

مجلة العلوم الإدارية والمالية

مجلة دولية نصف سنوية علمية محكمة، متخصصة، تهتم بنشر الأبحاث والدراسات المتعلقة

بالعلوم الإدارية والمالية

تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الوادي، الجزائر

سنة المجلد 03 العدد 01 – جوان 2019

Administrative and Financial Sciences Review

*International and specialized academic journal, semi-annually published by:
the Faculty of the Sciences Economic, Commercial and management, University of Eloued- ALGERIA*

ISSN:2602-6139

EISSN: 2661-7765

الرئيس الشرفي

أ.د عمر فرحاتي- مدير الجامعة

المدير الشرفي

د.الأزهر عزة - عميد الكلية

مدير المجلة

د . موسى جديدي

رئيس التحرير

د . رضا زهواني

هيئة التحرير

د . يوسف ناصر

د . عبد القادر شاشي

د . خليفة أحسينة

د . عمر أوكيل

د . النعيمي قاسم

د . وليد سمير عبد العظيم الجبلي

د . سلطان عبد الحمان فتحي

د . قندوز عبد الكريم

د . كنوش محمد

د . همام القوصي

د . يحييه سملاي

د . مرزوقي مرزوقي

د . لعبيدي مهاوات

د . عادل زفرير

د . عباس فرحات

د . أمين بن سعيد

أ.د. عدالة العجال

د . إلياس الشاهد

أ.د. قدي عبد المجيد

د . مايو عبد الله

رئيس تحرير مجلة العلوم الإدارية والمالية

عن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

ص.ب: 789 ولاية الوادي 39000/الجزائر

كل الأعمال والأبحاث ترسل فقط عبر المنصة الوطنية للمجلات العلمية ASJP

<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/495>

الهيئة العلمية للمجلة

أ. د محمد الناصر حميداتو	جامعة الوادي	د صلاح الدين شريط	جامعة المسيلة
أ. د الطاهر هارون	جامعة باتنة 01	د عبد الله مايو	جامعة ورقلة
أ. د عبد الحميد برحومة	جامعة المسيلة	د محمد الدينوري سالمي	جامعة الوادي
أ. دمجيد عبد الحسيه هاتف	جامعة القادسية- العراق	د حميدة مختار	جامعة الجلفة
أ. د جمال لعامرة	جامعة طيبة السعودية	د بوبكر نعرورة	جامعة الوادي
أ. د الطبيب داودي	جامعة بسكرة	د عقبة عبد اللاوي	جامعة الوادي
أ. د ثائر صبري الغبان	جامعة النهريه - العراق	د خالد إدريس	جامعة عنابة
أ. د إبراهيم بخني	جامعة ورقلة	د تفراتن يزيد	جامعة أم البواقي
أ. د عباس نوار	جامعة واسط- العراق	د أبوبكر بوسالم	المركز الجامعي ميله
د. كروش نود الدين	المركز الجامعي تيسمسيلت	د زكريا دموم	جامعة الوادي
أ. د عامر محمد سلمان	جامعة بغداد - العراق	د محمد الباي	جامعة الوادي
أ. د خالد الخطيب	مركز البحث وتطوير الموارد البشرية - رماح - الأردن	د نصر رحال	جامعة الوادي
أ. د الحاج عرابة	جامعة ورقلة	د علي قابوسة	جامعة الوادي
أ. د بشرى عبد الله المشهداني	الجامعة المستنصرية	د به علي عبد الرزاق	جامعة الوادي
أ. د شاهر عبيد	جامعة القدس فلسطين	د إبراهيم قعيد	جامعة الوادي
أ. د طلال محمد علي ججاوي	جامعة كربلاء- العراق	د الياس الشاهد	جامعة الوادي
أ. د قاسم محسنه الحبيطي	جامعة الموصل- العراق	د محمد العادي ضيف الله	جامعة الوادي
أ. د رابح خوني	جامعة بسكرة	د يونس الزيه	جامعة الوادي
أ. د هاشم علي هاشم	جامعة البصرة - العراق	د هشام ليرة	جامعة الوادي
أ. د حسيه هادي عنيزة	جامعة الكوف- العراق	د رياض ريمي	جامعة الوادي
د بلال شيني	جامعة بومرداس	د بغداد بنيه	جامعة الوادي
د خالد محمد السواعي	جامعة الزرقاء الأردن	د أحمد نصير	جامعة الوادي
د عباس فرحات	جامعة المسيلة	د أحمد به أحمد	جامعة الوادي

الرؤيا العامة

مجلة العلوم الإدارية والمالية هي مجلة أكاديمية علمية نصف سنوية محكمة ودولية، مفهومة وغير ربحية، مفتوحة المصدر، تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الوادي-الجزائر-. صدر أول عدد من المجلة شهر ديسمبر سنة 2017، تعنى المجلة بنشر كل الدراسات في مجالات: العلوم الإدارية والتجارية، المحاسبة والمالية، إدارة التكنولوجيا والابتكار، التسويق، إدارة الموارد البشرية، نظم المعلومات، الاستراتيجية والإدارة، السياحة وإدارة الفنادق، اللغات الثلاث: العربية والفرنسية والإنجليزية، التي تتميز بالأصالة والمعاصرة والجديّة واحترام شروط النشر والأمانة العلميّة، كما تُسهم في تطوير الحقل المعرفي موضوع الاختصاص، لهذا فهي تستهدف جميع الباحثين المهتمين بمختلف فروع العلوم الإدارية والمالية بأحاء العالم سواء في الدوائر البحثية أو الأكاديمية، أو الدوائر الحكومية أو المؤسسات الاقتصادية على المستويين الوطني والدولي .

أهداف المجلة

من الأهداف التي تطمح المجلة إلى تحقيقها :

- ✓ نشر جديد الباحثين في مجال العلوم الإدارية والمالية؛
- ✓ المعالجة العلمية لقضايا العلوم الإدارية والمالية ومشكلاتها وتوثيقها؛
- ✓ الإسهام في رفع درجة الوعي العلمي لدى مختلف الشرائح الاجتماعية من خلال انفتاح الجامعة بإنتاجها وحضورها الفكري والثقافي؛
- ✓ الإسهام في المحافظة الهوية الوطنية وقيمها وترسيخها؛
- ✓ تشجيع الباحثين على الكتابة والنشر والإسهام في إنتاج المعرفة.

قواعد النشر

- ✓ أن يكون البحث أصيلاً، ولم يسبق نشره أو تقديمه للنشر، ويقدم الباحث تعهداً بذلك؛
- ✓ لا يجوز نشر البحث بعد الموافقة عليه من طرف اللجنة العلمية للمجلة إلا بعد الحصول على إذن من مدير ورئيس تحرير المجلة؛
- ✓ على الباحث تدعيم بحثه بالمراجع الكافية والإشارة إليها في آخر البحث؛

✓ يمنح الباحث نسخة ورقية ونسخة الكترونية من المجلة؛
✓ تخضع كل المساهمات في المجلة للتحكيم العلمي من طرف محكمين، ويبلغ الباحث بنتائج التحكيم والتعديلات المقترحة من قبل المحكمين إن وجدت، فور استلام ردود كل المحكمين؛

✓ أصول البحث التي تصل إلى المجلة لا تردّ سواء نشرت أم لم تنشر؛
✓ جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن آراء كاتبها، ولا تعبر بالضرورة عن وجهة نظر المجلة؛

✓ ترسل المقالات وتوجه المراسلات عن المنصة الوطنية للمجلات العلمية ASJP

<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/495>

✓ تنشر البحوث في المجلة باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية.

لغة النشر: تنشر البحوث في المجلة باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية.

شروط البحث المقدم للنشر

- ✓ تكون المساهمات مختصرة بقدر الإمكان، بحيث لا تتجاوز الأوراق والدراسات المقدمة 20 صفحة، بما في ذلك المصادر والجداول والرسوم التوضيحية؛
- ✓ يكتب الباحث اسمه وجهة عمله ووظيفته على ورقة مستقلة مع ذكر عنوان المراسلة وأرقام الهاتف والفاكس والبريد الإلكتروني. وفي حالة وجود أكثر من مؤلف يتم مراسلة الاسم الذي يرد أولاً في ترتيب الأسماء؛
- ✓ أن يحوي البحث ملخص بلغة البحث وباللغة الأجنبية في صفحة واحدة في حدود (150) كلمة لكل ملخص، كما يجب تقديم عنوان المساهمة البحثية باللغتين؛
- ✓ تقدم البحوث على صفحة A4 بخط Sakkal Majalla حجم 14، أما بالنسبة للغة الأجنبية بخط Times New Roman بحجم 12؛
- ✓ تدرج الرسوم البيانية والأشكال التوضيحية في المتن، وترقم ترقياً متسلسلاً، وتكتب أسماؤهما والملاحظات التوضيحية في أسفلها؛
- ✓ توضع الهوامش في آخر الدراسة وترقم بالتسلسل حسب ظهورها، وذلك بخط حجمه 12 بالنسبة للعربية و10 بالنسبة للفرنسية.

المحتويات

الصفحات	المؤلف	عنوان المقال
27-11	سميرة دواق / جامعة المسيلة عباس فرحات / جامعة المسيلة	الشفافية في الإفصاح لتحقيق جودة المعلومات المحاسبية
40-28	علي عبودي نعمه الجبوري / كلية الامام الكاظم ادارة اعمال. العراق	مشكلة الفساد الاداري والمالي معوق اساس للاستثمار في العراق
52-41	للاغة سمية / جامعة سطيف 1 بولفراخ سارة / جامعة سطيف 1	تأثير تبني المسؤولية البيئية في تحسين صورة المؤسسة لدى الزبون -دراسة إحصائية لعينة من زبائن مؤسسة "جازي"-
65-53	مرزوقي مرزوقي / جامعة الوادي طبيي رتيبة / جامعة ورقلة محبوب الطاهر / جامعة صفاقس. تونس	دور البحث العلمي في تنمية المشاريع المبتكرة ذات التكنولوجيا العالية بالجامعة -إشارة للتجربة الفرنسية-
80-66	بومناد سيف الدين / جامعة معسكر سنوساوي عكاشة بشير / جامعة وهران 2	الرغبة المقاولاتية والإبداع لدى الشباب الجامعي
92-81	علي ساحي / جامعة اللاغواط عائشة قرّة / جامعة سطيف	المهارات الاتصالية للإعلاميين ودورها في تنمية الوعي البيئي
115-93	بواشرية مراد / جامعة الوادي نعرورة بوبكر / جامعة الوادي	دور المواصفة القياسية ISO 26000 في إرساء المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال للمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة
130-116	بركان دليلة / جامعة بسكرة جايف سي حايف شرارز / جامعة بسكرة	آليات وسبل ترقية الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة كمنطقة جذب سياحي
142-131	دوفي قرمية / المركز الجامعي ميله	إشكالية الاعتماد على أسلوب المرابحة في تمويل نشاط البنوك الإسلامية -دراسة حالة بنك دبي الإسلامي
153-143	وفاء جيلاحي / جامعة خميس مليانة	اجراءات ابرام وتنفي الصفقات العمومية وآليات الرقابة عليها-دراسة حالة مؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري بولاية المسيلة-
172-154	حولي محمد / جامعة عنابة مباركي صفاء / جامعة عنابة	تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمدخل لتعزيز جودة خدمة الزبون
186-173	زروخي فيروز / جامعة الشلف مخزومي لطفي / جامعة الوادي ختيري وهيبة / جامعة المدينة	دور استراتيجيات تنمية الموارد البشرية في تحسين مستوى الأداء التدريسي و البحثي للأستاذ الجامعي (دراسة استطلاعية في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية

		وعلوم التسيير بجامعة الشلف)
200-187	زينب غزالي / جامعة سطيف 1 رحمة غزالي / جامعة سطيف 1	ممارسات إدارة الأرباح ومدى انتهاجها في شركات المساهمة -دراسة قياسية لمجموعة من الشركات الجزائرية -
210-201	سعيد طارق / جامعة خنشلة لعربي سارة / جامعة قسنطينة	واقع الممارسات الإدارية الحديثة في إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الجزائرية
219-211	Nassima Bouri/ University of Oran2	SMEs and the challenge of internationalization: challenges of resistance and support strategies
230-220	Abbas Mezeal Mushref Al Sahlani/ University of Kufa	Role Pioneering Organizations In Achieving The Fundamental Parameters A Study Exploration For A Sample Of Staff In The Office Of Najaf Province
253-231	Aimen University Soumeya University AMIRA/ ORAN2 BACHA/ TIPAZA	THE GOVERNANCE OF ALGERIAN PUBLIC ENTERPRISES AND DECISIONAL RATIONALIZATION (CASE – EPA. SONATRACH-HYDROCARBON SECTOR)

الشفافية في الإفصاح لتحقيق جودة المعلومات المحاسبية

Transparency in disclosure to achieve the quality of accounting information

ط.د: دواق سميرة¹، د. فرحات عباس²¹ مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر، جامعة محمد بوضياف - المسيلة douaksamira8@gmail.com² جامعة محمد بوضياف - المسيلة، ferhata75@yahoo.fr

تاريخ القبول: 2019/06/30

تاريخ المراجعة: 2019/03/13

تاريخ الاستلام: 2019/01/11

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى بيان دور الشفافية في الإفصاح لتحقيق جودة المعلومات المحاسبية، إذ تضمن الشفافية في الإفصاح توفير مخرجات محاسبية (قوائم مالية، تقارير مالية) بأعلى مستوى من الجودة وتقلل من حالات عدم تماثل المعلومات المحاسبية على النحو الذي يلبي احتياجات مستخدميها وتمكنهم من اتخاذ قراراتهم.

خلصت هذه الدراسة إلى نتيجة مفادها أن الشفافية ليست بديلا عن الإفصاح المحاسبي (الإفصاح الكامل) full disclosure بل هي وسيلة لتحقيقه من خلال الالتزام بالقيم الأخلاقية وقواعد السلوك المهني وتوفير البيئة الملائمة للارتقاء بمستوى الإفصاح لتحقيق جودة المعلومات المحاسبية.

كلمات مفتاحية: شفافية، إفصاح محاسبي، جودة المعلومات المحاسبية.

تصنيف JEL : G39, M41.

Abstract:

The aim of this study is to clarify the role of transparency in disclosure to achieve the quality of accounting information. Transparency in disclosure ensures that accounting outputs (financial statements and financial reports) are produced at the highest level of quality and minimizes inconsistencies in accounting information to meet the needs of their users and enable them to make decisions.

This study concluded that transparency is not a substitute for accounting disclosure but is a means of achieving it (The full disclosure), by adhering to ethical values and professional codes of conduct and providing an environment conducive to improving the level of disclosure to achieve the quality of accounting information.

Keywords: Transparency, accounting disclosure, quality accounting information.

Jel Classification Codes: G39, M41.

المؤلف المرسل: دواق سميرة، الإيميل: douaksamira8@gmail.com

1. مقدمة:

لقد باتت الشفافية اليوم ضرورة حتمية لما تقدمه من فرص متكافئة للحصول على المعلومات المحاسبية تخدم جميع مستخدميها، خاصة مع عولمة المعلومات وهو حق تضمنه جميع التشريعات والقوانين المحلية والدولية على حد سواء في مختلف الدول. حيث مع كل هذا التقدم الذي تشهده بيئة الأعمال في وقتنا الراهن وظهور سمات عولمة الأسواق المالية في الاقتصاد العالمي، لم تعد المعلومات مقتصرة فقط على القوائم المالية التي تمثل الحد الأدنى من الإفصاح المحاسبي بل تعدت ذلك للوصول إلى الشفافية في الإفصاح المحاسبي عن المعلومات، الذي بدوره ينص على التفصيل في القوائم والتقارير المالية التي تصدرها الشركات بالشكل الذي يوفر معلومات شاملة ومفصلة تخدم جميع الأطراف وبأقل التكاليف، بهدف تقليل عدم التماثل في المعلومات المفصح عنها بين جميع الأطراف سواء الخارجية أو الداخلية.

1.1. مشكلة الدراسة:

بناء على ما تقدم تسعى هذه الدراسة للإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي: **كيف تحقق الشفافية في الإفصاح جودة المعلومات المحاسبية؟**

هذا التساؤل يقودنا إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- هل الشفافية بديل للإفصاح المحاسبي؟
- ماهي متطلبات تحقيق الشفافية في الإفصاح المحاسبي؟
- قصده الإجابة على السؤال الرئيسي للدراسة والأسئلة الفرعية المنبثقة عنه تم صياغة الفرضيات التالية:
- تعد الشفافية وسيلة لتحقيق مستوى عالي من الإفصاح.
- يعد الالتزام بالبعد الأخلاقي وقواعد السلوك المهني من أهم متطلبات تحقيق الشفافية في الإفصاح المحاسبي.

2.1. أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة إلى كون الشفافية هي إحدى الخصائص الرئيسية لتحقيق جودة المعلومات المحاسبية، وتكتسب أهميتها خاصة كقياس لمستوى الإفصاح المحاسبي عن المعلومات المحاسبية.

3.1. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- زيادة المعرفة والوعي بأهمية موضوع الشفافية في الإفصاح عن المعلومات المحاسبية والدور الذي تلعبه في تحقيق جودة هذه الأخيرة؛
- التعرف على أهم مؤشرات قياس الشفافية في الإفصاح عن المعلومات المحاسبية.

4.1. منهجية الدراسة:

سعيًا للإجابة على الإشكالية المطروحة سلفًا واختبار مدى صحة الفرضيات المقدمة، سيتم الاستعانة بالمنهج الوصفي.

5.1. الدراسات السابقة:

- **دراسة (جربو كلثوم ويديو محمد، 2017) بعنوان دور مبدأ الإفصاح والشفافية في تعزيز كفاءة سوق الأوراق المالية** هدفت هذه الدراسة إلى تحليل مبدأ الإفصاح والشفافية ودوره في تعزيز كفاءة سوق الأوراق المالية، من خلال التعرف على أهم المفاهيم النظرية الخاصة بمبدأ الإفصاح والشفافية وكذا كفاءة الأسواق المالية. أيضا توضيح العلاقة بين مبدأ الإفصاح والشفافية ودوره في رفع كفاءة سوق الأوراق المالية، وخلصت هذه الدراسة إلى نتيجة مفادها أن مبدأ الإفصاح والشفافية من أهم المبادئ التي تضيف مصداقية على المعلومات ما يدعم ثقة المستثمرين ويؤدي إلى وصول المعلومات بسرعة وشفافية لتعكس أسعار الأوراق المالية.
- **دراسة (أحمد قايد نور الدين، وبن زاف لبنى، 2018) بعنوان دور الإفصاح المحاسبي في تحسين المعلومة المحاسبية للقوائم المالية.**

هدفت هذه الدراسة إلى تناول موضوع الإفصاح المحاسبي وأثره في تحسين المعلومة المحاسبية لتقديمها لمستخدميها بشئ من التفصيل والشفافية دون لبس أو تظليل، وذلك من خلال التعرف على المفاهيم النظرية للإفصاح وللمعلومات المحاسبية، كذلك القومات الأساسية للإفصاح عن المعلومات المحاسبية وخلصت هذه الدراسة إلى نتيجة مفادها أن الإفصاح المحاسبي له أثر على المعلومة المحاسبية لما يوفره من خصائص نوعية للمعلومة تخدم مستخدميها.

2. الشفافية في الإفصاح المحاسبي

1.2. الإفصاح المحاسبي

• ماهية الإفصاح المحاسبي

لقد عرف الإفصاح المحاسبي بالعديد من التعاريف والمفاهيم، نذكر منها ما يلي:
 "الإفصاح المحاسبي هو عملية إظهار المعلومات المالية سواء كانت كمية أو وصفية في القوائم المالية أو في الهوامش والملاحظات والجداول المكملة في الوقت المناسب، مما يجعل القوائم المالية غير مضللة وملائمة لمستخدمي القوائم المالية من الأطراف الخارجية والتي ليست لها سلطة الاطلاع على دفاتر وسجلات الشركة" (أبو زيد، 2005).
 ويعرف على أنه "شمول القوائم المالية على جميع المعلومات اللازمة الضرورية لإعطاء مستخدم هذه القوائم صورة واضحة وصحيحة عن المؤسسة" (الشيرازي، 1991).
 كما يعرف على أنه "تقديم البيانات والمعلومات إلى المستخدمين بشكل ومضمون صحيح وملائم لمساعدتهم في إتخاذ القرارات " (بن تومي، 2013).

ومن خلال ما سبق من تعريف يمكن إعطاء تعريف شامل لمفهوم الإفصاح المحاسبي، حيث يمكن تعريفه بأنه شمول التقارير المالية على جميع المعلومات اللازمة لإعطاء مستخدم هذه التقارير صورة واضحة وصحيحة عن الوضعية المالية للمؤسسة وبشكل ومضمون ملائم لمساعدتهم على إتخاذ القرارات.

• مستويات الإفصاح المحاسبي

يرى بعض الباحثين أن للإفصاح المحاسبي مستويات متعددة، حيث من الصعب وضع مفهوم موحد للإفصاح يرضي جميع مستخدمي القوائم المالية، فهناك مستويات مختلفة للإفصاح يجب أن يأخذها معدوا القوائم المالية بالحسبان لذلك لابد من الأخذ بعين الاعتبار الهدف من إعداد القوائم المالية وكذا الفئة المستفيدة منها، حيث ميز الباحثون بين مدخلين رئيسيين في تحديد مستويات الإفصاح المحاسبي هما:

المدخل الأول: تم التركيز فيه على مدى أو نطاق الإفصاح، يمكن التمييز بين ثلاث مستويات هي:

- الإفصاح الكامل أو التام Full Disclosure: يشير إلى مدى شمولية التقارير المالية وأهمية تغطيتها لأي معلومات ذات أثر محسوس على القارئ (الشيرازي، 1991):
- الإفصاح الكافي Adequate Disclosure: يعني الحد الأدنى من مقدار المعلومات التي يجب أن يفصح عنه على نحو لا يجعل القوائم المالية مظلمة، أي انه يجب عدم حذف أو كتمان أو إخفاء أية معلومات جوهرية أو ذات منفعة لمستخدمها (الوقاد، 2011):
- الإفصاح العادل Fair Disclosure: يهتم الإفصاح العادل بالرعاية المتوازنة لاحتياجات جميع الأطراف المالية، إذ يتوجب إخراج القوائم المالية والتقارير بالشكل الذي يضمن عدم ترجيح مصلحة فئة معينة على مصلحة الفئات الأخرى من خلال مراعاة مصالح جميع هذه الفئات بشكل متوازن (أبو بكر، 2017).

المدخل الثاني: في هذا المدخل يهتم التركيز على نوعية الإفصاح، حيث يقسم الإفصاح إلى:

- الإفصاح الوقائي Protective Disclosure: تعبر عن الاتجاه التقليدي للإفصاح في المحاسبة وهو ما يعرف بالإفصاح الوقائي والذي يهدف أساسا إلى حماية المجتمع المالي وبصفة خاصة المستثمر العادي الذي له قدرة محدودة على استخدام المعلومات المالية وترتيبها على ذلك فإن المعلومات المالية يجب أن تكون على أعلى درجة ممكنة من الموضوعية حتى لا يساء استخدامها وحتى ولو ترتب على ذلك استبعاد كثير من المعلومات التي قد تكون ملائمة (الشيرازي، 1991):

- الإفصاح التثقيفي Informative Disclosure: يعكس الاتجاه المعاصر للإفصاح المحاسبي اتجاهها نحو ما يعرف بالإفصاح الاعلامي أو التثقيفي ولقد ظهر هذا الاتجاه نتيجة ازدياد أهمية الملائمة باعتبارها أحد الخصائص الرئيسية للمعلومات الملائمة لأغراض اتخاذ القرارات (الشيرازي، 1991):
- الإفصاح الاختياري والإفصاح الإجباري: يرجع تصنيف الإفصاح إلى اختياري وإجباري إلى التشريعات والقوانين النافذة في تلك البيئة (بن فرج، 2015).

• مقومات الإفصاح المحاسبي

يرتكز الإفصاح عن المعلومات المحاسبية في القوائم المالية على المقومات التالية (مطر، والسويطي، 2012):

- ✓ **تحديد المستخدم المستهدف للمعلومات المحاسبية:** تتعدد الفئات المستخدمة للمعلومات المحاسبية، كما تختلف طرق استخدامها لهذه المعلومات. فالملاك الحاليون والمحتملون، الدائنون، المحللون الماليون، الموظفون، الجهات الحكومية، والجهات التي تهتم بالشؤون الاجتماعية وغيرها تعد من الأمثلة على مستخدمي هذه المعلومات. وقد كرس (Devine, 1961) أهمية تحديد الجهة المستخدمة للمعلومات المحاسبية، كركن أساسي في تحديد إطار الإفصاح المناسب بالقول: "إن أهمية تحديد الجهة التي ستستخدم المعلومات المحاسبية تنبع من حقيقة أساسية هي أن الأغراض التي ستستخدم فيها هذه المعلومات من جهات مختلفة تكون أيضا مختلفة".
- ✓ **تحديد الأغراض التي ستستخدم فيها المعلومات المحاسبية:** ينبغي ربط الغرض الذي تستخدم فيه المعلومات المحاسبية بخاصية ملاءمتها، لذا لا بد قبل تحديد ما إذا كانت معلومات معينة ملائمة أو غير ملائمة، من أن يحدد أولا الغرض الذي ستستخدم فيه إذا إن معلومة ملائمة لمستخدم معين في غرض معين قد لا تكون بالضرورة ملائمة لغرض أو لمستخدم بديل.
- ✓ **تحديد طبيعة ونوع المعلومات المحاسبية التي يجب الإفصاح عنها:** تتمثل المعلومات المحاسبية التي يتم الإفصاح عنها، فيما يتم تضمينه من بيانات مالية محتواة في القوائم المالية التقليدية الأساسية (الميزانية، قائمة الدخل، قائمة التدفقات النقدية، قائمة التغيرات في حقوق الملكية) بالإضافة إلى المعلومات التي تعرض في الملاحظات والإيضاحات والملاحق المرفقة بالقوائم المالية والتي تعد جزءا من هذه القوائم. لذلك يرى كثير من الباحثين بأن توفير الإفصاح المناسب في القوائم المالية، يستلزم إعادة النظر في المفاهيم والأعراف التي تحكم إعداد هذه القوائم.
- ✓ **تحديد أساليب وأدوات الإفصاح عن المعلومات المحاسبية:** القوائم المالية الأساسية المتمثلة في الميزانية وقائمة الدخل قائمة التغيرات في حقوق الملكية وقائمة التدفقات النقدية التي تقوم بإعدادها إدارة المنشأة، هي الأدوات الأهم للإفصاح عن المعلومات المحاسبية ويمكن الاستعانة بقوائم إضافية ملحقه بالقوائم الأساسية، كتلك التي توضح تنبؤات وخطط الإدارة أو القوائم المعدلة على أساس التغير في مستويات الأسعار كوسائل أخرى للإفصاح. أما زيادة الإفصاح عن المعلومات التي تعرض في القوائم المالية الأساسية والإضافية لتقديم معلومات أخرى توضيحية أو تفصيلية حتى تكون الصورة واضحة ومكتملة عن الأحداث والعمليات الاقتصادية للمنشأة عن فترة معينة، فإنه يمكن استخدام أساليب وطرق نذكر منها (التوضيح بين قوسين، الملاحظات، بنود مقابلة أو متصلة، الجداول المرفقة... إلخ).
- ✓ **توقيت الإفصاح عن البيانات المالية:** يعد التوقيت المناسب واحدا من ثلاث صفات هامة لخاصية ملاءمة المعلومات المحاسبية وحتى يكون الإفصاح مفيدا، فإنه بالإضافة إلى اشتراط أن تكون هذه المعلومات كافية وموثوقة وقابلة للمقارنة والفهم، يجب أن يتوفر التوقيت الملائم Timing في إعدادها وعرضها وتقديمها

لمستخدمي تلك المعلومات، وتتناقص منفعة المعلومة ثم تزول إذا لم تأت في وقتها، بمعنى أن المنفعة التي يحققها متخذ القرار، ترتبط بمدى حصوله على المعلومات المناسبة في الوقت المناسب.

• أساليب الإفصاح عن المعلومة المحاسبية

توجد العديد من الأساليب التي يمكن استخدامها لغرض الإفصاح عن المعلومات المحاسبية وبيان أثر الأحداث الاقتصادية في التقارير المالية أو الملاحق، فهناك جملة من أساليب الإفصاح المحاسبي يمكن حصرها فيما يلي (أبوزيد، 2005):

- إعداد القوائم المالية وترتيب بنودها: إذ أنه جزء مهم من الإفصاح المحاسبي في عرض القوائم المالية، وترتب مكوناتها وفق القواعد والمبادئ المحاسبية المتعارف عليها، تسهل عملية قراءتها وفهمها وإمكانية مقارنتها من طرف المستخدمين واستخلاص المعلومات.
- استخدام المصطلحات والعرض بشكل صحيح: إن وضوح المسميات للمعلومات المحاسبية تؤدي إلى سهولة فهم القارئ لها، إلا أن المصطلحات الغامضة والمبهمة ينتج عنها عدم الفهم، كما يجب عرض المعلومات بشكل صحيح وعدم دمجها مع غيرها وعدم حذفها مما يدخل بمصادقيتها، ومن الأمثلة الشائعة للحذف إظهار الأصول الثابتة بصافي قيمتها الدفترية.
- الملاحظات الهامشية: يتم استخدامها لتوضيح أو تفسير أو إضافة معلومات أقل أهمية، المتعلقة بعناصر القوائم المالية، والتي يمكن أن تحتوي على المعلومات الكمية أو الوصفية كالإفصاح عن الأحداث اللاحقة بتاريخ الميزانية أو الطرق والمبادئ المحاسبية المتبعة، إضافة إلى الإفصاح عن الالتزامات المحتملة.
- الملاحق: وتشمل على قوائم إضافية ترفق مع القوائم الأصلية، يتم من خلالها إعطاء توضيحات عن بعض البنود الواردة بالقوائم المالية، والتي لا تستوعبها الملاحظات الهامشية ومثال ذلك الأصول الثابتة وطرق الاهتلاك، قائمة المركز المالي على أساس التغير في المستوى العام للأسعار، قائمة المدينين ومخصص الديون المشكوك فيها، قائمة المخزون السلي ... الخ.
- المعلومات الموجودة من خلال الأقواس: تستخدم الأقواس في القوائم المالية لتوضيح بعض الأرقام الظاهرة بالقوائم المالية والتي يصعب فهم طرق احتسابها أو ظهورها من قبل المستخدمين غير الملمين بالمحاسبة مثل: بيان مبدأ تقييم مخزون نهاية المدة.
- تقرير المراجع: يعتبر من ضمن وسائل الإفصاح المستخدمة والمتفق عليها تقرير المراجع الخارجي وتقرير مجلس إدارة المؤسسة، حيث من خلاله يعطي المراجع رأياً فني محايد يعبر فيه عن موضوعية وسلامة الأرقام الظاهرة بالقوائم المالية وذلك بغرض تعزيز ثقة المستخدمين في المعلومات المنشورة.

• ضوابط الإفصاح عن المعلومة المحاسبية

- رغم أن التوسع في الإفصاح عن المعلومة المحاسبية يساعد مستخدمي القوائم المالية على إتخاذ القرارات المناسبة، إلا أن هناك محددات تضبط مجال التوسع للإفصاح المحاسبي بما يراعي مصلحة المؤسسات وملاكها من جهة ومصلحة الأطراف ذات الصلة من جهة أخرى، وذلك في ضوء الشروط التالية (صافو، 2016):
- التوازن بين التكلفة والعائد: يتعلق القيد بوجود زيادة المنافع المتوقعة للمعلومات المحاسبية على التكاليف المتوقعة للحصول عليها. أي تقليص وضبط مقدار المعلومات المفصح عنها لاعتبارات موجبة تتعلق بعبء المعلومات المراد الإفصاح عنها.
- التوازن في الإفصاح: يشير هذا المفهوم إلى التوازن بين التكلفة والاستخدام، لأن عملية الإفصاح وما يرافقها من اعتبارات كالملائمة مع ثقافة المستخدم والحفاظ على بعض أسرار المؤسسة وغيرها من الاعتبارات تتطلب تكاليف إضافية سواء في الإعداد أو النشر أو صياغة المعلومة حتى تكون في مستوى فهم كل الفئات.

- تحقيق الشفافية: تحديد طبيعة المعلومات التي يجب أن تكون متاحة للأخريين من قبل إدارة المؤسسة بما يضمن رؤية واضحة عن الوضعية المالية لها.
- الأهمية النسبية للمعلومات المحاسبية: تعتبر الأهمية النسبية الخاصية المبدئية التي يجب أن تتوفر في كل المعلومات المعروضة بالقوائم المالية، فهي بمثابة المعيار الكمي الذي يحدد حجم أو كمية المعلومات المحاسبية التي يجب الإفصاح عنها بكيفية تحقق ما هو مطلوب منها، وترتبط الأهمية النسبية في مجال الإفصاح المحاسبي بعدة اعتبارات منها ما يلي:
- * حجم العنصر النسبي قياسا بالعناصر المماثلة الأخرى وذلك من حيث قيمته الاقتصادية، ومدى تأثيره على قرار مستثمر المعلومات.
- * طبيعة العنصر وإمكانية تغيره، مثل تحويل بعض المصروفات الرأسمالية إلى إيرادات أو العكس.
- * تأثير العنصر على سلوك مستثمر المعلومات من خلال الظروف المحيطة به من فترة إلى أخرى، أي الاجتهاد الشخصي لمعدي القوائم المالية ومراجعتها ومدى التزامهم بالمقومات المهنية والعلمية وكذلك الظروف المحيطة بالحدث الاقتصادي على مستوى الوحدة.

2.2. الشفافية في الإفصاح

• مفهوم الشفافية:

- يقصد بالشفافية مبدأ خلق بيئة تجعل فيها المعلومات المتصلة بالظروف والقرارات والأعمال القائمة متاحة ومتطورة وقابلة للفهم من جانب كل المشاركين في السوق (حماد، معايير التقارير المالية دليل تطبيق، 2006).
- تعني الشفافية قيام الشركة أو الجهة المسؤولة بتوفير المعلومات والبيانات المتعلقة بنشاطها ووضعها تحت تصرف المساهمين وأصحاب الحصص والمتعاملين في السوق وإتاحة الفرصة لمن يريد الاطلاع عليها وعدم حجب المعلومات فيما عدا التي يكون بشأنها الإضرار بمصالح الشركة (حرب، 2011).
- كما يقصد بالشفافية خلق بيئة تكون فيها المعلومات المتعلقة بالظروف والقرارات والأعمال الحالية متاحة ومنظورة ومفهومة لكافة الأطراف سنويا (حماد، حوكمة الشركات المفاهيم المبادئ التجارب، 2005).

• مفهوم الشفافية في الإفصاح:

- نعني بالشفافية في الإفصاح اتسام مخرجات المحاسبة من خلال التقارير المالية بأعلى مستوى جودة للمعلومات واكتمال خصائصها النوعية وان لا تترك أي غموض أو ريبه لدى مستخدميها وتمكنهم من اتخاذ القرارات كأنهم يرون ما بداخل الشركة (الججاوي، وآل فتح الله، 2017)

• أهمية الشفافية في الإفصاح المحاسبي:

- يساعد نظام الشفافية في الإفصاح على تحقيق الآتي (الججاوي، وآل فتح الله، 2017):
- التطبيق السليم لقواعد الشفافية في الإفصاح يحسن أداء السهم ويعظم الربحية ويولد الثقة لدى المستثمر وحملة الأسهم؛
- الشفافية في الإفصاح تردم الفجوتين الفجوة الأولى بين الإفصاح المتاح من جهة والإفصاح الكامل وتقترب كثيرا من الإفصاح المثالي، والفجوة الثانية بين معدي القوائم والتقارير المالية من جهة وبين مستخدميها من جهة أخرى، تبقى فجوة واحدة هي خارج الإفصاح فيما بين المستفيدين من المعلومات المحاسبية سببها التفاوت في قدراتهم، خبراتهم، اطلاعهم ومؤهلاتهم في الاستفادة منها وبذلك يتميزون فيما بينهم؛
- تركز الاهتمام على القيم الأخلاقية وقواعد السلوك المهني لدى معدي ومستخدمي المعلومات المحاسبية؛
- زيادة المعلومات والإيضاحات يؤدي إلى تحسين الإفصاح مما يؤدي إلى زيادة الوعي والتثقيف بالشفافية؛

- إن أغلب الكتاب والباحثين والمهنيين يركزون على جانب شفافية البيانات والمعلومات المالية ويعتبرونها الركيزة الأساسية لعملية الإفصاح برمتها.

• آليات تحقيق الشفافية في الإفصاح المحاسبي:

نذكرها من خلال النقاط التالية (بن عيشي، وعمري، 2012):

✓ الاهتمام بالمعلومات غير المالية

تعرف المعلومات غير المالية بأنها كافة المعلومات بخلاف تلك الواردة بالقوائم المالية ومعظم الملاحظات المرفقة بها كما أنها تتضمن كلا من المعلومات الخبرية والمعلومات الكمية غير المالية وعلى وجه العموم فإن المعلومات غير المالية تشير إلى كافة المعلومات التي يمكن صياغتها في صورة غير مالية سواء كانت كمية مثل: عدد العمال، الحصة التسويقية... مثل: مستوى المنافسة، الحالة الاقتصادية العامة، تقديم المنافسين لمنتجات جديدة، الكفاءة الإدارية... الخ. وتحظى المعلومات غير المالية باهتمام كبير من قبل صانعي القرار.

تميز المعلومات غير المالية بأنها لا تتعرض لتأثير التحريفات الناتجة عن بعض الإجراءات المحاسبية كما أنها أكثر سهولة وقابلية للفهم حتى بواسطة غير المتخصصين في مجال المحاسبة وتعتبر المعلومات غير المالية مصدر ذو قيمة هائلة ليس فقط بالنسبة للمراجعين باعتبارها الأساس لتدعيم العديد من أحكام المراجعة بل أضحت تلعب دوراً عظيم الأهمية في العديد من المجالات.

حيث أن انحصار الإفصاح المحاسبي في البيانات المالية فقط قد ينتج عنه ضعف كفاءة سوق الأوراق المالية في مجال تسعير الأسهم. حيث أن المعلومات المالية ما هي إلا جزء من المعلومات التي تؤثر على سوق المال الكفاء. وما يؤكد على أهمية المعلومات غير المالية التعليمات التي أصدرتها لجنة البورصة الأمريكية يختص أولها بالإفصاح عن المعلومات غير المالية.

✓ التحول من الإفصاح الاختياري إلى الإفصاح الإلزامي

تشير إحدى الدراسات إلى أن الفكر المحاسبي والواقع العملي قد طرح مجموعة من الأفكار حول محتوى الإفصاح الاختياري ليشمل المعلومات الإستراتيجية والبيانات غير المالية بالإضافة إلى البيانات المالية الإضافية التي لا تشملها القوائم المالية القوائم المالية وحتى يمكن توسيع دائرة المعلومات المتاحة لجمهور المستثمرين، ولكن يتم الحد من عدم تماثل المعلومات بين الإدارة والمستثمرين وبين المستثمرين أنفسهم، نتيجة اتصال بعضهم بإدارة الشركة و حتى نصل إلى سوق كفاء لرأس المال، وحتى يمكن الوصول للسعر العادل للسهم لا بد و أن يتحول الإفصاح الاختياري إلى إفصاح إلزامي.

✓ تدعيم الإفصاح الإلكتروني

يساعد الإفصاح الإلكتروني على نشر المعلومات المالية وغير المالية في التوقيت المناسب والمتزامن باستمرار إن الإفصاح الإلكتروني يحقق العديد من المزايا ومنها:

- توفير معلومات في الوقت المناسب؛
- تحقيق التغذية العكسية؛
- تحقيق إمكانية التحديث الفوري؛
- تخفيض درجة عدم تماثل المعلومات؛
- سهولة في الوصول للمعلومات المطلوبة.

• متطلبات الشفافية في الإفصاح:

تتمثل متطلبات الشفافية في الإفصاح فيما يلي (الججاوي، وآل فتح الله، 2017):

- خلق بيئة ملائمة يمتاز فيها العاملون بالقيم والخلق الرفيع، الشفافية ترتبط بالمفهوم الثقافي والقيمي للشركة والأفراد لأنها تحمل كل معايير الصدق والإخلاص والأمانة في التعامل من خلال التأكيد على النظام القيمي للشركة؛
- اتخاذ إجراءات وضوابط وقوانين تكون رادعة للحد من الفساد، ضرورة وجود تشريعات ملزمة ولوائح وقواعد تنظم عملية الإفصاح؛
- الاهتمام بالمدخل الأخلاقي للمحاسبة بدرجة أعلى أو بمقدار الاهتمام بالمعايير والقواعد والخصائص المحاسبية؛
- القوائم المالية على درجة عالية من التفاصيل والأرقام والوصف فيها على درجة عالية من الدقة والمصداقية ومتوافقة مع رغبات الأطراف ذات العلاقة؛
- إن تكون المعلومة دقيقة ذات صلة بالموضوع ومتاحة للمستخدمين؛
- الشفافية في الإفصاح تتطلب الاهتمام بالمضمون بدرجة أكبر وينبغي عرض المعاملات والأحداث وفقا لجوهرها وليس لمجرد شكلها؛
- يجب أن يكون الإفصاح عادلا ودرجة عالية من الشفافية وان يتضمن المعلومات المادية وغير المادية أن يتم الإفصاح عن السياسات المحاسبية؛
- إن يكون الإفصاح عن المعلومات في الوقت المناسب، إذ أن المعلومة التي يعلن عليها بصورة متأخرة عادة لا قيمة لها قد لا تحقق نفس الفائدة للمستخدم منها فيما لو افصح عنها بصورة مبكرة؛
- إن تكون المعلومة المعلن عنها متاحة لجميع الأطراف في نفس الوقت؛
- أن تكون المعلومات المعلن عنها واضحة مستوفية للمعنى والقصد والمرفقات والمضمون أن تكون شارحة لنفسها، فلا فائدة من المعلومة الغامضة.

