
- ❖ المساعدة على نمو مردودية المؤسسات من خلال تمكينها من معرفة أحسن الآليات الاقتصادية و المحاسبية التي تشترط نوعية و كفاءة التسيير.
- ❖ العمل على تحقيق العقلانية من خلال الوصول إلى الشفافية في عرض المعلومات
- ❖ الاستفادة من مزايا معايير المحاسبة الدولية من ناحية تسيير المعاملات و المالية و المحاسبية
- ❖ تطوير النظام المحاسبي الجزائري ليتوافق مع معايير المحاسبة الدولية
- ❖ قابلية مقارنة المؤسسة بين قوائمها المالية و قوائم المؤسسات الأخرى على المستوى الوطني و الدولي

1-4 خصائص النظام المحاسبي المالي⁹:

- ❖ يركز على مبادئ أكثر ملائمة مع الاقتصاد الدولي وإعداد معلومات تعكس صورة صادقة عن الوضعية المالية للمؤسسة؛
- ❖ الإعلان بصفة أكثر وضوحا وشفافية عن المبادئ التي تحدد التسجيل المحاسبي للمعاملات وتقييمها وإعداد القوائم المالية ، مما يسمح بالتقليل من التلاعبات وتسهيل مراجعة الحسابات ؛
- ❖ يسمح بتوفير معلومات مالية منسجمة ومقروءة تمكن من إجراء المقارنات واتخاذ القرارات.

1-5 مضمون الكشوفات المالية في النظام المحاسبي المالي :

- تعتبر الكشوفات المالية أهم وسيلة للإفصاح (أو الإبلاغ) المالي عن وضعية المؤسسة، وهي تمكن كافة مستعملي هذه الكشوفات من اتخاذ القرارات المناسبة. حيث تحتوي على الخصوصيات النوعية الآتية:¹⁰
- ✓ **الوضوح:** إذ يجب أن يتم عرض وتقييم العمليات وفقاً لواقعها ومضمونها الحقيقي وليس لشكلها القانوني فقط.
 - ✓ **الملائمة:** أي أن تكون المعلومات تفيد المستعملين في اتخاذ القرار.
 - ✓ **الشفافية:** يتضمن هذا المبدأ الصورة الصادقة، أولوية المضمون على الشكل، الحياد، الحذر (إذ يتوجب الأخذ بالحسبان الخسائر المحتملة). وكذلك تخفيض الخيارات المحاسبية (طريقة وحيدة مفروضة في أغلب الحالات، إدماج جزء من خارج الميزانية، توزيع حسب قطاعات النشاط وحسب المناطق الجغرافية، تخفيض آجال بث المعلومات (ثلاثي) ... إلخ).
 - ✓ **قابلية المقارنة:** حيث يفترض وجود معلومات حول اختيار الطرق المطبقة وديمومتها. كما يجب أن يكون المستخدمون قادرين على مقارنة الكشوفات المالية للمنشأة عبر الزمن من أجل تحديد الاتجاهات في المركز المالي وفي الأداء.
 - ✓ **المادية (الأهمية النسبية):** يجب أن تفصح البيانات المالية عن كافة العناصر التي تكون من الأهمية النسبية إلى حد تؤثر على عملية التقييم واتخاذ القرارات.¹¹
 - ✓ **الاكتمال:** لتكون موثوقة؛ فإن المعلومات في القوائم المالية يجب أن تكون كاملة ضمن حدود الأهمية النسبية والتكلفة (استعمال القيمة العادلة، معلومات قطاعية).

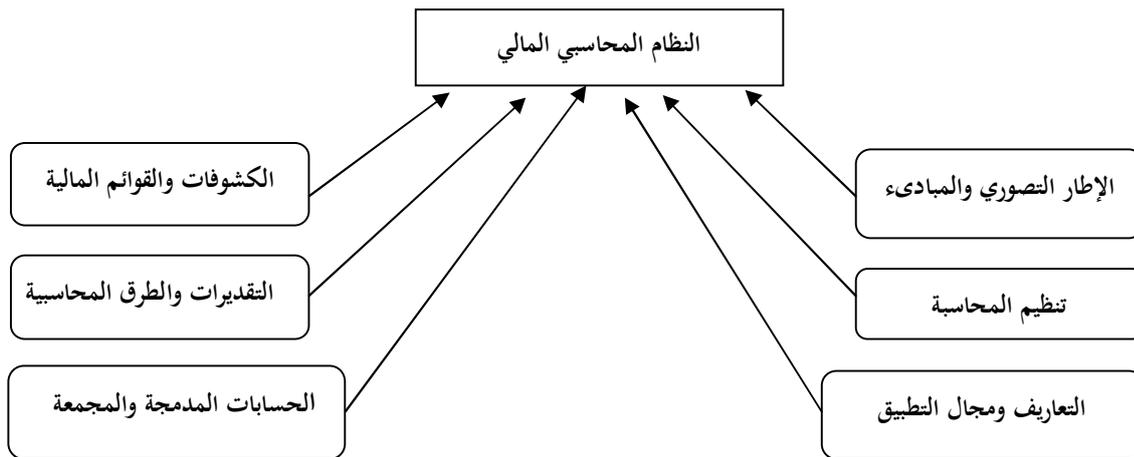
وتشكل المعايير الدولية كلاً متكاملًا، هذا ما يفرض تطبيقها بطريقة رجعية. حيث يجب على المؤسسات القيام بتقريب الأموال الخاصة، كما عليها إعادة تصنيف الأصول والخصوم والقيام بالتعديلات والتقييمات اللازمة عند تاريخ المقارنة (أي السنة

التي تسبق تطبيق المعايير)، وتسجيلها في الميزانية الافتتاحية. ويجب أن تتضمن الملحقات أهم القواعد والطرق المعتمدة في إعداد الكشوفات المالية كما تتضمن كل المعلومات التي من شأنها إضفاء الشفافية والمصدقية.

وتتضمن الكشوفات المالية حسب النظام الجديد زيادة على الميزانية وجدول حسابات النتائج، جدول سيولة (أوتدفقات) الخزينة وجدول تغيرات الأموال الخاصة. وكذلك ملحق يتضمن الطرق والقواعد المحاسبية المعتمدة، وبالتالي هناك (05) خمس وثائق إلزامية لكل منها أهميته الخاصة:

1. **الميزانية:** تعتبر أهم وثيقة مالية، يتم التصنيف فيها حسب المصدر و الغاية، حيث يفترض تقديم الميزانية حسب مفهوم دورة الإستغلال بالتمييز بين العناصر الجارية والعناصر غير الجارية¹².
2. **جدول حسابات النتائج:** على عكس ما كان يتم سابقا بالتمييز بين العناصر الجارية والعناصر الإستثنائية مع النظام الجديد لا تظهر المعطيات الإستثنائية بجدول حسابات النتائج¹³، لكن يتم التمييز بين نتيجة الأنشطة العادية والأنشطة غير العادية.
3. **جدول سيولة الخزينة:** الهدف من هذا الجدول هو إعطاء المستعملين أساسا لتقييم مدى قدرة الكيان على توليد الأموال ونظائرها وكذلك المعلومات بشأن استخدام هذه السيولة (أو التدفقات) المالية. والتدفق النقدي ليس مؤشرا كاملا على أداء المؤسسة، فمعظم الدراسات تشير إلى أهمية الربح المحاسبي على التدفق النقدي رغم وجود علاقة ايجابية بينهما، ما يجعل الميزانية في المقام الأول¹⁴.
4. **جدول تغيرات الأموال الخاصة:** يعبر عن تحليل الحركات التي أثرت في كل فصل من الفصول التي تشكل منها رؤوس الأموال الخاصة للكيان خلال السنة المالية¹⁵.
5. **ملحق الكشوف المالية:** يتضمن على وجه الخصوص القواعد والطرق المحاسبية التي تسمح بفهم الميزانية، زيادة على عدة معلومات تكميلية (حيث أن كل معيار دولي يحدد ويعرف مستوي المعلومات الواجب تقديمها في الملحقات¹⁶).

الشكل رقم 01 يوضح أركان النظام المحاسبي المالي:



المصدر: من إعداد الباحثين

الجانب التطبيقي:

اعتمدنا على مقياس ليكارت الخماسي، المبين في الجدول التالي:
الجدول رقم (01) مجالات الإجابة على أسئلة وأوزانها وأوزانها¹⁷:

5	4	3	2	1
موافق بشدة	موافق	معارض	غير موافق	غير موافق إطلاقاً

بحيث اعتمدنا على الأسلوب الإيجابي لبناء أسئلة الاستمارة، وهذا لتسهيل عملية إدخال البيانات واجتنبنا للأخطاء.
تم استخدام برنامج الإحصائي (SPSS V20) حيث تم استخدام الوسائل التالية:
- المتوسطات الحسابية؛
- الانحرافات المعيارية.

❖ منهجية وعينة الدراسة:

نحاول من خلال هذه الدراسة لعرض هيكل ومشمل الاستبانة من أجل تحليل الدراسة واتخاذ القرار الإحصائي
أولاً: هيكل الاستبيان:

ويمكن عرض المحاور الرئيسية للاستمارة فيما يلي:
القسم الأول: بعض المعلومات العامة من أجل استكمال البيانات الخاصة (الشخصية) للدراسة؛
القسم الثاني: الممارسات المحاسبية في ظل SCF؛
القسم الثالث: قواعد التقييم والقياس المحاسبي في ظل النظام المحاسبي المالي SCF ؛
القسم الرابع: فعالية الاتصال المالي في ظل SCF ؛
القسم الخامس: العراقيل والتحديات التي تواجه تطبيق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الاقتصادية .
ثانياً: عينة الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة على عينية من مجتمع ممارسي مهنة المحاسبة في الجزائر (من الأساتذة متخصصين في مجال المحاسبة ، وخبراء المحاسبة ، ومحاسبين الحسابات ومحاسبين معتمدين وموظفين وادريين بالمؤسسات الاقتصادية بالجزائر)
الفئة الأولى: أساتذة الجامعة أصحاب الاختصاصات ذات الصلة بمجال المحاسبة
الفئة الثالثة: المحاسبين و الموظفين في المؤسسات الاقتصادية.
وتم توزيع الاستبيان على 80 فرد من أفراد العينة، وتم استرجاع 75 استبيان كما هو موضح بالجدول رقم:

الجدول رقم (02): يوضح الإحصائيات الخاصة باستمارة الاستبيان

البيان	العدد	النسبة %
عدد الاستمارات الموزعة	80	100
عدد الاستمارات المستلمة	75	93.75
عدد الاستمارات المفقودة	05	06.25
عدد الاستمارات الملغاة	0	0
عدد الاستمارات الصالحة	75	93.75

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معلومات الاستبيان

❖ التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات

- الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة

نحاول من خلال البند الأول من خلال مجتمع الدراسة إلى توضيح الخصائص الديمغرافية لمجتمع الدراسة في مايلي:
أولا: وصف خصائص عينة الدراسة
1- اسم الوظيفة:

جدول رقم (03): توزيع الأفراد الدراسة حسب اسم الوظيفة

اسم الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية %
الخبير المحاسبي	05	6.66
محافظ الحسابات	10	13.33
أستاذ في المحاسبة	32	42.66
إطار جبائي في المؤسسة	08	10.66
إطار محاسبي في المؤسسة	14	18.66
إطار مالي في المؤسسة	06	8.03
المجموع	75	100

المصدر: من إعداد الباحثين

يوضح الجدول رقم (03) توزيع أفراد مجتمع الدراسة الوظيفية، إذ يلاحظ في الجدول أن معظم أفراد الدراسة هم أساتذة في المحاسبة بتكرار (32) وبنسبة (42.66%)، أما إطار محاسبي في المؤسسة بتكرار (14) أي بنسبة (18.66%) وتليها محافظين الحسابات بتكرار 10 أي بنسبة (13.33%) و إطار جبائي 08 أي بنسبة (10.66%)، ونجد الإطار المحاسبي بتكرار 06 أي بنسبة (8.03%) وأخيرا الخبير المحاسبي بتكرار 05 أي بنسبة (6.66%).

ويرجع سبب ارتفاع أساتذة في المحاسبة بكونهم متوفرون في الجامعات، الشيء الذي يجعل الاتصال بهم أسهل وأسرع من الفئات الأخرى بكون الباحث متصل دائما بالجامعة هذا يسهل من مهم جمع المعلومات من هذه الفئة

2- المؤهل العلمي:

الجدول رقم (04): توزيع أفراد المجتمع الدراسة حسب المؤهل العلمي

المستوى العلمي	التكرار	النسبة المئوية %
الليسانس	20	26.66
ماستر	15	20
ماجستير	27	36
دكتوراه	13	17.34
المجموع	75	100

المصدر: من الباحثين بناء على معطيات الاستبيان

يوضح أن نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) بأن المستوى العلمي لجميع العينة مرتفع، بحيث أن أغلبية أفراد العينة لديهم مستوى الليسانس حيث بلغت نسبة 26.66% أي ما يعادل 20 فرد، هذا ما سجلناه عند المهنيين، في حين تبلغ نسبة أفراد العينة الذين يملكون على مؤهل علمي في الدراسات العليا (ماجستير ودكتوراه) على نسبة 53.34% أي ما يعادل 40 فرد، أما المؤهل العلمي ماستر فكانت النسبة 20% أي ما يعادل 8 فرد.

وهذا يعد مؤشر جيد وهام على أن جميع أفراد العينة لديهم القدرة للإجابة على أسئلة الاستبيان بشكل جيد، وهو ما يعزز الثقة في إجاباتهم والاعتماد عليها في التحليل.

3- العمر: توزيع العينة حسب العمر:

الجدول رقم 05: توزيع أفراد العينة حسب العمر

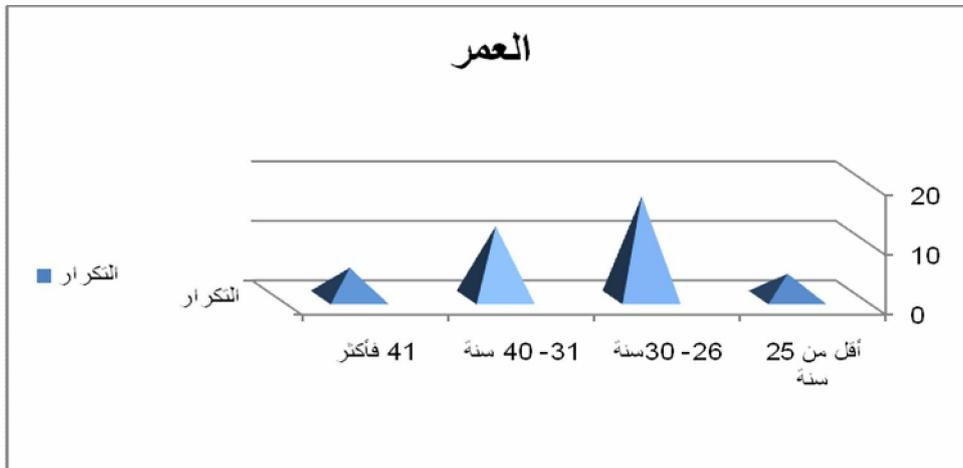
الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية%
أقل من 25 سنة	7	9.33
26 - 30 سنة	21	28
31 - 40 سنة	29	38.66
41 فأكثر	18	24.01
المجموع	75	100

المصدر: من إعداد الباحثين

يبين الجدول رقم 05 توزيع العينة حسب العمر، حيث يلاحظ أن معظم أفراد العينة هم من فئة العمرية [26-30 سنة] بنسبة 28% أي ما يعادل 21 فرد، تليها الفئة العمرية [31-40 سنة] بنسبة 38.66% أي ما يعادل 29 فرد، والفئة العمرية [41 سنة فأكثر] بنسبة 24.01% أي ما يعادل 18 أفراد، وأخيرا الفئة العمرية [أقل من 25 سنة] بنسبة 9.33% أي ما يعادل 7 أفراد.

ويمكن توضيح هذه المعطيات في الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (02): توزيع العينة حسب العمر



المصدر: من إعداد الباحثين

4- توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية:

الجدول رقم 06 : توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

النسبة المئوية %	التكرار	الفئة العمرية
25.33	19	5 سنوات فأقل
16	12	6-10 سنوات
13.33	10	11-15 سنة
17.33	13	16-20 سنة
28.34	21	21 سنة فأكثر
100	75	المجموع

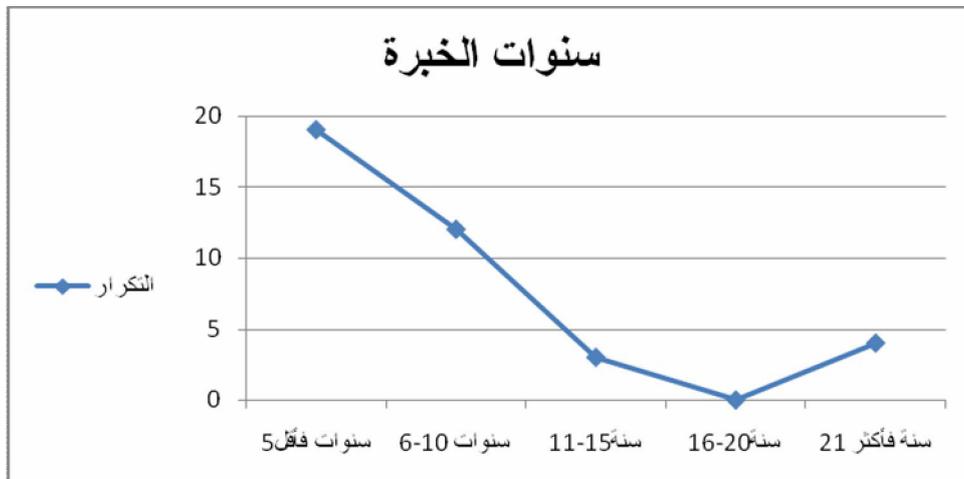
المصدر: من إعداد الباحثين

من خلال الجدول رقم 2-6 نلاحظ أن عدد أفراد العينة الذين تقل خبرتهم عن 05 سنوات هو 19 فرد أي بنسبة 25.33% من إجمالي العينة، بينما عدد أفراد الذين تتراوح خبرتهم بين 6 و10 سنوات هو 12 فرد أي 16%، أما الأفراد الذين تتجاوز خبرتهم عن 21 سنة فكان عددهم 21 أي ما يعادل نسبة 28.34%، تليها الأفراد الذين تقدر خبرتهم بين 11 و15 سنة بنسبة 13.33% أي ما يعادل 10 أفراد من العينة، أما الفئة 16 و20 سنة فكانت تقدر بنسبة 17.33% حيث كان عدد الأفراد يقدر 13 بمعدومة.

يعتبر سنوات الخبرة عملاً مهماً في نجاح الاتصال المالي نتيجة تراكم رصيد الخبرات ومعلومات والدراسات الطويلة في مجال المحاسبة، حيث أن نجاح الاتصال المالي خاصة بالمعرفة الواسعة بآلية عمل المحاسبي في مكاتب المحاسبة هذا ما يساعد على تنشيط إيصال المعلومات وجودة المعلومة مما يتطلب الإفصاح الكامل عن المعلومة المالية .

ويمكننا توضيح هذه المعطيات في الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (03): توزيع العينة حسب سنوات الخبرة



المصدر: من إعداد الباحثين

4- توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجدول رقم 07 : توزيع أفراد العينة حسب الجنس

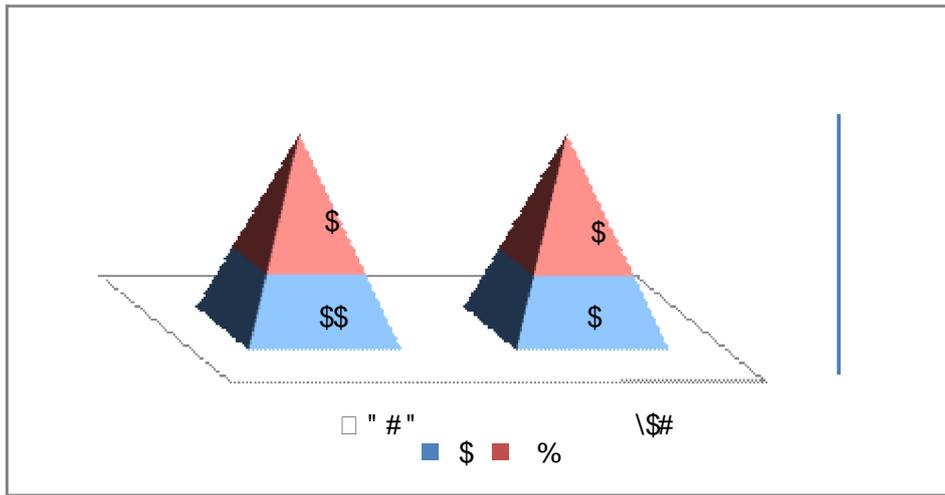
الجنس	التكرار	النسبة المئوية%
ذكر	47	62.66
أنثى	28	37.34
المجموع	75	100

المصدر: من إعداد الباحثين

تتكون العينة من 75 فردا، منهم 47 ذكر و28 أنثى، حيث يوضح الشكل أدناه والمتمثل في توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس، إن نسب الذكور كانت مرتفعة جدا مقارنة بنسبة الإناث حيث بلغت 62.66% في حين قدرت نسبة الإناث ب 37.34%، مما يدل أن عدد الذكور هو الغالب تماما على العينة، وبفارق كبير جدا.

ويمكننا توضيح هذه المعطيات في الشكل البياني التالي:

الشكل رقم 04: توزيع العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الباحثين

5- الحالة الاجتماعية:

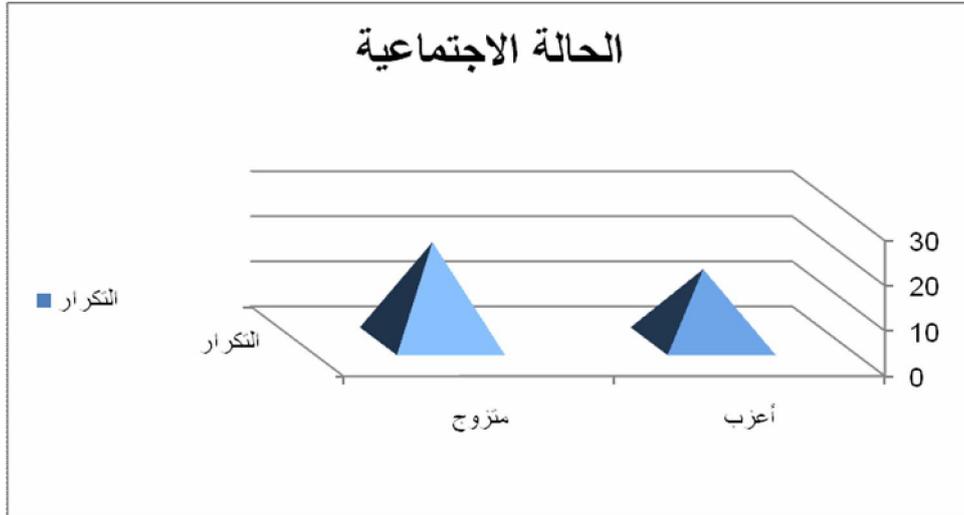
جدول رقم 08 : توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية%
أعزب	22	23.33
متزوج	53	76.67
المجموع	75	100

المصدر: من إعداد الباحثين

يبين الجدول رقم 08 توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية، إذ يلاحظ أن نسبة المتزوجين 76.67% أي ما يعادل 53 فردا، أما العزاب بنسبة 23.33% أي ما يعادل 22 فردا، وهذا راجع إلى كِبَر العمر في حجم العينة، وكذلك تطلب فئة عمرية متقدمة نسبيا حتى يكون قادر على العمل وتسييره (خبير محاسبي، محافظ حسابات...) ويمكن توضيح ذلك هذه المعطيات في الشكل التالي:

الشكل رقم 05: توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية



المصدر: من إعداد الباحثين

ثانيا: إجراءات معالجة الاستبيان:

من خلال هذا العنصر نحاول وصف وتحليل إجابات عينة الدراسة بخصوص كل محور من محاور الدراسة، ثم استنتاج اتجاه العينة لكل سؤال من أسئلة الدراسة وهذا بالاعتماد على الأوزان المرجحة لمقياس ليكرت¹⁸، حيث قمنا بحساب طول الفئة والذي يساوي حاصل قسمة عدد المسافات (من 1 إلى 2، من 2 إلى 3، من 3 إلى 4، من 4 إلى 5) على عدد الخيارات المتاحة أمام المستجوبين (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد...) وعليه يساوي طول الفئة $0.8 = 5/4$.

يصبح توزيع الإجابات حسب الجدول التالي:

الجدول رقم 09 : معايير تحديد الاتجاه

الرأي	المتوسط المرجح
موافق بشدة	من 1 إلى 1.8
غير موافق	من 1.8 إلى 2.6
معارض	من 2.6 إلى 3.4
موافق	من 3.4 إلى 4.2
غير موافق إطلاقا	من 4.2 إلى 5

المصدر: من إعداد الباحثين

ثالثا: عرض نتائج الدراسة:

بعد تحديد مختلف زوايا العينة التي نحن بصدد إسقاط التحليل¹⁹ المختلفة عليها، انطلاقا من الإجابات على الأسئلة المطروحة على المستقيمين، تبين أن نقوم بتصنيف الإجابة على الأسئلة المطروحة وذلك لتنسيق عملية التحليل وفق تدرج منهجي منظم تبعا لثمائل موضوع الأسئلة، وسياق الإجابة عليها، حيث قسمنا مواضيع الأسئلة إلى ما يلي:

1- اتجاهات أفراد العينة فيما يخص الممارسات المحاسبية في ظل النظام المحاسبي المالي :

الجدول رقم (10): الممارسات المحاسبية في ظل النظام المحاسبي المالي:

العبارة	موافق بشدة	موافق	معارض	غير موافق	غير موافق إطلاقا	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد
									11	27	0	0	0	
									%	%	%	%	%	
1- انسجام النظام المحاسبي المالي المطبق في المؤسسات الجزائرية مع الأنظمة المحاسبية الدولية؛	11	27	0	0	0	4.28	0.45	ملائم بشدة	0	0	0	0	0	
	21.1	63.2	0	15.8	0	0	0							
2- يسهل النظام المحاسبي عملية مراقبة الحسابات على مبادئ واضحة؛	14	15	7	1	1	4.05	0.95	موافق	1	1	7	1	1	
	36.8	39.5	18.4	2.6	2.6	2.6	2.6							
3- النظام المحاسبي المالي يلي حاجيات المستثمرين من خلال توفير معلومات أكثر شفافية؛	10	20	4	3	1	3.92	0.96	موافق	1	3	4	3	1	
	26.3	52.6	10.5	7.9	2.6	2.6	2.6							
4- النظام المحاسبي يعتبر نقلة نوعية ولبنة أساسية لمختلف الأطراف المستعملة لهذا النظام بكفاءة وفعالية؛	16	15	2	4	1	4.07	1.07	موافق	1	4	2	4	1	
	42.1	39.5	5.3	10.5	2.6	2.6	2.6							
5- يقدم النظام المحاسبي المالي صورة وافية عن الوضعية المالية للمؤسسة من خلال استحداث قوائم مالية .	11	21	5	0	1	4.10	0.72	موافق	1	0	5	0	1	
	28.9	55.3	13.2	0	2.6	2.6	2.6							
المعدل العام						4.08	0.83	موافق						

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على نتائج الاستبيان

القرار الإحصائي²⁰:

نلاحظ من الجدول رقم (2-10) أن أعلى متوسط حسابي للعبارة رقم (1) بمتوسط حسابي بلغ 4.28 وانحراف معياري بلغ 0.45 والمتعلق بانسجام النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الاقتصادية وبنسبة 85.6% والتي تم الحصول عليها من خلال قسمة المتوسط على قيمة المتغير ويساوي خمسة.

كما تحصلت العبارة رقم (3) باعتبار أن النظام المحاسبي المالي في تلبية حاجيات المستثمرين من خلال توفير المعلومات أكثر شفافية أدنى متوسط حسابي بلغ 3.92 وانحراف معياري بلغ 0.96 بنسبة تأييد بلغت 78.4%، وكان الهدف من تحليل الممارسات في ظل SCF حيث كان المعدل العام من خلال التحليل بين الانحراف المعياري ومتوسط الحسابي بـ 4.08 و 0.83 مما يدل على أهمية الممارسات المحاسبية في ظل الإصلاح المحاسبي .

الجدول رقم (11): قواعد التقييم والقياس المحاسبي في ظل النظام المحاسبي المالي:

الاتجاه	الانحراف المعياري	متوسط الحسابي	غير موافق	غير موافق	معارض	موافق	موافق بشدة	العبارة		
			إطلاقا	موافق	العدد	العدد	العدد		العدد	
			العدد	العدد	العدد	العدد	العدد		العدد	
			%	%	%	%	%			
موافق	0.99	3.86	1	4	3	21	9	1 يتوافق مضمون النظام المحاسبي المالي الجديد مع إحتياجات مؤسستكم؛		
			2.6	10.5	7.9	55.3	23.7			
موافق	0.65	4	0	0	8	22	8	2- هناك تكامل بين النتيجة المحاسبية والنتيجة الجبائية عند تطبيق النظام المحاسبي المالي؛		
			0	0	21.1	57.9	21.1			
موافق	1.1	3.89	3	1	4	19	11	3- هناك رفض من طرف المهنيين المحاسبين وخبراء المحاسبة في تطبيق التقييم وفق القيمة العادلة؛		
			7.9	2.6	10.5	50	28.9			
موافق	0.86	3.44	1	4	12	19	2	4- يتطلب تطبيق القيمة العادلة في المؤسسات الجزائرية توفر الأسواق الجاهزة والأسواق المالية		
			2.6	10.4	31.6	50	5.3			
موافق	0.72	3.81	0	1	11	20	6	5- يتميز النظام المحاسبي المالي بالوضوح وسهولة التطبيق.		
			0	2.6	28.9	52.6	15.8			

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على نتائج الاستبيان

القرار الإحصائي:

نلاحظ من الجدول رقم (2-11) أن أعلى متوسط حسابي كان للعبارة رقم (3) بمتوسط حسابي بلغ 3.88 وانحراف معياري بلغ 1.1 و التي تنص على: هناك رفض من طرف المهنيين وخبراء المحاسبة في تطبيق التقييم على أساس القيمة العادلة باعتبار أن التنظيم المحاسبي في الجزائر يلح على استخدام نموذج القيمة العادلة في التقييم المالية، بنسبة تأييد تصل إلى 78.8%.

في حين حازت العبارة رقم 04 على أدنى متوسط حسابي بلغ 3.44 وانحراف معياري بلغ 0.86 يتطلب تطبيق القيمة العادلة في المؤسسات الجزائرية توفر الأسواق الجاهزة والأسواق المالية، بنسبة تأييد تصل إلى 62.6%، ومن اجل تفعيل قواعد التقييم والقياس المحاسبي يجب أن يقوم مجلس المحاسبة بتوفير كافة الموارد البشرية والمادية من اجل فهم قواعد القياس والتقييم من خلال الإصلاح المحاسبي.

الجدول رقم (12):الاتصال المالي في ظل النظام المحاسبي المالي:

الاتجاه	الانحراف المعياري	متوسط الحسابي	غير موافق إطلاقاً	غير موافق	معارض	موافق	موافق بشدة	العبارة
			العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	
			%	%	%	%	%	
موافق	0.75	3.42	0	2	22	10	4	1 يساهم الاتصال المالي في استخدام أساليب وطرق وإجراءات أو معايير أو نظريات جديدة غير مألوفة يمكن استخدامها لتفسير أو تحليل أو حل مشاكل محاسبية تواجه الإدارة؛
			0	5.3	57.9	26.3	10.3	
موافق	0.92	3.81	1	3	5	22	7	2- الاتصال المالي يساهم بالإفصاح عن السياسات المحاسبية المتعلقة بالوظيفة المحاسبية والمالية داخل المؤسسة؛
			2.6	7.9	13.2	57.9	18.4	
محايد	0.97	3.39	1	5	15	12	5	3- الاتصال المالي يعتمد على طرق محاسبية واضحة وسهلة الفهم والمساعدة على القياس والإفصاح ؛
			2.6	13.2	39.5	31.6	13.2	
معارض	0.87	3.34	0	5	20	8	5	4- الاتصال المالي هو أداة لتطوير الأداء المحاسبي المتطور ؛
			0	13.2	52.6	21.1	13.2	
موافق	1.08	3.92	0	7	7	13	11	5- الاتصال المالي يساهم في تقديم المعلومات المحاسبية في شكل معلومات ذات جودة عالية.
			0	18.4	18.4	34.2	28.9	

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على نتائج الاستبيان

القرار الإحصائي :

نلاحظ من الجدول رقم (2-12) أن أعلى متوسط حسابي كان للعبارة رقم (5) بمتوسط حسابي بلغ 3.73 وانحراف معياري بلغ 1.08 والتي تنص الاتصال المالي يساهم في تقديم المعلومات المحاسبية في شكل معلومات ذات جودة عالية، بنسبة تأييد تصل إلى 77.8%.

في حين حازت العبارة رقم (04) على أدنى متوسط حسابي بلغ 3.34 وانحراف معياري بلغ 0.87 والمتعلقة بالاتصال المالي هو أداة لتطوير الأداء المحاسبي المتطور ، بنسبة تأييد بلغ 66.8%.

الجدول رقم (13): العراويل والتحديات التي تواجه تطبيق النظام المحاسبي في المؤسسات الاقتصادية

الاتجاه	الانحراف المعياري	متوسط الحسابي	غير موافق	غير موافق	معارض	موافق	موافق بشدة	العبارة	
			إطلاقا	إطلاقا	إطلاقا	إطلاقا	إطلاقا		
			العدد	العدد	العدد	العدد	العدد		
			%	%	%	%	%		
موافق	0.90	3.78	1	2	8	20	7	1- معظم المحاسبين يفتقرون للمهارات اللازمة للتقديرات المحاسبية خاصة قواعد التقييم والقياس المحاسبي؛	
			2.6	5.3	21.1	52.6	18.4		
موافق	0.86	3.94	1	2	3	24	8	2- معظم المحاسبين يفتقرون للمهارات اللازمة للتقديرات المحاسبية خاصة قواعد التقييم والقياس المحاسبي؛	
			2.6	5.3	7.9	63.2	21.1		
معارض	1.23	3.07	3	12	8	9	6	3- صعوبة فهم المحاسبين والمهنيين و الاكاديميين للنماذج المستخدمة في SCF؛	
			7.9	31.6	21.1	23.7	15.8		
معارض	0.966	3.34	2	3	17	12	4	4- صعوبة الحصول على معلومات موثوقية ذات صلة بقواعد التقييم المحاسبي أثناء تطبيق النظام المحاسبية؛	
			5.3	7.9	44.7	31.6	10.5		
موافق	1.03	3.81	1	4	6	17	10	5- غياب الوعي المحاسبي لدى الكثير من المؤسسات من خلال تطبيق SCF؛	
			2.6	10.5	15.8	44.7	26.3		
موافق	0.99	3.58						المعدل العام	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج الاستبيان

القرار الإحصائي:

نلاحظ من الجدول رقم (2-14) أن أعلى متوسط حسابي كان للفقرة رقم (2) والتي تنص معظم المحاسبين يفتقرون للمهارات اللازمة للتقديرات المحاسبية خاصة قواعد التقييم والقياس المحاسبي ، المتوسط الحسابي كان بنسبة 3.94، وانحراف المعياري 0.86، وبنسبة تأييد تصل إلى 78.8%.

في حين حازت العبارة (3) على أدنى متوسط حسابي بلغ 3.07 وانحراف معياري بلغ 1.23 والتي تنص صعوبة فهم المحاسبين والمهنيين والاكاديميين للنماذج المستخدمة في SCF ، وبنسبة تأييد بلغت 61.4%.

❖ اختبار الفرضيات وتحليل نتائج الاستبيان:

أولا: صدق أداة الدراسة

قبل تحليل نتائج وفرضيات الدراسة، لابد من التأكيد من موثوقية أداة القياس المستخدمة، حيث تعكس الموثوقية هنا درجة ثبات أداة القياس، وتتأثر أداة القياس بعدة عوامل نذكر منها:

طول الاختبار بحيث تزداد قيمة معامل الثبات بزيادة عدد العبارات في الاستبيان، وذلك من خلال تأثير زيادة عدد العبارات على شمولية المحتوى؛

تجانس أو تباين درجات أفراد العينة: يقل معامل ثبات الاختبار بزيادة تجانس أفراد العينة، ويكبر معامل الثبات مع زيادة

تباين أفراد العينة في إجاباتهم؛

مدى صعوبة فهم أداة القياس: عندما تكون عبارة الاستبيان غير مفهومة أو صعبة الاستيعاب، فإن أفراد العينة المستجوبة قد يلجأ إلى التخمين، وبالتالي تتأثر درجة ثبات أداة القياس؛

الفترة الزمنية بين قياسين بنفس الأداة: إذا كانت الفترة الزمنية بين قياسين بنفس الأداة طويلة نسبيا فإن الظروف قد تختلف وبالتالي قد يؤثر ذلك على إجابات بعض أفراد العينة المستجوبة مما يؤدي إلى عدم ثبات القياس؛
وتوجد عدة اختبارات تقيس الثبات الداخلي لأداة الدراسة، أهمها معامل ألفا كرونباخ* ويستخدم معامل ألفا كرونباخ لقياس مدى ثبات أداة الدراسة من الناحية الاتساق الداخلي للعبارة الأداة، والنسبة الإحصائية المقبولة لهذا هو 60%، والجدول التالي رقم 16، يبين معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة، حيث بلغ نسبة 0.843% وهي نسبة مقبولة إحصائيا.

الجدول رقم 16 : يبين معامل ألفا كرونباخ لعينة الدراسة

Reliability Statistics

ألفا كرونباخ	N of Items عدد العبارات
0.843	20

ثانيا: تحليل النتائج المتوصل إليها :

1- تحليل نتائج الفرضية الأولى:

يتضح في الجدول رقم (10) يساهم النظام المحاسبي في انسجام الممارسات المحاسبية في ظل الإصلاح المحاسبي الذي شهدته الجزائر من خلال تحديد معايير محاسبية كانت في الاتجاه موافق بشدة، وهذا من وجهة نظر أفراد العينة وكما يشير إلى ذلك المتوسط المرجح للإجابات الذي بلغ 4.08 وانحراف معياري مقداره 0.83، يرجع ذلك إلى أن الممارسات المحاسبية في ظل النظام المحاسبي قد ساهم في تطور المحاسبة و يتجلى ذلك في العبارة رقم (05) التي تنص على أن النظام المحاسبي نقلة نوعية ولبنة أساسية في تطوير مهنة المحاسبة باتجاه موافق ، لأن المحاسبة كمهنة يقع على عاتقها تطوير معلومات التي تبرز دور الوحدة ومساهمتها في اتخاذ القرار ، كما نسجل أن أفراد عينة الدراسة قد أكدوا على مساهمة الإصلاح المحاسبي من خلال أقسام الاستبانة

2- تحليل نتائج الفرضية الثانية:

يتضح في الجدول رقم (11) تختلف أفكار قواعد التقييم والقياس المحاسبي في ظل النظام المحاسبي المالي كانت في الاتجاه الموافق، وهذا من وجهة نظر أفراد العينة وكما يشير إلى ذلك المتوسط المرجح للإجابات الذي بلغ 3.64 بانحراف معياري بمقدار 0.99، ويرجع ذلك إلى أن أفكار قواعد التقييم المحاسبي في ظل النظام المحاسبي المالي في العبارة رقم (3) التي تنص على هناك تكامل بين النتيجة المحاسبية والنتيجة الجبائية في تقديم المعلومات المحاسبية في شكل معلومات ذات جودة عالية، لأن المعلومات الجديدة تضيف حقائق وأفكار تساعد على زيادة المعرفة وتخفيض عدم التأكد لدى مستخدميها والعبارة رقم (05) التي تمثل في سهولة النظام المحاسبي على الإفصاح في القوائم المالية لان، و قد أكدوا أفراد العينة المستجوبة على اختلاف أفكار

في قواعد التقييم والقياس المحاسبي خاصة في استخدام نموذج القيمة العادلة ونموذج التكلفة التاريخية في القيم وهذا راجع من خلال الدراسة من خلال محاور القسم المتعلقة بقواعد التقييم في ظل النظام المحاسبي المالي.

3- تحليل الفرضية الثالثة:

يتضح في الجدول رقم (12) يعتبر الاتصال المالي عملية تفاعلية ومركبة، تساعد على إيجاد حلول للمشاكل المحاسبية المعاصرة كان في الاتجاه موافق، وهذا من وجهة نظر أفراد العينة، كما يشير إلى ذلك المتوسط المرجح للإجابات الذي بلغ 3.57 وبانحراف معياري مقداره 0.93 ، ويعود ذلك إلى أن الاتصال المالي يساهم في إيجاد حلول للمشاكل المحاسبية المعاصرة، ويتبن ذلك من خلال العبارة رقم (03) النظام المحاسبي المالي يساعد في إيصال المعلومة واتخاذ القرارات المناسبة تنص عليها العبارات من خلال محاور الاستبانة.

4- تحليل الفرضية الرابعة:

يتضح في الجدول رقم (13) توجد معوقات تعيق تطبيق النظام المحاسبي المالي كانت في الاتجاه الموافق، وهذا من وجهة نظر أفراد العينة وكما يشير إلى ذلك المتوسط المرجح للإجابات الذي بلغ 3.58 وبانحراف معياري بمقدار 0.99، هذا في محور العراقيل والتحديات التي تواجه تطبيق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الاقتصادية فكانت المتوسط المرجح 3.66 وبانحراف معياري 0.8 .

ومن أبرز أسباب التي تعيق النظام المحاسبي قد تمثلت في ضعف التشجيع والتحفيز تليها عدم وجود خلية متخصصة تهتم برعاية التعليم المحاسبي ، كذلك التقييد بالقوانين والتشريعات تحد من تنمية الأفكار وهذا راجع إلى إهمال الإدارة في المؤسسات الاقتصادية بالجزائر لتنمية الأفكار الجديدة ودعمها، كذلك الانشغال الكبير بالأعمال الروتينية وهذا ما أكدت عليه الدراسة من وجهات نظر الأكاديميين والمهنيين.

توصيات الدراسة : من خلال الدراسة خلصت إلى التوصيات التالية :

تم قبول الفرضيات وذلك من خلال أن مستوى تحليل الفرضيات لـ T فيشر / Fisher / ستودنت T عند

مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ أن القيم المحسوبة اقل من القيمة الجدولية وبالتالي يتم قبول فرضية العدم H_0 لكن:

فيما يخص استطلاع موقف الاساتذة ومختلف المهنيين الممارسين لمهنة المحاسبة في الجزائر على تطبيق النظام المحاسبي المالي

SCF كانت أغلبية العينة بالقبول والتأييد لكن هذا لم يستثنى من بعض التحفظات، وانطلاقا من هذه التحفظات يمكن تقديم

التوصيات التالية:

❖ فيما يخص الاقتصاد الجزائري هناك تحفظ على مدى تأهيله لاحتواء هذا النظام، مما يستوجب ضرورة تحقيق التوازن في

عمليات الإصلاح والتطوير عبر مختلف المجالات والقطاعات المرتبطة بشكل مباشر وغير مباشر بمهنة المحاسبة في

الجزائر مثل (البورصة والمؤسسات المالية والهيئات الضريبية... الخ) ؛

❖ فيما يخص التحفظ على كفاءة الهيئات الوطنية المشرفة على تطبيق وتعديل النظام، نرى من الضروري إعادة النظر في

صلاحيات ألمصف الوطني للمحاسبة، وكذا توفير الإمكانيات التي تسمح له بالتكفل والإشراف على انجاز دراسات

وبحوث تساهم في تشخيص واقع مهنة المحاسبة في الجزائر؛

❖ فيما يخص التحفظ على وجود اختلافات جوهرية بين النظام (SCF) والمعايير المحاسبة الدولية، يرى من الضروري

ترقية علاقات التعاون بين الهيئات الوطنية المشرفة والهيئات الدولية للتوحيد المحاسبي بغية وجهات النظر والآراء.

- ❖ من خلال دراسة العينة والتحديات والعراقيل التي تواجه النظام المحاسبي نجد ضعف التعليم المحاسبي، افتقار بعض المهنيين لـ مناهج النظام المحاسبي (SCF)، قلة الدورات التدريبية حول النظام المحاسبي مما يعيق الممارسات المحاسبية في ظل النظام المحاسبي (SCF)؛
- ❖ من خلال المقابلة الشخصية في المؤسسات الاقتصادية ضعف المعالجة المحاسبية خاصة في التثبيات مما يلجا بعض المحاسبين للاعتماد على المخطط الفرنسي ثم الاعتماد على المخطط الوطني فنقول هنا أين المعالجة المحاسبية للنظام المحاسبي SCF .

الهوامش:

- 1 - رضوان حلوة حنان وآخرون، أسس المحاسبة المالية، دار الحامد، الطبعة الأولى، عمان، 2004، ص33.
- المرجع السابق، ص33.
- 2- طارق عبد العال حماد، دليل المحاسب إلى تطبيق معايير التقارير المالية الدولية الحديثة، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص91.
- 3- الجريدة الرسمية، المرسوم التنفيذي رقم 08-156، العدد 27، الجزائر، 2008، المادة 06، ص11.
- 4- هوام جمعة، تقنيات المحاسبة المعمقة وفقا للدليل المحاسبي الوطني، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص17.
- 5- الجريدة الرسمية، المرسوم التنفيذي رقم 08-156، مرجع سابق ذكره، المادة 07، ص11.
- 6- المرجع السابق المادة 08، ص 12.
- 7- الجريدة الرسمية، القانون رقم 07-11 المتضمن النظام المحاسبي المالي، العدد 74، الجزائر، 2007 المادة 6، ص 4.
- 8- الجريدة الرسمية، المرسوم التنفيذي رقم 08-156، مرجع سبق ذكره، المادة 8، ص 12.
- رضوان حلوة حنان، مدخل النظرية المحاسبية، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص 72.
- 9- حكمت احمد الراوي، نظم المعلومات المحاسبية والمنظمة، نظري مع حالات دراسة، دار الثقافة الأردن، 1999، ص110.
- 11 - الجريدة الرسمية، القانون رقم 07-11 المتضمن النظام المحاسبي المالي، مرجع سبق ذكره، المواد 29، ص 5.
- 12- المرجع السابق المادة 30، ص 6.
- 13 -عمر السيد حسنين، فصول من تطور الفكر المحاسبي مع حالات تطبيقية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1986، ص 29.
- 14 - الجريدة الرسمية، القانون رقم 07-11 المتضمن النظام المحاسبي المالي، مرجع سبق ذكره، المادة 12، ص 4.
- 15- SACI Djelloul, Comptabilité de l'entreprise et système économique, L'expérience Algérienne, O. P. U., Alger 1991, p 85.
- 16- Jean François des Robert, François Méchin, Hervé Puteaux, Normes IFRS et PME, Edition DUNOD, 2004, p20
- 17 - ابوصالح، محمد صبحي، وعوض، عدنان محمد، مقدمة في الإحصاء، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع عمان، 2004، ص 63.