• قياس الشفافية:

- تعددت مداخل قياس الشفافية في الإفصاح نظرا لأهمية الدور الذي تلعبه في تحقيق جودة المعلومات المحاسبية التي تخدم جميع الأطراف سنتعرض في دراستنا لأحدث مؤشرات القياس على المستوى الدولي وأهمها:
- مؤشر Standards & Poor's رمزه S&P؛
 - مؤشر منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية ويرمز لها OECD .

Organization For Economic Co-Operation And Development

أولا: مؤشر Standards & Poor's (S&P)

يعد هذا المؤشر من أهم وأفضل مقاييس الشفافية المستخدمة، تعد مؤسسة ستاندر أند بورز والمعروفة باسم S&P اول من وضع مؤشرات لأسعار الأسهم في عام 1923 وهي مؤسسة معروفة جيدا بمؤشراتها في سوق البورصة الأمريكي وبورصات دول العالم.

وفي 1957 وسعت المؤشر ليشمل تغيير اسمه إلى S&P 500 الذي يغطي نحو 84% من كل من قيمة الأسهم المدرجة في بورصة نيويورك، ويعكس هذا المؤشر الثقة في السوق والاستقلالية والموضوعية والمصداقية والشفافية. إذ يقيس هذا المؤشر نشاط أكبر الشركات الرئيسية في الولايات المتحدة الأمريكية ويندرج تحت هذا المؤشر تصنيفات أخرى تقيس الأداء للشركات المختلفة، ولا يركز هذا المقياس على الشركات الكبرى أو على قطاع معين فهو يضم الشركات ذات القطاعات المختلفة كالكنولوجيا والصناعة والبنوك وغيرها (الججاوي، والجميلي، 2017).

ويتألف هذا المؤشر من 98 مؤشر مقسم إلى ثلاث مجموعات فرعية مقسمة بدورها إلى مجموعات أخرى (أنظر الشكل رقم 01، الملحق رقم 01) وهي (Patel and others, 2002):

- هيكل الملكية وحقوق المستثمرين (28 بند) ؛
- الشفافية المالية والإفصاح عن المعلومات (35 بند) ؛
- هيكل مجلس الإدارة وعمليات التسيير (35 بند).

ثانيا: مؤشر منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OECD

وضعت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية مبادئ حوكمة الشركات في العام 1999، من ثم قامت بمراجعتها وتعديلها واعتمادها في العام 2004 ويرمز له Index OECD والمعتمد في الدول الأعضاء وغير الأعضاء في المنظمة، وهذه المبادئ (أنظر الشكل رقم 02، الملحق رقم 02) هي (النجار، 2017):

المبدأ الأول: ضمان وجود إطار فعال لحوكمة الشركات

يجب أن يتوفر إطار للحوكمة يعمل على تشجيع شفافية وكفاءة الأسواق، وان يتماشى مع أحكام القانون، ويوضح المسؤوليات المختلفة الخاصة بالسلطات الإشرافية والتنظيمية والتنفيذية.

المبدأ الثاني: حقوق المساهمين

يجب ان يعمل إطار حوكمة الشركات على حماية وتسهيل ممارسة المساهمين لحقوقهم.

المبدأ الثالث: المعاملة العادلة أو المتكافئة للمساهمين

يجب أن يضمن إطار حوكمة الشركات المعاملة العادلة لجميع المساهمين، بما في ذلك صغار المساهمين والمساهمين الأجانب، كما يجب أن تتوفر الفرصة لجميع المساهمين للحصول على تعويض مناسب عن التقصير في حقوقهم.

المبدأ الرابع: دور أصحاب المصالح في حوكمة الشركات

يجب أن يدرك إطار حوكمة الشركات حقوق الأطراف ذوي المصالح وتشجيع التعاون الفعال بين المؤسسات والأطراف ذوي المصالح في خلق الثروة والوظائف والاستمرارية لمؤسسات.

المبدأ الخامس: الإفصاح والشفافية

يجب أن يضمن إطار حوكمة الشركات الإفصاح في الوقت المناسب وبدقة عن جميع الأمور ذات الأهمية وذات العلاقة بالشركة بما في ذلك الوضع المالي، الأداء، الملكية، وحوكمة الشركات.

المبدأ السادس: مسؤوليات مجلس الإدارة

يجب أن يكفل إطار حوكمة الشركات التوجه الاستراتيجي للشركة، والرقابة الفعالة على الإدارة من قبل مجلس الإدارة والمجلس الإشرافي، وضمان مساءلة مجلس الإدارة والمجلس الإشرافي والمساهمين.

3. جودة المعلومات المحاسبية

تلعب المعلومة المحاسبية دورا أساسيا في صنع واتخاذ القرارات، وقد تعددت مصادر المعلومة المحاسبية والتي قد تكون مشروعة كما قد تكون غير ذلك الشيء الذي يؤثر كثيرا على مصداقية القوائم المالية التي تعتبر المرآة العاكسة لها ولكي تصل المعلومة المحاسبية لهذا المستوى وبما يمكن استخدامها من صنع واتخاذ القرارات السليمة يجب أن تتوفر فيها جميع خصائص الجودة.

• مفهوم جودة المعلومات المحاسبية:

قبل التطرق لتعريف جودة المعلومات المحاسبية نستعرض أولا لمفهوم المعلومات حيث أن المعلومات هي عبارة عن بيانات خام تتم معالجتها بشكل ملائم لتعطي معنى كامل بالنسبة لمستخدم ما، مما يمكنه من استخدامها في اتخاذ القرارات.

- تعريف جودة المعلومات المحاسبية:

تعددت مفاهيم الجودة في مجال المعلومات المحاسبية من وجهة نظر المنظمات المهنية والباحثين إذ يرى الشيرازي أن الجودة هي مجموعة الخصائص التي يجب أن تتسم بها المعلومات المحاسبية كي تكون مفيدة لتلبية الاحتياجات الضرورية لمستخدميها (الشيرازي، 1991).

يقصد بمفاهيم جودة المعلومات تلك الخصائص التي يجب أن تتسم بها المعلومات المحاسبية المفيدة. كما أن مستوى جودة المعلومات المحاسبية والاقتصادية لا يعتمد على الخصائص الذاتية للمعلومات فقط بل يتعداها على خصائص تتعلق بمتخذي القرارات (مستخدمي المعلومات) (قويدر، 2012).

- خصائص جودة المعلومات المحاسبية:

تتمثل خصائص جودة المعلومات المحاسبية فيما يلي:

✓ **الملائمة:** أي يجب أن تكون المعلومات ملائمة لحاجات صناعات القرارات وتمتلك المعلومات خاصية الملائمة عندما تؤثر على القرارات الاقتصادية للمستخدمين بمساعدتهم في تقييم الأحداث الماضية والحاضرة والمستقبلية، أو تأكيد تقييماتهم الماضية أو تصحيحها (يوسف، 2012)، وتتحقق هذه الخاصية في المعلومات المالية عند تحقق خصائصها الفرعية (الوقتية، القيمة التنبؤية، القيمة الرقابية)، فالوقتية تعني وصول المعلومة إلى مستخدميها في الوقت المناسب، أما **القيمة التنبؤية** فهي لا تقل أهمية عن سابقتها كونها توفر لمستخدميها التوقعات المستقبلية في حين **القيمة الرقابية** هي الإمكانيات التصحيحية للانحرافات أن وقعت.

✓ **الموثوقية:** تشكل الموثوقية الخاصية الثانية للمعلومات والتي تعني قدرة المعلومات على التعبير عن فحوى الأهداف أو العمليات الاقتصادية وبالشكل الذي يمكن المستخدم من الاعتماد عليها في بناء نماذج قراراته المختلفة، أي خاصية الموثوقية إنما تتعلق بأمانة المعلومات وإمكانية الاعتماد عليها (جربوع، 2007) والموثوقية كسابقتها لا تتحقق إلا بتحقيق خصائصها الفرعية (الصدق، الموضوعية، الحياد)، فخاصية **الصدق أو التمثيل الصادق** تعني ضرورة أن تكون المعلومات صادقة وموثوق فيها بحيث تمثل أو تصور المضمون الذي تهدف إليه تمثيلاً صادقاً، أو تعبر عن الواقع تعبيراً صادقاً، أما **الموضوعية** فتعني أن تكون المعلومات قابلة للمراجعة والتحقق حتى يمكن الاعتماد عليها، في حين تعني **خاصية الحياد** ضرورة أن تتسم المعلومات المالية بالحياد وعدم التحيز حيال المصالح المتعارضة لمن يستخدمون تلك المعلومات (محمود وآخرون، 2011).

• معايير قياس جودة المعلومات المحاسبية:

توجد عدة معايير لقياس جودة المعلومات المحاسبية يمكن تحديدها بصفة عامة على النحو التالي (الفضل، نور،

:2002)

- **الدقة كمقياس لجودة المعلومات المحاسبية:** يمكن التعبير عن جودة المعلومات بدرجة الدقة التي تتصف بها المعلومات أي بدرجة تمثيل المعلومات لكل من الماضي والحاضر والمستقبل ولاشك أنه كلما زادت دقة المعلومات زادت جودتها وزادت قيمتها في التعبير عن الحقائق التاريخية أو عن التوقعات المستقبلية.

- **المنفعة كمقياس لجودة المعلومات المحاسبية:** وتتمثل المنفعة في عنصرين هما صحة المعلومة وسهولة استخدامها.

- **الفاعلية كمقياس لجودة المعلومات المحاسبية:** تعبر الفاعلية عن مدى تحقيق المنشأة لأهدافها من خلال موارد محددة، وعلى ذلك فإنه يمكن تعريف جودة المعلومات من زاوية الفاعلية بأنها مدى تحقيق المعلومات لأهداف المنشأة أو متخذ القرار من خلال استخدام موارد محدودة، ومن ثم فإن فاعلية المعلومات هي مقياس لجودة المعلومات.

- التنبؤ كمقياس لجودة المعلومات المحاسبية: يقصد بالتنبؤ أنه الوسيلة التي يمكن بها استعمال معلومات الماضي والحاضر في توقع أحداث ونتائج المستقبل، وأن هذه التوقعات تستخدم في التخطيط واتخاذ القرارات.
- الكفاءة كمقياس لجودة المعلومات المحاسبية: يقصد بالكفاءة تحقيق أهداف المنشأة بأقل استخدام ممكن للموارد، ويرى البعض ضرورة تطبيق مبدأ الاقتصاد على نظم المعلومات والذي يستهدف تعظيم جودة المعلومات بأقل التكاليف الممكنة التي يجب أن تزيد من قيمة المعلومات.

• مستلزمات الشفافية في الإفصاح عن المعلومات المحاسبية:

يمكن إيجازها ف ثلاث أبعاد رئيسية هي كالاتي (الججاوي، وآل فتح الله، 2017):

أولاً: تحسين جودة المعلومات كما ونوعاً: الزيادة في المعلومات والتركيز على جودتها؛

ثانياً: الالتزام بالبعد الأخلاقي وقواعد السلوك المهني:

- الالتزام الأخلاقي: النزاهة والأخلاق ضرورية جداً للاطمئنان بمخرجات النظام على أن تعد ليس فقط لمستخدمي القوائم المالية من متخذي القرارات بل كافة الراغبين بالاطلاع عليها.
- قواعد السلوك المهني: سن القوانين والتشريعات والأنظمة بما يتلائم والمعايير الدولية للممارسات المحاسبية وضبط الأداء في الشركات ضمن غطاء تشريعي يكون متوافقاً معها.

ثالثاً: إنشاء بيئة ملائمة تمتاز بالفضيلة: إن المحاسبة علم اجتماعي يؤثر ويتأثر بالبيئة المحيطة، البيئة المناسبة والصالحة تديم وتمنح الاستمرارية للأصلح فلا يكفي أن يكون المحاسب صالحاً نزيهاً في بيئة متخمة بالفساد المالي سرعان ما تجعله عاجزاً عن الأداء الجيد أو يجارها أن لم يسقط فيها، أما البيئة المناسبة تقويه وتحسن من أداءه.

4. الشفافية في الإفصاح لتحقيق جودة المعلومات المحاسبية

1.1. الشفافية في المعلومات المحاسبية:

وتتمثل في ماييلي (الججاوي، وآل فتح الله، 2017):

أولاً: شفافية المدخلات

في المدخلات هناك تأثير وحاجة واضحة إلى أن تكون المعلومات خالية من الخطأ، مكتملة وغير منتهية الصلاحية (الوقتية)، إذ يجب أن تكون البيانات موثوقة المصدر وإدخالها يكون في الوقت المناسب غير منتهية الصلاحية، موجودة في المستندات غير الوهمية وأهميتها تأتي من كونها الأساس الذي ينطلق منه النظام.

ثانياً: شفافية المعالجات

في نظام الشفافية غالباً ما تكون معالجة البيانات والتغذية الراجعة داخل الشركة والمستخدم الداخلي للمعلومات أكثر إثراء والمأما بالمعلومات فهم يمتلكون المعلومات بأفضل خصائصها على العكس بالنسبة للمستخدم والمطلع الخارجي وهذا ما يؤكد الفجوة بين معدي المعلومات ومستخدميها، بما يعرف بعدم تماثل المعلومات.

ثالثاً: شفافية المخرجات

الخصائص المعبرة عن تأثيرها في المخرجات هي جميع الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية، مصداقية التقارير المالية مستندة إلى حياديتها وعدم تحيزها هذا ما يجب أن يؤكد مراقب الحسابات لأن المعلومات المتحيزة لا يمكن الثقة بها أو الاعتماد عليها كذلك يجب أن تتمتع بدرجة عالية من الأمانة والوضوح لجميع مستخدميها والمعلومات إذا كانت غير مفهومة لا يمكن الاستفادة منها وغير ملائمة لمتخذي القرارات.

2.4. خصائص الشفافية في الإفصاح عن المعلومات المحاسبية:

المعلومات الجيدة هي تلك المعلومات الأكثر فائدة في مجال ترشيد القرارات ويقصد بجودة المعلومات تلك الخصائص التي يجب ان تتسم بها المعلومات المحاسبية المفيدة إذ يعد التعبير عن جودة المعلومات بدرجة الدقة التي تتصف بها المعلومات أي بدرجة تمثيل المعلومات لكل من الماضي والحاضر والمستقبل ولا شك أنه كلما زادت دقة

المعلومات زادت جودتها وزادت قيمتها في التعبير عن الحقائق التاريخية، أو عن التوقعات المستقبلية وبالرغم من أهمية هذا المقياس في التعبير عن جودة المعلومات، فإنه لا يمكن تحقيقه لكون المعلومات التي تبني عليها القرارات تنطوي على المستقبل، وبالتالي فهي على درجة من عدم التأكد، لذا غالبا ما يتم التضحية بالدقة عند توفير المعلومات ملائمة لاتخاذ القرارات وبالتالي فإن وجود هذه الخصائص يعطي مصداقية واعتمادية أعلى للمعلومات وتتمثل هذه الخصائص في (الججاوي، والجميلي، 2017):

- الوضوح؛
- سعة الانتشار؛
- التطوعية في تقديم المعلومات؛
- اقل ما يمكن من السرية؛
- تكامل أو اكتمال المعلومات؛
- كفاءة المعلومات؛
- سهولة الوصول إلى المعلومة؛
- توقيت المعلومة؛
- الدقة والصدق في تقديم المعلومات؛
- المرونة.

3.4. تحقيق جودة المعلومات المحاسبية من خلال الشفافية في الإفصاح

يمكن تعزيزه بالمعلومات المحاسبية المفصّل عنها من خلال الشفافية في الإفصاح من الحد الأدنى إلى المستوى المثالي من مبدأ الإفصاح الكامل (Full Disclosure) عن طريق مقومات الشفافية في الإفصاح (أنظر إلى الشكل رقم 03، الملحق رقم 03)

على مرحلتين (الججاوي، وآل فتح الله، 2017):

المرحلة الأولى: الارتقاء بالحد الأدنى (انعدام الشفافية) إلى المستوى المتاح، الممكن والمقبول من الإفصاح عن

طريق تحقيق ثلاث شروط هي:

- المبادئ والأصول المحاسبية؛
- السياسات الإدارية؛
- لوائح الإشراف والرقابة وأدلة التدقيق.

المرحلة الثانية: الارتقاء بالمستوى المتاح والمقبول من الإفصاح إلى الطموح وإمكانية الاقتراب من المستوى المثالي

من مبدأ الإفصاح الكامل (Full Disclosure)، لتحقيق أعلى درجة من الشفافية في الإفصاح والجودة في المعلومات المحاسبية من خلال:

- الالتزام التام بقواعد السلوك المهني (المعايير، القواعد، القوانين والتشريعات)؛
- التحلي بالقيم الأخلاقية (الصدق، النزاهة، العدالة والأمانة)؛
- خلق بيئة محاسبية ملاءمة تمتاز بخلق محاسبي رفيع (بحيث تكون القيم الأخلاقية والالتزام بقواعد السلوك المهني عرفا شائعا يمثل القاعدة والفساد هو الاستثناء).

5. الخاتمة

تعد الشفافية في الإفصاح المحاسبي إحدى الخصائص الرئيسية لتحقيق جودة المعلومات المحاسبية، التي يجب أن تتوفر عليها القوائم المالية كي تتمكن من أداء الدور المنتظر منها، فالشفافية في الإفصاح عن المعلومات المحاسبية تلعب دورا أساسيا في الحد من عدم تماثل المعلومات بين مستخدمي المعلومة المحاسبية.

مما سبقا توصلنا إلى النتائج التالية:

- الشفافية في الإفصاح هي حلقة الربط بين الإفصاح ومستخدمي المعلومات المحاسبي فهي تحقق الثقة في المعلومات المفصّل عنها؛

- وجود علاقة تكاملية بين الشفافية والإفصاح؛
- الشفافية تحقق مستوى مثالي من الإفصاح، حيث أن الإفصاح غالباً ما يجري بالحد الأدنى منه وبالشفافية والصورة التي يرغب بها أصحاب القرار لتحقيق مصالح أطراف دون طرف آخر، أما الشفافية في الإفصاح فتحقق مستوى عالي من الإفصاح يخدم جميع الأطراف؛
- الشفافية في الإفصاح تعني الإفصاح عن المعلومات المحاسبية بتفاصيل أكثر وتكاليف أقل بهدف تحقيق الجودة في المعلومات المفصّح عنها؛
- الشفافية في الإفصاح لا تعني المبالغة في الإفصاح عن المعلومات بتفاصيل كثيرة تؤدي إلى فقدان المعلومة لجودتها وخصائصها وتزيد من تكلفة إنتاجها؛
- تستلزم الشفافية في الإفصاح بيان الكيفية التي تم الوصول بها إلى هذه الأحكام والقناعات، التي تتطلب مهارات وخبرات متخصصة من محاسبين والتي يجب الإفصاح عنها؛

من خلال النتائج السابقة يمكن صياغة التوصيات التالية:

- العمل على تعزيز الشفافية في الإفصاح عن المعلومات المحاسبية من خلال تعديل التشريعات والقوانين بما يتوافق مع متطلبات الشفافية في الإفصاح لتحقيق جودة المعلومات المحاسبية؛
- لضمان دقة وجودة المعلومات المحاسبية يجب التحول من الحد الأدنى من الإفصاح (الإفصاح الكافي) إلى الشفافية في الإفصاح لتحقيق (الإفصاح الكامل)؛
- الالتزام بالقيم الأخلاقية وقواعد السلوك المهني وهي من أهم متطلبات الوصول إلى الشفافية في الإفصاح؛
- تفعيل وإصدار تشريعات اللازمة لتطبيق النزاهة والتأسيس لبيئة ملائمة للشفافية التي بدورها تحقق جودة المعلومات المحاسبية.

6. قائمة المراجع

- محمد المبروك أبوزيد، المحاسبة الدولية وانعكاساتها على الدول العربية، أيترك للنشر والتوزيع، (القاهرة، مصر: 2005)، ص 38.
- مهدي عباس الشيرازي، نظرية المحاسبة، مطبعة ذات السلاسل، (الكويت: 1991)، ص 322.
- بدرة بن تومي، "آثار تطبيق المعايير المحاسبية الدولية على العرض والإفصاح في القوائم المالية للمصارف الإسلامية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2013، ص 45.
- مهدي عباس الشيرازي، مرجع سابق، ص 331.
- سامي محمد الوقاد، نظرية المحاسبة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، (عمان، الأردن: 2011)، ص 217.
- أيمن عبد الله محمد أبو بكر، نظرية المحاسبة مدخل معاصر، دار الكتاب الجامعي، (أبوظبي، الإمارات المتحدة: 2017)، ص 145.
- مهدي عباس الشيرازي، مرجع سابق، ص 324.
- مرجع نفسه، ص 330.
- زوينة بن فرج، متطلبات الإفصاح المحاسبي في الكشوف المالية للبنوك وفق المعايير المحاسبية الدولية -دراسة ميدانية لبعض البنوك التجارية الجزائرية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 15، 2015، ص 56.

- محمد مطر، موسى السويطي، التأصيل النظري للممارسات المهنية المحاسبية في مجالات القياس-العرض- الإفصاح، دار وائل للنشر، (عمان، الأردن: 2012)، ص 345-356.
- محمد المبروك أبو زيد، مرجع سابق، ص 584.
- فتيحة صافو، "أبعاد القياس والإفصاح وفق النظام المحاسبي المالي الجزائري في ظل التوجه نحو معايير الإبلاغ المالي الدولية"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسية بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2016، ص 133-134.
- طارق عبد العال حماد، معايير التقارير المالية دليل تطبيق، الدار الدولية للاستثمارات، (مصر: 2006)، ص 11.
- نعيمة محمد حرب، "واقع الشفافية الإدارية ومتطلبات تحقيقها في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2011، ص 10.
- طارق عبد العال حماد، حوكمة الشركات المفاهيم المبادئ التجارب، الدار الجامعية، (الإسكندرية، مصر: 2005)، ص 36.
- طلال محمود علي الججاوي، محمد آل فتح الله، الشفافية في الإفصاح عن المعلومات المحاسبية، دار الأيام للنشر، (عمان، الأردن: 2017)، ص 36.
- مرجع نفسه، ص 47.
- عمار بن عيشي، سامي عمري، تطبيق قواعد الحوكمة وأثره على الإفصاح المحاسبي وجودة التقارير المالية -دراسة حالة شركات المساهمة الجزائرية-، الملتقى الوطني حول: حوكمة الشركات كألية للحد من الفساد المالي والإداري، يومي 06-07 ماي 2012، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، ص 08.
- طلال محمود علي الججاوي، محمد آل فتح الله، مرجع سابق، ص 43-44.
- طلال محمود علي الججاوي، هدى امين عليوي الجميلي، قياس درجة الشفافية في الإفصاح المحاسبي للشركات الصناعية، دار الأيام، (عمان، الأردن: 2017)، ص 92.
- Patel Sandeep, and others, measuring transparency and disclosure at firm-level in emerging markets, emerging markets review, no 4, vol 3, New York, USA, 2002, p 327.
- محمد أحمد محمد النجار، "قياس مدى تحقق الشفافية والإفصاح في التقارير المالية المنشورة للبنوك الوطنية الفلسطينية المدرجة في بورصة فلسطين"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2007، ص 48-49.
- مهدي عباس الشيرازي، مرجع سابق، ص 95.
- قورين حاج قويدر، أثر تطبيق النظام المحاسبي المالي scf على تكلفة وجودة المعلومات المحاسبية في ظل تكنولوجيات المعلومات، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، العدد 10، 2012، ص 278.
- علي يوسف، أثر استقلالية مجلس الإدارة في ملائمة معلومات الأرباح المحاسبية لقرارات المستثمرين في الأسواق المالية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، دمشق، سوريا، المجلد 28، العدد 02، 2012، ص 232.
- يوسف محمود جربوع، مجالات مساهمة المعلومات المحاسبية بالقوائم المالية في تحسين القرارات الإدارية للشركات المساهمة العامة في فلسطين، مجلة الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، المجلد 15، العدد 02، 2007، ص 509.
- صدام محمد محمود وآخرون، أثر المعايير الأخلاقية للمحاسب الإداري في جودة معلومات التقارير المالية دراسة حالة على عينة من المحاسبين في مدينة تكريت، مجلة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، الأنبار، العراق، المجلد 04، العدد 07، 2011، ص 416.

- مؤيد الفضل، عبد النصر نور، المحاسبة الإدارية، دارالميسرة للنشر والتوزيع، (عمان، الأردن: 2002)، ص 306.
- طلال محمود علي الججاوي، محمد آل فتح الله، مرجع سابق، ص 137.
- مرجع نفسه، ص 62-63.
- طلال محمود علي الججاوي، هدى امين عليوي الجميلي، مرجع سابق، ص 111-112.
- طلال محمود علي الججاوي، محمد آل فتح الله، مرجع سابق، ص 160-161.

7. الملاحق

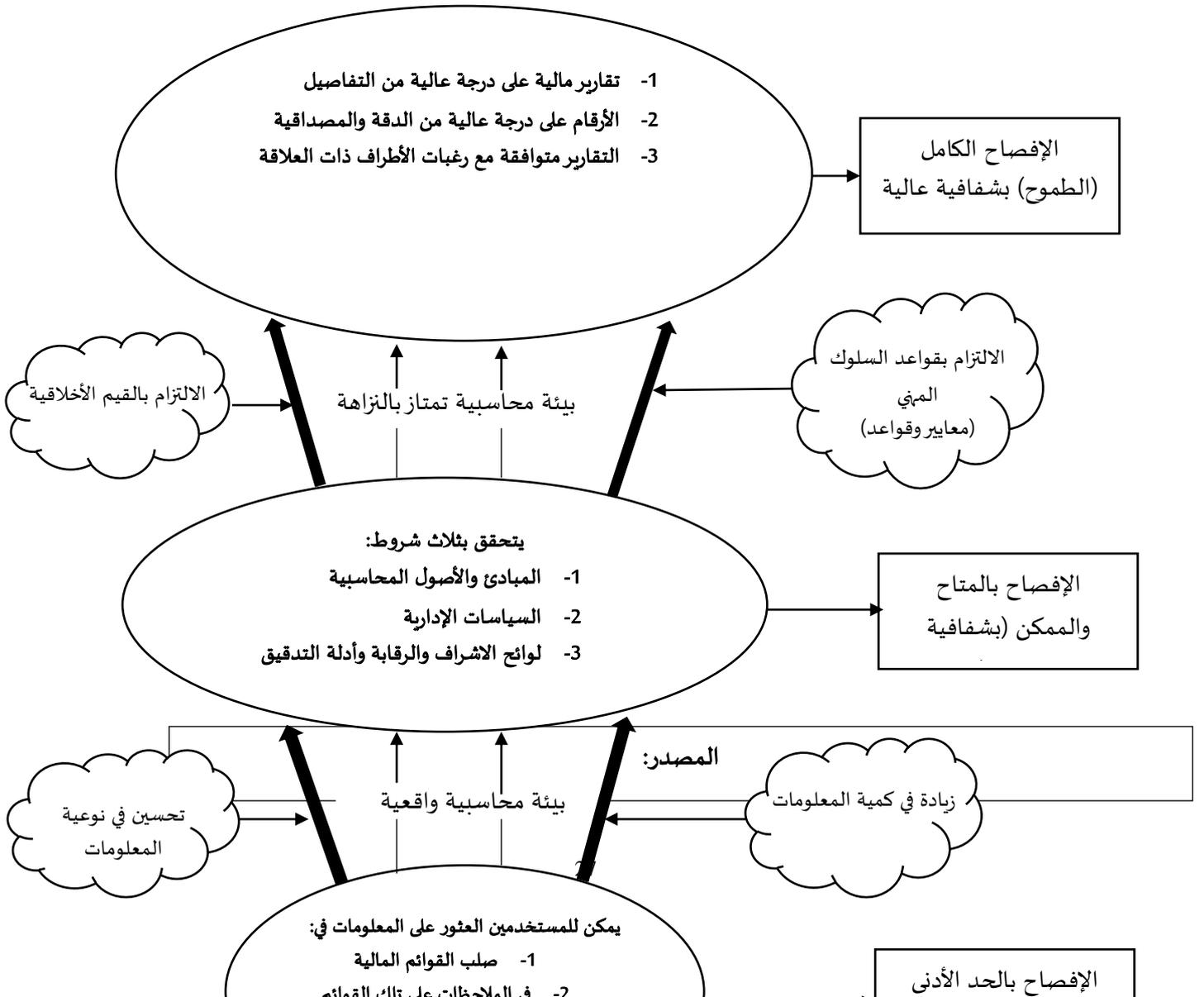
الملحق رقم (01)

الشكل رقم (01): شكل توضيحي لمؤشر الشفافية والافصاح حسب Standard & Poor's transparency



الملحق رقم (03)

الشكل رقم (03): شكل توضيحي لكيفية الارتقاء بجودة المعلومات المحاسبية من خلال الشفافية في الإفصاح



مشكلة الفساد الاداري والمالي معوق اساس للاستثمار في العراق

The problem of administrative and financial corruption is a key impediment to investment in Iraqد. علي عبودي نعمه الجبوري¹¹ كلية الامام الكاظم ادارة اعمال، العراق aboamerking2017@gmail.com

تاريخ القبول: 2019/06/30

تاريخ المراجعة: 2019/03/11

تاريخ الاستلام: 2019/09/02

ملخص:

الغرض هو معرفة ظاهره الفساد الاداري والمالي الذي يعد من اخطر الظواهر التي تواجه البلدان وعلى الاخص الدول النامية والتي يترتب عليها شلل في عملية البناء والتنمية الاقتصادية بما تنطوي عليه من تدمير للاقتصاد والقدرة المالية والادارية وبالتالي عجز الدولة على مواجهة تحديات الاعمار وإعادة الاعمار والبنى التحتية اللازمة لذلك. ومن بين هذه المشاكل وأهمها الآثار السلبية على الحياة العامة للشعوب، ومشكلة الفساد الاداري والمالي مشكلة تتباين حدتها وقوتها حسب الدول وحكوماتها وقدرتها على محاربة الفساد والقضاء عليه، ويأتي هذا البحث كمساهمة متواضعة لبيان دور وأهمية حل مشكلة الفساد الاداري والمالي، الاستنتاجات ما كشفته تقارير الدوائر المعنية عن حالات الفساد المالي الواضحة والكبيرة في بعض الوزارات في العراق بسبب غياب سلطة القانون وعدم تفعيل القضاء ومحاسبة الفاسدين، ومن اهم التوصيات هي تفعيل دور المحاسبة القانونية للفاسدين ومن خلال مطالبة الوزارات والدوائر المستقلة ومنشآت القطاع العام بتفعيل الرقابة الداخلية.

الكلمات المفتاحية: الفساد، الاستثمار، الرقابة الداخلية، المحاسبة القانونية.

تصنيف JEL: D73

Abstract:

The purpose is to learn about the phenomenon of administrative and financial corruption , which is one of the most serious phenomena facing countries ,particularly the developing countries , which have the potential to paralyse the process of building and economic development ,with the destruction of the economy ,financial and administrative capacity ,and thus the inability of the State to meet the challenges Reconstruction and reconstruction and the necessary infrastructures. Among these problems ,the most important of which are the negative effects on the public life of peoples , and the problem of administrative and financial corruption ,which vary in severity and strength depending on the countries and their Governments and their ability to fight and eliminate corruption. This research is a modest contribution to the role and importance of solving the problem of administrative and financial corruption. Conclusions the reports of the relevant departments on clear and significant cases of financial corruption in some ministries in Iraq were revealed because of the absence of the rule of law ,the lack of enforcement of the judiciary and the accountability of corrupt people ,and one of the most important recommendations is to activate the role of legal accounting for the losers and by asking the ministries and departments Independent and constructors

Keywords: corruption ,investment ,internal control ,legal accounting .**Jel :D73**

1. مقدمة:

تواجه اغلب الدول التي تمر بالمرحلة الانتقالية عدة مشاكل لا سيما اذا كانت المرحلة الانتقالية من نظام شمولي الى نظام اكثر ديمقراطية، وأحيانا تسود الفوضى العارمة والتسلط عل نحو اخر عندما يكون القائمين على السلطة ليسوا من اهل الخبرة، ومن المشاكل التي تكون اثارها كبيرة هي مشكلة الفساد الاداري والمالي وقد عانت من هذا الموضوع الكثير من الدول، اضافة الى ان مشكلة الفساد تكاد تكون مشكلة عامة حتى في الدول المستقرة سياسيا واقتصاديا وماليا، لكنها ليست بحجم ذات المشكلة في الدول التي تكون في مرحلة انتقالية، ان لمشكلة الفساد اثار كبيرة في نواحي مختلفة فهي تؤدي الى ازمات مالية نتيجة غياب سيادة القانون وعدم تفعيل القضاء، اي بمعنى غياب المحاسبة والمساءلة، مما يؤدي الى تراجع التنمية الاقتصادية والاجتماعية والاستثمار، ويأتي الكشف عن حالات الفساد المالي محاسبيا وماليا والنتيجة احيانا عن قرارات ادارية غير قانونية، لذا جاء هذا البحث كمحاولة لايضاح طبيعة العمل وبيان مفهوم الفساد وأنواعه وأسبابه وكيفية علاجه اذا ما اصررت الحكومات المعنية على علاج الفساد بكل اشكاله والاحتكام الى القوانين والتعليمات الصادرة بموجبها لمعالجة الفساد واثاره.

2. الفساد الاداري والمالي**1.2 الفساد الاداري:**

من الصعب تعريف الفساد الاداري، على الرغم من وجود مجموعة واسعة من الانشطة والممارسات التي تعد عالمية وعلى انها فاسدة. لذا حدد (Caiden,2001) تسعة عشر فئة من اشكال الفساد الاكثر شيوعاً، بما في ذلك بعض الممارسات الفاسدة التي يسهل التعرف عليها والمعروفة عالمياً، وهي: (السرقه، سوء استعمال الاموال، الخداع، والاحتيال، الرشوة، والكسب غير المشروع، الابتزاز، سوء استعمال المعرفة الداخلية والمعلومات السرية، التلاعب في اللوائح، التهرب الضريبي، قبول الهدايا، والترفيه غير اللائق، سوء الادارة، بيع غير المصرح به للمكاتب العامة والقروض، والاحتكارات، والعقود، والتراخيص، والممتلكات العامة، وغيرها.) (Caiden, 2001, p17). وعلى الرغم من الاعتراف العالمي بالطبيعة الفاسدة ولهذه الممارسات، لايزال من الصعب العثور على وضع تصور متماسك للفساد الاداري يمكسك بجوهر هذه الحديقة المتنوعة من السلوكيات الفاسدة. (Miao,2010,p9) وبخلاف المشكلات في العلوم الطبيعية التي يمكن تحديدها وفصلها وقد يكون لها حلول، فإن المشكلات المجتمعية ليست رديئة او حميدة ولكنها شريرة بطبيعتها لأنها غير محددة التعريف وتعتمد على حكم سياسي بعيد المنال للقرار وبالفعل يظل الفساد الاداري مشكلة شريرة في العديد من البلدان على الرغم من تنفيذ العديد من تدابير لمكافحة الفساد. (Quah,2017,p3) وهناك ثلاثة تعاريف للفساد الاداري اخترناها من جملة من التعاريف لكونها اكثر قبولاً هي:

1- تعاريف الفساد التي تركز على (شاغلي المكاتب العامة) وتركز على مفهوم الوظيفة العامة وتصف الفساد من حيث الانحراف عن القواعد الملزمة لشاغليها (Quah, 2003, p5). على سبيل المثال، عرف (Nye,1967) الفساد الاداري على انه (السلوكيات التي تنحرف عن الواجبات العادية لدور العام بسبب التركيز على الخصوصية (الخاصة، العائلة، الاقارب الخاصة المقربة)، والمكاسب المالية او انتهاك القواعد ضد ممارسة انواع معينة من التأثيرات الخاصة. وهذا يشمل سلوكيات مثل الرشوة (استعمال مكافأة لفساد حكم شخص في وضع ثقة)، المحسوبية والاختلاس (الاستيلاء غير المشروع على الموارد العامة من اجل النفوذ الخاص) (Nye, 1967, p419).

2- تركز تعريفات الفساد الاداري حول السوق. مثال نموذجي هو تعريف (Klaveren,1989)، (فساد الموظف الحكومي الذي يعد مكتبه العام للأعمال التجارية، وسيسعى الى تحقيق الدخل منه ثم يصبح المكتب وحدة تعظيم لدخله الخاص

ويعتمد حجم دخله على وضع السوق ومواهبه لإيجاد نقطة تحقيق مكاسب قصوى على منحنى الطلب العام) (Klaveren,1989,p26).

3. تركز المجموعة الثالثة من التعريفات على (تآكل المصلحة العامة) يمثل تعريف (Fredrick, 1989) الذي يركز على المصلحة العامة: يمكن القول بأن نمط الفساد الاداري الموجود في كل مرة يكون فيها صاحب السلطة المسؤول عن موقعه من المسؤولية ، اي هو الموظف المسؤول وحصوله على الرشوة ، عبارة عن مكافآت مالية او مكافآت اخرى غير منصوص عليها قانوناً، وبالتالي الضرر للجمهور ومصالحهم (Fredrick, 1989,15).

ومن بين هذه الانواع الثلاثة من التعريفات، ربما كان التعريف الذي يركز على المكتب العام ، لاسيما تعريف (Nye) ، هو الاكثر قبولاً على نطاق واسع. وتبنت العديد من المنظمات الدولية التعريف الذي يركز على المكتب العام باعتباره التعريف الرسمي او التعريف العملي للفساد الاداري. فعلى سبيل المثال، عرّف برنامج الامم المتحدة الانمائي الفساد الاداري بأنه (إساءة استعمال السلطة العامة او المكتب او السلطة من اجل المنفعة الخاصة من خلال الرشوة، او الابتزاز، او النفوذ في السلطة، او المحسوبية، او الاحتيال، او السرعة في الحصول على الاموال) (برنامج الامم المتحدة الانمائي، 1999، ص7).

وتعريف الفساد مهم في سياق الجهود العالمية للحد من تأثيره في الحياة العامة. لكن هذه ليست مهمة سهلة. اذ يعد الفساد مفهوماً اجتماعياً وقانونياً واقتصادياً وسياسياً متشابكاً في الغموض، وبالتالي يشجع على الجدل. الغموض والجدل ناتجان عن حقيقة وجود عدد من المناهج المتنافسة لفهم الفساد. بطبيعة الحال، تركز تعريفات الفساد على واحد من جوانب عديدة لهذه الظاهرة. يمكن وضع مناهج مختلفة للفساد في خمس مجموعات وهي تتمحور حول المصلحة العامة وتتمحور حول السوق وتتمحور حول المكتب العام وتتمحور حول الرأي العام وتتسم بالشمولية كما ذكرنا اعلاه. ويعتقد انصار المدخل الذي يركز على المصلحة العامة ان الفساد هو بطريقة او بأخرى ضرر او مدمر للمصلحة. ويشير المتحمسون الذين يركزون على السوق الى ان المعايير التي تحكم الوظائف العامة قد تحولت من نموذج التسعير الالزامي الى نموذج السوق الحرة، وبالتالي تغيير طبيعة الفساد الى حد كبير. كما يؤكد انصار الحكم العام على حقيقة ان سوء استعمال المناصب العامة لتحقيق مكاسب خاصة هو الفساد الاداري بحد ذاته. (Khan,2010,p2)) ومن وجهة نظر الباحث ان الفساد الاداري يعني هو اي سوء تصرف اداري لموظف وغير لائق وغير محتمل ويفرض ضرراً على المؤسسة.

2.2 انواع الفساد الاداري

يرتبط انواع الفساد الاداري ارتباطاً وثيقاً بالنظرة النظرية حول الفساد. لقد طورت النظرية الاقتصادية نظرتين اساسيتين للفساد. يتم تعيين وجهة نظر واحدة في اطار نظرية العامل الاساسي، ويستند هذا المدخل الى افتراض عدم وجود التباين في المعلومات بين المدراء (السياسيين او صانعي القرار) والوكلاء (الموظفين الحكوميين او البيروقراطيين) وفقاً لذلك، لا يتم ابلاغ الساسة حول الجنج من رؤوسهم. هذا المدخل واضحٌ جداً من الناحية التحليلية، فهو متطور جداً، ونماذج النظرية للفساد المستندة الى هذا المدخل غنيةٌ من الناحية التحليلية، لأنها يمكن ان تفسر مجموعة واسعة من سلوك موظفي الخدمة المدنية. بما في ذلك الفساد الاداري. ومع ذلك، لا يمكن لهذا المدخل تفسير الفساد السياسي. (Begovic,2005,p3) وعلى وفق للافتراض الرئيسي ان الفساد الاداري فقط (هو فساد موظفي الخدمة المدنية)

اذ ان قائمة السياسيين الفاسدين والفضائح السياسية المرتبطة بها مطولة في جميع دول العالم تقريباً ، يبدو ان افتراضات النموذج غير واقعية، ولكن ايضاً توقعاته بشأن الفساد السياسي خاطئة. لا يمكن تفسير الفساد السياسي ببساطة ضمن هذا الاطار المنهجي. الميزة الاساسية لهذا المدخل هي ان الفساد خارج عن العملية السياسية. وبالتالي فإن العلاقات بين الوكيل والوظيفة (وحجم ونطاق عدم التماثل في المعلومات) لا تتأثر بالتأثيرات السياسية والعملية السياسية كما هو الحال في نتائج تلك العملية. وبعبارة اخرى، الفساد غير مؤسسي. ومع ذلك، اذا عدّ الفساد متجانساً في العملية السياسية،

فإن الفساد يكتسب طابعاً مؤسسياً ويعتمد مستواه ونمطه على الكوكبة السياسية، أي النظام السياسي في البلاد. الفساد ليس سوى نتيجة للعملية السياسية.

ويتخذ الفساد الاداري اشكالا عديدة نظراً لعدم وجود تعريف مقبول عالمياً للفساد الاداري، ولا يوجد تصنيف له على مستوى العالم. قام باحثون في مجال الفساد الاداري بوضع تصنيف للفساد الاداري على اساس النوايا الذاتية التي يتوقعها الافراد مثل كسب السلطة والتأثير، والنجاح الاقتصادي والتجاري، والاثراء الذاتي، والدوافع الاجتماعية، والانتهازية، وغيرها. وأن الفساد الاداري هو ظاهرة تتمحور حول الدولة وتعكس خللاً في البيروقراطية العقلانية التي تتصرف وفقاً للقواعد والمصلحة العامة للمجتمع التي تنعكس في نظام سياسي ديمقراطي. ينقسم الفساد الاداري الى اربع مجموعات كالتالي: (تركي وشرفي، 2012، 5)

1. الانحرافات المالية: والتي تتمحور في المخالفات التي يقوم بها الموظف وتتعلق بالنواحي المالية للمنظمة .
2. الانحرافات التنظيمية: التي تؤكد على المخالفات التي يرتكبها الموظف وتتصل مباشرة بالعمل الذي يقوم به.
3. الانحرافات السلوكية: وهي مجموعة المخالفات التي يقوم بها الموظف وتتعلق بسلوكه وتصرفه الشخصي.
4. الانحرافات الجنائية: وتتمحور في مجموعة المخالفات التي يرتكبها الموظف وتنطوي على جرائم جنائية، مثل الرشوة، الاختلاس، التزوير وغيرها.

3.2 مفهوم الفساد المالي

هذا النوع من الفساد هو في الغالب نتيجة للعلاقة بين الحكومة واقتصاد السوق وسيكون أكثر وفرة عندما تسيطر الحكومة على جزء من اقتصاد السوق. اذن هناك جذر هام للفساد الاقتصادي هو الاقتصاد الحكومي الموجه. (Mahdi, 2013, p252) ويقصد بالفساد المالي مجموع المخالفات المالية الناتجة من انحرافات الموظف ومخالفته للقوانين واحكام المنظمة، ويمكن ملاحظة مظاهر الفساد المالي في: الرشاوى والاختلاس والتهرب الضريبي وتخصيص الاراضي والمحاباة والمحسوبية في التعيينات الوظيفية. (الجبوري، 2010، ص45) ويمكن تعريفه عن طريق توسعة مفهومه بانه الاخلال بشرف الوظيفة ومهنتها وبالقيم والمعتقدات التي يؤمن بها الشخص، وكذلك هو اخضاع المصلحة العامة للمصالح الشخصية، وغالباً ما يكون عن طريق وسطاء ولا يكون مباشراً. ولكنه فساد مالي معاني اجتماعية وأخلاقية وسياسية واقتصادية يمكن التعبير عنها جميعاً في تعريفات. وبهذا المعنى، يمكن عد جميع تعريفات الفساد المالي تعاريف عاملة لأنها تختلف باختلاف الغرض الذي تستعمل من اجله. على سبيل المثال ، من اجل انفاذ قانون مكافحة الفساد المالي، هناك حاجة الى تعريف دقيق لضمان ملاحظة النزاهة الاجرائية في الانشطة التنفيذية لكشف الفساد ومحاكمة مرتكبيه. وبالتالي ، فإن الصكوك القانونية للملاحقة القضائية تحدد عادة سلوكيات محددة مثل الرشوة او المحسوبية مع مصطلح فساد المالي يحتفظ بمعنى أكثر عمومية (May, 2012, p:3)

على الرغم من ان الفساد المالي، اي "إسائة استعمال السلطة العامة لتحقيق مكاسب خاصة" ، لا يعجبه جوهره بسبب اثاره الضارة على تنمية بلد ما، فهو منتشر ومتواجد بدرجات متفاوتة، في كل بلد في العالم. وفي السنوات الاخيرة، جعلت المنظمات الدولية، مثل الامم المتحدة والبنك الدولي، الفساد المالي بشكل خاص محوراً مهمًا لجدول أعمالهم، وقد قامت بمحاولات كبيرة للحد من الفساد في العالم ، ولكن الفساد المالي ، على غرار الفقراء، سيكون دائمًا معنا. وفقاً لمقياس الفساد العالمي (2010)، زاد الفساد على مدى السنوات الثلاث الاخيرة ويقول ستة من كل عشرة اشخاص في جميع انحاء العالم ، وواحد من كل اربعة اشخاص يبلغ عن دفع رشاوى في العام الماضي. (Ronald, 2014, p:23) ويمكن تعريف الفساد المالي وتصنيفه بطرق مختلفة وأكثر الانواع او فئات الفساد شيوغاً هي الفساد في العرض مقابل الطلب، والفساد الكبير مقابل الفساد الصغير، والفساد التقليدي مقابل غير التقليدي، والفساد العام مقابل الفساد الخاص. هناك فئات او طرق اخرى لوصف الفساد المالي، مثل الفساد بواسطة العمولة، حسب درجة الاكراه المستعمل لتنفيذ الفعل غير

القانوني والنوع من الفائدة المقدمة. ويستعمل مصطلح الفساد المالي لوصف فعل تقديم مدفوعات غير مشروعة او ميزة غير ضرورية (Boisvert,2014,p:48)

4.2 اثار الفساد الاداري والمالي

يشير البعض الى ان للفساد الاداري دورا ايجابيا في تخفيف التعارض والتناقض بين القيم الاجتماعية وقواعد العمل الرسمي في الجهاز الاداري، فهو يعمل على زيادة المشاركات ويساعد على التطبيق التدريجي للتحويلات في نظم العمل، ولكن للفساد الاداري اثار سلبية ضارة هي:

1. الاضرار بمصداقية الدولة: عند توسع الفساد الاداري يؤدي الى تفكك قواعد العمل الرسمية وعدم تحقيق لأهدافه الرسمية ما يؤدي الى الاضرار بمصداقية الاجهزة الادارية وضعف الثقة من لدن الجمهور المتعاملين، كما ان اتساع دائرة الفساد يؤدي الى ضعف الهياكل الادارية الامر الذي يقضي الى فشل النظام الاداري (الربيعي والاسدي، 2015، 78).

2. الفساد الاداري يساعد المستثمرين في السيطرة على العملية السياسية والتدخل في الانشطة الحكومية من اجل تقليل الاثار السلبية لعدم اليقين والاستقرار السياسي على الاستثمار.

3. الفساد الاداري هو عامل لزيادة المشاركة السياسية للمجموعات والافراد الذين اعتادوا ان يكونوا في الهامش تاريخيا او المحرومين (Taghavi etal,2011,p94)

4. الفساد الاداري يؤدي الى بيع الممتلكات الحكومية او استعمال الممتلكات العامة لتحقيق الربح الشخصي. في النظام الاداري هناك مجموعة مقننة من القواعد الادارية التي تحدد اطار الانشطة المسموح بها. في هذه الحالة ، يعد اي تصرف يتعارض مع القوانين واللوائح، وهناك دافع لتحقيق المنفعة الشخصية يعد فسادا. (Mahdi etal,2013,p251)

2. 5 واقع الفساد المالي والاداري

تفشي هذه الظاهرة بشكل كبير في مفاصل الدولة وبمختلف الاشكال، هذه الظاهرة لا تقتصر على مفصل معين دون اخر بل شائعة في كل الوزارات والدوائر المستقلة والجيش والاجهزة الامنية . وتشير تقارير هيئة النزاهة الى كبر حجم الفساد وبعض حالات الفساد تم، اما الاعفاء عن الفاسدين او غلق دعاوي الفساد، كما يوضح ذلك الجدولين (2و1). اذ يبين الجدول 1 عدد القضايا الجزائية المغلقة وعدد المتهمين بسبب عدم موافقة المرجع على احوالها الى القضاء والمرجع هو المختص، اما الجدول 2 فيبين القضايا المشمولة بالعفو مصنفة حسب الجهات المعنية، ان ذلك يوضح عدم جدية الحكومة في محاسبة الفساد اولا وللتأثيرات التي تمارسها الجماعات الضاغطة من الاحزاب والميليشياتاخ من جهات ذات نفوذ تعرقل محاسبة الفاسدين، وهذه النتائج افرزتها الجهات الرقابية ومن خلال المراجعة المحاسبية والتي حددتها هيئة النزاهة في تقاريرها السنوية .

جدول (1): عدد القضايا الجزائية المغلقة وعدد المتهمين بسبب عدم موافقة المرجع

ت	الوزارة	عدد القضايا	عدد المتهمين
1	وزارة النفط	15	35
2	وزارة البلديات والشغال	27	33
3	وزارة النقل	15	27
4	وزارة الكهرباء	17	23
5	وزارة الصناعة والمعادن	10	18
6	وزارة السكان والاعمال	8	12
7	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي	8	12
8	امانة بغداد	1	12
9	وزارة الاتصالات	3	6

العراق

6	6	وزارة الدفاع	10
5	3	وزارة الداخلية	11
5	5	وزارة الصحة	12
4	4	وزارة العدل	13
3	2	وزارة الزراعة	14
2	2	وزارة الشباب	15
2	1	مجلس الوزراء	16
1	1	وزارة العمل والشؤون الاجتماعية	17
1	2	البنك المركزي	18
1	1	ديوان الوقف الشيعي	19
1	1	ديوان الوقف السني	20
1	1	الهيئة الوطنية للمسألة والعدالة (هيئة اجتثاث البعث)	21
-	1	هيئة النزاهة	22
210	134	المجموع	

المصدر: العراق، هيئة النزاهة- التقرير السنوي لسنة 2008 (بغداد، الهيئة، 2010)

جدول (2): عدد القضايا المشمولة بقانون العفو في بغداد والمحافظات مصنفة وفقا للجهة المعنية بالقضية لغاية 2008/12/31

ت	الوزارة	عدد القضايا	عدد المشمولين	عدد القضايا التي لم تحدد فيها قيمة الفساد	عدد القضايا التي تحددت فيها قيمة الفساد	مجموع قيم الفساد
1	وزارة الداخلية	528	842	526	2	700 دولار 330,000,000
2	وزارة البلديات والشغال	134	347	133	1	200,000,000
3	وزارة الاتصالات	34	48	27	7	918,937,497 5,832,350 23000 لتر كاز
4	وزارة النقل	36	75	29	7	2,626,886 دولار 80,000,000
5	وزارة التربية	33	51	24	9	305,885,000 2,550 دولار
6	وزارة الصحة	44	64	44	لا توجد	
7	دواوين الاوقاف	8	12	5	3	57,500,000 17875 دولار
8	وزارة العدل	72	103	71	1	1,500,000,000
9	وزارة النفط	53	140	52	1	12,000,000,000
10	منظمات غير حكومية	21	24	20	1	2,000,000
11	وزارة الكهرباء	59	111	52	7	58,500,800,000 215,438,050 دولار
12	وزارة العمل والشؤون الاجتماعية	21	5	21	لا توجد	

1,400,000	2	49	82	51	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي	13
	لا توجد	9	9	9	وزارة الهجرة والمهجرين	14
585,495,992,000 494,491,487 دولار (3750) بندقية عيار 7,62 ملم (20 مليون) 7,62 ملم (64) مسدس نوع كلوك	64	81	319	145	وزارة الدفاع	15
	لا توجد	12	19	12	مجالس المحافظات	16
6,827,935,285 13,200 دولار	10	70	163	80	وزارة المالية	17
41,000,000	2	6	25	8	وزارة الاعمار والسكان	18
	لا توجد	14	27	14	وزارة الصناعة والمعادن	19
72,000,000 4,890,050 دولار (73) طنا من الحديد (121.5) طن شاي	11	37	89	48	وزارة التجارة	20
	لا توجد	1		1	وزارة الخارجية	21
48,500,000 540,000 دولار	4	22	65	26	المجالس البلدية	22
1,470,000 دولار 75,000,000	3	6	14	9	وزارة الزراعة	23
	لا توجد	7	2	7	مجلس القضاء الاعلى	24
	لا توجد	4	3	4	مجلس الوزراء	25
	لا توجد	14	8	14	المفوضية العليا للانتخابات	26
	لا توجد	1	1	1	وزارة الموارد المائية	27
	لا توجد	6	39	6	متفرقة	28
	لا توجد	6	10	6	الهيئة الوطنية للمسألة والعدالة (هيئة اجنتاث البيحث)	29
	لا توجد	4	3	4	وزارة التخطيط والتعاون الانمائي	30
3,824,715,500	8	10	42	18	وزارة الشباب والرياضة	31
	لا توجد	3	3	3	وزارة البيئة	32
	لا توجد	1		1	البنك المركزي	33
	لا توجد	31		31	امانة بغداد	34
	لا توجد	1		1	وزارة السياحة والتار	35
3,524,500,000	2	1	17	3	وزارة الثقافة	36
	لا توجد	4	6	4	وزارة حقوق الانسان	37
1,000,000 دولار	1			1	وزارة الدولة لشؤون الامن الوطني	38
	لا توجد	2	5	2	شبكة الاعلام العراقي	39
	173	1379	2772	1552	المجموع	

3. مفهوم الاستثمار

في السابق لم يكن الاستثمار معروفاً، وخاصة على المستوى العالمي او المحلي لذا ازدهرت علميات الاستثمار الدولي المباشر في الفترة من الخمسينات وحتى بداية السبعينات، من القرن الماضي تحت تأثير ايدولوجية التنمية الساندة انذاك (الطعان، 2006) ثم تطورت نوعية الاستثمار في الدول النامية بالشكل الذي نراه حالياً وذلك عن طريق مشاركة راس المال الاجنبي لراس المال الوطني هذا من ناحية. بل ذهب اغلب التشريعات في الدول النامية الى سن القوانين التي تجذب رؤوس الاموال الاجنبية مستغلة هذه الاستثمارات في قيام صناعات جديدة بالدول النامية وإستصلاح الاراضي الزراعية والمشروعات الاسكانية في بعض الدول وعلى سبيل المثال العراق. لذا يعد الاستثمار بأنه التزام بالموارد المالية الحالية من اجل تحقيق مكاسب اكبر في المستقبل. وهو يتعامل مع ما يسمي بمجالات عدم اليقين. ومن هذا التعريف، تبرز اهمية الوقت والمستقبل والمال لأنهما عناصر مهمة في الاستثمار ومن ثم، فإن المعلومات التي قد تساعد علي بلوره الرؤية بشأن مستويات اليقين في حاله الاستثمار في المستقبل هي معلومات هامة. ومن منظور اقتصادي، فإن الاستثمار والادخار مختلفان؛ الادخار يعرف بالارباح الاجماليه التي لا تنفق على الاستهلاك، سواء استثمرت لتحقيق عوائد اعلى ام لا. ويعرف الاستهلاك بأنه الانفاق الاجمالي للمرء على السلع والخدمات التي تستعمل لتلبية احتياجاته خلال فترة معينه. ويمكن تحديد قيم الاستثمار او الادخار، فضلا عن الاستهلاك على مستوي الاقتصاد الكلي، او على المستوي الفردي، من خلال اساليب احصائية مختلفه. (HAAVELMO, 1960) نادرا ما يكون الدخل المالي الحالي للمستثمر يوازن بالضبط مع رغباته الاستهلاكية. وفي بعض الاحيان، قد يكون لدي المستثمرين اموال اكثر مما يريدون انفاقه؛ وتؤدي هذه الاختلالات الى ان يؤدي المستثمرون اما الى الاقتراض او الى الادخار لتعظيم الفوائد الطويلة الاجل من الدخل. وأول هذه المفاهيم للاستثمار هو نقل قدر معين من الثروة من ملكيه واحده او وظيفة الى اخرى في الاقتصاد المغلق قد يكون من الممكن للافراد او الشركات الفردية لتنفيذ مثل هذه العمليات الاستثمار الفوري. ولكن بالنسبة للاقتصاد ككل فانه من الواضح انه من غير الممكن القيام بأي اضافه اجماليه الى اي نوع من المعدات الراسماليه بهذه الطريقة. وفي المصطلحات الحديثة يبلغ مجموع الاستثمارات الصافية الناتجة عن هذه العمليات صفراً. والفكرة الكلاسيكية الثانية للاستثمار مستمدة من فكره راس المال كرصيد دائر. اذا كان كل بند من بنود راس المال لديه متانة معينه، وهناك حاجه الى استبدال معين لكل وحده من الوقت للحفاظ علي المخزون الكلي. ويجب ان يكون جزء من الناتج الاجمالي الحالي استثمرت كل عام من اجل الحفاظ علي رصيد ثابت لراس المال.

1.3 قرار الاستثمار:

إن اتخاذ قرار يختلف دافعه الاقدام على استثمار جديد على وفق الجهة التي تملك رأس المال المرغوب استثماره. وإذا ما تم استبعاد العوامل الذاتية التي قد يكون لها اثر في بعض الاحيان، وجرى التركيز على العوامل الموضوعية فقط، فإنه يتضح ان الدافع للاستثمار الخاص يكون عادة تحقيق اعلى عائد ربح ممكن، اما الاستثمار العام فغالباً ما يتحرك بدوافع وأسباب متعددة يكون عامل الربح واحداً منها.

فالاستثمار العام ينطلق من محور النظرة الشاملة للمنافع الاقتصادية والاجتماعية التي تؤول الى البلد المعني كلية ولا ينحصر بحافز الربحية الضيق كما هو الامر في حال الاستثمار الخاص. لذلك ينظر الاقتصاديون فيما يتعلق بالاستثمار الخاص الى الانتاجية الحدية الخاصة لرأس المال (كبارة، 2011).

2.3 انواع الاستثمارات:

هناك نوعان من الاستثمار قد تم ذكرها سابقاً وإضافة الى هذين النوعين الرئيسيين للاستثمار اللذين ينطلقان من الجهة التي تملك اصولهما، وهو الامر الذي تمت الاشارة اليه انفاً عند الكلام على الاستثمار العام والاستثمار الخاص بشقيه الفردي والجماعي، فإنه يمكن ايضاً التفريق بين انواع الاستثمارات وفقاً لعدد من الخصائص الاخرى. فهناك استثمار تلقائي

واستثمار مستحث فالاول هو الذي يتقرر بصورة مستقلة عن المؤثرات الاقتصادية القائمة كمستوى الدخل العام او معدل الاستهلاك، وهو غالباً ما يتقرر نتيجة ايجاد سلعة جديدة او استحداث طرائق وأساليب انتاجية غير تقليدية او يكون ناجماً عن متغيرات اجتماعية او نفسية او سياسية غير مرتبطة بصورة مباشرة بالمعطيات الاقتصادية. اما الاستثمار المستحث او المحرّض فهو الذي يعتمد كلياً على الاوضاع والعوامل الاقتصادية القائمة والمتوقعة والذي يقدم عليه المستثمر بدافع المنفعة المادية المباشرة. (كبارة، 2011)

ومن الممكن التفريق بين انواع الاستثمارات وفقاً للمدة الزمنية للاستثمار، وهو امر اعتباري يختلف بين قطاع وآخر، فهناك استثمارات انية تؤتي اكلها في بضعة اشهر كنتاج الموسم الزراعي الواحد او تركيب آلة منتجة من بضع قطع سبق ان تم تصنيعها او استيراد جهاز يوضع مباشرة في التشغيل الانتاجي، وهناك استثمارات قصيرة الامد يراوح زمنها بين عام واحد وثلاثة اعوام (ويصل احياناً الى خمسة اعوام) كإشادة بناء او استصلاح ارض او تأسيس مصنع او اقامة مرفق، وهناك استثمارات طويلة الامد يراوح زمنها بين خمس وعشر سنوات (وأحياناً أكثر) كمشروعات التشجير وإنتاج الاخشاب او اقامة السدود المائية الضخمة او برامج استحداث تقانات جديدة بما في ذلك من اعمال البحث العلمي والتصميم ثم التطبيق العملي انتاجياً. كذلك يمكن التفريق بين انواع الاستثمارات وفقاً للقطاع الانتاجي الذي يجري فيه الاستثمار، كالأستثمارات الزراعية او الصناعية او العقارية او الخدمية او التقنية

3.3 الاستثمار في العراق:

بقى الاقتصاد العراقي وعلى المدى الطويل يعيش ازمت خانقة، ويعاني من اختلالات هيكلية حقيقية سواء تعلق ذلك بقطاعاته الحقيقية او المالية، وكان وراء ذلك جملة مسببات منها ما تعلق بغياب السياسة الاقتصادية غير الحكيمة وعدم ارتباطها على المدى الطويل، فهي تنفصل وتتصل بحسب الظرف السياسي السائد في البلد، وهذا مخالف لقواعد البناء الاقتصادي الحديث، علاوة على استنزاف موارد البلد في حروب لا طائل منها ان ما تواجهه الحكومة العراقية اليوم وهي تحاول انتشال الاقتصاد العراقي من مشاكله ولاسيما في مجال تقديم الخدمات الاساسية للمواطنين هو العجز والفجوة الاستثمارية والتي يتطلب ملؤها من مصادر اخرى سواء من الاستثمار المحلي (القطاع الخاص) او من الاستثمار الاجنبي، وكل ذلك يعتمد على تهيئة البيئة الاستثمارية المؤاتية الفاعلة والتي تقنع المستثمرين على القدوم الى الساحة الاستثمارية والا فسوف تستمر الصعوبات والمشاكل وعدم القدرة على رفع مؤشرات التنمية الاقتصادية والاجتماعية. ولاسيما ان العالم المتعولم اليوم اصبح ساحة واحدة للتنافس على جذب الاستثمارات، يفوز بها من يؤمن ويكسب ثقة المستثمرين. (حمزة، 2012)

يعد الاستثمار في العراق اصالة وتاريخاً عريقاً جداً تعود شواهدة الى بضعة الاف من السنين. فالتكوين الرأسمالي او بناء الاصول الثابتة هو سمة من السمات القديمة لسكان العراق تلازمت في مراحل معينة مع مبادرات فردية خلاقة وفعالة، الامر الذي افسح في المجال لبناء امجاد حضارية شامخة في الازمنة القديمة والحديثة.

وعلى اثر التحول الاشتراكي الذي شهده القطر اوائل الستينات اصبح القطاع العام القطاع الرئيس في الاقتصاد القومي وباتت معظم عملية تكوين الاصول الثابتة تتم فيه. بيد انه ابقى للقطاع الخاص فعاليات كثيرة. وبرز قطاع مشترك توزعت ملكيته بين الدولة والافراد، ونشط القطاع التعاوني الذي تعود بداياته الى ما يزيد على نصف قرن.

وتقوم الدولة اليوم بإدارة الاقتصاد العام وضبط مساره عن طريق اجهزتها ومؤسساتها المختلفة ضمن هيكل من التشريعات والانظمة النافذة التي يجري تطويرها باستمرار والتي تغلب عليها صفة التوجيه الاقتصادي. وتقوم الدولة ببرمجة الاستثمارات العامة باعتماد خطط خمسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية وقد بلغت الاستثمارات العامة في الخطة الخمسية الخامسة (1981 - 1985) ما نسبته 80% من مجمل استثمارات العراق، في حين بلغت نسبة استثمارات القطاع الخاص والتعاوني والمشارك 25%. وقد حوفظ على النسب نفسها في الخطة الخمسية السادسة. ويحتل قطاع الزراعة والري المكانة الاولى في تكوينات الاصول الثابتة في القطاع العام ويليه قطاع المرافق العامة ثم القطاع الصناعي. اما فيما

يتعلق بالقطاع الخاص والتعاوني فمعظم استثماراته تتم في القطاع العقاري أولاً ثم قطاع الزراعة الانتاجية والصناعات التحويلية والخدمات المختلفة. ومع ان القطاع المشترك كان ناشطاً في السياحة منذ اواسط السبعينات، فإنه دخل في مجال الزراعة للإنتاج النباتي والحيواني .

ومع ان اهتمام الدولة متجه في الدرجة الاولى نحو ارساء القطاع العام، فثمة تسهيلات كثيرة لتشجيع الاستثمار في القطاعات الاخرى. اذ تمنح الدولة اعفاءات ضريبية للمشروعات الخاصة الجديدة، الصناعية منها، والسياحية والخدمية. اضافة الى ان معظم الانتاج الزراعي معفى من الضرائب ايضاً. كذلك تقوم الدولة برعاية الانتاج المحلي وحمايته من منافسة السلع الاجنبية البديلة عن طريق انظمة التجارة الخارجية التي تحد من الاستيراد. ثم ان الدولة تعطي الجمعيات التعاونية مزايا كثيرة منها اعفاءات ضريبية متنوعة واعانات مالية ومادية واستثناءات تشجيعية. وإن الدولة توفر للقطاعات الثلاثة: الخاص والتعاوني والمشارك، خدمات مصرفية كثيرة منها القروض المتنوعة والتسهيلات الائتمانية من خلال عدد من المصارف المتخصصة التي تملكها. فهناك مصرف زراعي ومصرف صناعي ومصرف عقاري ومصرف تجاري ومصرف للتسليف الشعبي توفر قروضاً للقطاع الحرفي ولأصحاب المهن.

4.3- معوقات الاستثمار في العراق

كما رأينا ان هناك توضيح جديد للاستثمار وطرق انجازه لدى الحكومة، وكذلك امكانية الدولة لوضع الاقتصاد موضع الصحيح من خلال الدستور العراقي وما هو مدون في المادة(25) التي تنص على (تكفل الدولة اصلاح الاقتصاد وفق اسس حديثة وبما يضمن استثمار كامل موارده) وكذلك المواد (23 -اولا - ثانيا-ثالثا) اذ ان جميع هذه المواد تشير الى وضع صورة شمولية التي يأخذها شكل الاستثمار مستقبلاً، والذي سوف يكون الاستثمار متاحاً بشكله، وقد وضعت تلك التوجيهات بقانون الاستثمار(23) لسنة 2006 وتعديلاته، ويكون له اهمية عند مقارنته مع القوانين الاخرى التي صدرت في دول عربية بالشأن نفسه ومن حيث المزايا والضمانات والحوافز وغيرها. تعد المشكلة الاساسية اليوم هي ليست في قانون الاستثمار نفسه، بل في تكوين البيئة الاستثمارية ومشكلة الفساد الاداري والمالي المتسلط في الدولة، لذا ادراج بعض المعوقات امام الاستثمار منها:(حمزة،2012)

1. الجانب السياسي لا بد ان تتحول النخب السياسية الحاكمة من حالة النزاع والانقسام وتغلب الى حالة الاستقرار التام. وتحويل المصالح الخاصة الى حالة التأهيل والشراكة الوطنية وجعل المصالح الوطنية هي العليا والتي تسمو على جميع المصالح الاخرى، وعليه لا بد من العمل على خلق البيئة السياسية المناسبة من خلال استقرار النظام وتعميق الحكم الديمقراطي، اضافة الى تعميق قيم الشفافية واطلاع الشعب على جميع المفاصل سواء تعلق ذلك بشفافية الموازنة. التقارير المالية والمحاسبة، نظام المناقصات وغيرها، علاوة على تعميق دور مؤسسات المجتمع المدني فضلاً عن اعطاء الدور للصحافة والاعلام كونها عين رقابية على العمل السياسي والاقتصادي.

2. ان القطاع المصرفي والمالي الذي يعمل بكفاءة فهو يساند العملية الاستثمارية، حيث ان مؤسسات الوساطة المالية والاستثمار عاملان متلازمان لصنع النمو والتنمية المستدامة، حيث يشكل القطاع المصرفي المنصة الرئيسية للانشطة الاستثمارية، والمؤشر في العراق غياب الوساطة المالية ولاسيما البنوك التجارية فهي لا تتعامل وبمرونة عالية وتستجيب بسرعة لمتطلبات القطاع الخاص والاجنبي وفي مجال التمويل، ولا بد من العمل ومواصلة الجهود لتفعيل وتحديث القوانين والاط

4. تحليل النتائج:

4. 1- مشكلة البحث:

يعد الفساد الاداري والمالي ظاهرة سلبية بكل مفاصلها وإن استمرار هذه الظاهرة بشكل واسع تترك اثار سلبية ونتائج لاتحمد عقباها على الدول التي تواجه هذه المشكلة. لذلك لابد من محاربة الفساد بكل الوسائل ومن ابرز هذه الوسائل هو الكشف عن حجم الفساد والفاستدين والمتسببين له ومحاولة علاج اسبابه ومن اهم وسائل الكشف عن الفساد هو الرقابة الداخلية، ويبدو ان بعض الحكومات تنفق دون تقديم حسابات ختامية لنفقاتها مع الاستمرار على هذه الظاهرة اللاقانونية وبالتالي غياب المحاسبة ادى الى تفاقم ظاهرة الفساد بشكل تعرض دول الى ازمتات مالية، ويمكن تلخيص مشكلة البحث بالتساؤلات الاتية:

1- ماهي حالات الفساد المالي ؟

2- ما هو الفساد الاداري والمالي وماهي اسبابه وكيفية علاجه؟

3- مدى اهتمام الجهات المعنية بالاستثمار وإعتماده في ازدهار الدولة؟

2.4- اهمية البحث :

تأتي اهمية البحث من خلال الاثار الكبيرة التي تتركها ظاهرة الفساد الاداري والمالي على المجتمع بكل طبقاته ككل وعلى التنمية الاقتصادية والاجتماعية من حيث تعطيل مشاريع التنمية كما يحصل في عدد من الدول وتحديدا في المراحل الانتقالية التي اشير اليها، وتراجع الخدمات بكل انواعها، مما قد يؤدي الى غضب الجماهير وربما اسقاط الحكومات كما حصل في بعض الدول العربية فيما سمي بالحراك الشعبي الناتج عن غياب العدالة الاجتماعية في توزيع الثروة وازدياد البطالة وتفاقمها بشكل يزيد المشاكل المجتمعية، وبالتالي تظهر الحاجة الماسة الى الادارة الرشيدة للمال العام بعيدا عن الهدر وضياع ثروة الشعوب، مما يوجب على كل المخلصين والوطنيين للتصدي الى هذه الظاهرة المأساوية في حياة الشعوب. وبالتالي هي ظاهرة يجب ان تتصدى لها الحكومات بكل قوة بدءا من الوحدات الاقتصادية الى اعلى المستويات لتفادي المخاطر.

3.4-اهداف البحث :

يهدف البحث الى تحقيق ما يأتي :

1-المساهمة المعرفية في حقلي المحاسبة وإدارة الاعمال.

2-بيان اهمية الاستثمار بكل اشكاله .

3-بيان دور الرقابة في الكشف عن حالات الفساد الاداري والمالي.

4.4 النتائج

تظهر النتائج ان الفساد الاداري والمالي لهما علاقة سلبية وهامة مع جميع مكونات انتاجية الموارد البشرية وتشمل سرعة الاداء، والرضا الوظيفي، والدقة في الاجراءات، والمعرفة الوظيفية، ونوعية حياة العمل والامن الوظيفي. ان انتشار الفساد في المجتمع ما يؤدي الى عدم كفاءة وضعف النظام الاداري للبلاد، ونتيجة لذلك انخفاض الاستثمارات المحلية والاجنبية، وخفض انتاجية الاستثمارات العامة، وخفض الايرادات الحكومية، وخفض الخدمات الاجتماعية، والصحة والرعاية الاجتماعية، وخاصة بالنسبة للفقراء. والافراد ذوي الدخل المنخفض، وزيادة تكاليف المعيشة، والتضخم والبطالة، والتوزيع غير الامثل للموارد وإهدارها، والحد من النمو الاقتصادي، وإستبعاد رأس المال المحلي، وهجرة الكفاءات بسبب تدهور الوضع الاقتصادي والاجتماعي، وزيادة الفقر والتمييز والتوزيع غير العادل للدخل والفجوة الاخذة في الاتساع وتقويض الديمقراطية وإضعاف القيم الاخلاقية وما الى ذلك وخفض شرعية الحكومة بين الافراد وفي النهاية زيادة عدم الرضا العام.

5. خاتمة:

في الواقع، الفساد هو العقبة الرئيسية امام النمو الاقتصادي، وتحسين مستويات المعيشة وكفاءة الشعب. وفي ما يلي نقدم 15 استراتيجية نوصي بها من اجل توسيع الامانة ومكافحة الفساد وتحسين كفاءة الموارد البشرية في نهاية

المطاف. هذه الاستراتيجيات لا يمكن استعمالها فقط لاستثمار ولكنها قابلة للتطبيق في المنظمات الاخرى والشركات والوكالات والمؤسسات والوزارات الحكومية وهي:

1. التقليل من القواعد الادارية
2. الشفافية في القوانين واللوائح والممارسات وغيرها.
3. اتمتة الخدمات الادارية
4. الفصل الاستراتيجي للواجبات
5. تناوب الوظيفة وتشريد الوظائف
6. المسؤولية والمساءلة من المدراء
7. مراجعة المستندات والمحاسبة
8. المعنويات والثقافة التنظيمية
9. التوظيف والاختيار
10. انشاء الاخلاقيات والتنظيم الاساسي للموظف
11. التطوير الوظيفي والمهني
12. الاجر الكافي
13. إن الاستثماري يتطلب نقطتين اساسيتين هما الاستقرار الامني والسياسي لذا على الحكومة والمواطنين المساهمة في تحقيقه ومن خلال اشاعة روح التسامح وسماع الرأي الاخر، وجعل و احساسه بولائه من خلال تحسين مصلحة الوطن هي العليا، كما لا بد من اعادة الثقة للمواطن مؤشرات التنمية البشرية ولاسيما الدخل والصحة والتعلم والفرق وغيرها.
14. ان المناطق الحرة هي احدى الوسائل لجذب الاستثمارات ولا بد من اقامة تلك المناطق ومن خلال عقد الاتفاقيات الخاصة بذلك مع الدول العربية والاجنبية.
15. العمل على تفعيل وتحديث الاجهزة الرقابية ومدتها بالكوادر المتخصصة وولائها الخالص للوطن لتساهم في القضاء على البيروقراطية الادارية والفساد المالي والاداري الذي اصبح متفشيا في البلد وهو في تزايد.
16. تبني سياسة فاعلة للترويج للاستثمار

6. قائمة المراجع:

1. الاسدي ب ، الربيعي ح ، (2015)، الفساد الاداري والمالي واثارة في الاقتصاد العراقي، مجلة الغري.
2. تركي ع الدين، منصف ش ، (2012)، الفساد الاداري: اسبابه، اثاره وطرق مكافحته- اشارة لتجارب بعض الدول. الملتقى الوطني حول: الفساد الاداري والمالي، بسكرة الجزائر.
3. التقارير السنوية لهيئة النزاهة في العراق لسنوات متعددة.
4. الجبوري س كريم، (2010)، الفساد الاداري والمالي في العراق، جامعة القادسية /كلية الادارة والاقتصاد. مجلة الغري – الادارة والاقتصاد، العدد 21.
5. جمعة ا حلبي، (2009)، تطور معايير التدقيق والتاكد الدولية، ط1، عمان.

6. الذنبيات ع عدل القادر،(2009)، تدقيق الحسابات في ضوء المعايير الدولية نظرية وتطبيق، ط2، عمان.
7. كباره م بشار، الاستثمار، بحث منشور
ency.com/index.php?module=pnEncyclopedia&func=display_term&id=14445&vid=<http://www.arab>
8. العراق، هيئة النزاهة- التقرير السنوي لسنة 2008 (بغداد، الهيئة، 2010
9. الطعان ح فارس،(2006)، الاستثمار اهدفه ودوافعه، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، بحث منشور.
10. حمزة ح كريم،(2012)، مناخ الاستثمار في العراق، مجلة الغري، جامعة الكوفة، كلية الادارة والاقتصاد، السنة الثامنة، عدد 23.
1. Begovic B,(2005) Corruption: Concepts ،Types,Causes ،and Consequences ،an affiliate of the U.S. Chamber of Commerce,1155 Fifteenth Street NW • Suite 700 • Washington ،DC 20005 • USA,ph: (202) 721-9200 • web: www.cipe.org • e-mail: cipe@cipe.org.
 2. Boisvert A ،Marie L ،Peter D ،and Ophelie B ، Quraishi. (2014) Corruption in Canada: Definitions and Enforcement. Prepared by Deloitte LLP. Ottawa ،ON: Public Safety Canada .
 3. Caiden G ،E(2001) ،in Where Corruption Lives Kumarian Bloomfield Conn Campos ،J Edgardo and Pradhan S (eds) 2001 The Many Faces of Corruption: tracking vulnerabilities at the sector level World Bank Washington .
 4. Frunzik V ،A Masters E(1989) ، submitted to the faculty of the geaduate school of political science and international affalrs for partial fuifillment OF THE DEGREE OF MASTER OF ARTS,1989..
 5. Khan ،H. (2010). Fangdichan fubai haiyao chuangzao duoshao jilu (How many new records will corruption in the real estate sector set) ،Zhongguo tudi ziyuan bao (China land resources news) ،available: www.jxsdzxh.com/infoDetail.aspx?nid=1953.
 6. Mahdi E ،Reza s ،Ali A rashid ،Zohre bayanloo,(2013) ،The impact of administrative corruption on HR Productivity (Case study: Qom University) ،Advanced Research in Economic and Management Sciences (AREMS) Vol.11 April 2013,ISSN: 2322-2360 ,WWW.universalrg.org
 7. May A ،Mills (2012): Causes of corruption in public sector institutions and its impact on development ،TURNING WHAT WE KNOW INTO WHAT WE DO.
 8. Nye ،J. S. (1967) Corruption and Political Development. A Cost-Benefit Analysis. Political Science Review. LXI2 June 1967 pp.417-27 Quoted in Heidenheimer ،J. Arnold; Michael Johnston; and Victor T. Le Vine. (1993) Political Corruption. New Jersey: Transaction Publishers
 9. Quah ،(2017) "Five success stories in combating corruption: lessons for policy makers" ، Asian Education and Development Studies ،Vol. 6 Issue: 3 ،doi: 10.1108/AEDS-03-2017-0031
 10. Quah ،Jon ،2003 Curbing Corruption in Asia: A Comparative Study of Six Countries (Singapore: Eastern Universities Press)
 11. Ronald M,(2014) ،Causes of Corruption in European Countries: History ،Law ،and Political Stability ،Corresponding author: Department of Economics ،Adam Smith Building ،Glasgow ،G12 8RT ،United Kingdom; Tel: +44 (0)141-330 4697; Fax: +44 (0)141-330 4940; m.majeed.1@research.gla.ac.uk or tariq@qau.edu.pk .
 12. Taghavi Y,(2010). Fangdichan Fubai suiying: Zhejiang guotu xitong yinian 67 ren luoma (A snapshot of corruption in the real estate sector: sixty-even officials fell within one year in Zhejiang Province’s land administration system).
 13. Haavelmo T,(1960) ،studIes in economics of the economics research center of the UNIVERSITY OF CHICAGO ،© 1960 by The University of Chicago. Published 1960. Composed and printed by THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS ،Chicago ،Illinois ،U.S.A.

تأثير تبني المسؤولية البيئية في تحسين صورة المؤسسة لدى الزبون

—دراسة إحصائية لعينة من زبائن مؤسسة "جازي"—

The impact of adopting environmental responsibility in improving the image of the enterprise to the customer

- A statistical study of a sample of customers of the "Djezzy" Enterprise -

لاغة سمية¹، بولفراخ سارة²

¹جامعة فرحات عباس سطيف -01- البريد الإلكتروني: aya.soumia@yahoo.fr

²جامعة فرحات عباس سطيف -01- البريد الإلكتروني: sarah_boulfrakh@yahoo.com

تاريخ القبول: 2019/06/30

تاريخ المراجعة: 2019/06/14

تاريخ الاستلام: 2019/05/21

الملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعرف على مدى التأثير الذي ينتج عن تبني مؤسسة جازي للمسؤولية البيئية على صورتها لدى زبائنها. ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبيان لغرض الحصول على بيانات أولية تضم 9 فقرات، وزعت على عينة من 242 زبون لمؤسسة جازي الجزائر بولاية سطيف، حيث تم جمع وتحليل البيانات ثم اختبار الفرضية الرئيسية من خلال برنامج SPSS20، بالاستعانة بالعديد من الأساليب والمقاييس الإحصائية، كالمتوسط الحسابي، الانحراف متعدد الأبعاد، ومعامل التحديد.

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها: الوعي البيئي الكبير والاهتمام العميق لدى العينة المدروسة، حيث كانت جميع عبارات هذا المحور تنتمي إلى مستوى القبول المرتفع، وقد أكدت العينة ضرورة تبني المؤسسة للمسؤولية البيئية. كانت صورة مؤسسة "جازي" جيدة لدى أغلب أفراد عينة الدراسة، حيث عبروا بالموافقة في جميع العبارات التي تعكس صورتها.

الكلمات المفتاحية: مسؤولية بيئية، صورة المؤسسة، زبائن مؤسسة جازي.

تصنيف JEL : M14، M31.

Abstract:

The aim of this research paper is to identify the impact of Djezzy's adoption of environmental responsibility on its image to its customers. To achieve these objectives, the questionnaire was designed for the purpose of obtaining preliminary data consisting of 9 paragraphs, distributed to a sample of 242 customers to the Djezzy enterprise in Setif province, where data was collected and analyzed and then tested the main hypothesis through the SPSS20 program, using several statistical methods and measurements.