- 18- العتوم ، شفيق ، طرق الإحصاء، دار المناهج للنشر والتوزيع ،عمان ،2006، ص 19.
- 19 -ابوصالح ،محمد صبحي ، وعوض ، عدنان محمد ، مرجع سبق ذكره،ص 70.
- 20- محفوظ جودة، التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام SPSS، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2008، ص 297.
- 21- محفوظ جودة، التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام SPSS مرجع سبق ذكره ص 299 .

تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل اتفاقية الشراكة الاورو جزائرية

أنفال نسيب

أستاذة محاضرة بكلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

جامعة بسكرة



ملخص:

إن واقع المؤسسات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة يبرز عدم قدرتها على تلبية الاحتياجات الضرورية للسوق المحلية من سلع وخدمات سواء من حيث الجودة أو الكمية أو السعر إضافة إلى ارتفاع تكاليف إنتاجها وأسعار منتجاتها مما يمنعها من اكتساب مزايا نسبية تسمح لها بالتخصص في إنتاجها، لذا فإن رفع القدرات التنافسية لهذه المؤسسات يتوقف على مدى قدرتها على إحداث التغيير و التجديد على مستوى هيكلها الإنتاجية، وفي هذا الاطار تعتبر الشراكة الأجنبية وسيلة هامة لتأهيل المؤسسات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة خاصة في ظل تحرير التجارة الخارجية وتوقيع اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي كونها تساهم في تحسين تنافسية هذه المؤسسات.

الكلمات المفتاحية: الشراكة الاورو متوسطة، الشراكة الاورو جزائرية، التأهيل، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

Résume :

La réalité des PME souligne l'incapacité de répondre aux besoins essentiels du marché local de biens et de services , à la fois en termes de qualité ou de la quantité ou le prix en plus des coûts élevés de production et les prix de leurs produits , ce qui les empêche de gagner des avantages comparatifs de leur permettre de se spécialiser dans la production , par conséquent , l'augmenter de la compétitivité de ces institutions dépend de leur capacité à apporter des changements et de renouveau au niveau des structures de la productivité .

Dans ce contexte , le partenariat étranger est un moyen important pour la réhabilitation des institutions algériennes , et les petites et moyennes entreprises, en particulier à la lumière de la libéralisation du commerce extérieur et l' accord de partenariat avec l'Union européenne de contribuer à l'amélioration de la compétitivité de ces institutions .

Mots-clés: Partenariat euro-méditerranéen, partenariat euro- algérien, la réadaptation, les petites et moyennes entreprises.

تمهيد:

تعتبر الشراكة من أهم ملامح وآثار التحولات المتسارعة والتطورات المتداخلة التي عرفتها ولا زالت تعرفها الساحة الاقتصادية العالمية، وبتزايد حدة المنافسة التي أصبحت تهدد الكثير من المؤسسات والشركات العالمية، أصبح اللجوء إلى إستراتيجية بديلة تمثلت في التحالف والمشاركة أمرا شبه محتم، ففي ظل هذه الإستراتيجية تبدلت العلاقة من التنافس السليبي العدائي إلى مزيج من التعاون والتنافس الذي يتيح للأطراف الحصول على التكنولوجيا الجديدة أو تطوير تلك التكنولوجيا الموجودة، فضلا عن توسيع السوق المحلية أو الخارجية، و جلب المزيد من المعرفة، حيث يطبق الإتحاد الأوروبي في إطار العلاقات التي تجمعها بدول حوض المتوسط سياسة متوسطة يجسدها إعلان برشلونة لسنة 1995 الذي يتضمن مجموعة من المستجدات برزت من خلالها الاستراتيجيات الجديدة للمجموعة الأوروبية تجاه المنطقة المتوسطة و التي تهدف إلى تعزيز موقفه في المنطقة.

والجزائر تعتبر أحد الدول المتوسطة التي تحتل مركزا خصوصا إزاء المجموعة الأوروبية قد شاركت في مؤتمر برشلونة ، وبدخول الألفية الثالثة وقعت على إتفاق الشراكة بالأحرف الأولى بعد أن انضمت إليها كل من تونس و المغرب و العديد من الدول العربية المتوسطة .

و في هذا الإطار تمثل الشراكة الاورو جزائرية فرصة هامة لترقية وتأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الصغيرة والمتوسطة نظرا لامتيازات العديدة التي تقدمها خاصة في مجال نقل المهارات والتجارب التسييرية، وتخفيض التكاليف واقتسام المخاطر بين الشركاء، كما أنها تمثل حلا ملائما لمختلف المشاكل وذلك من حيث الحصول على مصادر التمويل والتكنولوجيا، كما تعتبر عاملا مهما للدخول إلى الأسواق الدولية.

و من هذا المنطلق يمكننا طرح الإشكالية التالية: كيف يمكن تأهيل المؤسسات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة من خلال اتفاقية الشراكة الاورو جزائرية؟.

وقصد الإجابة على هذه الإشكالية اعتمدنا على اربعة محاور أساسية هي:

- الاطار العام لاتفاقية الشراكة الاورو متوسطة
- الاطار العام لاتفاقية الشراكة الاورو جزائرية.
- ماهية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر.
- دور الشراكة الاورو جزائرية في تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

اولا: الاطار العام لاتفاقية الشراكة الاورو متوسطة

في قمة المجلس الأوروبي لرؤساء الدول و الحكومات الأوروبية في كورفو باليونان في 24 و 25 جوان 1994 أعطي أول دفع لسياسة الشراكة مع المحيط المتوسطي للاتحاد الأوروبي عندما أكد الأوروبيون على الأهمية التي تكتسبها معالجة ثنائية بين دول الاتحاد الأوروبي و الدول الثنائية المتوسطة للمشاكل السياسية و الاقتصادية التي يتطلب حلها الأمثل ظروف تعاون إقليمية، و تماشيا مع هذه التوصيات وضعت اللجنة الأوروبية في 19 أكتوبر 1994 مقترحات من أجل هذه الشراكة في دراسة حملة عنوان

" التقوية السياسية المتوسطة للاتحاد الأوروبي : إقامة شراكة أوروبية - متوسطة " حيث تقوم هذه الشراكة على محورين:¹

- المساعدة و تكثيف الإصلاحات السياسية و إقرار حقوق الإنسان و حرية التعبير.
- دعم الإصلاحات الاقتصادية و الاجتماعية من أجل رفع المستوى المعيشي و خلق فرص العمل.

1. الأصول التاريخية للشراكة الأورو متوسطة: تعود جذور هذا المشروع إلى ما بعد الحرب الباردة حيث بدأت أوروبا تفكر بعد انتهائها من توسيع إطارها بشكل أكبر يمكنها من استيعاب عدد أكبر من دول أوروبا الشرقية و تحويل اقتصادها إلى نظام السوق الحر كما ارتكزت الرؤية الأوروبية على خلق أكبر تجمع اقتصادي يكون المحور فيه هو الاتحاد الأوروبي ممثلا لأوروبا الغربية و تدور في هذا المحور مجموعتان حيث تضم المجموعة الأولى الدول الاشتراكية السابقة مع العلم أن اندماجها في الاتحاد اقتصاديا و استيعابها عسكريا في حلف الناتو، في حين تمثل المجموعة الثانية الدول العربية جنوب المتوسط و تتكون بداية من 12 دولة ثم تضاف إليها فيما بعد دول مجلس التعاون الخليجي و باقي الدول العربية.

و بناء على ذلك قدم الاتحاد الأوروبي في أكتوبر 1994 اقتراحا لإنشاء منطقة للشراكة الأوروبية المتوسطة.²

2. تعريف الشراكة الأورو متوسطة: إن الشراكة الأورو متوسطة بمفهومها العام ليست اتفاقا تجاريا عابرا و ليست توافقا سياسيا محددًا، بينما هي سير في طريق نمو مشترك يشمل كل الجوانب الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية و الثقافية. فهي مشروع مصالحة تاريخية بين أوروبا و الدول المتوسطية يجب أن يؤدي إلى تفاهم الأطراف المشاركة حول كل الموضوعات حيث يخلق بذلك جوا من الانفتاح بين الأطراف المشاركة كما تدعم الشراكة الاتحاد الأوروبي لأنها تساهم في قيام منطقة اقتصادية إستراتيجية حول المركز الأوروبي و بالتالي يترتب عليها أن تدفع ضريبة القوة أو ضريبة القيادة، كما أن الشراكة ذاتها هي: " مشروع أوروبي فرضته الظروف بعد نهاية الحرب الباردة و بروز الأحادية القطبية، مما يقلل من الدور الذي يمكن أن يلعبه الاتحاد الأوروبي في المجال السياسي و الاقتصادي إضافة إلى رغبته في تجاوز المشكلات التي تواجه أقطاره و المتمثلة في الهجرة الكثيفة." لهذا فإن الشراكة أداة ملائمة لمواجهة هذه المشكلات و إدماج دول الجنوب و شرق المتوسط في الاقتصاد العالمي بمبادرة أوروبية مما يضمن تحقيق تقدم في تنمية هذه البلدان و تضيق الهوة التي تفصل بينهما و بين الاتحاد الأوروبي في مستويات النمو و مستوى المعيشة.³

3. دوافع اتفاقية الشراكة الأورو متوسطة: لقد أشار محللون و خبراء إلى أهم العناصر التي واجهت أوروبا و العرب نحو الشراكة الأورو متوسطة:⁴

انحيار جدار برلين في نوفمبر 1989 قلب الساحة الأوروبية الجيو سياسية و الإستراتيجية رأسا على عقب حيث كان لتقدم العديد من الدول وسط و شرق أوروبا للانضمام للاتحاد الأوروبي دور في إعادة توازن علاقات الاتحاد الأوروبي جنوبا. أصبحت ظاهرتا العولمة و الإقليمية من الملامح الأساسية للاقتصاد العالمي، كما أصبح تكوين التجمعات الإقليمية نقاطا رئيسية تشكل الخريطة الجديدة للنظام العالمي الجديد.

وعى لدى أوروبا بأن مشاكلها لا تحل داخل أوروبا فقط بل هي تحتاج إلى فضاء متوسطي لحل جزء من المشاكل الأوروبية، مثال ذلك: الهجرة التي تتطلب تعاون متوسطيا من خلال توفير الدافع للمهاجرين للبقاء في بلدانهم بدفع التنمية مما يساعد على وضع حد للهجرة الغير شرعية.

وعى حكومي عربي بضرورة الانفتاح على التكنولوجيا و المعرفة و نقل العلم من أجل تنمية القدرات العربية.

أمن أوروبا هو من أمن البحر الأبيض المتوسط و الأمن بمفهوم استراتيجي ليس الأمن العسكري فحسب بل الأمن الاقتصادي و الثقافي و الاجتماعي فلا يمكن أن تكون أوروبا مستقرة و بلدان الحوض الجنوبي للبحر المتوسط مضطربة.

الشراكة تخدم التوجهات الأوروبية نحو تطوير عملية الاندماج الأوروبي و تدعيم إبراز أوروبا كقوة اقتصادية لها مناطق نفوذها مما يدفع موقفها في عملية المنافسة مع القوى الاقتصادية الدولية الأخرى و في كل الأحوال فإن المحرك الأساسي و الهدف

الرئيسي لفكرة الشراكة الأورو متوسطية هو التنافس الخفي و المعلن بين الولايات المتحدة الأمريكية و الاتحاد الأوروبي للسيطرة على مقاليد الأمور في المنطقة العربية.

و عليه فإن مصلحة العرب تأسيس شراكة مع أوروبا بغية تأمين تطوهم و تقدمهم وتنميتهم، و في المقابل من مصلحة أوروبا أن تساهم في الأمن الاستراتيجي للبحر المتوسط حفاظا على مصالحها و أمنها.

4. أهداف الشراكة الأورو متوسطية: يمكن تلخيص أهم أهداف الاتحاد الأوروبي و الدول المتوسطية الشريكة من عقد الشراكة الأورو متوسطية من خلال ما يلي:⁵

1.4 : أهدافالاتحاد الأوروبي:

● العمل على تحقيق الاستقرار و الأمن في منطقة دول المتوسط حيث تعاني بعض الدول من عدة مشاكل أمنية (العنف السياسي، الصراع في الشرق الأوسط،...) و هذا عن طريق توفير عوامل الاستقرار فيها من خلال العمل على إحداث نمو متواصل و رفع مستويات المعيشة فيها من خلال دعم و تشجيع الإصلاح الاقتصادي و التعاون المالي علاوة على دعم الإصلاح السياسي، فاستقرار الوضع الأمني و كذا الأوضاع الاقتصادية في الدول الشريكة من شأنه :

- ضمان أمن أوروبا و مواجهة أخطار الحركات الأصولية و الإرهاب و المخدرات و الجريمة المنظمة و مواجهة خطر انتشار الأسلحة خصوصا الغير تقليدية.

- التقليل من موجة الهجرة السرية خصوصا نحو دول جنوب أوروبا (فرنسا، إيطاليا، إسبانيا، اليونان...) لما لها من آثار سلبية و التي تزايدت من يوم إلى آخر إذا بقيت الأوضاع في دول الضفة الجنوبية على حالها.

● إقامة منطقة إستراتيجية (سياسية و اقتصادية) أوروبية متوسطية و هو ما يمكن الاتحاد الأوروبي من جهة على تقوية موقعه في الساحة الدولية، و من جهة أخرى التكييف مع الاتجاه الواسع لأقلمة العالم و ضمان حصة أوروبا في الاقتصاد العالمي و من خلال توسيع نفوذه في منطقة حوض المتوسط و التي تنافس فيها الولايات المتحدة الأمريكية و التي تسعى بدورها إلى الاستحواذ عليها.

● ضمان مصادر دائمة للطاقة بالنفط و الغاز خصوصا و أن بعض الشركاء يعدون دول غنية بالنفط كما هو الحال بالنسبة للجزائر.

2.4 : أهداف الدول المتوسطية الشريكة:

- الحصول على المساعدات المالية و القروض الممنوحة من قبل الأوروبيين بغية تمويل مختلف المشاريع الإنمائية، علاوة على جذب أكبر للرأسمال الأوروبي في شكل استثمارات مباشرة.

- انفتاح أكثر لأسواق دول الاتحاد الأوروبي أمام صادراتها الصناعية من جهة و تخفيض الحواجز و العراقيل المفروضة على صادراتها الزراعية وهو ما يمكنها من تحقيق مكاسب من خلال مبادلاتها التجارية مع دول الاتحاد.

- القضاء أو التقليل من حدة المشاكل الاجتماعية التي تأتي البطالة على رأسها و التي تعاني منها شرائح واسعة من مجتمعات الضفة الجنوبية و الشرقية للمتوسط.

- انتقال التكنولوجيا و المعارف الحديثة إليها و الاستفادة من الخبرات الأوروبية و هذا في إطار فرص التعاون التي تطرحها الشراكة في ميادين مختلفة.

- بناء منطقة رخاء و ازدهار أورو متوسطية في حدود 2010.

- الاستفادة من برنامج ميدا المانح للمساعدات المالية بشكل إعانات و قروض تقدمها البنوك الأوروبية.
5. مضمون اتفاقيات الشراكة الأورو متوسطة: إن مضمون اتفاقيات الشراكة الموقعة بين الاتحاد الأوروبي و الدول المتوسطية تحتوي على عدد من العناصر المشتركة التي يمكن إجمالها على النحو التالي:⁶
- إقامة منطقة تجارة بين الاتحاد الأوروبي و الدول العربية المعنية خلال فترة زمنية محددة تختفي بعدها الرسوم الجمركية و العوائق الأخرى التي تعترض حرية انتقال السلع و الخدمات بين الأطراف المتعاقدة و تختلف الفترة الزمنية المتفق عليها لاستكمال منطقة التجارة الحرة، كما تختلف قوائم السلع و نسب التخفيضات الجمركية و فترات السماح المقررة من دولة عربية إلى أخرى حسب طبيعة الهياكل الإنتاجية و التوازنات القائمة بين القطاعات الإنتاجية و الخدمات المختلفة في كل دولة على حدا.
- تقديم ما يكفي من المساعدات المالية و المعونة الفنية اللازمين لتحديث الصناعة و إعادة هيكلتها على النحو الذي يمكنها من التكيف مع متطلبات رفع قدراتها التنافسية و تقليل الآثار السلبية المحتملة و المتوقعة نتيجة فتح الأسواق المحلية أمام المنتجات الصناعية الأوروبية الأكثر تقدما و تختلف قيمة و أشكال هذه المساعدات و تلك المعونة كما تختلف طرق توزيعها و اتفاقهما على القطاعات و الصناعات المستفيدة من حالة إلى أخرى و من دولة عربية إلى أخرى.
- التعاون في كافة مجالات و ميادين النشاطات الأخرى مثل: التعليم و الصحة و الطاقة و تكنولوجيا الاتصالات و النقل و مكافحة الجريمة المنظمة و الإرهاب و تجارة المخدرات و غسيل الأموال..... الخ.
- و تختلف أهمية الأوزان النسبية لكل من هذه المجالات و الميادين و أشكال التعاون المقترحة و الوسائل الموضوعية تحت تصرف الأطراف المتعاقدة من حالة إلى حالة، و على سبيل المثال: فإن هجرة العمالة و مكافحة الإرهاب تحتل موقعا أكثر تقدما على جدول الأعمال بالنسبة لبعض الدول مقارنة بدول أخرى و هكذا.
6. اتفاقية برشلونة للشراكة الأورو متوسطة: انعقدت اتفاقية برشلونة للشراكة و التعاون الأورو متوسطي بمدينة برشلونة الإسبانية أيام 27 و 28 نوفمبر 1995 بحضور 15 دولة أوروبية و هي: ألمانيا، النمسا، بلجيكا، الدنمارك، اسبانيا، فنلندا، فرنسا، أيرلندا، إيطاليا، لوكسمبورغ، هولندا، البرتغال، اليونان، المملكة المتحدة، السويد و 12 دولة متوسطية و هي: الجزائر، قبرص، مصر، إسرائيل، الأردن، لبنان، مالطا، المغرب، سوريا، تونس، تركيا، السلطة الفلسطينية. حيث استبعدت ليبيا و يوغسلافيا بحجة العقوبات المفروضة عليهما من طرف الأمم المتحدة،⁷ فلقد عكس الإعلان الصادر عن اتفاقية برشلونة رؤية الاتحاد الأوروبي لما يجب أن تكون عليه علاقته بدول حوض المتوسط و في هذا الإطار حدد هذا الإعلان ثلاث أبعاد للعلاقة المبنية على أساس الشراكة و هي:
- البعد السياسي و الأمني: اعتبر إعلان برشلونة أن تحقيق السلام و الاستقرار و الأمن في منطقة البحر المتوسط يجب أن يكون هو الأساس لأي تعاون بين دول حوض المتوسط،⁸ وفي الحقيقة فإن هذه الشراكة السياسية و الأمنية كما وردت في الإعلان تهدف إلى جعل منطقة البحر المتوسط منطقة استقرار على الصعيد الإقليمي، كما تعمل على تدعيم نظم سياسة ليبرالية تحترم الديمقراطية و حقوق الإنسان و التعددية.⁹
 - البعد الاقتصادي و المالي: يمثل البعد الاقتصادي و المالي البعد الأكبر في الاتفاقية و إن كان البعد السياسي و الأمني البعد الأهم من وجهة النظر الأوروبية، و قد حدد إعلان برشلونة عدة أهداف و آليات بخصوص التعاون بين المجموعة الاقتصادية و بين دول الجنوب المتوسط¹⁰، حيث كان أهم هذه الأهداف هو إنشاء منطقة تجارة حرة بحلول 2010 تزال خلالها تدريجيا كافة العوائق الجمركية و غير الجمركية التي تعترض التجارة بين الدول المعنية من خلال توحيد أنظمة إصدار شهادات المنشأة و حماية

الملكية الفكرية و مبدأ المعاملة بالمثل و تشجيع القطاع الخاص، كما حدد الإعلان أهداف أخرى مثل خلق مناخ مناسب للاستثمار و استمرار الحوار لحل مشكلة الديون.

● البعد الثقافي و الاجتماعي: ما يلفت النظر في إعلان برشلونة هو تركيزه على قضية الهجرة و لهذا حاول هذا الإعلان إرساء قواعد لتنظيم الهجرة و القضاء على الهجرة الغير شرعية التي تسبب عدة مشاكل لدول الاتحاد الأوروبي و ربط هذه القواعد بمساعدات مالية من أجل سد منافذ الهجرة غير الشرعية.

و يتضح من الأبعاد الثلاثة لإعلان برشلونة أن الاتحاد الأوروبي ركز على أمور رئيسية هي:

● إعادة هيكلة البنية الاقتصادية و الاجتماعية لدول الجنوب مما يتلاءم مع آليات السوق لتحرير التجارة و فتح الأسواق و الحد من الهجرة غير الشرعية و حتى يتم تحقيق هذه الأبعاد قدم الاتحاد الأوروبي بعض المساعدات المالية للدول المعنية بالاتفاق¹¹.

● تسريع معدلات التنمية الاقتصادية و الاجتماعية.

● تحسين الأوضاع المعيشية لمواطني الدول الأطراف في الاتفاقات و زيادة التوظيف و تقليص فجوة التنمية بين المنطقتين الأوروبية و المتوسطية و تشجيع التعاون و التكامل الإقليمين.

● تحديث البيانات الاقتصادية و الاجتماعية مع إعطاء الأولوية لتشجيع و تنمية القطاع الخاص و رفع القطاع الإنتاجي للمستوى المطلوب و وضع إطار دستوري و قانوني ملائم لسياسة الاقتصاد الحر.¹²

ثانيا: الاطار العام لاتفاقية الشراكة الاورو جزائرية

لقد عملت الجزائر أكثر من عشرة سنوات على تجسيد تصليحات هيكلية من أجل جعل الواقع الاقتصادي منسجم مع العديد من المتطلبات لهذه الشراكة و التي نذكر من أهمها:¹³

- تسهيل إقامة منطقة التجارة الحرة ضمن اتفاقية برشلونة فإن تسهيل التبادل الحر يهدف إلى إقامة منطقة اقتصادية مشتركة قائمة على التخصيص الأمثل للموارد و رفع مستوى معيشة جميع الشعوب المطللة على المتوسط، لكن إقامة تلك المنطقة بتحرير التجارة بين بلدان ذات مستويات نمو متباينة و إنتاجية عمل متفوقة يمكن أن يؤدي إلى معدلات النمو أو يمكن أن يعمق التقسيم الدولي الراهن للعمل و يؤدي إلى انسياب الفائض الاقتصادي من الدول ضعيفة النمو إلى الدول الصناعية المتقدمة من خلال آلية الاستقطاب.

- تمكين القطاع الخاص من لعب دور أكثر أهمية في تنمية المنطقة و إيجاد فرص العمل في الصناعة و الزراعة و هذا بالتركيز على تهيئة البنية بتحديث المؤسسات القائمة بهدف إعادة هيكلتها من جهة و تكييف السياسات الاقتصادية بما يتماشى مع مبادئ اقتصاد السوق من جهة أخرى.

- إعطاء اهتمام خاص لتشجيع التعاون بين المشروعات المتوسطة و الصغيرة و خلق الشروط الضرورية لتنميتها.

1. مضمون اتفاقية الشراكة بين الاتحاد الأوروبي و الجزائر

إن الجزائر بإمكاناتها الاقتصادية و موقعها الجغرافي الاستراتيجي ظلت محل اهتمام القطب الأوروبي و قد عبرت الجزائر على رغبتها في توقيع عقد شراكة مع الاتحاد الأوروبي إذ كانت تسعى إلى تأقلم اقتصادها مع الاقتصاد الأورو متوسطي.

و في مارس 1997 بدأت المحادثات بصفة رسمية بين الجزائر و الاتحاد الأوروبي قصد مناقشة النقاط التالية:

● الجانب السياسي و الأمني بالجزائر.

● خلق منطقة تبادل حر و تزويدها بكل الخدمات و المرافق الضرورية.

• تشكيل هيكل مؤسسي منظم و متجانس.

• بعث التعاون الأورو متوسطي في الميادين الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية و المالية.

• تثبيت شروط تحرير تبادل السلع و الخدمات و رؤوس الأموال.

فالشراكة الاورو جزائرية تعني: "ذلك التكامل بين الطرف الأوروبي و الجزائري من اجل تحقيق مشروع او هدف اقتصادي معين بتنسيق الجهود و الثروات المتاحة و في شروط مضبوطة تجعل كل طرف محافظ على استقلالته الإستراتيجية، أي لا تفقد أي دولة سلطتها و سيادتها جراء هذه الشراكة الاقتصادية"¹⁴.

2. مراحل توقيع اتفاقية الشراكة بين الاتحاد الأوروبي و الجزائر: لقد مرت عملية توقيع اتفاقية الشراكة بين الجزائر و الاتحاد الأوروبي بمرحلتين هما:¹⁵

- مرحلة المفاوضات الاستطلاعية: و شملت أربع جولات حيث بدأت في جوان 1994 و انتهت في فيفري 1996 حيث سمحت هذه الجولات بتبادل المعلومات و دراسة آفاق تطوير العلاقات بين الجزائر و الاتحاد الأوروبي ضمن الشراكة الأورو متوسطة تحللت هذه المحادثات المصادقة على إعلان برشلونة حيث لعبت الجزائر دورا هاما في المناقشات التحضيرية لهذه القمة رغم العزلة السياسية التي كانت تعاني منها بسبب التطورات الداخلية.

- مرحلة المفاوضات الحقيقية: مهدت المفاوضات الاستطلاعية لمناقشة معمقة بين الجزائر و الاتحاد الأوروبي و أهم ما ميز هذه الفترة هو تباين الآراء فيما يتعلق بعدة مسائل من أهمها كيفية مراعاة خصوصيات الاقتصاد الجزائري ، و مسألة التعويضات المخصصة لتأهيل الاقتصاد الجزائري عامة و القطاع الصناعي خاصة ، إضافة إلى تشديد الطرف الأوروبي على عدم تخصيص اتفاق منفرد و خاص بالجزائر ، كما أصر الإتحاد الأوروبي على عدم فتح أسواقه أمام المنتجات الفلاحية لدول المتوسط ، غير أن الإبقاء على هذا الوضع لا يشكل عائقا أمام الجزائر ، باعتبارها دولة مستوردة للسلع الغذائية.

3. المحاور الرئيسية لاتفاقية الشراكة الأورو جزائرية: وقعت الجزائر مع المجموعة الأوروبية على الاتفاق المبدئي في ديسمبر 2001 في بروكسل بعد سلسلة من الجولات إلى أن تم التوقيع رسميا على الاتفاق المتوسطي للشراكة بين الجزائر و الاتحاد الأوروبي بفالونسيا في أبريل 2002 من قبل رئيس الدبلوماسية الجزائرية عبد العزيز بلخادم و وزراء خارجية الدول الأوروبية إلى جانب رؤساء اللجنة الأوروبية و المجلس الأوروبي و دخلت حيز التنفيذ في سبتمبر 2005 ، ولقد احتوى الاتفاق الجزائري الأوروبي على ثمانية بنود رئيسية و هي:¹⁶

- الحوار السياسي: الذي يشمل كل المواضيع التي تتعلق بالمصالح المشتركة بين الطرفين في ما يخص المسائل السياسية و الأمنية.
- حرية تنقل السلع: الجهود المشتركة للطرفين ترمي في النهاية إلى إنشاء و بصفة تدريجية لمنطقة التبادل الحر في ظرف لا يتعدى 12 سنة استنادا إلى الإجراءات التي تتضمنها الاتفاقية العامة للتعريف الجمركية و مختلف الاتفاقيات المتعددة الأطراف التي أسست المنظمة العالمية للتجارة و السلع التي تكون محور تفاوض حول التعريف الجمركية و تشمل مواد صناعية و فلاحية و منتجات الصيد البحري.

- تجارة الخدمات: اتفاق الشراكة ينص على أن أعضاء الاتحاد الأوروبي يؤكدون على التزامهم في إطار الاتفاق العام حول التجارة و الخدمات **GATS** بمنح الجزائر معاملة الدولة الأولى بالرعاية و هذا في ما يخص جميع الخدمات التي تتضمنها اتفاقية الغات، بينما الجزائر سوف تمنح بدورها لموردي الخدمات الأوروبيين امتيازات خاصة انطلاقا من قائمة الالتزامات المتفق عليها مع

- العلم أنه تم تحديد موعد بعد 5 سنوات من الآن لمعالجة هذا الجانب (تجارة الخدمات) و هذا باعتبار أن الجزائر لم تنضم بعد للمنظمة العالمية للتجارة و هي الفترة التي يراها الطرفين كافية لانضمام الجزائر للمنظمة.
- المدفوعات، رؤوس الأموال و المنافسة: الترام الطرفين على أن تتم تغطية العمليات الجارية من عملة قابلة للتحويل بالإضافة إلى وضع إجراءات و قواعد مشتركة لتنظيم حرية انتقال رؤوس الأموال بين الجزائر و دول الاتحاد الأوروبي و كذا القواعد التي تحكم المنافسة.
- التعاون الاقتصادي: يشمل جميع القطاعات الاقتصادية الصناعية و الزراعية و كذا مجال المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و يركز على عدة مبادئ أهمها: حوار اقتصادي منظم و كذا تبادل المعلومات و الخبرة و التكوين و المساعدة التقنية و الإدارية و القانونية.
- التعاون الاجتماعي و الثقافي: حيث تم التطرق للإجراءات المتعلقة بالعمال و ضرورة الحوار الاجتماعي و التعاون في هذا المجال و في قطاع الثقافة و التربية و كذا الأمور المتعلقة بمتابعة المهجرة الغير شرعية.
- التعاون المالي: و هذا قصد تبسيط الإصلاحات التي تهدف إلى عصنة الاقتصاد و إعادة تأهيل الهياكل الاقتصادية و ترقية الاستثمار الخاص و النشاطات التي من شأنها إنشاء مناصب شغل مع الأخذ بعين الاعتبار الانعكاسات على الاقتصاد الجزائري و أخيرا وضع سياسة اجتماعية مرافقة لامتنصاص الآثار السلبية الناجمة عن الإصلاحات.
- الإجراءات المؤسساتية: إضافة إلى 7 ملاحق و 5 بروتوكولات تبين و توضح إجراءات و قواعد تنفيذ هذه الاتفاقية، حيث تم وضع إطار مؤسسي و تنظيمي لهذه الاتفاقية من خلال إنشاء هيئات مشتركة بين الطرفين لهما مسؤولية وضع آليات تنفيذ هذه الاتفاقية.

ثالثا: ماهية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

يعد قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة قطاعا متميزا و يلعب دورا هاما في اقتصاديات معظم الدول النامية و المتطورة، و يشتمل هذا القطاع على الورشات و المصانع و التجار و الخدمات الأخرى، و يتسع هذا القطاع ليشمل المنشآت الحديثة جدا ذات التقنية المعاصرة، و يمتد ليشمل المنشآت التقليدية البسيطة سواء كانت منشآت مستقلة أو مقاولي الباطن أو منشآت تنتج بصفة رئيسية للسوق المحلي أو تلك التي تنتج للتصدير.¹⁷

1. مفهوم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة: تعتمد بعض الدول في تعريفها للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة على عدة معايير منها: حجم العمالة المستخدمة، رأس المال المستثمر، قيمة الأصول الثابتة، التقنية المستخدمة حجم المبيعات.¹⁸

و يعرف القانون التوجيهي الجزائري رقم 18/01 المؤرخ في 18/12/2001 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كما يلي: "أما مؤسسات إنتاج السلع و الخدمات و التي تشغل من 1 إلى 250 شخص و لا يتجاوز رقم أعمالها 2 مليون دج و لا تتعدى إيراداتها السنوية (حصيلتها) 500 مليون دج".¹⁹

جدول رقم (01): المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حسب القانون 18/01

المؤسسات	فئة العمال	رقم الأعمال	الحصيلة السنوية
المتوسطة	250-50	200 مليون إلى 2 مليار	500-100 مليون
الصغيرة	49-10	أقل من 200 مليون	أقل من 100 مليون
المصغرة	09-01	أقل من 20 مليون	أقل من 10 مليون

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على القانون 18/01 المؤرخ في 18/12/2001 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

2. مميزات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة: تتمتع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بجملة من المميزات و من بينها ما يلي:²⁰

- سهولة التأسيس: حيث لا تحتاج إلى رؤوس أموال كثيرة فهي تعتمد أساسا على جلب و تفعيل مدخرات الأفراد لإقامة مشاريع صغيرة في قطاعات متعددة من النشاط الاقتصادي.
- قدرة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على الابتكار و التجديد: و هذا من أجل ضمان بقائها فكثير من إجراءات الاختراع يتم اكتشافها من طرف أفراد (مؤسسات فردية) و هذا عكس المؤسسات الكبيرة التي تركز على إنتاج السلع ذات الطلب المستمر.

- جودة الإنتاج: و هذا نتيجة التخصص الدقيق لمثل هذه المؤسسات مما يسمح لها بتقديم إنتاج بمواصفات و جودة عالية.
- سهولة الدخول و الخروج من السوق: و هذا بسبب قلة نسبة أصولها الثابتة إلى مجموع ممتلكاتها و أصولها فضلا عن زيادة نسبة رأس مالها إلى مجموع خصومها أي قلة ديونها.
- نقص التكاليف الضرورية للتجريب و التكوين: تتميز هذه المؤسسات بعدم حاجتها الكبيرة للتدريب و التكوين و هذا نتيجة اعتمادها على أسلوب التدريب أثناء العمل بالإضافة إلى عدم استخدامها لتقنيات إنتاج معقدة.

3. أهمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة: فيما يلي نذكر بعض المؤشرات الاقتصادية التي تؤكد هذه الأهمية:

- تشكل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ثلاث أرباع الحجم الاقتصادي و التجاري لكثير من دول العالم.
- تنتج المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في البلدان المتطورة ما قيمته 70 % من القيمة المضافة و توفر 60% من منصب الشغل.

- يملك الاتحاد الأوروبي نسيجا يحتوي على 17.6 مليون مؤسسة صغيرة و متوسطة و إن هذا العدد من المؤسسات يشغل 66% من اليد العاملة.

- تساهم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بنسبة 64.3% و 57% و 50% من الناتج الداخلي الخام في كل من اسبانيا و اليابان و الولايات المتحدة على التوالي.

- تساهم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول النامية بنسبة 35% من الناتج المحلي الإجمالي.²¹
- و يرجع الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة إلى الدور الذي يمكن ان تلعبه في التنمية الاقتصادية والاجتماعية على حد سواء و ذلك من خلال مساهمتها في :

- تنويع مصادر الدخل من خلال إنتاج السلع البديلة للواردات و إمداد المشروعات الكبيرة بما تحتاجه من مدخلات إنتاج، إضافة إلى إمكانية توسيع الأنشطة التصديرية لهذه المنشآت، بحيث تدعم مساهمة القطاع الخاص في الناتج المحلي الإجمالي.
- توفير فرص العمل للمواطنين و تقليل مشكلة البطالة.

- خلق هيكل صناعي متكامل قادر على جذب الاستثمارات المحلية.
- إضافة إلى ما سبق فإن الهدف المنشود من وراء تنمية و تطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لا يقف عند تحقيق

تنمية اقتصادية مستقلة و إنما يتعدى ذلك إلى تحقيق تنمية بالمفهوم الحديث.²²

- توفير المجال الواسع للتجديد و الابتكار و التطوير.

- القدرة على المنافسة من حيث الجودة، السعر، التميز... الخ²³.

رابعا: دور الشراكة الاورو جزائرية في تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

ظهر مصطلح التأهيل من خلال التجربة البرتغالية سنة 1988 في إطار إجراءات المرافقة لتكامل البرتغال مع أوروبا بحيث كان يسمى بالبرنامج الاستراتيجي لتنشيط وتحديث الاقتصاد البرتغالي، ثم أصبح المصطلح خاص بدول العالم الثالث خاصة التي تنتهج النظام الاشتراكي وغيرت وجهتها نحو اقتصاد السوق لتصبح بحاجة إلى برنامج تأهيل اقتصاديا.

وعرفت منظمة الأمم المتحدة للصناعة ONUDI سنة 1995 التأهيل على أنه: "مجموعة برامج توضع لتسهيل اندماج اقتصاديات الدول النامية في الاقتصاد الدولي الجديد والتكيف مع مختلف التغيرات"²⁴.

كما تعرف ONUDI التأهيل على أنه: "عبارة عن مراحل تطوير مستمرة تهدف إلى تحضير وتكييف المؤسسة ومحيطها وفق متطلبات التبادل الحر وهذا لتقوية نقاط القوة وامتصاص نقاط الضعف التي تتعلق بالمؤسسة."²⁵

ونقصد بتأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة إجراء مستمر للتدريب و التفكير و الإعلام و التحويل بهدف الحصول على توجيهات جديدة و أفكار للمقاولين و طرق تسيير ديناميكية مبتكرة.

1. البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة: يندرج هذا البرنامج في إطار القانون التوجيهي المتضمن ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لاسيما المادة 18 التي تنص على قيام وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إطار تأهيل هذه المؤسسات بوضع برامج التأهيل المناسبة من أجل تطوير تنافسية المؤسسات وكذا ترقية المنتج الوطني ليستجيب للمقاييس العالمية.²⁶ ولقد صادق عليه مجلس الوزراء في 08 مارس 2004 وانطلقت أولى مراحلها منذ بداية سنة 2007 بعد استكمال آليات تنفيذه، في إطار تعزيز التنمية المستدامة للاقتصاد الوطني من خلال تحسين ودعم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واكتسابها لعناصر التسيير الراشد باعتماد التقييس والابتكار التكنولوجي.²⁷ ويمتد على مدار 06 سنوات ويتم تمويله من طرف صندوق تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حيث تقدر الميزانية المخصصة له بـ 06 مليار دج.²⁸

وتتمثل الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج في التالي:²⁹

- وضع مخطط أعمال لتطوير تنافسية المؤسسات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة.

- إعداد وتنفيذ سياسة وطنية لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتحسين تنافسياتها.

- التفاوض حول مخططات ومصادر تمويل البرنامج.

- تحضير وتنفيذ ومتابعة برنامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- وضع بنك للمعلومات يخص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل تحسين تنافسياتها.

ومنذ بداية البرنامج وإلى غاية ماي 2010 فقد تم تسجيل النتائج التالية:³⁰

1700 مؤسسة صغيرة ومتوسطة أبدت رغبتها في الانخراط في البرنامج الوطني للتأهيل، وتقدمت منها 529 مؤسسة بطلب الانخراط في البرنامج ومن بين هذه المؤسسات نجد 206 ملف جاهز للدراسة أما 351 مؤسسة فقد انطلقت في إجراءات التأهيل. ومن بين 351 مؤسسة هناك 279 مؤسسة استفادت من عمليات تشخيص قبلي أو تشخيص استراتيجي بينما استفادت 32 مؤسسة من كافة عمليات التأهيل. وقد شملت عمليات التأهيل مجموعة من الميادين أهمها: التنظيم، نظام تسيير الجودة، التسويق، المنتج المبتكر، تكاليف الإنتاج، تسيير الإنتاج، تسيير الموارد البشرية.

2. البرنامج الأورو متوسطي لتأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة: في إطار اتفاقية الشراكة الأورو جزائرية عمل الاتحاد الأوروبي على وضع برنامج خاص يعمل على دعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، و ذلك للارتقاء بها إلى مستوى عال يمكنها من مواجهة المنافسة الأجنبية.³¹

و لهذا تبنت الجزائر برنامج تأهيل أورو متوسطي و لقد أخذ البرنامج اسم أورو تنمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالجزائر.

1.2. التعريف بالبرنامج الأورو متوسطي لتنمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالجزائر: هذا البرنامج هو جزء من برنامج ميداء، و هو موجه للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة التابعة للقطاع الخاص و يهدف إلى تأهيل هذا النوع من المؤسسات و مساعدتها و ذلك بتقديم الحلول التي من شأنها أن ترفع من قدراتها في الإدارة و التسيير و تحسين أدائها الاقتصادي و من ثم الرفع من قدراتها التنافسية.

و هو برنامج ممول من طرف الاتحاد الأوروبي و وزارة الصناعات الصغيرة و المتوسطة و الصناعات التقليدية بميزانية قدرها 62.9 مليون أورو لمدة 5 سنوات و تبلغ مساهمة الاتحاد الأوروبي 57 مليون أورو، و تساهم الدولة الجزائرية بـ 3.4 مليون أورو أما 2.5 مليون أورو فهي حصة المؤسسات المنخرطة و المستفيدة من البرنامج.³²

و يمثل الجدول التالي مصادر تمويل البرنامج الأورو متوسطي لتنمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

جدول رقم (02): برنامج تمويل EDPME

المبلغ	%	مصادر لتمويل
57.000.000	91%	الاتحاد الأوروبي
3.400.000	5.4%	الدولة الجزائرية
2.500.000	4.6%	المؤسسات المنخرطة
62.900.000	100%	المجموع

المصدر: بقعة الشريف العايب عبد الرحمان، مسار تأهيل المؤسسات الاقتصادية في ظل اتفاق الشراكة الأورو جزائرية، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول "آثار و انعكاسات اتفاق الشراكة على الاقتصاد الجزائري و على منظومة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة"، جامعة فرحات عباس، سطيف، يومي 13 / 14 نوفمبر 2006، ص 18.

بدأ البرنامج نشاطه في أكتوبر 2002 و تقرر إنجازه في 2007 مع وجود إمكانية تمديده إذا أرادت السلطات العمومية ذلك، يتم إدارة البرنامج من جهة الاتحاد الأوروبي اللجنة الأوروبية و من جهة الجزائر وزارة الشؤون الخارجية و ذلك بمقر رئيسي بالجزائر العاصمة و فروع جهوية في كل من العاصمة و عنابة و سطيف و وهران و غرداية.

2.2. أهداف البرنامج: و تقسم أهداف البرنامج إلى أهداف خاصة و هدف إجمالي كما يلي:³³

● الهدف الإجمالي: تأهيل و تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة التابعة للقطاع الخاص فقط ليساهم بجزء كبير في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية للجزائر.

● الأهداف الخاصة: و تتمثل في:

- تطوير قدرات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الخاصة لتتكيف مع متطلبات اقتصاد السوق.
- تحسين طرق الحصول على المعلومة المهنية لرؤساء المؤسسات و المتعاملين الاقتصاديين في القطاع العام و الخاص.

- الإشباع الجيد للاحتياجات المالية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة .
- تطوير المحيط المقاولاتي بواسطة المنشآت والمنظمات التي تختص مباشرة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- مساعدة الهيئات الحكومية لوزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مؤسسة تسيير المناطق على التكفل بانشغالات هذه الفئة من المؤسسات.³⁴

3.2. النتائج المنتظرة من البرنامج: قصد تحقيق الهدف المسطر، فقد تم وضع جملة من النتائج يتوقع من البرنامج أن يصل إليها و تتمثل في:³⁵

- تحسين قدرات 3000 مؤسسة صغيرة و متوسطة من القطاع الخاص و جعلها قادرة على التأقلم مع المتغيرات الجديدة و المنتظرة للاقتصاد الجزائري.

- تحسين ظروف حصول هذه المؤسسات على المعلومات الاقتصادية.
 - مساعدة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على الوصول إلى مصادر التمويل المناسبة.
 - مساعدة و دعم الجمعيات و الهيئات المعنية مباشرة بقطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.
- 4.2. نشاطات البرنامج:** للوصول إلى تحقيق النتائج المنتظرة، سطر البرنامج لنفسه التحرك ضمن المحاور الثلاثة التالية:

المحور الأول: الدعم المباشر للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة: و يكون من خلال:

- التشخيص الشامل للمؤسسات متبوعا بعمليات تأهيل .
 - صياغة مخططات التمويل الموجهة للحصول على قروض بنكية.
 - عمليات تكوين و تدريب موجهة بالدرجة الأولى لأصحاب و مسيري المؤسسات.
- المحور الثاني: مساعدة المؤسسات و الهيئات المالية التي تقدم الدعم المباشر للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة و ذلك من خلال:

- مساعدة المؤسسات المالية في تطوير وسائل تمويل موجهة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة.
 - إنشاء صندوق لضمان القروض من شأنه مساعدة المؤسسات في تمويل مخططاتهم الاستثمارية.
- المحور الثالث: مساعدة المؤسسات و الهيئات العمومية و الخاصة التي تقدم الدعم المباشر للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة و يكون ذلك من خلال ترقية و دعم الجمعيات المهنية و جمعيات أرباب العمل.

5.2. شروط البرنامج: تتمثل الشروط التي يجب أن تتوفر في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حتى يمكنها الاستفادة من المساعدات التي يمنحها البرنامج في ما يلي:³⁶

- لا بد أن تكتب المؤسسة أنها دخلت مرحلة الاستغلال لمدة 3 سنوات.
 - أن توظف ما لا يقل عن 20 عامل و ما لا يزيد عن 250 عامل.
 - أن تقوم بالتصريح و التسديد للضرائب بشكل عادي.
 - أن تكون منخرطة بصندوق الضمان الاجتماعي و تسدد مستحقاتها بشكل منتظم.
- و عموما فإن البرنامج موجه إلى القطاع الصناعي الخاص فقط و المتمثل في: الصناعة الغذائية، الصناعات النسيجية و الملابس، صناعات مواد البناء، الصناعات الجلدية و الأحذية، الصناعات الميكانيكية و المعدنية، الصناعات الالكترونية و الكهربائية، صناعات الخشب و الأثاث.

6.2. المساعدات التي يمنحها البرنامج: في إطار العمليات التي تدخل ضمن مجالات نشاط البرنامج و وفق المحور الموجهة له العملية يتم منح مساعدات مالية على الشكل التالي:

- عندما يتعلق الأمر بتشخيص مسبق فالعملية مجانية بالنسبة للمؤسسة باعتبار أن الذي يقوم بها هو مسؤول الفرع الجهوي أو أحد الخبراء المتواجدين.
- عندما يتعلق الأمر بتشخيص شامل يتحمل البرنامج 80% من تكلفة العملية و الباقي على عاتق المؤسسة.
- عندما يتعلق الأمر بعملية تأهيل من النوع الثانوي يتحمل البرنامج من 30% إلى 50% من تكلفة العملية و الباقي على عاتق المؤسسة.

7.2. عمليات التأهيل التي يمولها البرنامج: إن المجالات التي يهتم بها البرنامج في تأهيله للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة هي كالتالي:

- صياغة إستراتيجية نمو المؤسسة مع التركيز على التموقع الاستراتيجي المناسب و المرتقب للمؤسسة.
- إدخال وظيفة التسويق داخل المؤسسة.
- تأهيل الوظيفة الإنتاجية بإدخال وظيفتي الصيانة و الرقابة على الجودة.
- الرفع من الكفاءة الإدارية للمؤسسة بالتركيز على التنظيم .
- الاهتمام بالوظيفة المالية و المحاسبية مع التركيز على ضرورة تقديم المعلومات الحقيقية.
- الاهتمام بوظيفة مراقبة التسيير.
- الاهتمام بوظيفة التمويل و المشتريات مع التركيز على إدارة المخازن.
- ترقية الصادرات.

8.2. المنهجية المعتمدة من طرف البرنامج: إن المنهجية التي يعتمدها البرنامج في نشاطه تتركز على إتباع ما يلي:³⁷

- التقرب من المؤسسات و التعرف على تلك التي تمكنها الاستفادة من البرنامج و محاولة إقناعها بالانخراط في البرنامج.

- انتقاء المؤسسات المستفيدة وفق شروط موضوعة مسبقا.
- القيام بعملية تشخيص مسبق للمؤسسة .
- الاتفاق مع مسيري المؤسسة على أول عملية تأهيل يرغب القيام بها بعد دراسة نتائج التشخيص المسبق.
- الشروع في تنفيذ عملية التأهيل من طرف خبير أو فريق مكون من خبيرين متخصصين، يرافق القيام بهذه العملية القيام بتشخيص معمق للمؤسسة و محيطها و صياغة مخطط تأهيل مفصل.
- لقد اعتمد البرنامج تنظيم معين لبلوغ أهدافه و المتمثل فيما يلي:

✓ فرع الشرق: المقر عنابة و يضم: عنابة، قسنطينة، الطارف، قالمة، سوق أهراس، سكيكدة، تبسة، أم البواقي.

✓ فرع الجنوب: غرداية و يضم: غرداية، الجلفة، الأغواط، بسكرة، الواد، ورقلة، إيليزي، أدرار، تامنراست.

✓ الفرع المركزي: بالجزائر العاصمة و يضم: الجزائر العاصمة، تيزي وزو، البليدة، بومرداس، تيبازة، البويرة، المدينة،

تيسمسيلت.

✓ فرع الغرب: المقر وهران و يضم: وهران، الشلف، تلمسان، سعيدة، مستغانم، سيديلعباس، معسكر، تيارت، عين الدفلى، النعامة، البيض، غيليزان، بشار، عين تموشنت.

✓ الفرع المركزي بالشرق: المقر سطيف و يضم: سطيف، بجاية، باتنة، برج بوعرييج، ميله، جيجل، مسيلة.

9.2. تقييم البرنامج: رغم حدوثه يمكن برنامج التعاون الأوروبي الجزائري لدعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من تحقيق بعض النتائج، سواء في ما يتعلق بعمليات التأهيل أو دعم المتعاملين الماليين أو في ما يخص بدعم المحيط المؤسساتي، لكنها تبقى غير كافية طالما لم تتخذ إجراءات صارمة في ما يخص تأهيل هذه المؤسسات من نواحي عديدة لتتمكن من منافسة المؤسسات الأجنبية.

جدول رقم (03): توزيع أنواع عمليات التأهيل التي قام بها البرنامج في المؤسسات.

نوع العمليات	عدد العمليات	نسبة العمليات
سعر التكلفة	96	10%
التمويل	105	11%
نسبة الإنتاج	211	22%
الإعلام الآلي	29	3%
التسويق	105	11%
الإدارة	355	37%
التوعية	58	6%
المجموع:	959	100%

المصدر: بن يعقوب الطاهر، آثار اتفاق الشراكة الأوروبية الجزائرية على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي

حول "آثار و انعكاسات اتفاق الشراكة على الاقتصاد الجزائري و على منظومة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة"

جامعة فرحات عباس، سطيف يومي 14/13 نوفمبر 2006، ص 16.

من خلال الجدول نلاحظ عدم التوازن في عدد العمليات بالنسبة لوظائف المؤسسة و هذا ما تسبب في عدم بلوغ

أهدافها، ذلك أن هذه الوظائف مرتبطة و تعتمد على بعضها البعض.

و بما أن مشروع التأهيل الذي يشرف عليه برنامج EDPME لفائدة مؤسساتنا الصغيرة و المتوسطة، عرف سيراً بطيئاً

إلا أن الحكم على النتائج المتوصل إليها لازل سابقاً لأوانه، ذلك أن فترة عمل البرنامج لم تنتهي بعد و نجاحه يبقى مرهوناً بمدى

اهتمام المؤسسات بالتسيير و التسويق و الإعلام الآلي، و خاصة التكيف و التأقلم مع البيئة التي يعمل فيها.

من خلال تقييم برنامج ميداء، يمكن القول أنه و إلى جانب ضآلة المبالغ الممنوحة خيب آمال و تطلعات دول جنوب

شرق البحر الأبيض المتوسط ككل. فكثير من التعهدات الممنوحة في إطار ميداء¹ ما تزال جامدة و لم تعرف بعد، فنسب

التسديد كانت في غاية الضعف، حيث لم تمثل سوى 58.2% بالنسبة للجزائر و تعود أسباب هذا التأخير في صرف التعهدات

بالنسبة للجزائر إلى عدة عوامل هي:³⁸

- الجمود الإداري الذي تتميز به الإدارة الجزائرية.
- تعقد الإجراءات المختلفة التي تميز هذه الأداة خصوصاً تلك التي يطالب بها الإتحاد الأوروبي .
- حداثة الأداة و طبيعة المشروعات التي تتطلب عادة وقتاً طويلاً نسبياً.

إن ما يمكن استخلاصه من التعاون المالي الممنوح من قبل الإتحاد الأوروبي في إطار ميديا، أنه لا يمكن له أبدا أن يعوض الخسائر التي قد تلحق الاقتصاد الوطني، فيتوقع أن تصل خسائر التفكيك الجمركي إلى حدود 5 ملايين دولار بالنسبة للجزائر خلال الفترة المحددة، و الأسوأ هو احتمال فقدان 500 ألف فرصة عمل في سوق العمل تطبيقا لهذا الاتفاق الذي يهدف إلى تحرير الاقتصاد الوطني و فتح أسواق جديدة.

و من بين الشركات الأكثر تضررا بتفكيك التعريف الجمركية هي شركات قطاع الصناعات الغذائية، النسيج و الجلود إلى جانب مواد البناء و تم تشخيص سبعة انعكاسات ستنجم عن تطبيق الشراكة مع الإتحاد الأوروبي:

- متوسط سعر الاستيراد سيتراجع بنسبة 7.5%.
- الناتج الداخلي الخام يسجل تراجعا طفيفا 1.68% و هو ما يعادل تراجعا في الإنتاج بقيمة 58 مليار دج.
- الميزان التجاري مع الإتحاد الأوروبي سيتراجع على حساب الجزائر.
- الواردات من بقية العالم ستنخفض بنسبة 15% بسبب تحول الواردات الجزائرية من باقي أنحاء العالم نحو الإتحاد الأوروبي، و بسبب أيضا تراجع النشاط الاقتصادي في الجزائر .
- مؤشر الأسعار عند الاستهلاك سينخفض.
- الاستهلاك النهائي للأسر و الإدارة العمومية سينخفض.

النتائج و التوصيات:

من بين النتائج الممكن استخلاصها مايلي:

- يتميز اتفاق الشراكة مع الإتحاد الأوروبي بالإضافة إلى ديمومته، بالشمولية وإرساء قواعد للعلاقات الدائمة بين الطرفين، ودعم التعاون بينهما في العديد من الميادين نذكر منها بالخصوص: الصناعة، الفلاحة، الخدمات، التكنولوجيا، التكوين، وكذلك الميادين الاجتماعية والثقافية. وقد أقر اتفاق الشراكة بصفة خاصة إرساء منطقة للتبادل الحر.
- تشهد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر تطورا ملحوظا، إلا أنها تعاني من جملة من الصعوبات أهمها الصعوبات التسييرية والتمويلية والتكنولوجية مما يتطلب الاهتمام الجدي بها.
- إن النتائج المحققة من برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ظل اتفاقية الشراكة الاورو جزائرية المسطرة جد ضئيلة مقارنة بأهمية هذه البرامج في تحسين تنافسية هذه المؤسسات ورفع كفاءتها.
- ومن خلال هذه النتائج نقدم جملة من التوصيات أهمها:
- لنجاح اتفاقية الشراكة الاورو متوسطة لابد من مواصلة سياسة الإصلاح الاقتصادي واستكمال تحرير الاقتصاديات العربية و خصوصية المؤسسات العمومية، بالإضافة إلى الاستفادة من الفترات الإنتقالية التي يمنحها الاتفاق للتأقلم مع الظروف والمستجدات الجديدة وخصوصا في مجال الزراعة والصناعة.
- العمل على دعم القوة التفاوضية للجزائر و باقي الدول المتوسطة و ذلك من خلال التفاوض ضمن تحالفات و تحادات إقليمية عربية أو افريقية مثل الإتحاد المغاربي، أي كسب قوة اقتصادية معتبرة عن طريق الوصول إلى درجة التكامل الاقتصادي و ذلك لان الموقع التفاوضي الذي تكتسبه يسمح لها بفرض جزء من مخططاتها أمام قرارات الإتحاد الأوروبي.
- يجب على السلطات الجزائرية الاهتمام بقطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، من خلال الاهتمام بعمليات التأهيل الموضوعية و متابعتها ، كما يجب الاهتمام بتأهيل الفرد البشري باعتباره اساس تحقيق التميز في المؤسسة.

المراجع والهوامش:

- ¹: أحمد كابت، خلفيات الشراكة الأوروبية المتوسطية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علاقات دولية، كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2001/2000، ص 80.
- ²: أحمد سيد النجار و آخرون، التحولات الاقتصادية العربية و الألفية الثالثة، المؤسسة العربية للدراسات و النشر، بيروت، 2004، ص 65.
- ³: مسعداوي يوسف و آخرون، الشراكة الأورو متوسطة - الجزائرية، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الأول حول "المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و تحديات المناخ الاقتصادي الجديد"، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، يومي 23/22 أبريل 2003، ص 7.
- ⁴: رميدي عبد الوهاب و سمائي علي، الآثار المتوقعة للاقتصاد الوطني من خلال إقامة منطقة التبادل الحر الأورو جزائري، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول "آثار و انعكاسات اتفاق الشراكة على الاقتصاد الجزائري و على منظمة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة"، جامعة فرحات عباس، سطيف، يومي 14/13 نوفمبر 2006، ص 6.
- ⁵: براق محمد و ميموني سمير، الاقتصاد الجزائري و مسار برشلونة دراسة تحليلية للجانب الاقتصادي لاتفاقية الشراكة الأورو جزائرية، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول "الآثار و انعكاسات اتفاق الشراكة على الاقتصاد الجزائري و على المنظمة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة"، جامعة فرحات عباس، سطيف، يومي 14/13 نوفمبر 2006، ص 5.
- ⁶: حسن نافعة، اتفاقية الشراكة الأورو متوسطية بين الفرص و المخاطر، الموقع الإلكتروني: [www.mauraten.org/economy/10-04/economy-04102004.11:30 à 17/11/2013.consulte le:](http://www.mauraten.org/economy/10-04/economy-04102004.11:30%20%40%2017%2F11%2F2013.consulte%20le%3A)
- ⁷: بوهيدلسليم، آثار برامج التمويل الأورو على إعادة تأهيل القطاع الصناعي الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص نقود و تمويل، العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2006/2005، ص 20.
- ⁸: الطاهر هارون و عادل بلجبل، المساعدات المالية في اطار برنامج PHARE و MEDA لماذا الاختلاف؟، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول "آثار و انعكاسات الشراكة على الاقتصاد الجزائري و على منظمة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة"، جامعة فرحات عباس، سطيف، يومي 14/13 نوفمبر 2006، ص 2.
- ⁹: ليليا بن منصور، الشراكة الاجنبية و دورها في تمويل قطاع المحروقات بالجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2004/2003، ص 23.
- ¹⁰: محمد مدحت عزمي، الواردات و الصادرات و التعريفات الجمركية مع دراسة السوق العربية المشتركة، مكتبة و مطبعة الاشعاع الفنية، الاسكندرية، 2002، ص 282.
- ¹¹: الطاهر هارون و عادل بلجبل، مرجع سابق، ص 5-6.
- ¹²: المندري سليمان، السوق العربية المشتركة في عصر العولمة، ط 2، مكتبة مدبولي ميدان طلعت حرب، القاهرة، 2004، ص 250.
- ¹³: شهرزاد زغيب و لمياء عماني، الاقتصاد الجزائري و متطلبات الشراكة الأورو جزائرية، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول "آثار و انعكاسات الشراكة على الاقتصاد الجزائري و على منظمة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة"، جامعة فرحات عباس، سطيف، يومي 14/13 نوفمبر 2006، ص 5.
- ¹⁴: بلال احمية، دور التمويل بالمشاركة في تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية في ظل الشراكة الأورو عربية، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول "منظمات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية"، جامعة حسينية بن بوعللي، الشلف، يومي 18/17 أبريل 2006، ص 448.
- ¹⁵: بوهيدلسليم، مرجع سابق، ص 24.
- ¹⁶: براق محمد و ميموني سمير، مرجع سابق، ص 8-9.
- ¹⁷: زايد بلقاسم و بلحسن هواري، اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأورو على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول "آثار و انعكاسات اتفاق الشراكة على الاقتصاد الجزائري و على منظومة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة"، جامعة فرحات عباس، سطيف، يومي 14/13 نوفمبر 2006، ص 3.
- ¹⁸: غراب رزيقة و رقاد سليمة، آثار و انعكاسات الشراكة على الاقتصاد الجزائري و آثار اتفاق الشراكة على القطاع الصناعي و مؤسساته الصغيرة و المتوسطة، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول "آثار و انعكاسات اتفاق الشراكة على الاقتصاد الجزائري و على منظومة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة"، جامعة فرحات عباس، سطيف، يومي 14/13 نوفمبر 2006، ص 1.

- 19 : ناصر دادي عدون و عبد الرحمان بابنات، دراسة حول تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و تحسين تنافسيتها مع نظرة اولية حالة الجزائر،مجلة الإصلاحات الاقتصادية و الاندماج في الاقتصاد العالمي، المدرسة العليا للتجارة،الجزائر،العدد03، 2007،ص 29.
- 20 : بن يعقوب الطاهر، "آثار اتفاق الشراكة الأورو جزائرية على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة"، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول "آثار و انعكاسات اتفاق الشراكة على الاقتصاد الجزائري و على منظومة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة"، جامعة فرحات عباس، سطيف، يومي 14/13 نوفمبر 2006، ص 6-7.
- 21 : غراب رزيقة و رقاد سليمة،مرجع سابق، ص 2.
- 22 : غياط شريف و بوقموم محمد،التجربة الجزائرية في تطوير و ترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و دورها في التنمية،مداخلة مقدمة حول "متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية"،جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، يومي 18/17 أفريل 2006،ص110.
- 23 : بوحروور فتيحة و عظيمي دلال،تطبيق إدارة الجودة الشاملة لتأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية في ظل الشراكة الأورو مغاربية، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول " حول "آثار و انعكاسات اتفاق الشراكة على الاقتصاد الجزائري و على منظومة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة"، جامعة فرحات عباس، سطيف، يومي 14/13 نوفمبر 2006،ص06.
- 24 : عديسة شهرة،مرجع سابق، ص 117.
- 25 : ناصر دادي عدون و عبد الرحمان بابنات،مرجع سابق، ص 47.
- 26 : القانون رقم 01-18 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 77 الصادر بتاريخ 15 ديسمبر 2001، ص 07.
- 27 : مصطفى بن بادة، استحداث 200 ألف مؤسسة مصغرة توفر مليون منصب شغل، جريدة الشروق اليومي بتاريخ 04 جوان 2009، العدد 2628، ص 07.
- 28 : Mustapha Ben Bada, la Mise à Niveau des PME/PMI, Ministère de la PME et de l'Artisanat, Algérie, Novembre 2006,,P 32.
- 29 : Étude de faisabilité du programme national de mise à niveau de la PME, Ministère de la PME et de l'Artisanat, Algérie, Octobre 2003,P 05.
- 30 : رشيد موساوي، نتائج البرنامج الوطني للتأهيل، الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجزائر، 13/12 ماي 2010، ص ص 04-05.
- 31 : بن يعقوب الطاهر،مرجعسابق،ص 11.
- 32 : بقة الشريف و العايب عبد الرحمان،مرجعسابق،ص 17.
- 33 :عديسة شهرة،مرجع سابق،ص126.
- 34 :بوهيدلسليم،مرجع سابق،ص115.
- 35 : بقة الشريف و العايب عبد الرحمان مرجع سابق ص 18 .
- 36 : المرجع السابق، ص 19.
- 37 :المرجع السابق،ص20.
- 38 : بن يعقوب الطاهر، مرجع سابق، ص16.

مقدمة

تعتبر السياحة ظاهرة اجتماعية وإنسانية وصناعة من الصناعات الحديثة غير التقليدية تخضع لظروف العرض والطلب مثلها مثل أي سلعة من السلع الأخرى، فالطلب عليها يكمن في الدول المصدرة للسائحين باعتبارها المصدر الرئيسي لهذا الطلب لذلك فإن دراسة الطلب السياحي تمثل أحد الموضوعات الهامة التي اهتم بها الباحثون والخبراء السياحيين. فالسوق السياحي يتكون من عدة شرائح سوقية مختلفة من جهة وتشابه من جهة أخرى مثل المستهلكين ذات الصفات والخصائص المتشابهة ومن خلال ذلك فإن الطلب السياحي يتكون من مزيج متداخل العناصر المختلفة، كالرغبات والحاجات والميول والقدرة الشرائية... وبذلك وجب دراسة جميع جوانبه وبطريقة دقيقة ومن دون إهمال أي جانب من جوانبه ومن خلال هذه الدراسة التي تهتم بدراسة الطلب على المبيت للفنادق حسب درجة تصنيفها وحسب كل ولاية من ولايات القطب السياحي شمال وسط حيث سنحاول الإلمام بكل عناصر الطلب ومتغيراته ودراسته بشكل دقيق وذلك من خلال طرح الاشكالية التالية : كيف يمكن تحليل الطلب على الخدمات الفندقية (مبيت) باستعمال متوسطات مبيت السائح حسب كل صنف من أصناف الفنادق وكل ولاية من ولايات القطب السياحي؟ ولإجابة على هاته الاشكالية سنتطرق للمحاور الاربعة التالية :

1- ماهية الطلب السياحي.

2- خصائص ومحددات الطلب السياحي

3- مرونة الطلب السياحي

4- تحليل متوسطات الطلب لليلالي المبيت للقطب السياحي شمال وسط.

1 : ماهية الطلب السياحي وأنواعه

يلعب الطلب السياحي دورا مهما في مختلف الأسواق السياحية لأنه يعد من العوامل المهمة المحددة لأنواع وكميات السلع والخدمات المنتجة، لذلك يعتبر مؤشرا على موقف المستهلكين تجاه مختلف السلع والخدمات الذي ينتج عنه موقف الشراء وبالتالي فإنه يعبر عن العلاقة بين متغيرات هي السعر والرغبة في الشراء والقدرة على الشراء وتوفر الوقت اللازم والظروف المناسبة.

1-1- تعريف الطلب بشكل عام:

- يعرف الطلب بأنه رغبة المستهلك في الحصول على سلعة أو خدمة مقابل ثمن معين وفي وقت معين².

- هي الكمية التي تنوي مجموعة من المستهلكين شراءها وقادرة على ذلك من سلعة معينة وبسعر محدد في زمان ومكان

محدد³.

من التعاريف نستنتج أن رغبة المستهلك والقدرة على الشراء السلعة أو الخدمة بالسعر المحدد والوقت المحدد حتى يكون طلب حقيقي فضلا عن العوامل الأخرى المحددة، والمؤثرة على الطلب مثل دخل الأفراد وعدد المستهلكين وأسعار السلع المنافسة للسلعة (البديلة) والمكملة لها وتوقعات المستهلكين....

ومن خلال دراسة الطلب على المبيت نجد الفنادق تتنافس فيما بينها وهي في نفس الوقت بدائل لبعضها البعض وخاصة

أنها تختلف من حيث درجة التصنيف فبدلك يعتبر كل واحد محدد للطلب بالنسبة لمنافسه الأخرى

1-2- تعريف الطلب السياحي

اختلف الباحثون في وضع تعريف محدد للطلب السياحي حيث يعد الطلب السياحي من المفاهيم الأساسية في حركة السياحة بشقيها الداخلي والخارجي والذي يمثل شخصية السائح المستهلك ويعد عنصرا مهما في التنمية السياحية ونحاول إبراز أهم التعاريف الواردة في الطلب السياحي ومنها:

- الطلب السياحي هم الأشخاص الذين لديهم القدرة على السفر إلى احد أماكن القصد السياحي لغرض معين⁴.
- ويعرف الطلب السياحي على أنه "العدد الإجمالي للزائرين في منطقة معينة، وفي مدة محددة"⁵.
- الطلب السياحي هو رغبة السائح في شراء منتج سياحي معين أو زيارة منطقة أو دولة سياحية بذاتها قوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة تمثل الدوافع والقدرات والميول والحاجات الشخصية التي يتأثر بها المستهلكون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة معينة.

- الطلب السياحي هو العدد الكلي للأشخاص الذين يسافرون أو يرغبون في السفر لأجل استعمال التسهيلات والخدمات السياحية في أماكن بعيدة عن مجال إقامتهم وأعمالهم المعتادة⁶.
- من خلال التعاريف السابقة يمكن أن نستنتج شروط تحقق الطلب ملخصة فيما يلي :
- الحاجة و الرغبة هي عبارة عن شرط لازم للطلب و لكن غير كافي حتى يكون طلب حقيقي؛
- توفر القدرة الشرائية للسائح؛

- ارتباط الطلب السياحي بمنطقة معينة سواء داخل الوطن أو خارجه؛
- ارتباط الطلب السياحي بفترة زمنية محددة حتى نستطيع قياسه و مقارنته ؛
- ارتباط الطلب السياحي بالسعر.

1-3- أنواع الطلب السياحي:

يمكن تقسيم الطلب السياحي إلى عدة أنواع وهي على الأتي:

1-3-1- الطلب السياحي حسب المكان :

- الطلب السياحي المحلي (الداخلي) : وهم السياح الذين ينتقلون من مكان إقامتهم إلى مكان آخر (منطقة سياحية) داخل الوطن و لأغراض سياحية لا لقصد العمل.
- الطلب السياحي الخارجي : و يشمل عدد السياح الأجانب الذين ينتقلون من بلادهم إلى بلاد أخرى و لأغراض سياحية لا من أجل العمل⁷.

1-3-2- حسب نوعية الطلب :

ينقسم هذا النوع إلى ثلاثة أنواع كالتالي:

- طلب سياحي عام : يقصد به الطلب على إجمالي الخدمات السياحية بشكل عام، بغض النظر عن النوع والوقت⁸ والمدة ويرتبط هذا النوع من الطلب بالدولة كلها وليس ببرنامج سياحي خاص وتتميز بهذا الطلب الدول المتقدمة

- سياحيا كالطلب السياحي في فرنسا ، إسبانيا ، أمريكا ... إلخ.
- طلب سياحي خاص : المقصود بالخاص هنا معناه وفقا لبرنامج سياحي معين (خاص) سواء لسائح واحد أو مجموعة من السياح يربطهم نفس البرنامج لإشباع حاجات سياحية معينة .
 - الطلب السياحي المشتق : يرتبط هذا النوع من الطلب بالخدمات السياحية المكتملة أو المكونة للبرنامج السياحي مثل الطلب على الفنادق، الطلب على شركات الطيران، الطلب على شركات النقل السياحي أو الوكالات السياحية، الطلب على المأكولات والأطعمة، وتسعى أغلب الدول لتحويل الطلب المشتق إلى طلب خاص ثم طلب عام عن طريق توفير برامج سياحية متنوعة ومختلفة وبأسعار متنوعة⁹.

1-3-3- طلب سياحي حسب الوقوع :

- وبدوره ينقسم هذا الطلب إلى ثلاثة أنواع وهي:
- الطلب السياحي الفعال: هو الذي تتوفر فيه جميع أركان الطلب مثل الرغبة ووقت الفراغ والقدرة على الدفع إضافة إلى مدى توفر الظروف المناسبة ويمثل هذا الطلب إجمالي عدد السياح الداخلين والقادرين على دفع النفقات السياحية.
 - الطلب السياحي الكامن : الطلب السياحي الكامن أو المحتمل يتمثل في الأشخاص الذين يتمنون ممارسة النشاط السياحي و لكن يحول دون ذلك عدم توفر أحد العناصر الأساسية للطلب و من بينها الأتي¹⁰ :
 - عدم القدرة على دفع مصاريف الرحلة السياحية ؛
 - عدم توفر الظروف المناسبة ؛
 - عدم الحصول على المعلومات الكافية ؛
 - عدم توفر وقت فراغ متاح ؛
 - ضعف وسائل الإعلان والترويج للمنتج السياحي.
 - الطلب السياحي المؤجل : وهم الأشخاص الذين تتوفر لديهم جميع العناصر الأساسية للطلب كالرغبة والقدرة المادية و الوقت وتوفر لديهم الظروف الاجتماعية إلا أنهم يجهلون التسهيلات الخاصة أو أنهم يطمحون إلى أنشطة سياحية جديدة و غريبة التي لا تتوفر فيها عرض في الأسواق السياحية لاسيما إن كان الطلب السياحي بدافع حب الظهور خاصة أن تعلق الأمر بطبقة النخبة .

2 : خصائص و محددات الطلب السياحي

- تتنوع المنتجات والخدمات السياحية فبذلك يتنوع الطلب السياحي وخصائصه عن باقي السلع والخدمات الأخرى المطلوبة وخاصة أن الطلب السياحي قد يكون طلب ضروري كما أنه قد يكون كمالي بهذا نجد له خصائص ومحددات أكثر تعقيدا من الطلب على السلع والخدمات الأخرى.

2-1- خصائص الطلب السياحي¹¹

- الموسمية (أوقات الذروة) : تقصد بموسمية الطلب على المنتجات والخدمات السياحية عدم استمرارية الطلب السياحي على طوال العام بنفس المستوى وتختلف أوقات المواسم السياحية من منطقة لأخرى داخل نفس البلد وكذلك تختلف من بلد لآخر.

ونظرا لموسمية الطلب السياحي فإن المنظمات السياحية تلجأ إلى بعض الاستراتيجيات لتحقيق التوازن بين الطلب على المنتجات والعرض لهته المنتجات .

- الحساسية : هي درجة الاستجابة العالية للطلب السياحي وتأثره بمختلف التغيرات الطارئة والتي تحيط به من تقلبات اجتماعية واقتصادية وأمنية فكلما كان البلد مستقر أمنيا واقتصاديا وسياسيا كلما كان الطلب السياحي مستقر في هته البلدان والعكس صحيح كلما كانت هناك تقلبات وأزمات اقتصادية واجتماعية وسياسية كلما كان الطلب السياحي عالي الحساسية ويتأثر سلبا بهته العوامل.

- التوسع : يتميز المنتج السياحي بالتوسع عبر مر الزمن على عكس السلع والخدمات الأخرى التي تتعرض للانكماش بسبب ظهور سلع جديدة أكثر تطور وإشباعا للرغبات نتيجة التطور التكنولوجي المستمر والتغير في الأذواق على عكس السلع والخدمات السياحية وذلك راجع إلى ما يلي :

- ارتفاع مستوى المعيشة وزيادة الدخل في الدول المصدرة للسياح ؛
- زيادة حجم المعلومات المتوفرة عن الدول المستوردة للسائحين نتيجة التطور والتقدم الحاصل في كثير من الدول؛
- التقدم والتطور التكنولوجي والعلمي مما أدى إلى تطور وسائل النقل والمواصلات والاتصالات؛
- ظهور الرحلات السياحية الشاملة التي تنظمها الشركات السياحية في معظم دول العالم بأسعار معقولة مما أثر كثيرا في حجم الطلب السياحي؛
- تحسن ظروف العمل وتغير أنماط الحياة في الدول المصدرة للسائحين جعلت الشعوب تتجه إلى السياحة.

2-2- محددات الطلب السياحي :

هناك عوامل كثيرة تؤثر في الطلب السياحي و هذه العوامل لها أهمية بالغة في بناء المشاريع السياحية و عليه فإننا سنتطرق في هذا العنصر إلى أهم العوامل المؤثرة في الطلب السياحي و منها ما يلي:

- دوافع السائحين : فمن المعروف أن دوافع السائحين تلعب دورا مهما في تحديد حجم الطلب على المنتج السياحي وهو ما يعني أنه كلما تعددت هذه الدوافع كلما زاد الطلب السياحي لذلك وجب على المنظمات العاملة في المجال السياحي تحيين معرفتهم بشكل مستمر لمعرفة الجديد فيما يخص دوافع السياح للسفر ورغباتهم المتجددة.
- المستوى الثقافي للسياح : هناك علاقة طردية بين المستوى الثقافي و حجم الطلب على المنتجات والخدمات السياحية سواء كانت سياحة داخلية أو سياحة خارجية حيث يزيد الطلب السياحي كلما كان هناك مستوى ثقافي عالي وحب التطلع و المعرفة¹².

- دخول السائحين : للدخل المستهلك السائح أهمية كبيرة في تحديد حجم الطلب السياحي لاسيما إذا كان هناك عدالة في توزيعه بين جميع شرائح المجتمع حيث هناك علاقة طردية بين دخل السائح و حجم الطلب السياحي بسبب أن غالبية أفراد المجتمع¹³ سيساهمون في الأنشطة و الفعاليات السياحية ، بسبب قدرتهم المادية التي ستمكنهم من الحصول على السلع و الخدمات كما ينعكس نمو الدخل على المستهلك و على الطلب السياحي من خلال¹⁴ :
 - الزيادة في نسبة عدد السياح؛
 - الزيادة في عدد الرحلات؛
 - تشجيع السائح على السفر إلى مناطق و بلدان بعيدة .
- توقعات السائحين : حسب النظرية الاقتصاد الجزئي فمن محددات الطلب توقعات المستهلكين و هذا ينطبق أيضا على الطلب السياحي فإذا توقع المستهلك إرتفاع أسعار الخدمات و المنتجات السياحية مستقبلا فإن الطلب الحالي يزداد للاستفادة من الأسعار الحالية المنخفضة و العكس صحيح في حالة ما إذا توقع السائح انخفاض الأسعار في المستقبل فإن الطلب السياحي سينخفض بسبب الانتظار للاستفادة من الأسعار المستقبلية المنخفضة و من جهة أخرى توقع السائح لجودة الخدمات السياحية لمنطقة ما و مشبعة لرغبته فإنه سيقوم بزيارتها و العكس صحيح¹⁵ .
- أسعار السلع و الخدمات المنافسة : فنظرا لمرونة الطلب السعرية العالية على المنتجات و الخدمات السياحية فهذا يؤثر على الطلب السياحي لمنطقة ما فإذا انخفض السعر في منطقة ما فهذا الانخفاض سيؤدي إلى زيادة الطلب على المنتجات و الخدمات السياحية لهته المنطقة على حساب منطقة أخرى المنافسة لها .
- معدلات النمو السكاني : يقصد به زيادة عدد المستهلكين في السوق السياحية فزيادة عدد السكان لها تأثير إيجابي في حركة السياحة حيث تعتبر من العوامل الدافعة و الجاذبة إلى المناطق السياحية كما تؤدي زيادة معدلات النمو السكاني و ما يترتب عليه من زيادة أعداد الناشطين اقتصاديا إلى زيادة الطلب السياحي سواء كان طلب داخلي أو طلب خارجي أي هناك علاقة طردية بين نمو عدد السكاني و نمو الطلب السياحي .
- الاستقرار الأمني والسياسي : يرتبط الطلب السياحي ارتباطا وثيقا بالأوضاع السياسية والأمنية سواء كان طلبا داخليا أو خارجيا فالأوضاع السياسية والأمنية لها أثار بالغة في عملية تنشيط الحركة السياحية، ويسهم في خلق الأمن والاطمئنان للسائح مما يجعله يكرر زيارته إلى أماكن القصد السياحي مما يؤدي إلى زيادة حجم الطلب السياحي أي هناك علاقة طردية والعكس صحيح، ففي حالة عدم وجود استقرار سياسي وأمني في البلدان فإنه يؤدي إلى أزمات اقتصادية وتدني مستوى المعيشة للمواطن وبالمحصلة انخفاض الطلب السياحي الداخلي والخارجي بسبب عزوف الناس على زيارة البلدان وأماكن الجذب السياحي¹⁶ .
- الأسعار : تزداد أسعار السلع والخدمات السياحية في موسم الذروة بالخصوص حيث يتوافد عدد كبير من السياح إلى موقع معين، حيث يصبح هذا العدد مضافا إلى سكان ذلك الموقع فيؤدي إلى إرتفاع الأسعار وعكس ذلك في موسم الركود وكما هو معروف من خلال دراستنا لخصائص الطلب السياحي وبالتحديد عند مرونة الطلب السعرية للسلع والخدمات السياحية

حيث نجد هناك علاقة عكسية بين الطلب السياحي وأسعار المنتجات والخدمات السياحية مع إفتراض ثبات العوامل الأخرى . كما تتأثر الأسعار بالمسافة المقطوعة للرحلة فكلما زادت المسافة تزداد تكاليف الرحلة من نقل وإيواء وإطعام فتصبح عملية السفر مكلفة مما يؤدي إلى انخفاض الطلب وبالنهاية انخفاض الأسعار لأن السائح يفضل المستوى المنخفض للأسعار¹⁷

- البنية التحتية : كلما تتوفر مشروعات البنية التحتية كلما تشجع السياح على السفر إلى هته المناطق أو البلدان مثال ذلك : الطرقات ، وسائل النقل ، المياه ، الكهرباء ، الهاتف ، الأنترنات...

3- مرونة الطلب السياحي العالية :

نطلق في تحليلنا لمرونة الطلب على الخدمات السياحية من التحليل الاقتصادي الجزئي فإذا اعتبرنا أن أغلب السلع والخدمات السياحية المطلوبة، هي كمالية ماعدا الطلب على الخدمات السياحة العلاجية والتعليمية فإننا نستطيع القول أن مرونة الطلب في هذه الحالة مرونة عالية بالنظر لنوع السلع والخدمات كمالية أو ضرورية (السلع والخدمات الكمالية عالية المرونة والسلع والخدمات الضرورية يمكن القول أنها ضعيفة المرونة) هذا من زاوية نوع السلع والخدمات. ومما سبق نستطيع إبراز تحليل لمختلف مرونة الطلب على حسب الاعتبار السابق كما يلي¹⁸:

3-1- مرونة الطلب السعرية حالة سلعة أو خدمة كمالية :

يكون الطلب في هذه الحالة عالي المرونة أي نسبة التغير في السعر يكون أقل من نسبة التغير في الطلب مع الإشارة إلى

العلاقة العكسية بين السعر والطلب:

$$ED_p = \frac{\Delta D}{\Delta P} > 1$$

3-2- مرونة الطلب السعرية في حالة سلعة أو خدمة ضرورية :

يكون الطلب في هذه الحالة ضعيف المرونة أي نسبة التغير في السعر أكبر من نسبة التغير في الطلب:

$$ED_p = \frac{\Delta D}{\Delta P} < 1$$

هذه الحالتين الأساسيتين في الواقع العملي بالإضافة إلى الحالات التالية:

- حالة مرونة الطلب السعرية متكافئة المرونة : $ED_p = \frac{\Delta D}{\Delta P} = 1$

- حالة مرونة الطلب السعرية لانهاية المرونة : $ED_p = \frac{\Delta D}{\Delta P} = \infty$

- حالة مرونة الطلب السعرية عديمة المرونة : $ED_p = \frac{\Delta D}{\Delta P} = 0$

حيث:

- ED_p : مرونة الطلب السعرية

- $D = D_2 - D_1 \Delta$: التغير في الطلب الناتج عن التغير في السعر بالعلاقة العكسية

- $P = P_2 - P_1 \Delta$: التغير في السعر

3-3 - مرونة الطلب الدخلية :

حسب هذا الاعتبار أي عند قياس درجة حساسية الطلب على السلع والخدمات السياحية بالنسبة للتغير في الدخل فإننا في هذه الحالة نميز بين مختلف طبقات المجتمع أي المستهلكين (السياح الطالبين للسلع والخدمات السياحية) حسب نظرة كل واحد منهم وتصنيفه الخاص للسلع والخدمات السياحية وذلك يتوقف على مستوى الدخل الشخصي للسائح فكلما كان الدخل مرتفع كلما كانت نظرة السائح للسلع والخدمات السياحية ضرورية أكثر من نظرة السائح ذوي الدخل المنخفضة حيث نميز بين حالتين أساسيتين هما:

$$ED_i = \frac{\Delta D}{\Delta i} > 1 \text{ - حالة مرونة الطلب الدخلية عالية المرونة}$$

$$ED_i = \frac{\Delta D}{\Delta i} < 1 \text{ - حالة مرونة الطلب الدخلية ضعيف المرونة}$$

حيث:

- ED_i : مرونة الطلب الدخلية

- ΔD : التغير في الطلب نتيجة التغير في دخل السائح

- Δi : التغير في دخل السائح

4- تحليل متوسطات ليالي المبيت في الفنادق حسب درجة تصنيفها للقطب السياحي شمال وسط

من خلال هذا المطلب سنحلل متوسطات مبيت السياح لمختلف مستويات تصنيف الفنادق بغية معرفة أي نوع من أنواع الفنادق أكثر استقطابا ليلي المبيت وذلك من خلال تقسيم عدد الليالي الإجمالية للمبيت لكل صنف و لكل ولاية ولكل سنة على عدد الوافدين لنفس الصنف و الولاية و السنة.

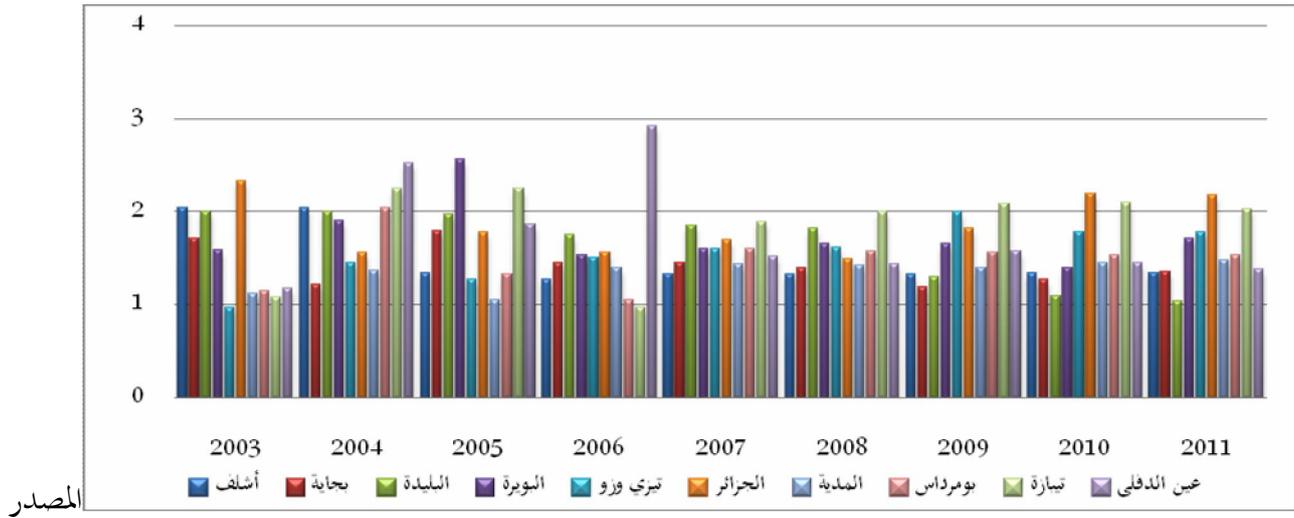
4-1 - تطور متوسطات ليالي المبيت في القطب (فنادق غير مصنفة)

الجدول رقم (01) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق غير مصنفة)

2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	
1.35	1.34	1.33	1.33	1.33	1.27	1.34	2.05	2.04	أشلف
1.36	1.27	1.19	1.40	1.45	1.46	1.80	1.22	1.71	بجاية
1.04	1.10	1.30	1.83	1.85	1.76	1.97	2.01	2.01	البلدية
1.72	1.40	1.66	1.66	1.61	1.53	2.57	1.91	1.59	البويرة
1.79	1.79	2.00	1.62	1.60	1.51	1.28	1.46	0.97	تيزي وزو
2.18	2.19	1.83	1.49	1.70	1.56	1.79	1.56	2.34	الجزائر
1.48	1.46	1.40	1.43	1.44	1.40	1.05	1.37	1.12	المدية
1.53	1.54	1.56	1.58	1.61	1.05	1.33	2.04	1.15	بومرداس
2.03	2.10	2.09	2.01	1.90	0.97	2.25	2.25	1.09	تيزازت
1.38	1.46	1.58	1.44	1.52	2.93	1.86	2.52	1.18	عين الدفلى

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

الشكل رقم (01) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطن شمال وسط (فنادق غير مصنفة)



: من إعداد الباحثين بناء على معطيات الجدول

نلاحظ أن متوسط مبيت الوافد الواحد من السياح في هذا النوع من تصنيف الفنادق لا يتجاوز عتبة 3 ليالي مبيت في كل ولايات القطن حيث سجلت ولاية عين الدفلى أعلى معدل مبيت و لكن بشكل متذبذب يزداد و يتناقص من سنة لأخرى .

بينما باقي الولايات إنحصر متوسط المبيت للسائح الواحد ما بين ليلة واحدة و ليلتين طيلة الفترة المدروسة و لكن تتسم بنوع من التباين استثناء ولاية الجزائر حيث فاق متوسط المبيت عتبة الليلتين لسنة 2003 و 2010 و 2011 .

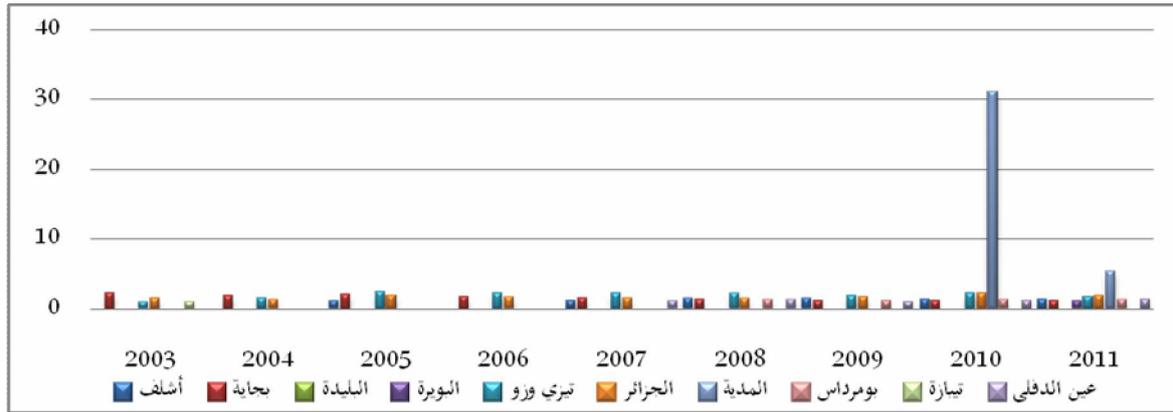
4-2- تطور متوسطات ليالي المبيت في القطن (فنادق صنف نجمة واحدة)

الجدول رقم (02) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطن شمال وسط (فنادق نجمة واحدة)

السنة	2011	2010	2009	2008	2007	2005	2004	2003	
أشلف	1.40	1.43	1.46	1.50	1.24	1.13	00	0.00	
بجاية	1.21	1.20	1.20	1.38	1.60	2.09	1.92	2.32	
البلدية	00	00	00	00	00	00	00	00	
الويرة	1.08	00	00	00	00	00	00	00	
تيزي وزو	1.70	2.23	1.86	2.20	2.26	2.51	1.57	0.91	
الجزائر	1.96	2.23	1.77	1.51	1.61	1.67	1.91	1.57	
المدية	5.38	31.00	00	00	00	00	00	00	
بومرداس	1.28	1.26	1.23	1.30	00	00	00	00	
تيبازة	00	00	00	00	00	00	00	1.00	
عين الدفلى	1.36	1.24	1.05	1.33	1.13	00	00	00	

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

الشكل رقم(02) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقرب شمال وسط (فنادق نجمة واحدة)



المصدر : من إعداد الباحثين بناء على معطيات الجدول

نلاحظ كل من ولاية تيزي وزو و بجاية و الجزائر تقريبا نفس متوسطات المبيت منحصر ما بين ليلة و ليلتين بإعتباره أكبر معدل مبيت يمتاز بالثبات تقريبا بإستثناء سنة 2003 بالنسبة لولاية تيزي وزو حيث عرف متوسط المبيت أقل من ليلة واحدة . و الجدير بالملاحظة في هذا النوع من التصنيف ولاية المدية حيث إنعدم لديها متوسط إنعدم المبيت بإستثناء سنة 2010 و 2011 بلغت 31 ليلة و 5 ليالي مبيت على التوالي وهو أعلى معدل مبيت في هذا الصنف طيلة الفترة المدروسة و لكن هذا المعدل المرتفع مقارنة مع الولايات الأخرى لا يمثل القوة السياحية في هذه الولاية لأن بالنظر لعدد الوافدين نجده 2 و 66 وافد مقابل 62 و 355 ليلة مبيت بالنسبة لسنة 2010 و 2011 الكل على التوالي مما يدل على ضعف الوافدين من السياح و بالتالي ضعف في إجمالي الليالي السياحية مما لا يعكس بالضرورة حسن معدل المبيت .