In the end of this study we have found a number of results including:

- Environmental awareness of the Respondents, and the high level of acceptance.
- The most of the study sample were agreed in all the statements that reflect Djezzy's image.

Keywords: Environmental responsibility, Corporate image, Clients of Djezzy enterprise.

JEL Classification Codes : M14, M31.

المؤلف المرسل: لاغة سمية، الإيميل: aya.soumia@yahoo.fr

1. مقدمة:

أصبحت القضايا والمشاكل البيئية في السنوات الأخيرة تطرح نفسها عنوة محل أنظار واهتمام العديد من الدول والمؤسسات وهيئات المجتمع المدني، واحتلت حيزا كبيرا ضمن اهتمامات الزبائن والمستهلكين بشأن حماية البيئة، والحد من تعاضم الآثار السلبية الناجمة عن النمو الاقتصادي المتسارع. هذا التوجه الذي تبنته واستغلته المؤسسة الاقتصادية في الآونة الأخيرة كمصدر من مصادر تميزها، وكعامل يحسن من صورتها لدى زبائنها من أجل الاستمرارية أمام المنافسة الشرسة التي تعرفها الأسواق في مختلف القطاعات. ارتأينا في هذه الدراسة أن نختبر مدى الوعي الذي يتسم به زبائن

مؤسسة جازي فيما يتعلق بالمسؤولية البيئية، ومدى التأثير الذي يمكن أن يحدث في آراءهم واتجاهاتهم حول المؤسسة نتيجة لتوجهها البيئي ولتبني المسؤولية البيئية. وفق هذا الطرح لابد أن نجيب على التساؤل التالي:

- كيف يؤثر تبني مؤسسة جازي للمسؤولية البيئية على صورتها لدى زبائنها؟
- وبغية الإجابة على هذا التساؤل تم اختبار الفرضية التالية:
- يؤثر تبني مؤسسة جازي للمسؤولية البيئية في تحسين صورتها لدى زبائنها.

أولاً: الدراسات السابقة

اعتمدنا في دراستنا هذه على مجموعة من الأبحاث السابقة التي تناولت الموضوع في شكل ضمني أو بشكل مباشر نوردها فيما يلي:

- a) TuongdungLenguyen, The impact of corporate social responsibility programe on a company's image and reputation- a case study, university of Thailand, available in <https://pdfs.semanticscholar.org/d7d6/77d655daf04aee31a9a9efddb6c9d4f58737>

تناول المقال تأثير ممارسات أنشطة المسؤولية الاجتماعية على صورة المؤسسة وسمعتها، وقد تم استجواب 400 شخص من أصحاب المصالح في مؤسسة "SaimCement Group" التايلاندية، وقد أظهرت النتائج أن برامج المسؤولية الاجتماعية بمختلف أبعادها (الاقتصادي، الخيري، القانوني، الأخلاقي، البيئي) أثرت بدرجة كبيرة على صورة المؤسسة وعلى سمعتها، وقد خلصت الدراسة في الأخير أنه بسبب هذه الأنشطة استطاعت المؤسسة أن تبني صورة وسمعة جيدة لها في المجتمع التايلاندي، وقد أشار البحث إلى أنه على المؤسسة أن تكامل مثل هذه الممارسات مع استراتيجياتها التجارية، وأن تقوم بتحسيس جميع الأطراف ذات المصلحة والاهتمام أكثر بالمسائل البيئية وظروف العمال والذي يعتبر مقياس فعال لتقييم ربحية برامج المسؤولية الاجتماعية.

- b) Regina Virvilaite and UgneDaubaraitė, Corporate Social Responsibility in Forming Corporate Image, *InzinerineEkonomika-Engineering Economics*, 2011, 22(5), 534-543.

تناول هذا المقال بالتحليل تأثير المسؤولية الاجتماعية على صورة المؤسسة حيث حاول خلق مقاربات عديدة في المفاهيم النظرية للدراسة، أما في جانبه التطبيقي فقد تطرق إلى العلاقة السببية التي تربط المسؤولية الاجتماعية وصورة المؤسسة، وخلصت الدراسة إلى التأثير الإيجابي للمسؤولية الاجتماعية على صورة المؤسسة والذي يمكن أن يؤدي إلى عدة ردود أفعال إيجابية كخلق الاتجاهات الإيجابية للمستهلك نحو المؤسسة، والكلمة المنطوقة الإيجابية... وانتهت الدراسة في الأخير إلى وجود ثلاث عوامل رئيسية في تكوين صورة المؤسسة هي الاتصالات التسويقية، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، والخصائص الديمغرافية للمستهلك.

- c) ZulhamriAbdullahandYuhanis Abdul Aziz, Managing Corporate Reputation, Stakeholder, Relations, and Corporate Social Responsibility: A Southeast Asian Perspective, *UniversitiPutraMalaysia, Int. Journal of Economics and Management* 5(1): 299 – 318 (2011).

هدفت الدراسة إلى تحديد العلاقة بين ثلاث متغيرات رئيسية محل الاهتمام هي المسؤولية الاجتماعية، سمعة المؤسسة، وعلاقات أصحاب المصالح، وذلك من منظور شركات الاتصالات، وشركات التسويق، وقد وجدت أنه على الرغم من المحاذاة الكبيرة والتكامل بين سمعة وعلاقات أصحاب المصالح والمسؤولية الاجتماعية، إلا أن كل هذه المتغيرات تم إدارتها على أنها ممارسات واجبة على المؤسسة القيام بها على أكمل وجه، وليس على أساس أنها ممارسات طوعية نحو البيئة والمجتمع، بحيث أن جميع هذه المؤسسات سعت إلى كسب سمعة جيدة بالرغم من التفاوت المسجل بينها من ناحية الاهتمام بمثل هذه الممارسات.

- d) MirjanaBabić, Rijeka, Socially responsible business in function of corporate image improvement, Department of Strategic Development, KD Autotrole, Croatia,entrepreneurial learning, vol.2 December 2012, available in <http://www.ecoman.ktu.lt/index.php/EE/article/viewFile/972/1063>

تناولت الدراسة دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورة المؤسسة، حيث خلصت أن المؤسسة التي تريد تحسين صورتها وزيادة قدرتها التنافسية يجب عليها أن تتبنى المسؤولية الاجتماعية كنموذج من خلال مختلف أنشطتها، وقد أوضحت الدراسة أن عامل المسؤولية الاجتماعية هو ثالث عامل في تحسين صورة المؤسسة، من وجهة نظر المستجوبين، وأن 37% من هؤلاء يعتقدون أن المؤسسات ليست مسؤولة اجتماعيا بما فيه الكفاية.

- e) Muhammad Arslan, Bahria University Islamabad, Pakistan, Impact of Corporate Social Responsibility on Brand Image: A Study on Telecom Brands, Developing Country Studies ISSN 2224-607X (Paper) ISSN 2225-0565 (Online), Vol.4, No.21, 2014.

تناولت الدراسة مدى تأثير أبعاد المسؤولية الاجتماعية على صورة العلامة التجارية حيث خلصت إلى الارتباط الوثيق بين المتغيرين بنسبة 84%. وقد أشار البحث كذلك إلى أن 45% من المستجوبين لم تتضح لهم الرؤية بعد عن ماهية المسؤولية الاجتماعية ومدى تبنيها من طرف المؤسسات محل الدراسة، وأثبتت الدراسة أن توجه الفرد نحو تبني أفكار ومبادئ المسؤولية الاجتماعية مرتبط مباشرة بالمستوى التعليمي والمحيط الذي يعيش وينشئ فيه الفرد.

ثانيا: ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة

من خلال عرض الدراسات السابقة يتضح أن دراستنا تتميز عن الدراسات السابقة فيما يلي:

- من حيث بيئة الدراسة: ركزت دراستنا على زبائن مؤسسة جازي واقتصرت على دراسة حالة ولاية سطيف، لعينة من زبائن المؤسسة تتكون من 242 مشترك في حين أجريت الدراسات السابقة في بيئات أجنبية مختلفة، ودرست اتجاهات وآراء أصحاب المصالح دون التركيز على الزبائن فقط.
- هدف الدراسة: تناولت دراستنا تأثير بعد المسؤولية البيئية في تحسين صورة المؤسسة لدى الزبون الجزائري، في حين تعددت الاتجاهات البحثية للدراسات السابقة وتناولت العديد من المؤسسات والمجتمعات، وقد تعدد حجم العينات حسب الغاية من كل دراسة.
- درست الأبحاث السابقة أبعاد المسؤولية الاجتماعية وفقا لعدة تصنيفات، بينما تناولت دراستنا بعدا واحدا فقط وهو البعد البيئي.

ثالثا: منهج الدراسة الميدانية

تم اعتماد منهج دراسة حالة الذي يعتمد على وحدة معينة من مجتمع ما، بغرض الخروج بنتائج تنطبق على الحالات المماثلة لها. وقد تم الاستعانة بهذا المنهج من أجل دراسة عينة من أفراد زبائن مؤسسة "جازي" للإجابة على الفرضية الموضوعية سابقا.

رابعا: مجتمع وعينة الدراسة

- مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة، من مشركي مؤسسة "جازي" في ولاية سطيف سواء الذين يمتلكون شريحة "جازي" فقط، أو المشركين الذين يمتلكون إلى جانب الشريحة كل من "موبيليس" أو "أوريدو".
- عينة الدراسة: مع استحالة الدراسة المسحية لمجتمع الدراسة المكون من 65000 مشترك عبر ولاية سطيف، فإنه تم أخذ عينة مكونة من 250 مشترك، وقد تم استرجاع 242 استبيان فقط، أي ما يعادل 96.4% من العينة الأصلية. وهذا كما يوضحه الجدول أسفله.

جدول رقم (1): العينة المدروسة

مجتمع الدراسة	65000 من مشترك "جازي" في ولاية سطيف
عينة الدراسة	250 من مشترك "جازي" في ولاية سطيف
العينة المدروسة (ما تم استرجاعه من الاستبيانات)	242 مشترك

المصدر: من إعداد الباحثان

خامسا: هيكلية الاستبيان

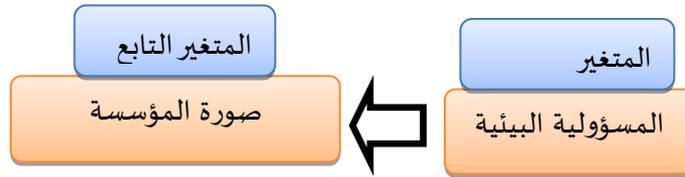
وزع الاستبيان على مجموعة من مشترك جازي لمعرفة آرائهم في بعض الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة أو فيما تتضمنه استراتيجياتها، قيمها وثقافتها الداخلية المتعلقة أساسا بتبني المؤسسة للمسؤولية البيئية. ويتكوّن الاستبيان المقدم للعينة من محورين رئيسيين كما هو موضح فيما يلي:

- **المحور الأول:** وقد ضم المحور الأول توجه المسؤولية البيئية لمؤسسة "جازي" لدى زبائننا، حيث يضم 4 عبارات.
- **المحور الثاني:** يخص هذا المحور من الاستبيان صورة المؤسسة، أي مدى تأثير مختلف الممارسات ذات التوجه البيئي للمؤسسة على صورتها لدى الزبائن، واعتمادا على ما عبر عليه من آراء في الجزء الأول من الاستبيان، حيث يتكون من 5 عبارات.

سادسا: نموذج الدراسة

تم الخروج بنموذج يمكننا من الإجابة على الفرضية الموضوعية مسبقا، والهادفة إلى معرفة مدى تأثير تبني المسؤولية البيئية في المؤسسة على صورتها لدى زبائننا، وهذا ما يوضحه الشكل التالي.

الشكل رقم (1): نموذج الدراسة الإحصائية



المصدر: من إعداد الباحثان

وقد كانت الفرضية كالتالي:

يؤثر تبني المسؤولية البيئية في مؤسسة "جازي" في تحسين صورتها لدى زبائننا.

حيث تهتم هذه الفرضية باختبار مدى تأثير تبني المؤسسة للقضايا البيئية واحترامها التشريعات البيئية العالمية والمحلية واهتمامها بما يهدد المحيط البيئي من أضرار نتيجة النشاطات التجارية والاقتصادية، وتجنب مسببات التلوث والتخلص من النفايات والاقتصاد في استخدام الموارد المتاحة... وغيرها، على صورتها لدى زبائننا.

نشير إلى أن المعلومات المتعلقة بصدق وثبات الاستبيان، وكذا وصف متغيرات الدراسة وحساب درجات سلم

ليكارتر متوفرة على مستوى الملحق رقم (1)

2. تبني المسؤولية البيئية في المؤسسة

إن القاعدة الاقتصادية في هرم كارول للمسؤولية الاجتماعية تبين شرط الربحية قبل أبعاد المسؤولية البيئية والقانونية وباقي الأبعاد الأخرى، والذي يدعو لجدل كبير، ويثبت المنطلق الذي تعتمده المؤسسة، الرامي إلى الأنا قبل الآخرين والمؤسسة قبل المجتمع (Olivier maurel, 2009). ومع تزايد الاهتمام بالقضايا البيئية، وتنامي حجم الضغوط بشأنها أصبح لزاما على المؤسسات في مختلف القطاعات أن تكون أكثر فاعلية وكفاءة لضمان الاستدامة والنمو بمسيرة

التوجهات الجديدة للزبائن والمستهلكين، فلا بد على المؤسسة أن تتحمل مسؤولياتها تجاه حماية البيئة وتضاعف جهودها للحد من الآثار السلبية على المحيط الذي تنشط فيه ومعالجة الأضرار الناجمة عنها وتحسين الأداء البيئي.

1.2 أهم العوامل التي أدت إلى تزايد الاهتمام بالمسؤولية البيئية للمؤسسات

- **العولمة:** تعد من أهم القوى الدافعة لتبني المؤسسات لمفهوم المسؤولية البيئية، حيث أضحت العديد من الشركات متعددة الجنسيات، ترفع شعار للمسؤولية البيئية، وأصبحت تركز في حملاتها الترويجية على أنها تهتم بقضايا البيئة، والحفاظ على الموارد الطبيعية.
- **تزايد الضغوط الحكومية والشعبية:** من خلال زيادة سن التشريعات، والقوانين التي تنادي بضرورة حماية البيئة.
- **التطورات التكنولوجية المتسارعة:** إن شفافية نقل الحقائق، من طرف وسائل الإعلام والتكنولوجيات الحديثة، وسرعة انتقال المعلومة حول النشاطات والاختراقات القانونية، التي تقوم بها المؤسسات في المجتمع قد ساهم وبشكل كبير، في تزايد الاهتمام بالمسؤولية البيئية. (Commission des communautés européennes, 2001)
- **الكوارث البيئية:** فالكوارث البيئية، التي تسببت في أضرار إنسانية وبيئية جسيمة، نذكر منها على سبيل المثال تلك التي خلفها مصنع الكيماويات في بوبال بالهند سنة 1984 والتي خلفت خمسة عشر ألف (15.000) ضحية، والكارثة التي أحدثتها Exxon Oil Spill النفطية في آلاسكا سنة 1989 (بقدر، 2013).
- **تفاقم مخاطر نفاذ الموارد غير المتجددة:** كالمعادن والطاقة، حيث أن ما يستخرج ويستهلك منها، يفوق قدرة الطبيعة على تجديدها، في ظل الإهمال طويل الأمد لرأس المال الطبيعي. إضافة إلى العديد من الكوارث والمشاكل البيئية الأخرى كتدهور التنوع البيولوجي، ثقب الأوزون، ظاهرة الاحتباس الحراري... الخ.
- **المحفزات التسويقية:** حيث لا بد على المؤسسة اعتماد مقاربة بيئية تركز على إظهار نفسها مؤسسة مسؤولة وواعية بالتزاماتها اتجاه البيئة، وبأن منتجاتها غير مضرّة بالطبيعة، وهذا بسبب الرفع من قيمة صورتها وسمعة منتجاتها. حيث أن الجهد التسويقي المتمثل خاصة في الترويج ليس مضموناً ونتائج قد تكون سلبية، لأن العديد من الدراسات أشارت إلى ميل المستهلكين إلى التشكيك في خطاب المديرين الذي يظهرون فيه أن البيئة من أولى أولوياتهم (BIORAL.O. ET JOLLY D, 1992).

2.2 مفهوم المسؤولية البيئية:

يمكن تعريف المسؤولية البيئية على أنها عملية تغطية الآثار البيئية لعمليات إنتاج الشركات كتخفيض عملية تلف المنتجات والانبعاثات الغازية، وتقليص الممارسات التي تكون لها آثار سلبية مستقبلية على البيئة، كما تتمثل المسؤولية البيئية في تطبيق العمليات الخاصة بحماية البيئة (زيدان، يعقوبي، 2012).

فإذا كانت المؤسسة تعمل من أجل بيئة لا محدودة الموارد وسلع بيئية مجانية وتكاليف خارجية يتحملها المجتمع أو الطبيعة، فإن المسؤولية البيئية هي إعادة التوازن في علاقة المؤسسة بالبيئة من خلال التأكيد على محدودية الموارد وكون السلع البيئية ذات تكلفة شأنها شأن عوامل الإنتاج الأخرى كالعمل ورأس المال، وبالتالي فهي تكلفة داخلية على من يستخدمها أو يفسدها أو يلوئها أن يتحملها (نجم، 2012).

3.2 أهمية تبني المسؤولية البيئية في المؤسسة:

- تحسين صورة المؤسسة في المجتمع، وخاصة لدى العملاء والعمال اعتبر أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية اتجاه أطراف مباشرة أو غير مباشرة (الشناوي، 1999).
- وجود ارتباط كبير بين القدرة التنافسية للبلد وتحمل المؤسسة للمسؤولية الاجتماعية، فمكاسب التنافسية في بلد معين قد لا يكون مستدام ما لم تدعمه الممارسات التجارية المسؤولة للمجتمع ككل. (Simon zadek, 2006)

- أشار رصد آخر للآراء تعلق بالانطباعات الإيجابية للمستهلك نحو المؤسسة، أن ما نسبته 47.9% هو تبين عنصر المسؤولية البيئية في المؤسسة ومساهمتها في الاقتصاد ودفع الضرائب (babic, Croatia, 2013).
- ويمكن القول أن المسؤولية البيئية هي واحدة من أقوى الأدوات في بناء العلامات التجارية، وهي العنصر الثمين اليوم في أي مؤسسة، وربط العلامة التجارية مع السلوك الاجتماعي والبيئي المسؤول يؤثر إيجابا على التصور العام للمؤسسة ومبيعاتها، وعلى ولاء العملاء وكسب تأييد رأس المال البشري ورضا الموظفين.
- إن المسؤولية البيئية للمؤسسة لها تأثير أكبر على صورة المؤسسة من خلال خلق قيمة أكبر للمساهمين، ويشهد العالم اليوم نموا سريعا في عدد المؤسسات التي اتخذت من المسؤولية البيئية توجهها حقيقيا لها تهدف إلى جعل اسم المؤسسة مرتبط به، والذي يجعل المؤسسة تحسن من صورتها في ظل المستهلك المسؤول وتزيد من قدرتها التنافسية (babic, Croatia, 2013).

3. صورة المؤسسة من وجهة نظر الزبائن

يشير المختصين في فلسفة صورة المؤسسة أو الصورة الذهنية إلى العديد من التعاريف المتعلقة بهذا المصطلح فمنهم من أشار إلى أنها تتكون من تجربة مباشرة أو غير مباشرة، كما أنها قد تكون استنادا لأدلة صريحة، أو إلى إشاعات أو أحكام غير عقلانية.

1.3 تعريف صورة المؤسسة:

عرفت على أنها الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس، عن المنشآت والمؤسسات المختلفة، وقد تتكون هذه الصورة، من التجربة المباشرة/غير المباشرة وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة، وقد تعتمد على الأدلة والوثائق، أو الإشاعات والأقوال غير الموثوقة، وهي في الأخير تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن يحملونها في أذهانهم (عجوة، 1983). وعرفت على أنها مجموعة تمثيلات موضوعية، ووقائع مادية وإنجازات ونتائج ذاتية لرموز وصفات مسبقا يحملها شخص أو أشخاص عن منتج أو مؤسسة ما (Yves chiroze, 1990).

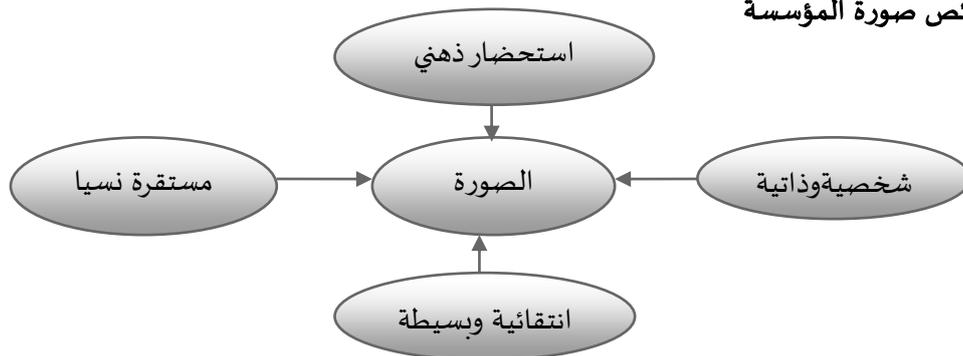
تطرق هذا التعريف إلى مكونات صورة المؤسسة من أشكال مادية مثل المبنى، وحجم المؤسسة، السلع والخدمات التي تقدمها المؤسسة، إضافة إلى الأفكار المسبقة التي يكونها المستهلك عن المؤسسة أو عن منتجاتها.

2.3 خصائص صورة المؤسسة:

تتميز الصورة الذهنية التي يحملها الزبون عن مؤسسة ما بما يلي (lendrevie, levy, lindon, 2003).

- الصورة عبارة عن استحضار ذهني؛
- الصورة شخصية وذاتية، فكل شخص يدرك ويستحضر المؤسسة بشكل مختلف عن الآخر؛
- الصورة مستقرة نسبيا، فهي تعبير عن مواقف ومعارف واتجاهات المستهلكين في زمن ومكان معين؛
- الصورة انتقائية وبسيطة، فهي الملخص الذي يقوم به المستهلك حول مؤسسة معينة، لتبسيط إدراكاته العديدة. وبيّن الشكل التالي أهم خصائص صورة المؤسسة.

الشكل(2): خصائص صورة المؤسسة



المصدر: J.lendrevie, J.levy, D.lindon, mercator, théories et pratique du marketing, 7^{ème} édition, Dalloz, France, 2003, p.774.

4. دراسة إحصائية تحليلية لعينة من زبائن مؤسسة "جازي"

ركزت الدراسة هذه على عينة من زبائن مؤسسة "جازي"، محاولين الوقوف على واقع المسؤولية البيئية في المؤسسة وأهم أنشطتها وممارساتها في هذا المجال، ثم تأثير ذلك على مكانتها في أذهان زبائنها.

1.4 مؤسسة "جازي" في الجزائر- النشأة والتطور-

مؤسسة جازي أو أوراسكوم تليكوم الجزائر OTA، فرع لمؤسسة أوراسكوم تليكوم للاتصالات OTH حيث يتواجد مقرها الاجتماعي بمصر، أنشئت المؤسسة سنة 1998 وترجع ملكيتها إلى عائلة "سويريس" المصرية بـ 56,9% من الأسهم، ولها تواجد وحضور قوي في بورصات كل من القاهرة، الإسكندرية، لندن. تنشط في عدة مجالات كالبناء والأشغال العمومية، صناعة الإسمنت، الفنادق، دراسات الجدوى الاقتصادية للمشاريع، الإذاعة والتلفزيون، والاتصالات.

دخلت مؤسسة أوراسكوم مجال الاتصالات اللاسلكية من نوع GSM بدءا بـ Mobinail في مصر في 23 ماي 1998، ثم تابعت توسيع شبكتها في بلدان الشرق الأوسط، إفريقيا وبعض دول آسيا، فتتواجد في تونس باسم Tunisia، في الجزائر باسم Djazzy، في العراق باسم Iraqna، في باكستان باسم Mobilink، في بنغلاداش باسم Banglalink، وفي زيمبابوي باسم Telecel، وقد فازت المؤسسة بأكثر من 20 رخصة في مجال الاتصالات، هذا فضلا عن خدماتها في الأنترنت، الفضائيات و الصيانة لتشكيل بذلك كتلة متكاملة في مجال الاتصالات (بوريش، 2014).

وتعتبر جازي أول متعامل أجنبي حاصل على الرخصة الأولى للهاتف النقال في الجزائر، وذلك بتاريخ 11 جويلية 2001 بمبلغ قدره 737 مليون دولار (الجريدة الرسمية، 2001). بعد منافسة حادة بين كبار المتعاملين الأجانب في هذا المجال وفي فيفري 2002 كانت بداية الاستغلال التجاري للشبكة وفتح أول مركز للنداءات Centre D'appel بالجزائر (Djezzy GSM, 2017). ويعتبر المتعامل رائد تكنولوجيات الاتصالات لشرائح الهواتف النقالة بفضل عدد مشتركيه البالغ عددهم أكثر من 17 مليون، خلال شهر ديسمبر 2015 حسب آخر إحصائيات سلطة الضبط في الجزائر، حيث تقدم المؤسسة تشكيلة واسعة من الخدمات كخدمات الدفع المسبق و البعدي و الأنترنت.

في جانفي 2015 تمكن الصندوق الوطني للاستثمار من الاستحواذ على 51% من رأس مال الشركة بعد ثلاث سنوات من المفاوضات، وأربع سنوات من النشاط المحدود، وتغطي مؤسسة "جازي" 95% من السكان على مستوى الوطن، أما خدماتها من الجيل الثالث فغطت كامل وليات الوطن نهاية 2016 (Djezzy GSM, 2017).

2.4 واقع تبنى المسؤولية البيئية في مؤسسة "جازي"

تتمثل المسؤولية البيئية في مؤسسة "جازي" بنود نشرها على موقعها الرسمي عبر الأنترنت يمكن استعراضها على النحو التالي:

- **السياسة البيئية:** تلتزم المؤسسة بحماية البيئة الطبيعية في المناطق التي نعمل فيها، وتحرص على إدارة نشاطاتها البيئية بكل مسؤولية وتهدف إلى تحسين الأداء البيئي من خلال:
 - احترام التشريعات والقوانين، والمدونات البيئية الوطنية منها والدولية؛
 - تنفيذ وصيانة وإعادة النظر في نظام الإدارة البيئية بانتظام وفقا للمعايير الدولية؛
 - تحديد ومراقبة الأثار البيئية المرتبطة بالأنشطة والمنتجات والخدمات الخاصة بنا؛
 - تطوير الأنظمة والممارسات والإجراءات لضمان الرقابة أو الحد من الأثار السلبية على البيئة ومنع التلوث على أساس مستمر؛

- _ تحديد الأهداف والغايات من أجل تسيير الأداء البيئي ومتابعة التطور بكل شفافية،
- _ التشجيع على الاستغلال العقلاني للموارد المتعلقة بالاحتياجات الميدانية؛
- _ تبني موقف مسؤول في معالجة وتكرير النفايات؛
- _ إعلام الموردين والشركاء التجاريين بسياساتها البيئية والمتطلبات المتعلقة بها؛
- _ تحسيس الموظفين والشركاء بشأن اهتمام المؤسسة بالقضايا البيئية؛
- _ التشجيع على تبادل المعارف والممارسات البيئية الجيدة بين فروع المجموعة.

3.4 الدراسة الميدانية على عينة زبائن مؤسسة "جازي"

تشمل الدراسة الميدانية على كلاً من تقييم توجهها للمسؤولية البيئية لدى زبائن المؤسسة "جازي"، تقييم صورة المؤسسة لدى المستجوبين، تأثير التوجه البيئي على الصورة الذهنية للزبائن، واختبار فرضية الدراسة. **الجدول رقم (2):** اختبار تقييم كل من توجه المسؤولية البيئية وصورة المؤسسة لدى المستجوبين

النتيجة-03	النتيجة-02- الانحراف	النتيجة-01- الوسط	اختبار
مرتفع	0.83	4.16	تقييم توجه المسؤولية البيئية لدى زبائن مؤسسة
مرتفع	0.84	4.20	تقييم صورة المؤسسة لدى المستجوبين

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS

الجدول رقم (3): اختبار الفرضية: اختبار أثر المسؤولية البيئية على صورة المؤسسة

النتيجة-03- معامل الانحدار	النتيجة-02- معامل التحديد	النتيجة-01- معامل الارتباط	اختبار
0.136	0.047	0.216	أثر المسؤولية البيئية على صورة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS

5. تحليل النتائج:

1.5 تحليل نتائج تقييم توجه المسؤولية البيئية لدى زبائن مؤسسة "جازي"

يقيس الجدول التالي درجة القبول التي حظيت بها العبارات التي تعكس التوجه البيئي لدى عينة الدراسة، حيث كانت درجات الموافقة كما يلي:

جدول رقم (4): المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري للعبارات التي تعكس توجه المسؤولية البيئية لدى زبائن مؤسسة "جازي".

الرقم	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الملاحظة
1	تلتزم "جازي" بالتشريعات والقوانين البيئية	4.29	0.66	مرتفع
2	تسعى مؤسسة "جازي" لمعالجة النفايات المتعلقة بنشاطها التجاري	4.28	0.88	مرتفع
3	تقوم "جازي" بحملات التشجير في عيد الشجرة	4.15	0.88	مرتفع
4	تتبني "جازي" حملات تحسيسية بضرورة الحفاظ على البيئة	3.92	0.91	مرتفع
	المتوسط العام	4.16	0.83	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن العبارة التي حازت على الترتيب الأول في مستوى القبول كانت عبارة " تلتزم "جازي" بالتشريعات والقوانين البيئية"، بمتوسط حسابي (4.29) وانحراف معياري (0.66)، وقد جاءت في المرتبة الأخيرة العبارة " تتبنى "جازي" حملات تحسيسية بضرورة الحفاظ على البيئة"، بمتوسط حسابي (3.92) وانحراف معياري (0.91)، ولكن تبقى قيمة متوسطها الحسابي تنتمي إلى المستوى الأول لدرجة القبول (الاتجاه المرتفع)، أما المتوسط العام لمستوى القبول للمسؤولية البيئية ككل فكان كذلك ينتمي إلى مستوى القبول المرتفع بمتوسط حسابي (4.16) وانحراف معياري (0.83). وهذا يؤكد الاتجاه الإيجابي والوعي الكبير الذي يحظى به أفراد العينة من ضرورة أن تكون المؤسسة مسؤولة بيئياً.

2.5 تحليل نتائج تقييم صورة المؤسسة لدى المستجوبين

يظهر الجدول التالي النتائج الاحصائية لتأثير تبني المسؤولية الاجتماعية على صورتها لدى زبائنها

جدول رقم (5): تقييم مستويات الموافقة للعبارة التي تعكس صورة المؤسسة

الرقم	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الملاحظة
7	أثمن توجه "جازي" الواضح لصالح المجتمع ورفاهيته	4.04	0.92	مرتفع
1	أحضر أصدقائي وعائلي ليكونوا زبائن لدى "جازي"	4.24	0.79	مرتفع
2	مستعد أن أدفع سعر أعلى من أجل مشاركة "جازي" في مساهماتها الاجتماعية	3.72	1.102	مرتفع
3	سأبقى زبون دائم بفضل ما تقوم به خدمة للمجتمع	4.12	0.87	مرتفع
4	لجازي سمعة طيبة لدى أفراد مجتمع بفضل ما تقوم به لصالح البيئة	4.10	0.96	مرتفع
5	اسم "جازي" له تقدير خاص مقارنة بالأسماء الأخرى المنافسة	4.01	0.92	مرتفع
	المتوسط العام	4.20	0.84	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول أعلاه مستوى الموافقة من خلال العبارات التي تعكس صورة المؤسسة لدى المستجوبين، حيث تراوحت بين (4.01) و(4.24) وانحراف معياري (0.79) و(0.92) على التوالي، وهي مستويات كلها تقع في مستوى (اتجاه) الموافقة المرتفع، وقد احتلت العبارة " أحضر أصدقائي وعائلي ليكونوا زبائن لدى "جازي" الرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.24)، وانحراف معياري (0.79)، أما العبارة " اسم "جازي" له تقدير خاص مقارنة بالأسماء الأخرى المنافسة" فقد احتلت المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (4.01)، وانحراف معياري (0.92). في حين كان المتوسط العام لمتغير صورة المؤسسة لدى زبائنها، يأخذ القيمة 4.20 و0.84 كانحراف معياري، وهذا يدل على أن أغلب أفراد العينة محل الدراسة كانت موافقة بشدة لجميع العبارات التي تعكس صورة المؤسسة. مما يعني أن صورة مؤسسة "جازي" لدى أغلب زبائنها في العينة المدروسة هي صورة جيدة على العموم.

3.5 تحليل نتائج اختبار الفرضية

اختبار فرضية تأثير تبني المسؤولية البيئية في تحسين صورة المؤسسة يكون وفق نتائج الجدول الموالي:

فرضية العدم H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية البيئية على صورة المؤسسة.

الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية البيئية على صورة المؤسسة.

جدول رقم (4): نتائج اختبار أثر المسؤولية البيئية على صورة المؤسسة

المتغير التابع	R	R ² معامل التحديد	R ² معامل التحديد المصحح	B معامل الانحدار	*Sig مستوى الدلالة
صورة المؤسسة	0.216	0.047	0.043	0.136	0.001

*الارتباط دال إحصائياً عند مستوي دلالة $\alpha=0.05$

المصدر: من إعداد الباحثتان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

إن النتائج في الجدول رقم(4) تبين الأثر الإيجابي لتبني المسؤولية البيئية على صورة المؤسسة، وهذا ما يعكسه معامل الارتباط ذو القيمة ($R=0.216$)، وهذا يفسر قوة ارتباطية متوسطة نوعاً ما بين كلا المتغيرين. وقد كان معامل التحديد ذو القيمة ($R^2=0.047$)، والذي يبين أن 4.7% فقط من التغيرات التي تحدث في صورة المؤسسة، تنسب إلى تبني المسؤولية البيئية وباقي النسبة تنسب إلى متغيرات أخرى خارج النموذج، وقد كانت نسبة التأثير ($B=0.136$)، أي أن الزيادة في قيمة المسؤولية البيئية بوحدة واحدة يؤدي إلى الزيادة في صورة المؤسسة ب(0.136).

كما نلاحظ قيمة " $0.001=sig$ " وهي أقل من قيمة ($\alpha \leq 0.05$)، وبالتالي نرفض فرضية العدم H_0 القائلة بعدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتبني المسؤولية البيئية على صورة المؤسسة، ونقبل الفرضية البديلة لها H_1 القائلة بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لمتغير المسؤولية البيئية على صورة المؤسسة لدى زبائن مؤسسة "جازي". أي أن تبني مؤسسة "جازي" للمسؤولية البيئية يحسن من صورتها لدى زبائنها.

6. خاتمة

مما تم طرحه سابقاً من معطيات اعتمدت على تحليلات البرنامج الإحصائي spssم الخرج بالنتائج التالية:

• النتائج المتعلقة بتبني المسؤولية البيئية في المؤسسة لدى الزبائن

- أظهرت مؤسسة "جازي" مسؤوليتها البيئية باهتمامها بالبيئة عبر سن بعض القوانين الداخلية، والالتزام ببعض التشريعات المحلية والدولية دون تبني بعض المبادرات البيئية في الواقع العملي.
- أظهر تقييم توجه المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة وعي كبير كذلك بضرورة أن تكون مؤسسة "جازي" مسؤولة بيئياً، حيث كانت جميع عبارات هذا المحور تنتهي إلى مستوى القبول المرتفع من طرف عينة الدراسة.
- على العموم جاءت نتائج البرنامج الإحصائي SPSS على نحو تؤكد التوجه الإيجابي والوعي الكبير لأفراد عينة الدراسة، التي بينت الاهتمام العميق بمثل هذه المسؤوليات، وقد أكدت العينة ضرورة تبني المؤسسة للمسؤولية البيئية، والذي كان نابعا من قناعاتهم الشخصية.

• النتائج المتعلقة بصورة المؤسسة

- كانت صورة مؤسسة "جازي" جيدة لدى أغلب أفراد عينة الدراسة، حيث عبروا بالموافقة في جميع العبارات التي تعكس صورة المؤسسة.

- للتأكد من النتيجة السابقة وظفنا تقنية الانحدار البسيط التي أكدت أن تبني المسؤولية البيئية، كان لها تأثير على صورة مؤسسة "جازي"، وبالتالي فهي تحسن من صورتها لدى زبائنها.
- مما سبق يمكن الخروج بنتيجة مفادها أن تبني المؤسسة لاستراتيجية واضحة في أنشطتها تعكس المسؤولية البيئية في المجتمع الذي تنشط فيه من شأنه أن يحسن ويعزز من صورتها لدى زبائنها ولدى البيئة المحيطة.

● اقتراحات وتوصيات

- وفقا للنتائج المتوصل إليها سابقا تم الخروج بالعديد من الاقتراحات التي من شأنها أن تساعد المؤسسات الجزائرية خاصة الحديثة منها على أن تواجه التحديات الكبيرة مع المنافسة الشرسة للمنتجات المستوردة، وللمؤسسات العالمية ذات الاستراتيجيات الهادفة للسيطرة على الأسواق، والتزامها بالتوجه البيئي الذي فرضه محيطها. حيث يمكن سرد بعضا من الاقتراحات التالية:
- تسخير مختلف وسائل المزيج الترويجي لإعلام زبائن المؤسسة بالمستجدات التي تقوم بها لفائدة البيئة، خاصة أن تحليل توجه المسؤولية البيئية لدى عينة الدراسة أثبت الوعي الكبير الذي تتحلّى به، مما سيساعد المؤسسة على تخطي أزمات وعقبات كثيرة بفضل الصورة الجيدة التي يحملونها عنها، وما سيترتب عليه من كلمة منطوقة إيجابية لاحقا.
- على مؤسسة "جازي" أن تؤمن بأهمية تبنيها للمسؤولية البيئية وأن تعتبرها جزء رئيسي من أنشطتها وأن تجعلها في هرم أولوياتها.
- المساهمة أكثر في نشر الوعي البيئي وأهمية البيئة كعنصر للتنمية المستدامة في الجزائر، من خلال حملات تحسيسية وأيام دراسية وحملات التشجير واقتناء التكنولوجيات والتقنيات النظيفة، وهذا للاحتكاك أكثر بالزبون، دون الاكتفاء بتبني قوانين وتشريعات ورقية داخلية. ثم تبني نظم الإدارة البيئية التي تتوافق مع المواصفات العالمية.
- إشراك الزبون في الأنشطة التي تتعلق بالمسؤولية البيئية من خلال استدعاء الزبائن الراغبين في المشاركة في مثل هذه الأنشطة والذي سيجعله يؤمن أكثر بالمؤسسة ويزداد ثقة بها.
- استغلال وعي الزبائن فيما يتعلق بالمسؤولية البيئية وتفعيل الأصول غير الملموسة لدي المؤسسة خاصة ما يحملونه عنها من سمعة وصورة جيدة، لما لها من أثر كبير ودور فعال في تمييز المؤسسة عن المنافسين.

7. قائمة المراجع:

- 1.Olivier maurel, **la responsabilité des entreprises en matière de droits de l'homme, nouveaux enjeux, nouveaux rôles**, documentation française édition, France,, 2009, p.52.
- 2.Commission des communautés européennes, **livre vert, promouvoir un cadre européen pour la responsabilité social des entreprises**, bruxelles.com (2001) 366 final le18/7/2001, p.4.
3. بقدر عائشة و بكار أمال، المسؤولية الاجتماعية بين الإلزام والالتزام، الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، 2013، جامعة بشار، الجزائر، ص4.
4. BIORAL.O. ET JOLLY D. stratégie, compétitivité et écologie, revue française de gestion, No 89, paris, 1992, p85.
5. محمد زيدان ومحمد يعقوبي، الآثار البيئية لنشاط شركات البترول ومدى تحملها لمسؤولياتها تجاه البيئة، الملتقى الدولي الثاني حول المسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، الجزائر، 2012، ص25.
6. نجم عبود نجم، المسؤولية البيئية في منظمات الأعمال الحديثة، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص19.
7. صلاح الشنواني، الإدارة والتنظيم في قطاع الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 1999، ص42-46.

8. Simon zadek, **corporate governance, responsible competitiveness: reshaping global markets through responsible business practices**, Emerald group publishing limited, vol. 6 No. 4, london, uk, 2006, p.345.
9. Mirjanababic and Rijeka Croatia, **socially responsible business in function of corporate image improvement**, searching paper from department of strategic development, KD Autotrolej, Croatia, 2013, p.280.
10. ibid p281.
11. علي عجوة، **العلاقات العامة والصورة الذهنية**، عالم الكتاب للنشر والتوزيع، مصر، 1983، ص5.
12. Yves chiroze , **le marketing le choix des Moyennes de l'action Commercial**, Alger, 2^{eme} édition , 1990,p.63.
13. J.lendrevie, J.levy, D.lindon, **mercator , théories et pratique du marketing**, 7^{eme}édition,Dalloz, France,2003, p.774.
14. بوريش أحمد، **تأثير الذكاء الاقتصادي على عملية اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية**، دراسة حالة موبيليس وجازي بولاية تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، 2015/2014، ص155.
15. المرسوم التنفيذي 219-01 المؤرخ في 31 أفريل 2001، الجريدة الرسمية، العدد 43، الصادر يوم 5 أوت 2001.
16. www.DjezzyGSM.com, consulterle 06/11/2017.
17. www.DjezzyGSM.com, consulterle 08/11/2017.
18. J.lendrevie, J.levy, D.lindon, **mercator , théories et pratique du marketing**, 7^{eme}édition,Dalloz, France,2003,p.774.