أما البلدة و تيارت فمتوسط المبيت يساوي الصفر طيلة الفترة المدروسة ما عدى سنة 2011 بالنسبة للبويرة فبلغ متوسط المبيت 1.08 و 1 ليلة بالنسبة لولاية تيارت سنة 2003 .

أما باقي الولايات فأنحصر معدل المبيت ما بين صفر ليلة و ليلة واحدة كمتوسط مبيت من الملاحظ أن معدلات المبيت متدنية جدا و خاصة إذا ما قورنت مع ضعف السياح الوافدين لأن من أجل بلوغ عتبة صفر فائض في عرض الغرف مع تحقيق معدل مبيت يساوي 1 كما هو في أغلب الأحيان يجب أن يكون عدد الوافدين كل يوم يساوي عدد الغرف المتوفرة و هذا من المستحيل .

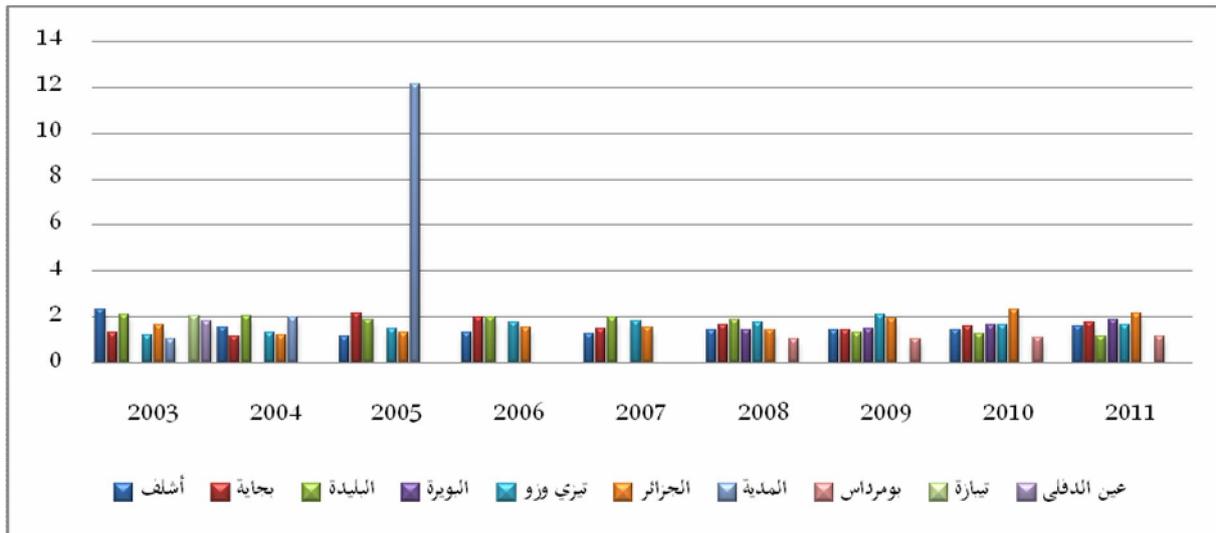
4-3- تطور متوسطات ليالي المبيت في القرب (فنادق صنف نجمتان)

الجدول رقم(03) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقرب شمال وسط (فنادق نجمتين)

2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	
1.57	1.41	1.39	1.39	1.26	1.31	1.12	1.54	2.32	أشلف
1.76	1.59	1.41	1.65	1.48	1.99	2.14	1.15	1.30	بجاية
1.11	1.27	1.30	1.88	1.95	1.96	1.84	2.04	2.08	البلدة
1.87	1.61	1.47	1.43	00	00	00	00	00	البويرة
1.64	1.64	2.08	1.74	1.81	1.72	1.46	1.31	1.20	تيزي وزو
2.12	2.30	1.90	1.41	1.53	1.50	1.31	1.19	1.61	الجزائر
00	00	00	00	00	00	12.13	1.97	1.01	المدية
1.16	1.10	1.02	1.02	00	00	00	00	00	بومرداس
00	00	00	00	00	00	00	00	2.00	تيارت
00	00	00	00	00	00	00	00	1.81	عين الدفلى

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

الشكل رقم(03) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق صنف نجمتين)



المصدر : من إعداد الباحثين بناء على معطيات الجدول

نلاحظ كل من ولاية الشلف، بجاية، البلدة، تيزي وزو، الجزائر متوسط المبيت للسائح الواحد منحصر ما بين 1.12 و 2.32 ليلة مبيت طويلة الفترة المدروسة و هو ضعيف جدا بالنظر للعدد الوافدين خلال السنة بينما ولاية البويرة عرفت إنعدام ليالي المبيت طيلة الفترة 2003-2007 لتتخسر ما بين 1.43 و 1.87 ليلة ابتداء من سنة 2008-2011 و كالعادة ولاية المدية عرفت معدلا مرتفع جدا مقارنة بولايات القطب و يقدر بـ: 12.13 كمتوسط مبيت سنة 2005 كأعلى معدل خلال الفترة المدروسة و في هذا النوع من التصنيف و لكن لينعدم بعدها مباشرة طيلة الفترة المتبقية أي ابتداء من 2006-2011 و كما أسلفنا هذا المعدل لا يمكن القول عنه انه مرتفع و جيد بالنظر للعدد السياح الوافدين . كما عرفت ولاية تيبازة و عين الدفلى معدلات منعدمة طيلة الفترة بإستثناء سنة 2003 حيث سجلت الولايتين معدل على التوالي يساوي 2 و 1.81 ليلة مبيت بالنسبة للسائح الواحد.

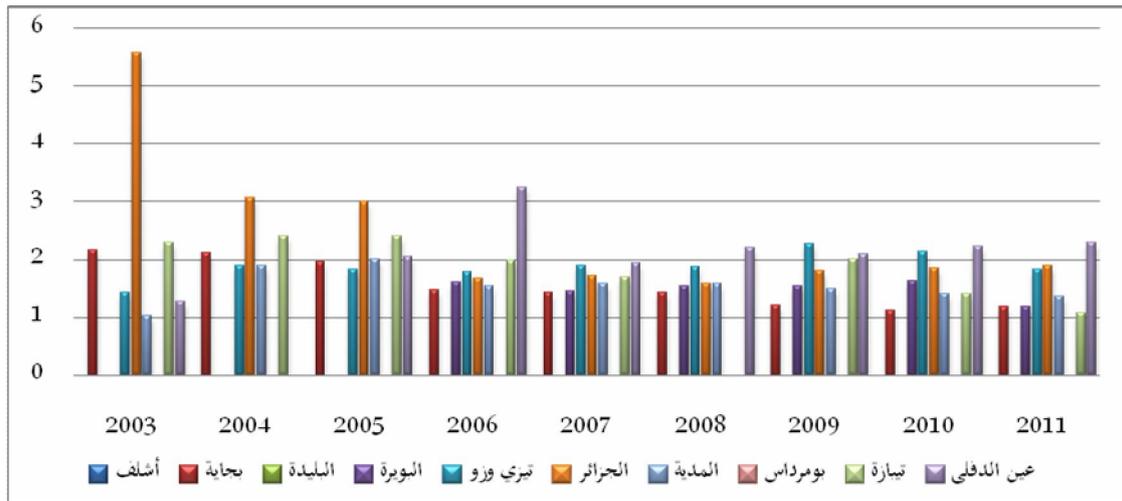
4-4 - تطور متوسطات ليالي المبيت في القطب (فنادق صنف 3 نجوم)

الجدول رقم(04) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق 3 نجوم)

2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	
00	00	00	00	00	00	00	00	00	أشلف
1.18	1.11	1.20	1.43	1.42	1.46	1.95	2.12	2.16	بجاية
00	00	00	00	00	00	00	00	00	البلدة
1.19	1.63	1.54	1.54	1.44	1.61	00	00	00	البويرة
1.83	2.13	2.26	1.87	1.88	1.78	1.82	1.88	1.42	تيزي وزو
1.89	1.84	1.80	1.59	1.71	1.66	3.00	3.06	5.58	الجزائر
1.36	1.41	1.48	1.58	1.58	1.54	2.00	1.88	1.02	المدية
00	00	00	00	00	00	00	00	00	بومرداس
1.08	1.40	2.00	00	1.68	1.98	2.39	2.39	2.28	تيبازة
2.29	2.23	2.08	2.20	1.93	3.24	2.04	00	1.28	عين الدفلى

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

الشكل رقم(04) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق 3 نجوم)



المصدر : من إعداد الباحثين بناء على معطيات الجدول

نلاحظ أن هناك عدم التوازن في توزيع متوسطات المبيت بين ولايات القطب حيث تنعدم طوال فترة الدراسة في بعض الولايات مثل الشلف،البليدة،بومرداس و ذلك لعدم توافد السياح لهذا التصنيف في هاته الولايات نظرا للأهمية السياحية و السياسية و الإدارية للولايات المعنية أو أنها لا تتوفر على هذا النوع من الفنادق أصلا كما سجلت ولاية الجزائر أعلى متوسط مبيت بـ: 5.58 ليلة للسائح الواحد سنة 2003 ثم لتتخفف عند 3 ليالي سنة 2004 و2005 لتستقر طوال الفترة بين معدل 1.6 و1.9 ليلة ابتداء من سنة 2006 إلى غاية 2011

كما تأتي ولاية عين الدفلى في المرتبة الثانية وراء ولاية الجزائر من حيث متوسطات مبيت السياح حيث تراوح ما بين 1.28 و3.24 ليلة مبيت بإستثناء سنة 2004 حيث إنعدم متوسط المبيت أما باقي الولايات إنحصر معدل المبيت ما بين 1 و2.39 ليلة مبيت طوال فترة الدراسة .

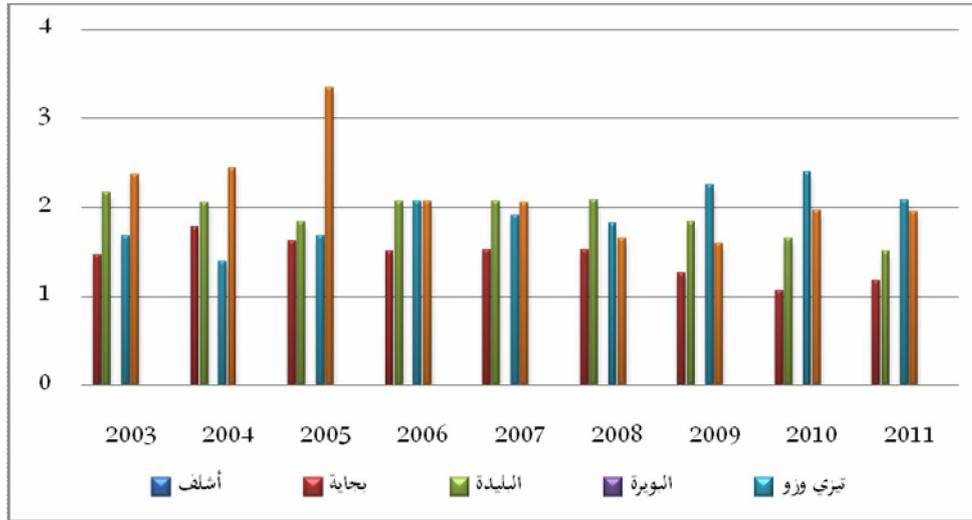
4-5- تطور متوسطات ليالي المبيت في القطب (فنادق صنف 4 نجوم)

الجدول رقم(05) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطب شمال وسط (فنادق 4 نجوم)

السنة	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
أشلف	00	00	00	00	00	00	00	00	00
بجاية	1.17	1.06	1.25	1.51	1.52	1.50	1.62	1.77	1.46
البليدة	1.50	1.65	1.83	2.08	2.06	2.06	1.83	2.05	2.16
البويرة	00	00	00	00	00	00	00	00	00
تيزي وزو	2.07	2.39	2.25	1.81	1.91	2.06	1.68	1.39	1.67
الجزائر	1.94	1.96	1.59	1.65	2.04	2.06	3.34	2.43	2.37
المدية	00	00	00	00	00	00	00	00	00
بومرداس	00	00	00	00	00	00	00	00	00
تيارت	00	00	00	00	00	00	00	00	00
عين الدفلى	00	00	00	00	00	00	00	00	00

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

الشكل رقم(05) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطن شمال وسط (فنادق 4 نجوم)



المصدر : من إعداد الباحثين بناء على معطيات الجدول

إبتداء من الفنادق الصنف الثالث نستطيع الحكم على ضعف القطاع السياحي في هذا القطن و ذلك من خلال ملاحظة إنعدام متوسطات المبيت في كثير من ولايات القطن مقابل ضعف هاته المعدلات في الولايات الأخرى للقطن (المجاورة) و المتوسطات المنعدمة كما أسلفنا عدم توفر هاته الفنادق في كل ولايات القطن و تمركزها في بعض الولايات كالجزائر مثلا .

حيث نلاحظ إنعدام متوسطات المبيت في كل من ولاية الشلف،البويرة،المدينة،بومرداس،تيزازة،عين الدفلى بينما تحتل الجزائر المرتبة الأولى كأعلى متوسط مبيت في ولايات القطن طوال الفترة المدروسة بمعدل يتراوح ما بين 1.5 و 3.5 بينما ولاية البلدية و تيزي وزو فتتراوح معدل المبيت ما بين 1.5 و 2.25 ليلة كمتوسط مبيت حيث تقارب المتوسطات بين هاتين الولايتين أما بجاية فإنحصر معدل المبيت ما بين 1.06 و 1.77 كمتوسط مبيت طيلة الفترة و هو الأضعف بعد الولايات التي عرفت معدلات معدومة .

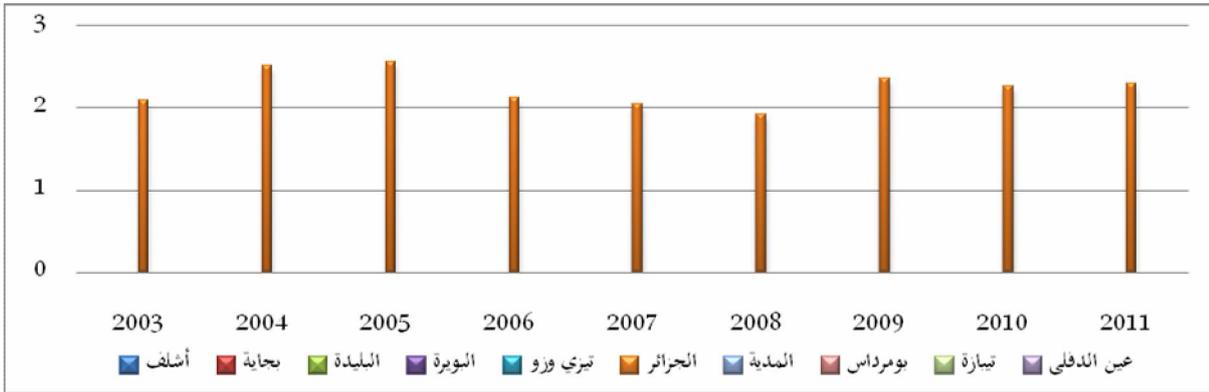
4-6- تطور متوسطات ليالي المبيت في القطن (فنادق صنف 5 نجوم)

الجدول رقم(06) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطن شمال وسط (فنادق 5 نجوم)

السنة	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	
الشلف	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
بحاية	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
البلدية	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
البويرة	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
تيزي وزو	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
الجزائر	2.30	2.26	2.35	1.92	2.05	2.13	2.56	2.52	2.09	
المدينة	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
بومرداس	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
تيزازة	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
عين الدفلى	00	00	00	00	00	00	00	00	00	

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على معطيات الديوان الوطني للإحصائيات

الشكل رقم(06) : تطور متوسطات ليالي المبيت للقطن شمال وسط (فنادق 5 نجوم)



المصدر : من إعداد الطالب بناء على معطيات الجدول

نلاحظ في هذا النوع من التصنيف إنعدام معدلات المبيت في كل ولايات القطن و طيلة الفترة المدروسة و ذلك لإنعدام السياح الوافدين لولايات القطن و في هذا النوع من التصنيف ما عدى ولاية جزائر التي إحتكرت السياح وفقا لهذا التصنيف حيث تراوح ما بين 1.92 و 2.56 كأعلى معدل خلال الفترة المدروسة و من الملاحظ بصفة عامة أن معدلات المبيت السائح ضعيفة جدا لمختلف أصناف الفنادق للقطن السياحي شمال وسط الأمر الذي يرجع سببه لغياب ثقافة سياحية و إستراتيجيات واضحة و جادة للنهوض بالقطاع السياحي و تطوير الخدمات الفندقية و تحسين وجهة الجزائر في الخارج لاستقطاب أكبر عدد من السياح بما يوافق الإمكانيات الطبيعية و المادية التي تزخر بها الجزائر في هذا المجال.

خاتمة:

تعتبر متوسطات المبيت للسائح الواحد من أهم المؤشرات الدالة على مدى قوة أو ضعف الطلب السياحي على الخدمات الفندقية (المبيت) إذ تربط هاته المتوسطات بين عدد الوافدين من السياح وعدد ليالي المبيت التي قضوها في الفنادق إذ كلما كانت مرتفعة كلما كانت هناك دلالة على أهمية القطاع الفندقي في إحداث و توليد طلب سياحي فعال وذلك من خلال جودة الخدمات المقدمة للسائح والأسعار التنافسية التي تحقق رضى السواح إلا أننا من خلال تحليلنا لهاته المتوسطات نلاحظ أن هناك ضعف كبير في عدد ليالي المبيت لكل ولايات القطن السياحي ولمختلف أصناف الفنادق .

كما نلاحظ انعدام متوسطات ليالي المبيت في بعض أصناف الفنادق مثل فنادق صنف 4 و 5 نجوم في بعض الولايات مما يدل على عدم التوازن في توزيع أصناف الفنادق عبر مختلف ولايات القطن مما يحدث خلل في استقطاب السواح الوافدين على الفنادق بهدف المبيت .

ومن أجل إقتراح الحلول اللازمة لهذا الاشكال وجب وضع إستراتيجيات فعالة تهدف إلى رفع معدلات المبيت من خلال العمل على تطوير جودة الخدمات الفندقية وعدالة توزيع الفنادق عبر مختلف ولايات القطن السياحي ومن تم جعل إستراتيجيات تسويقية ودعائية تطمح لتطلعات السياح بهدف الرفع في عدد الوافدين وإستقطابهم بشكل جيد وتوليد الرغبة لدى السائح في زيادة عدد ليالي المبيت عن طريق توفير الخدمات الجيدة وبأسعار تنافسية.

قائمة الهوامش:

- 1- الحوري ، مثنى طه ، اقتصاديات السفر و السياحة ، مؤسسة الوراق ، عمان ، 2001، ص : 21.
- 2- N.GregoryMankiw, (2006),**Principles of Macroeconomics**, WORTH PUBLISHERS, Fourth Edition, *United States*, P: 63.
- 3- حنا إنعام داود ، التخطيط للتنمية السياحية ، دراسة حالة أهوار العراق ، رسالة ماجستير ، كلية الإدارة و الاقتصاد ، جامعة بغداد ، 1980، ص : 14.
- 4- Gérard TOCQUER,Michel ZINS: **Marketing du tourisme**, 2 édition, Gaëtanmorin éditeur, France, 1999, P24.
- 5- الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج :تسويق سياحي، المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، المملكة العربية السعودية، ص: 41 على الموقع الالكتروني <http://www.aliahmedali.com/PDF/Library/063.pdf>
- 6- MATHIESON AND WALL. **Tourism economic physical and social impact** Longman. London. and NewWork.1981
- 7- عاتي ، رمزي بدر ، العوامل المؤثرة في الطلب السياحي في العراق ، رسالة ماجستير ، كلية الإدارة و الاقتصاد ، جامعة المستنصرية ، 1984، ص:13.
- 8- المشهداني ، خليل إبراهيم ، العناصر الأساسية لعملية مسح العرض و الطلب السياحي و أساليبه ، بحث منشور في مجلة الإدارة و الاقتصاد ، جامعة المستنصرية ، 1983 ، ص : 14.
- 9- مسدوي دليلة ، دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ترقية و نمو القطاع السياحي -حالة ولاية بومرداس - مذكرة ماجستير ، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، جامعة بومرداس ، 2009/2008، ص : 92.
- 10- مسكين عبد الحفيظ ، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر - حالة الديوان الوطني للسياحة - مذكرة ماجستير تخصص تسويق ، جامعة قسنطينة ، 2009-2010، ص: 55.
- 11- الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، مرجع سبق ذكره، ص: 41.
- 12- الحوري ، مثنى طه ، مصدر سبق ذكره ، ص : 25.
- 13- Robert W .McIntosh , “ **tourism ; principles , practices and philosophies** “ , GRID , Inc , 1972,p.220 .
- 14- الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج ، مرجع سبق ذكره ، ص : 49.
- 16- كوشن ، عبد الله عبدي جامع ، التطور الحضري و أثره في التنمية الطلب السياحي ، رسالة ماجستير ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة المستنصرية ، 2001 ، ص : 75.

تمهيد:

يتسم هذا العصر بأنه عصر اختصار الزمن وتقريب المكان، وتسريع السرعة، فالتغييرات متلاحقة ومتزاخرة في جميع جوانب الحياة، ما جعل المراجعة الدائمة والمتكررة للإدارة وأساليبها أمراً حتمياً للبقاء والتطور ومواكبة التجديد الحادث، والأمر يبرز حاجة ماسة لتجديد القيادات الإدارية للتكيف مع المتغيرات، وإعادة تحديد حتى الثابت من الرؤى والممارسات، ضمن ما يدخل في دور القيادة في إدارة التحول، والتعامل معه بكفاءة، وتحقيق الاستمرارية في عصر يضحج بالتحدي وعدم الاستقرار. ويفرض هذا على القيادات وعياً متجدداً، وتطويراً للمهارات يؤهلها للتعامل مع الرؤوسين، والتأثير في سلوكياتهم ومشاعرهم، وتحفيزهم، وزرع الثقة المتبادلة بينهم، وبناء رؤية منظميه واضحة توجههم لتحقيق الأهداف المرسومة. وبحسب نظريات القيادة الحديثة فإن هذه الصفات توجد في القائد التحويلي الذي وصفه باس (Bass1994) بأنه القائد الذي يمتلك القدرة على بناء رسالة ورؤية لدى الفريق والمنظمة والوعي بها، وإثارة دافعية الرؤوسين لإعادة النظر في عملهم من منظور جديد، وحث الرؤوسين على تجاوز المصلحة الذاتية إلى المصلحة العامة، وتطوير مستوى قدراتهم وإمكاناتهم.

وتعد القيادة التحويلية اليوم مدخلاً جديداً للتغيير والتطوير ومن أكثر النظريات القيادية شهرة لتحويل المؤسسات من الأساليب القيادية التقليدية إلى الأساليب الحديثة. وبالنظر إلى حجم دولة ضخمة شاسعة وممتدة، وحديثة أيضاً بالمعيار العالمي، فإن النظام الجامعي في الجزائر هو أحد الأنظمة التي تواجه تحديات كثيرة وعقبات جمة، فهو يعاني من قصور في الأداء، ما يبرز حاجة ماسة إلى تغييرات جذرية وعميقة في النظام وهو ما بدأت تلوح بوادره في العقد الأخير تمثلت في الإصلاحات والتوجه نحو نظام جديد - L M D -، وفي هذه الفترة الانتقالية الحرجة التي ترسم ملامح مستقبل التعليم ومستقبل الجامعة الجزائرية بشكل عام ظهرت الحاجة لقيادات مؤهلة تمتلك الكفايات القيادية المميزة اللازمة لإدارة دفة التحويل المنتظر للكيان التعليمي، وهنا تبرز الحاجة إلى الاستفادة من تطبيقات القيادة التحويلية في الجامعة الجزائرية، فالجامعة بحاجة لقيادات من نوع خاص تتوافر فيها القدرة على رسم رؤية مستقبلية واضحة.

ويعتبر الولاء التنظيمي عنصر هاماً في الربط بين المؤسسة والأفراد العاملين بها لاسيما في الأوقات التي لا تستطيع فيها المؤسسات أن تقدم الحوافز الملائمة لدفع هؤلاء الأفراد العاملين للعمل وتحقيق أعلى مستوى من الأداء، كما أن ولاء الأفراد للمؤسسات التي يعملون بها يعتبر عاملاً هاماً أكثر من الرضا الوظيفي في التنبؤ ببقائهم في مؤسساتهم أو تركهم العمل في مؤسسات أخرى. ويعتبر الولاء التنظيمي من أكثر المسائل التي أخذت تشغل بال إدارة المؤسسات كونها أصبحت تتولى مسؤولية المحافظة على المؤسسة في حالة صحيحة وسليمة تمكنها من الاستمرار والبقاء وانطلاقاً من ذلك برزت الحاجة لدراسة السلوك الإنساني في تلك المؤسسات لغرض تحفيزه وزيادة درجات ولاءه بأهدافها وقيمها.

1. إشكالية الدراسة: في العقود الأخيرة ظهر مدخل جديد للولاء التنظيمي وهو الولاء المعياري وقد أضاف هذا المدخل البعد الأخلاقي للولاء التنظيمي للأفراد، وحسب هذا المدخل فالولاء التنظيمي هو عبارة عن التزام أخلاقي بالبقاء في المؤسسة، ولكن هذا الالتزام ليس بالضرورة بسبب عقد مبرم بين الطرفين وإنما هو عبارة عن عقد وهمي مدعوم بأخلاقيات الأعمال، ومن هنا تأتي أهمية الدور الذي يمكن أن تقوم به القيادة التحويلية في زيادة مستوى الولاء المعياري لدى العاملين، وانطلاقاً مما سبق تتبلور إشكالية هذه الدراسة كالآتي:

إلى أي مدى يمكن للقيادة التحويلية الزيادة في الولاء المعياري لدى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الجلفة؟.

وتدرج تحت هذه الإشكالية جملة من الأسئلة الفرعية تطرح نفسها والتي سنحاول الإجابة عليها من خلال الدراسة وهي:

- ما هي القيادة الإدارية وأنماطها؟
- فيما تتمثل القيادة التحويلية وخصائصها؟
- ما هو الولاء التنظيمي وأبعاده؟
- ماذا نقصد بالولاء المعياري؟

2. فرضيات الدراسة: وللإجابة على إشكالية الدراسة قمنا بوضع الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية: " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين القيادة التحويلية والولاء المعياري.

ويتفرع من الفرضية الرئيسية الفرضيات التالية التي تعتبر كحلول محتملة وإجابات مبدئية مؤقتة وهي:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين التأثير المثالي والولاء المعياري؛
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الحافز الإلهامي والولاء المعياري؛
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الاستشارة الفكرية والولاء المعياري؛
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha < 0.05$ بين الاعتبارات الفردية والولاء المعياري.

3. أهمية الدراسة: تتبع أهمية هذه الدراسة من الدور المحوري الذي يمكن أن تقوم به القيادة التحويلية في زيادة الولاء التنظيمي بصفة عامة والولاء المعياري بشكل خاص، و أهمية وجود هذا النوع من الولاء لدي العاملين داخل المؤسسة لضمان بقائها واستمرارها.

4. أهداف الدراسة: سنحاول بقدر الإمكان تحقيق مجموعة من الأهداف من خلال هذه الدراسة نوجزها فيما يلي:

- التطرق إلى أنماط القيادة الحديثة والمتمثلة في القيادة التحويلية؛
- إبراز أهمية الولاء التنظيمي لدى العاملين بالمؤسسة؛
- إبراز دور القيادة التحويلية في زيادة مستوى الولاء المعياري لدى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الجلفة.

5. هيكل الدراسة: تم تقسيم هذه الدراسة من محورين رئيسيين، حيث تناول المحور الأول الإطار النظري للدراسة واشتمل هذا المحور على القيادة الإدارية المفهوم والتطور، والقيادة التحويلية، ثم في الأخير تناولنا الولاء المعياري. أما المحور الثاني والمتضمن الدراسة الميدانية لعينة من أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الجلفة. حيث تم تقديم مكونات ومنهجية الدراسة ثم تفرغ بيانات الاستبانة ومعالجتها إحصائياً واختبار فرضيات الدراسة، وفي الأخير النتائج والتوصيات.

المحور الأول: الإطار النظري للدراسة

سنحاول بإذن الله في هذا الجانب النظري التعريف بمتغيرات الدراسة التابعة والمستقلة.

أولاً: القيادة الإدارية المفهوم والتطور.

1. تعريف القيادة: " القود " في اللغة نقيض " السوق " يقال: يقود الدابة من أمامها ويسوقها من خلفها وعليه فمكان القائد في المقدمة كالدليل والقودة والمرشد، والقيادة هي القدرة على التأثير على الآخرين وتوجيه سلوكهم لتحقيق أهداف مشتركة. فهي إذن مسؤولية تجاه المجموعة المقودة للوصول إلى الأهداف المرسومة. وتعرف أيضا بأنها عملية تهدف إلى التأثير على سلوك الأفراد وتنسيق جهودهم لتحقيق أهداف معينة. أما القائد فهو الشخص الذي يستخدم نفوذه وقوته ليؤثر على سلوك وتوجهات الأفراد من حوله لإنجاز أهداف محددة.(1)

2. تعريف القيادة الإدارية: تختلف القيادة الإدارية عن القيادة بشكل عام وذلك أن القيادة تستمد قوتها من السمات والصفات الشخصية التي يتمتع بها القائد بينما القيادة الإدارية تعتمد على السلطة الرسمية أولاً في ممارسة نشاطها، ثم على ما يتوفر لها من السمات والصفات الشخصية، و بالإضافة إلى ذلك نجد أن القيادة الإدارية تمثل العملية التي يتم من خلالها التأثير على الأفراد ضمن كيان تنظيمي محدد المعالم والأنشطة والاختصاصات، فقد عرف هنت ولارسون القيادة الإدارية بأنها: " الوسيلة المناسبة التي يتمكن بواسطتها المدير من بث روح التآلف والتعاون المثمر بين الموظفين في المؤسسة من أجل تحقيق الأهداف المشروعة". ويرى محمد عثمان القيادة الإدارية بأنها: " القدرة على التخطيط والتنظيم والتوجيه والتنسيق والرقابة لتحقيق هدف معين(2).

كما نجد أن هناك مفكرين تطرقوا لتعريف القيادة الإدارية فهي عند " كونتز وادونيل تعني عملية التأثير التي يقوم بها المدير في مرؤوسيه لإقناعهم على المساهمة الفعالة بجهودهم في أداء النشاط التعاوني(3).

وخلاصة القول يمكن أن نعرف القيادة الإدارية تعريفاً مختصراً على أنها النشاط الذي يمارسه القائد داخل

المؤسسة من أجل التأثير في سلوك العاملين معه وجعلهم يتعاونون لتحقيق الأهداف.

3. أنماط القيادة: النمط هو سلوك الفرد كما يراه الآخرون وليس كما يراه صاحبه كما يعرف سيد هواري النمط القيادي بأنها "السلوك المتكرر للمدير في طريقة أدائه للعمل " ويعرفه علي السلمي بأنه " السلوك الذي يتبعه القائد حتى يستطيع كسب تعاون جماعته وإقناعهم بأن تحقيق أهداف المؤسسة هو تحقيق لأهدافهم . كما عرفه النمر " مجموعة من التصرفات التي يبدئها القائد داخل التنظيم نتيجة لضغوط داخلية وخارجية ومن ثم يترك أثراً مباشراً على سلوك العاملين سواء بالسلب أو الإيجاب.

ويقصد الباحث في هذه الدراسة بالنمط القيادي مجموع التصرفات التي ينتهجها القائد داخل المؤسسة والتي تمكنه من تحقيق أهدافها. ويمكن القول بأن دراسة الأنماط القيادية ارتكزت بصفة عامة على معيار سلوك القائد في عملية التأثير في المرؤوسين ومن تلك الأنماط على سبيل المثال لا الحصر:

أ. النمط الأوتوقراطي: تدور القيادة الأوتوقراطية حول محور واحد وهو إخضاع كل الامور في التنظيم لسلطة القائد الذي يقود المؤسسة، فهو يبلغ المرؤوسين بالأوامر وعليهم السمع والطاعة دون مناقشتهم، ويستخدم أسلوب التحفيز السلبي غالباً. (4)؛

ب. النمط الديمقراطي - التشاركي - : تقوم على الثقة في المرؤوسين والاستفادة من آرائهم وافكارهم، وإتاحة الفرصة لمبادرتهم في تخطيط اعمالهم، وتنمية افاق التعاون بين العاملين⁽⁵⁾؛

ج. النمط الحر: يعتبر هذا النمط نموذج مفرد للنمط الديمقراطي.

ثانياً: القيادة التحويلية.

إن المتأمل في العصر الأكثر حداثة من العصر التي ظهرت فيه المداخل السابقة يجد العديد من التغيرات والتطورات المتلاحقة التي نتجت عن الانفجار المعرفي والتقني مما جعل المؤسسات تواجه العديد من التحديات في مواجهة ذلك التطور الهائل حتى في أساليب التعامل الإداري، حيث كان من المهم على القادة والإداريين إعادة النظر في الأساليب المتبعة في قيادة المؤسسة نحو تحقيق أهدافها، فقد افرز هذا التطور والتقدم بعض الأساليب التي قد تكون مناسبة لبعض المؤسسات في مجارة التطور من قبل القادة في المؤسسات ومن أشهر تلك الأساليب على سبيل المثال القيادة التحويلية التي سوف نتطرق لها بشيء من التفاصيل⁽⁶⁾.

1. مفهوم القيادة التحويلية: يرتكز جوهر القيادة التحويلية على القدرة على موائمة الوسائل مع الغايات وإعادة تشكيل المؤسسات لتحقيق أغراض إنسانية عظيمة وتطلعات مستقبلية ويقوم هذا النمط القيادي على ادراك الحاجات الظاهرة والكامنة للمرؤوسين والعمل على إشباع تلك الحاجات واستثمار أقصى طاقات المرؤوسين بهدف تحقيق تغيير مقصود، ومن هذا المنطلق فان القائد التحويلي يسعى إلى زيادة وعي مرؤوسيه باحتياجاتهم وتحويل هذا الوعي بالاحتياجات إلى آمال وتوقعات ومن ثم تتولد لديهم الدافعية لإشباع حاجتهم فيما يتعلق بإدراك وتحقيق الذات في حياتهم العملية⁽⁷⁾.

وهناك من يرى أن القيادة التحويلية تعني مدى سعي القائد الإداري إلى الارتقاء بمستوى مرؤوسيه من اجل الإنجاز والتطوير الذاتي والعمل على تنمية وتطوير الجماعات والمؤسسة ككل⁽⁸⁾. وتعرف أيضا أنها استخدام القائد لعنصر الجاذبية والصفات الشخصية ذات العلاقة ليرفع من التطلعات ويحول النظم والأفراد لأنماط من الأداء ذات مستوى عال. فالقيادة التحويلية هي قيادة إيجابية تؤثر في الأفراد ليقدموا عطاءات تفوق التوقعات والذي غالبا ما يتم في حالات التغيرات التنظيمية الكبيرة. وتقوم القيادة التحويلية على مفاهيم ذات أصول راسخة مثل الأمانة والاستقامة الشخصية ووضع اعتبارة للقيم الاجتماعية والمهنية والالتزام الحقيقي بها واحترام الفرد والتفاعل مع الآخرين، فالقائد التحويلي يملك الرؤية والجاذبية والقدرة والتمكن والتحفيز والاستقامة⁽⁹⁾.

2. خصائص القائد التحويلي: لكي يستطيع القائد التحويلي إدارة التغيير ونقل المؤسسة نحو الأفضل فإنه ينبغي أن يتصف بعدد من الصفات ومنها ما يلي⁽¹⁰⁾:

أ. القائد التحويلي هو شخص قادر على خلق رؤية ورسالة للمنظمة وإيصال هذه الرؤية بطريقة تستثير وتدفع المرؤوسين لاعتناقها؛

ب. يرى القائد التحويلي أن المبرر من وجوده وهو نقل الناس نقلة حضارية فهو يتمتع بوعي خال من الصراعات الداخلية؛

ج. للقائد التحويلي حضور واضح ونشاط بدني متفاعل حيث يشارك الناس مشاكلهم وتقدم لهم الحلول المناسبة؛

د. يستطيع القائد التحويلي التعامل مع الغموض والمواقف المعقدة؛

هـ. يسعى القائد التحويلي إلى الوصول بمرؤوسيه إلى تحقيق إنتاجية عالية تفوق الأهداف وتفوق ما هو متوقع منهم ومن المؤسسة؛ القائد التحويلي عنصر تغيير وحب للمخاطر المحسوبة ولا يجب الاستقرار الذي لا يؤدي إلى التطوير.

3. عناصر القيادة التحويلية: تشمل سلوكيات القيادة التحويلية عند باس (Bass) أربعة عناصر أطلق عليها وهي:

أ. التأثير الكرزماطيكي أو الجاذبية القيادية : يسلك القائد وفقا لهذه الخاصية طريقة تجعل منهم نموذج يحاكيه الآخرون مع مرور الوقت، فيصبحوا أهلا للإعجاب والاحترام والثقة، ومن الأشياء التي يفعلها القادة حتى يتصفوا بالمثالية إن يأخذوا في اعتبارهم حاجات الآخرين وإيثارهم على حاجتهم الفردية وأن يكونوا على استعداد للتضحية بالمكاسب الشخصية لصالح الآخرين وان يشارك القادة في الأخطار التي يتعرض لها الاتباع وان يكونوا متوافقين وليسوا متسلطين في تصرفاتهم ويتمسكون بالمعايير الأخلاقية والسلوكيات المعنوية العالية، وأن يتفادوا استخدام القوة من اجل تحقيق مصالح شخصية بل يستخدموا القوة التي يجوزتهم لتحريك الأفراد والجماعات لتحقيق رسالتهم ورؤيتهم، ومتى ما توفرت هذه الصفات المثالية ومع مرور الوقت يعمل التابعين على محاكاتهم وتصبح أهداف هؤلاء التابعين ذات معنى أكبر فيعملون بأقصى طاقتهم.

ب. الدفع والإلهام أو التحفيز: يتصرف القادة التحويليين بطرق تعمل على تحفيز والهام أولئك المحيطين بهم وذلك بإعطاء المعنى والتحدي لما يقوم به مرؤوسيهم وتغليب روح الجماعة، وإظهار الحماس والتفاؤل وجعل التابعين يركزون ويفكرون في حالات مستقبل وجذابة، وتحفيزهم على دراسة بدائل مختلفة جدا ومرغوبة، وكذلك إتاحة الفرصة لهم في المشاركة في تحقيق الأهداف المشتركة⁽¹¹⁾

ج. التشجيع الإبداعي: يتصرف القادة بطريقة تجعلهم يركزون جهود أتباعهم لكي يكونوا مجددين ومبتكرين وذلك بزيادة وعي التابعين بحجم التحديات وتشجيعهم على تبني وخلق مداخل وطرق جديدة لحل المشاكل وتناول المواقف القديمة بطرق ووجهات نظر جديدة، ووفقا لهذه الخاصية فان القادة التحويليين يتجنبون النقد العام لأي عضو في المجموعة في حالة حدوث خطأ، ويستحثون الأفراد على تقديم أفكار جديدة ولا يعرضون أفكارهم للنقد أبدا.

د. الاهتمام الفردي أو مراعاة شعور الأفراد : وفقا لهذه السمة يعطي القائد التحويلي اهتماما خاص بحاجات كل فرد لتطوير والارتقاء بمستوى أدائه ونموه، فيعمل كمدرّب وناصح وصديق وموجه ويهتم بالنواحي الشخصية لكل منهم، وخلق فرص جديدة لتعليمهم مع الأخذ في الاعتبار الفروق الفردية فيما بينهم بالنسبة لحاجتهم ورغباتهم، والنظر اليهم كأشخاص كاملين بدلاً من النظر اليهم كونهم مرؤوسين أو عمال، كما يجب على القائد أن يكون مستمعا جيدا ويعطيهم الثقة والاطمئنان إذا ما أرادوا قول شيء، ويقوم القائد أيضا وفق هذه الخاصية بتفويض المهام كوسيلة لتنمية الاتباع وهذا التفويض يتم بموجب مراقبة للتعرف على ما إذا كان التابعين يحتاجون إلى توجيه إضافي أو تقييم⁽¹²⁾.

4. وظائف القيادة التحويلية: هناك بعض الوظائف الهامة لعملية القيادة التحويلية وهي كالتالي:

أ. إدارة التنافس: ويتمثل ذلك في الالتزام بجمع المعلومات الحديثة والصحيحة واستخدام تلك المعلومات في مواجهة المنافسة وزيادة الميزة التنافسية.

ب. إدارة التعقيد: وهنا يقوم القائد بالتعامل مع كثرة المتغيرات بغض النظر عن درجة التغير والغموض واختلاف الأهداف.

ج. تكيف المؤسسة مع التوجه العالمي: ولتحقيق ذلك يتوجب على القائد وضع رؤية مستقبلية واضحة تمكن المؤسسة من التعايش مع المتغيرات المحيطة في ظل تحديد رسالة واضحة تعكس ذلك التوجه.

د. إدارة فرق العمل العالمية: يضع القائد فريق عمل قادر على التواصل العالمي في كافة التخصصات والمستويات الإدارية.

هـ. إدارة المفاجآت وعدم التأكد: على القائد هنا أن يضع له عدة مخارج للطوارئ والخطط المساندة يكون من خلالها قادر على قيادة دفعة المؤسسة في حالة حدوث الطوارئ والمفاجآت التي من الممكن حدوثها في أي وقت بسبب ذلك التطور والتغير السريع.

و. إدارة التعليم والتدريب المستمر: بمجرد أن القائد يؤمن بعملية التغيير فلا بد أن يوجد نظام تعليمي وتدريب مستمر من اجل مواجهة التغيرات والتطورات السريعة المحيطة بالمؤسسة.⁽¹³⁾

ثالثاً: الولاء المعياري.

يعتبر الولاء التنظيمي من المواضيع التي لاقت اهتماماً كبيراً من الباحث في المجال التنظيمي والسلوكي وقد أخذت دراسة الولاء التنظيمي أبعاد كثيرة ومختلفة فقد تعدت دراسة الولاء التنظيمي مجرد دراسة وفحص الطرق المختلفة لقياس الولاء إلى دراسة النتائج السلوكية للصور والأشكال المختلفة للولاء التنظيمي.

1. مفهوم الولاء التنظيمي: لقد كان هناك شبه إجماع بين الباحث لهذا المفهوم بأن الولاء هو نوع من اتجاهات الفرد الإيجابية نحو المؤسسة التي يعمل بها، وانه يقوم على فكرة الارتباط بين المؤسسة والفرد، فالولاء يعني في اللغة الإخلاص، الوفاء، العهد، الالتزام والارتباط. حيث عرف الولاء التنظيمي بأنه مدى قوة اندماج الفرد مع مؤسسته وارتباطه بها، وأن هناك صفات لها تأثير كبير في تحديد الولاء التنظيمي وهي⁽¹⁴⁾:

أ. الاعتقاد القوي بقبول أهداف المؤسسة وقيمها؛

ب. الاستعداد لبذل أقصى جهد ممكن لصالح المؤسسة؛

ج. الرغبة القوية في المحافظة على استمرار عضويته في المؤسسة.

ويعرف الولاء التنظيمي بأنه انجذاب وارتباط الفرد القوي والفعال بأهداف المؤسسة وقيمها بغض النظر عن القيم المادية. أي أن الولاء هو شعور الفرد بالارتباط القوي بالمؤسسة مع محاولة العمل بفعالية لتحقيق أهدافها و أن هذا الشعور والارتباط ليس ناتجا عن عوامل خارجية كالحوافز المادية والمكافآت⁽¹⁵⁾.

وعليه يمكن تعريف الولاء التنظيمي بأنه الشعور الإيجابي المتولد لدى الموظف تجاه منظمته والإخلاص لأهدافها والارتباط معها والحرص على البقاء فيها من خلال بذل الجهد بما يعزز من نجاحها وتفضيلها على غيرها⁽¹⁶⁾. وبالتالي فإن الفرد الذي يظهر مستوى عالياً من الولاء التنظيمي تجاه منظمته تتوفر لديه المقومات التالية:

- أ. قبول أهداف المؤسسة وقيمها الأساسية والإيمان بها؛
- ب. يكون لديه الاستعداد التام لبذل المزيد من الجهد لتحقيق أهدافها، لشعوره بالانسجام والتطابق بين أهدافه وأهداف المؤسسة؛
- ج. وجود الرغبة القوية لديه للبقاء في المؤسسة ومستوى عالٍ من الانخراط فيها؛
- د. وجود درجة عالية من الانغماس في المؤسسة والارتباط بها؛
- هـ. الميل لتقويم المؤسسة تقويماً إيجابياً.
2. أهمية الولاء التنظيمي: لا بد من الإشارة إلى أن مفهوم الولاء التنظيمي يعتبر من المفاهيم الإدارية الحديثة وقد حظي هذا المفهوم باهتمام العديد من الباحثين منذ أمد بعيد وحتى يومنا هذا ويعزى هذا الاهتمام إلى ما للولاء التنظيمي من تأثيرات هامة على كثير من سلوكيات واتجاهات الأفراد وماله من انعكاسات على الفرد والمؤسسة على حد سواء وعليه فإن أهمية الولاء التنظيمي تتمثل في النقاط التالية: (17)
- أ. يمثل الولاء التنظيمي عنصراً هاماً في الربط بين المؤسسة والأفراد العاملين بها لاسيما في الأوقات التي لا تستطيع فيها المؤسسات أن تقدم الحوافز الملائمة لدفع هؤلاء الأفراد العاملين للعمل وتحقيق أعلى مستوى من الإنجاز؛
- ب. إن ولاء الأفراد للمنظمات التي يعملون بها يعتبر عاملاً هاماً أكثر من الرضا الوظيفي في التنبؤ ببقائهم في منظماتهم أو تركهم العمل في منظمات أخرى؛
- ج. كلما زاد شعور الأفراد بالولاء للمنظمة ساعد ذلك على تقبلهم لأي تغيير يكون في صالح المؤسسة وتقديمها إيماناً منهم بأن أي ازدهار للمنظمة يعود عليهم بالخير؛
- د. يؤدي الولاء التنظيمي إلى تنمية السلوك الإبداعي لدى الأفراد في المؤسسة؛
- هـ. إن ولاء الأفراد لمنظماتهم يعتبر عاملاً هاماً في التنبؤ بفاعلية المؤسسة؛
- و. إن الولاء التنظيمي من أكثر المسائل التي أخذت تشغل بال إدارة المؤسسات كونها أصبحت تتولى مسؤولية المحافظة على المؤسسة في حالة صحيحة وسليمة تمكنها من الاستمرار والبقاء وانطلاقاً من ذلك برزت الحاجة لدراسة السلوك الإنساني في تلك المؤسسات لغرض تحفيزه وزيادة درجات ولائه بأهدافها وقيمها؛
- ز. إن ولاء الأفراد لمنظماتهم يعتبر عاملاً هاماً في ضمان نجاح تلك المؤسسات واستمرارها وزيادة إنتاجها؛
- ح. يعتبر الولاء التنظيمي من العناصر الرئيسية لقياس مدى التوافق بين الأفراد من جهة وبين المؤسسات من جهة أخرى؛ فالأفراد ذوو الولاء التنظيمي المرتفع يميلون لبذل المزيد من الجهد لأجل منظماتهم، كما يميل هؤلاء إلى تأييد ودعم قيم المؤسسة والبقاء فيها لفترة أطول؛
- ط. إن شعور الأفراد بالولاء للمنظمة يخفف من عبء الرؤساء في توجيه المرؤوسين، لأن الأفراد يستجيبون لتعليمات الرئيس بطريقة أفضل ويجولون العمل بكفاءة أفضل مما يحقق الثقة والود بين الرئيس والمرؤوسين
- ونظراً لهذه الأهمية البالغة للولاء التنظيمي فإنه يتعين على المؤسسات عامة بأن تسعى جاهدة لخلق هذا الولاء التنظيمي لدى العاملين لديها ويكون ذلك بتوفير جميع الأدوات القادرة على المساهمة في تكوين ذلك الولاء وتنميته.

3. أبعاد الولاء التنظيمي: يفسر الولاء التنظيمي من خلال ثلاثة أبعاد نوجزها باختصار فيما يلي: (18)

أ. **الولاء العاطفي:** هو شعور العاملين بالانتماء والالتصاق النفسي بالمؤسسة التي يعملون بها، وهنا يكون الالتزام اقرب إلى المعنى الشخصي كالشخصي والاعتزاز والسعادة الناتجة عن العمل في المؤسسة، والشعور بان قيم وأهداف وإنجازات المؤسسة هي جزء أساسي منه.

ب. **الولاء المستمر:** ويطلق عليه الالتزام المحسوب، حيث ينظر العاملين إلى هذا النوع من الالتزام نظرة مالية، أي أن استمرارهم في العمل داخل المؤسسة مرتبط بحجم العوائد والمنافع (مالية وغير مالية) التي يحصلون عليها من هذه المؤسسة؛

ج. **الولاء المعياري:** هو أن يكون الالتزام ناتجاً عن الالتزام الأخلاقي والأدبي للعاملين كشعوره بالذنب والأسف فيما لو ترك المؤسسة وأنها مدينة لهم. ويقصد به إحساس الموظف بالالتزام نحو البقاء مع المؤسسة، وغالباً ما يعزز هذا الشعور بالدعم الجيد من قبل المؤسسة لعاملها، والسماح لهم بالمشاركة واتخاذ القرارات والأخذ باقتراحاتهم، ليس فقط في كيفية الإجراءات وتنفيذ العمل بل بالمساهمة في وضع الأهداف والتخطيط ورسم السياسات العامة للتنظيم.

ان الموظفين ذو الولاء العاطفي القوي يظلون في عملهم لأنهم يريدون ذلك، بينما الولاء المعياري القوي يظلون في عملهم لأنهم يشعرون أن عليهم التزاماً بذلك، أما ذوي الولاء المستمر العالي يظلون في عملهم لأنهم يحتاجون ذلك

المحور الثاني: الدراسة الميدانية.

أولاً: منهج الدراسة.

نظراً لطبيعة الدراسة في بيان علاقة القيادة التحولية بالولاء التنظيمي في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة زيان عاشور بالجلفة، لذلك أعتد الباحث على المنهج الوصفي لملائمته لطبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى لتحقيقها، وبناء على طبيعة البيانات التي يراد جمعها. فالمنهج الوصفي هو طريقة لوصف الظاهرة المدروسة و جمع أوصاف ومعلومات دقيقة عنها، ويعتمد هذا المنهج على دراسة الظاهرة، كما توجد فعلا بالواقع، كما يهتم بوصفها وصفا دقيقا و يعبر عنها تعبيراً كميّاً وكيمياً.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة.

1. **مجتمع الدراسة:** مجتمع الدراسة مكون من جميع الأساتذة الدائمين في كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارة

بجامعة الجلفة والبالغ عددهم 118 موزعين على الاقسام كما يوضح الجدول الآتي:

الجدول رقم 01: مجتمع الدراسة.

عدد الأساتذة الدائمين	القسم
38	العلوم الاقتصادية
33	العلوم التجارية
47	علوم التسيير
118	المجموع

المصدر: مصلحة المستخدمين بالكلية.

2. عينة الدراسة: تم توزيع الاستبيان على مجتمع الدراسة في كلية وعددهم 98 أستاذ جامعي دائم ولكن تم استعادة عدد 89 استبيان، ولقد تم استبعاد 07 مشطوبة وغير واضحة وكذا غير كاملة وبذلك بلغت عينة الدراسة 82 استبيان وهو ما يمثل بنسبة 69.54% من مجتمع الدراسة.

ثالثاً: أداة الدراسة ومراحل تصميمها.

1. أداة الدراسة: استخدم الباحث الاستبانة المغلقة كأداة للدراسة وجمع البيانات باعتبارها من أنسب أدوات البحث العلمي التي تحقق أهداف الدراسات المسحية، وتعرف الاستبانة بأنها استمارة تتضمن مجموعه من الأسئلة أو العبارات المكتوبة حيث يقوم أفراد العينة بالإجابة عن تلك الأسئلة وإبداء الرأي فيها حول موضوع الدراسة. واعتمد الباحث عند إعداد الاستبانة على المصادر التالية:

أ. المراجع ذات الصلة بموضوع الدراسة أو جزء من مشكلة الدراسة؛

ب. البحوث والدراسات السابقة التي تناولت القيادة التحويلية وعلاقتها بالولاء التنظيمي.

ج. آراء المحكمين الذين عرضت عليهم الاستبانة في صورتها المبدئية ومقابلة بعض المختصين في مجال الدراسة والاستفادة من آرائهم وتوجيهاتهم حول المقياس المستخدم في الدراسة وطريقة صياغة عباراته بما يتناسب مع أهداف الدراسة.

ولقد وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي، ووزعت درجات المقياس 1 إلى 5 بحيث يظهر المبحوث ما إذا كان يوافق بشدة أو يوافق أو محايد أو غير موافق أو غير موافق بشدة على كل عبارة.

2. مراحل تصميم أداة الدراسة: قام الباحث بصياغة أولية لعبارات الاستبيان انطلاقاً من موضوع الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها وذلك بعد القراءة المتأنية والإطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بمشكلة الدراسة واستطلاع رأي عينة من الاساتذة الجامعيين في كلية الاقتصاد بجامعة الجلفة، عن طريق المقابلات الشخصية ذات الطابع غير الرسمي، ثم عرضها على الاساتذة المحكمين لإبداء الرأي والمشورة حيال عبارات الاستبانة، ثم قام الباحث بإجراء التعديلات اللازمة حسب توجيهات وملاحظات المحكمين وبعد موافقتهم الأولية تكونت الاستبانة من ثلاثة أجزاء كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول رقم 02: جدول تقسيم أجزاء وأبعاد الاستبانة.

الأجزاء	المحتوى	عدد الفقرات
الجزء الاول	بيانات شخصية	05
الجزء الثاني	القيادة التحويلية	21
	البعد الأول: التأثير المثالي.	06
	البعد الثاني: الحافز الإلهامي.	05
	البعد الثالث: الاستثارة الفكرية.	05
الجزء الثالث	البعد الرابع: الاعتبارات الفردية.	05
	الولاء المعياري	07

المصدر: من إعداد الباحث.

رابعاً: صدق وثبات الاستبيان

تم تقنين فقرات الاستبانة وذلك للتأكد من صدق وثبات فقراتها كالتالي:

1. صدق فقرات الاستبيان. تم التأكد من صدق فقرات الاستبيان بطريقتين.

أ. صدق الأداة: تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين تألفت من أساتذة في الهيئة التدريسية في كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير متخصصين في إدارة الأعمال وكذا المنهجية وقد استجاب الباحث لآراء السادة المحكمين وقامه بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء مقترحاتهم بعد تسجيلها في نموذج تم إعداده لهذا الغرض.

ب. صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة: تم حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان على عينة الدراسة، وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والبعده التابعة له.

ج. الأتساق البنائي أو الخارجي للاستبانة: تم حساب الاتساق البنائي للأبعاد الاستبيان على عينة الدراسة، وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والبعده التابعة له.

2. ثبات فقرات الاستبانة: تم التحقق من الثبات بطريقة معامل الثبات (Cronbach Alpha)، إذ قام الباحث بإجراء

اختبار مدى الاتساق الداخلي لفقرات المقياس، حيث تم تقييم تماسك المقياس بحساب معامل الثبات (Cronbach Alpha) لأنه يعتمد على اتساق أداء الفرد من فقرة لأخرى، وهو يشير إلى قوة الارتباط والتماسك بين فقرات المقياس، إضافة لذلك فإنه يزداد بتقدير جيد للثبات وللتحقق من ثبات أداة الدراسة بهذه الطريقة طبقت معادلة (Cronbach Alpha) على درجات أفراد الثبات وعلى الرغم من عدم وجود قواعد قياسية بخصوص القيم المناسبة (Alpha) لكن من الناحية التطبيقية يعد معامل الثبات لدراسة ككل 0.808، أي 80.80% وهي نسبة ممتازة. وفيما يلي معامل الثبات لكل بعد.

الجدول رقم 03: معاملات الثبات (بطريقة ألفا كرونباخ)

الأجزاء	المحتوى	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الأول	القيادة التحويلية		
البعد الأول	التأثير المثالي.	06	0.788
البعد الثاني	الحافز الإلهامي.	05	0.819
البعد الثالث	الاستشارة الفكرية.	05	0.790
البعد الرابع	الاعتبارات الفردية.	05	0.932
المحور الثاني	الولاء المعياري.	07	0.741
	الاستبانة ككل	28	0.878

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

يظهر من الجدول 05 أن معامل الثبات ألفا كرونباخ لاستبانة ككل 0.878 أما بالنسبة لمحور القيادة التحويلية فلقد تراوح معامل الثبات ما بين 0.788 و 0.932 بينما كان معامل الثبات لمحور الولاء المعياري 0.741 وعموما فهي قيم مقبولة جداً لأغراض الدراسة.

خامساً: اختبار الفرضيات وعرض النتائج وتحليلها.

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند المستوى المعنوي $\alpha \leq 0.05$ بين التأثير المثالي والولاء المعياري.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) واختبار تحليل الانحدار البسيط للتحقق من وجود أثر التأثير المثالي على الولاء المعياري لدى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بالجلفة، أما فيما يخص نتائج اختبار أثر التأثير المثالي على الولاء المعياري لدى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بجامعة الجلفة.

الجدول رقم 04: نتائج اختبار أثر التأثير المثالي

البيان	اختبار	معامل الارتباط	معامل التحديد	F	مستوى
	T	R	R ²	المحسوبة	المعنوي
أثر التأثير المثالي على الولاء المعياري.	2.702	0.714	0.509	3.522	0.000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يوضح الجدول 07 أثر التأثير المثالي على الولاء المعياري، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتأثير المثالي على الولاء المعياري، إذ بلغ معامل الارتباط 0.714 عند مستوى معنوي 0.000 وبمعامل تحديد R² بلغ 0.509 أي أن ما قيمته 50.90% من الولاء المعياري يحدثها التأثير المثالي، كما بلغت قيمة F المحسوبة 3.522 وهي دالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.005)$ ، وبما أن قيمة Sig أقل من قيمة $(\alpha = 0.05)$ نرفض فرضية العدم وتقبل الفرضية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.005$ لتأثير المثالي على الولاء المعياري.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند المستوى المعنوي $\alpha \leq 0.05$ بين الحافز الإلهامي والولاء المعياري.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) واختبار تحليل الانحدار البسيط للتحقق من وجود أثر الحافز الإلهامي على الولاء المعياري لدى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بالجلفة، أما فيما يخص نتائج اختبار أثر الحافز الإلهامي على الولاء المعياري لدى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بجامعة الجلفة.

الجدول رقم 05: نتائج اختبار أثر الحافز الإلهامي

البيان	اختبار	معامل الارتباط	معامل التحديد	F	مستوى
	T	R	R ²	المحسوبة	المعنوي
أثر الحافز الإلهامي على الولاء المعياري.	4.171	0.854	0.729	5.736	0.000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يوضح الجدول 09 أثر التأثير المثالي على الولاء المعياري، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذو دلالة إحصائية للحافز الإلهامي على الولاء المعياري، إذ بلغ معامل الارتباط 0.854 عند مستوى معنوي 0.000 وبمعامل تحديد R² بلغ 0.729 أي أن ما قيمته 72.90% من الولاء المعياري يحدثها الحافز الإلهامي، كما بلغت قيمة F المحسوبة 5.736 وهي

دالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.005)$ ، وبما أن قيمة Sig أقل من قيمة $(\alpha = 0.05)$ نرفض فرضية العدم وتقبل الفرضية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.005$ للحافز الإلهامي على الولاء المعياري. الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند المستوى المعنوي $\alpha \leq 0.05$ بين الاستشارة الفكرية والولاء المعياري.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) واختبار تحليل الانحدار البسيط للتحقق من وجود أثر الاستشارة الفكرية على الولاء المعياري لدى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بالجلفة، أما فيما يخص نتائج اختبار أثر الاستشارة الفكرية على الولاء المعياري لدى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بجامعة الجلفة.

الجدول رقم 06: نتائج اختبار أثر الاستشارة الفكرية

مستوى المعنوي	F المحسوبة	معامل التحديد R^2	معامل الارتباط R	اختبار T	البيان
0.000	4.587	0.441	0.664	3.101	أثر الاستشارة الفكرية على الولاء المعياري.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يوضح الجدول 11 أثر الاستشارة الفكرية على الولاء المعياري، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذو دلالة إحصائية للاستشارة الفكرية على الولاء المعياري، إذ بلغ معامل الارتباط 0.664 عند مستوى معنوي 0.000 ومعامل تحديد R^2 بلغ 0.441 أي أن ما قيمته 44.10% من الولاء المعياري تحدثها الاستشارة الفكرية، كما بلغت قيمة F المحسوبة 4.587 وهي دالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.005)$ ، وبما أن قيمة Sig أقل من قيمة $(\alpha = 0.05)$ نرفض فرضية العدم وتقبل الفرضية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.005$ للاستشارة الفكرية على الولاء المعياري.

الفرضية الرابعة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند المستوى المعنوي $\alpha \leq 0.05$ بين الاعتبارات الفردية والولاء المعياري.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) واختبار تحليل الانحدار البسيط للتحقق من وجود أثر الاعتبارات الفردية على الولاء المعياري لدى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بالجلفة، أما فيما يخص نتائج اختبار أثر الاعتبارات الفردية على الولاء المعياري لدى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بجامعة الجلفة.

الجدول رقم 07: نتائج اختبار أثر الاعتبارات الفردية

مستوى المعنوي	F المحسوبة	معامل التحديد R^2	معامل الارتباط R	اختبار T	البيان
0.000	5.042	0.794	0.891	4.759	أثر الاعتبارات الفردية على الولاء المعياري.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يوضح الجدول 14 أثر الاعتبارات الفردية على الولاء المعياري، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذو دلالة إحصائية للاعتبارات الفردية على الولاء المعياري، إذ بلغ معامل الارتباط 0.891 عند مستوى معنوي 0.000 ومعامل تحديد

R^2 بلغ 0.794 أي أن ما قيمته 79.40% من الولاء المعياري تحدثها الاعتبارات الفردية ، كما بلغت قيمة F المحسوبة 5.042 وهي دالة إحصائياً عند مستوى ($\alpha \leq 0.005$) ، وبما أن قيمة Sig أقل من قيمة ($\alpha = 0.05$) نرفض فرضية العدم وتقبل الفرضية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.005$ للاعتبارات الفردية على الولاء المعياري.

الفرضية الرئيسية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند المستوى المعنوي $\alpha \leq 0.05$ بين القيادة التحويلية والولاء المعياري.

وبناء على نتائج التحليل الإحصائي لمتغيرات الدراسة، يمكن التأثير على الولاء المعياري بدلالة المتغيرات المستقلة والمتمثلة في أبعاد القيادة التحويلية:

$$Y = \alpha + (\beta_1 \cdot X_1) + (\beta_2 \cdot X_2) + (\beta_3 \cdot X_3) + (\beta_4 \cdot X_4) + e_i$$

$$y = 0.985 + (1.013 \cdot X_1) + (1.256 \cdot X_2) + (0.574 \cdot X_3) + (1.469 \cdot X_4) + e_i$$

α : ثابت معادلة الانحدار

β : معامل الانحدار

e_i : متغير عشوائي أو العوامل الأخرى

■ X_1 (التأثير المثالي) ؛

■ X_2 (الحافز الإلهامي) ؛

■ X_3 (الاستشارة الفكرية) ؛

■ X_4 (الاعتبارات الفردية)؛

وهذا ما يدل على عدم صحة الفرضية الرئيسية القائلة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين القيادة التحويلية والولاء المعياري لدى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بجامعة زيان عاشور بالجلوفة". وعليه فيمكن أن أن القيادة التحويلية لها تأثير كبير على الولاء المعياري.

خاتمة:

يعتبر الولاء المعياري أحدث أنماط ومداخل الولاء التنظيمي وأكثرها أهمية بالنسبة للمؤسسة، حيث أنه شعور الفرد بانتماء أخلاقي يحول دون مغادرته العمل وهذا ما تسعى الى تحقيقه كل مؤسسة على عكس الأنماط الأخرى .

تعد القيادة التحولية من أكثر العمليات الإدارية تأثيراً على السلوك التنظيمي للعاملين وعلى اتجاهاتهم كونها اهتمت بتطويرهم وتمكينهم من أداء مهامهم بشكل مستقل، كما أنها نمط من الأنماط القيادية الحديثة التي كانت نتاج التحديات التي تواجهها المؤسسة اليوم كالطفرات التكنولوجية و المنافسة المفرطة. ونظراً الى أن القيادة التحولية محورا مهما في العلاقة بين الرؤساء و المرؤوسين ، و بالنظر الى أن سلوك القيادة التحولية يبدأ من القيم و المعتقدات الشخصية للقائد و الذي لا يعتمد على تبادل المصالح مع المرؤوسين يتأتى دورها في زيادة الولاء المعياري للأفراد.

1. نتائج الدراسة:

- ان مفهوم القيادة التحولية مفهوم حديث ويرتكز على تقييم أخلاقية راسخة كالعدالة و الاستقامة؛
- تعد القيادة التحولية متغيرا هاما في ادارة التغيير؛
- ترفع القيادة التحولية من مستوى التحفيز الفكري للعاملين و تقود الى أداء أعلى وفاعلية أكبر؛
- يعتبر الولاء المعياري أحدث مفهوم من مفاهيم الولاء التنظيمي؛
- تكمن الأهمية المحورية للولاء المعياري في الجانب الأخلاقي غير المرتبط بالمسائل المادية أو النفعية في علاقة الفرد بالمؤسسة؛
- يعزز الولاء المعياري من شعور الانتماء للمؤسسة و بالتالي يزيد من أداء العاملين؛
- يحث الولاء المعياري على روح المبادرة وزيادة الجهود التطوعية للعاملين؛
- وجود مستوى عالي من الولاء المعياري لدى اساتذة كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير بجامعة الجلفة.

2. التوصيات:

- زيادة الاهتمام بالقيادة التحولية مما يزيد من أداء المرؤوسين؛
- العمل على زيادة الولاء المعياري لأساتذة كلية الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير بجامعة الجلفة؛
- تشجيع بصفة دورية و مستمرة على توطين القيادة التحولية وجعلها ثقافة راسخة في كلية الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير بجامعة الجلفة مما يؤدي الى التميز وزيادة الأداء.

الهوامش والمراجع:

1. أحمد بن عبد المحسن العساف، مهارات القيادة و صفات القائد، على الموقع الإلكتروني: <http://vb.mediu.edu.my/showthread.php?t=859> يوم الإطلاع 15 جوان 2015، على الساعة 23:30.
2. القحطاني سالم بن سعيد، القيادة الإدارية التحول نحو نموذج للقيادي العالمي، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، السعودية، 2008، ص 08.
3. كنعان نواف سالم، القيادة الإدارية، دار الثقافة للنشر، عمان، الأردن، 2009، ص 98.
4. ياغي، محمد عبد الفتاح، درجة الرضا الوظيفي للعاملين في المركز الجغرافي الاردني بعمان، مذكرة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، الأردن، 1996، ص 126، بتصرف.
5. ياغي، محمد عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص 129، بتصرف.

6. نجم عبود نجم، القيادة الإدارية في القرن الواحد والعشرين، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 115.
7. الغامدي عبد الله بن عبد الواحد، القيادة الإدارية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الدمام، السعودية، 2009، ص 72.
8. الهواري سعيد، ما بعد المدير الفعال؟ القائد التحويلي، مكتبة عين شمس، القاهرة، مصر، 1996، ص 31، بتصرف.
9. ضرار قاسم، تنمية المهارات الإشرافية على المستوى التنفيذي، ط2، الرياض، 1995، ص 276.
10. العمري مشهور بن ناصر، العلاقة بين خصائص القيادة التحويلية ومدى توفر مبادئ إدارة الجودة الشاملة، ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، السعودية، 2004، ص 33.
11. المرجع نفسه، ص 37، بتصرف.
12. نورث هاوس بيتر، القيادة الإدارية بين النظرية والتطبيق، ترجمة صلاح معيوف، معهد الإدارة، الرياض، السعودية، 2005، ص 193.
13. العازمي محمد بزيع، القيادة التحويلية وعلاقتها بالإبداع الإداري، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الإدارية، جامعة نايف، السعودية، 2006، ص 34، بتصرف.
14. Gosslin Eric, **Influence des préoccupations de carrière sur la fluctuation des attitudes au travail**, Université du Québec en Outaouais, Revue multidisciplinaire sur l'emploi, le syndicalisme et le travail, vol N°171, Canada, 2009, p 09.
15. Miks Mutassim, **Commitment to organization versus commitment to profession, conflict or compatibility**, jurnal Pengurusam, 2002, p 78.
16. بلبل نادر، أثر العوامل الشخصية والتنظيمية على الولاء التنظيمي دراسة ميدانية بالتطبيق على مصرف الشام الإسلامي، مذكرة ماجستير غير منشورة، الدراسات والبحوث السكانية، المعهد العالي للدراسات والبحوث السكانية، 2009/ 2008، ص 11-12، بتصرف.
17. المرجع نفسه، ص 12.
18. اسعد حماد أبو رمان، وآخرون، العلاقة بين الدعم التنظيمي المدرك والالتزام التنظيمي: دراسة ميدانية في المستشفيات الأردنية، على الموقع الإلكتروني
https://www.google.dz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjE0s2ZporLAhXH1RQKHwJ8DDcQFggfMAA&url=https%3A%2F%2Fwww.researchgate.net%2Fprofile%2Fasad_Aburumman%2Fpublication%2F259784926_allaqt_byn_aldm_altnzmy_almdrk_walaltzam_altnzmy_drast_mydanyt_fy_almstshfyat_alardnyt%2Flinks%2F0deec52de4301a7318000000&usq=AFQjCNE8DXni8mejVh1y10Kz86El68hQ5g&bvm=bv.14733917,d.bGs
 ص 7-8، بتصرف، يوم الإطلاع: 28 جوان 2016 على الساعة 22:00.

مقدمة:

تعتبر نظرية كفاءة الأسواق من النظريات التي أثارَت جدلاً كبيراً بين المهتمين بأسواق رأس المال، حيث أنه ووفقاً لمفهوم الكفاءة، يتوقع أن تستجيب أسعار الأصول المالية في السوق على وجه السرعة لكل معلومة جديدة ترد إلى المتعاملين فيه، يكون من شأنها تغيير نظرتهم وتصرفاتهم اتجاه المنشأة المصدرة للأصل المالي، و بما أن المعلومات سواءً كانت تتمثل في القوائم المالية، أو السجل التاريخي لأسعار الأصول في الماضي، أو في تحليلات أو تقارير عن آثار الحالة الاقتصادية العامة حول المؤسسة، ترد إلى السوق مستقلة عن بعضها البعض، و في أي وقت، مما يؤدي إلى حركة عشوائية للأسعار، حيث ترتفع مع ورود المعلومات الحسنة وتنخفض مع ورود المعلومات غير الحسنة.

و في ظل المنافسة الحرة و الشديدة بين المتعاملين في السوق المالي للحصول على المعلومات الجديدة فلن يتمكن أي واحد منهم من تحقيق السبق في الحصول على تلك المعلومات أو في تحليلها، و بالتالي فلن تتاح له فرصة تحقيق أرباح غير عادية على حساب المتعاملين الآخرين.

1- مفهوم السوق الكفاء:

إن نظرية السوق الكفاء في بدايتها كانت بسيطة، و لكن مع التطورات أصبحت معقدة، لهذا فإن تعريف الكفاءة ليس محدد، فهو يتطور مع تطور الزمن و الأحداث.

و يعتبر *Fama* أول من عرّف كفاءة السوق المالي في 1965 بقوله: "يكون السوق المالي كفاء إذا كانت كل المعلومات المتعلقة بأي أصل مالي موجود في هذا السوق متوفرة، و تعكس سعر هذا الأصل".¹

كما يمكن تعريف السوق الكفاء بأنه: ذلك السوق الذي يكون فيه سعر السهم الذي تصدره مؤسسة ما يعكس كافة المعلومات المتاحة عنها، سواءً تمثلت تلك المعلومات في القوائم المالية، أو في معلومات تثبتها وسائل الإعلام، أو في السجل التاريخي لسعر السهم في الأيام و الأسابيع و السنوات الماضية، أو في تحليلات أو تقارير عن آثار الحالة الاقتصادية العامة على أداء المؤسسة، أو غير ذلك من المعلومات التي تؤثر على القيمة السوقية للسهم.²

و لقد قدم *Fama* الصيغة الرياضية لنظرية الكفاءة في سنة 1970 في المعادلة التالية:³

$$E \left(P_{j,t+1} / \varphi_t \right) = P_{j,t} \left[1 + E \left(R_{j,t+1} / \varphi_t \right) \right]$$

حيث:

φ : المعلومات المتوفرة في الفترة (t) .

$P_{j,t+1}$: القيمة المتوقعة للسهم (j) في الفترة $(t+1)$.

$E(x)$: الأمل الرياضي للمتغير العشوائي (x) .

R_j : مرد ودية السهم (j) .

فإذا كان سعر السهم يعكس كل المعلومات المتوفرة، و إذا تحققت المعادلة السابقة بالنسبة لكل الأسهم (j) المتداولة في السوق فعندها يكون السوق كفاء.

¹ - Philippe Gillet. *L'efficience des marches financières*. Édition economica. 1999. P 11.

² - منير إبراهيم هندي، الفكر الحديث في مجال الاستثمار، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1996، ص 37.

³ - Eugene F. Fama, *Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work*, *The Journal of Finance*, Vol. 25, No. 2, (May, 1970), P 384.

II- شروط تحقيق الكفاءة: لكي يكون السوق كفاء يجب أن تتحقق فيه الشروط التالية:

II-1- عقلانية المستثمرين: من بين شروط تحقق كفاءة السوق المالي، وجود مستثمرين عقلانيين في هذا السوق، و هذا ما يتضمن فرضيتين لتبيان مدى عقلانية المستثمرين:

● الأولى: أنَّ الأعدوان الاقتصاديين يتصرفون وفق المعلومات الواردة إلى السوق، فإذا كانت المعلومات الواردة إلى السوق حول أصل مالي ما حسنة فإن المتعاملين يقبلون على شراء هذا الأصل.
أمَّا إذا كان العكس أي أن المعلومات الواردة للسوق غير جيدة حول أصل مالي فإن ذلك يدفع بالمتعاملين إلى اتخاذ قرار بيع هذا الأصل.

● الثانية: أنَّ المستثمرين يبحثون من خلال شراء و بيع الأصول المالية عن تعظيم أرباحهم، و تقليل الخطر الناتج عن عمليات الشراء و البيع.

II-2- حرية انتقال المعلومات:

يقتضي هذا الشرط توفر المعلومات في السوق، و حرية انتقالها، و وصولها لكل المتعاملين دون تمييز، و ذلك ليكون السعر يعكس كافة المعلومات المتوفرة، و لذلك لا بد من:

● وصول المعلومات لكل المتعاملين الاقتصاديين في نفس اللحظة، أي أنه لا يوجد فاصل زمني بين وصول المعلومات لأحد المتعاملين الاقتصاديين، و بين وصولها لمتعامل آخر.

● تحليل المعلومات من طرف المتعاملين الاقتصاديين يختلف حسب خبرة و حنكة كل متعامل، إذا ليس من الضروري أن يتوصل كل المتعاملين الاقتصاديين إلى نفس النتائج، و اتخاذهم نفس القرارات من تحليلهم للمعلومات الواردة إلى السوق، و إنما يتوقف ذلك على كيفية تعامل كل مستثمر مع المعلومات، و كيفية تحليلها، و مدى خبرته للتعامل مع هذه المعلومات.

II-3- مجانية المعلومات:

بحيث يحصل كل الأعدوان الاقتصاديين على المعلومات من دون تحمل تكاليف إضافية، فإذا كانت المعلومات لا تمنح للمتعاملين دون مقابل، فإن المتعاملين سوف يتحججون بكون أن تكون تكلفة المعلومات، و الحصول عليها أكبر من الخسارة المحتملة عند عدم حصولهم على هذه المعلومات.¹

و لأجل ذلك فإنَّ الأسواق المالية توفر المعلومات الخاصة بالأصول المتداولة فيها بشكل مجاني لكافة المتعاملين الاقتصاديين.

II-4- عدم وجود تكاليف للصفقات:

و يقتضي هذا الشرط عدم وجود أي قيود على التعامل في السوق المالي، و المتمثلة في تكاليف المعاملات، و ضرائب و رسوم البورصة، كما ينص على أن المستثمر يمكنه شراء أو بيع الأصول المالية مهما كان حجمها بكل سهولة و يسر، دون تحمل تكاليف هذه الصفقة، أو أي رسوم أو ضرائب، كما ينص على عدم وجود أي قيود تشريعية للدخول أو الخروج من السوق بالنسبة للمتعاملين، أو أي قيود من أي نوع تعيق عقد الصفقات بين المتعاملين.

¹ - Philippe Gillet .Op_Cit. P 18.

II-5- تعدد المستثمرين و توفر السيولة:

يجب أن يكون هناك عدد كبير من المستثمرين في السوق، و بالمقابل توفر السيولة اللازمة لقيامهم بالصفقات، فمع تعدد المستثمرين و غياب السيولة فإن ذلك ينعكس سلباً على الصفقات المعقدة في السوق مما ينقص من كفاءة هذا السوق. و لكي يحقق السوق الكفاءة المنشودة ينبغي أن تتوافر فيه سمتين أساسيتين هما:¹

□ كفاءة التسعير:

يطلق على كفاءة التسعير بالكفاءة الخارجية، و يقصد بها أن المعلومات الجديدة تصل إلى المتعاملين في السوق دون فاصل زمني كبير، أي في وقت واحد، مما يجعل الأسعار تعكس كافة المعلومات المتاحة، مما يجعل التعامل في السوق بمثابة مباراة عادلة، فجميع المتعاملين لديهم نفس الفرصة لتحقيق الأرباح، إلا أنه يصعب على أي منهم أن يحقق أرباحاً غير عادية على حساب الآخرين.²

و هذا ما أكدته *FAMA* سنة 1970 من خلال دراساته حول كفاءة الأسواق المالية.

□ كفاءة التشغيل:

يطلق على كفاءة التشغيل بالكفاءة الداخلية، و يقصد بها قدرة السوق على خلق التوازن بين العرض و الطلب، دون أن يتكبد المتعاملين فيه تكلفة عالية للسمسة، و دون أن يتاح للتجار و المتخصصين، أي صناع السوق فرصة لتحقيق هامش ربح كبير، و عليه فإن كفاءة التسعير تعتمد إلى حد كبير على كفاءة التشغيل.

و لكي تعكس الأسعار كل المعلومات الواردة، يجب أن تكون التكاليف التي يتحملها المستثمرين عند حدها الأدنى، لكي يشجعهم ذلك على بذل الجهد للحصول على المعلومات الجديدة، و تحليلها مهما كان حجم التأثير الذي تحدثه تلك المعلومات على الأسعار، و عليه فإذا كانت تكلفة المعاملات مرتفعة فقد يكون العائد من وراء البحث عن المعلومات الجديدة ضئيلاً، و لا يكفي لتغطية تلك التكاليف.

III- المعلومات و دورها في تعزيز كفاءة السوق المالي:

تعتبر المعلومات وسيلة بالغة الأهمية في المساعدة على اتخاذ قرار الاستثمار في السوق المالي، لأنها ترتبط بشكل مباشر بحركة أسعار الأصول المالية المتداولة في السوق، و بالتالي فإن توفر هذه المعلومات و تحليلها في الوقت المناسب، يمكن المستثمر من اتخاذ القرار السليم بشأن بيع أو شراء أصل مالي في الوقت المناسب، مما يساهم في تعظيم العائد و تقليل المخاطر.

III-1- تعريف المعلومات:

تعتبر المعلومات عبارة عن معطيات تم تسجيلها، و تنظيمها، و تصنيفها في قالب معين لإظهارها عند الحاجة إليها، هذه المعلومات قد تكون معطيات عددية، أو أجنبية، أو خليط بين الصنفين.³

فالمعلومات عبارة عن بيانات تنظم بشكل يعطي لها معنى وقيمة للمستفيد الذي يقوم بدوره بتفسيرها و تحديدها مضمونها من أجل استخدامها في صياغة القرارات، و بالتالي فالمعلومة لها معنى و تؤثر في ردود أفعال و سلوك من يستقبلها.⁴

¹ - منير إبراهيم هندي. مرجع سبق ذكره. ص 49-50.

² - محمد عبده محمد مصطفى، تقييم الشركات و الأوراق المالية لأغراض التعامل في البورصة، الدار الجامعية، الطبعة الأولى، 1998 ص 34.

³ - إبراهيم بخي، دور الأنترنت و تطبيقاته في مجال التسويق: دراسة حالة الجزائر، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2002، ص 16.

⁴ - أنظر: - سونيا محمد البكري، إبراهيم سلطان، نظم المعلومات الإدارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص 97. - محمد بن بوزيان و آخرون، كفاءة الأسواق المالية في الدول النامية_دراسة حالة بورصة السعودية، عمان، تونس، و المغرب، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 2، 2012، ص 241.

III-2- خصائص المعلومات: تتميز المعلومات بمجموعة من الخصائص حسب احتياجاتها و استخدامها من طرف المستفيد منها، و تتمثل هذه الخصائص فيما يلي:

1- خصائص التوقيت: بحيث يجب أن تقدم المعلومات في الوقت المناسب، أي وقت الحاجة إليها حتى تكون مفيدة و مؤثرة، و بالتالي يجب أن لا تكون المعلومات المقدمة لمتخذ القرار متأخرة، لأنه لا قيمة للمعلومات إن لم تصل في وقتها الضروري، كما أن تأثيرها لا يتضح على سلوك متخذ القرار مهما كانت درجة أهمية تلك المعلومات و حيويتها بالنسبة للقرار.

2- خصائص المحتوى: بحيث يجب أن تكون المعلومات ملائمة و مرتبطة بموضوع القرار و متخذه، أي يجب أن تتماشى مع الغرض الذي أعدت من أجله، و تتضح مدى ملائمة المعلومات من خلال تأثيرها على سلوك مستخدمها، حيث أن المعلومات الملائمة هي التي تجعل من مستخدمها يتخذ قرار يختلف عن ذلك الذي كان يمكن أن يتخذه في حالة عدم توفر تلك المعلومات.

كما أنه من خصائص هذه المعلومات، من حيث المحتوى، اتسامها بالدقة، أي لا تنطوي على أخطاء أثناء عملية نقلها و تسجيلها و حسابها و تقديمها لمتخذ القرار، كما تتسم بالصحة، أي أنها تعبر حقيقةً عن الشيء المراد دراسته.

3- خصائص الشكل: بمعنى أن تكون المعلومات واضحة و مفهومة لمستخدمها، أي لا تنطوي على عبارات و ألفاظ و رموز غير معروفة و غير مفهومة بالنسبة لمستخدمها، كما يجب أن تتسم هذه المعلومات بالقبول من طرف مستخدمها و ذلك من خلال تقديمها بالصورة و الشكل اللذان يفهمهما مستخدمها، بحيث يجب أن تقدم المعلومات بشكل واضح و بسيط و مفهوم و بدرجة التفصيل المطلوبة، فلا تكون مختصرة أكثر من اللازم حتى تفقد معناها، كما أنه يجب أن تكون هذه المعلومات شاملة تغطي كافة جوانب اهتمامات مستخدمها، و الموضوع المراد اتخاذ القرار بشأنه، و أن تكون في شكلها النهائي أي لا يحتاج مستخدمها إلى إجراء بعض العمليات حتى يحصل على ما يحتاجه من معلومات.

III-4- مصادر الحصول على المعلومات: تتعدد المصادر التي يمكن للمستثمر أن يحصل منها على معلومات مفيدة تساعده على اتخاذ قرار الاستثمار في أصل مالي ما من عدمه، و فيما يلي نتطرق إلى بعض مصادر الحصول على المعلومات:

1- الصحف: تساهم الصحف المتخصصة بأسواق المال في نشر أهم المعلومات عن الشؤون المالية العالمية و المحلية، كما تُزود المستثمر بمعلومات عن المؤسسات المصدرة للأوراق المالية المتداولة في سوق الأوراق المالية، و تعليق الخبراء عن هذه المعلومات، و من أبرز الصحف العالمية في هذا المجال نذكر:¹

- صحيفة نيويورك تايمز (*The New York Times*): و هي صحيفة يومية لها مكانتها بين الصحف الأمريكية، و ذلك للدقة التي تمتاز بها فيما تنشره من أخبار عن الشؤون العالمية و الشؤون المحلية، سواءً كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، إضافة إلى تعليق الخبراء على الأمور الهامة التي تتناولها تلك الأخبار، و الآثار التي تنجم عنها. كذلك تعرض الصحيفة في قسم خاص الأخبار المالية العالمية و المحلية و معلومات عن أحوال أسواق المال في العديد من الدول.

- صحيفة وول ستريت (*The Wall Street Journal*): تصدر خمسة أيام في الأسبوع، أي ماعدا يومي السبت و الأحد، و هي من أوسع الصحف الأمريكية انتشاراً في العالم، و هي تُزود القارئ بمعلومات مشاهمة بتلك التي تزوده بها

¹ - منير إبراهيم هنيدي، الأوراق المالية و أسواق رأس المال، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1993، ص 219.

صحيفة نيويورك تايمز، غير أنها تنشر أيضاً وجهات نظر الخبراء في شأن المستقبل، تحقق هذه الصحيفة تغطية أفضل للمعلومات عن الشركات المصدرة للأوراق المالية المتداولة في أسواق رأس المال.

- **صحيفة يوميات المستثمر:** وهي صحيفة متخصصة في شؤون الاستثمار، تتعرض لموضوعات تهم كل من يفكر في توجيه جزء من موارده للاستثمار في الأوراق المالية، و من بين المعلومات التي تنشرها الصحيفة: ترتيب الشركات من حيث معدل نمو السهم، و القيمة النسبية للقيمة السوقية للورقة المالية، كما تنشر الصحيفة كذلك مؤشرات السوق لقطاعات معينة لشركات الأعمال، مثل مجموعة الشركات التي تتميز بارتفاع مستوى عملياتها و تركيبها، و مجموعة الشركات الصغيرة سريعة النمو، كما تنشر كذلك مؤشرات لأسهم معينة مثل تلك التي تتعرض قيمتها السوقية لدورات صعود و هبوط.

2- **المجلات المالية المتخصصة:** هناك العديد من المجلات المتخصصة في مجال المال و الأعمال و التي تهم المستثمرين، إذ تُوفر لهم معلومات حركة سوق الأوراق المالية، و بالتالي على المستثمر الاعتماد على المجلات الأكثر عمقاً و تحليلاً للأوراق المالية المراد الاستثمار فيها.¹ و فيما يلي نذكر أهم المجلات المالية المتخصصة:²

- **مجلة بارون (Barron's magazine):** وهي مجلو أسبوعية لشؤون المال و الأعمال، تصدرها شركة داو جونز (Dow Jones)، في نصفها الأول مقالات في مجالات تهم المستثمر، و وجهات نظر بشأن عدد من الأسهم، و تحليل عميق لعدد من الشركات أو الصناعات، أما النصف الثاني فينشر فيه سعر البيع و سعر الشراء للصفقات التي أبرمت في الأسبوع المنصرم على أسهم متداولة في بورصة نيويورك و البورصات الأمريكية، و السوق غير المنظمة، و في نهاية المجلة هناك معمل السوق و الذي يتضمن إحصائيات مفيدة عن الاقتصاد القومي، و أسواق رأس المال هذا إلى جانب مؤشر الثقة لأسعار الأسهم.

- **مجلة فورشن (Fortune Magazine):** وهي مجلة دولية تصدر من أمريكا، تتضمن مقالات تقدم تحليلاً تتسم بالعمق في شأن الشركات أو الصناعات، كما يوجد بها قسم خاص يطلق عليه **Business Roundup** يحتوي على تقارير عن التقدم و التطور الذي طرأ على قطاع من قطاعات الاقتصاد، هذا و تأتي هذه المجلة على القمة من حيث جودة التقارير التي تنشرها عن كفاءة إدارة الشركات، و الكيفية التي تتخذ بها الإدارة العليا القرارات في المسائل الخطيرة.

3- **مطبوعات استشاري الاستثمار:** و يقصد باستشاري الاستثمار المؤسسات المتخصصة في مجال المال و الأعمال، هذه الأخيرة تقوم بنشر مطبوعات تشمل معلومات كثيرة عن مؤسسات الأعمال، كحجم الطلب على منتجاتها، و الفروع التابعة لها، و أصولها، و معلومات عن أعضاء مجلس الإدارة و المديرين التنفيذيين، إضافة إلى تنبؤات بمستقبل المؤسسة، و توصيات للمستثمرين بهذا الشأن.³

و من أشهر المؤسسات التي تنشر مطبوعات نذكر ما يلي:⁴

1- محمد صالح الخناوي، تحليل و تقييم الأسهم و السندات، مرجع سبق ذكره، ص 161.

2- صلاح الدين حسن السيسى، الشركات متعددة الجنسيات و حكم العالم في تطوير و ربط البورصات العربية، دار الكتب، الطبعة الثانية، القاهرة، 2003، ص 74.

3- منير إبراهيم هندي، الأوراق المالية و أسواق رأس المال، مرجع سبق ذكره، ص 231.

4- فريد راغب النجار، إدارة شركات تداول الأوراق المالية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2009، ص 46.

- مطبوعات ستاندرد آندبور (*Standard & Poor's*): يأتي في مطبوعات هذه المؤسسة سجل شركات الأعمال الذي يشتمل على منتجاتها، و بيانات عن التأخير في تلبية طلبات الزبائن و الفروع التابعة لها، إضافة إلى معلومات عن حجم العمالة، و معلومات عن السندات التي أصدرتها الشركة من حيث الغرض من الإصدار، و حجم الموارد المحتجزة سنوياً لسداد قيمة السندات عند تاريخ استحقاقها، و خطة شراء السندات من السوق بغرض استهلاكها، و أعلى سعر و أقل سعر بيعت به تلك السندات عند إصدارها، و يتضمن السجل معلومات عن الأسهم العادية من حيث توزيع الأصوات في الجمعية العمومية.

- مطبوعات مسح مستوى قيمة الاستثمار: تتميز هذه المؤسسة بالاهتمام بتقييم كل سهم على أساس مقياس من أربع متغيرات: المخاطر، و التي تقاس بمعامل *Beta*، الأداء المتوقع للسهم، الأرباح الرأسمالية المتوقعة، و التوزيعات المتوقعة، هذا و يُغطي المسح أكثر من 1700 سهم موزعة على 90 صناعة، و يتم مراجعة التقرير الخاص بكل سهم مرة كل ثلاثة أشهر، فالمسح ينقسم إلى 13 نشرة أسبوعية تتم مراجعة الواحدة منها كل أسبوع و لا يجري عليها تعديل حتى تتم باقي النشرات.

و المسح يتضمن ثلاثة أجزاء: التصنيف و التقارير، خلاصة لمجمل المؤشرات، الاختيارو الرأي.