دور البحث العلمي في تنمية المشاريع المبتكرة ذات التكنولوجيا العالية بالجامعة -إشارة للتجربة الفرنسية-
Le rôle de la recherche scientifique dans le développement de projets innovants de haute technologie à l'université -une référence à l'expérience française-

مرزوقي مرزوقي¹، طيبي رتيبة²، محبوب الطاهر

¹جامعة الوادي - البريد الإلكتروني: merzougui.univ@gmail.com

²جامعة ورقلة - البريد الإلكتروني: taibi.rati@hotmail.fr

²جامعة صفاقس تونس - البريد الإلكتروني: taharmahboub81@gmail.com

تاريخ القبول: 2019/06/30

تاريخ المراجعة: 2019/05/04

تاريخ الاستلام: 2019/04/09

ملخص:

تهدف الدراسة الى ابراز دور البحث العلمي في تنمية المشاريع المبتكرة ذات التكنولوجيا العالية، بصفته محدد اساسي ورئيسي بالجامعة، وقد تم دراسة ذلك من خلال الاعتماد على تجربة الجامعة الفرنسية في ذلك، من خلال تبيان اهم الوسائط والسبل التي تعتمد عليها لبناء جسر الترابط الضروري بين الجامعة والمحيط الاقتصادي الخارجي لها. من اجل تحقيق ذلك حاولنا تناول ابعاد الموضوع بدءا بتبيان الاطار المفاهيمي للدراسة، بالتعرض للبحث العلمي بالجامعة وكذا المشاريع الابتكارية ذات التكنولوجيا العالية، لنتناول في الاخير الجزء الاهم من الدراسة وهو الاشارة لتجربة الجامعة الفرنسية في ذلك. **كلمات مفتاحية:** بحث علمي، مشاريع ابتكارية تكنولوجية عالية، جامعة، جامعة فرنسية. **تصنيف JEL:** M31، O32، O31.

Résumé:

L'objectif de cette étude est de mettre en évidence le rôle de la recherche scientifique dans le développement de projets innovants de haute technologie en tant que déterminant principal de l'université. Cette étude a été réalisée en s'appuyant sur l'expérience de l'université française dans ce domaine, en montrant les moyens les plus importants de construire les passerelles nécessaire entre l'université et son environnement économique extérieur.

Pour y parvenir, nous avons essayé d'aborder les dimensions du sujet en commençant par le cadre conceptuel de l'étude, l'exposition à la recherche scientifique à l'université ainsi que des projets innovants de haute technologie. La dernière partie de l'étude la plus importante est une référence à l'expérience de l'université française dans ce domaine.

Mots-clés: recherche scientifique, projets d'innovation High-Tech, université, université française.

Jel Classification Codes: M31، O32، O31.

المؤلف المرسل: مرزوقي مرزوقي، الإيميل: merzougui.univ@gmail.com

1. مقدمة:

نظرا لتعاظم اهمية العلم والمعرفة وكذا التكنولوجيا فقد غدت السمة والمعيار الاول لقياس مدى تقدم الامم والمجتمعات، بحيث شكلت مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي عموما والجامعة خصوصا دورا هاما في تطوير وتزايد وكذا خروج مختلف المشاريع العلمية للعالم الاقتصادي، ذلك ان الجامعة تشكل المكان الاول والأساسي لتنمية البحوث العلمية التي تشكل ابتكارات علمية ذات المقدر التكنولوجي العالي.

من المنطلق السابق، تشير معظم الدراسات ان الجامعة الفرنسية كانت في طليعة الجامعات العالمية التي حققت الحتمية الضرورية لتوافق نشاط البحث العلمي ضمنها بتحقيق نتائج تتوافق مع العالم الاقتصادي خصوصا اذا ما تعلق الامر بمخرج المشاريع المبتكرة ذات التكنولوجيا العالية، وذلك نظرا لتبنيها لسياسات واليات ناجعة وثقت جسور الترابط بين الجامعة ومحيطها الاقتصادي، وهذا ما سنحاول الاجابة عليه في هذه الورقة البحثية، وعليه ستكون اشكالية الدراسة كالاتي: كيف يمكن للبحث العلمي ان يساهم في تنمية المشاريع الابتكارية ذات التكنولوجيا العالية بالجامعة بناء على تجربة الجامعة الفرنسية؟.

حتى يتسنى لنا الإجابة عن هذه الاشكالية المطروحة وجب التطرق إلى العناصر الأساسية التالية:

1. ماهية البحث العلمي بالجامعة.

2. المشاريع الابتكارية ذات التكنولوجيا العالية بالجامعة.

3. عرض التجربة الفرنسية.

2. ماهية البحث العلمي بالجامعة:

1- تعريف البحث العلمي

البحث العلمي هو "الاستعلام عن صورة المستقبل من خلال اكتشاف الحقائق والعلاقات الجديدة والتحقق من صحتها، أو هو وسيلة للدراسة يمكن الوصول من خلالها لحل المشكلات المختلفة عن طريق الاستقصاء الشامل والدقيق للظواهر والمتغيرات والأدلة التي ترتبط بمشكلة البحث"¹.

البحث العلمي هو أيضا "عملية تقصي منظمة بإتباع أساليب ومناهج علمية محددة للحقائق العلمية بغرض التأكد من صحتها وتعديلها أو إضافة الجديد لها، فالبحث العلمي يعتمد على الطريقة العلمية والتي تعتمد بدورها على الأساليب المنظمة واختيار الطريقة والأدوات اللازمة للبحث وجمع البيانات وتسجيل المعلومات ووصف الأحداث وتكوين الفرضيات"².

أما بالنسبة لتعريف (Rummel and Ballaine 1976 -1970) هو التطبيق المنتظم لعدد من الوسائل والطرق بقصد ايجاد حلول مناسبة لمشكلات معينة³.

البحث العلمي باختصار يمثل كل ما هو استقصاء دقيق ونظم ودراسة متخصصة في موضوع معين، وذلك حسب أصول ومناهج معينة، يقوم به الباحث بغرض اكتشاف الحقائق والمعلومات وفقا لقواعد علمية دقيقة.

تجدر الإشارة إلى أنه يتسم البحث العلمي بعدة سمات نذكر منها مايلي⁴:

- يستهدف البحث العلمي اكتشاف العلاقة العلية أو السببية بين المتغيرات بما يساعد على التواصل إلى تعميمات أو مبادئ أو نظريات تساعد على فهم الظواهر والى توسيع أفاق المعرفة؛
- يسند البحث العلمي إلى التجريب في المواقف التي تسمح بذلك مع الالتزام بالمنطق لإثبات صحة فرضياته، والاستفادة من جمع المعلومات من المصادر الأولية والثانوية؛
- يتطلب البحث العلمي صبرا ومثابرة من القائمين عليه، بالإضافة إلى إلمامهم بأدبياته ومصطلحاته ومفاهيمه والقدرة على حلها.

ب- أهمية البحث العلمي

يعتبر البحث العلمي ومدى تطوره والاهتمام به هو الفاصل والفارق بين التقدم والتخلف، وتبرز أهميته خاصة كميدان سبق وتفوق بين الدول المعاصرة، خاصة في تفعيل ورفع كفاءة أرس المال البشري وأمثلية استغلال الموارد المادية، وكيفية تخصيصها في إطار التطورات التكنولوجية المستندة إلى التطبيق الابتكاري لنتائج البحوث العلمية، بالإضافة إلى دور البحث العلمي في تفعيل التعاون بين الدول والشعوب في إطار تنمية العلاقات الاقتصادية وتكاتف الدول في مواجهة المعضلات

الإنسانية. ولمواجهة المشكلات التي تواجه مختلف المؤسسات في المجتمع أصبحت منهجية البحث العلمي وأساليب القيام بها من الأمور المسلم بها في المؤسسات الأكاديمية ومراكز البحوث، لذلك فالباحث يحتاج إلى البحث العلمي وصولاً به إلى:

- تقديم المعرفة من أجل توافر ظروف أفضل لبقاء الإنسان وأمنه ورفاهيته؛

- إحياء بعض المواضيع القديمة وتحقيقها تحقيقاً علمياً دقيقاً؛

- اكتشاف حقائق لم يسبق إليها أي باحث من قبل؛

- فهم جديد للماضي وبحث جديد للحاضر⁵.

كما تتمثل أهميته في كونه الإطار الهادف لتمكين المجتمعات والمؤسسات في البحث عن المعرفة، والتعرف على مسببات الأشياء وإيجاد الحلول الكفيلة وسبل معالجتها، فهو عملية مستمرة يواصل فيها الباحثون من خلالها الإجابات الحقيقية التي يطرحها الواقع العلمي، لديهم لإثبات ظواهر إنسانية واقتصادية واجتماعية بغية تفسيرها، بدلائل ومؤشرات تتسم بالدقة بعيداً عن السبل التقليدية للفكر الكلاسيكي التي تعتمد على منهجية الحدس والتخمين في رصد العديد من الظواهر الإنسانية⁶.

ج- أهداف البحث العلمي

يمكن النظر للبحث العلمي بأنه يهدف إلى حل المشكلات ووضع التعميمات بعد التنقيب الدقيق عن جمع الحقائق المتعلقة بالظاهرة المراد دراستها، بالإضافة إلى تحليل جميع الأدلة التي يتم الحصول عليها، وتصنيفها تصنيفاً منطقياً، فضلاً عن وضع الإطار المناسب لتأييد النتائج التي يتم الوصول إليها⁷. ويمكن التطرق إلى أهم أهداف البحث العلمي وفقاً لما يلي⁸:

- تشجيع اجراء البحوث داخل مؤسسات التعليم العالي وخارجها مع نشر الثقافة والمعرفة بين الجماهير.

- العمل على سد حاجيات المجتمع من الكفاءات المتخصصة والمدرية.

- النظر في مشكلات المجتمع ومحاولة فهمها وتحليلها والبحث عن الحلول المناسبة لها.

- إعداد الخطط وبرامج البحث والتوسع في الدراسات العليا.

- فتح المجال بشكل واسع امام الأساتذة والمؤتمرات والندوات العلمية وتشجيعهم بنشر بحوثهم والانفتاح على المجتمعات الأخرى.

- تشجيع إنتاج المعرفة وتطويرها من خلال نقلها.

-يساهم في تدعيم القطاع السوسيو-اقتصادي وذلك بإنشاء مراكز بحثية متخصصة، ومجهزة مشتركة مع مؤسسات التعليم العالي.

- يساهم في وضع استراتيجية واضحة المعالم للإنتاج المعرفي للجامعة، من خلال تحقيقه للتنمية داخل المجتمع.

د- دواعي القيام بالبحث العلمي

هناك العديد من الاسباب والدواعي للقيام بالبحث من طرف الجامعات، يمكن حصرها في النقاط التالية⁹:

دعم الصبغة الفكرية والمهنية لدى اقتصاد المعرفة.

ملائمة النشاط الجامعي مع التطور الاقتصادي للمنطقة.

اقتراح كفاءات اقتصادية ضرورية، من المرجح ان تجلب اهتمام المؤسسات.

اعداد نشاطات التعليم والتكوين المستندة على البحث في ما بعد التدرج.

التميز الاكاديمي في اطار مهني.

الوصول إلى بعض صيغ التمويل.

- المحافظة وتحسين وضعيتها.

إن عدم تثمين نتائج البحث العلمي وعدم تسويقها ونقلها للجهات المعنية التي تحتاجها لاستغلالها واستثمارها فيما يفيد التنمية وحل مشاكل المجتمع، وهذا بسبب عدم وجود هيئات متخصصة في تسويق وترويج نتائج البحث العلمي ونقلها إلى

المستثمرين والمهتمين، أي هيئات وسيطة بين قطاع البحث ومختلف القطاعات (القطاع الاقتصادي والصحي والتربوي وغيرها)، وهذا سبب آخر جعل نتائج البحث تبقى حبيسة المخابر والكتب والرفوف، وهذا ما كشف عنه تقرير التنمية الإنسانية العربية لسنة 2003، حيث جاء فيه: "تواجه عملية ترويج نتائج البحث والتطوير صعوبات وعقبات أساسية بسبب ضعف الروابط بين مؤسسات البحث والتطوير وقطاعات المجتمع الإنتاجية وقصور ملحوظ في ممارسة النشاطات الابتكارية. وبقي الجزء الأكبر من الإنجازات البحثية والتطويرية والإبتكارية التي تتم في مؤسسات البحث والتطوير العربية غير مكتمل من حيث الوصول إلى حيز الاستثمار"، إن تهمين نتائج البحث العلمي قد تمكن دول نامية مثل الهند من الدخول بقوة في سوق تقنية المعلومات، حيث ارتفعت صادراتها في هذا المجال من 150 مليون دولار عام 1990 إلى 4 مليارات دولار عام 1999¹⁰.

3. المشاريع الابتكارية ذات التكنولوجيا العالية بالجامعة:

للتعرف على المشاريع الابتكارية ذات التكنولوجيا العالية وجب اولا التطرق الى المفاهيم المتعلقة بالابتكار وكذا الابتكار التكنولوجي

1.3 مفهوم الابتكار

ا: ماهية الإبتكار

يندرج مفهوم الابتكار في التطوير الخلاق، لذا يذكر كل من (De Ramecourt & pons)، "ابتكر اليوم ستعيش غد"،

(Qui innove aujourd'hui vivra demain)¹¹.

عرف الابتكار من طرف العالم الاقتصادي جوزيف اليوشومبيتر (1883-1950) Joseph alois schumpeter، بأنه تنفيذ تركيبات جديدة من وسائل الانتاج (اطلاق منتجات جديدة، أو طريقة منتج جديد، أو غزو سوق جديدة، أو مصدر جديد للمواد الأولية، أو تنظيم جديد)¹².

الابتكار هو أيضا تطبيق لأفكار جديدة التي تؤدي إلى تحسين ملحوظ على المنتجات، طرائق الإنتاج، التنظيم والتسويق داخل المؤسسة بكيفية تهدف إلى إحداث أثر إيجابي وناجح على أداء ونتائج المؤسسة¹³.

يعرف الابتكار كذلك بأنه كل ما هو جديد ومختلف يميز المؤسسة عن الآخرين ويمنحها دعما في المركز التنافسي وتحسين الأداء، سواء كان الابتكار في مجال المنتج أم طرق الأداء الإداري أو المالي أو التسويقي أو الإنتاجي¹⁴، لقد اضى التعريف السابق اجماع شامل لكل ما يمكن ان يقدم للمؤسسة دعما في المركز التنافسي وتحسين لأدائها، كما يرى رئيس مجلس إدارة شركة (Procter &Gamble) أن "جوهر الأعمال التجارية هو الابتكار، وأن أي مؤسسة إذا قامت بالابتكار بأسلوب جيد فإنها ستفوز بالنهاية"¹⁵.

يشكل الابتكار أيضا القدرة على خلق الحاجة لتركيبات جديدة من الافكار والموضوعات أو المعلومات أو الطاقات أو خليط من إثنين أو أكثر¹⁶. كما يعرف بأنه "النمط من التفكير الذي يهدف دائما إلى التطوير والتجديد"¹⁷.

من خلال التعريفين السابقين نلاحظ أنهما فضلا في الماهية الحقيقية للابتكار، إذ أنهما اعتبرا انه يمثل تفكير سديد يهدف إلى تقدم المؤسسة، وبالتالي فإن الابتكار يشكل نهج جديد ينظر اليه اولا انه يتأتى من مختبرات الابحاث ليتم استغلاله من قبل مؤسسة أو مجتمع¹⁸.

استخدم البعض مصطلح التجديد عند ترجمته لكلمة innovation وعلى سبيل المثال كتاب بيتر دراكر PETER Drucker، (innovation and entrepreneurship) حيث ترجم إلى العربية تحت عنوان المقالة والتجديد، في حين استخدم الابتكار بمعناه الواسع الجذري والتحسيني أكثر مما يعني التجديد¹⁹، بالإضافة إلى ذلك، هناك تعريف اخر للابتكار يشير إلى أنه "تغيير في ناتج الموارد، وتغيير في القيمة والرضا الناتج عن الموارد المستخدمة من قبل المستهلك"²⁰.

كما أن هناك من يترجم مصطلح innovation إلى كلمة الإبداع، في حين أن المرادف الصحيح لهذا المصطلح في العربية هو كلمة الابتكار²¹، لذا سوف نعتمد في كامل البحث على كلمة الإبتكار وترجمتها هي Innovation بالإنجليزية والفرنسية، ومعناها بالفرنسية حسب القاموس الفرنسي Le Petit Robert هو نتيجة للفعل Innover ومعناه

(Introduire dans une chose établie, quelque chose de nouveau, d'encore inconnu.)

أي تقديم شئ جديد معمول به، غير معروف²².

يمثل الابتكار كل ماهو جديد، يطال المنتج (سلعة أو خدمة أو فكرة)، أو عملية، أو وظيفة، بهدف إلى تميز المؤسسة ومنحها مركزا تنافسيا في الأسواق، كما أنه يسهم بشكل كبير في تقدم المجتمعات لأنه يشكل أسلوب تنموي شامل.

مما سبق يمكن أن نشير إلى أن إلى الفرق بين الابتكار (Innovation) والإبداع (Creativity) هو ما أشار كل من Garand و carrier من خلال أن "الإبداع يتعلق باستكشاف فكرة جيدة ومتميزة، أما الابتكار فيتعلق بوضع هذه الفكرة موضع التنفيذ على شكل عملية أو سلعة أو خدمة تقدمها المؤسسة لزيائنها، وإذا كان الإبداع متعلق بالأشخاص فإن الابتكار يتعلق بالمؤسسة وبنشاطها الإنتاجي والتسويقي²³.

✓ أهمية الابتكار

تتجلى أهمية الابتكار في العديد من النقاط، نذكر أهمها وفقا لما يلي:

- يساعد الابتكار على التطوير المستمر.
- يؤدي الابتكار إلى ايجاد اساليب وطرائق انتاج أو منتجات تجعل المؤسسات متميزة في طرح منتجاتها.
- يعمل الابتكار على تدعيم التنمية الاقتصادية والاجتماعية عبر ايجاد الاساليب والتقنيات التكنولوجية الملائمة والمدعمة للتنمية²⁴.

يشكل الابتكار أهمية كبيرة خصوصا من حيث نتائجه، إذ أنه قد أصبح العائد من الابتكار مهم ونتائجه في كثير من أحيان ماهرة (في حالة نجاحه)، حيث أصبح يغري الكثير من المؤسسات التي تسعى إلى تحقيق أرباح كبيرة ومعدلات نمو عالية، فعلى سبيل المثال من عوائد الابتكار نجد في شركة 3M الأمريكية أن حوالي 32% من جملة مبيعاتها البالغة عشرة مليارات دولار سنويا نتيجة لابتكارها سلع وخدمات جديدة²⁵.

ومن بين الاسباب التي يقوم عليها الابتكار نذكر²⁶:

- الابتكار يسمح بتحفيز الطلب.
- الابتكار يسمح بتحفيز العرض وخلق مصادر جديدة للملكية (الربح).
- الابتكار يسمح بأفضل فعل نحو المنافسة.

ب : الابتكار التكنولوجي وخصائصه

الابتكارات التكنولوجية هي الابتكارات الناتجة عن التطور التكنولوجي والتقني وتطور العلم والمعرفة، وهي ما تعرف بابتكارات دفع التكنولوجيا (Processes Technology Push)، وتكون جذرية حيث تمثل تجسيدا ملموسا لأفكار جديدة في ميدان العلم والمعرفة المنظمة²⁷.

فيمكن تعريف الابتكار التكنولوجي بطريقة دقيقة مثل، عملية تنطوي على أي شئ جديد التي تؤثر على مختلف أنواع الانتاج²⁸، كما يعرف الابتكار التكنولوجي بأنه عبارة عن تحسين يتم إدخاله على منتج موجود بالفعل، حيث تقدم التكنولوجيا للعلم أدوات تسهم في تحقيق طفرة كبيرة في قوته، كما أسهمت العلوم الجديدة في التطور التكنولوجي²⁹.

وقد ركز التعريف السابق على أن الابتكار التكنولوجي هو كل ابتكار مرتبط بالتكنولوجيا.

عرف J.Morin سنة 1986 الابتكار التكنولوجي على أنه "وضع حيز التنفيذ أو الاستغلال تكنولوجيا موجودة، التي تتم في شروط جديدة وترجم بنتيجة صناعية"³⁰.

ويكتمل الابتكار التكنولوجي عندما يتم إدخاله إلى السوق (إبتكار المنتج) أو استعماله في أساليب الإنتاج (إبتكار أساليب)، وذلك بتدخل كل أشكال النشاطات العلمية، التكنولوجية، التنظيمية، المالية والتجارية³¹.

الابتكار التكنولوجي هو "تلك العمليات التي تتعلق بالمستجدات الإيجابية، والتي تخص المنتجات بمختلف أنواعها، وكذا اساليب الانتاج"³²، كما عرفه Jean Paul Flipo (2001) بأنه "عملية تكون نتائجها غير مؤكدة لكن التحقيق فيه يكون أصلي، ويحتوي على خصائص تكنولوجية تخلق قيمة في المنتج أو العملية"³³.

بناءً على ماسبق نلاحظ أن مصطلح الابتكار التكنولوجي يتكون من جزئين، وهما الابتكار والتكنولوجيا، أي انه كل تطبيق تبديلي في التكنولوجيا والذي يمثل كل ماهو جديد يعتمد على معدات وأدوات وتقنيات وطرائق وقواعد، يؤدي إلى تغييرات في المنتج، وفي أساليب الانتاج وكذا التنظيم، ويكتمل بإدخاله إلى السوق.

✓ خصائص الابتكار التكنولوجي

يمكن إبراز مجموعة من الخصائص التي يتميزها الابتكار التكنولوجي، أهمها:

- الإبتكار التكنولوجي هو تطبيق معارف تكنولوجية فنية جديدة معترف بها أي مقبولة في السوق؛ معناه كل جديد يقوم على معلومات غير دقيقة يؤدي إلى نتائج غير فعالة رغم جاذبيتها من حيث الجمال أو غير ذلك، لا يعتبر إبداعاً تكنولوجياً؛
- الإبتكار التكنولوجي هو عملية تفاعل مركبة، في المستوى الأول هي داخلية حيث تتداول المعلومات بين مختلف الأقسام البحث والتطوير، الإنتاج والتسويق، أما في المستوى الثاني هو عملية تربط المؤسسة بالمحيط الخارجي مع المنافسين الموجودين والمحتملين، مع الزبائن والموردين وكذلك مع مراكز إنتاج العلم والتكنولوجيا؛
- يتطلب الابتكار التكنولوجي توفير موارد معتبرة سواء موارد مالية يحتاجها في مخابر البحث والتطوير والتنظيمات الفعالة للتسويق، كذلك موارد بشرية، حيث يحتاج إلى مجموعة معتبرة من الكفاءات المتخصصة من حيث تكوينهم ومعرفتهم الفنية³⁴.

- أن يكون مرتبطاً بالإنتاج والإنتاجية، أي أن كل ابتكار لا يؤدي إلى تحسين عملية الإنتاج أو استخدام عناصر الإنتاج ولا حتى في توفير منتجات جديدة أو تحسين المنتجات الحالية لا يعد إبداعاً تقنياً بالمعنى الصحيح؛
- لا ينبغي أن يكون له انتشاراً في الأسواق، أي غير محدود الفعالية والكفاءة لأنه يعتبر عاملاً أساسياً في المنافسة³⁵.

ج: ماهية مؤسسات التكنولوجيا العالية

قدمت عدة تعاريف لمؤسسات التكنولوجيا العالية من طرف عدة باحثين، سنحاول استعراض أهمها ولفترات زمنية متعاقبة:³⁶

من أهم التعاريف التي قدمت لسنة 1997 نجد تعريف Jones-Evans الذي عرفها "بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي حصلت على جائزة الجدارة والاستحقاق في مجال البحث والتطوير من الحكومة"، كما عرفها Tesfaye بأنها "مؤسسات تأسست من قبل الافراد الذين لديهم تعليم أكاديمي، وبحوث مكثفة، بحيث تشير كثافة البحث والتطوير إلى نسبة الموارد المحولة إلى أنشطة البحث اثناء عملية تكوين مؤسسة"، من خلال التعريفين السابقين نلاحظ ان الباحثان قد اتفقا على اعتبارها مؤسسات تركز بالدرجة الاولى على نشاط البحث والتطوير.

في سنة 2000 عرفت مؤسسات التكنولوجيا العالية من طرف Markman, Baron et Balkin بأنها تمثل "المبتكرون الذين طوروا براءة الاختراع"، لتقدم وكالة انشاء المؤسسات الفرنسية APCE في نفس السنة مفهوم أنها "تشمل المؤسسات المبتكرة، في مجال النشاط، تجاري، أو لاتزال في وضعية التطوير"، نلاحظ ان التعريفين قد ركزا على اعتبار مؤسسات التكنولوجيا العالية هي مؤسسات مبتكرة، بها مبتكرون يطورون براءة الاختراع.

أما في سنة 2001، قدمت عدة تعاريف من طرف مجموعة من الباحثين لمفهوم مؤسسات التكنولوجيا العالية، ومن بينها تعريف كل من Colombo et Delmastro اللذان اتفقا على اعتبارها "المؤسسات العاملة في قطاع تكنولوجيا المعلومات (الانترنت والبرمجيات، والوسائط المتعددة)، وإنتاج المعدات التكنولوجية (معدات الاتصال والمعدات الالكترونية)"، بينما عرفها Audretsch أنها هي "قطاع التكنولوجيا الحيوية" بينما اعتبرها Shane "براءات الاختراع التي تم إنشاؤها"، كما عرفها أيضا Christensen, Ulhoi et Neergaard في السنة ذاتها بأنها "تشكل مجموع مؤسسات قطاع

تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعلوم الحياة والتكنولوجيا الحيوية". نلاحظ من خلال ماسبق أن مجموع التعاريف السابقة قد اتفقت على اعتبار مؤسسات التكنولوجيا العالية بأنها تمثل المؤسسات الناشطة في قطاعي تكنولوجيا المعلومات والتكنولوجيا الحيوية، وذلك راجع لتنامي القطاعين في سنوات الالفينيات وخصوصا سنة 2001، باعتبارهما يشكلان قطاعان حيويان يعتمدان بالدرجة الأولى على الابتكار وكذا التكنولوجيا.

ويتطور تعريف مؤسسات التكنولوجيا العالية ويتنامى مع التطور الحاصل، ليعرفها سنة 2002 Gasse باختصار بمفهوم "المقاول-الباحث"، أي أنه دمج بين الجانب المهني الميداني وهو المقاول وكذا الجانب العلمي وهو البحث (الأكاديمي)، أما سنة 2003 قدم الباحث Autio مفهوما حديثا ومختصرا وشاملا لمؤسسات التكنولوجيا العالية، وهو أنها تشمل "المقاولتية عالية الامكانيات التي تتوافق مع الابتكار التكنولوجي"، وهو التعريف الجامع الذي اعتبر أن هاته المؤسسات هي التي تعتمد المقاولتية بالإمكانيات العالية المرتبطة حتميا بتوظيف الابتكار التكنولوجي، وبالتالي يمكننا تقديم تعريف شامل لمؤسسات التكنولوجيا العالية كالآتي: وهي مجموع توظيف كل من، المقاولتية، البحث، الامكانيات العالية، والابتكار التكنولوجي.

✓ تطور انشاء مؤسسات التكنولوجيا العالية:

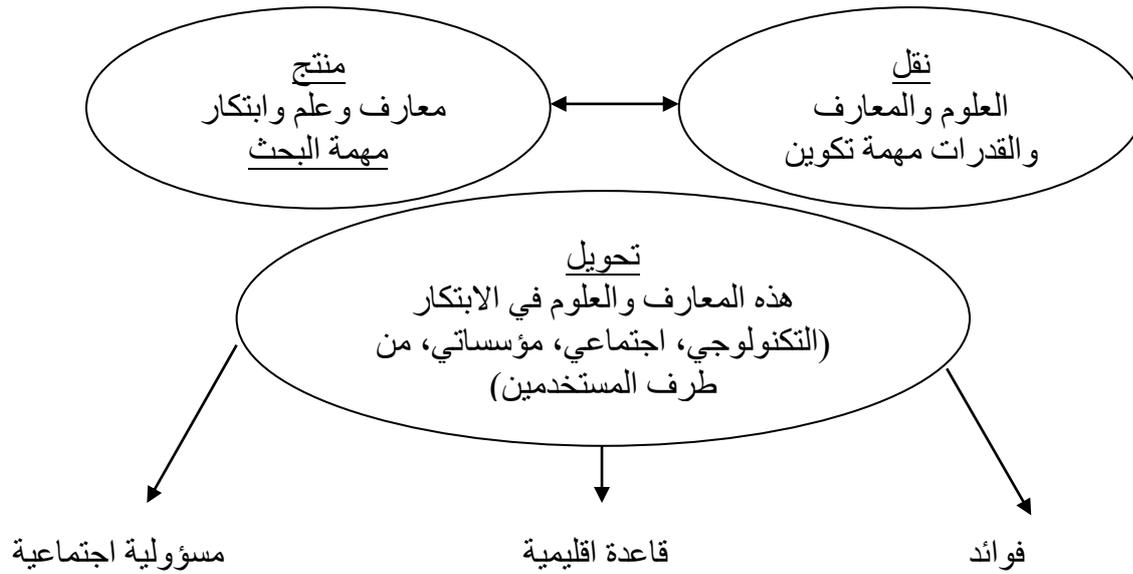
يمكننا القول أن مؤسسات التكنولوجيا العالية كانت موجودة دائما وفي كل عصر، حيث تم اقتراح الابتكارات التكنولوجية من قبل الافراد المبتكرين والمغامرين، وهذا هو الحال إبان الثورة الصناعية في ابريطانيا العظمى في القرنين السابع والثامن عشر، كما هو الحال أيضا بالولايات المتحدة الامريكية من القرن التاسع عشر، فعلى سبيل المثال الاحتفاظ على أول مؤسسة ناشئة من طرف اديسون (Edison) في سنة 1878 التي أثمرت المصابيح المتوهجة، هنا نتكلم عن (spin- off) إنشاء مؤسسة من طرف الباحثين، في معهد Massachusetts بأمریکا، إلى أنه في الستينيات 1960 بدأت البحوث المتعلقة بالمشاريع التكنولوجية تصبح أكثر أهمية، وفي سنة 1984 وللمرة الأولى شملت حدود البحث المتعلقة بالمقاولتية وتنظيم المشاريع قسما مخصصا بالكامل لمؤسسات التكنولوجيا العالية بكلية Babson.

إن أصل مؤسسات التكنولوجيا العالية يتم انشاء معظمها من خلال (spin- off)، أي إنشاء مؤسسة من طرف الباحثين، هذا يعني أن الغالبية من المقاولين هم من الجامعة أو من مراكز البحث أكاديمية، من منظور آخر يشمل مفهوم المقاولتية في الاعمال التجارية أيضا خالات المؤسسات الناشئة بدون دعم مباشر من مؤسسة حاضنة، لأن الموظف -هنا الباحث- ينشئ عمله على أساس المعرفة والمهارات المكتسبة في المنظمة، وعادة ما يجد صاحب المشروع منتجا جديدا أثناء عمله في الجامعة مثلا، أو في مؤسسة ما ومنه يستغل هذه الفكرة الجديدة³⁷.

4. عرض التجربة الفرنسية

يرتبط الابتكار التكنولوجي ارتباطا وثيقا بالجامعة وبشكل علاقة طردية، بحيث يتجلى ذلك من خلال مخرجات الجامعة التي تتمثل اساسا في مشاريع مبتكرة ذات الصبغة العلمية والتكنولوجية، فعلاقة الجامعة بالابتكار فإنها تتمثل وفقا للشكل التالي:

الشكل 1: المهمتين " التقليديتين " للجامعة وثالث ارتباط للابتكار



Source : Alain Storck , " Le rôle de l'université dans l'innovation et le développement territorial Forum Franco mexicain ", www.ctifranciamexico.com/images/eventos/Presentations_Forum2015/.../7UTCb.pdf, consulté le 11/11/2015,p.2.

1.4- من خلال إنشاء مؤسسات المنفصلة (spin-off) : ³⁸

يتم دراسة التثمين الاقتصادي للبحوث الجامعية من خلال إنشاء مؤسسات المنفصلة (spin-off)، والتي اعتبرتها انها تدل على مؤسسة تجارية جديدة تتشكل في البداية من الجامعة على يد أفراد من الأسرة الجامعية لغرض استغلال المعارف أو نتائج البحث المحصل عليها عن طريق النشاط الجامعي.

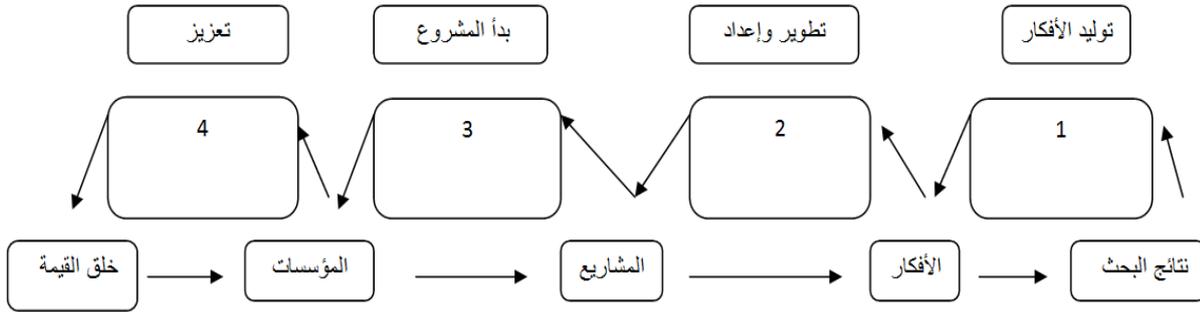
ويعتمد هذا المنطلق على كيفية استغلال المعارف أو نتائج البحث المحصل عليها عن طريق النشاط الاجتماعي، في إطار المؤسسة المنفصلة الجامعية ضمن منطق تحويل معارف الجامعات نحو مؤسسات الخاصة، بحيث تنصب هذه المعارف عموماً حول تكنولوجيا خاصة مستنبطة من نتائج البحث، مستهدفتاً بذلك أعضاء الطاقم العلمي (طلبة دكتوراه، دكاترة شباب، مساعدون، مكلفون بالدروس وأساتذة) الذين أجروا بحوث حصرية في مراكز بحث أو مخبر جامعية كانت نتائجها ذات بعد تكنولوجي معترف به.

عملية إنشاء مؤسسات المنفصلة (spin-off) تتم من خلال اعتماد الباحثين على تمثيل للمسار الاجمالي لعملية التثمين عن طريق المؤسسة المنفصلة من خلال وضع نموذج متعدد المراحل من قبيل المدخلات والمخرجات.

وقد كشف التحليل لهذا المسار بأنه ينقسم إلى اربعة مراحل متتابعة ضمن ما يمثله الشكل الموالي:

- توليد الافكار وتقييمها
- تطوير وإعداد مشاريع
- اطلاق المؤسسات (بدا نشاط المؤسسات)
- تعزيز مبدأ خلق القيمة

الشكل 2: نموذج لمراحل عملية التثمين عبر المؤسسات المنفصلة



Source : PIRNAY Fabrice et autre, « La valorisation économique des recherches universitaires par création d'entreprises (spin-offs) : définition et problématiques », IXIeme Conférence Internationale de Management Stratégique - " Perspectives en management stratégique ", AIMS 2000, Université Montpellier / France, 24-26 Mai 2000.p.9.

وبالتالي فإن التثمين الاقتصادي لنتائج البحث العلمي بالنسبة للجامعات يمثل نوعا من النشاطات التي لم تستعد الجامعات بشكل جيد لمزاومتها، وتستلزم سياسة التثمين كهذه أحداث تقرب بين تصورين مختلفين تماما للعلم، التصور العلمي الذي يرى أن العلم هو غاية في حد ذاته، والتصور الاقتصادي الذي يعتبر العلم مجرد وسيلة، وبالتالي فإن المشكلة الرئيسية في وضع سياسة تثمين اقتصادية تكمن في التوفيق بين هذين المنطقتين.

2.4- من خلال إنشاء مؤسسة مستمدة من مراكز بحث عمومية:³⁹

هذا المنطلق يتناول تثميننا خاصا للبحث ويتمثل أساسا في إشكالية تثمين البحث (الجامعي الأكاديمي) من خلال إنشاء مؤسسة انطلاقا من مراكز بحث عمومية، وبالتالي ربط الجامعة مع القطاع الصناعي وخلق نشاطات مبتكرة. ان الجاذبية التي يثيرها إنشاء المؤسسة (نشوء الرغبة) وتصور القدرة على النجاح في مشروع إنشاء مؤسسة، هما عنصران لا غنى عنهما في تشكيل النية في إنشاء مؤسسة، وفي السياق الخاص للبحث الأكاديمي تساهم درجة الرغبة في فعل الإنشاء في تفسير نية الإنشاء لدى الباحثين أكثر من تصورات الجدوى. وبصورة أدق فإن درجة الرغبة في الفعل تفسر في معظمها بالمعايير المهنية للباحثين وبالقيم السائدة في المحيط العلمي وتأثير البيئة العائلية على قرارات الباحثين كما تفسر أيضا برغبتهم في الرقي المهني (سواء من حيث المضمون أو من حيث الراتب والمسار المهني)، أما درجة الجدوى في تصور الباحثين فإنها تكون بحسب مؤهلاتهم، إذ أن أنظمة الإعانة ليس لها أثر كبير في نية الباحثين العموميين في إنشاء مؤسسة. أن درجة الرغبة في الفعل في سياق البحث الأكاديمي وفي ظل الشروط التجريبية تساهم في توقع نية صناعة باحثين في العلوم البحتة أكثر من تصورات قابلية الإنجاز، وان هذا المنطلق يعطينا معلومات عن مواصفات الباحثين عندما ينوون إنشاء مؤسسة خاصة بهم وعن العناصر المحددة لعملية الإنشاء قبل تحققها.

- الواقع أن الكثير من الباحثين يولون أهمية لمهنتهم التي يرون أنهم أهل لها ويرون أن الغاية منها هو تثمين إنجازهم العلمي والبيداغوجي بدل الخوض في الأغراض التجارية، وفي هذا الإطار ينبغي على مؤسسات البحث أن تضبط السياسات المشجعة لإقحام الأفراد الذين لهم ميل كبير للعمل المقاولاتي ومنفتحون على المؤسسة، ولذلك فإن مؤسسة البحث بإمكانها تطوير أنظمة مساعدة موجهة خصيصا للفئة أكثر ملائمة للعمل المقاولاتي (مثلا الدكتوراة الشباب أو الباحثين في الدكتوراه)، ويمكن استخلاص هذا الاستعداد من السمات الشخصية للباحثين (الوسط العائلي، التجربة الناجحة)، ويجب على مؤسسة البحث تركيز جهودها على سياسة الموارد البشرية التي من شأنها أن تؤدي إلى موقف مناسب إزاء فعل الإنشاء، وقد يكون من المفيد تطوير التصور السائد عند الباحثين حول القابلية المهنية لإنشاء مؤسسة (التسليم بالدور المهني) وبالنظر إلى الطريقة التي تتشكل بها هذه الإعتقادات الخاصة بالدور المهني يمكن أن نتصور تغيرا في طرق تقييم

الباحثين والترفيه في الوظائف الأكاديمية بغرض تقليص صراعات الدور التي قد يتصورها الباحثون (كأن يكون هناك تثنين مالي وعلمي لبراءات الإختراع المودعة)، كما أن توضيح حدود الدور المنوط بالباحث العمومي له أيضا أهمية، يتعلق الأمر هنا خصوصا بتحديد ما نقصده بثمنين البحث العمومي والطرق التي تشتمل عليها مثل هذه الممارسة ومن هو أجدر بتولي هذه المهام وما هي ظروف ذلك.

ولتحقيق ذلك من النافع الإستمرار في الحديث عن إنشاء المؤسسات في الوسط الأكاديمي وفي الواقع الذين ليس لديهم ميل اتجاه العمل المقاولاتي يتلقون من طرف مصالح التثمين ونقل التكنولوجيا في الجامعات موقفا أقل تشجيعا إزاء إقحامهم في مشروع إنشاء مؤسسة .

3.4- من خلال اتفاقية التدريب الصناعي في شركة ابحاث -CIFRE-: ⁴⁰

يمثل هذا المنطلق تبيان عمل واشتغال طلاب الدكتوراه في المؤسسات بعد اطروحة الدكتوراه، هل يمكن ان ينشروا المعارف التي اكتسبوها في الجامعة إلى ادارة المؤسسات؟.

ان نظام CIFRE فهو نظام لأطروحة الدكتوراه يسفر على جعل الجمع لطلاب الدكتوراه، مخبر، ومؤسسة حول مشروع بحث، هذه الاتفاقية تتضمن بالإضافة إلى الهدف الرسمي للحصول على طالب دكتوراه، اعداد مشروع مبتكر للمؤسسة وكذا التدريب الصناعي للطلاب، فهي تسهل الادماج المهني للشباب الدكتور.

- تحليل شبكات التعاون في المناطق الفرنسية من خلال تأطير طلبة الدكتوراه ضمن اتفاقية CIFRE، يسمح بتأكيد المكانة المركزية لمنطقة الالزاس الفرنسية، في النظام الابتكاري الفرنسي، خاصة تميز هذه المناطق في مجال التعاون بين العلوم والصناعة داخل أراضيها، وكذا مع المعاهد والمؤسسات الوطنية والدولية.