4- تقارير الشركات: من أبرز التقارير المنشورة في أسواق رأس المال تلك التي توجه إلى حملة الأسهم، و التقارير التي ترسل إلى لجنة الأوراق المالية و البورصة، و نجد فيها:

- التقارير إلى حملة الأسهم: تصدر و تنشر شركات الأعمال نوعين من التقارير لحملة الأسهم: التقارير السنوية، و التقارير ربع السنوية، و تمثل هذه التقارير في قائمة الدخل و الميزانية العمومية عن الفترة المنصرمة، و يصاحب التقارير السنوية بيان المدير التنفيذي و توضيح للنتائج المحققة، و الاحتمالات المستقبلية و الخطط المتوقعة للشركة.

- التقارير إلى لجنة الأوراق المالية و البورصة: هي تقارير تتضمن الكثير من المعلومات، و هي لا تقتصر على النواحي المالية، إذ تتضمن كذلك معلومات غير مالية تهم المستثمرين، و يأتي في مقدمة هذه التقارير بيان التسجيل الذي تقدمه الشركة إلى اللجنة عندما تقرر إصدار أوراق مالية جديدة تباع إلى الجمهور، و يطلق على هذا التقرير بالمشور.

5- مطبوعات بيوت السمسرة: عادة ما يوجد في بيوت السمسرة الكبيرة أقسام متخصصة للبحوث و الدراسات، من شأنها أن تحقق لبيت السمسرة مركزاً تنافسياً بين منافسيه، و يتيح قسم البحوث للزبائن الحاليين معلومات مجانية مفيدة عن حالة سوق الأوراق المالية، و الأوراق المالية التي ينصح ببيعها أو بشرائها، فعادة تُوزع على زبائنها المعلومات التي تصدرها بيوت السمسرة، و ذلك بناءً على الاتفاق السابق بينهما.

6- المطبوعات الحكومية: تعتبر المطبوعات الحكومية من أهم مصادر المعلومات عن الأحوال الاقتصادية بصفة عامة و عن الحالة المالية لها بصفة خاصة، و ذلك إضافة إلى كونها مصدراً للمعلومات عن العديد من الصناعات دون الدخول في تحديد الجهة الحكومية التي تصدر تلك المعلومات، فان تلك المعلومات عادة ما تكون شهرية أو سنوية، و تتضمن بيانات إحصائية عن الأسعار و الأجور و الإنتاج، و خرائط توضح حجم الدخل القومي و عناصره، و الدورات الاقتصادية، و ظروف أسواق الأوراق المالية، و التوقعات بشأن أمور تخص شركات الأعمال، كما توجد مطبوعات حكومية تكشف عن المعروض من النقود، و أسعار الفائدة، و مستوى النشاط الاقتصادي، و معدل التضخم، و كلها معلومات ذات أهمية للمستثمر.

7- بنوك المعلومات: يوجد بنوك للبيانات توفر للمستثمرين بيانات تفصيلية عن الأوراق المالية المتداولة و عن الشركات التي أصدرتها. و تعبأ تلك البيانات في ملفات الحاسوب التي يمكن شراءها من مؤسسات متخصصة، تمكّن تلك الملفات المستثمر الذي يقتنيها من الحصول على أي معلومات محددة يبحث عنها، فمثلاً يمكنه من خلال تلك الملفات معرفة الأسهم المتداولة في بورصة نيويورك التي حققت معدل نمو معين، أو حصل حاملها على قدر معين من التوزيعات... إلخ . و غير ذلك من المعلومات التي يمكن أن تفيد المستثمر.

III-5- أنواع المعلومات: تنقسم المعلومات حسب مصدرها إلى نوعين رئيسيين هما:¹

1- معلومات داخلية: و هي تلك المعلومات التي يكون مصدرها المنشأة نفسها و تتلخص فيما يلي:

1-1- القوائم المالية الأساسية: و تشمل أربع قوائم أساسية هي: قائمة المركز المالي، قائمة الدخل، قائمة التغيرات في حقوق الملكية، و قائمة التدفقات النقدية.

1-2- المذكرات و الملاحظات المرفقة بالقوائم المالية: تعد الملاحظات جزءاً ضرورياً من مصادر المعلومات المفيدة، فهي توفر معلومات إضافية غير موجودة في القوائم المالية.

1-3- التقارير المؤقتة: و هي تقدم على مدار السنة و تكون إما نصف سنوية أو ربع سنوية.

1-4- تقارير مجلس الإدارة: و هي تحتوي على معلومات مهمة تتناول بيانات مالية و إحصائية و بعض الخطط المستقبلية.

1-5- تقارير مراقب الحسابات: و ما قد تحتويه من ملاحظات أو تحفظات خاصة بالقوائم المالية التي تم مراجعتها.

2- معلومات خارجية: يعتبر من المفيد عند تحليل المعلومات المالية لمؤسسة معينة، مقارنتها بما هو قائم في الشركات المنافسة، و لذلك يعدّ تجميع معلومات عن الصناعة التي تعمل فيها المؤسسة مهماً لعملية التحليل، يضاف إلى ذلك تجميع بيانات عن الاقتصاد بصفة عامة، و بيانات عن ظروف المنافسة الدولية، و أثر الاتفاقيات الدولية على تلك الصناعة.

III-6- تحليل و تفسير المعلومات المالية:

1- إطار التحليل: يجب أن يبدأ تحليل الاستثمار بتقييم الظروف الاقتصادية الواسعة و يشمل ذلك الاتجاهات العامة، الاستهلاك الشخصي، النفقات الرأسمالية، و متغيرات أخرى.

و يجب أن يمتد التحليل إلى كل من المستوى المحلي و المستوى الدولي و ذلك لتحليل ظروف المنافسة و العوامل الاقتصادية و التكنولوجية التي يمكن أن تؤثر على الصناعات المختارة للتحليل، و أخيراً فإنه يجب أن يكون هناك تحليل شامل لمختلف الشركات في هذه الصناعات.²

2- أدوات التحليل الرئيسية: تتاح للمحلل المالي مجموعة مختلفة من أدوات التحليل، يمكنه الاختيار من بينها ما يلائم للتحليل، و يمكن تبويب أدوات التحليل الرئيسية فيما يلي:³

¹ - طارق حماد عبد العال، دليل المستثمر إلى بورصة الأوراق المالية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 65.

² - عدنان تايه النعيمي، أرشد فؤاد التميمي، الإدارة المالية المتقدمة، دار البازوري، عمان، 2009، ص 179.

³ - انظر: - عدنان تايه النعيمي، أساسيات الإدارة المالية، دار المسيرة، 2007، ص 119. - طارق حماد عبد العال، دليل المستثمر إلى بورصة الأوراق المالية، مرجع سبق ذكره، ص 68.

- عاطف جابر طه عبد الرحيم، أساسيات التمويل و الإدارة المالية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 461. - محمد علي العامري، الإدارة المالية، دار المناهج للنشر و التوزيع، الطبعة

الأولى، عمان، 2007، ص 367.

2-1- القوائم المالية المقارنة: تتم عملية مقارنة القوائم المالية عن طريق وضع بيانات الميزانيات أو قوائم الدخل أو

بيانات التدفقات النقدية، ثم فحص التغيرات التي حدثت على كل عنصر داخل تلك القوائم من عام لآخر و عبر السنوات. و أهم عامل تكشف عنه القوائم المالية المقارنة هو الاتجاه، كما تكشف المقارنة عبر عدة سنوات عن سرعة و مدى و نطاق الاتجاه، و يمكن إجراء المزيد من التحليل لمقارنة الاتجاهات في المفردات أو البنود ذات الصلة، فعلى سبيل المثال فإن الزيادة البالغة 10% في المبيعات المصحوبة بزيادة في مصاريف النقل بنسبة 20% تتطلب بحث و تفسير أسباب هذا الفرق، و بالمثل فإن الزيادة البالغة 15% في الذمم أو الحسابات المدينة أثناء نفس الفترة سوف يقتضي أيضاً إجراء بحث و استقصاء لأسباب اختلاف معدل زيادة المبيعات عن معدل زيادة الحسابات المدينة.

2-2- دراسة التغيرات من عام لآخر: يمكن إجراء مقارنة للقوائم المالية من عامين إلى ثلاثة أعوام عن طريق مقارنة

التغير من عام لآخر، إمّا بمبالغ مطلقة أو بنسب مئوية، و يمكن إجراء المقارنات ذات المدى الطويل على أفضل وجه بواسطة اتجاهات الأرقام القياسية.

و تتمتع المقارنات بين بنود القوائم المالية خلال الفترات التي تتراوح من عامين إلى ثلاثة بعدة مزايا أهمها سهولة فهمها لقارئ القوائم المالية، إضافة إلى إمكانية عرض المقارنات في صورة مبالغ مطلقة أو نسب مئوية.

2-3- تحليل اتجاهات الأرقام القياسية: يصعب استخدام القوائم المقارنة في الحالات التي تتم في أكثر من ثلاث

أعوام لأن المقارنة من عام لآخر يمكن أن تصبح غير دقيقة، و أفضل طريقة لإجراء مثل هذه المقارنات للاتجاهات الأطول من حيث المدى هي استخدام الأرقام القياسية، و تتطلب عملية حساب سلسلة من الأرقام القياسية اختيار سنة الأساس لكافة البنود، يكون رقمها القياسي 100، و لأن سنة الأساس تمثل إطاراً مرجعياً لكافة المقارنات، لذلك يفضل اختيار سنة نمطية أو طبيعية، فإذا لم يتوفر هذا الشرط في السنة الأقدم في السلسلة المقارنة يتم اختبار السنة التي تليها حتى نصل إلى السنة التي يمكنها تأدية تلك الوظيفة.

2-4- التحليل الهيكلي للقوائم المالية: يقوم التحليل الهيكلي للقوائم المالية على التعرف على النسب التي يمثلها بند

معين ضمن مجموعة كلية أو مجموعة فرعية، مثال ذلك نسبة النقدية إلى إجمالي الأصول أو إلى إجمالي الأصول المتداولة، و يتم التعبير عن المجموعات الرئيسية في الميزانية (الأصول و الخصوم و حق الملكية) بنسبة 100%، كما يتم التعبير عن كل بند ضمن هذه الفئات كنسبة مئوية من المجموع، و يتبع نفس الأمر بالنسبة لقائمة الدخل حيث يتم التعبير عن رقم صافي المبيعات بنسبة 100% و ينسب كل بند في قائمة الدخل إلى صافي المبيعات، و يطلق على هذا النوع من التحليل اسم التحليل الرأسي، بينما يطلق على تحليل الاتجاهات اسم التحليل الأفقي.

2-5- تحليل النسب: يعتبر تحليل النسب من أكثر أدوات التحليل المالي شهرة و أكثرها استخداماً على نطاق واسع،

و تمثل النسب أداة تحليل توفر للمحلل المالي في معظم الأحوال مفاتيح استدلال و معرفة بالظروف الكاملة، و إذا ما تم تفسير النسب تفسيراً سليماً فإنه يمكن أن تشير و ترشد المحلل إلى المجالات التي تحتاج إلى المزيد من البحث و الاستقصاء.

و تحليل النسب يمكن أن يكشف عن العلاقات إلى جانب أسس المقارنة التي تكشف عن الظروف و الاتجاهات التي لا يكون من الممكن رصدها من فحص المكونات الفردية للنسبة، لذلك على المحلل يجب أن يكون قادر على تسوية و ضبط الأمور المتصلة أو الموجودة في علاقة ما لتتلاءم مع شكلها و حجمها المحتمل في المستقبل، كما يجب عليه أيضاً أن يتعرف على العوامل المؤثرة على تلك النسب في المستقبل.

و توفير المعلومات يكون من طرف شركات متخصصة في ذلك، مثلاً في باريس تقوم بتوفير المعلومات كل من شبكة

Reuter، والوكالة الفرنسية للصحافة **L'Agence France Presse**.

و تلعب المعلومات دوراً هاماً في تحديد أسعار الأصول المالية في السوق، فمتى كانت هناك معلومات جيّدة حول مؤسسة ما مصدرها لأصل مالي، ارتفع السعر السوقي لهذا الأصل، و العكس فكلّما وصلت معلومات غير جيّدة حول المؤسسة كلّما أثر ذلك على سعر هذا الأصل.

و تقاس درجة كفاءة السوق بمدى تأثر الأسعار بالمعلومات الواردة إلى هذا السوق، أي بمدى اندماج هذه المعلومات في

السعر.¹

IV- أشكال و صيغ الكفاءة:

كما رأينا فإن كفاءة السوق تعتمد على حجم و نوعية المعلومات المتوفرة فيه حول الأصول المالية، و مدى استجابة و تأثر الأسعار بأي معلومة جديدة ترد إلى السوق، إلا أن المعلومات تختلف، فهناك معلومات تاريخية حول الأسعار الماضية، و هناك معلومات حكومية حول السياسة الاقتصادية، وهناك معلومات يتوصل إليها الخبراء انطلاقاً من تحديد الإستراتيجية المستقبلية للمؤسسة.

و بناء على نوعية هذه المعلومات التي يمكن تقسيمها إلى ثلاث مجموعات، يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من الكفاءة:

● فالمجموعة الأولى من المعلومات تمثل المعلومات التاريخية حول الأسعار مثل: سعر الفائدة، سعر الصرف، معدل نمو المؤسسة... الخ.

● أما المجموعة الثانية من المعلومات فتتضم بالإضافة إلى المعلومات الماضية حول الأسعار التنبؤات التي تقوم على تلك المعلومات المتاحة للجمهور، والمتعلقة بالشؤون الدولية أو الظروف الاقتصادية للدولة، و كذا التقارير المالية و التحليلات التي يمكن للجمهور الاطلاع عليها، والمتعلقة بإستراتيجية، و مستقبل المؤسسات.

● أما المجموعة الثالثة من المعلومات فتتضم بالإضافة إلى المعلومات المتاحة للعامة و الخاصة، المعلومات التي قد تكون متاحة لفئة معينة مثل إدارة المؤسسة، و كبار العاملين فيها أو تلك التي يمكن أن يتوصل إليها مكاتب الفحص و الاستشارة، بالإضافة إلى المعلومات المتعلقة بالأرباح و رقم الأعمال المستقبليين.

و انطلاقاً من أعمال **Robert (1967)**، و **Fama (1970-1978)** يمكن تقسيم الكفاءة إلى ثلاثة صيغ

اعتماداً على نوعية المعلومات المتاحة في السوق للمتعاملين.²

IV-1- الصيغة الضعيفة للكفاءة:

تقتضي الصيغة الضعيفة للكفاءة أن السعر الحالي للأصل المالي مستقل كلياً عن مجموعة المعلومات الماضية المحددة لسعره

في الماضي، و عليه و حسب الصيغة الضعيفة للكفاءة فإنه لا يمكن أن نستعمل المعلومات الماضية حول الأصول المالية، مثل: النتيجة، الأرباح الموزعة، تطور رقم الأعمال، تطور الطلبات، المعلومات الماكرو اقتصادية... الخ، لتحديد السعر الحالي، أو التطور الحاصل في السعر.³

¹ - Jean-Laurent Viviani .Gestion de portefeuille. Dunod. Paris. 1997. P 233.

² - Broquet. Cobbaut. Gillet. Van den Berg. Gestion de portefeuille. Edition de Boeck. 4^{eme} Edition 2004. P 255.

³ - Philippe Gillet .Op_Cit P 37.

أو بعبارة أخرى أن التغيرات السعرية المتتالية مستقلة عن بعضها البعض و لا يوجد بينهما أي ترابط، و هذا ما يمكن أن يعبر عنه " بالحركة العشوائية للأسعار".

و يمكن تلخيص فرض الصيغة الضعيفة للكفاءة في أن السعر الحالي للفترة (t) لأي أصل مالي مستقل كلياً عن سعره في الفترة $(t-1)$ أو في أي فترة أخرى مختارة، و يمكن تلخيص هذه الصيغة في المعادلة التالية:

$$\forall \phi, E(P_{j,t+1} / \phi_t) = P_{j,t}$$

حيث:

$P_{j,t}$: سعر الأصل المالي j في الفترة t .

ϕ : معلومة متوفرة حول الأصل.

و يكون أحسن توقع لسعر الأصل المالي في الفترة $(t+1)$ أن يبقى نفس السعر المحدد في الفترة (t) .

IV-2- الصيغة المتوسطة للكفاءة:

تقتضي الصيغة المتوسطة للكفاءة أن أسعار الأسهم في لحظة معينة لا تعكس فقط التغيرات السابقة التي طرأت على أسعار تلك الأسهم، بل تعكس كافة المعلومات المتاحة للجمهور، أو التنبؤات التي تقوم على تلك المعلومات، سواء تمثلت تلك المعلومات فيما نشر عن الشؤون الدولية، أو الظروف الاقتصادية في الدولة أو ظروف الصناعة أو المؤسسة بما في ذلك التقارير المالية و غيرها من التقارير و التحليلات التي تتاح للجمهور. إذا في ظل الصيغة المتوسطة للكفاءة فإن الأسعار الحالية تعكس كل المعلومات المتاحة و المتعلقة بالأسعار الماضية.¹

و بناء على ما سبق فإن توفر الصيغة المتوسطة للكفاءة في السوق المالي يترتب عليه:²

● أن سعر كل أصل مالي متوفر في هذا السوق يعكس قيمته الحقيقية: أي عدم وجود أي فارق بين قيمة الأصل و سعره نظراً لأن الأسعار تعكس كافة المعلومات المتاحة.

● عدم وجود أي فرصة للمضاربة: عندما تكون الأسعار تعكس كافة المعلومات الواردة إلى السوق فإن أي مستثمر لا يمكنه تحقيق أرباح نتيجة عمليات المضاربة.

التوقعات المتعلقة بالحوادث المستقبلية يمكن أن توضح المعلومات المتعلقة بالأصل المالي.

IV-3- الصيغة القوية للكفاءة:

تقتضي الصيغة القوية للكفاءة بأن تكون المعلومات التي يعكسها سعر السهم في السوق هي جميع المعلومات المتاحة و المتوفرة للعامة و الخاصة، أي المعلومات المنشورة و المتاحة للجمهور، إضافة إلى تلك المعلومات التي قد تكون متاحة لفئة معينة مثل أعضاء مجلس إدارة المؤسسة أو كبار العاملين فيها، إضافة إلى المعلومات التي يمكن أن يصل إليها المحللين الأساسيين من خلال أدوات التحليل.³

¹ - Richard Baillic et Patrick McMahon, *Le marché des changes*, édition ESKA 1997, P 49.

² - Philippe Gillet. *Op_Cit* P 64.

³ - منير إبراهيم هندي، الأوراق المالية وأسواق رأس المال، منشأة المعارف، 1999، الإسكندرية، ص 511.

و هذا ما يعني أن القيمة المتوقعة للأرباح غير العادية ستكون في هذه الحالة صفراً، لأن الأسعار السائدة في السوق للأوراق المالية المتداولة فيه تكون في مثل هذه الأحوال معادلة تماماً لقيمتها.¹

و تعتبر الصيغة القوية للكفاءة الأكثر صعوبة تطبيقاً على أرض الواقع و تجريبها في الأسواق المالية، و لقد اختبرت الصيغة القوية لكفاءة الأسواق المالية بطريقة غير مباشرة، و ذلك من خلال قياس العائد أو الأرباح المحققة من طرف فئات معينة من المستثمرين العاملين في السوق المالي، بحيث يفترض أن لهذه الفئات وسائل خاصة للحصول على معلومات غير متاحة للمستثمرين الآخرين في نفس الوقت و بنفس السرعة.

و تتمثل هذه الفئات من المستثمرين في: المؤسسات المالية المتخصصة في الاستثمار في الأسواق المالية، و المتخصصين في تحليل الأوراق المالية الممثلين في صناع السوق، المديرين و كبار العاملين الذين يستثمرون جزء من مواردهم المالية في أسهم المؤسسات التي يعملون فيها.

1- المؤسسات المتخصصة في الاستثمار: لقد كشفت دراسة كل من *Crockett* و *Blume* سنة 1970 و دراسة *Glen* و *Cumby* سنة 1990 أنه لا يوجد دليل يؤكد قدرة المؤسسات المتخصصة في الاستثمار على تحقيق عائد أو مردود أكبر من العائد الذي يمكن أن يحققه أي مستثمر آخر بسيط، يقوم بإتباع إستراتيجية اشترى و احتفظ أي شراء الأسهم عندما يكون سعرها منخفض و الاحتفاظ بها إلى حين يرتفع السعر لإعادة بيعها.

كما بينت دراسات كل من *Shawky* سنة 1982 ودراسة *Vit* و *Cheney* سنة 1982 عدم قدرة المؤسسات المتخصصة في الاستثمار على التنبؤ باتجاه أسعار الأسهم في الفترات المستقبلية، و هو ما يؤكد عدم حصول هذه المؤسسات على امتيازات خاصة تمكنها من تحقيق أرباح غير عادية.

إضافة إلى ذلك فقد أكد *Jahnke* سنة 1991 من خلال دراساته أن معظم هذه المؤسسات، و كذا المؤسسات المتخصصة في التحليل لا تعطي اهتمام كافي للتحليل الكمي للعائد و المخاطر، و هو ما يعني عدم قدرتها على تحقيق عائد مميز.

2- المؤسسات المتخصصة في التحليل: يعتقد المستثمرون الفاعلون في السوق المالي أن المؤسسات المتخصصة في التحليل لديها القدرة على امتلاك معلومات ذات قيمة قبل غيرها من الفاعلين في السوق، و ذلك من خلال اتصالاتها و قدرتها الفنية.² غير أن دراسات كل من *Diefenback* سنة 1972، *Dimson* و *March* سنة 1984 و *French* سنة 1989، و *Keane* سنة 1991 كلها بينت عدم قدرة المؤسسات المتخصصة في التحليل على تحقيق أرباح غير عادية و أن قدرة هذه المؤسسات على تقدير القيمة الحقيقية للسهم لا تتسم بالدقة في كثير من الأحيان.

كما بين *Treymon* من خلال دراساته سنة 1987 عدم قدرة هذه المؤسسات على معرفة اتجاه الخطأ المحتمل في تقدير القيمة الحقيقية للسهم.

و مع ذلك فإن قدرة تلك المؤسسات على تقديم استشارات للمتعاملين في السوق حققوا من ورائها أرباحاً غير عادية، يعتبره البعض بمثابة نفي للصيغة القوية للكفاءة.

¹ - محمد مطر، إدارة الاستثمارات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 1999، ص 145.

² - منير إبراهيم هندي، أساسيات الاستثمار في الأوراق المالية، منشأة المعارف، 1999، الإسكندرية، ص 404.

إضافة إلى الدراسات التي كشفت أن المعلومات المتاحة لصناع السوق، بشأن الأوراق المالية، عادة ما تكون أقل مما هو متاح لإدارة المؤسسة المصدرة لتلك الأوراق، مما يعني عدم قدرتهم على تحقيق أرباح غير عادية على حساب آخرين، لديهم أجهزة تضطلع بمهام تجميع و تحليل المعلومات عن الأوراق المالية، مما يساعدهم على اتخاذ قرارات الشراء و البيع.

3- كبار العاملين الذين يستثمرون جزء من مواردهم المالية في أسهم المؤسسات التي يعملون بها: لقد أكدت أغلب الدراسات الخاصة بالعائد الذي يحققه هؤلاء العاملين، على أنهم يحققون أرباحاً غير عادية، و هذا ما أكدته دراسات كل من *Rozeff, Barn*، و *Zaman* سنة 1988.

إلا أن الدراسات الحديثة مثل دراسات *Eyssel* و *Archadi* سنة 1991 كشفت عن حقائق جديدة صاحبت التعديل الذي أجري على قانون عقوبة كبار العاملين الذين يستغلون لصالحهم المعلومات المتاحة عن المؤسسة التي يعملون بها (*Insider Trading Sancation Act*) (ITSA)، الصادر سنة 1974، و الذي أعطى للجنة الأوراق المالية و البورصة في الولايات المتحدة الأمريكية الحق في رفع دعوى قضائية لرد الأرباح التي يحققها العاملون من وراء تلك الصفقات إضافة إلى حقها في فرض غرامة تصل إلى ثلاث أضعاف تلك الأرباح.

خاتمة:

من خلال هذه الورقة البحثية، توصلنا إلى أن السوق لن يكون كفاءاً إلا إذا كانت أسعار الأصول المالية المتداولة فيه تستجيب وبشكل مباشر لأي معلومات جديدة ترد إليه، دون أن يكون لأحد المتعاملين ميزة للحصول على هذه المعلومات الجديدة، قبل المتعاملين الآخرين، ودون أن يكون هناك فاصل زمني بين تحليل هذه المعلومات، وبين الوصول إلى نتائج محددة بشأن القيمة الحقيقية لسعر الأصل المالي.

كما تعتبر المعلومات هي المحدد الرئيسي لكفاءة السوق المالي، حيث تتنوع هذه الأخيرة و تتعدد على حسب مصادر الحصول عليها و طبيعتها، و بذلك فإن كمية و زمن الحصول على المعلومات هو ما يصنع الفارق بين المستثمرين، حيث أنه و وفقاً لمفهوم نظرية الكفاءة يجب أن لا يكون هناك فاصل زمني بين ورود المعلومة و بين انعكاسها على سعر الأصل المالي و لذلك ما يبقى يفصل بين مستثمر و آخر هو كيفية و طريقة فهم و تحليل المعلومات الواردة للسوق، و كذا القرار المناسب المتخذ من طرف المستثمر بناءً على ما توصل إليه من نتائج من خلال استخدامه للمعلومات الواردة.

كما أننا استخلصنا أن الكفاءة تقوم على مفهومين أساسيين هما: الكفاءة الكاملة و هو أمر يصعب تحقيقه على أرض الواقع كما رأينا من خلال دراستنا لهذا المفهوم أما المفهوم الثاني فيتمثل في الكفاءة الاقتصادية و هو المفهوم الممكن تحقيقه و تجسيده على أرض الواقع.

مقدمة:

تعد جودة المنتجات والخدمات من أهم المتغيرات التي تسعى المؤسسات لتحقيقها لضمان رضا عملائها، ذلك من شأنه أن يحقق للمؤسسة زيادة في الربحية وتعزيز مركزها التنافسي وضمان بقائها واستمرارها في الأسواق المحلية، كما تساهم الجودة في منح الفرصة للمؤسسة لدخول الأسواق العالمية.

لقد أصبح إحداث التغيير من أجل تحسين الأداء أمراً حتمياً لبقاء المؤسسة، ومنه أصبح البحث عن أساليب جديدة للتعامل مع المتغيرات البيئية المعقدة من الأهداف الرئيسية لكل تنظيم غايته الكفاءة والفعالية.

ولهذا اتجهت معظم المؤسسات في ظل هذه المتغيرات إلى إحداث التغيير والتحسين في جودة منتجاتها وخدماتها من خلال الإلتزام بتطبيق نظام إدارة الجودة ايزو 9001 خاصة بعد أن أثبتت العديد من الدراسات والأبحاث أن المؤسسات التي طبقت نظام إدارة الجودة ايزو 9001 استطاعت من خلاله أن تحقق العديد من المزايا والفوائد والتي من أهمها تمكينها من تحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية وتحسين سمعتها وقدرتها التنافسية الأمر الذي سمح لها بولوج الأسواق العالمية، بالإضافة إلى أن تطبيقها لمتطلبات نظام إدارة الجودة ايزو 9001 كان له دور فعال في مساعدة المؤسسات على تطوير وتحسين أدائها على مستوى معظم أنشطتها وعملياتها.

مما سبق يمكننا طرح الإشكالية التالية:

هل يساهم تطبيق المؤسسة لنظام إدارة الجودة ISO 9001 في تحسين أدائها ؟

من أجل تحقيق أهداف البحث والإجابة على الإشكالية المطروحة أعلاه يمكننا صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية: إن تطبيق المؤسسة لنظام إدارة الجودة ايزو 9001 يساهم في تحسين أدائها الكلي.

وتتفرع عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: تطبيق المؤسسة لنظام إدارة الجودة ايزو 9001 يحسن من أدائها الاقتصادي .

الفرضية الفرعية الثانية: تطبيق المؤسسة لنظام إدارة الجودة ايزو 9001 يحسن من أدائها الاجتماعي .

الفرضية الفرعية الثالثة: تطبيق المؤسسة لنظام إدارة الجودة ايزو 9001 يحسن من أدائها البيئي .

أولاً: مفهوم الأداء

يعرّف الأداء حسب (A.Kherakhem): تأدية عمل أو إنجاز نشاط أو تنفيذ مهمة، بمعنى القيام بفعل يساعد على

الوصول إلى الأهداف المسطرة (1).ص(64)

حسب kotler et Armstrong: فإن الأداء يمثل مقابلة أداء المنظمة بأداء منافسيها للتعرف على نقاط القوة و

تعزيزها، و نقاط ضعفها و الحد منها (2).ص(218)

حسب Miller et Bromily: يعتبر الأداء انعكاس لكيفية استخدام المؤسسة للموارد المالية و البشرية و استغلالها

بكفاءة و فعالية بصورة تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها (3).ص(291)

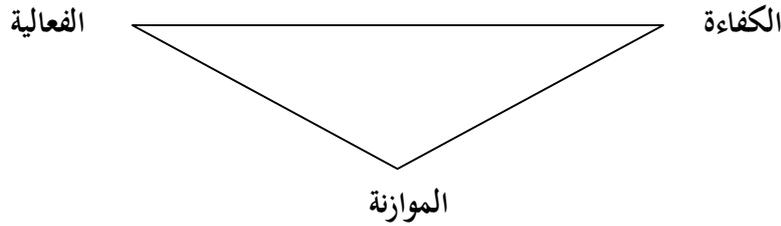
حسب P.DRUKER: قدرة المؤسسة على الاستمرارية و البقاء محققة التوازن بين رضا المساهمين و العمال (4).

ص(296).

أما " BARTOLI: فقد عرف الأداء من خلال العلاقة بين العناصر الثلاث: النتائج، الموارد و الأهداف كما هو

موضح في الشكل التالي:

شكل رقم (01): مثلث الأداء



المصدر: قورين حاج قويدر، نظام مراقبة التسيير في المؤسسات الاقتصادية و دوره في تحسين الأداء، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد الخيضر، بسكرة، العدد 37، 2008،

فالأداء يشمل الكفاءة و الفعالية ، حيث أنه لا يمكن الحكم على المؤسسة التي تمكنت من بلوغ أهدافها أنها حققت مستويات جيدة من الأداء إذا كان ذلك قد يكلفها الكثير من الموارد يفوق مثيلاتها، كذلك بالنسبة للمؤسسة التي تمكنت من توظيف كامل الموارد المتاحة لديها إذا كان ذلك حقق لها نتائج دون مستوى الأهداف المرسومة ، و منه يمكن القول بأن الأداء يمثل العلاقة بين النتيجة و الجهد المبذول.

ثانيا : نظام إدارة الجودة الإيزو 9001

تعتبر المواصفات الدولية إيزو 9001 مواصفات عامة يمكن استخدامها من قبل أي مؤسسة صغيرة أو كبيرة، إنتاجية أو خدمية وهي بمثابة متطلبات وإرشادات يجب على المؤسسات الالتزام بها بغرض التحكم وضبط العمليات الإنتاجية والخدمية الشيء الذي يؤدي إلى تقليص الانحرافات والأخطاء والعيوب .

الـ ISO: إن مصطلح الايزو مشتق من الحروف الأولى لاسم المنظمة الدولية للتقييس international organization* for standardization*

والايزو هي منظمة عالمية مختصة في المواصفات القياسية، وهي عبارة عن اتحاد عالمي يضم هيئات التقييس الوطنية في مختلف دول العالم، تأسست سنة 1946 ومقرها بجنيف، وتقوم منظمة الايزو بتطوير المواصفات في جميع المجالات باستثناء المواصفات " المتعلقة بالصناعات الكهربائية والهندسية والالكترونية والميكانيكية والتي تعد من اختصاص اللجنة الدولية للالكتروميكانيك International electromechanical committee: I.E.C والتي تأسست عام 1906. (5) ص(103-102)

وتم اشتقاق سلسلة الايزو ISO9000 من ثلاثة أنواع من المواصفات وهي على النحو التالي (6) ص (190)

- مواصفات الدفاع البريطانية (Defence Standard) في عام 1979
- مواصفات الحلفاء (حلف الناتو AQAP) في عام 1968
- المواصفات البريطانية Bs 5750 في عام 1979

فالايـزو 9001: عبارة عن سلسلة من المواصفات المكتوبة أصدرتها المنظمة العالمية للمواصفات عام 1987 تحدد هذه السلسلة وتصف العناصر الرئيسية المطلوب توافرها في نظام إدارة الجودة الذي تتبناه المؤسسة للتأكد من أن منتجاتها، سلع أو خدمات تتوافق مع حاجات أو رغبات وتوقعات العملاء (7) ص (49)

و قد أصدرت المنظمة العالمية للتقييس أول مواصفة قياسية عام 1987 لتوحيد كل ما يتعلق بنظم الجودة، ثم تم تعديلها ثلاث مرات، التعديل الأول سنة 1994 والثاني سنة 2000 أما التعديل الثالث فتم في . 2008

ثالثا: مراحل الحصول على شهادة الايزو

يتطلب حصول أي منظمة أو مؤسسة على شهادة الايزو المرور بثلاث مراحل أساسية هي (8) : ص(100

1- مرحلة ما قبل التسجيل:

وهي المرحلة التي يتم فيها التجهيز والاستعداد وتعديل الأوضاع لتتطابق مع متطلبات شهادة الايزو 9001

2- مرحلة التسجيل أو مرحلة الحصول على الشهادة:

اختيار المسجل أي اختيار الشركة التي ستقوم بالمراجعة والتقييم من اجل منح الشهادة على أن تكون من الشركات المرخص لها بذلك ,ومن أجل الحصول على الشهادة ينبغي على المؤسسة الالتزام بالشروط الضرورية للتسجيل و الإيفاء بجميع متطلبات المواصفة التعاقدية.

3- مرحلة ما بعد التسجيل /الحصول على الشهادة:

بعد الحصول المؤسسة على شهادة الايزو 9001 لا ينبغي عليها التوقف عن العمل المستمر والمتواصل من اجل الحفاظ على المستوى الذي وصلت له الشركة والذي منحت الشهادة بموجبه ,ومن المهم الحصول على الشهادة ولكن الأهم هو المحافظة عليها حتى لا تفقد ثقة المتعاملين معها.

طلب تجديد الشهادة :بعد مرور ثلاث سنوات على الحصول على الشهادة يتحتم على الشركة أن تطلب من المسجل إعادة التقييم والمراجعة من اجل منح شهادة جديدة بنفس المحتوى القديم أو بمحتوى جديد و أكبر أو اشمل ,لأنه يشتمل على أنشطة ومنتجات جديدة.

رابعا :فوائد تطبيق الايزو: 9001

إن تطبيق معايير الايزو 9001 من شأنه أن يسهم بتحقيق المنافع أو الفوائد التالية (9): ص(94

- إمكانية الحصول على الحصة السوقية على الصعيد المحلي والعالمي حيث أن شهادة المطابقة ايزو 9001 من شأنها أن تحقق للمنظمة أفاق سوقية جديدة على الصعيد العالمي.
- استمرارية تحقيق الجودة العالية للمنتجات والخدمات إذ أن تطبيق معايير المواصفة الدولية من شأنه أن يساهم بشكل فعال في مواصلة التطور والتحسين المستمرين بجودة المنتجات والخدمات.
- الاهتمام بالعنصر البشري وتصعيد أهمية العمل لفريق واحد داخل المنظمة وحفزهم على التطوير المستمر في كفاءة الأداء وفعالية الانجاز وتحسين النوعية باستمرار.
- تحقيق سبل الرقابة الفعالة لكافة الأنشطة المؤداة في المنظمة والتحكم في كافة العمليات التشغيلية والإنتاجية وتحسين أساليب الالتزام بتلك المواصفات والمعايير القياسية.
- بالإضافة إلى ذلك هناك فوائد أخرى هي كالتالي (10) : ص(249
- توفير لغة ومصطلحات مشتركة وواضحة على الصعيد الدولي.
- إطالة العمر الاقتصادي للمنظمة في الأسواق من خلال تزايد الثقة بمنتجات وخدمات المنظمة وخلق الاستقرار الاستثماري لأنشطتها.
- تنمية ثقة المتعاملين مع المنظمة من خلال استمرارية توفيرها للجودة المناسبة لمخرجاتها الإنتاجية.

خامسا : متطلبات نظام إدارة الجودة ISO 9001:2000

إن المواصفة , ISO9001/2000 تجمع كافة متطلبات نظام إدارة الجودة في خمسة متطلبات رئيسية يضم كل منها مجموعة

من العناصر و تأخذ في صياغتها نموذج العملية وهي نفسها متطلبات نظام إدارة الجودة, ISO 9001:2008

سادسا: انعكاسات تطبيق نظام إدارة الجودة ISO 9001 في المؤسسة على أدائها الكلي

لمعرفة مدى مساهمة نظام إدارة الجودة الإيزو 9001 في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية قمنا بدراسة تطبيقية على إحدى

المؤسسات الاقتصادية ، وهي المؤسسة الوطنية للمواد الكاشطة ENAVA بسعيدة

وعليه سيتم دراسة مدى تطور الأداء الكلي للمؤسسة قبل وبعد شروعها في تطبيق متطلبات شهادة ISO

2008:9001 خلال الفترة الممتدة من 2009 إلى 2014.

إن دراسة أثر تطبيق المؤسسة لمتطلبات مواصفة ISO 9001:2008 على أدائها الكلي يكون من خلال تحليل تطور

الأداء الاقتصادي والبيئي والاجتماعي قبل وبعد شروعها بتطبيق متطلبات الإيزو.

وعليه سيتم دراسة تطور أهم المؤشرات اللازمة لذلك خلال الفترة الممتدة من 2009 إلى 2014 والتي تم استنباطها من

التقارير السنوية عن نشاط المؤسسة ككل، والتقارير السنوية لمراجعة الإدارة الذي يعدها مدير دائرة الجودة.

دراسة أثر تطبيق المؤسسة لمتطلبات ISO 9001:2008 على أدائها الاقتصادي

1. تحليل تطور مبيعات المؤسسة:

الجدول رقم (01) يوضح تطور رقم مبيعات المؤسسة خلال الفترة 2009-2014

معدل نمو المبيعات	المبيعات الكلية (دج)	السنة	البيان
-	5.009.285	2009	قبل شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001:2008
25,57%	6.290.432	2010	
- 4%	6.037.214	2011	
22,11%	7.376.083	2012	بعد شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001:2008
5,99%	7.818.066	2013	
29,76%	10.145.500	2014	

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على تقارير المؤسسة من 2009 إلى 2014.

يتبين من الجدول أعلاه تحسن مبيعات المؤسسة منذ شروعها بتطبيق متطلبات شهادة ISO 9001:2008 سنة

2012 بنسبة 22,11% مقارنة بالسنة التي سبقتها 2011 حيث انخفضت المبيعات بنسبة تقدر بـ 4% - وهذا بسبب

تعطل بعض الآلات , ثم استمر رقم المبيعات في الارتفاع في سنوات تطبيق متطلبات الإيزو , 9001 ليصل لمستوى جد مرتفع

في سنة 2014 أين كانت المؤسسة قد استوفت كل الشروط للحصول على الشهادة مما أدى لتطور جودة المنتج وبالتالي ارتفاع

رقم المبيعات .

2. تحليل تطور رقم الأعمال:

الجدول رقم (02) يوضح تطور رقم أعمال المؤسسة خلال الفترة 2009-2014

معدل النمو	إجمالي رقم الأعمال (مليون دج)	السنة	البيان
-	60.255	2009	قبل شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001 :2008
28,57%	77.470	2010	
0,24%	77.663	2011	
3,70%	80.542	2012	بعد شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001 :2008
14,04%	91.856	2013	
16,77%	107.262	2014	

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على تقارير المؤسسة من 2009 إلى 2014.

من الجدول أعلاه يتضح لنا التطور الكبير لرقم أعمال المؤسسة خلال سنوات تطبيق متطلبات ISO 9001 :2008، فنلاحظ تحسن رقم الأعمال سنة 2012 بمعدل نمو بلغ 3,70% مقارنة بسنة 2011، أما إذا قارنا بين سنوات قبل وبعد شروعها بتطبيق متطلبات ايزو 9001 فسنلاحظ التغير الكبير الذي طرأ على رقم الأعمال، والذي بلغ سنة 2014 نسبة نمو تقدر بـ 16,77% وهذا راجع إلى زيادة حجم المبيعات و التطور الحاصل في جودة منتج المؤسسة والخدمات المرفقة به من نقل وتسليم في الآجال المحددة.

3. تحليل تطور القيمة المضافة:

الجدول رقم (03) يوضح تطور القيمة المضافة للمؤسسة خلال الفترة 2009-2014

نسبة التغير	القيمة المضافة (مليون دج)	السنة	البيان
-	33.870	2009	قبل شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001 :2008
54,51%	52.333	2010	
-15,58%	44.175	2011	
2,10%	45.104	2012	بعد شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001 :2008
34,75%	60.779	2013	
20,66%	73.342	2014	

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على تقارير المؤسسة من 2009 إلى 2014.

من الجدول السابق نلاحظ أن القيمة المضافة للمؤسسة قد تحسنت في سنوات تطبيقها لمتطلبات ايزو 9001، حيث ارتفعت بنسب 2,10% في سنة 2012 مقارنة بسنة 2011 و سجلت انخفاض بنسبة 15,58% بسبب انخفاض في حجم المبيعات نظرا لتعطل بعض الآلات، ليستمر في الارتفاع بنسبة 34,75% في سنة 2013 و 20,66% في سنة 2014 مقارنة بالسنوات السابقة، هذا التطور في القيمة المضافة راجع إلى فعالية الإجراءات التي اتخذتها المؤسسة من أجل تحسين أدائها.

4. تحليل تطور الإنتاج:

الجدول رقم (04) يوضح تطور حجم إنتاج المؤسسة خلال الفترة 2009-2014

البيان	السنة	الإنتاج (طن)	نسبة التغير
قبل شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001:2008	2009	67	-
	2010	104	55,22%
	2011	90	- 13,59%
بعد شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001:2008	2012	136	51,11%
	2013	143	5,14%
	2014	169	18,18%

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على تقارير المؤسسة من 2009 إلى 2014.

من الجدول السابق نلاحظ أن هناك تطور وارتفاع في كميات الإنتاج خلال 3 سنوات الأخيرة أي سنوات تطبيق متطلبات ISO 9001:2008 وهذا بالمقارنة مع السنوات السابقة) قبل شروع بتطبيق متطلبات ISO (2008:9001 ويرجع السبب الرئيسي في ذلك إلى التغييرات والتحسينات التي عرفتتها المؤسسة سواء من الجانب التقني أو الإداري من خلال تطبيق نظام إدارة الجودة وما يتعلق به من متطلبات تسييرية تعمل من أجل تحقيق الإنتاج المخطط و بالجودة المطلوبة.

كما نشير إلى أن المؤسسة تعمل على تخطيط وتقدير للكميات التي ستنتجها كل سنة بناء على معرفة طلبات عملائها , وهذا ما لاحظناه من خلال التقارب الكبير بين الكميات المنتجة وحجم مبيعات المؤسسة كل سنة.

5. تحليل تطور الزبائن:

الجدول رقم (05) يوضح تطور عدد زبائن المؤسسة خلال الفترة 2009-2014

البيان	السنة	إجمالي عدد زبائن المؤسسة
قبل شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001:2008	2009	8
	2010	9
	2011	9
بعد شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001:2008	2012	11
	2013	13
	2014	17

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على تقارير المؤسسة من 2009 إلى 2014.

نلاحظ من خلال الجدول أن تطبيق المؤسسة لمتطلبات ISO 9001:2008 أدى إلى زيادة وفاء وثقة زبائننا , نتيجة لتحسن صورتها وسمعتها والتزامها المستمر بسياسة الجودة المعلنة , وتحقيق التطور المتواصل في جودة المنتج , والحرص على توصيله وتسليمه للزبون في الوقت المناسب و هذا ما ساهم في زيادة مستوى تعاملات الزبائن معها و تطور أعدادهم.

من بين أهم زبائن المؤسسة نذكر على سبيل المثال : سوناطراك , المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية سوناكوم , المؤسسة الوطنية لعتاد الأشغال العمومية , مؤسسة اوناف للأعضاء الاصطناعية للمعوقين , مؤسسة ندرومة للأثاث NEDRO , MEUBLE المؤسسة الوطنية للأشغال البترولية الكبرى....

6.الموردين:

إن المؤسسة حريصة على تحقيق درجة عالية من الجودة في منتجاتها , فهي تقوم بتقييم الموردين مرة واحدة في السنة على الأقل من حيث استيفائهم للشروط المطلوبة واحترامهم لأجال التسليم المحددة ثم اختيار أحسنهم للحصول على أجود المواد الأولية ,تماما مع متطلبات الحصول على ISO 9001:2008 وتقوم بالرقابة الصارمة من خلال فحص المواد الأولية قبل دخولها للمخازن للتأكد من مطابقتها للمواصفات والمعايير المحددة.

و نشير إلى أن الموردين الرئيسيين للمؤسسة هم من : ألمانيا ,فرنسا ,النرويج ,الصين ,اسبانيا, إيطاليا, اليابان.

دراسة أثر تطبيق المؤسسة لمتطلبات ISO 9001:2008 على أدائها الاجتماعي

بالنسبة لتأثير تطبيق ISO 9001:2008 على الأداء الاجتماعي فقد تم التركيز على الأداء الاجتماعي للمؤسسة المرتبط بالأفراد أو العنصر البشري داخل المؤسسة لأن المورد البشري هو المسؤول عن التطبيق السليم و الفعال لمتطلبات المواصفة القياسية على مستوى المؤسسة و بالتالي تمكين المؤسسة من تحقيق المزايا و الفوائد المرجوة من تطبيقها لهذا النظام.

1.التكوين وتحسين الكفاءات:

يتم إعداد برامج تكوينية انطلاقا من احتياجات التكوين من طرف جميع الهيئات التابعة لمديرية الموارد البشرية، وتخص هذه العملية جميع العاملين داخل المؤسسة.

و الجدول رقم (06) يوضح تطور تكاليف التكوين خلال الفترة2009-2014

البيان	السنة	تكاليف التكوين (دج)	نسبة التغير
قبل شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001 :2008	2009	0	-
	2010	551.000	-
	2011	198.000	- 64,06%
بعد شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001 :2008	2012	684.000	245,45%
	2013	1.506.000	120,17%
	2014	432.000	- 71,31%

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على تقارير المؤسسة من 2009 إلى 2014

نلاحظ من خلال الجدول زيادة في إنفاق المؤسسة على التكوين وذلك في سنتي 2012 بتكلفة 684.000 دج ,وفي سنة 2013 بتكلفة 1.506.000 دج ويعود سبب هذا الارتفاع أن عملية التكوين شملت كافة عمال المؤسسة، حيث قامت المؤسسة بالعديد من التكوينات لعمالها منها في مجال الصيانة والأمن الصناعي من أجل تقليل حوادث العمل , كما قامت بتكوين عمالها في المجال البيئي لنشر الثقافة البيئية لدى العمال، لينخفض الإنفاق في السنة الموالية بنسبة %71,31- وذلك لأن عملية التكوين شملت فقط إطارات المؤسسة.

2. تحليل تطور عدد حوادث العمل:

الجدول رقم (07) يوضح تطور عدد حوادث العمل خلال الفترة 2009-2014

عدد حوادث العمل	السنة	البيان
0	2009	قبل شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001 :2008
2	2010	
0	2011	
0	2012	بعد شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001 :2008
3	2013	
1	2014	

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على تقارير المؤسسة من 2009 إلى 2014

من الجدول أعلاه نلاحظ أن عدد حوادث العمل ارتفعت سنة 2013 متبوع بانخفاض في سنة 2014 ومع هذا أكد لنا مسؤول الجودة أن هذه الإصابات ليست بالخطيرة, لأن المؤسسة تولي اهتمام كبير بالسلامة المهنية وتحاول تكثيف التكوين في كيفية وقاية العمال لأنفسهم أثناء تأدية عملهم, لذا قامت بإنشاء لجنة الصحة والسلامة المهنية مهمتها الحرص على تنفيذ الإجراءات الوقائية اللازمة.

3. تطور عدد العمال:

الجدول رقم (08) يوضح تطور عدد العمال خلال الفترة 2009-2014

نسبة التغير	عدد العمال الإجمالي	السنة	البيان
-	94	2009	قبل شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001 :2008
-	94	2010	
9,57%	103	2011	
- 2,91%	100	2012	بعد شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001 :2008
- 15%	85	2013	
15,29%	98	2014	

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على تقارير المؤسسة من 2009 إلى 2014

نلاحظ من خلال الجدول أن تطور عدد عمال المؤسسة لم يكن مستقرا, و ذلك بسبب عدم تجديد عقود بعض العمال المؤقتين حيث أن المؤسسة توظف عمال أكفاء و بحسب احتياجاتها, وهذا ما أدى إلى عدم استقرار عدد عمالها, إلا أنه في سنة 2014 نلاحظ أن هناك زيادة معتبرة في عدد العمال أي بنسبة 15,29% مقارنة بالسنة التي قبلها.

4. تطور أجور العمال:

إن تجديد الأجر في مؤسسة ENAVA يخضع لمعايير ثابتة مثل الأجر القاعدي ومعايير متغيرة مثل علاوات المردود الجماعي والفردى.

ويتكون الأجر في المؤسسة من ثلاثة أجزاء هي:

- جزء ثابت: لجميع العمال ويتعلق بالأجر القاعدي والتعويضات.

- جزء متغير: قابل للزيادة حسب المردودية الفردية و الجماعية.
- الاقتطاعات: وتتمثل في الأعباء الاجتماعية، أي تلك المقدمة للهيئات الاجتماعية (الضمان الاجتماعي (أو أعباء جبائية يتم اقتطاعها من أجر العامل.

كما تسعى شبكة الأجور إلى تشجيع العمال لرفع كفاءتهم الإنتاجية عن طريق إمكانية زيادة الأجور القاعدية من خلال الترقية أو الخبرة المهنية، حيث تحدد الزيادة في الأجر بنسبة 2% عن كل سنة خبرة في المؤسسة بالإضافة إلى علاوة الأقدمية.

الجدول رقم (09) يوضح تطور متوسط الأجر الشهري) الخام (للغرد العامل خلال الفترة 2009-2014

البيان	السنة	متوسط الأجر الشهري) الخام (للعامل
قبل شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001 :2008	2009	35.045
	2010	37.611
	2011	42.342
بعد شروع المؤسسة في تطبيق متطلبات الحصول على ISO 9001 :2008	2012	44.764
	2013	46.987
	2014	48.256

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على تقارير المؤسسة من 2009 إلى 2014.

نلاحظ من خلال الجدول أن متوسط الأجر الشهري) الخام (للغرد العامل في تحسن مستمر خلال الفترة أعلاه، حيث بلغت أوجها سنة 2014 بمبلغ قدر ب 48.256 دج.

5. الحوافز والتعويضات:

تسعى إدارة الموارد البشرية بالمؤسسة إلى زيادة الدافعية لدى العمال وتشجيعهم على تنمية واستغلال مهاراتهم لأقصى حد، مما يؤدي إلى ارتفاع جودة المخرجات وزيادة الأداء والإنتاجية، وذلك بمنحهم عدة حوافز) علاوات (مادية ومعنوية، وفردية وجماعية لتشجيع الأداء المتميز.

1. الحوافز المادية :

وتتمثل في مبالغ مالية، علاوة المردودية الجماعية والفردية وعلاوة توزيع الأرباح السنوية، بالإضافة إلى منح أخرى ترتبط بطبيعة عمل كل فرد في المؤسسة و مستوى أدائه و إتقانه لعمله.

2. الحوافز المعنوية: وتتكون من ميداليات الوفاء التي تعطى لتشجيع ذوي الأفكار المبدعة، ومكافأة الأداء الجيد بصفاته المهنية الاستثنائية الخاصة مثل إتقان عمل ما، فترة عمل طويلة، عملية تفاني استثنائية... وغيرها.

حيث تقدم المؤسسة الأوسمة ولوحات التقدير، و الميداليات والتبويه والاعتراف بالجهود خلال المنتقيات العامة والاجتماعات الرسمية وإقامة حفلات في المناسبات المختلفة وتكريم المعنيين.

دراسة أثر تطبيق المؤسسة لمتطلبات ISO 9001 :2008 على أدائها البيئي

لقد عرفت المؤسسة تطور وتحسن في أدائها البيئي منذ شروعها في تطبيق نظام إدارة الجودة ISO 9001 :2008 وفقا لما قاله لنا مدير دائرة الجودة.

حيث تستعمل المؤسسة آلات ووسائل تكنولوجية تعمل على ترشيد استهلاك الطاقة (الكهرباء والغاز)، (أما فيما يخص استهلاك المياه فهي حريصة على الاستعمال العقلاني لهذا المورد، وذلك من خلال زيادة الوعي لدى العمال المعنيين واستخدام آلات مفضضة للهدر، كما تقوم المؤسسة بتكوين عمالها في المجال البيئي لنشر الثقافة البيئية لدى العمال.

كما أبرمت المؤسسة عقد مع محطة البيئة الكائن مقرها في بلدية الرياحية ولاية سعيدة، بحيث أن طبيعة العلاقة بينهما تجارية ورقابية على الفضلات السائلة الناتجة عن العملية الإنتاجية داخل المؤسسة، حيث تقوم محطة حماية البيئة بإجراء تحاليل كيميائية وفيزيائية (فيزيوكيميائية) (على المياه المستعملة والمطروحة في الوسط الطبيعي، حيث يتم مراقبة مجموعة من مؤشرات التلوث في هذه المياه كدرجة حرارة المياه، نسبة حموضتها أو قاعدتها والمعادن الثقيلة الموجودة فيها ومقارنتها بالنسب المسموح بها في المرسوم التنفيذي رقم (06/141) المؤرخ في 19 أبريل 2006 الذي يضبط القيم القصوى للمصبات الصناعية السائلة وعليه يتم تحرير تقرير كشف النتائج الذي تسلم نسخة منه إلى مصلحة البيئة بالمؤسسة ونسخة أخرى إلى مديرية البيئة للمتابعة.

ولتفادي كل المشاكل المرتبطة بتلوث المياه أنشأت المؤسسة محطة معالجة المياه لتصفيتها قبل تسربها إلى الوسط الطبيعي. أما فيما يخص الدعاوى القضائية المرفوعة ضد المؤسسة من طرف المجتمع فإن المؤسسة لم تسجل أي دعوى متعلقة بالجانب البيئي.

الخاتمة

لقد أصبح تطوير المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ضرورة ملحة، تنبع هذه الضرورة من الظروف المتغيرة التي تشهدها وتواجهها السوق الجزائرية في ظل تطبيق اتفاقية تحرير التجارة، وهذا ما أدى إلى الاهتمام بنظام إدارة الجودة والمواصفات العالمية للجودة الإيزو 9001 لتحسين جودة النظام وزيادة جودة المنتجات المقدمة وبالتالي تحقيق رضا العميل.

إن تطبيق نظام إدارة الجودة ISO 9001 في المؤسسات الاقتصادية يؤدي إلى إحداث تغيرات إيجابية تمس المؤسسة ككل، حيث يمكنها من تحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية وبالتالي تضمن لنفسها البقاء والتفوق والاستمرارية، كما أن جل المؤسسات الحاصلة على شهادة ISO 9001 تحسن أدائها الكلي.

و على غرار العديد من المؤسسات، وجدت المؤسسات الجزائرية في سلسلة المواصفات ISO 9001 إطارا نظريا وعمليا يسمح لها بتحسين أدائها وضمن استمراريته.

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لمحاولة معرفة هل يساهم تطبيق المؤسسة لنظام إدارة الجودة ISO 9001 في تحسين الأداء الكلي، حيث اتضح من خلال الدراسة التطبيقية أن تطبيق نظام إدارة الجودة ISO 9001 في المؤسسة الوطنية للمواد الكاشطة أدى إلى التأثير الإيجابي على أدائها الكلي، وذلك بعد سنة (2012) سنة البدء بتطبيق متطلبات ISO 9001، (وبذلك تم تأكيد صحة فرضيات الدراسة و هو أن تطبيق المؤسسة لنظام إدارة الجودة إيزو 9001 ساهم في تحسين أداءها الكلي، من خلال تحسين أدائها الاقتصادي و أدائها الاجتماعي أدائها البيئي.

قائمة المراجع :

1. علاء فرحان طالب - إيمان شيحان المشهداني، الحوكمة المؤسسية و الأداء المالي الاستراتيجي للمصارف ، دار صفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى ، الأردن 2011
2. الشيخ الداوي ، تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء ،مجلة الباحث، العدد السابع ، الجزائر، 2010
3. عبد الغفار حنفي ،أساسيات إدارة المنظمات ،المكتب العربي الحديث ، الإسكندرية، مصر، 1997
4. محمد سعيد عبد الفتاح - محمد فريد الصحن ،الإدارة العامة: المبادئ و التطبيق ،الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003
5. لعلي محمد الشريف بوكميش. إدارة الجودة الشاملة ايزو - 9000 دار اليازة للنشر -عمان الطبعة الأولى 2010
6. قاسم نايف علوان. إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو .2000: 9001 دار الثقافة للنشر والتوزيع- عمان - الإصدار الثاني . 2009
7. فواز التميمي ،إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للايزو . 9001 جدار للكتاب العالمي للنشر والتوزيع- 2008-
8. أحمد بن عيشاوي ، إدارة الجودة الشاملة،دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان/ الأردن ، الطبعة الأولى 2013
9. خضير كاظم محمود.المنظمة الدولية لتوحيد القياسي الايزو2000:9000 ، دار الصفاء للنشر والتوزيع عمان الطبعة الاولى، 2010.
10. خضير كاظم محمود.إدارة الجودة وخدمة العملاء ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان/الأردن الطبعة الثانية 2007.
11. قورين حاج قويدر ،نظام مراقبة التسيير في المؤسسات الاقتصادية و دوره في تحسين الأداء ،مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد الخيضر ,بسكرة , العدد37 ، 2008.

مقدمة:

إن ظاهرة العولمة و انخفاض الفرص التسويقية على مستوى الأسواق المحلية، أدى إلى إبراز الأهمية الإستراتيجية لاستخدام الانترنت في الأعمال التجارية، إذ أن أغلب المؤسسات أصبحت تقوم بممارسة أنشطتها الكترونياً، بهدف تحسين عملية الاتصال مع العملاء، وكذا تطوير أسواق جديدة و خلق فرص إضافية، و في هذا السياق أصبح لزاماً عليها استخدام الإعلان الإلكتروني كسلاح إستراتيجي باعتباره جوهر الحضور الإلكتروني للمؤسسة، كما وجب عليها تنويع أساليبها من أجل التأثير على قرارات العميل الشرائية، لذا و من خلال هذه الورقة البحثية سنحاول قياس أثر الإعلان الإلكتروني على تفعيل قرار الشراء انطلاقاً من الإشكالية التالية:

ما مدى تأثير الإعلان الإلكتروني على اتخاذ قرار شراء منتجات مؤسسة Enie؟ الفرضية الرئيسية:

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلان الإلكتروني و اتخاذ عملاء مؤسسة Enie قرار الشراء.
من خلال الفرضية الرئيسية يمكن وضع الفرضيات الفرعية التالية:
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلان عبر الموقع الإلكتروني واتخاذ قرار الشراء.
 - هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلان عبر البريد الإلكتروني و اتخاذ قرار الشراء.
 - هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي و اتخاذ قرار الشراء.

منهج الدراسة:

من أجل معالجة الإشكالية تم الاعتماد على المنهجين الوصفي و التحليلي الجانب النظري و منهج دراسة حالة في الجانب التطبيقي.

هيكل الدراسة:

مما سبق تم تقسيم الدراسة إلى العناصر التالية:

أولاً: الإعلان الإلكتروني (تعريفه و خصائصه، وأشكاله)؛

ثانياً: أساليب الإعلان الإلكتروني (التعريف و الأهمية)؛

ثالثاً: اتخاذ قرار الشراء؛

رابعاً: تأثير الإعلان الإلكتروني على مراحل اتخاذ قرار الشراء؛

خامساً: الدراسة الميدانية.

أولاً: الإعلان الإلكتروني

تعتبر ممارسة النشاط الإعلاني عبر الانترنت ممارسة حديثة النشأة نسبياً، فبالرغم من وجود محاولات في هذا المجال، إلا أنها كانت تلقى رفض من قبل المشرفين على الشبكة، وكذا مستخدميهما، إلى وقت قريب في سنة 1994 كانت البداية الحقيقية له، حيث عرف انتشار كبير بين المؤسسات التي أدركت المزايا التي يقدمها مقارنة بالإعلان في الوسائل التقليدية.

1. تعريف الإعلان الإلكتروني:

يعتبر الإعلان الإلكتروني أحد المحددات الرئيسية لنجاح الأعمال الإلكترونية، حيث يعرف في نطاقه الواسع على أنه: " تلك الوسيلة التي تربط بين البائع والمشتري، أي أنها وسيلة حوار أكثر منها وسيلة مطالبة"⁽¹⁾.

أما من ناحية الهدف فيعرّف الإعلان على أنه: " تلك المعلومات الموضوعية تحت تصرف الجمهور والمتعلقة بالمنتجات ذات الطبيعة الإعلانية، طالما تهدف إلى دفع المتصفح إلى شراءها".(2)

كما عرّف أيضا على أنه: " ذلك الإعلان الذي يتم عبر الوسائل الإلكترونية، ويأتي في مقدمتها الانترنت".(3) و من خلال التعاريف السابقة نلتمس الوظيفة الاتصالية للإعلان الإلكتروني، حيث يحقق التواصل والتفاعل مع العملاء في الوقت الحقيقي الذي يقوم فيه المتصفح بمشاهدة الإعلان، بمعنى آخر التغذية العكسية المباشرة، وفي ذات السياق يذهب Jean & Chantal إلى أنّ الإعلان الإلكتروني يساهم في إنجاز بعض الوظائف التسويقية، كوظيفة البيع، فهولا يحتوي على معلومات تخص جميع جوانب المنتج، وكيفية الدفع فقط، بل تساهم في إتمام عملية البيع بمجرد النقر على أيقونة.

2. خصائص الإعلان الإلكتروني:

يتميز الإعلان الإلكتروني بجملة من الخصائص، المبيّنة في التعريف الأخير والتي تتمثل في:(4)

- المرونة: ويقصد بها إمكانية تغيير بعض محتويات الرسالة الإعلانية، بسهولة تامة، إذا لم يتم توافقها مع احتياجات المتصفح.
- قلة التكاليف: أي انخفاض تكاليف الحملات الإعلانية الإلكترونية مقارنة بالإعلانات في الوسائل الأخرى.
- سرعة الانتشار: حيث يصل إلى عدد كبير من المتصفحين، عبر مختلف أنحاء العالم، كما يمكن لأي متصفح تحميله، ونشره عبر العديد من المواقع والنوادي... الخ.
- اتساع الشرائح المستهدفة: حيث توفر الانترنت التواصل المستمر لمجموعات كبرى من المتصفحين، كما تسمح - كما سبق وأن ذكرنا - باستهداف الشرائح المرغوب فيها دون غيرها؛
- استخدام الوسائل المتقدمة: و هو ما توفره الانترنت بشكل كبير، حيث أنه يتم الكشف عن آلاف التطبيقات التي يمكن أن يستغلها المعلن في تصميم، أو دراسة السلوكيات، أو الآثار الناجمة عن التعرض للإعلان... وغيرها من الممارسات المتطورة التي تطرح في السوق الافتراضية بشكل دائم.

3. أشكال الإعلان الإلكتروني:

يعرف العالم الافتراضي تنافس كبرى بين المؤسسات، خاصة فيما يخص أشكال الإعلانات وابتكاراتها، والتي تتطور يوم بعد يوم بتطور التكنولوجيات، مما يصعب عملية حصرها، و لعل أهمها:

1. الشريط الإعلاني: تعتبر الأشرطة الإعلانية أو البانر احد ابرز أشكال الإعلانات عبر الانترنت، وتتمثل في عرض الرسالة الإعلانية في شكل شريط يحوي صور، رسومات، نصوص، فيديوهات،... الخ، تتضمن بيانات مختصرة، وجذابة، غالبا ما يؤدي النقر عليها الوصول إلى موقع المؤسسة، أو الحصول على معلومات أكثر، مساحة الشريط تتراوح بين 5% و 10% من مساحة الشاشة.(5)

2. الرعاية الإلكترونية: تُعرف الرعاية الإلكترونية على أنها " آلية اتصالية تسويقية تتيح فرصة الحصول على فوائد للمؤسسة، من خلال المشاركة الإلكترونية في حدث ما أو تظاهرة جماهيرية محلية أو دولية".(6)

تمثل الرعاية الإلكترونية نموذجا إعلانياً مهماً، حيث عرف هذا الأخير تطوراً و انتشاراً كبيراً خلال السنوات الأخيرة، وذلك لما يتمتع به من خصائص، والتي تتمثل في:

- تمكن المعلن من عرض رسالته بمعية محتوى، من شأنه أن يضيف للزائر كثيراً من المعلومات؛

- القدرة على تحويل الاهتمام والإدراك من الموقع نحو العلامة، والعكس كذلك، وحتى من الموقع إلى الموقع؛
- قدرتها على الاندماج في المحتوى المعروض، مع إمكانية نسخ هذا المحتوى ذو القيمة الخاصة والوزن الحقيقي.

3. إعلانات الفواصل الممتازة:

انطلقت فكرة هذا الإعلان من الومضات الاشهارية في التلفزيون، والتي تظهر بين فقرات البرامج، ففي بادئ الأمر كان يسمى بالإعلان الفاصل، حيث يظهر في الوقت الذي ينتظر فيه المتصفح الوصول إلى صفحة معينة، أما في ما بعد قامت شركة أمريكية بتطويره، من خلال الإدارة الذكية لعملية تحميل محتوى الإعلان، حيث أصبح ظهور الإعلان يمر بثلاثة مراحل أساسية، وهي: (7)

- تحميل الصفحة الأولى من الموقع؛
- تحميل الصفحة الإعلانية، وذلك بعد مشاهدة المتصفح للصفحة المرغوبة بشكل تام؛
- عرض الصفحة الإعلانية، في حالة عدم تغيير المستخدم للصفحة على الموقع، إذ يبدأ نشاط الإعلان بالعمل والتوقف بطريقة أوتوماتيكية، تاركاً المجال للمستخدم كي يستأنف عملية الإبحار بصفة عادية .

ثانياً: أساليب الإعلان الإلكتروني

1. تعريف و أهمية الموقع الإلكتروني

يعتبر الموقع جوهر الحضور الإلكتروني للمؤسسة باعتباره واجهة لا تقل أهمية عن الواجهة المادية لها ، وذلك لأنه يقدم كل خصائصها في إطار الفهم الإستراتيجي الافتراضي لهويتها و رسالتها، ويمكن تعريف الموقع الإلكتروني بأنه: " مجموعة من صفحات الويب المترابطة مع بعضها ارتباطاً تشعبياً لتغطية موضوع متكامل معين أو تمثيل أنشطة المؤسسة ومنتجاتها وخدماتها بطريقة تضمن تحقيق أهدافها من الحضور الإلكتروني" (8)

كما يعرف بأنه: "مجموعة من الصفحات والنصوص والصور و مقاطع الفيديو الرقمية و المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل تكون محملة في حاسوب ويحتوي كل موقع على صفحة رئيسة تؤدي إلى صفحات أخرى. ويكون للموقع عنوان محدد وخاص بت يميزه عن بقية المواقع على الانترنت والوصول إلى الموقع لا يحدث بزمان ولا بمكان. وقد ترتبط بالموقع مواقع فرعية كما هو حال مواقع الجامعات الرئيسية التي ترتبط بها مواقع الكليات والمراكز العلمية والبحثية التابعة لها، والمدونات الخاصة بالمدرسين" (9)

أما Zwass فعرفه على أنه: " المشاركة في المعلومات المتعلقة بالأنشطة التجارية و المحافظة على العلاقات و عقد الصفقات من خلال خدمات الموقع الإلكتروني باستخدام وسائل الاتصال الشبكية" (10)

كما يعرفها Turber على أنه: "مجال يصف عملية بيع و شراء و تبادل المنتجات و المعلومات باستخدام شبكة الانترنت" (11)

مما سبق يتضح لنا أن الموقع الإلكتروني هو نظام يستخدم شبكة الانترنت و الوسائل الحديثة و أساليبها لممارسة أنشطة المؤسسة.

إنّ أهمية الموقع الإلكتروني لا تقل أهمية عن الواجهة المادية للمؤسسة و تتمثل في:

بالنسبة للمؤسسة يسمح لها بالتوسع في الأسواق، وخفض كلفة المعاملات، تقليص زمن وصول الخدمة إلى السوق، وكذا

تخصيص الزبائن.

بالنسبة للمستفيد يسمح له بالحصول على خيارات أكثر، تزويدهم بخدمات أقل تكلفة من خلال استخدامها في أي مكان و في أي وقت، وكذا تسمح بالحصول على معلومات مفصلة في وقت قصير، بالإضافة إلى القيام بمهام دون التنقل كالتسجيل، معرفة النتائج... الخ.

2. تعريف وأهمية البريد الإلكتروني:

البريد الإلكتروني هو النواة الأولى لشبكة الانترنت، وأفضل وسائل الاتصال بها، فهو يسمح للأشخاص المتصلين على الشبكة بتبادل الرسائل والملفات باستخدام حواسيبهم الشخصية، بكل سهولة ودون أن يقوموا بأي مجهود، حيث يعرف على أنه: " وسيلة لنقل الرسائل الكترونيا بين الأفراد و المؤسسات، حيث يمكن إرسال نفس الرسالة إلى آلاف المستخدمين في نفس الوقت، و بتكلفة منخفضة جدا". (12)

كما يعرف على أنه: " تقاطع الكتروني بين الرسائل و المكالمات الهاتفية و رسائل الفاكس أو نموذجها الكترونيا عنها" (13). وتظهر أهميته من خلال الدراسات التي بيّنت أنّ أول ما يقوم به أغلب الأفراد عند اتصالهم بالانترنت هو الاطلاع على بريدهم الإلكتروني، لما يتميز به من خصائص يمكن ذكرها في التالي: (14)

- التوافر: حيث أنّ عدد كبير من الاشتراكات عبر الانترنت تتطلب استخدام البريد الإلكتروني، كالاشتراك في مجموعات الأخبار و غرف الدردشة، و مواقع التواصل الاجتماعي... الخ.

- سهولة الاستخدام: إن كتابة رسالة بريد الكتروني لا تتطلب مهارة كبيرة، كما أنّ استقبال رسالة لا يقل سهولة عن ذلك، فالأمر لا يتطلب أكثر من معرفة كيفية التعامل مع الكمبيوتر، و إجادة القراءة و الكتابة؛

- التغذية العكسية: حيث يعد البريد الإلكتروني مصدر مهم من أجل معرفة رأي الجمهور المستهدف في المنتج المعلن عنه و المؤسسة ذاتها من خلال ردود الأفعال، و مدى الاستجابة؛

- السرعة: إنّ عملية إرسال أو استقبال رسالة عبر بريد الكتروني لا تأخذ وقت كبير، حيث يعتبرها البعض عملية نقل آنية كونها لا تستغرق أكثر من وقت كتابتها و إرسالها؛

- انخفاض التكلفة: مما يزيد من أهمية البريد الإلكتروني أنّ تكلفته منخفضة والاستجابة سريعة نسبياً، فهو أرخص بكثير من

البريد العادي أو من الاتصال الهاتفي؛ حيث أن تسعيرة إرسال رسالة عبر البريد الإلكتروني لا تعتمد على بعد المسافة الجغرافية؛

- إمكانية استخدامه من أجل الوصول إلى المستخدمين المحتملين أو الحاليين: حيث يتم إرسال رسائل مباشرة إلى مستخدم

الإنترنت الذين لديهم اهتمام حالي أو مستقبلي باستقبال الرسائل من المعلن وبهذه الطريقة يستهدف الإعلان مستهلكين لديهم اهتمام بالمنتج؛

- يمكن استخدام البريد الإلكتروني كأسلوب إعلاني من قياس مدى فعاليته: وذلك من خلال مقارنة عدد الرسائل المرسله مع مبيعات المؤسسة.

3. تعريف و أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

كانت البداية الحقيقية لظهور الشبكات الاجتماعية حين صمم راندي كونرادز موقعا اجتماعيا للتواصل مع أصدقائه وزملائه، وأطلق عليه اسم (Classmates.com) وتوالت بعد ذلك العديد من المواقع التي تربعت على الجزء الأكبر من الشبكة العنكبوتية.

و في هذا السياق وردت العديد من التعريفات لهذه الشبكات لعل أهمها ما يلي:

عرفها Balas على أنها: "برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت، أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعدد من الأسباب المتنوعة." (15)

عرفها كل من Boyed & Ellison على أنها: "خدمات تتواجد على الشبكة، تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية، و تمكّنهم من وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال." (16)

كما تعرف على أنها: "خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين." (17)

و تكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في (18)

- الاستفادة من المعلومات الشخصية للمستخدم كالمعلومات الديمغرافية، الميولات، المجموعات ذات الاهتمام،... الخ؛
- مراعاة المعلومات آنفة الذكر في تصميم الإعلانات لتكون مناسبة للمستخدم، ومتطلباته، وميولاته؛
- استهداف مستخدمين جدد من خلال الاستعانة بالمستخدمين الحاليين، لذا فإن غالبية المؤسسات العالمية والمحلية توجهوا إلى هذا النوع من الإعلان، خاصة كون المستخدمين لا يثقون كثيراً في صحة المعلومات التي تقدمها المؤسسة مثل ثقتهم ببعضهم، وهو ما تم التطرق إليه سابقاً بمصطلح "التسويق الفيروسي"، فالشبكات الاجتماعية تتيح لهم فرصة المشاركة في الحملات التسويقية مما يزيد من الثقة المتبادلة بين كافة إعلانات الشبكات الاجتماعية المتاحة؛
- تعقب ومراقبة المستخدمين، و معرفة ردود أفعالهم من الإعلان، مما يعطي للمؤسسة فرصة الاستجابة والتغيير، والتواصل، والتفاعل المستمر.

ثالثاً: اتخاذ قرار الشراء.

يعرّف قرار الشراء على أنه: "الخطوات أو المراحل التي يمر بها المشتري في حالة القيام بالاختيارات حول أي من المنتجات التي يفضل شراؤها." (19)

كما يعرف على أنه: "هو عمل فكري وموضوعي يسعى إلى اختيار الحل الأنسب من بين بدائل متعددة ومتاحة أمام متخذ القرار وذلك عن طريق المفاضلة بينهما باستخدام معايير تخدم ذلك وبما يتماشى مع الظروف الداخلية والخارجية التي تواجه متخذ القرار." (20)

وتشمل عملية اتخاذ قرار الشراء عادة الأفراد الذين يقومون بإبلاغ الآخرين أو تشجيعهم على شراء المنتج لما لهم من أهمية بالغة لوضع السياسات التسويقية، ويتمثل هؤلاء الأطراف فيما يلي: (21)

1/ **المبادر:** هو الفرد الذي يطرح فكرة الشراء ويمكن أن يكون أحد أفراد الأسرة أو صديق أو زميل في مكان العمل؛

2/ **المؤثرون على قرار الشراء:** وهم مصدر المعلومات المختلفة عن المنتج ويؤثرون ويقنعون الآخرين بعملية الشراء، مثل قادة الرأي؛

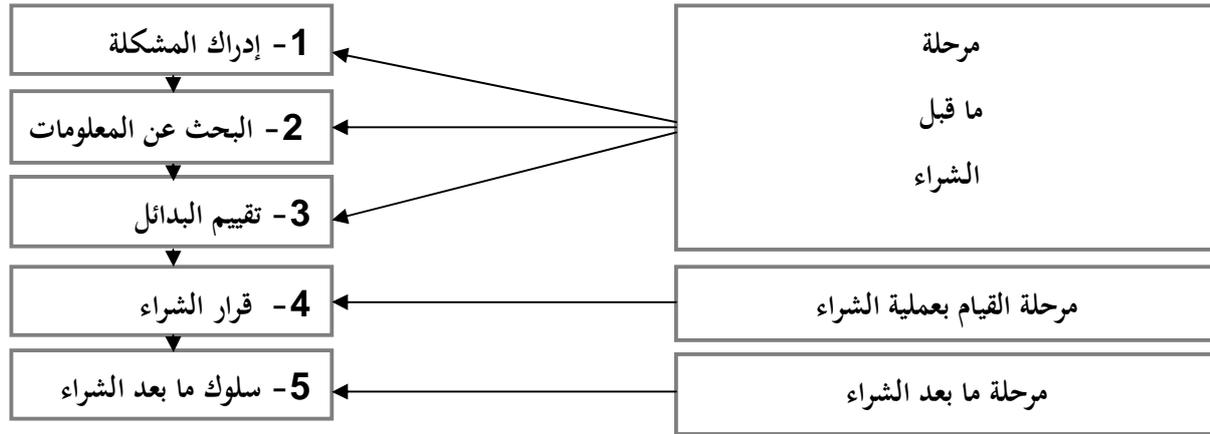
3/ **متخذ قرار الشراء:** وهو الشخص الذي يتخذ قرار الشراء وبصفة نهائية، ويمكن أن يكون الزوج أو الزوجة أو كلاهما معا ويعتمد على القوة المالية والمكانة التي يتمتع بها كل واحد داخل الأسرة؛

4/ **المشتري:** وهو الشخص الذي يقوم بتنفيذ قرار الشراء، ويمكن أن يكون القائم بعملية الشراء مشارك في وضع القرار وإمّا لا، ويمكن أن يكون مستخدم السلعة المشتراة وإمّا لا؛

15/ المستخدم (مستهلك السلعة): وهو الفرد أو مجموعة الأفراد الذين يقومون باستهلاك السلعة والاستفادة من منافعها، لذلك يجب إعطاء الاهتمام اللازم لمستهلكي السلعة من أجل التعرف على مشاعرهم وأحاسيسهم بعد الشراء لاتخاذ القرارات التسويقية المناسبة.

وبعد التطرق لمفهوم عملية اتخاذ قرار الشراء والأطراف المشاركة في ذلك يجب التطرق لمراحل اتخاذ هذا القرار، حيث أن عملية الشراء لا تتم بمجرد رؤية المستهلك للمنتج المعروض، بل تمر بعدة مراحل وقرار الشراء هو مرحلة من المراحل المتعددة لسلوك المستهلك ومن هذه المراحل ما يلي: (22)

الشكل (1): يوضح مراحل عملية اتخاذ القرار.



المصدر: أحمد علي سليمان، (سلوك المستهلك السوق السعودي)، معهد الإدارة العامة، 2000، ص: 49.

إدراك المشكلة (الشعور بالحاجة): عند ما يدرك المستهلك أن لديه مشكلة أو حاجة فانه يسعى لإشباعها؛

البحث عن المعلومات: البحث عن المعلومات التي تتعلق بكيفية إشباعها؛

تقييم البدائل: يقوم المستهلك بتقييم وفحص البدائل التي تم حصرها قبل اتخاذ قرار الشراء؛

قرار الشراء: بعد قيام المستهلك بالمراحل الثلاث السابقة يكون إما أمام اتخاذ قرار الشراء أو عدمه؛

سلوك ما بعد الشراء: يمثل التقييم بعد الشراء الخطوة الأخيرة في عملية اتخاذ قرار الشراء.

خامسا: تأثير الإعلان الإلكتروني على مراحل اتخاذ قرار الشراء.

حين نقول أن هدف الإعلان هو تغيير سلوك الفرد اتجاه المنتج ما، فإن هذا التغيير و إن كان ممكنا إلا أنه يتطلب نفقات و جهود قد تفوق ما يعود من ورائه من نفع أو ربح ، لذلك يجب على المعلن قبل الدخول في عمليات إعلانية منظمة بهدف تغيير سلوك المستهلكين أن يتبين الحقائق الكاملة بمنتجه ، و صدق قابليته لخدمة أهداف المستهلك و إتباع رغباته، حيث أنه هناك ثلاث أساليب يستطيع الإعلان من خلالها تغيير سلوك المستهلكين و هي :

1. توفير المعلومات: يعتبر نشر المعلومات واحدا من الأهداف الأساسية لاستخدام الإنترنت بهدف تزويد المستهلك بالمعلومات التفصيلية و المعمقة عن منتجات، حيث أن الموقع الإلكتروني يعتبر بمثابة وسيلة لنقل المعلومات المتعددة و المتنوعة عن منتجاتها لهم. (23)

2. تغيير رغبات المستهلكين: في الحالة السابقة كان المستهلك راغباً في شيء معين و كانت وظيفة الإعلان هي إخباره عن توافر منتجات تشبع تلك الرغبات، و لكن يمكن للإعلان الإلكتروني أن يخلق لدى المستهلك رغبات لم تكن لديه من قبل إذا أحسن تصميمه واستخدامه، بناءً على دراسة جادة لمحددات السلوك الاستهلاكي. (24)

و ذلك من خلال الموقع الإلكتروني للمؤسسة بخلق الوعي بمنتجاتها ، و ثم تغيير سلوك المستهلك و بيع المزيد من هذه المنتجات كذلك يمتاز الإعلان الإلكتروني بخاصية هامة و هي إثارة الاهتمام، وبالتالي يكون الإعلان المقدم عبر الإنترنت قد خلق و أثار رغبات المستهلك لم يكن يشعر بها من قبل. (25)

3. تغيير تفضيل المستهلكين للعلامات المختلفة: في معظم الأحيان يجد المعلن نفسه في موقف يتطلب منه تغيير سلوك المستهلكين الذين يرغبون فعلاً في المنتج، بمعنى أن يحوّل تفضيلهم من علامة منافسة إلى علامته هو ، وفي هذه الحالات يعتمد المعلن على الرغبات و الحاجات الحالية للمستهلكين، كذلك الأمر الذي يهدف إلى خلق علامة تجارية قوية ، حيث يقول "ديفيد أكر" أن الإنترنت كجزء من البرنامج الاتصالي التسويقي المتكامل، يمكن أن يكون أداة هامة و مفيدة في مجال العلامات التجارية. (26)

وفيما يلي شرح لأثر الإعلانات الإلكترونية على تغيير قرار الشراء لدى المستهلك، و ذلك حسب نموذج AIDA، حيث يمر المستهلك حسب هذا النموذج بمراحل متتابعة عند تغيير السلوك كالتالي:

أ. الانتباه: قد لا يدرك الجمهور المستهدف ، ماهي المواقع الإلكترونية الموجودة على الشبكة ، و ماهي المنتجات التي تقدمها، و لتحقيق هذا الإدراك لا بد من جذب انتباه الجمهور إلى هذه الوسيلة الاتصالية ، وذلك إما عن طريق استخدام وسائل الاتصال التقليدية ، أو عن طريق استخدام أشكال الإعلانات الإلكترونية.

ب. الاهتمام: قبل أن يقوم الزائر للموقع بأي تصرف أو فعل يجب أن تكون لديه مشاعر إيجابية أو اهتمام بالمؤسسة أو المنتج المقدم، هذا من جهة، من جهة أخرى على المواقع الإلكترونية أن يكون ذو جودة في التصميم و التقديم،... الخ، حيث أنّ الزائر يتخذ قرار اكتشاف الموقع خلال الثواني الأولى من الزيارة.

ج. الرغبة: قد يكون الهدف من الإعلان الإلكتروني الانتقال بالمستهلك من مرحلة إلى أخرى من مراحل تغيير السلوك ، ولتحقيق ذلك يجب أن يخلق الموقع الرغبة وهذا يتحقق عادة عن طريق الإعلان الإلكتروني، فيتم خلق الرغبة عن طريق إرسال الرسائل الإلكترونية إلى الجمهور المستهدف أو عن طريق إتباع إستراتيجية الدفع كاستخدام إعلانات المواجهة.

د. الفعل: إن مرحلة القيام بالفعل في هذا النموذج لا يعني بالضرورة الشراء، فقد يكون التصرف مجرد زيارة للموقع الإلكتروني أو تقديم المعلومات لقاعدة البيانات، أو الحصول على المعلومات من أجل الشراء مستقبلاً، وقد يكون التصرف عبارة عن الشراء عبر الإنترنت.

سادساً: الدراسة الميدانية

من خلال الدراسة الميدانية سنحاول معرفة دور الإعلان الإلكتروني لمؤسسة Enie في اتخاذ قرار الشراء، و ذلك بالتطرق إلى عرض حول هذه المؤسسة، وأهم الأساليب التي تتبعها للإعلان عن منتجاتها عبر الإنترنت.

عرض حول مؤسسة Enie:

أنشأت الم وص ا ENIE في يوم 01 نوفمبر 1982 بعد إعادة هيكلة المؤسسة الأم سونيلاك الشركة الوطنية للإلكترونيك. يقع المقر الاجتماعي بسيدي بلعباس. تم الانتقال إلى الاستقلالية في مارس 1989 جاعلة من المؤسسة شركة ذات أسهم. يقدر رأس مالها الاجتماعي بـ : 8,3 مليار دينار.

تعد المؤسسة الوطنية للصناعات الإلكترونية Enie مؤسسة جزائرية خاضعة للقانون الخاص، تقوم بصناعة الأجهزة السمعية البصرية بالإضافة إلى مركبات إلكترونية، و ذلك منذ أكثر من 25 سنة. منتجاتنا متوفرة في جميع أنحاء الجزائر و هي مضمونة لمدة سنتين. مع تعدد نقاطنا للبيع و كذا ورشاتنا المهتمة بالخدمة ما بعد البيع، لا يمكن للزبون إلا أن يكون مخدمًا أفضل.

تنشط المؤسسة من خلال موقعها الإلكتروني (www.enie.dz)، كما تتيح لعملائها بريد الكتروني يمكنهم التواصل من خلاله بها (enie@enie.dz)، أما فيما يخص مواقع التواصل الاجتماعي فتتواجد عبر الفيسبوك من خلال صفحتها ([ENIE : Entreprise Nationale des Industries Electroniques](https://www.facebook.com/ENIE-Entreprise-Nationale-des-Industries-Electroniques))، و عبر [twitter](https://twitter.com/ENIESBA1) من خلال [@ENIESBA1](https://twitter.com/ENIESBA1).

مجتمع و عينة الدراسة:

مجتمع الدراسة هو كل المستهلكين النهائيين المحتملين لمنتجات قطاع الإلكترونيات بالمجتمع الجزائري بالنسبة للعلامة التجارية الجزائرية Enie .

أما عينة الدراسة فتم اختيارها عشوائيا و تمثلت في المستهلكين النهائيين لمؤسسة Enie بولاية الأغواط.

أساليب جمع البيانات و تحليلها:

قمنا في هذه الدراسة باستخدام طريقة الاستقصاء من خلال الاستبيان في جمع المعلومات الأولية حيث تم توزيع 110 استمارة تم استرجاع 103 منها و ألغيت 4 استمارات لعدم استكمالها، ومنه تم معالجة 99 استمارة.

أما بالنسبة لعملية التفرغ و التحليل الإحصائي للبيانات و اختبار فرضيات الدراسة، فتم الاستعانة ببرنامج 19.0

.SPSS

تحليل بيانات الدراسة و اختبار الفرضيات:

أولا: قياس ثبات أداة الدراسة

تم استخدام معامل " ألفا كرونباخ " لقياس ثبات أداة الدراسة و الجدول رقم (01) يوضح ذلك:

الجدول رقم (01): قياس أداة الدراسة

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,688	17

يبين الجدول أن معامل " ألفا كرونباخ " أكبر من (0,6) ، ومنه فأداة القياس تتمتع بالثبات فيما يخص عينة الدراسة.

ثانيا: عرض خصائص عينة الدراسة

من أجل عرض خصائص العينة تم حساب التكرارات و النسب المئوية للمتغيرات الديمغرافية و كانت النتائج كما يوضحها

الجدول رقم (02) التالي:

الجدول رقم (02): خصائص عينة الدراسة

المتغير	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	55.4%
	أنثى	44.6%
السن	من 20 إلى 29 سنة	36.4%
	من 30 إلى 39 سنة	34.4%
	من 40 إلى 49 سنة	20.2%
	من 50 سنة فأكثر	8.1%
المستوى	ابتدائي	1%
	متوسط	10.1%
	ثانوي	34.3%
	جامعي	50.5%
	أخرى	4%
الحالة الاجتماعية	أعزب	33.3%
	متزوج	63.6%
	أخرى	3.1%
معدل استخدام الانترنت في اليوم	أقل من 5 ساعات	36.4%
	من 5 إلى 10 ساعات	38.4%
	أكثر من 10 ساعات	25.3%

المصدر: نتائج برنامج spss

يبين الجدول أعلاه أن ما نسبته من عينة الدراسة من الذكور و (44,4%) من الإناث ومنه نلاحظ أن هناك تقارب بين النسبتين، أما فيما يخص السن فإن الفئات العمرية المستجوبة متقاربة، كما نلاحظ وجود نسبة كبيرة نسبيا للجامعيين ب (55,5%) كما مثلت نسبة المتزوجين النسبة الأكبر ب (63,6%)، أما بالنسبة لمعدل استخدام الانترنت في الأسبوع فكان من 5 إلى 10 ساعات لأغلبية المستجوبين بنسبة (38,4%).

ثالثا: عرض نتائج الدراسة

من أجل معرفة اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات الاستبيان تم حساب المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لكل

عبارة على حدة، و هذا ما توضحه الجداول من رقم (03) إلى رقم (06)

الجدول رقم (03) : اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات الإعلان عبر الموقع الإلكتروني لمؤسسة Enie.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
01	يتميز موقع Enie بالوضوح و سهولة الاستخدام .	4,02	1,01	موافق
02	يتميز موقع Enie بالتصميم الجذاب.	3,98	0,84	موافق
03	يتميز موقع Enie بسرعة التحميل و التحديث المستمر.	2,79	1,06	محايد
04	يقدم موقع معلومات كافية عن المنتجات.	3,87	1,07	موافق
05	موقع آمن ويتصف بالسرية.	2,65	0,87	محايد
	المتوسط الكلي	4,01	0,67	موافق

من الجدول أعلاه يتضح لنا أنه بصفة عامة هناك درجة موافقة على عبارات الإعلان عبر الموقع الإلكتروني لمؤسسة Enie وهذا ما يدل على أنّ هذه الأخيرة تعطي الاهتمام الكافي لموقعها من أجل جذب العملاء، كما أنّ الإجابة على العبارة رقم اثنين أكثر تجانساً مقارنة بالإجابات الأخرى.

الجدول رقم (04) : اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات الإعلان عبر البريد الإلكتروني.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
01	أقوم بفتح الرسائل الإعلانية التي تصل إلى بريدي الإلكتروني.	2,25	0,88	غير موافق
02	سبق وأن أرسلت لمؤسسة رسالة من البريد الإلكتروني.	3,22	1,14	محايد
03	سبق وأن لقيت إعلان من مؤسسة في البريد الإلكتروني.	2,64	1,07	محايد
04	تقوم مؤسسة بالرد على الرسائل الإلكترونية.	2,97	1,11	محايد
	المتوسط الكلي	2,68	0,55	محايد

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن كل العبارات قد تحصلت على متوسطات حسابية تدل على محايدة أفراد العينة الإحصائية على أنّ مؤسسة Enie تقوم بالإعلان عبر البريد الإلكتروني، وهذا يدل على أنّ المؤسسة لا تستخدم هذا الأسلوب (البريد الإلكتروني) للإعلان عن منتجاتها، كما أن الإجابة على العبارة رقم واحد أكثر تجانساً مقارنة بالإجابات الأخرى.