- تأطير طلبة الدكتوراه ضمن CIFRE، تستغل نتائجه للجهات الفاعلة في نظام التفاعل بين الجامعات والمؤسسات، هو نوع للتعاون ادى إلى تبادل المعارف بين المؤسسات والمخابر، ليس فقط المعارف الاكاديمية بل كذلك طرق العمل والمعرفة الفنية لبعض طلبة الدكتوراه التي يلعب فيها الطالب دور اساسي كوسيط.

ان تحويل المعارف يؤدي إلى تحويل فوائد في شكل منشورات وبراءات اختراع، وكذا اقامة وتأسيس ابتكارات جديدة تنظيمية في المؤسسات، اذ ان طلبة الدكتوراه "CIFRE" هم قواعد جد قوية كوسطاء بين الجامعات والمؤسسات، اذ يسهلون نقل المعارف بين منظماتهم، كما ان التعاونات الشخصية بين الجامعات والمؤسسات، مثل "CIFRE" اثارته بين باقي البلدان (من جانب التعاون المثالي بين المختبرات الاكاديمية والمؤسسات في ظل عمل بحث على نطاق واسع الاتصال، الذي هو المفتاح الحقيقي، وكذا من جانب تأطير أطروحات لطلبة الدكتوراه والذي يسمح بتوجيه الاتجاه المهني نحو عالم الشغل، والذي هو اولوية لسياسات الابتكار لدى معظم الدول).

5. خاتمة:

لم يعد يرضى البحث العلمي بالمفهوم التقليدي السابق له وهو كمحدد ونشاط عادي ضماني بالمؤسسات العلمية والجامعية بل فرض حتمية اعتباره كقضية وطنية تهتم كامل المجتمع وانه استثمار جيد لكل تقدم يطمح له أي اقتصاد، باعتباره الركيزة الاساسية التي تؤدي الى تنمية وإنشاء مشاريع مبتكرة، خصوصا ذات المقدر التكنولوجي العالي بالجامعة.

من خلال تحليلنا لموضوع مساهمة البحث العلمي في تنمية المشاريع المبتكرة ذات التكنولوجيا العالية وخصوصا بعد التطرق لتجربة الجامعة الفرنسية في ذلك، توصلنا من خلال هذه الورقة البحثية الى ضرورة الاقتداء بتجربة الجامعة الفرنسية، ليس فقط بثمنينها للبحث العلمي داخل اسوارها او بحيوية نشاطها الاقتصادي الخارجي، بل بتفعيلها الحقيقي لهمزات الوصل والروابط التي تربط الجامعة بالمحيط الاقتصادي، على سبيل المثال:

أ- إنشاء مؤسسات منفصلة (spin-off) ، بحيث تعتبر المشجع الحقيقي للمنافسة العلمية بالجامعة.

ب- إنشاء مؤسسة مستمدة من مراكز بحث عمومية، والتي تمثل نشاط خارجي مستقل مستمد من الجامعة له اثار على المحيط الاقتصادي.

ج- التفعيل الحقيقي والفعلي للاتفاقيات الصناعية بالجامعة.

6. قائمة المراجع:

- ¹ بويعسى كريم، "الابداع ادارة الابداع والبحث والتطوير في المؤسسة الاقتصادية -دراسة حالة : مجمع صيدال"، (مذكرة ماجستير: غير منشورة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة عمارثليجي الاغواط، 2010)، ص.154.
- ² بن يعطوش احمد عبد الحكيم، "إشكالية صعوبات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية وأفاق المستقبل"، ورقة بحثية مقدمة لأشغال الملتقى الوطني الاول حول اشكالية العلوم الاجتماعية في الجزائر واقع وأفاق، 08/07 مارس 2012، جامعة صادي مرياح بورقلة، ص.2.
- ³ هشام فوزي دباس العابدي وآخرون، " ادارة التعليم الجامعي -مفهوم حديث في الفكر الاداري المعاصر-"، (عمان : مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، 2008)، ص.555.
- ⁴ الطيب بالولي، "دراسة أنشطة البحث والتطوير على الابتكار في المؤسسات الصناعية -حالة عينة من المؤسسات في الجزائر-"، (اطروحة دكتوراه الطور الثالث : غير منشورة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة جامعة قاصدي مرياح -ورقلة، 2016)، ص.107.
- ⁵ نادية ابراهيمي، " دور الجامعة في تنمية رأس المال البشري لتحقيق التنمية المستدامة -دراسة حالة جامعة المسيلة-"، (مذكرة ماجستير: غير منشورة، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة فرحات عباس- سطيف 2013، 01)، ص ص. 49-50.
- ⁶ حرنان نجوى، "مساهمة ادارة المعرفة في تحسين جودة التعليم العالي -عينة من الجامعات الجزائرية-"، (أطروحة دكتوراه الطور الثالث : غير منشورة، قسم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2014)، ص.6.
- ⁷ مصطفى عبد العظيم الطيب، " ضمان جودة البحث العلمي في الوطن العربي- دراسة تحليلية -ميدانية"، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، المجلد الخامس، العدد 13، 2013، ص. 103.
- ⁸ حرنان نجوى، مرجع سبق ذكره، ص.7.
- ⁹ دويس محمد الطيب، "محاولة تشخيص وتقييم النظام الوطني للابتكار في الجزائر"، (اطروحة دكتوراه، غير منشورة، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرياح-ورقلة، 2012)، ص ص.23-22.
- ¹⁰ لعل بوكميش، "معوقات توظيف البحث العلمي في التنمية بالعالم العربي"، المجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، العدد 12، 2014، ص.8.
- ¹¹ N'Doli Guillaume ASSIELOU, "Evaluation des processus d'innovation", (Thèse Doctorat, Université de NANCY, INAPL soutenue le 10/12/2008), P.14.
- ¹² Blandine LAPERCHÉ, « l'innovation orchestrée risque et organisation », (France : l'harmattan, sans édition, septembre 2003).p.7.
- ¹³ بن نذير نصر الدين، " الإبداع ودوره في تعزيز تنافسية منظمات الأعمال"، مجلة الأبحاث الاقتصادية، العدد 4، جامعة البليدة، 2010، ص.227.
- ¹⁴ علي عبد الرضا الجياشي، "أثر حالة الابتكار في المنظمة على الابتكار التسويقي وانعكاساته على الأداء"، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد السادس، العدد 2، الأردن، 2003، ص.69.
- ¹⁵ حميد الطائي، بشير العلاق، "تطوير المنتجات و تسعيرها"، (الاردن : دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، د ط 2008)، ص.53.
- ¹⁶ محمد عجيلة، "الابداع في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية -دراسة لصفات ومعوقات ومحفزات الابداع - المؤسسة الاقتصادية للنايبب الناقلة للغاز بولاية غرداية -" (مذكرة ماجستير : غير منشورة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب بالبليدة، 2005)، ص.8.
- ¹⁷ علاء محمد سيد قنديل، "القيادة الادارية وإدارة الابتكار"، (عمان : دار الفكر ناشرون والموزعون 2009، ط1، 2010)، ص.123.

¹⁸ EUROPEAN COMMISSION, "Innovative strategies and actions Results from 15 Years of Regional Experimentation", http://ec.europa.eu/regional_policy/en/information/publications/evaluations-guidance_documents/2007/innovative-strategies-and-actions-results-from-15-years-of-regional-experimentation, October 2006, consulté le 10/10/2016, p.3.

¹⁹ نجم عبود نجم، "ادارة الابتكار - المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة -"، (عمان : دار وائل للنشر والتوزيع ، ط1، (2003)، ص.17.

²⁰ بن عنتر عبد الرحمان، " واقع الابداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر-دراسة ميدانية- "، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلة 24 العدد 1 ، 2008 ، ص.148.

²¹ طه عبد الرحمان سويبي، "استراتيجية الابتكار التسويقي ودورها في دعم القدرات التنافسية للمؤسسة -دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعات الالكترونية E.N.I.E"، (مذكرة ماجستير: غير منشورة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة عمارثليجي الاغواط، 2012)، ص.17.

²² Sandrine Fernez-Walch, François Romon, "Management de l'innovation : de la stratégie aux projets", (Paris : Vuibert, 2^e édition, 2010).p.12.

²³ بن يعقوب الطاهر، هباش فارس، " دور الابتكار التسويقي في اكتساب ميزة تنافسية لمنتجات المصارف الإسلامية"، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي حول : منتجات وتطبيقات الابتكار والمالية التقليدية والصناعة المالية الإسلامية، يومي 5 و6 ماي 2014، (الأكاديمية العالمية للبحوث الشرعية ISRA)، جامعة فرحات عباس سطيف، ص.4.

²⁴ شريف غياط، محمد بوقوم، "حاضنات الاعمال التكنولوجية ودورها في تطوير الابداع والابتكار بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة -حالة الجزائر -"، مجلة ابحاث اقتصادية وإدارية، العدد 6، ديسمبر 2009، ص ص. 57-58.

²⁵ محمد سليمان، "الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة -دراسة حالة :مؤسسة ملبنة الحضنة بالمسيلة -" (مذكرة ماجستير: غير منشورة، قسم علوم التسيير، جامعة المسيلة، 2007)، ص.32.

²⁶ Lendrevie et Lévyindon, «théorie et pratique du marketing», (paris : DALLOZ, 7^eme édition, 2003), pp.327-238.

²⁷ عامر ملايكية، " واقع وأهمية ابتكار المنتجات في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية باعتباره عامل لرفع القدرة التنافسية"، (مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة عنابة، 2006)، ص.13.

²⁸ OUKILM-said, « Economie et gestion de l'innovation technologique -recherche et développement », (Alger: office des publication universitaire, sans édition, 1995),p.17.

²⁹ عرابة رابع، عماري جمعي، " دور المعرفة في ابتكار الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة "، بحث مقدم إلى الملتقى العي الدولي حول : المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، 27-28 نوفمبر 2007، جامعة حسية بن بوعلي- الشلف، ص.3.

³⁰ Bouquet valérie, « système de veille stratégique au service de la recherche et de l'innovation prise de l'entreprise : principes -outils- applications », thèse de doctorat (non publié), université de droit de d'économie et de sciences d'aix , marseille 3, 1995, p.56.

³¹ الجوزي جميلة، " دور الابداع التكنولوجي في تعزيز القدرة التنافسية للدول العربية "، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 11، 2011، ص.276.

³² حجاج عبد الرؤوف، " الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: مصادرها ودور الابداع التكنولوجي في تنميتها- دراسة ميدانية في شركة روائح الورود لصناعة العطور بالوادي -"، (مذكرة ماجستير : غير منشورة، قسم علوم التسيير، كلية التسيير والعلوم الاقتصادية، جامعة 20 اوت 55 بسكيكدة، 2007)، ص.70.

³³ Jean paul flipo , « l'innovation dant les activités de service une démarche à rationaliser », édition d'organisation , paris , France, 2001, p.17.

³⁴ بوسلامي عمر، " دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية -دراسة حالة مجمع صيدال وحدة الدار البيضاء الجزائر العاصمة -"، (مذكرة ماجستير: غير منشورة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 01، 2013)، ص.06.

³⁵ حجاج عبد الرؤوف، " دور الإبداع التكنولوجي في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية -دراسة مقارنة بين وحدات مؤسسة كوندور ببرج بوعربريج باستخدام أسلوب تحليل مغلف البيانات خلال الفترة 2013-2014 -"، (أطروحة دكتوراه : غير منشورة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2015)، ص.23.

³⁶ Candido Vieira Borges Jr, et autre , « La création des entreprises de haute technologie (EHT) Examen de la documentation », la série des cahiers de recherche de la Chaire d'entrepreneurship, ISSN : 0840-853X, HEC Montréal Juillet 2003,p.5.

³⁷ Ibid, pp.3-6.

³⁸ PIRNAY Fabrice et autre, « **La valorisation économique des recherches universitaires par création d'entreprises (spin-offs) : définition et problématiques** », IXIeme Conférence Internationale de Management Stratégique - " Perspectives en management stratégique ", AIMS 2000, Université Montpellier / France, 24-26 Mai 2000, p p.04-19 , adaptée.

³⁹ EMIN Sandrine, « **L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français** », Le 21 novembre 2003, thèse pour l'obtention du doctorat, en sciences de gestion, Université Pierre Mendès Grenoble 2-France, pp.6-44, adaptée.

⁴⁰ LEVY Rachel, «**La Place de la recherche universitaire dans les systèmes d'innovation : une approche territorialisée** », Novembre 2005, Thèse De Doctorat, en Sciences Economiques université Louis Pasteur, France, pp.3-10, adaptée.

المرغبة المقاولاتية والإبداع لدى الشباب الجامعي

The intention to entrepreneurship and creativity among university youth

بومناد سيف الدين¹، سنوساوي عكاشة بشير²¹ جامعة مصطفى إيسطنبولي، معسكر، seifeddine.boumenad@univ-mascara.dz² جامعة وهران 2 محمد بن احمد، snoussaoui.bachir@gmail.com

تاريخ القبول: 2019/06/30

تاريخ المراجعة: 2019/04/12

تاريخ الاستلام: 2019/04/05

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل علاقة وأثر التعليم الجامعي على القدرة المقاولاتية والسلوك المقاولاتي الدافع لإنشاء مؤسسة، وتحليل هذه العلاقة من خلال خاصية القدرة على الإبداع لدى الشباب الجامعي بالمقارنة مع الشباب غير الجامعي، واعتمدت الدراسة على اختيار عينة عرضية من مراكز التسهيل ومشاغل المؤسسات ومكاتب التوظيف، وهذا لمقارنة الراغبين في إنشاء مؤسسة بغيرهم في ما يخص القدرة على الإبداع، وقدرت عينة الدراسة بـ 157 شاب. وقد تم جمع البيانات باستعمال الاستبيان الذي صمم بهدف دراسة خصائص الفرد والقدرة على الإبداع بالإضافة إلى الرغبة في إنشاء مؤسسة، ومن أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة دلالة الفروق بين الشباب الجامعي وغير الجامعي في ما يخص القدرة على الإبداع لصالح الشباب الجامعي من جهة، ودلالة الفروق بين الشباب الراغب في إنشاء مؤسسة وغيرهم في ما يخص القدرة على الإبداع لصالح الراغبين في إنشاء مؤسسة.

كلمات مفتاحية: المقاولاتية، الإبداع، الشباب الجامعي.

تصنيف JEL : L26, J24, M2

Abstract:

This study aims to highlight the impact of university education on the entrepreneurial intention that motivates the creation of the business, this relationship that requires first and foremost the ability of creativity in young people, in order to carry out this research we have opted for a comparative method between young people from university education compared to other young people in terms of the ability to be creative, and young people who have entrepreneurial intention to others who do not have this intention in terms of their creative capacity, our sample consisted of 157 young people, this study resulted in significant differences between university students and others in their ability to be creative, and young people who already have entrepreneurial intent in their ability to start a business, so the university plays a key role in the transition of Algerian youth from entrepreneurial intent to entrepreneurial action.

Keywords: Entrepreneurship, Creativity; University youth

Jel Classification Codes: L26, J24, M2

المؤلف المرسل: بومناد سيف الدين، الإيميل: seifeddine.boumenad@univ-mascara.dz

1. مقدمة:

يعدّ مفهوم المقاول والمقاولاتية من المفاهيم المتطورة مع تغير الزمان والمكان، إذ أصبحت أغلب الدول تركّز على إنشاء مؤسسات باختلاف أنواعها وجعل أهدافها تلمس عدة مستويات في ظل عالم متغير يسوده التنافس، وهذا لأهمية النية المقاولاتية في تحريك واستثمار المهارات الكامنة لدى الموارد البشرية، فالعامل البشري أي الشخص المقاول هو أهم

الجامعي

عنصر في هذه الظاهرة، ونظراً لاهتمام الواسع لدى القائمين على الدولة الجزائرية في تنمية الحس المقاولاتي وتحفيزه من خلال عدة ميكانيزمات وضعتها الدولة، على أساس هذا اهتمامنا في هذه الدراسة على القدرات الابداعية ودور الجامعة في تنمية هذه الاخيرة لدى الشباب الجزائري بالمقارنة مع الشباب غير الجامعي ،

أولاً: الإطار المنهجي

1. إشكالية البحث وتساؤلاته:

في إطار تحديات النظام الاقتصادي العالمي وما يعرفه من تحولات على أكثر من صعيد أضحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عاملاً حقيقياً للتنمية، فينبغي عليها أن تأخذ على عاتقها الأعباء الناتجة عن البحث عن موقع جديد ضمن خريطة الاقتصاد العالمي الجديد، كلها عوامل أدت بالمؤسسة المعاصرة إلى البحث على من يقودها نحو النجاح، إذ يعتبر العنصر الأكثر أهمية هو الاهتمام بالموارد البشري للمؤسسة، حيث أنه من أهم التغيرات الجذرية التي أحدثتها التوجهات الفكرية المعاصرة على مفهوم المؤسسة الصغيرة والمتوسطة وهو المقولة، نظراً لأهميته الفائقة وقدرته على المساهمة إيجابياً أو سلبياً في بناء المؤسسة ونجاحها، وبناء على ما سبق ذكره فإن إنشاء المؤسسات في عصرنا الحالي مرهون بعدة عوامل ومتغيرات و على الهيآت المعنية الأخذ بعين الاعتبار كل هذه الأمور من خلال التغيير والتطوير المستمر لأنظمتها، والتشخيص المستمر لذلك.

في ظل ما ذكر سابقاً تتمحور إشكالية الدراسة حول دور خاصية القدرة على الإبداع لدى خريج الجامعة في تحفيز الرغبة في إنشاء مؤسسة ومقولة خاصة بحيث تكون هذه الأخيرة قيمة مضافة من ناحية السلعة والخدمة المقدمة في السوق؟ وهل للجامعة الجزائرية دور في تعزيز القدرة الابداعية لدى الشباب؟ وبصيغة أخرى هل توجد فروق بين الجامعيين وغير الجامعيين فيما يخص القدرة على الإبداع؟ وهل توجد فروق بين الراغبين وغير الراغبين في إنشاء مؤسسة في ما يخص القدرة على الإبداع؟

2. فرضيات الدراسة:

يرى الباحثان أن الولوج إلى الجامعة باعتبارها مركز لنقل المعرفة وتهيئة الشباب لسوق العمل، الأمر الذي يشكل عامل رئيسي في تعزيز القدرة على الإبداع لدى الشباب الجامعي، مما يؤثر إيجاباً في الرغبة في إنشاء مقولة خاصة، وهذا عكس الشباب غير الجامعي. وبالتالي:

أ. هناك فروق دالة بين الشباب الجامعي وغير الجامعي في ما يخص القدرة على الإبداع.

ب. هناك فروق بين الراغبين وغير الراغبين في إنشاء مؤسسة في ما يخص القدرة على الإبداع.

3. التعاريف الإجرائية:

✓ القدرة الإبداعية: هي مهارة تساعد الشاب الجزائري في التطور والتغيير نحو الأفضل والتكيف مع التغيرات وتحقق قيمة مضافة إجتماعياً واقتصادياً.

✓ الرغبة في إنشاء مؤسسة: وهي رغبة الشاب في إنشاء نشاط اقتصادي هدفه الربح وتحقيق قيمة مضافة.

4. أهمية البحث وأهدافه:

وتتمثل أهمية هذه الدراسة في الجوانب التالية:

- التعرف على أهمية القدرة الإبداعية في صقل شخصية المقاول .
 - الكشف عن دور الجامعة الجزائرية في تعزيز القدرات المقاولاتية للشباب الجزائري.
 - تكمن أهمية الدراسة أيضاً في كونها تعرفنا على آليات الدعم الحكومية لأصحاب المشاريع المقاولاتية.
- كما تهدف الدراسة أساساً إلى:

- التعرف على الفروق فيما يخص القدرة الإبداعية بين الشباب الجامعي وغيرهم.

- الكشف عن أهمية القدرة على الإبداع في تعزيز الرغبة المقاولاتية.

ثانيا: الإطار المفاهيمي

1. مفهوم المقاول:

في مفهوم المقاول وضّح (خدري و بطاهر 2013) أنّ خلال العصور الوسطى كانت كلمة المقاول تعني الشخص الذي يشرف على مسؤولية ويتحمل أعباء مجموعة من الأفراد، ثم تطوّر وأصبح يعني الفرد الجريء الذي يسعى من أجل تحمّل مخاطر اقتصادية.

أما خلال القرنين السادس عشر والسابع عشر فقد كان يعد الفرد الذي يتجه إلى أنشطة المضاربة. ويعتبر "ساي" (Say, 1803) من أوائل المنظرين لهذا المفهوم إذ اعتبره المبدع الذي يقوم بجمع وتنظيم وسائل الإنتاج، بهدف خلق منفعة جديدة

كما عرف "شوم بتر" (Chum Peter) في سنة (1950) المقاول، بأنه ذلك الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة لتحويل فكرة جديدة أو اختراع جديد إلى ابتكار وبالتالي فوجود قوى الزيادة "التدمير الخلاق" في الأسواق والصناعات المختلفة تنشأ منتجات ونماذج عمل جديدة، وبالتالي فإن الريّاديين يساعدون ويقودون التطور الصنّاعي والنمو الاقتصادي على المدى الطويل.

وحسب كل من "جوليان و مارشسناي" (Marchesney & Julien) فهو الذي يتكفّل بحمل مجموعة من الخصائص الأساسية: يتخيل الجديد ولديه ثقة كبيرة في نفسه، المتحمس والصلب الذي يحبّ حل المشاكل ويحبّ التسيير، الذي يصارع الروتين ويرفض المصاعب والعقبات وهو الذي يخلق معلومة هامة.

غير أن المقاول ليس بالشخص الخيالي، وإنما هو عبارة عن شخصية تتصرف بمفردها وبشكل مستقل "مقاوم، متمرد، ومبدع". (خدري و بطاهر، 2013، ص.03)

فيما يخصّ أفعال المقاول فهي تكون نتيجة تداخل ثلاث عناصر هي:

- الجانب المعرفي: كلّ ما تعرف عليه المقاول يساعده في تغيير نظرتة وينعكس ذلك على مهامه.

- الجانب البيئي: وهو الجانب المحيط و الجانب السوسيوثقوي و الجانب التّساهمي و العلاقة مع الزبائن و العملاء.

- الجانب القيمي: وهو الوضعية المختارة في المجتمع أو التي تدفعه للوصول إليها.

(jurquet, 2013 & Schott)

وعليه فالمقاول هو الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة على تحويل فكرة جديدة أو اختراع إلى ابتكار يجسد على أرض الواقع إذا كان لديه الموارد الكافية، بالاعتماد على معلومة هامة، من أجل تحقيق عوائد مالية، عن طريق المخاطرة، ويتصف بالإضافة إلى ما سبق بالجرأة، الثقة بالنفس، المعارف التسييرية، والقدرة على الإبداع، وبهذا يقود التطور الاقتصادي للبلد.

بالإضافة إلى العديد من المهارات الواجب توفرها يرى "بوشناتة و بوسهيمين" (2009) أنه لا بدّ تتوفر المهارات التالية في المقاول الناجح:

1. المهارات التقنية: وهي تتمثل في الخبرة، المعرفة، والقدرة التقنية العالية المتعلقة بالأنشطة الفنية للمشروع في

مختلف المجالات من إنتاج، بيع، تخزين وتمويل وهذه المهارات تساعد في إدارة أعمال المشروع بجدارة.

2. المهارات التفاعلية: وهي قدرات الاتصال، نقل المعلومات استلام، ردود فعل، مناقشة القرارات قبل إصدارها،

الإقناع. التي يحتاجها المقاول في حالة تحويل الصلاحيات اللازمة لإدارة النشاط للآخرين.

3. المهارات الإنسانية: وتتمثل في القدرات التي تمكن المقاول من تطوير علاقاته مع رؤوسيه وزملائه لخدمة المشروع

والمؤسسة بشكل عام، حيث أن هذه العلاقات تبني على الاحترام والثقة والدعم المستمر للعنصر البشري داخل

المؤسسة والاهتمام بمشكلاته خارج المؤسسة، وهي قدرات تتعلق بالاستجواب والتحفيز والاستمالة للآخرين والمعاملة الحسنة والتصرف اللبق مع أعضاء المؤسسة.

4. **مهارات فكرية:** تتمثل في اكتساب أسس ومبادئ علمية في ميدان الإدارة واتخاذ القرار والمحاكمة المنطقية وتحليل المشكلات وإيجاد العلاقات بين المشكلات وأسبابها وحلولها.

5. **مهارات تحليلية:** أي القدرة على التفكير المجرد حيال نظرتهم إلى مؤسساتهم التي تعمل ككل وليس كجزء وان أجزاءها ووظائفها تتربط مع بعضها البعض لتصبح كلا في محيطها، حيث أن هذا الإدراك في حد ذاته تخوله تعقيدات العمل الحاصلة أمامه بعد مواجهته أغلبية المشاكل ليتمكن فيما بعد من وضع الحلول المناسبة.

2. ماهية المقاولاتية:

وكما تعددت تعريف المقاول تعددت أيضا التعاريف التي تناولت المقاولاتية، إذ عرفها كل من (خدري و بطاهر 2013) على أنها "الفعل الذي يقوم به المقاول والذي ينفذ في سياقات مختلفة وبأشكال متنوعة، فيمكن أن يكون عبارة عن إنشاء مؤسسة جديدة بشكل قانوني، كما يمكن أن يكون عبارة عن تطوير مؤسسة قائمة بذاتها. إذ أنه عمل اجتماعي بحث على حد قول "مارسال و موس" (Mauss & Marcel) (1923-1924). ويعرف "بيرانجر" (Beranger) وآخرون المقاولاتية (Entrepreneuriat) المشتقة من (Entrepreneurship) والمرتكزة على إنشاء وتنمية أنشطة، فالمقاولية يمكن أن تعرف بطريقتين:

- **على أساس أنها نشاط:** أو مجموعة من الأنشطة والسيرورات تدمج إنشاء وتنمية مؤسسة أو بشكل أشمل إنشاء نشاط.

- **على أساس أنها تخصص جامعي:** أي علم يوضح المحيط و سيرورة خلق ثروة وتكوين اجتماعي من خلال مجابهة خطر بشكل فردي.

أما "آلان فايول" (Alain Fayol) فقد حددها على أنها حالة خاصة، يتم من خلالها خلق ثروات اقتصادية واجتماعية لها خصائص تتصف بعدم التأكد أي تواجد الخطر، والتي تدمج فيها أفراد ينبغي أن تكون لهم سلوكيات ذات قاعدة تخصص بتقبّل التغيير وأخطار مشتركة والأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي. أما بالنسبة للأنجلوساكسونيون وخاصة الأمريكيون فقد استعملوا المصطلح منذ سنوات التسعينات، إذ نجد أن البروفيسور "هاوارد ستيفانسون" (Howard Stevenson) بجامعة "هارفارد" (Harvard) يوضح بأن: "المقاولاتية عبارة عن مصطلح يغطي التعرف على فرص الأعمال من طرف أفراد أو منظمات ومتابعتها وتجسيدها

إذن المقاولاتية هي الأفعال و العمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول، لإنشاء مؤسسة جديدة، أو تطوير مؤسسة قائمة في إطار القانون السائد، من أجل إنشاء ثروة، من خلال الأخذ بالمبادرة، وتحمل المخاطر، و التعرف على فرص الأعمال، ومتابعتها وتجسيدها على أرض الواقع.

3. الخصائص النفسية للمقاول:

يحتاج المقاول إلى مجموعة مواصفات تجعل منه المقاول الناجح والمسير الجيد، وهذا عن طريق الدمج بين مجموعة من الصفات الشخصية، ويمكن عرضها من خلال مجموعة من المقومات التالية:

1. **الحاجة إلى الإنجاز:** أي تقديم أفضل أداء والسعي إلى إنجاز الأهداف وتحمل المسؤولية والعمل على الابتكار والتطوير

المستمر والتميز، ولذلك فالمقاول دائما يقيّم أداءه وإنجازه في ضوء معايير قياسية وغير اعتيادية.

2. **الثقة بالنفس:** حيث يمتلك المقومات الذاتية والقدرات الفكرية على إنشاء مشروعات الأعمال وذلك من خلال

الاعتماد على الذات والإمكانيات الفردية وقدرته على التفكير والإدارة واتخاذ القرارات لحل المشكلات ومواجهة

التحديات المستقبلية، وذلك بسبب وجود حالة من الثقة بالنفس والاطمئنان لقدراتهم وثقتهم بها) (Adam,2009,p.165).

الأفراد الذين يملكون الثقة بالنفس يشعرون بأنهم يمكن أن يقبلوا التحديات ويجعلون أعمالهم ناجحة، إنهم يملكون شعورا متفوقا، إذ أنّ لديهم القدرة على ترتيب المشاكل وتصنيفها والتعامل معها بطريقة أفضل من الآخرين والاستفادة من الأخطاء (النجارو العلي، 2010، ص.33)

3. الرؤية المستقبلية: أي التطلع إلى المستقبل بنظرة تفاؤلية وإمكانية تحقيق مركز متميز ومستويات ربحية متزايدة.

4. التضحية والمثابرة: يعتقد المقاولون بأن تحقيق النجاحات وضمان استمراريتها، إنما يتحقق من خلال المثابرة والصبر والتضحية برغبات آنية من أجل تحقيق آمال وغايات مستقبلية، ولذلك فالضمانة الأكيدة لهذه المشروعات إنما تنبع من خلال الجهد والاجتهاد والعطاء (Adam,2009,p.161)

5. الرغبة في الاستقلالية: ويقصد بها الاعتماد على الذات في تحقيق الغايات والأهداف، والسعي باستمرار لإنشاء مشروعات مستقلة لا تتصف بالشراكة خاصة عندما تتوافر لديهم الموارد المالية الكافية، كما يستبعد المقاولون العمل لدى الآخرين تجنباً لحالات التحجيم بحيث يتمكنون من التعبير والتجسيد الحقيقي لأفكارهم وآرائهم وطموحاتهم. كما " يوفر لهم إنشاء المؤسسات الخاصة الدخل الكافي للمعيشة وتحقيق الثراء، إلى جانب التحكم في شؤون العاملين لديهم مما يعطهم استقلالية في العمل، وهذا ما سماه "شومبتر" (Shumpeter) بالمملكة الصغيرة (Adam,2009,p.163).

6. إدارة انفعالات الآخرين: هي قدرة الفرد على التأثير الإيجابي في الآخرين والتجاوب بفعالية مع مشاعرهم ورغباتهم، وقدرته على تطوير مشاعر الآخرين ومزاجهم وتحسينها، ومساعدتهم على التخلص من المشاعر السلبية بمهارة.

7. الاستقلال الذاتي: هي قدرة الفرد أن يقر مصيره وأن يكون مستقل بذاته وقادر على مقاومة الضغوط النفسية عند التفكير، والتصرف بمواقف معينة. (صالح، 2014، ص.35)

وأضاف النجارو العلي بعض الخصائص التي يميز بها المقاول وتتمثل في :

8. التفاؤل: يمتلك أصحاب الأعمال الصغيرة خاصية تفاؤلية أكثر من غيرهم فهم غير متشائمين ومتفاؤلون أكثر من غيرهم، فالتفاؤل جزء من النجاح خاصة عند الاستفادة وتحويل الفشل إلى نجاح.

9. النظام والمنهجية: أصحاب الأعمال الصغيرة والرياديين لديهم القدرة على ترتيب وتنظيم وقتهم بشكل جيد، وهم قادرون على الرؤية الواقعية وإدراك التفاصيل الدقيقة والربط بين المتغيرات

10. الرغبة في النجاح: هم الأشخاص الذين يمتلكون درجات أكبر من الأشخاص العاديين من حيث الرغبة في النجاح حيث يقدمون مسؤولية ذاتية لأعمالهم ولوظائفهم والقفر فوق الحواجز والتشبث بالهوية.

11. الاندفاع للعمل: مستوى الإندفاع والحماس يكون مرتفع بالمقارنة مع الأشخاص العاديين حتى يمكن أن يأخذ شكل العناد والرغبة في العمل الصعب أو الشاق، إن أصحاب المشروعات الصغيرة يزدنون ويتألقون في مواجهة التحديات.

12. الاستعداد الطوعي للعمل لساعات طويلة: إن أي شخص يملك عملا صغيرا لا يمكن أن يعمل ثمان ساعات يوميا و خمسة أيام في الأسبوع، فهو أول القادمين وآخر المغادرين وقوة الإرادة تمكنهم من عمل حتى في حالة المرض وعدم أخذ إجازات مرضية أثناء العمل والابتعاد عن المرض بعينه.

13. الالتزام: لا بد لأصحاب الأعمال الصغيرة من إدامة تركّزهم على أهدافهم ويمكن لأي شخص أن ينجح في العمل بشرط أن لا يتراجع، وتؤكد دراسات وجود علاقة إيجابية بين مدى الالتزام ومستوى نجاح العمل. فالالتزام يتعدى أساسا على التضحية. (النجارو العلي، 2010 ص33)

14. **القدرة القيادية:** وتعتبر أنها العلاقة العامة بين أعضاء جماعة من الجماعات حيث يكتسب القائد مكانة خلال المشاركة الفعالة وإظهار قدرته على تحمل المسؤولية وتسيير بعض المهام أو الأعمال التعاونية بهدف الوصول بها للإنجاز وتحقيق أهدافه (أبو الحجاج، 2009، ص.116)
- إن القائد لابد أن يتمتع بمجموعة الخصائص الذاتية التي تمكنه من أن يكون فعالا سواء في طرح الرؤية الملهمه أو التأثير في الآخرين وفي هذا السياق يمكن أن نحدد خمس خصائص بالإضافة إلى نوعيّة المرؤوسين :
- **الرؤية (Vision):** رؤية القائد هي تصريح بما ستكون عليه الشركة في المستقبل، والقائد هو المحرك الأساسي في ضبط الاتجاه وتوجيهه وتخصيص الموارد، فان الظروف تخلق احتمالات شتى واحد منها ملائم وكل البدائل الأخرى غير ملائمة .
 - ولهذا فان الرؤية هي التي تقدم مسار النشاط وفق تفضيلات القائد وهي التي تعكس الهوية والتفكير الاستراتيجي و البراعة الذهنية في جعل الشركة هي المبادرة في صنع الأحداث وتحقيق الأهداف وقيادة السوق. وبناء على ذلك نقول لاقادة بدون رؤية تكون جزء من حلم اكبر هو ما تقدمه القيادة لتحريك كل ما حولها، ولنتذكر ذلك القول المأثور بان الشيء الحقيقي في الاكتشاف لا يتمثل في الوصول إلى أرض جديدة بل في رؤية الأشياء بعيون جديدة هي عيون القائد الذي يأتي بالرؤية الجديدة .
 - **الكاريزما:** ان الرؤية العظيمة الملهمه بحاجة الى الشخصية القوية الجذابة المقنعة بإمكانية تحقيق هذه الرؤية. إن التغيير الكبير الذي تأتي به الرؤية يمكن أن يثير مخاوف وقلق ومقاومة ، وكل هذه المواقف يمكن للشخصية الكاريزمية أن تبدها في وقت قياسي ليتاح لمن لا يمتلك مثل هذه الخصائص .
 - **البراعة (Dextérité):** إن البراعة في القيادة ليست سوى المهارة والقدرة على التصرف القيادي في الموقف التي تواجه القائد. إنها الحرفية القيادية والخبرة في التعامل بطريقة تقديم الدليل المرة تلو المرة الأخرى، على القائد أن يقود ويوجه ويؤثر في الآخرين. ان القيادة في بعدها الرشيد (Rational) هي مجموعة الخبرات المتراكمة لنماذج القيادة في المواقف المختلفة ، ومثل هذه البراعة هي التي تضمن للقيادة سرعة البديهة ومعالجة المواقف الجديدة بقدرة عالي من الاستعداد جراء هذه الخبرات الكبيرة .
 - **الذكاء العاطفي (Emotional Intelligence):** إن ممّا يمتاز به القادة هو إن المعامل العاطفي Emotional quotient) يكون عاليا مما يؤهلهم للتأثير في الذين يعملون معهم والذكاء العاطفي هو القدرة على فهم واحترام عواطف الآخرين والتأثير بها والاستجابة الذكية لها وهذه السمة هي التي تقرب القائد من فريق العاملين معه بطريقة فعالة.
 - **القيم (Values):** إنّ "كوزيس و بوسنير" (kouzes and posner) في كتابهما "تحدي القيادة " وجدا من خلال مسح شمل آلاف الأفراد أن النزاهة هي السمة الجيدة الأكثر تكرارا التي يجب توفرها في القيادة . إن قيم الأداء التي يحتاجها القائد للتقدم نحو تحقيق الرؤية، بحاجة إلى قيم أخلاقية كالنزاهة والعدالة. كما يحتاج إلى الثقة للتقدم في علاقاته مع العاملين الذين يتطلعون للقائد كقدوة في الأداء و قدوة في القيم والأخلاقيات التي تحد من الانتهاكات الأخلاقية التي تضمن سمعة الشركة خارجها وسلامة وتعزيز العلاقات داخلها في المدى البعيد. وهذا خلاف القائد " الميكافيلي " الذي يمكن أن يكون ناجحا في المدى القصير " قائد الصفقة والفترة الانية " ولكنه لن يكون قائد العلاقات بعيدة الأمد .
 - **نوعية المرؤوسين:** لا يمكن فهم القيادة على أنها مسألة فردية رغم أهمية كاريزما القيادة وبراعتها وانما هي فعالية ذلك المزيج من فعالية القائد التي تتحول من خلال تأثير القيادة إلى فعالية وكفاءة المرؤوسين. إن فعالية القيادة (Leadership effectiveness) هي الممارسة الناجحة للتأثير الشخصي بما يحقق الأهداف

المشتركة والواقع أن التأثير الشخصي للقائد يكون عظيم التأثير مع رؤوسين كفوؤين ومؤهلين و يمكن أن لا يكون كذلك مع رؤوسين خاملين وغير مؤهلين ويفتقرون للحماسة. إن القائد يجب إن يحسن اختيار رؤوسيه ويساهم في تطويرهم وتحفيزهم وإلهامهم برؤيته من أجل تحقيق ذلك المزيج الفعال من القائد والمرؤوسين لتحقيق الأهداف المشتركة الكبيرة .

• الظروف المحيطة :

وفي مقابل خصائص القائد والمرؤوسين هناك الظروف التي تمثل بشكل كبير الأبعاد الموضوعية التي تتعامل معها القيادة بطريقة أو بأخرى لضمان تحقيق رؤيتها وأهدافها. إن الظروف الخارجية هي ذات بعدين :

1. البيئة الخارجية العامة : وهي مجمل الظروف السياسية والقانونية والاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية

والثقافية السائدة في البلد والتي تؤثر على الشركة، وهذه الظروف عندما تكون مشجعة فإنها توفر دوافع ومحركات إضافية للقيادة من أجل العمل والمبادرة والابتكار، ولكن عندما تكون غير مشجعة وتتسم بالاضطراب وعدم الاستقرار فإنها تأخذ الكثير من التفكير والجهد من أجل الحد من تأثيراتها السلبية على الشركة، ومع التأكيد على دور القيادة في التأثير على هذه الظروف الخارجية ، إلا أن هذا يتطلب جهداً جماعياً لقطاع الأعمال بالتعاون مع الحكومة من أجل بيئة أعمال أفضل للجميع . (نجم عبود، 2012، ص54)

2. البيئة الخارجية الخاصة : وهذه تتمثل بأصحاب المصالح الذين يتأثرون ويؤثرون بشكل مباشر بأعمال و

أنشطة الشركة كما هو الحال في الزبائن، المنافسين، النقابات حملة الأسهم .

ففي عصر المسؤولية الاجتماعية والاهتمام بالزبون جرى التحول من المسؤولية الاقتصادية للشركات التي تركز على مسؤولية واحدة هي المسؤولية حيال المالكين أو حملة الاسهم (Stakeholders) الى المسؤولية الاجتماعية بالتركيز على أصحاب المصالح (حيث أصبح حملة الأسهم يمثلون احد أصحاب المصالح) .

إن القيادة تدرك اليوم أهمية العلاقات بعيدة الأمد مع أصحاب المصالح ليس فقط لانهم يمثلون راس مال جديد هو رأس المال العلاقات الذي ينعكس ايجابيا على القيمة السوقية للشركة، وإنما لأن النجاح في قيادة هذه العلاقات سيجعل الظروف الخارجية للشركة مواتية بما يحقق نجاحها بعيد الأمد، الذي يضمن بقاء الشركة و نموها. إن القيادة الفعالة في بيئة الاعمال اليوم هي القيادة الفعالة لأصحاب المصالح وفي المقدمة منهم قيادة الزبون والمجهزين (نجم عبود، 2012، ص55)

ويظل المنافسون هم الأكثر تأثيراً في تجدد القيادة وتحدي مقدرتها على الاستجابة وتوليد الحلول الجديدة لمواجهة هذه التحديات. إن المنافس بالنسبة للشركة هو العامل الأكثر حيوية وخطورة في إتلاف القيمة في الشركة. فالميزة التنافسية هي مقدره الشركة على أداء أعمالها بالشكل الذي يصعب على منافسها تقليدها، وهي أيضاً قدرة الشركة على تجاوز المنافسة من خلال تقديم منفعة للزبائن لا يستطيع المنافسون مجاراتها وتكون هذه الميزة مستدامة فقط إذا يخفق المنافسون في تقليدها واستنساخها، وهذا دور القيادة في لصق الميزة التنافسية بالقدرات الجماعية والكامنة والمعرفة الضمنية للشركة، وكذلك في تجديد الميزة باستمرار بما يجعل المنافسين يلهثون وراء الشركة للحاق بها. كما القيادة في الشركات التي لا تكون قائدة السوق تساعد على تحقيق التعلم الاستراتيجي من المنافسين الأفضل في مجال عمل الشركة. إن الشركات التي تضع نصب أعينها المنافس الأفضل، تضع نفسها في دائرة التعلم الموجه والاكثر فعالية من مصدر الخطر عليها وإن الهندسة المعاكسة (Reverse engineering) تقدم نموذجاً صارخاً يقرب من اللامشروعية أحياناً للتعلم من أنظمة وتكنولوجية ومنتجات و خدمات المنافسين المتميزين، وإذا كانت الشركات في الماضي تتعلم فان الجديد حقا هو أن الشركات أصبحت تتسم بالتعلم الاستراتيجي وكما يرى "هنري مينتزبيرغ" فإن كل إستراتيجية فعالة تمشي بقدمين الأول : تشاوري و يتمثل بالتعلم، والثاني : انبثاق و يتمثل في صنع الإستراتيجية الجديدة التي ترتقي بقدرة الشركة على الاستجابة

للبيئة والواقع ان التعلم الاستراتيجي من المنافسين الأفضل هو الذي يحقق المعايير الاستراتيجية (نجم عبود، 2012، ص56)

15. الفكر الإبداعي:

التفكير الإبداعي هو ذلك النوع من التفكير الذي يتسم بحساسية فائقة لإدراك المشكلات وقدرة كبيرة على تحليلها وتقييمها وإدراك نواحي النقص والقصور فيها، كما يمتلك صاحب هذا النوع من التفكير قدرة كبيرة على إنتاج الأفكار التي تتسم بالتميز والتفرد والجديّة، كما يتميز بالسهولة في إنتاج عدد كبير من الأفكار في وقت قصير، وبالمرونة في التحوّل من فكرة إلى أخرى، ويتسم صاحب هذا النوع من التفكير بقدرة كبيرة على التخيّل والتصوّر والإنشاء والتّركيب والبناء، وإيجاد علاقات جديدة وتفسيرات متميّزة لفهم الواقع والتعبير عنه وتغييره نحو الأفضل، وتكون نتائجه خلاقة وليست روتينية أو نمطية (لطيف، 2011، ص18)

أما تعريف الإبداع الكامن حسب المعجم العربيّ لتحديد المصطلحات النفسية فهو "استعداد الفرد لإنتاج أفكار أو نواتج سيكولوجية جديدة" (صالح، 2014، ص12)

تعتبر القدرات العقلية أو الذهنية احد المتغيرات المهمة التي تميز بين الرؤساء الناجحين وغير الناجحين وقبل أن بدأ إمعان النظر من الاختلافات الموجودة بين الرئيس الناتج والرئيس الفاشل فيما يتعلق بالقدرات العقلية والإبداعية ينبغي أيضا التعليق على النتائج التي كانت متوقعة من هؤلاء الأفراد وقد تضمنت المقاييس التي كنا نستخدمها في التقسيم مستويات مرتفعة من القدرات الاستدلالية (تقييم الفكر الناقد) وكان لدينا بالإضافة إلى ذلك بعض المقاييس المميزة بالإبداع القائم على إبعاد الشخصية بينما يمكننا الانتقاد أن الرئيس الماهر والمبدع أثناء التدريب من الضروري أن يكون ناجحا أيضا في الإدارة الفعلية للمؤسسات فينبغي علينا أيضا ذكر أن عند التعرض لعوائق ثابتة بدرجة كبيرة ينمي المعرفة والخبرة يبدوا أن هذا الافتراض كان منطقيا حيث تشير كل المنافسات والعلاجات إلى صحته ولكن الحقائق كانت تشير إلى عكس ذلك فلم تكن معدلات الرؤساء الناجحين في القدرات العقلية أعلى من المتوسط أو أكثر إبداعاً من نظرائهم الذين حققوا نجاحا اقل منهم (ميرديث، 2009، ص11)

يعتبر الإبداع عملية تتكون نتيجة علاقات أو ترابطات جديدة من عناصر معروفة لسبب مواجهة مشكلة أو مواجهة نقص أو نتيجة لتكوين علاقة بين المثير والاستجابة وبين الاستجابة والتعزيز أو نتيجة للوسط والمناخ المحيط ونتيجة لما يتمتع به الفرد من استعدادات وما لديه من دوافع لأجل تلبية احتياج أو تحقيق هدف أو حل مشكلة، إذن الإبداع هو ثمرة تفكير ونظرة للمألوف بطريقة أو زاوية غير مألوفة، ويتم تحويل ذلك التفكير والنظرة إلى تصميم قابل للتنفيذ والاستعمال من خلال العلاقات الترابطية التي تنشأ في الذهن لتلبية الاحتياج الشخصي أو الاجتماعي ولتحقيق الأهداف وحل المشكلات الناشئة من المثير والإثارة أو التعزيز والدافع أو بسبب الجو الملائم والمناخ المساعد، أو الإدراك والحدس (صالح درويش، 2003، ص163). وينظر إلى الإبداع على "أنه ابتكار وتطبيق، ممارسات، عمليات، لهيئة أو تقنية متجددة في التسيير، وهذا يهدف تحقيق غايات جديدة" (Besbes et al, 2013, p163)

• الخطوات السبع لتنفيذ الإبداع:

ان استعداد لمؤازرة فكرة معينة ورغباتها فيما فان ذلك يعني انك مستعد للعمل الجاد المتعلق بتنفيذها يمنح هذا الكتاب عملية من سبع خطوات تمكّنك من تنفيذ الأفكار:

1. خلق الرؤية الطموحة للإبداع هذه الرؤية في عبارة تصف الفكرة وتساعد فيكسب الدعم لها .

2. تعريف من يهمة الأمر ، حدد الأشخاص الذين سوف يتأثرون فكرته الإبداعية او الذين يتحكمون في الموارد التي تحتاجها لتطبيق هذه الفكرة حتى نستطيع مخاطبة اهتمامات هؤلاء الأشخاص في بداية العملية .
 3. صقل ورعاية شبكة الدعم غيرالرسمي ، سوف تحتاج الى الأشخاص الذين بإمكانهم تقديم الدعم التقني و السياسي المالي وكذلك الاشكال الأخرى للدعم حتى تتحول فكرتك الى الواقع في المراحل الأولية سوف تحتاج الى الداعمين غير الرسميين الذين قد تعتقد عليهم وقت الحاجة.
 4. بناء حالة عملية، توضح هذه الحالة قيمة الفكرة التي تتقدم بها ، وذلك من خلال توضيح الفوائد التي ستعود على عملائك وعلى شركتك وسوف تستخدم هذه الحالة لكسب الدعم الضروري للفكرة .
 5. التواصل مع من يهمة الأمر، عليك ان توضح الأشخاص داخل وخارج منطقتك قيمة هذه الفكرة ، حتى نستطيع الحصول على الموارد والدعم الذي نحتاجه .
 6. إدارة المقاومة أوالمعارضة من المؤكد انه سوف يعارض بعض الناس الفكرة التي نتقدم بها وعندئذ عليك ان تعمل جدياً لإدراك اهتمام هؤلاء الأشخاص حتى لا يقفون في طريق مشروعك.
 7. التعلق بالفكرة الإبداعية يحتاج الابداع الى بعض الوقت لكي تؤازر من القوى الداعمة لمشروعك فانك تحتاج الى ان تستمر في حماسك لهذه الفكرة .
- ان الخطوات التي سبق ذكرها والخاصة بتنفيذ الإبداع ليس من الضروري ان تكون بنفس الترتيب المذكور اعلاه ربما تقوم ببعض هذه الخطوات في توازي أو بترتيب مختلف ، يتوقف ذلك على تفصيل وطبيعة الموقف ، يقول بيتر دراكر " كل منظمة-ليس مجرد عمل تجاري- تحتاج الى قدرة الأساسية : الابداع ". (محمد يوسف، 2011، ص.22)

4. المهارات الإدارية للمقاول:

1.4 مهارة التخطيط:

هناك من يعرف التخطيط بأنه التقرير سلفاً لما يجب عمله، وكيف يتم ومتى ومن الذي يقوم به، كما يعرف التخطيط على أنه عملية ذهنية تختص بالتحديد مقدماً لما يجب إنجازه من قبل شخص أو جماعة خلال فترة زمنية محددة لإنجاز أهداف محددة مستعينين بسياسات وإجراءات والقواعد وإستراتيجيات موضوعية من قبل الإدارة العليا(سعيد، 2003، ص55)

2.4 مهارة التنظيم:

حيث يعرفه برنارد بأنه نظام يتكون من مجموعة من النشاطات المتعاونة عن قصد ووعي لجماعة معينة وهو يتطلب نظام للاتصال وهنا يركز على أهمية دور الفرد في التنظيم وعلى دور التنظيم في حفز الأفراد(سعيد، 2003، ص71)

3.4 مهارة التوجيه:

تهدف وظيفة التوجيه إلى إرشاد وتحفيز المرؤوسين لضمان تحقيق أهداف الفعالية ويضمن مجموعة العمليات التي تحدد اختيارات أو بدائل مهام الأفراد و من ثم سلوكهم وعلى الرغم من أن عمليات التحفيز معقدة جداً، وغير مفهومة بصورة إلا أنه يمكن بصفة عامة وضع إطار لها حيث يبدأ هذا الإطار من الاحتياجات التي تمثل القوة التي تقود إلى السلوك وكما ازدادت شدة هذه الاحتياجات كلما ارتفعت الجهود المبذولة لإشباع لذة الاحتياجات. (إسماعيل، 2004، ص338)

4.4 مهارة الرقابة: هي عبارة عن قياس وتصحيح أداء المرؤوسين للتأكد من أن أهداف المنظمة والخطط الموضوعية

لبلوغ هذه الأهداف قد تم تنفيذها بشكل مرضي. ويمكن تعريفها كذلك بأنها قياس للأداء وتصحيحه. (غنية، 2003، ص103)

خصائص الرقابة الفعالة: من أهم خصائص الرقابة الفعالة ما يلي:

- أن يكون الجهاز الرقابي ذا كفاءة وخبرة في مجال نشاط المراقب.
- أن تكون الرقابة واقعية ودون الإساءة لأطراف المراقبة.
- أن تكون الرقابة اقتصادية وغير مكلفة.

- أن تكون الرقابة محددة وسهلة.
- أن تكون الرقابة متناسبة مع طبيعة عمل المنظمة وأهدافها.
- أن تركز على نظام اتصال فعال.
- أن ترتبط الرقابة بالسلطة.
- أن تكون مرنة. (العتيبي، 2002، ص205)

5.4 مهارة الإتصال:

الإتصال هو القدرة على التفاعل أو تعامل طرفين أو أكثر في موقف معين لتبادل المعلومات بهدف تحقيق تأثير معين لدى أي (أو كل) من الطرفين. أو هي تبادل رسائل بين أطراف مختلفين باستخدام وسائل (قنوات) للتوصيل. وهو عملية تأثير متبادل بين طرفين (أو أكثر) بهدف كل منهما للسيطرة على سلوك الآخر. (السلي، 1996، ص321)

6.4 مهارة إتخاذ القرارات:

يمكن تعريف اتخاذ القرارات بأنها عمل فكري وموضوعي يسعى إلى إختيار البديل الأنسب من بين بدائل متعددة و متاحة أمام متخذ القرار وذلك عن طريق المفاضلة بينها باستخدام معايير تخدم ذلك وبما يتماشى مع الظروف الداخلية والخارجية التي تواجه متخذ القرار، وبالتالي فالقرار واتخاذ ما هما في الواقع إلا انعكاس لسلوكه الذي يقع مستقبلا والنتائج متوقعة التي ستترتب على هذا السلوك.

وعليه يمكن القول إن الاتخاذ القرار عمل مرادف لعمل المدير وبالتالي لا نجد مديراً أياً كان تخصصه ومجال عمله ومستواه الإداري إلا ويتخذ قرارات متعددة ومتنوعة ضمن نطاق السلطة الممنوحة له. (هاشم، 2010، ص23)

والقدرة على اتخاذ القرار ينسجم مع العملية المعقدة التي تتم لاختيار الحل الملائم لمشكلة معينة، مهما كانت طبيعة هذه المشكلة، وأن هذه العملية تتدخل فيها عوامل متعددة نفسية واجتماعية وتنظيمية وفنية وبيئية، كما تتضمن عناصر متعددة وكثيرة لما لها من صفات تميزها عن غيرها من العمليات الأخرى، وفي اعتقادنا أنه يمكن بيان ماهية عملية اتخاذ القرارات من خلال تحديد الصفات المميزة لهذه العملية والتي نجملها فيما يلي:

- أنها عملية قابلة للتشديد.
- أنها عملية تمتد في (الماضي والمستقبل).
- أنها عملية تقوم على الجهود الجماعية المشتركة.
- أنها عملية تتصف بالعمومية والشمول.
- أنها عملية ديناميكية مستمرة.
- أنها عملية مقيدة تنسم بالبطء أحيانا.
- أنها عملية معقدة وصعبة. (كنعان، 1983، ص87)

و من جانب آخر يجب عليه أن يتقن القدرات التالية:

- القدرة على الاستماع / القدرة على الكلام
- التفكير المؤسسي / طريقة تفكير الزبون.
- التكيف مع المحيط الخارجي / التنسيق في المحيط الداخلي
- احترام القانون / الخروج بمعايير
- تولي النّيابة / تسيير المخاطر
- التفكير المستقبلي / التذكر بالماضي

- تقييم الأهداف / تقييم حالات عدم الوصول للأهداف

- العمل الفردي / العمل الجماعي

- تسيير التغيير / التحكم في الاستقرار.

- البقاء متماسك / التحليل و التلخيص

- الإبداع / الإنطلاق من الخبرات

- التفكير في الفرد/ التفكير في المؤسسة. (Schott et jurquet, 2013)

و من وجهة نظر (حجازي، 2015 ص51) أنّ لا بدّ على مدير المشروع أن تتوفّر فيه خمس مهارات أساسية متمثلة في :

1. مهارات إدارة المشروع: تشتمل هذه المهارة على أدوات ووسائل تخطيط وتنفيذ المشروع مثل القدرة على تقدير التكاليف وإعداد جداول زمنية مناسبة من أجل تنفيذ المشروع، و التحليل و التدقيق و إعداد تقارير واضحة و العمل المستمرّ على تحسين المهارات.
 2. مهارات إنسانية: في العمل الجماعي يستخدم مدير المشروع مزيجا من مهارات الإقناع و السّلطة و إدارة الأفراد نحو النّجاح ببراعة الاتصال و مهارة إدارة الصّراع و التّغيير.
 3. مهارات التّكامل: من الواجبات الرئيسيّة لصاحب المشروع التّأكد و التّنسيق بشكل ملائم مع عمل المشروع مثل التّكامل بين المواصفات الوظيفيّة و التّصميم و المشاركة العامّة في الموافقة و القبول.
 4. مهارات فنيّة: التّعرف على المهام التنفيذيّة للمشروع للعمال ضرورة و أساس للتعرف على المشاكل المحتملة و وسيلة لإيجاد تكامل بين أوجه المشروع.
 5. معرفة المنظّمة: من أكثر مهارات إدارة المشاريع هي التّعرف الدّقيق على ثقافة الشركة و سياستها، فكّما زادة معرفة مدير المشروع بالمنظّمة فإنّه يكون أفضل تأهيلا و استعدادا من أجل المناورة فيما يتعلّق بالمأزق التي يمكن أن تبرز أمامه و الحصول على ما هو مطلوب من أهل مواجبتها و تنفيذ المشروع.
5. **سيمات المدير الكفاء :**
- الحزم عند اللزوم والصرامة لكن يجب على المدير ان يتحلّى بالرحمة والتعاطف عندما يقتضي الامر.
 - القدرة على استقبال شكاوي العاملين والاستماع الى متطلباتهم بعقل مفتوح قصد إزالة أسباب شكاويهم .
 - المشاركة الوجدانية كالتعاطف والمشاركة في الافراح والاحزان .
 - يجب ان يتسم بسلوك القدير بالعدالة في توزيع الانعكاسات والعلاقات والترقيات والابتعاد عن كل غير ذلك .
 - عدم المبالغة في رفع الأسعار المنتجات أو الخدمات خاصة الموجهة للجمهور .
 - تدريب العمال على الأداب في التعامل وقضاء حاجات دون إرهاب أو إذلال
 - تشجيع وتحفيز العاملين على تأدية الواجبات بأقصى جهد و طاقة بعض الاستثمار الجيد للطاقة البشرية و للوقت .
 - القدرة على تقسيم العمل و وزع روح المنافسة بين العاملين .
 - الإكمال بطبيعة العملية الإنتاجية وعناصرها لتحقيق أقصى درجات النجاح . (العيسوي، 2007، ص.144)
 - بالإضافة إلى هذا هناك عدة قيم أساسية مثل:
 - روح الانتماء إلى المجموعة
 - عيش الحالات المميّزة.
 - الحصول على علاقات قويّة مع الغير.
 - الإنشاء و الازدهار.

• احترام الذات.

• الإحساس بالأمان. (Schott et jurquet, 2013)

ثالثاً: الإطار الميداني

1. عينة الدراسة:

تحقيقاً لأهداف الدراسة فقد تمثلت عينة الدراسة في عينة عرضية شملت على شباب جامعي وغير جامعي تم انتقائه سواء من مكاتب التوظيف ومراكز التسهيل الحكومية الموجهة للشباب المقبل على إنشاء المؤسسات المصغرة الميدانية (مركز التسهيل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة C.F P.M.E ، مراكز التوظيف في عقود ما قبل التشغيل A.N.E.M ، الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب A.N.S.E.J ، مشتلة المؤسسات pépinière d'entreprise) وقد شملت عينة الدراسة على 157 فرد. وقد تم الاعتماد على عينة عرضية خدمةً لأهداف البحث ولصعوبة تحديد مجتمع الدراسة.

الجدول 1: يبين توزيع متغير الجنس لعينة الدراسة حسب الرغبة في إنشاء مؤسسة

المجاميع	الرغبة في إنشاء مؤسسة		التكرار	النسبة المئوية	الجنس
	لا	نعم			
88	37	51			ذكر
%56,1	%23,6	%32,5			
69	21	48			أنثى
%43,9	%13,4	%30,6			
157	58	99			المجموع
%100	%36,9	%63,1			

المصدر: من إعداد الباحثين

مما يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة أي 88 بنسبة 56,1% من الشباب هم من الذكور، منهم 51 شاب بنسبة 32,5% يرغبون في إنشاء مؤسسة خاصة بهم، و37 شاب بنسبة 23% لا يرغبون في إنشاء مؤسسة، أما بالنسبة للإناث قدرت بـ 43,9% أي 69 شابة، منهن 48 شابة أي 30,6% ترغبين في إنشاء نشاط خاص ومؤسسة خاصة، و21 شابة أي 21% من أفراد العينة شابات لا يرغبين في إنشاء مؤسسة خاصة، وهذا التوجه الذكوري نحو إنشاء المؤسسات يعود إلى طبيعة شخصية الشاب الجزائري في الرغبة في الاستقلالية والاعتماد على النفس.

الجدول 2: توزيع متغير السن لعينة الدراسة حسب الرغبة في إنشاء مؤسسة

المجاميع	الرغبة في إنشاء مؤسسة		التكرار	النسبة المئوية	السن
	لا	نعم			
12	09	03			أقل من 20 سنة
%7,6	%5,7	%1,9			
113	32	81			من 20 إلى 30 سنة
%71,9	%20,3	%51,5			
25	12	13			من 31 إلى 40 سنة
%15,9	%7,6	%8,2			

07	05	02	التكرار	من 41 إلى 50 سنة	
%4,4	%3,1	%1,2	النسبة المئوية		
157	58	99	التكرار	المجموع	
%100	%36,9	%63,1	النسبة المئوية		

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة أي 113 بنسبة تقدر بـ72% من الشباب التي تراوح سنهم من 20 إلى 30 سنة، يليهم فئة الشباب الذين تراوحت أعمارهم من 31 إلى 40 سنة قدر عددهم بـ 25 ومثلوا حوالي 16% من عينة الدراسة، أما الأفراد الذين هم أقل من 20 فمثلوا حوالي 8% أي 12 شاب، وأخيراً فئة الأفراد الذين تراوحت أعمارهم من 41 إلى 50 سنة فمثلوا 4% من العينة أي 7 أفراد، ولكن المعطيات تدل أن غالبية العظمى من العينة المدروسة هم من الشباب والذي هم بدورهم كانت غالبيتهم من الأفراد الراغبين في إنشاء مؤسسة.

الجدول 3: توزيع متغير التكوين لعينة الدراسة حسب الرغبة في إنشاء مؤسسة

المجاميع	الرغبة في إنشاء مؤسسة		التكرار	النسبة المئوية	جامعي	التكوين
	لا	نعم				
99	19	80	التكرار		جامعي	
%63,1	%12,1	%51	النسبة المئوية			
58	39	19	التكرار		غير جامعي	
%36,9	%24,8	%12,1	النسبة المئوية			
157	58	99	التكرار	المجموع		
%100	%36,9	%63,1	النسبة المئوية			

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة أي 88 بنسبة 56,1% من الشباب هم من الجامعيين، منهم 51 شاب بنسبة 51% يرغبون في إنشاء مؤسسة خاصة بهم، أما الشباب غير الجامعي فقد قدر عددهم بـ 58 بـ أغلبيتهم من الشباب غير الراغب في إنشاء مؤسسة خاصة أي 39 شاب منهم.

2. أداة الدراسة:

تم استخدام الاستبيان في الدراسة الميدانية، وهذا لما له من مميزات تتمثل بوضوح المعلومات وسهولة الحصول عليها، وقد استعمل الباحثان استبيان الذي ضم قسمين للخصائص الشخصية والرغبة في إنشاء مؤسسة بالإضافة إلى فقرات تقيس القدرة على الإبداع.

■ **القسم الأول:** ويشمل على البيانات الفردية للمجيب والمتمثلة في ما يلي:

- الجنس.
- السن.
- التكوين.

■ **القسم الثاني:** ويشمل على الرغبة في إنشاء مؤسسة خاصة.

■ **القسم الثالث:** ويشمل 8 فقرات لقياس القدرة على الإبداع.

3. أساليب التحليل الإحصائي:

بعد مرحلة توزيع واسترجاع الاستبيانات تم تفرغ البيانات الصالحة و الكاملة والتي وصلت إلى (157) استبيان، و ذلك بغرض تحليلها ومعالجتها عن طريق برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وذلك لإيجاد التحليلات الإحصائية التالية:

- المتوسطات للتعرف على مستوى القدرات المقاولاتية لعينة البحث.
- اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين، وذلك بهدف اختبار الفرضيات الفرقية الخاصة به.

4. عرض ومناقشة النتائج:

الجدول 4: اختبار (ت) لتحليل التباين بين الشباب الجامعي وغير الجامعي في ما يخص القدرة على الإبداع

البعد	التكوين	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	الدلالة المعنوية (SIG)78
القدرة على الإبداع	جامعي	99	33,26	5,19	13,	0,000
	غير جامعي	58	16,09	10,62	57	

المصدر: من إعداد الباحثين، نتائج التحليل الإحصائي

تم استخدام اختبار "ت" لدراسة الفروق بين الشباب الجامعي وغير الجامعي في ما يخص خاصية القدرة على الإبداع والابتكار والنتائج المبينة في الجدول السابق والتي تبين أن قيمة "ت" المحسوبة تساوي 13,57 بالإضافة إلى أن المتوسط الحسابي الأعلى هو لصالح الشباب الجامعي، مما يجعلنا نتأكد من أثر التعليم الجامعي على الشباب وتعزيز القدرات الإبداعية من خلال أنظمة التعليم وما يرافقه من توجهات وتأطير من طرف الهيئة التعليمية، بالإضافة إلى التوجه المقاولاتي للجامعة وانفتحها على المحيط بحيث تكون جامعة مسؤولة اجتماعياً، ويمكن إرجاع هذا الفرق أيضاً إلى أن مراكز التكوين المهني تعمل على تكريس التكوينات للمهن الموجهة للصناعة أكثر مما يؤدي إلى هؤلاء الشباب بالبحث دائماً على فرص العمل في المؤسسات وخصوصاً أنهم يمتنون أصلاً في المؤسسات أثناء فترة تكوينهم.

الجدول 5: اختبار (ت) لتحليل التباين بين الراغبين في إنشاء مؤسسة وغير الراغبين في ما يخص القدرة على الإبداع

البعد	إنشاء مؤسسة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	الدلالة المعنوية (SIG)78
القدرة على الإبداع	نعم	99	30,75	9,11	6,18	0,000
	لا	58	20,38	11,68		

المصدر: من إعداد الباحثين، نتائج التحليل الإحصائي

تم استخدام اختبار "ت" لدراسة الفروق بين الشباب الراغبين في إنشاء مؤسسة وغير الراغبين في ما يخص القدرة على الإبداع والنتائج المبينة في الجدول السابق والتي تبين أن قيمة "ت" المحسوبة تساوي 6,18 بالإضافة إلى أن المتوسط الحسابي الأعلى هو لصالح الشباب الراغب في إنشاء مؤسسة، وهذا ما يؤكد (النجار والعلوي، 2010) التي يذكر فيها أن الناجحين في تسيير الأعمال الصغيرة لديهم رغبة في النجاح مرتفعة عن غيرهم العاديين مما يدفعهم إلى القفز فوق الحواجز وتقديم مسؤولية ذاتية لأعمالهم. وهذا ما نجده في الأفراد الراغبين في إنشاء مؤسسة إذ نلاحظ رغبة في مساندة التكنولوجيا والتأقلم مع المستجدات والتغيرات على جميع المستويات وهذا بالتعلم سواء من خلال الخبرات السابقة للفرد نفسه أو

الاستعانة بأصحاب الخبرات السابقة في نفس الميدان أو بالبحث وحتى حضور الأيام الدراسية أو التكوينية في ميدان التسيير وغيرها التي أصبحت محل اهتمام للعديد من الشباب أصحاب المؤسسات لحل مشاكلهم والخروج بإجراءات وقرارات تتوافق مع السّير الحسن لمؤسساتهم، وبالتالي فإن دعم الجامعة للرغبة في الإبداع والابتكار يؤدي إلى دفع الشباب الجامعي إلى السلوك المقاولاتي والعمل على تقديم قيمة مضافة يحقق فيها حاجاته المادية، النفسية واجتماعية.

5. توصيات الدراسة:

- على المنظمات والهيئات المهمة بدعم وتطوير قطاع المؤسسات الصغيرة المتوسطة أن يهتموا بخلق وتعزيز روح المقاوله لدى الأفراد ودعم المقاولين لأجل امتلاك المهارات التسييرية لإنشاء مؤسساتهم وتطويرها.
- المرافقة التنظيمية والمتابعة حتى بعد الإنشاء، والإعانة بمختصين ذوي خبرة في ميدان إنشاء المؤسسات، وتكوين أصحاب المشاريع في مختلف المجالات .
- ضرورة تطبيق اختبارات نفسية للتعرف على مختلف العوامل النفسية والشخصية للشباب المقاول في الجزائر.
- ضرورة تخصيص برامج للتكوين النوعي تركز على خصوصيات ومميزات المقاول حتى تزيد من مهاراته الخاصة .
- تطبيق دورات تكوينية متخصصة على مستوى الجامعات ومراكز التكوين المهني من أجل التعريف بالمقاوله واكتشاف أصحاب القدرات المقاولاتية.

تعزيز العلاقات الجامعية مع الهيئات الحكومية المدعمة للسلوك المقاولاتي بهدف خلق أنشطة اقتصادية فعالة.

6. خاتمة:

وختاماً يشير الباحثان بأن هذه الدراسة تستطلع واقع الرغبة المقاولاتية لدى خريجي الجامعة الجزائرية وهذا لتقصي أهمية الجامعة في تعزيز خاصية الإبداع لدى الشباب الجامعي مما يدفعهم الى خلق وانشاء مؤسسة خاصة، ونتائج هذه الدراسة توضح دور الجامعة في الرفع من قدرات الشباب الإبداعية مما يؤدي الى اهتمامهم بتنمية مهاراتهم التسييرية والمقاولاتية، وهذا في ضل جهود الحكومات المتعاقبة ودور المقاولاتية على مستويات مؤسسات التعليم العالي لذا ينبغي تعزيز هذه الرغبة وتحسين آليات التعليم المقاولاتي في مؤسساتنا الجامعية والمنظمات الغير حكومية.

6. قائمة المراجع:

- أولاً: المراجع العربية

1. العيسوي، عبد الرحمن. (2007). المدير الناجح. مصر: دار الفكر الجامعي.
2. أبو الحجاج، يوسف. (2009). سمات المدير الناجح. دمشق: دار الكتاب العربي موسى.
3. النجار، فايز جمعه صالح وعبد الستار، محمد العلي. (2010). الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة. (ط2). عمان: دار الحامد.
4. بوشنانه، أحمد وبوسهمين، أحمد. (2006). متطلبات تأهيل وتفعيل إدارة المؤسسات الصغيرة في الجزائر، قدم إلى الملتقى الدولي لمتطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجزائر.
5. توفيق، خدري وعماري، علي. (2011). المقاوله كحل لمشكل البطالة، قدم إلى الملتقى الوطني حول دور الدولة في الحد من البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، المسيلة، الجزائر.
6. صالح علي، عبد الرحيم. (2014). المعجم العربي لتحديد المصطلحات النفسية. الأردن: دار الحامد.
7. نجم، عبود نجم (2012). القيادة وإدارة الابتكار. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
8. لطيف، محمد عبد الله علي. (2011). التفكير الإبداعي لدى المديرين. الأردن: دار اليازوري العلمية.
9. بيلين، ميرديث. (2009). الإدارة الجماعية للمؤسسات. قسم الترجمة بدار الفاروق. مصر: دار فاروق.
10. صالح، درويش معمار. (2003). نحو تطوير العمل الإبداعي. مجلة جامعة أم القرى، 15(2)، 180-156.
11. السلي، علي. (1996). إدارة الموارد البشرية. عمان: مكتبة الإدارة الجديدة.

12. العتيبي، صبحي جبر. (2002). تطور الفكر والأنشطة الإدارية. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
13. عمر، سعيد. (2003). مبادئ للإدارة الحديث. عمان: مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع.
14. يوسف، محمد. (2011). تفعيل الإبداع. المملكة العربية السعودية: مكتبة العبيكان.
15. إسماعيل بلال، محمد. (2004). مبادئ الإدارة. عمان: دار الجامعة الجديدة.
16. طاهر غنية، مهدي. (2003). مبادئ إدارة الأعمال المفاهيم والأسس والوظائف. ليبيا: دار الكتب.
17. حمدي، هاشم رضا. (2010). تنمية مهارات الاتصال والقيادة الإدارية. الأردن: دار الراية.
18. كنعان، نواف. (1983). عملية اتخاذ القرارات الإدارية. الرياض: مطبعة الفرزدق.

ثانياً: المراجع الأجنبية

19. Schott,A, Jurquet,M.(2013). Pilotage des ressources humaines en PME, Pris : L'Harmattan.
20. Besbes A, Aliouat B, Gharbi J .(2013). L'impact de l'innovation managérial sur la performance, revue français de gestion 6(235).
21. Adam, M.(2009). Réinventer l'entrepreneuriat : pour soi ,pour nous ,pour eux, Paris : Edition l'Harmattan.

المهارات الاتصالية للإعلاميين ودورها في تنمية الوعي البيئي
**Communication skills of media professionals and their role in the development of
 environmental awareness**

علي ساهي¹، عائشة قرّة²

¹جامعة عمار ثليجي الأغواط، sahiali4@gmail.com

²جامعة محمد لامين دباغين سطيف، guerraaicha@gmail.com

تاريخ القبول: 2019/06/30

تاريخ المراجعة: 2019/06/14

تاريخ الاستلام: 2019/05/21

ملخص:

نهدف من خلال هذه الورقة البحثية إلى إبراز الدور الذي يمكن أن يؤديه الإعلاميون والصحفيون عبر مؤسساتهم الإعلامية في نشر الوعي البيئي وتزويد المواطنين بمختلف المعلومات والحقائق مع تقديم حلول ومقترحات اتجاء القضايا البيئية ومشاركة جميع الفئات الاجتماعية بما لديهم من خبرات وتجارب ذات تماس مباشر مع هذه القضايا، وبهذا يُعد الصحفي والإعلامي المحرك لهذه المضامين البيئية فيجعل المواطنين أكثر إحساسا وإيمانا بها، من منطلق أن هؤلاء يستقون مختلف المعلومات والحقائق من تلك المنابر الإعلامية نتيجة للثقة المبنية بينها وبين جماهيرها وبدورها تعمل هاته الأخيرة على صناعة الصورة الذهنية اتجاء القضايا البيئية بالسلب والإيجاب.

الكلمات المفتاحية: المهارات، المهارات الاتصالية، الإعلام البيئي، الوعي البيئي، القضايا البيئية.

تصنيف JEL : XXX XXX

Abstract:

Through this research paper, we aim to show the role of the media professionals ‘journalists’ which can spreading environmental awareness through the media institutions, and providing citizens by informations and facts, to give solutions for environmental issues and trying to participate of all social groups in their experiences with direct contact with these issues.

So, the journalist and the media makes the citizens more sense and belief in this case, cause they are taking the various information and facts from those media, to build the confidence between them and their masses which help them to giving a mental image of environmental issues in a negative and positive way.

Keywords: skills, communication skills, environmental information, environmental awareness, environmental issues.

Jel Classification Codes: XXX XXX

المؤلف المرسل: ساهي علي، الإيميل: sahiali4@gmail.com

1. مقدمة:

تعد قضايا البيئة أكثر محاور التنمية المستدامة ارتباطا بالإعلام خاصة قضية التلوث البيئي التي تعد من المواضيع التي أثارت اهتمام وسائل الإعلام، فقد شهد العقدين الأخيرين اهتماما متزايدا بها في عديد الدول والبلدان، ويرجع سبب تزايد الاهتمام بالقضايا البيئية والتوجه والتركيز الدولي على مشاكل التلوث البيئي بأشكاله المختلفة على اعتبار أننا نعيش على كوكب واحد وأرض واحدة وأي خطر يهدد دولة أو بلدا سيكون محققا لا محالة بباقي الدول.

البيئي

ظهر الإعلام المتخصص الذي يعتبر ذلك النمط من الإعلام الذي يجعل من أحد الموضوعات الإعلامية اهتماما رئيسيا له، ويعتبر ظهور الإعلام المتخصص مرحلة متقدمة في تطور وسائل الإعلام جنبا إلى جنب مع تطورات أسبق في البيئي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وبالتالي فإن استحداث تخصصات متفرعة جديدة يتطلب الخبرة والخلفيات المعرفية حول مختلف الظواهر والأحداث، ومن أهم إفرزات الإعلام المتخصص الإعلام البيئي الذي يعد عنصرا فاعلا من عناصر الإعلام التنموي، خاصة بعد أن اكتسبت القضايا البيئية أهمية كبيرة تجاوزت المستويات المحلية والوطنية، وتزداد حاجة المجتمعات بشكل عام، والتنمية بشكل خاص، إلى الإعلام البيئي يوما بعد يوم، وهذه الحاجة ملحة ومستمرة ومتجددة، وتزداد إلحاحا عند ظهور مشكلة بيئية مثل التلوث وانتشار الأوبئة والآفات الزراعية وانسكابات الزيت في البحار. كما يعد حلقة أساسية لبلورة وتشكيل الوعي حيال قضايا البيئة ومشكلاتها، من خلال وسائل الإعلام الجماهيري بأنواعها بغية تحقيق سبل الرشاد والوعي البيئي، فالهدف الأول والأخير للإعلام البيئي هو توعية الجماهير وأصحاب القرار على أهمية الحفاظ على البيئة الطبيعية وإدارة مواردها بتوازن، من خلال التعامل الشخصي السليم للأفراد والمجموعات مع المحيط الطبيعي، ودمج الاعتبار البيئي في الخطط التنموية القومية. فتوعية الجماهير لا تتوقف عند مجرد حثهم على العمل الفردي، بل تتجاوز ذلك إلى تزويدهم بالمعرفة والدوافع لتشكيل رأي عام يحترم المنظومة البيئية ويضغط على أصحاب القرار لاعتماد خطط تنمية متكاملة تأخذ بعين الاعتبار.

من هذا المنطلق أصبحت مواضيع البيئة والتفكير في الحفاظ عليها قضية ذات أبعاد متجددة في مختلف المجالات من اقتصادية واجتماعية وسياسية... حيث تم تكريس مختلف الجهود من كل فئات المجتمع من صانع القرار إلى المواطن البسيط أي مختلف الشرائح المجتمعية لوضع الخطط والسياسات البيئية وإصدار التشريعات والقوانين البيئية وإنشاء المنظمات والجمعيات غير الحكومية والفئات المهتمة وإعداد دراسات تقويم المخالفات البيئية، بمرافقة الإعلام الذي له القدرة الفائقة في خلق وعي بيئي مسؤول ومشاركة شعبية من كافة الفئات لدعم تلك البرامج والخطط.

1.1- إشكالية البحثية:

إضافة على ما سبق، الإعلام البيئي ليس مجرد أخبار تنشرها الصحف والمجلات ولا صور تبثها محطات التلفزيون، ولا رسائل تبثها الحملات الإعلامية ومحاضرات توعوية تلقى أمام شرائح المجتمع، بل هو عمل منظم تشارك فيه أكثر من جهة، ويرمي إلى تحقيق أهداف عدة، يرنو إليها القائمون عليه ويتطلع إليها واضعي خطته المدركين لأهمية الأدوار المنوطة به، وللإعلاميين دور هام وكبير في إيصال الرسالة وتأدية مهمة الوعي البيئي للحفاظ على البيئة، فالكفاءة والتخصص أمران هامان للتأثير على الجماهير وغرس الوعي وثقافة الحفاظ على البيئة.

وعليه، تتمحور إشكالية الدراسة الراهنة في طرح التساؤل المتمثل في: ما دور المهارات الاتصالية للإعلاميين في تنمية

الوعي البيئي؟

وللتعمق أكثر في الدراسة ارتأينا التفصيل فيها من خلال المحاور التالية:

- نشأة وتطور الإعلام البيئي.
- المعالجة الإعلامية لقضايا البيئي وأهدافها.
- إشكالية التغطيات الإعلامية لقضايا البيئة بين الإيجاب والسلب.
- المهارات الاتصالية الواجب توفرها في الصحفي البيئي.

2.1- أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية موضوع البيئة الذي يمثل قضية معاصرة ومهمة في التوعية بالحفاظ عليها، وغرس سلوكيات ايجابية لدى الأفراد بضرورة حمايتها والحفاظ عليها للأجيال القادمة. أيضا تكمن أهمية الدراسة في تناول موضوع الإعلام البيئي من زاوية مهارة القائم بالعملية الإعلامية وهم مجموع الإعلاميين الذين يؤدون الدور الإعلامي التوعوي من

خلال وسائل الإعلام المختلفة سواء التقليدية أو الحديثة ودورهم في التأثير على الأفراد والحفاظ على البيئة وضمان التنمية المستدامة.

3.1-أهداف الدراسة:

- إن هدفنا من هذه الدراسة ليس ناتج من فراغ، بل عن دوافع وأسباب جعلتنا نركز على هذا الموضوع دون غيره من المواضيع لما له من أهمية كبيرة في وقتنا الراهن، وتتجلى أهداف الدراسة في:
- معرفة دور الصحفي البيئي في توعية الأفراد بضرورة الحفاظ على البيئة.
- محاولة معرفة مهارات الصحفي البيئي من خلال تغطية أحداث البيئة ونقل المعلومة إلى الجمهور وإفادته بمختلف التطورات والمشاكل البيئية.
- تسليط الضوء حول أهمية قضايا البيئة من خلال المعالجة الإعلامية ومدى اهتمام الإعلام البيئي بالجمهور باعتباره محورا هاما في العملية الإعلامية الموجهة لخدمة قضايا البيئة من أجل توجيهه وإرشاده لحمايتها.

2. تحديد المفاهيم:

1.2-الإعلام:

-لغة: من الفعل أعلم وعلم بالشيء أي شعر به، ويقال أستعلم لي خبر فلان وأعلمنيه وعلم الأمر وتعلمه أي أتقنه ويقال علمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته (ابن منظور، 2005:264).

-اصطلاحا: يعرف الإعلام من الناحية الاصطلاحية على أنه نشر الحقائق والأخبار والأفكار والآراء بين الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة، كالصحافة والإذاعة والسينما والمحاضرات والندوات والمؤتمرات والمعارض وغيرها بغية التوعية والإقناع وكسب التأييد (أحمد زكي بدوي، 1994:84).

2.2- البيئة:

-لغة: يعود الأصل اللغوي لكلمة البيئة في اللغة العربية إلى الجذر بؤأ الذي أخذ منه الفعل الماضي بء، قال ابن منظور في معجمه لسان العرب بء إلى الشيء أي رجع إليه، وذكر المرجع نفسه معنيين قريبين من بعضهما البعض لكلمة "تبؤأ" الأول إصلاح المكان وتهيئته للمبيت فيه، والثاني بمعنى النزول والإقامة، ومنه فالبيئة هي الحلول والنزول في المكان، ويمكن أن تطلق مجازا على المكان الذي يتخذه الإنسان مستقرا لحلوله ونزوله (عدلان أبو مصبح، 2006:117).