الجدول رقم (05) : اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات الإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
01	تلفت انتباهي إعلانات Enie عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	3,48	1,07	موافق
02	سبق و أن تعرضت لإعلان مؤسسة Enie عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	3,42	0,90	موافق
03	لمؤسسة حضور عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	3,49	0,97	موافق
04	تجذبني الإعلانات الإلكترونية التي تعرضها صفحة Enie عبر الفيسوك و التويتتر.	2,93	1,08	محايد
	المتوسط الكلي	3,59	0,57	موافق

يتضح من الجدول أنّ الاتجاه العام للمحور الخاص بمتغيرات الإعلان عبر البريد الإلكتروني هو الموافقة، حيث وافق أفراد العينة الإحصائية بشكل عام على أنّ مؤسسة Enie حضور في مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن الإجابة على العبارة رقم اثنين أكثر تبايناً مقارنة بالإجابات الأخرى

الجدول رقم (06) : اتجاه إجابات أفراد العينة على عبارات اتخاذ قرار الشراء.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
01	تدفعني إعلانات موقع Enie إلى اتخاذ قرار الشراء.	3,45	1,02	موافق
02	سبق وأن ساعدتني المعلومات التي قدمتها مؤسسة Enie عبر البريد الإلكتروني في اتخاذ قرار الشراء. .	2,73	1,03	محايد
03	غالباً ما أستجيب للعروض الإعلانية التي تقدمها المواقع التواصل الاجتماعي لمؤسسة Enie.	3,57	1,30	موافق
	المتوسط الكلي	3,66	0,58	موافق

بناءً على نتائج الجدول السابق يتضح أنه هناك موافقة على أن أغلب أساليب الإعلان الإلكتروني لها تأثير على قرار الشراء، كما أن الإجابة على العبارة رقم واحد أكثر تجانسا مقارنة بالإجابات الأخرى.

اختبار فرضيات الدراسة

للتأكد من صحة وثبوت الفرضية الرئيسة والتي مفادها (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلان الإلكتروني لمؤسسة Enie و اتخاذ قرار الشراء عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$)، لابد من اختبار الفرضيات الفرعية التالية وإثبات صحتها كما يأتي:

1. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلان عبر الموقع الإلكتروني و اتخاذ قرار الشراء عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
2. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلان عبر البريد الإلكتروني و اتخاذ قرار الشراء عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
3. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي و اتخاذ قرار الشراء عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

و قد تم استخدام معامل التحديد (R.Square) لاختبار الفرضيات و الجدول رقم (07) يوضح النتائج:

الجدول رقم (07): اختبار فرضيات الدراسة

المتغيرات المستقلة	المتغير التابع	القيمة الاحتمالية	نموذج العلاقة
الإعلان عبر الموقع الإلكتروني (R)	اتخاذ قرار الشراء (S)	0,004	$S=0,15R+2,28$
الإعلان عبر البريد الإلكتروني (F)	اتخاذ قرار الشراء (S)	0,314	$S=0,10F+2,38$
الإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي (I)	اتخاذ قرار الشراء (S)	0,003	$S=0,10I+2,63$
الإعلان الإلكتروني (D)	اتخاذ قرار الشراء (S)	0,001	$S=0,22D+2,09$

من خلال الجدول يتضح بأن هناك:

- توجد علاقة طردية بين الإعلان عبر الموقع الإلكتروني و اتخاذ قرار الشراء لها دلالة إحصائية و منه نقبل الفرضية.
- توجد علاقة طردية بين الإعلان عبر البريد الإلكتروني و اتخاذ قرار الشراء ليس لها دلالة إحصائية و منه نرفض الفرضية.
- توجد علاقة طردية بين الإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي و اتخاذ قرار الشراء لها دلالة إحصائية و منه نقبل الفرضية.
- توجد علاقة طردية بين الإعلان الإلكتروني و اتخاذ قرار الشراء لها دلالة إحصائية و منه نقبل الفرضية.

خاتمة:

هدفت الدراسة إلى إثارة جملة من التساؤلات و الفرضيات تعلقت بطبيعة التأثير بين المتغيرات، و توصلت إلى عدة نتائج

أسهمت في الإجابة عن التساؤلات و التحقق من صحة الفرضيات، لعل أبرزها ما يلي:

- للإعلان عبر الموقع الإلكتروني أثر إيجابي في اتخاذ قرار الشراء.
- للإعلان عبر البريد الإلكتروني أثر إيجابي في اتخاذ قرار الشراء لكن ليس له دلالة احصائية.
- للإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثر إيجابي في اتخاذ قرار الشراء.

و منه و من خلال النتائج السابقة نخلص إلى النتيجة الرئيسية التالية:

هناك أثر للإعلان الإلكتروني على اتخاذ قرار الشراء لمؤسسة Enie.

من خلال النتائج آنفة الذكر تم التوصل إلى مجموعة من التوصيات نذكر منها ما يلي:

- ضرورة الاهتمام أكثر بأسلوب الإعلان عبر البريد الإلكتروني لما حققه في العالم من نتائج إيجابية؛
- ضرورة الاهتمام أكثر بأسلوب الإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؛
- ضرورة الإعلان عن ما يقدمه الموقع الإلكتروني للمؤسسة في البيئة المادية للوصول إليها افتراضيا؛
- عرض المزيد من الخدمات في الموقع لتفعيله أكثر؛
- القيام بدراسات دورية لقياس فعالية الاعلانات الإلكترونية من أجل تصحيح الأخطاء.

الهوامش و المراجع:

1. أسامة ربيع، "معوقات تبني إستراتيجية الإعلان الإلكتروني في سوق التأمين المصري"، الجزائر:مجلة الباحث، العدد 09، 2011، ص14.
2. محمد أحمد أبوالقاسم، "التسويق عبر الانترنت"، القاهرة: دار الأمين، ط1، 2000، ص 110.
3. - Sally Millan, "Internet Advertising: One Face Or Many ? ", united states: Lawrence Erlbaum Associates, 2007, P2.
4. ¹ - Sans Auteur, " La Publicité Efficace Sur Internet", Paris : Ontario Publication, 2013, P 20.
5. زواوي عمر حمزة، "تأثير الإعلان الإلكتروني على السلوك الاستهلاكي للفرد-دراسة عينة من المستهلكين الجزائريين-"، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، قسم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2013، ص 92.
6. Hairong.Li, John D, « Internet Advertising-Formats And Effectiveness », Journal of Interactive Advertising - Vol. 1, Issue 1, 2004, p17.
7. زواوي عمر حمزة، مرجع سبق ذكره، ص 97.
8. Gregory bressolles, Jacques nantel, "vers une typologie des sites web destinés aux consommateurs « revue française de marketing, paris, 2007, p6.
9. Khaled attallah, op-cit, p125
10. Gregory bressolles, op-cit, Pp7-9 .
11. Li Hongxiu & All, "measument of e- service quality:in an empirical study on online travel service", research paper for the 17th europian conference on information system, 2009,p4.

12. السيد بهنسي، ابتكار الافكار الإعلانية، القاهرة: عالم الكتب، ب ط، 2007، ص 345.
13. بوب نورتون، كاثي سميث، "التجارة على الانترنت"، لبنان: الدار العربية للعلوم، ط1، 1997، ص ص 38-39.
14. يوسف أحمد أبو فارة، "التسويق الإلكتروني-المزيج التسويقي عبر الانترنت-"، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، 2004، ص295.
15. Kittiwongvivat Wasinee, Rakkannan Pimonpha, *Facebooking your dreams, Master Thesis, School of Sustainable Development of Society and Technology, Mälardalen University, Sweden, 2010; P20.*
16. Boyd, Ellison, " *Social Network Sites: Définitions, History And Scholarship*", <http://www.ifop.commediapol11032-1.study-fil.pdf>, page consulté le 03/03/2014.
17. Joan Reitz, " *Online Dictionary for Library and Information Science*", http://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis_f.aspx, page consulté le 03/03/2014.
18. IAB, " *social advertising best practices*", <http://www.iab.net/socialads>, page consulté le 01/04/2015.
19. ردينة عثمان يوسف وآخرون، "سلوك المستهلك"، الأردن: دار المناهج، ط1، 2007، ص 102.
20. ياسر عربيات، المفاهيم الإدارية، عمان: دار يافا العلمية، ط1، 2006، ص77.
21. Philip Kotler et autre, " *marketing management*", Paris :Pearson education, 11ème edition, 2004, pp:223-224.
22. ثامر البكري، "التسويق أسس ومفاهيم معاصرة"، عمان: دار اليازوردي، ب ط، 2006، ص ص 92-94.
23. عبد السلام أبو قحف، "التسويق وجهة نظر معاصرة"، الإسكندرية: مطبعة الإشعاع، ط1، 2000، ص ص 164-165.
24. منى سعيد الحديدي، سلوى إمام، "الإعلان"، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر و التوزيع، ط1، 2005، ص 53.
25. انتصار رسمي موسى، "تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الإلكترونية"، عمان: دار وائل للطباعة والنشر، ب ط، 2004، ص ص 207. 208.
26. منى سعيد الحديدي، سلمى إمام، مرجع سبق ذكره، ص60.

البحوث والدراسات المكتوبة باللغة الأجنبية
«ترتيب الصفحات من الجهة الثانية للمجلة»

LE ROLE DU COSMOPOLITISME DES MANAGERS ETRANGERS DANS L'ADAPTATION DE LEURS STYLES DE DIRECTION A LA CULTURE DU PAYS HOTE: Cas des managers étrangers en Algérie

AICHA Bensaâd
Maître assistante
Université de Djelfa



Résumé:

Ce travail de recherche tente à définir le rôle du cosmopolitisme des dirigeants étrangers dans l'adaptation de leur style de direction à la culture du pays hôte. Au niveau théorique, la revue de la littérature, nous a permis de voir l'impact de la culture sociétale sur la formation de la personnalité de l'individu et sur le conditionnement de ses comportements. Elle nous a permis, ainsi, de voir la relativité du style de direction à la culture sociétale et d'entamer la problématique de son adaptation dans les implantations étrangères. Au niveau empirique, nous avons collecté un questionnaire auprès de 39 managers étrangers œuvrant en Algérie. Les résultats montrent l'impact important qu'exerce la culture sociétale sur le style de direction des managers étrangers ce qui a engendré une certaine adaptation aux spécificités culturelles algériennes. De plus, nous avons pu montrer le rôle favorisant que joue le cosmopolitisme dans cette adaptation.

Mots Clefs: Culture sociétale, style de direction, managers étrangers, adaptation, cosmopolitisme.

ملخص:

هذا البحث يهدف إلى تحديد دور كونية المسيرين الأجانب في تكييف نمط إدارتهم مع ثقافة البلد المضيف. على المستوى النظري، لقد سمحت لنا مراجعة أعمال الباحثين في هذا المجال برؤية تأثير ثقافة المجتمع على تكوين شخصية الفرد و تحديد تصرفاته. لقد سمحت لنا كذلك برؤية نسبية نمط الإدارة لثقافة المجتمع و طرح إشكالية تكييفه داخل الشركات الأجنبية. على المستوى التطبيقي، قد قمنا بجمع استبيان من طرف 39 مسير أجنبي يعمل بالجزائر. أظهرت النتائج الأثر الهام الذي تطبقه ثقافة المجتمع على نمط إدارة المسيرين الأجانب مما أدى إلى نوع من التأقلم مع خصائص الثقافة الجزائرية. بالإضافة إلى ما سبق، لقد استطعنا إبراز الدور الذي تلعبه كونية المسيرين في تحفيز هذا التأقلم. الكلمات الدالة: ثقافة المجتمع، نمط الإدارة، مسيرين أجانب، تأقلم، كونية.

Introduction.

L'ouverture économique et l'existence des firmes multinationales ont mis les managers de ces firmes face à un problème imminent qui ennuie à leur pratique d'une façon quotidienne et continue, c'est celui de la culture du pays hôte. Cette dernière a créé un gap entre les managers de ces firmes, souvent étrangers, et les subordonnés locaux dans les moindres détails et dans la façon d'aborder les choses. Devant l'ampleur de cette situation problématique, une question se pose : Quel type de managers peut adapter son style de direction à la culture de ses subordonnés ?

Tel que suggéré par Dupriez et Solange (2002), Rakotomena (2005) et autres chercheurs dans le domaine du management interculturel, la solution de ce problème réside dans la personnalité du manager, car il doit être cosmopolite pour qu'il puisse dépasser les problèmes liés à la multiculturalité.

La présente recherche a pour but d'approcher le rôle du cosmopolitisme des dirigeants étrangers dans un contexte d'hétérogénéité culturelle et plus précisément son impact sur leur style de direction dans les implantations étrangères.

A cet égard, nous avons essayé de répondre à la problématique suivante :

-Dans quelles mesures, le cosmopolitisme des managers étrangers intervient-il dans l'adaptation de leur style de direction aux spécificités culturelles du pays hôte ?

Les objectifs de la recherche : Notre étude tend à atteindre deux types d'objectifs :

Des objectifs théoriques d'où :

⊙ Comprendre la notion de la culture sociétale et voir sa relation avec la personnalité des individus d'une société donnée ;

⊙ Montrer qu'il est quasiment impossible de changer le comportement des individus ou leur imposer un comportement issu d'une culture différente ;

⊙ Voir l'encrage théorique du style de direction et exposer les différentes approches qui supposent sa relativité à la culture sociétale ; et enfin

⊙ Identifier le rôle du cosmopolitisme des dirigeants issus d'autres cultures dans l'adaptation de leur style de direction à la culture du pays hôte.

Des objectifs empiriques d'où :

⊙ Etudier le style de direction des managers étrangers selon deux contextes :

→ Le premier est le contexte algérien ;

→ Le deuxième est leur contexte d'origine ;

⊙ Etudier le cosmopolitisme des managers étrangers ; et enfin

⊙ Vérifier l'existence et la nature des relations entre les variables étudiées.

Définitions de concepts :

La culture

L'anthropologue Anglais Tylor s'est basé sur les travaux de Gustav Klemm publiés en 1843 et en 1852 pour définir la notion « culture » comme suit : « *Culture ou civilisation, entendue dans son sens ethnographique étendu, est cet ensemble complexe qui comprend les connaissances, les croyances, l'art, le droit, la morale, les coutumes, et toutes les autres aptitudes et habitudes qu'acquiert l'homme en tant que membre d'une société* » (Tylor in

Guy, 1988, p10) Cette définition se rapporte à un ensemble de faits qui peuvent être observés comme on peut suivre leur évolution (Guy, 1988, p.10).

Cette définition mentionne les différentes composantes de la culture qui font que celle-ci soit spécifique à chaque société, car la nature de ces éléments se différencie d'une société à une autre.

Malinowski (1941) donne une définition très simple en disant que : « *c'est le concept clé de l'anthropologie culturelle. Elle comprend des techniques, des objets fabriqués, des procédés de fabrication, des idées, des mœurs et des valeurs hérités* ».

En effet, pour les sociologues la culture est un élément à analyser pour résoudre les problèmes de la société comme la délinquance, la drogue, la violence, etc. Elle fournit alors une explication et une résolution aux problèmes qui font face aux êtres humains.

Le sociologue français Wieviorka s'intéresse à la notion de la culture sociétale et il la prend en tant que constituante de la différence entre les groupes humains, ce qui engendre une réaction lors du contact entre ces groupes. Pour ce fait, dans son ouvrage intitulé « La différence » en 2001, il a entamé ce concept pour trouver des solutions aux problèmes que rencontrent les minorités ethniques et religieuses immigrantes de la part des pouvoirs politiques, en poussant ces derniers à adopter des orientations démocratiques.

De la gestion nous avons obtenue les définitions suivantes : celle d'Hofstede, après avoir travaillé dans une entreprise multinationale en tant qu'un consultant psychologique au service de personnel, considère la culture comme : « *la programmation collective de l'esprit humain qui permet de distinguer les membres d'une catégorie d'hommes par rapport à une autre* » (1987, p27) ; et celle de Trompenaars (2004), il la définit comme : « *l'œuvre de l'homme, confirmée par d'autres hommes, systématisée et transmise aux plus jeunes et aux nouveaux venus pour qu'ils s'en imprègnent. Elle donne aux individus un cadre qui a un sens, où ils peuvent se rencontrer, réfléchir sur eux-mêmes et faire face aux monde extérieur* » (p. 54). De cette définition on peut conclure que la culture est produite par l'homme et qu'elle est consentie par tous les membres de la société pour qu'elle soit par la suite le cadre qui structure leurs relations et leur façon de réfléchir pour ensuite la transmettre à travers les générations.

La culture donc, représente le cadre structurant des comportements et des actions des individus.

Le style de direction de l'universalisme à la relativité culturelle :

Selon Terry et Franklin (1985, le style de direction est « *...la relation dans laquelle une personne (le chef) influence d'autres personnes pour qu'elles travaillent ensemble et de plein gré à des tâches liées les unes aux autres afin d'atteindre les objectifs souhaités par le chef et par le groupe (ou par le chef seul, ou par le groupe seul)* » Ils présument que le commandement est une relation qui implique l'influence et l'interaction entre les personnes en présence pour atteindre les objectifs.

Les sciences de gestion ont témoigné la naissance des méthodes dites « universelles » de gestion ou de direction. Ce sont les modèles qui sont apparus avec cette discipline. Tel que l'organisation scientifique du travail créée par Taylor au début

du 21ème siècle. Cette méthode vise à « *coïncider rationnellement les éléments économiques et techniques de la production* », l'apport de Fayol qui consacre le principe de l'unité de commandement et celui de Weber qu'est à partir de la question de la légitimité de l'exercice de l'autorité qu'il développe son idée de la direction rationnelle et légale qu'il a nommé «la bureaucratie ». Cependant, les préceptes de l'école classique ont échoué d'être efficaces dans d'autres contextes outre les Etats-Unis, faute de non prise en considération les facteurs culturels.

D'autres méthodes plus au moins récentes ne prennent pas en considération l'existence de la culture telles que les théories comportementales qui se basent sur le comportement ou le charisme des dirigeants comme le seul déterminant de leurs styles de direction. Ces approches, tout comme l'école classique, ont aussi essayé de systématiser le style de direction et ont mentionné les caractéristiques qui font d'un leader universellement efficace. Elles regroupent l'approche des traits de personnalité d'où les travaux de Kirkpatrick et Locke , les théories basées sur le comportement du leader telles que les travaux de Lewin, Likert et l'université d'Ohio et la théorie de la contingence qui s'appuie sur l'hypothèse où l'efficacité du groupe est déterminée par les interactions entre le chef et ses subordonnés et de la manière dont il les influence et les contrôle, dans les différentes situations d'où les travaux de Targeon, Vroom et Fred Fiedler. Ces méthodes sont dites prisonnières du « one best way ». Car elles estiment l'existence d'une seule façon de gérer ou que tel personnalité ou telle situation entrainera tel style de direction. Or, ce n'est pas toujours le cas lorsque nous sommes en Amérique, en France ou dans un autre pays.

Face à ce problème imminent d'autres méthodes sont apparues, qui s'intéressent à l'impact des cultures locales, sur les organisations et leurs modes de gestion en comparant des entreprises similaires dans leurs tailles, leurs technologies et même leur nationalité. Il se trouve qu'elles fonctionnent de façons différentes selon le pays d'accueil d'où nous trouvons les apports de d'Iribarne, de Laurent, de Trompenaars et d'Hofstede qui réunissent tous sur l'idée que cette différence réside dans l'attitude au travail, les rapports hiérarchiques, les rapports du pouvoir, la perception du temps, etc.

Dans notre travail de recherche nous avons se baser sur les travaux d'Hofstede qui estime que le style de direction peut être défini par deux dimensions :

- L'individualisme/collectivisme qui traduit la dépendance de l'individu vis-à-vis du groupe dont il fait partie (dans les sociétés individualiste les relations sont faibles et chacun veille sur son propre intérêt. Alors que dans les sociétés collectivistes on veille sur les intérêts du groupe)

- La distance hiérarchique qui est la manière dont la société traite le fait que les individus sont inégaux (dans les sociétés à courte DH il est acceptable qu'un jeune ambitieux avec une MBA prend un poste de responsabilité dans une organisation. Par contre, dans les sociétés à longue DH il n'est pas du tout acceptable et la priorité est au plus grand et le plus ancien).

Un style de direction caractérisé par une grande distance hiérarchique, avec mentalité très communautaire marque les pays en développement (Hofstede 1987) et les pays arabo-musulmans (Benfadhel 1992).

Le cosmopolitisme du dirigeant expatrié : une solution pour ces problèmes ?

Autres que les manifestations économiques, la mondialisation a entraîné des manifestations psychosociologiques notables. Désormais, on enregistre l'émergence des firmes multinationales donc des équipes multiculturelles qui renferment un type distingué des managers. Les derniers, nombres de recherches l'ont montré, paraissent capables de dégager les différences culturelles entre eux et autrui, et de résoudre les problèmes issus de ces différences. Ils acceptent, en général, les différences dans les façons de voir, et faire les choses. Ce type de managers est, en effet, *des cosmopolites*.

Selon Hofstede (1987, p 238), ce n'est pas au personnel de s'adapter et être biculturel ou multiculturel, c'est au manager expatrié de l'être car dans l'organisation il faut appartenir à la culture dominante pour réussir. Et comme il a pu constater dans l'enquête qu'il a fait, les organisations qui fonctionnent bien sont les organisations dont les membres partagent les mêmes valeurs.

Selon Dupriez .P et Solange (2002), Rakotomena (2005), Ralston et al (1993), le cosmopolitisme c'est avoir la capacité de résoudre la complexité des situations problématiques issues des facteurs culturels différents et qui permet à l'individu d'adapter son comportement sans pour autant perdre son identité.

Selon les travaux de Ralston et al (1993) il peut être défini par deux dimensions:

- ⊙ L'ouverture au changement Vs le conservatisme.
- ⊙ L'amélioration de soi Vs le dépassement de soi.

Plus que le manager est cosmopolite plus qu'il penche vers l'ouverture au changement et l'amélioration de soi.

Après le développement théorique de nos trois variables, on a élaboré les hypothèses suivantes :

H1 : Les dirigeants étrangers adaptent leur style de direction aux spécificités culturelles algériennes des employés.

H1.1 : Les dirigeants adoptent un style de direction caractérisé par le collectivisme.

H1.2 : Les dirigeants adoptent un style de direction caractérisé par une longue distance hiérarchique.

H2 : Le cosmopolitisme des dirigeants étrangers influence positivement l'adaptation de leur style de direction au contexte algérien.

H2.1 : Le cosmopolitisme des dirigeants étrangers est positivement et significativement corrélé avec leur style de direction caractérisé par le collectivisme.

H2.2 : Le cosmopolitisme des dirigeants étrangers est positivement et significativement corrélé avec leur style de direction caractérisé par une longue distance hiérarchique.

Méthodologie de recherche

Nous a adopté une approche déductive qui se base sur l'analyse et sur le questionnaire comme outil de mesure dans une tentative d'avoir des résultats généralisables.

L'échantillon était non-probabiliste car il suit des critères spécifiques à notre recherche, d'où on a adopté l'échantillonnage par convenance. Nous avons touché à plus de 150 managers mais nous avons obtenue que 39 réponses valides.

Concernant l'outil d'analyse des données nous avons ainsi utilisé un logiciel SPSS 13 pour faire appel à une analyse descriptive, une purification des échelles de mesures en utilisant l'ACP et l' α de Crombach. Pour le test des hypothèses nous avons

fait le khi-deux de Mc Nemar pour tester notre 1ère hypothèse qui tend à valider la variation de notre variable qualitative (le style de direction) entre les deux contextes (contexte d'origine/contexte algérien). Pour le test de notre 2ème hypothèse nous avons fait appel à une régression multiple par méthode rétrograde.

Résultats de la recherche

1- L'adaptation du style de direction des managers étrangers au contexte algérien ou le test de H1

Comme nous avons devancé, pour tester cette hypothèse nous avons accédé au test de Khi-deux de Mc Nemar pour les échantillons appariés.

- **L'adaptation du style de direction des managers étrangers au collectivisme (H1.1)** Nous avons trouvé deux résultats significatifs : Le premier résultat présente une signification $p = 0.007$ en indiquant l'existence d'une différence significative entre les deux contextes. Dans le contexte d'origine environ 77% pensent que le temps constitue de l'argent, alors que dans le contexte algérien environ 59% pensent qu'il présente une liberté. Ce résultat est considéré comme une adaptation au collectivisme algérien. Le deuxième résultat présente une sign=0.021 en indiquant un changement significatif entre les deux contextes. Car dans le contexte d'origine environ 54% pensent que les plus importants sont les gens et l'environnement, alors que dans le contexte algérien, environ 67% accordent plus d'importance à l'argents et aux biens matériels.

Ce dernier résultat est considéré certes comme une orientation individualiste mais on peut le considérer comme une adaptation au collectivisme algérien. Car selon les recherches faites par Arabèche (2011) les algériens ne sont pas entièrement collectivistes parce qu'ils accordent plus d'importance aux biens matériels au détriment des gens et de l'environnement. Donc nous pouvons dire que notre H1.1 est partiellement validée.

- **L'adaptation du style de direction des managers étrangers à la longue distance hiérarchique en Algérie (H1.2) :**

Nous avons obtenu aussi deux résultats significatifs pour cette dimension : le premier résultat présente une signification= 0.001 en indiquant une différence significative entre les deux contextes car : dans le contexte d'origine: environ 72% des managers considèrent les gens inférieurs comme leur paires. A l'inverse, dans le contexte algérien: environ 72% des managers considèrent les gens inférieurs comme une catégorie de gens à part. Le deuxième résultat présente aussi une sign= 0.001 en montrant un changement significatif entre les deux contextes car : dans le contexte d'origine: environ 77% pensent que le pouvoir est légitime uniquement pour le bien. Par contre, dans le contexte algérien: environ 64% pensent qu'il est toujours légitime.

Ces deux orientations sont considérées comme une adaptation à la LDH en Algérie. Donc nous pouvons conclure que notre H1.2 est partiellement validée.

Somme tout nous pouvons dire que les managers étrangers adaptent partiellement leur style de direction au contexte algérien et donc notre H1 est partiellement confirmée.

2- Le rôle du cosmopolitisme de ces managers étrangers dans l'adaptation de leur style de direction : Test H2

Purification et mesure de fiabilité

Considérant la nature quantitative de notre variable, nous avons accédé à une purification des échelles par l'ACP et une mesure de fiabilité par l' α de Cronbach.

Pour l'échelle de l'ouverture au changement, l'analyse factorielle exploratoire dévoile l'existence de quatre axes principaux (1-Malléabilité, 2- Courage et rigueur, 3- Distinctif, 4- Expérimentation et informalité) qui expliquent environ 76% de la variance, d'où le test de KMO présente un niveau satisfaisant de cohérence interne, ainsi nous avons eu une forte fiabilité avec un α de Cronbach supérieur à 0.7.

Concernant le conservatisme, après purification et l'élimination de deux items, l' α de Cronbach traduit une forte fiabilité et le KMO est supérieur à 0.5 ce qui indique des inter-corrélations satisfaisantes entre les items restés. Nous tirons ainsi deux axes (1- Précision et formalité, 2- Prudence et stabilité) qui expliquent environ 65% de la variance.

Quant à l'amélioration de soi et sans aucune purification, l' α de Cronbach indique une forte fiabilité. Le KMO supérieur à 0.7 indique une bonne cohérence interne entre les items. Nous tirons cinq axes (1- Pratique et réussi, 2- Ambitieux et contrôlant, 3- Décideur et compétitif, 3-Eveillé, 4- Travailler pour de longues heures) qui expliquent environ 75% de la variance.

Et enfin, pour l'échelle de dépassement de soi, l' α de Cronbach est supérieur à 0.8 en montrant une forte fiabilité et le test de KMO indique l'existence de fortes inter-corrélations entre les items. Nous obtenons trois axes principaux (1-Coopérant, juste et responsable, 2- Mobilisateur, 3- Transparent et calme) expliquant environ 63% de la variance.

A.L'effet du cosmopolitisme sur l'adaptation des styles de direction au collectivisme algérien: H2.1

Concernant l'effet de l'ouverture au changement sur l'adaptation du SD au collectivisme il a ressorti des régressions appliquées que les sous dimensions de « courages et rigueur » et « l'expérimentation et informalité » affectent négativement l'adoption d'un style de direction individualiste et que la sous dimensions de « distinction et liberté » affecte positivement l'adoption d'un style de direction collectiviste.

Et à propos de l'effet de l'amélioration de soi sur l'adaptation du SD au collectivisme Il a ressorti que l'axe « pratique et réussi » affecte positivement l'adoption d'un style de direction collectiviste

Les résultats ont montrés aussi que le conservatisme et le dépassement de soi n'ont aucun effet sur l'adaptation du style de direction des managers étrangers au collectivisme algérien.

Tous ces résultats montrent que, notre **H2.1 est partiellement confirmée**. En d'autres termes, le cosmopolitisme des managers étrangers, qui se symbolise par les dimensions de « l'ouverture au changement » et « l'amélioration de soi », est corrélé

partiellement et positivement avec l'adaptation de leur style de direction au collectivisme algérien.

B. L'effet du cosmopolitisme sur l'adaptation des styles de direction à longue distance hiérarchique algérienne (H2.2)

Concernant l'effet de l'ouverture au changement sur l'adaptation du SD à la LDH les régressions ont montrés que l'axe de « l'expérimentation et informalité » affecte négativement l'adoption d'un style de direction à CDH et que l'axe de « malléabilité » affecte négativement l'adoption d'une longue distance hiérarchique.

En parlant de l'effet du conservatisme sur l'adaptation du SD à la LDH la régression a révélé que les sous dimensions de « précision et formalité » et « prudence et stabilité » affectent négativement l'adoption d'un style de direction à LDH.

A propos de l'effet de l'amélioration de soi sur l'adaptation du SD à la LDH les résultats ont montrés que la sous dimension de « travailler pour de longues heures » affecte négativement l'adoption d'un style de direction à CDH et positivement l'adoption d'un style de direction à LDH et que la sous dimension « pratique et réussi » affecte négativement l'adoption d'un style de direction à LDH

Et enfin, pour l'effet du dépassement de soi sur l'adaptation du SD à la LDH l'application de la régression a montré que l'axe « transparent et calme » affecte négativement l'adoption d'un style de direction à CDH et que l'axe « mobilisateur » affecte négativement l'adoption d'un style de direction à LDH.

D'après tous ces résultats, nous pouvons dire que notre **H2.2 est partiellement confirmée**. En d'autres termes, le cosmopolitisme des managers étrangers **semble influencer positivement et partiellement l'adaptation de leur style de direction** à la longue distance hiérarchique à travers la dimension de « l'amélioration de soi ». Le conservatisme de ses managers ainsi que leur dépassement de soi les **poussent à s'éloigner de l'adaptation d'une longue distance hiérarchique**. Cet effet négatif a annulé en quelque sorte l'influence de leur cosmopolitisme sur l'adaptation.

Somme tout nous pouvons dire que notre **H2 est partiellement confirmée**.

Conclusion :

Il a été démontré théoriquement que la culture d'une société donnée influence la personnalité de ses individus, qui influence leurs comportements qui par conséquent engendre un style de direction spécifique à cette culture.

Dans ce travail de recherche, on a pu démontrer que la culture algérienne a une influence sur le style de direction des managers étrangers. Cette influence les a poussés à adapter leur style de direction au collectivisme et à la LDH qui caractérisent leurs subordonnés. Enfin on a pu éclairer le rôle que joue leur cosmopolitisme dans cette adaptation : le cosmopolitisme qui se symbolise par « l'ouverture au changement et l'amélioration de soi » influence partiellement l'adaptation de leur SD à la culture du pays hôte.

Apports de la recherche :

La confirmation de nos hypothèses - quoi qu'elle soit partielle- peut être considérée comme un apport de notre recherche.

Les managers étrangers présument que dans le contexte algérien :

- Leur force provient de l'appartenance à un groupe,
- Le temps constitue une liberté,
- Le plus important c'est l'argent et les biens matériels,
- En situation de supériorité les autres sont considérés comme une catégorie de gens à part,
- L'utilisation du pouvoir et de la force est toujours légitime.

Contrairement à ce qu'ils ont adopté dans leur contexte d'origine, **d'où on a pu tirer la validation de notre H1**. Ces résultats sont conformes aux travaux d'Hofstede 1987, Robbins et Judge 2006, Meier 2008 et Adler 1994, qui présument que les managers étrangers doivent s'adapter à la culture des subordonnés.

Un certain nombre de valeurs constituantes du cosmopolitisme, telles que: être distinctif et différent des autres, ne pas être contraint par de nombreuses règles, être rapide à tirer parti des possibilités, être réfléchissant, ayant une bonne réputation...etc, Renforcent l'acceptation des différences culturelles et l'application d'un style de direction qui s'adapte à la culture ambiante, **d'où la validation de notre H2**. Ce résultat est conforme aux travaux de Dupriez et Solange 2002, Ralston et al 1996, Rakotomena 2005 qui croient que le cosmopolitisme des managers les aide à mieux s'adapter et s'intégrer aux différentes cultures.

Limites de la recherche : Comme tout travail de recherche, la présente étude comporte des limites qui se doivent d'être mentionnées

- ✓ Une limite méthodologique dans le sens où nous avons impérativement travaillé avec un échantillon de convenance ce qui réduit la validité externe de notre recherche
- ✓ Échantillon réduit (39 managers étrangers) et qui est constitué de deux catégories majeures (38.5% des français et 20.5% des asiatiques).

Voies de la recherche : Nous pouvons proposer, à priori, d'autres variables qui peuvent avoir une influence sur l'adaptation du style de direction des managers étrangers:

- La synergie culturelle : car selon Adler (1994) L'adaptation et l'intégration des nouvelles valeurs culturelles n'est pas exclusive aux managers, c'est le travail de tout le monde dans l'organisation.
- L'ethnocentrisme des managers étrangers qui selon Rakotomena (2005) freine l'esprit d'adaptation et réduit la vision des choses dans un angle culturellement rigide, car quelqu'un qui est ethnocentrique voit que sa façon de faire et de voir les choses est la meilleure et donc il ne pourra s'adapter.

Références bibliographiques

Les ouvrages

- ❖ Adler N. (1994), « *Comportement organisationnel : une approche multiculturelle* », Nouveaux horizons, Ottawa, Canada.
- ❖ Bioy .A et Fouques .D (2002), « *Le manuel de psychologie du soin* », éditions Bréal, Paris.
- ❖ Blake .R et Mouton .J (1980), « *Les deux dimensions du management* », Les éditions d'organisation, Paris.
- ❖ Blake R et Mouton J. (1980), « *Les deux dimensions du Management* », Les éditions d'organisation, Paris.

- ❖ Bollinger D, Hofstede G (1987), « *Les différences culturelles dans le management : comment chaque pays gère-t-il ses hommes ?* », Les Editions d'Organisation, Paris.
- ❖ Claire .D et al (2001), « *Individu et société* », Edition chenelière, Montréal.
- ❖ d'Iribarne et Al P. (1998), « *Cultures et Mondialisation : Gérer par-delà des frontières* », Seuil, Paris.
- ❖ Dupriez P et Simon S. (2002), « *La résistance culturelle : Fondements, applications et implications du management interculturel* », Google books, de boeck, Bruxelles.
- ❖ Evrard et al (2003), « *Market études et recherche en marketing* », DUNOD, Paris.
- ❖ Geneviève .V (2003), « *Culture et comportement* », Armand Colin, Paris.
- ❖ Hellriegel et Slocum W.J (2006), « *Management des organisations* », Edition de Boeck, Bruxelles.
- ❖ Herskovits .M (1950), « *Les bases de l'anthropologie culturelle* », Petite collection Maspero, Paris.
- ❖ Linton R. (1968), « *Le fondement culturel de la personnalité* », Dunod, Paris.
- ❖ Loth D. (2006), « *Le management interculturel* », L'harmattan, Paris
- ❖ Malinowski B. (1941), « *Les dynamiques de l'évolution culturelle* », Phyllis M. Kabery, Québec.
- ❖ Meier O. (2008), « *Management interculturel : stratégie, organisation, performance* », Dunod, Paris.
- ❖ Michaud T et Thoenig .J C. (2001), « *Stratégie et Sociologie de l'entreprise* », édition village mondial, Paris.
- ❖ Morin P. (1991), « *Le management et le pouvoir* », Les éditions d'organisation, Paris.
- ❖ Rashouan H.A. (2006), « *L'administration et la société : étude en sociologie administrative* », la fondation de la jeunesse universitaire, Alexandrie.
- ❖ Rashouan H.A. (2006), « *La culture : étude en sociologie culturelle* », la fondation de la jeunesse universitaire, Alexandrie.
- ❖ Robbins .S et DeCenzo .D. (2008), « *Management : l'essentiel des concepts et des pratiques* », Paris.
- ❖ Robbins .S et Judge .T. (2006), « *Comportements organisationnels* », Pearson éducation, France.
- ❖ Rocher G (1988), « *Talcott Parsons et la sociologie Américaine* », collection : les classiques des sciences humaines, Québec.
- ❖ Rocher G (1995), « *Culture, civilisation et idéologie* », Editions Hurtubise HMH, Montréal.
- ❖ Rouleau S. (1993), « *Individu et société* », édition Gaëtan Morin, Québec.
- ❖ Sainsaulieu R. (1997), « *sociologie de l'entreprise : organisation, culture et développement* », Presse des sciences politiques, Paris.
- ❖ Sorokin P. (1959), « *Tendances et déboires de la sociologie Américaine* », Les classiques des sciences sociales, Québec.
- ❖ Stephane et Hellara (2000), « *Etudes de marchés* », C.L.E, Tunis.
- ❖ Terry et Franklin (1985), « *Les principes du management* », Edition economica, Paris.

- ❖ Thevenet et Vachette (1992), « *Culture et comportement* », Vuibert, Paris.
- ❖ Trigui S. (2004), « *Management et leadership* », Centre de publications universitaire, Tunis.
- ❖ Trompenaars .F et Hampden-Turner .C (2004), « *L'entreprise Multiculturelle* », MAXIMA, Paris.
- ❖ Wieviorka .M (2001), « *La différence* », la bibliothèque numérique de l'université de Chicoutimi, Canada.
- ❖ Zghal R. (1994), « *La culture de la dignité et le Flou de l'organisation : Culture et comportement organisationnel, schéma théorique et application au cas tunisien* », CERP, Tunis.

Thèses et mémoires

- ❖ Arabèche Z. (2011), « *L'approche culturelle et la gestion intégrale de la qualité : Application au secteur agroalimentaire en Algérie* », Mémoire de mastère en management et organisation, FSEG Tunis.
- ❖ Benfadhel A. (1992), « *La dynamique séquentielle culture-gestion : Fondement théorique et analyse empirique du cas Tunisien* », Thèse de doctorat d'état, Faculté de droit et de sciences économiques, Université de Nice.
- ❖ Horchani T. (2006), « *adaptation au contexte culturel du pays d'accueil et performance des implantations étrangères : cas des entreprises allemandes et françaises implantées en Tunisie* », Mémoire mastère en management, FSEG Tunis.
- ❖ Mokrani F. (1996), « *Performance de style de direction études théorique et validation empirique : cas de deux branches industrielles* », Mémoire DEA en gestion, FSEG Tunis.
- ❖ Kharroubi M (2001), « *Contribution à une étude de l'identité professionnelle des futures diplômés et l'implication en GRH : approche interactionniste par l'analyse de l'identité virtuelle et l'identité visée : cas des finalistes universitaires à Bruxelles et à Tunis* », Thèse de Doctorat en sciences sociales, Bruxelles.
- ❖ Soyah T. (2002), « *Style de direction, Culture et compétitivité* », Mémoire DEA en Management, FSEG Tunis.

Les articles

- ❖ Arcand S. (2007), « *prévenir les conflits liés à la diversité : L'interculturel comme pratique de gestion* », Gestion, Vol31, N4, p16-23.
- ❖ Barmeyer C. (2008), « *Les situations les plus risquées du management interculturel* », HR Today, p01-02.
- ❖ Ben Abdjlil N. (2005), « *Les Modes de management des entreprises au Maroc : Entre contingence culturelles et économiques* », revue des PME, p89-121.
- ❖ Benfadhel A. (1993), « *la dynamisation du modèle d'Hofstede dans le contexte tunisien* », les annales d'économie et de gestion, vol 02, N03, Sousse, Tunisie.
- ❖ Bilsky et Jehn (2002), « *Organizational culture and individual values : Evidence for a common structure* », Myrtek Michael edition, p.211-228.
- ❖ Bilsky et Koch (1996), « *On the content and structure of values: universals or methodological artifacts* », La 5ème conférence sur la logique et la méthodologie en 2000, Cologne, Allemagne.

- ❖ Bird F. et Raufflet E. (2006), « *Les Défis éthiques pour les gestionnaires dans les régions en développement : Un cadre conceptuel* », Gestion, Vol31, N01, p98-107.
- ❖ Borcard D. (2009), « *La régression multiple* », département de science de biologiques, université de Montréal.
- ❖ Bourion C. (2004), « *Les styles hiérarchiques en France, en 2004 : entre archaïsme et modernisme* », ICN/ université de Nancy2, p01-22.
- ❖ Chevrier S. (2003), « *Le management interculturel* », Collections Que sais-je ?, N2535, p81-84.
- ❖ Claver E, Gasco J.L. et Lopis J. (1996), « *Exigences de l'analyse de la culture d'entreprise : Le point de vue espagnol* », direction et gestion, N157, p49-54.
- ❖ D'Iribarne P. (1986), « *Cultures nationales et gestion des entreprises* », conférence internationale de l'Afrique et le management, Yamoussoukro, Côte d'Ivoire.
- ❖ D'Iribarne P. (1987), « *Ce qui est universel et ce qui ne l'est pas* », Revue française de gestion, N64, p01-09.
- ❖ D'Iribarne P. (2000), « *Management et cultures politiques* », Revue Française de Gestion, p70-75.
- ❖ Demery-Lebrun (2007), « *La mesure d'implication professionnelle : exemple d'un corpus en développement* », Les notes des LIRHE, N445.
- ❖ Ferreol .G.(1991), « *Gestion culturelle et théorie sociologique de l'entreprise : Quelques constats* », direction et gestion, N 130, p 53-63.
- ❖ Godlier E. (2009), « *La culture d'entreprise : source de pérennité ou source d'inertie ?* », Revue française de gestion, N192, p95-111.
- ❖ Hofstede G. (1987), « *Relativité culturelle des pratiques et théories de l'organisation* », Revue française de gestion, N64, p10-21.
- ❖ Kombou L. Fendjo G.R. (2007), « *Les déterminants de la rentabilité : Une étude appliquée aux valeurs culturelles ambiantes dans les industries manufacturières au Cameroun* », Direction et Gestion, N228, p45-56.
- ❖ Laberge Y. (1996), « *De la culture aux cultures : Délimitation d'un concept pluri-sémantique* », Laval théologique et philosophique, Vol 52, N 03, p 805-825.
- ❖ Laurent A. (1986), « *The cross-cultural puzzle of international Human resource management* », human resource management, vol25, N01.
- ❖ Lenclud G. (2003), « *Apprentissage culturel et nature humaine* », Terrain, N40, p 05-20.
- ❖ Loth D. (2006), « *Les enjeux de la diversité culturelle : le cas du Management des équipes* », Revue Internationale sur le Travail et la Société Interculturelle, p124-133.
- ❖ Magallon J.P. (2002), « *Le management interculturel : Esquisse d'un concept paradigmatique actuel* », Les cahiers de l'actif, N250/251, p135-146.
- ❖ Martin C. (2005), « *Management Interculturel en Europe* », La Revue de Sciences de Gestion, P23-39.
- ❖ Martin S. (2007), « *Approches d'étude des Entreprises Multiculturelles : portée, limites et Applicabilité Dans Différents Contextes Nationaux* », AIMS, p01-27.

- ❖ Massiera B. (2003), « *La culture d'entreprise en France : Entre globalisation et localisation du management* », Congrès internationale ASFIC, p 01-17.
- ❖ Massiera B. (2007), « *Culture d'entreprise échec d'un concept* », revue communication, vol 25, N2, p 131-147.
- ❖ Poirier et al (1980), « *Le stress des administrateurs scolaires quant à leur niveau de cosmopolitisme et de localisme* », revue des sciences de l'éducation, vol6,N3, p 487-497.
- ❖ Rakotomena M.H. (2005), « *Les ressources individuelles pour la compétence interculturelle individuelle* », revue internationale sur le travail et la société, vol 3, N2, p668-691.
- ❖ Ralston et al (1993), « *The cosmopolitan Chinese manager: findings of a study on managerial values across the six regions of China* », journal of international management, p79-109.
- ❖ Schwartz et Bilsky (1990), « *Toward a theory of universal content and structure of values: extensions and cross-cultural replications* », journal of personality and social psychology, vol 58, N 5, p 878- 891.
- ❖ Spini D. (2003), « *measurement equivalence of 10 value types from the Schwartz value survey across 21 countries* », journal of cross-cultural psychology, Vol 34, N1, p 3- 23.
- ❖ Tounés A. et Assala K. (2007), « *Les influences culturelles sur les comportements managériaux des entrepreneurs en Algérie* », 5^{ème} congrès de l'académie de l'entreprenariat, Sherbrooke, Canada.
- ❖ Trabelsi K. (2008), « *Les écarts culturels dans les alliances stratégiques dyadiques : impacts et modalités de management* », AIMS, p01-27.
- ❖ Vandycke R. (1978), « *Structure et changement social dans les sociétés dominées. Quelques réflexions à propos des thèses d'Alain Touraine* », Revue sociologie et sociétés, Vol 10, N 02, P 75- 85.
- ❖ Zghal R.(1992), « *Culture sociétal et culture d'entreprise* », les cahiers de l'ERGE, N01.

Autres sources

- Rapport de la CNUCED, (2004), « examen de la politique d'investissement: Algérie », nations unies, New York et Genève.

Site web

- <http://bibliotheque.uqac.quebec.ca/index.htm>
- <http://classiques.uqac.ca>
- <http://www.creg.ac.versailles.fr>
- <http://www.dmsp.dauphine.fr/Management/>
- <http://www.erudit.org/revue/>
- <http://www.management-aims.com>
- <http://www.proquest.com>
- <http://www.unctad.org>
- <http://portal.unesco.org/culture/fr>

UNIVERSITE ZIANE ACHOUR DE DJELFA
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION
ET SCIENCES COMMERCIALES



REVUE

CAHIERS ECONOMIQUES

*Périodique Scientifique Internationale Semestrielle Publiée Par la Faculté des Sciences
Economiques, Sciences Commerciales et Sciences de Gestion _ Université de Djelfa*

*Issue No 12
Jumadi-thani 1437h / Mars 2016*

ISSN: 2170-1040

Dépôt légal: 2010-4844