- اصطلاحا: إن مفهوم البيئة يمثل الوعاء الشامل لعناصر الثروة الطبيعية وهو واسع جدًا، ولكن رغم سعته يمكننا تحديد هذا المفهوم من خلال مجموعة من لعناصر والتي تتمثل في (عمر شريف، بومدين بروال، 2012:8):

- البيئة تشمل عناصر متعددة كالمناخ والتضاريس والتربة والمياه والمعادن، والنباتات الطبيعية والحيوانات.
- علاقة الإنسان بالبيئة علاقة متبادلة الأثر والتأثير.
- البيئة هي المصدر الذي يحصل منه الإنسان على مقومات حياته، وهي الإطار الذي يزاوّل فيها نشاطه.
- اتسع مفهوم البيئة ليشمل البيئات الطبيعية، والثقافية، والاجتماعية، والاقتصادية، والتنظيمية، والثقافية والتقنية.

3.2-الإعلام البيئي:

هو تعبير مركب من مفهومين هما الإعلام والبيئة، والإعلام البيئي هو الترجمة الموضوعية الصادقة للأخبار والحقائق البيئية، وتزويد الناس بها بشكل يساعدهم على تكوين رأي صائب فيما يتعلق بقضايا البيئة (إبراهيم عبد الواحد عارف، 2008:29).

البيئي

ويعتبر الإعلام البيئي أحد المكونات الأساسية في الحفاظ على البيئة، حيث يتوقف على إيجاد الوعي البيئي واكتساب المعرفة اللازمين لتغيير الاتجاهات، والنوايا نحو القضايا البيئية على نقل المعلومات وعلى استعداد الجمهور نفسه ليكون أداة في التوعية لنشر القيم الجديدة أو الدعوة للتخلي عن سلوكيات قائمة .

فالإعلام البيئي هو توظيف وسائل الإعلام من قبل أشخاص مؤهلين بيئياً وإعلامياً للتوعية بقضايا البيئة، وخلق رأي عام متفاعل إيجابياً مع تلك القضايا، حيث يسלט الضوء على كل المشاكل البيئية من بدايتها وليس بعد وقوعها، وينقل للجمهور المعرفة والاهتمام والقلق على بيئته .

ويعد الإعلام البيئي من أهم أجنحة التوعية البيئية وهو أداة إذا حسن استثمارها، كان لها المردود الإيجابي للارتقاء بالوعي البيئي في تيسير وفهم وإدراك المتلقي لقضايا البيئة المعاصرة، وبناء قنوات معينة تجاه البيئة وقضاياها وهو شامل لكافة شرائح المجتمع بطرح أفكار تناسب جميع مستوياته (أسماء عبادي، 2010:83).

5.2- مفهوم المهارات الاتصالية:

بداية تعددت تعريفات الاتصال من باحث ومن تخصص لآخر، لكن عموماً يعرف على أنه عملية تبادل وانتقال المعلومات والبيانات والآراء والمشاعر بين طرفين بقصد التأثير وإحداث استجابة، ولا يتم الاتصال إلا بتوفر مجموعة من العناصر تتمثل في وجود هدف لعملية الاتصال، وضرورة وجود طرفين يتمثلان في مرسل ومستقبل، وأهم عنصر هو وجود رسالة يتم نقلها بين الطرفين بواسطة قناة أو أداة اتصالية (محمود فتوح محمد سعادات، 2016:6).

يتميز الاتصال بأنه عملية مستمرة غير منتهية ومتكاملة العناصر، بالإضافة إلى أنه عملية رمزية تعمل على إخراج الأفكار والآراء والمعلومات من ذهن المرسل في صورة رموز وإرسالها للمستقبل الذي يقوم بحلها، كما أنه عملية ديناميكية تفاعلية يتم تبادل الأدوار بين طرفيها حيث أن المرسل يصبح مستقبلاً والعكس (عفاف أحمد، 2008:6)، فالاتصال ضرورة حتمية يحتاجها الإنسان للتواصل مع محيطه ويضمن استمرار تواجده، بشتى الأساليب سواء شفوية أو مكتوبة وحتى الكترونية.

أما المهارات الاتصالية فهي مهمة تكتسب من خلال التعلم والممارسة، والمهارة نشاط متعلم غير وراثي، أي تعني القدرة على عمل شيء بصورة جيدة أو بدرجة عالية من الاتقان وبوقت وتكلفة ومجهود أقل، والمهارة تتطور من خلال الممارسة والتدريب، فهي مجموعة من سلوكيات ومظاهر وقدرات تتعلق باتصال مع الآخرين، وتتيح فرصة للفرد أن يتفاعل بكفاءة ويؤثر في الآخرين، كما تتضمن مجموعة من العمليات التي تنتظم داخل نمط معين وتتطلب نشاطاً جسمى أو عقلاً كما ترتبط أيضاً بالتلقائية (خضرة عبد المفلح، 2015:43).

كما يعرفها "علاء الدين محمد عفيفي" على أنها مجموعة من السلوكيات التي يتعلمها الفرد من البيئة والتي تمكنه من التكيف مع المجتمع لتجنبه الاستنتاجات المؤدية إلى العقوبة أو النبذ من الآخرين كما تدفعه على إدراك حاجات ورغبات وانطباعات الآخرين بدقة وتؤدي إلى تحقيق أهدافه التي يقبلها المجتمع "علاء الدين محمد عفيفي، 2015:212).

أما "محمد سيد فهد" فيعتبرها أنها تلك القدرات التي لا تظهر بوضوح إلا عند الممارسة أي قيامه بمساعدة الجماعة وأعضائها فعلاً (محمد سيد فهد، 2002:141).

3-نشأة وتطور الإعلام البيئي.

ترجع الأصول الأولى لاهتمام وسائل الإعلام بالبيئة إلى السبعينيات في القرن التاسع عشر 1870 وذلك في مدينة "ميفي سوتا" بالولايات المتحدة الأمريكية، فللمدينة أهميتها في تاريخ العلاقة بين وسائل الإعلام والصراع الدائر بشأن البيئة، حيث أسست مجلة عنيت بقضايا البيئة وعلى وجه التحديد "الحياة البرية في المدينة (Hallock)". لكن المجلة التي اختفت تماماً من الوجود تركت أثراً كبيراً في تشكيل جماعات حماية البيئة لمدة طويلة بعد اختفائها، أما في إنجلترا أنشأ إدوارد هيث رئيس وزراء بريطانيا وزارة البيئة في أوائل السبعينات من القرن الماضي، وبدأ الصحفيون والإعلاميون يهتمون بمعالجة القضايا البيئية على نحو مختلف عندما أولت ملكة إنجلترا والأمير تشارلز شرعية للقضايا البيئية التي تبنتها جماعات الضغط.

ويؤكد الخبير البيئي "الدكتور عصام الحناوي" أن الإعلام عن قضايا البيئة ليس جديداً، فمنذ أكثر من 100 عام أنشأت جمعيات أهلية للحفاظ على البيئة البرية، وكان من نشاطاتها إعلام الناس عن فوائد الحياة البرية وضرورة صونها، واتخذت تلك الجمعيات من الصحافة والمجلات العامة وسائط لنشر رسائلها، وأصدر البعض منها المجلات العلمية العامة التي أولت البيئة الطبيعية اهتماماً خاصاً، مثل مجلة الجغرافيا الوطنية التي أصدرت في أمريكا ويمكن تقسيم مراحل تطور الإعلام البيئي إلى 3 مراحل (زينة بوسالم، 2011:76):

-المرحلة الأولى: تناولت القضايا البيئية المنهية والمثيرة فور حدوثها.

-المرحلة الثانية: مرحلة الإعلام المتخصص والموجه إلى قطاع معين من المهتمين والمتخصصين وما صاحبه من اهتمام إخباري محدود.

-المرحلة الثالثة: هي مرحلة الإعلام الجماهيري الواسع الانتشار والذي يهدف إلى بلورة رؤية معينة لدى جمهور المتلقين من خلال مستويين: المستوى الإخباري، مستوى خلق رأي حول القضايا والموضوعات البيئية.

4-المعالجة الإعلامية لقضايا البيئي وأهدافها.

الإعلام البيئي كأحد أوجه الإعلام المتخصص يؤدي مهاماً متعلقة بالبيئة، ويرمي إلى تحقيق أهداف وغايات عديدة، فمن أهم مهام الإعلام البيئي ووظائفه وكذا الغايات التي يهدف إلى تحقيقها هي تنمية الوعي العام تجاه القضايا البيئية، لخلق تيار شعبي ضاغط على الحكومات للاهتمام بالمشكلات البيئية، كما يعمل على إيقاظ الهمم وشحن الأفراد لتحريك الجمود في الساحة البيئية، وتحفيز أصحاب القرار من خلال المعلومات البيئية الصحيحة، بغية التصرف بمسؤولية تجاه البيئة، وتحسين نوعية الحياة دون الإضرار بالموارد، ودون تعريض حياة الأجيال القادمة للخطر، من خلال الدعوة إلى ضرورة تحسين مستوى المعيشة وحفظ التنوع وخفض استنزاف الموارد غير المتجددة ومراعاة الحفاظ على القدرة الاستيعابية للأنظمة الإيكولوجية وتغيير العادات والسلوكيات البيئية السيئ، بمواجهة العبث والاستهتار وتعزيز قدرات الفئات الراغبة في التغيير للأفضل وتمكين المجتمعات من حماية بيئتها (عبد الرحمن قنشوية، 2016:12).

من جهة أخرى يعمل الإعلام البيئي على كسب أصدقاء للبيئة والتنمية وتسليط الضوء على الإيجابيات والجهود المبذولة لحماية البيئة بطرح القضايا البيئية، وتقديمها بصورة مبسطة وشاملة للجمهور وتزويدهم بالمعلومات ذات الصلة بالبيئة، وإعلامهم بكل جديد محلياً وعالمياً من خلال نقل أهم الأخبار والمواضيع المتعلقة بالبيئة ومتابعة كل الإجراءات والقرارات التي تتخذها جهات ما في القطاعين العام والخاص، ويكون من شأنها الإضرار بالبيئة، وبالتالي الإسهام في الجهود التي تبذل للضغط من أجل وقف هذه المظاهر أو الحد منها.

ومن أهم مهام الإعلام البيئي هو تشكيل الوعي البيئي بصورة إيجابية بهدف المساهمة في دفع المواطنين إلى تغيير سلوكياتهم الضارة بالبيئة والمشاركة بفعالية في رعاية البيئة، من خلال دفع الناس إلى العمل الشخصي، وتشجيعهم على الحوار وإيصال آرائهم إلى المسؤولين، فيكون لهم رأي مسموع يساهم في صنع القرار، بإقامة حوار تصل من خلاله آراء الناس إلى المسؤولين، كما يوصل للمسؤولين إيضاحات عن جدوى التدابير والإجراءات التي تتخذها الحكومات والهيئات الرسمية لحماية البيئة. إضافة إلى التوعية بقوانين حماية البيئة الصادرة عن الجهات المسؤولة عن البيئة محلياً وإقليمياً وعالمياً، بالتالي تحفيز الأفراد إلى التغيير نحو الأفضل عن طريق خلق طموحات مشروعة وممكنة، مع إيجاد ودعم الاتجاهات والقيم المناسبة، وإذكاء الحماس للتغلب على الصعاب والعقبات (الطالب عبد الباسط خلف، 2012:47).

أما فيما يخص المعالجة الإعلامية فقد ظهرت نماذج عديدة للمعالجة الإعلامية لقضايا البيئة، بعضها اعتمد على التغطية المباشرة السريعة، والبعض الآخر اعتمد على التغطية المتعمقة التي تستهدف تشكيل وبناء الوعي البيئي وتبني السلوك الإيجابي تجاه البيئة، فصلها كالاتي:

✓ التغطية الإعلامية القائمة على الإثارة: يرتبط هذا النوع من التغطيات الإعلامية بالأزمات والكوارث البيئية، حيث يكتفى بعرض الجوانب الصارخة عن الأحداث البيئية دون الإشارة إلى الأسباب مع الميل إلى التهويل والمعالجة السطحية.

البيئي

وينتهي الاهتمام الإعلامي بها بانتهاء الحدث دون محاولة متابعته أو تفسير آثاره، ويعتقد أصحاب هذا النموذج أن الاهتمام بالبيئة لا يزيد كونه مرتبط باحتياجات السوق الإعلامية دون النظر إلى الوظائف التربوية أو التثقيفية للإعلام البيئي (عواطف عبد الرحمن، 1999:150)

✓ **التغطية الإعلامية المستمرة والمتكاملة:** يتميز هذا النموذج بالاستمرارية والشمول والمتابعة والتكامل، ولا يقتصر على الأزمات والكوارث البيئية فقط، ويقدم هذا النموذج نوعين من المعالجة الإعلامية تتمثل في **النمط التعليمي** وهو الذي يركز على أن نشر المعلومات الصحيحة عن البيئة ليس كافياً بل لابد من توعية الجمهور بحقوقه البيئية والمسؤوليات المترتبة عن هذه الحقوق، و**النمط التربوي النقدي** الذي يضيف هذا النمط إلى النمط السابق اهتماماته بمحاولة إشراك الجمهور في تقييم الموضوعات البيئية التي تقدمها وسائل الإعلام بحيث يسهم فيها المتلقي في التعديل والتطوير، ويؤدي هذا على مزيد من الإيجابية في حل ومواجهة المشكلات البيئية، ويتميز هذا النمط بقدرته على تقديم رؤية نقدية وتمتعه بالإمكانيات المعرفية التي تبرز العلاقة الجدلية بين قضايا البيئة والمشكلات الحياتية للجمهور ومدى تأثير ذلك على مستوى ونوعية الحياة المعاشة. (نورالدين دحمار، 2012:110).

5- إشكالية التغطيات الإعلامية لقضايا البيئة بين الإيجاب والسلب:

من المسلم به أن وظائف الإعلام البيئي لا تخرج عن نطاق الوظائف العامة للإعلام والإعلام البيئي يتميز بكونه يؤدي ذات الوظائف لكن من خلال معالجة الموضوعات وطرح القضايا والمشكلات البيئية ومكوناتها ويتمثل الجانب الإيجابي للإعلام البيئي في (رضوان سلمان، 2006:64):

• الإعلام وتزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات البيئية للوقوف على كل ما يدور حولهم محلياً وإقليمياً وكذا عالمياً، ففضية البيئة ذات أبعاد مختلفة حيث أن عدداً من مشكلاتها يمس العالم بأسره.

• تفسير وتحليل الأخبار والمعلومات والبيانات التي تبثها وسائل الإعلام عن شؤون البيئة وقضاياها، وتوضيح أبعادها وتداعياتها وتبيان تفاصيلها ونتائجها، والإعلام العصري صار إعلام معلومات وتحليل، وليس إعلام مواعظ وافتراضات عبثية، وفي موضوع البيئة تحديداً تم تجاوز مرحلة إقناع الناس بأهمية الحفاظ على البيئة إلى مرحلة تحديد الأساليب الناجعة لتحقيق هذا الهدف الذي بات مقبولاً، وهذا يعني معالجة موضوع البيئة إعلامياً كقضية وليس كمجرد أخبار.

• إحداث الدوافع وتعزيزها وحث الاختيارات الشخصية والتطلعات بدعم الأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات والتركيز الكلي على تحقيق الأهداف المرجوة، وهذا الأمر مهم جداً أثناء تناول القضايا البيئية، إذ يسهم في تعزيز الوعي المجتمعي العام بهذا المجال الحيوي الذي أصبح شأنًا عالمياً.

• التثقيف والتعليم لجميع الفئات حتى التي انتهت علاقاتها بالتعليم النظامي، ويكون بمنزلة مورد دائم لكل ما هو جديد في المجال البيئي ويدفعهم للبحث والاطلاع لزيادة حصيلتهم العلمية والمعرفية، واكتساب المزيد من المهارات الحياتية اللازمة، كما يعزز الإعلام البيئي المعاني والمفاهيم والأحكام والمعتقدات والتصورات الفكرية لدى الفرد عن البيئة ومشكلاتها.

• التنشئة الاجتماعية بتوفير رصيد مشترك من المعارف والمهارات المرتبطة بالبيئة بما يمكن الناس من العمل بفعالية في المجتمعات التي يعيشون فيها، وهذا يضمن مشاركتهم في الحياة العامة إلى جانب تنسيق الجهود على المستويات المحلية والإقليمية، وكذا الدولية للحد من تدهور البيئة وإتلاف مواردها، ويسهم في وضع الحلول المناسبة لمشكلاتها.

• الإقناع التأثير في الآخرين، وتعديل سلوكهم ومعتقداتهم وقيمهم وميولهم من خلال الاستخدام المركز لوسائل الإعلام، وذلك لدفع الجمهور إلى اتخاذ مواقف إيجابية وفعالة اتجاه قضايا البيئة وصون مواردها والحد من تدهورها.

• إحداث التوجيه والإرشاد المطلوبين لتعزيز الوعي البيئي لدى الجمهور من خلال توضيح السبل المثلى للتعامل مع المسائل البيئية، وأساليب الوقاية والعلاج وتبسيط الضوء على الأحداث والمشكلات للحدث والتوقعات للأحداث اللاحقة، لمساعدة الأفراد والجماعات على فهم ما يجري حولهم وتعزيز مشاركتهم البناءة تجاهها.

التسويق والإعلان لحماية البيئة والإعلان عما تقوم به من أنشطة عدة، ودعوة الجمهور إلى التفاعل معها، وتسويق حملاتها الإعلامية ذات المضامين الداعية إلى صون موارد البيئة والحد من انتهاكها. كما تتسم التغطية الإعلامية لقضايا البيئة ببعض السلبيات التي حالت دون الحماية الحقة للبيئة، وهذه السلبيات والتهافتات يقع فيها العديد من الصحفيين ومن وسائل الاعلام خاصة الذين ليس لهم تكوين علمي متخصص، وقد تمثلت هذه السلبيات في (زينة بوسالم، 2011:88):

ارتباط التغطية الإعلامية للقضايا البيئية بوقوع أحداث مثيرة، حيث تكون التغطية مكثفة خاصة في حال وقوع أحداث غريبة غير معتادة ولا مألوفة لدى الجمهور، وتركيز التغطية الإعلامية للحدث البيئي لآثاره السلبية مع تناوله كحدث منفصل وليس ضمن سلسلة الأحداث البيئية التي تهدد الإنسان.

سطحية التغطية الإعلامية واعتمادها على تصريحات المسؤولين ومدعي الخبرة، وهذه من أهم الأخطاء التي تقع فيها التغطية الاعلامية لقضايا البيئة، خاصة القضايا المستعجلة التي لا يملك الجمهور عنها الكثير من المعلومات، فتصريحات المسؤولين لا تفي بالغرض بتفسيرها وإعطاء الجمهور حقيقة الوضع، ما يجعل الجمهور لا يتفاعل كفاية مع مدى خطورة الوضع، بالإضافة إلى وجود ظاهرة تضارب المعلومات وتصريحات المسؤولين بشأن قضايا البيئة، وعدم وجود اتساق بين ما يتم نقله للجمهور.

عدم متابعة وسائل الإعلام للحدث البيئي بعد وقوعه وعدم الاهتمام برصد أسبابه من الناحية العلمية، ومعالجتها معالجة عشوائية غير علمية، خاصة أن قضايا البيئة تمتاز بحساسية أكثر.

عدم الاهتمام بحالة الرأي العام والجهود الجماعية والفردية للمشاركة في إيجاد حل للمشكلات البيئية، وعدم حث الأفراد على المساهمة في القضاء على مشكلات البيئة.

6-المهارات الاتصالية الواجب توفرها في الصحفي البيئي:

1.6-مهارة التفكير: وتعرف هذه المهارة بأنها سرعة استعمال الفكرة في المواقف والعلاقات المحيطة بالعمل خلال عملية الاتصال، ولا بد من التفريق بين نوعين من التفكير أثناء استخدام أو دراسة مهارة التواصل مع الآخرين هما (بشير علاق، حميد الطائي، 2009:110):

- التفكير التحليلي: هو التفكير الذي يعتمد على المنطق كأساس للوصول إلى حل لمشكلة ما، ولا بد من إتباع خطوات علمية منطقية للتعرف على المراحل التي تمر بها المشكلة.

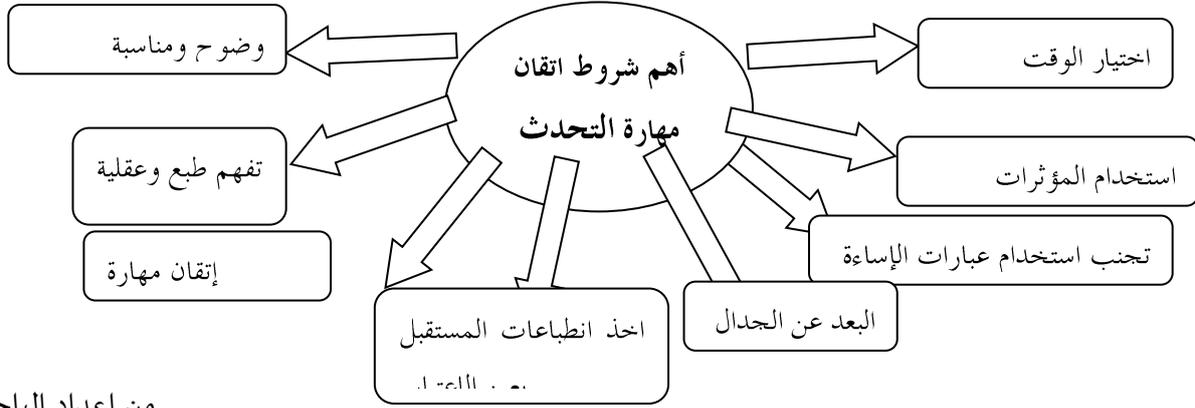
- التفكير الابتكاري: هو التفكير الذي يعتمد على الخيال والإبداع للوصول إلى حل لمشكلة ما، ويتميز هذا النوع بتعدد الأفكار المختلفة التي تقود الشخص للوصول إلى الحل.

2.6- مهارة التحدث: تعرف هذه المهارة بأنها قدرة الشخص على التحدث بفاعلية مع الآخرين وتجنب الوقوع في الأخطاء أثناء الحديث، وعملية توجيه الأسئلة إلى المستمع بالطريقة التي تساعد الشخص على إيصال رسالته بشكل فعال، وهي القدرة على الاستخدام الجيد للغة أثناء عملية الاتصال بالإضافة إلى الإلقاء الجيد له، حتى يتمكن المرسل من التحدث بفعالية إلى المستقبل، يجب أن يراعي النقاط التالية (محمد بوازير، 2013:2):

- اختيار التوقيت المناسب للتحدث مع المستمع.
- معرفة محتوى الرسالة، وما تتضمنه من مفاهيم.
- استخدام أساليب متنوعة في الحديث والتركيز على جوهر الموضوع.
- استخدام لغة بسيطة ومصطلحات واضحة.
- استخدام الأمثلة المباشرة أثناء الحديث.

البيئي

كما يجب أن تتوفر عدة شروط لإتقان مهارة التحدث أولها الطلاقة وهي قدرة الفرد على استدعاء الكلمات والألفاظ والمعان المترابطة والمترادفة من الذهن في صورة واضحة وقت الحاجة لها دون اضطراب أو تلعثم، بالإضافة إلى الانسياب في سرد الأفكار والمعان من العقل وإخراجها في صورة مترابطة تسهل على المستقبل فهم الرسالة، إلى جانب صحة التعبير باستخدام الألفاظ والكلمات لوصف وتوضيح المعنى والدلالة، كما أن سلامة الأداء ضرورية وهي القدرة على إخراج الحروف من مخارجها الصوتية الصحيحة، لإحداث التأثير المقصود.



من إعداد الباحثين.

- تقنيات لإتقان مهارة التحدث (بشير العلاق، حميد الطائي، 2009:104):

- ✓ **التكلم ببطء:** أي أن يتكلم المتحدث بسرعة مناسبة للجمهور بحيث مكن للمستمع متابعة أفكاره واستيعاب معناها دون أن يفقد بعض الجمل أو الكلمات
- ✓ **تغيير شدة الصوت:** أي تغيير الصوت من حيث القوة، يستخدم الصوت القوي الجمهوري مع بعض الكلمات القوية، ويستخدم الصوت الضعيف أو الهمس مع كلمات تعبر عن الضعف، كما يجب مراعاة العبارات الحماسية وإرفاقها بالصوت والنبرة المناسبة.
- ✓ **تكرار الكلمات:** إعادة ذكر بعض الكلمات أو الجمل، وذلك لجذب الانتباه إلى أهميتها والتأكد على الفكرة التي تحملها.
- ✓ **التشدد على الكلمات المهمة:** وذلك بنطق الكلمات المهمة بطريقة أكثر وضوحاً من باقي الكلمات الأخرى، لجذب انتباه المستمع.
- ✓ **تغيير سرعة الكلام:** ويقصد بها معدل نطق الحروف والكلمات بالنسبة للزمن فبعض العبارات يمكن ذكرها بسرعة من حيث نطقها، بينما يجب مراعاة المصطلحات الفنية أو الكلمات الجديدة وتقليل سرعة الكلام، من أجل إعطاء فرصة للمستمع في التفكير والاستيعاب ولفت نظره إلى أهميتها.
- ✓ **التوقف اللحظي:** توقف المتحدث عن الحديث للحظة معينة للفت الانتباه إلى الكلمات وتوضيح أهميتها وقيمتها.
- ✓ **الكلمات المستخدمة:** استخدام الكلمات الجيدة الإيجابية ككلمات الإطراء والثناء والشكر وتجنب استخدام الكلمات السلبية كالإهانات والاستهزاء.
- ✓ **تجنب الصوت الجمهوري:** أو الصخب والتحدث بوتيرة واحدة، مراعاة استخدام الوقفات بشكل صحيح لتوضيح المعنى المطلوب بحيث لا تزيد عن أربع ثواني، ضرورة نطق المصطلحات الفنية أو الجديدة جيداً.
- ✓ **مراعاة تسلسل الأفكار:** أثناء التحدث اختيار الألفاظ والعبارات المعبرة عن المعنى المقصود، والالتزام بالصدق في الحديث، تجنب قدر الامكان الهزل والدعابة المفتعلة.

3.6- **مهارة الاستماع:** تعرف هذه المهارة قدرة المستقبل على التركيز بمحتوى الرسالة وفهمها على الوجه المطلوب، تمر هذه المهارة بعدة مراحل بدءاً بالإنصات ثم التفسير تليها عملية الاستيعاب ثم التذكير وأخيراً التقييم والاستجابة حسب طبيعة

الرسالة إما لفظية ، غير لفظية ، ويتم الإنصات عن طريق العقل (وليس الأذن) حيث يقوم الشخص المنصت باستقبال الرسالة من خلال جميع عناصر النسق الاتصالي بشقيه اللفظي وغير اللفظي ويحاول استخلاص الأفكار وإدراك المعاني التي يقصدها المتحدث، بعد تحليل العلاقة بين المتغيرات اللفظية وغير اللفظية التي يؤديها المتحدث" (محمد محمود مهدي، 2005:65) ، حتى يتمكن المستقبل من عملية الاستماع للمرسل، لابد من تنفيذ الخطوات التالية (محمد بوايز، 2013:79):

- عدم مقاطعة المرسل.
 - التركيز على الهدف الأساسي لتحديث المرسل.
 - عدم إطلاق الأحكام على حديث المرسل حتى ينتهي من حديثه.
 - التعمق في كلمات المرسل ومحاولة تفسيرها بالوجه المطلوب.
- يقسم الاستماع الى نوعين:

-الاستماع الحقيقي: عملية يتم من خلالها التزام المنصت بالسمع واستيعاب المعلومات التي يلقيها المرسل، وكذلك أعمال العقل والتفكير فيما قال من معلومات والاستجابة لها، بهدف تعلم أشياء جديدة وفهم الرسالة جيدا.

-الاستماع المزيف: ادعاء المستمع بالإنصات للطرف للمرسل، بينما يوجه تركيزه واهتمامه إلى أمر آخر مختلف لموضوع المتحدث.

4.6-مهارات الاتصال غير اللفظي: تعرف هذه المهارة بأنها مجموعة من الأشكال الحركية والإيماءات التعبيرية التي توجي إلى معاني يتفق عليها مجموعة من الناس، وتستخدم هذه المهارة لتوضيح فكرة ما دون التعبير عنها بالكلام، وفي دراسة قام بها أحد علماء النفس اكتشف أن 7% فقط من الاتصالي يكون بالكلمات و38% بنبرة الصوت و55% بلغة الجسد، ولو اختلفت الكلمات ولغة الجسد فإن الفرد يميل إلى تصديق لغة الجسد. (صالح العلي، 2012:115)

ومن أهم أنواع الاتصالات غير اللفظية والتعبيرية ما يلي (راتب جليل صويص، غالب جليل صويص، 2008:14):

- النواحي الصوتية المصاحبة للكلام (كالتمتمة أو التأفف).
- الإنصات بالنظرات وتعرف بمهارة الإنصات بالعين.
- مهارة استخدام ملامح وتعابير الوجه مثلا (فتح الفم للتعبير عن الخوف أو عدم التصديق).
- استخدام الوضع الجسماني في الاتصالات مثل (دفع الرأس وخفضه للتعبير عن الموافقة او الرفض).
- مهارة استخدام اللباس والمظهر الخارجي والمحافظة على الهندام.

وهناك بعض طرق تحسين الاتصال غير اللفظي كالانتباه لانتباه المشي ووضع الوقوف، ومحاولة توافق الحركات والإشارات مع الكلمات والألفاظ، وجوب الانتباه انتبه حدة الصوت ونبراته مع اختيار مسافة مناسبة بين المتحدث والمستمع. واستخدام التواصل البصري خاصة في الاجتماعات أو المحاضرات والعمل على توزيع النظرات على الحاضرين وعدم تركيز النظر في اتجاه واحد، مع تجنب الإفراط في النظر إلى أسفل. أيضا الحرص على اعتدال قامة الجسم أثناء الوقوف، كما يجب تجنب بعض العادات السيئة التخلص من بعض كترار النظر إلى الساعة أثناء الحديث، أو النقر بالقلم على المنضدة، أو فرقة الأصابع أثناء الحديث أو تشبُّك أو ضم الذراعين (محمد بوايز، 2013:40).

5.6- مهارة الإقناع: الإقناع باختصار هو عملية فكرية وشكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير على الآخر وإخضاعه فكرة ما، حتى يستطيع أي شخص إقناع الآخرين بأي فكرة لابد أن يستخدم الشخص عدة أساليب منها ما يلي (بشير علاق، حميد الطائي، 2009:121):

- التجارب الميدانية المعززة بالأرقام والأدلة والبراهين.

البيئي

• القصة القصيرة ذات المعاني والدلالات.

• الأمثال العربية الأصيلة المستندة على الإرث الحضاري والفكري.

• البراهين والحجج.

• التعابير الطبيعية المتمثلة بالمودة والاحترام والتقدير والاعتزاز والسرور.

6.6- **مهارات الكتابة:** وهي مهارة التعرف على الكلمات والحروف وتحويلها إلى معان ومدرجات لدى الفرد بحيث تصل المعان الحقيقية للكلمات دون تحرف أو تشوه، يراعى في مهارة الكتابة التسلسل الذي تقدم به المعلومات، أيضا أخذ حجم المعلومات المتوفرة لدى القارئ والمعلومات المطلوب ادراجها واستخدام كلمات واضحة مفهومة. كما يجب أن تكون مهارة الكتابة من جانبين هامين هما (حسين جلوب، 2009:86):

- **جانب شكلي:** يتصل بالاستخدام الجيد لغة مع مراعاة قواعد النحو واللغة واختيار الألفاظ واضحة الدلالة التي لا تحتمل أكثر من تأويل، ومحاولة الابتعاد عن الأخطاء اللغوية.

- **جانب موضوعي:** يتصل بالمحتوى الذي تتم به كتابته وصياغته على نحو جيد، ويكون معبر عن الأهداف بدقة من وراء إصداره، كما يجب أن يكون هناك تناسق وتوافق بين أجزاءه.

تتمثل محددات مهارة الكتابة في توضيح الهدف والالتزام بالسلامة اللغوية والإملائية للكلمات، الى جانب الوضوح، الاختصار والتهديب في اختيار المفردات.

7.6- **المهارة في تقدير المشاعر وحسن استخدامها:** إنّ على الاعلاميين احترام مشاعر الآخرين سواء بالنسبة لزملائهم داخل العمل أو خلال التّعامل مع العملاء، فتقدير مشاعرهم والاستجابة لهم هي أحد أهداف العمل الإعلامي وتقع في خانة اخلاقيات المهنة بالدرجة الأولى. وعلى الاعلامي أن تتمتع بالشخصية القويّة والثّقة بالنفس وبفضل ذلك يستطيع التأثير في الآخرين، فالإعلامي مطالب بالسعي نحو إظهار مشاعر الآخرين السّلبية والايجابيّة فيتفاعل معها ويتقبّل شعور الجماعة (محمد السيد فهي، 2002:142، 143).

8.6- **المهارة الاجتماعية والإنسانية:** تهدف إلى تقوية المهارات الاجتماعية بين الفرد والجماعة ولن تكون ظرفية بل هي استمرارية يصنعها الاحتكاك المتواصل بالجماعات وتبادل الأفكار والمعلومات والتي يمكن من خلالها تدعيم العلاقات الاجتماعية وصناعة الثقة المتبادلة بين مختلف الأطراف وثقته في الآخرين على أنّهم قادرين على إحداث التغيير، "ويجب أن يدرك العاملين في الحقل الاعلامي إلى عملية الاتصال بالآخرين على أنّها عملية إنسانية، بحيث ينظر إلى كلّ فرد بأنه نظام بذاته يجب أن نتعامل معه كنظام له حاجات ورغبات وميول واتجاهات له قدرات ومعارف ومهارات." (محمد الصرفي، 2017:41).

7-الخاتمة:

يتضح من خلال العرض السابق أنه من الضروري اليوم على الاعلاميين والصحفيين تخصيص جانب المضامين لصالح القضايا البيئية بغية نشر الوعي واحساس المواطنين بمسؤوليتهم الأخلاقية لمثل هكذا قضايا، وجعلهم شركاء وأطراف فاعلين في عمليات مواجهة المشكلات البيئية، ولكي يؤدي الإعلاميون أدوارهم على أكمل وجه اتجاه القضايا البيئية، وجب عليهم الخضوع إلى تكوين متخصص ومتواصل يتماشى مع التطورات البيئية، وأن يتحلوا بثقافة بيئية وعلمية وتراثية وتاريخية واسعة بغية ضمان فعالية ملموسة على أرض الواقع.

8. المراجع:

(1) إبراهيم عبد الواحد عارف. (2008)، الاعلام البيئي وأهمية إيجاد الوعي بمشكلات البيئة، مجلة اتحاد إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد 72 جانفي.

- (2) ابن منظور. (2005). **لسان العرب**، ط4، المجلد الأول، دار طادر، بيروت، لبنان.
- (3) أحمد زكي بدوي. (1994). **معجم مصطلحات الإعلام**، ط2، دار الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان.
- (4) أسماء عبادي. (2010). **المعالجة الإعلامية للتلوث الصناعي في الصحافة الجزائرية -دراسة تحليلية لجريدة الوطن الجزائرية - مذكرة ماجستير غير منشورة**، جامعة منتوري، قسنطينة - الجزائر.
- (5) بشير العلاق، حميد الطائي. (2009). **أساسيات الاتصال نماذج ومهارات**، ط1، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، الأردن.
- (6) حسين جلوب. (2009). **مهارات الاتصال بين الأفراد**، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن.
- (7) خضرة عبد المفلح. (2015). **الاتصال المهارات والنظريات واسس عامة**، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن.
- (8) راتب جليل صويص، غالب جليل صويص. (2008). **تقنيات ومهارات الاتصال**، ط1، دار إثناء للنشر والتوزيع، الأردن.
- (9) رضوان سلامن. (2006). **الإعلام والبيئة دراسة استطلاعية لعينة من الثانويين والجامعيين -عنابة نموذجاً**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية علوم الاعلام والاتصال، الجزائر.
- (10) زينة بوسالم. (2011). **المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية- جريدة الشروق نموذجاً**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة في علم الاجتماع تخصص بيئة، قسنطينة، الجزائر.
- (11) زينة بوسالم. (2011). **المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية . جريدة الشروق نموذجاً**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة، تخصص بيئة، قسم علم الاجتماع كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية جامعة منتوري، قسنطينة.
- (12) صالح العلي. (2012). **مهارات التّواصل الاجتماعي: أسس ومفاهيم وقيم**، ب ط، دار الحامد للنّشر والتّوزيع، الأردن.
- (13) الطالب عبد الباسط خلف (2012)، **دور رسائل الإعلام المتخصصة في تطوير الوعي البيئي: دراسة تطبيقية على طلبة جامعة بيرزيت**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة بيرزيت، فلسطين.
- (14) عدنان أبو مصلح. (2006). **معجم علم الاجتماع**، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن.
- (15) عفاف أحمد. (2008). **مهارات الاتصال**، أكاديمية الجمعيات الأهلية، مصر.
- (16) علاء الدّين محمد عفيفي. (2015). **الإعلام وشبكات التّواصل الاجتماعي العالميّة**، ط1، دار الكتب المصريّة، الإسكندريّة، مصر.
- (17) عمر شريف، بومدين بروال (2012). **المسؤولية الاجتماعية كدافع لتبني سياسة بيئية مسؤولة من طرف منظمات الأعمال**، ورقة مقدمة ضمن أشغال الملتقى الدولي الثالث حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، 14 و15 فيفري، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بشار.
- (18) عواطف عبد الرحمن. (1999). **الإعلام العربي وقضايا البيئة**، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
- (19) قنشوية عبد الرحمان. (2016). **معالجة الصحافة الجزائرية اليومية لقضايا البيئة دراسة وصفية تحليلية ل مضمون Le Quotidien d'Oran 2014/2015**، مجلة دراسات وأبحاث، ال عدد25، ديسمبر 2016.
- (20) محمد الصرفي. (2017). **الاتصالات الدولية ونظم المعلومات**، ط1، دار الوفاء، الاسكندرية، مصر.
- (21) عبد الله خالد محمد بوازير. (2013). **مهارات الاتصال**، متوفر على موقع الجامعة السعودية العربية، (<https://akbawazir.kau.edu.sa>)، تاريخ الزيارة : 2019/04/06 .
- (22) محمد سيّد فهي. (2002). **مدخل إلى الخدمة الاجتماعيّة**، المكتب الجامعي الحديث، ب ط، الإسكندريّة، مصر.
- (23) محمد محمود مهدي. (2005). **الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعيّة**، ب ط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندريّة، مصر.

البيئي

- (24) محمود فتوح محمد سعادات. (2016)، مهارات الاتصال الفعال، موقع الألوكة: (تاريخ الزيارة: 2019/04/03، الساعة: 14:16).
- (25) نور الدين دحمار. (2012)، قضايا البيئة في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية لجريدتي وقت الشعب والجزائر ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة، في علوم الاعلام والاتصال، الجزائر.

دور المواصفة القياسية ISO 26000 في إرساء المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال للمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة.

The role of ISO 26000 in establishing the social responsibility of business organizations to contribute to achieving sustainable development.

ط.د بواشرية مراد¹، د. نعرورة بوبكر²

¹ جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي، bouacheria-mourad@univ-eloued.dz

² جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي، boubaker.narora@yahoo.fr

تاريخ القبول: 2019/06/30

تاريخ المراجعة: 2019/06/13

تاريخ الاستلام: 2019/06/09

ملخص:

شهدت السنوات الأخيرة تزايد الجدل بشأن موضوع تحمل منظمات الأعمال لمسئوليتها الاجتماعية، نتيجة التغييرات الحاصلة في الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وضغوط الأطراف المعنية وأصحاب المصالح، فسعت منظمات الأعمال نحو الموازنة بين أنشطتها الربحية وتلك غير الربحية التي تعود على المجتمع المحلي بالنفع، من خلال ممارسات وسلوكيات مختلفة تعكس قيمها ومعاييرها الأخلاقية، كما برزت عدة هيئات دولية تعمل في هذا الجانب ومنها المنظمة الدولية للتقييس التي أصدرت في سنة 2008 المواصفة الدولية الأيزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية، وقد اهتمت منظمات كثيرة في مختلف أنحاء العالم بمسئوليتها الاجتماعية عن طريق تطبيق هذه المواصفة من أجل تحقيق التنمية المستدامة.

تناول هذه الدراسة توضيح الأدبيات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية، والتنمية المستدامة والعلاقة بينهما، وتسلط الضوء على مواصفة ISO 26000 من خلال معالجة المبادئ التوجيهية التي تقدمها لمنظمات الأعمال للالتزام بمسئوليتها الاجتماعية بشكل أفضل، وكيفية مساعدتها على المساهمة بفعالية أكبر في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

كلمات مفتاحية: مسؤولية اجتماعية، تنمية مستدامة، مواصفة قياسية دولية ISO 26000.

تصنيف JEL: M140, Q560

Abstract:

In recent years there has been a growing debate over the social responsibility of business organizations as a result of changes in economic, political and social conditions and pressure from interested parties and stakeholders. Business organizations have sought to balance their profitable and non-profit activities that benefit the community through different practices and behaviors Reflecting the values and ethical standards, as well as emerged several international bodies working in this aspect, including the International Organization for Standardization, which issued in 2008 the international standard ISO 26000 for social responsibility, Where many organizations around the world have taken care of their social responsibility by applying this standard to achieve sustainable development.

This study explores the literature on social responsibility and sustainable development and their relationship, highlighting ISO 26000 by addressing the guidelines it provides to business organizations to better meet their social responsibility and how to help them contribute more effectively to achieving sustainable development goals.

Keywords: social responsibility, sustainable development, international standard ISO 26000.

Jel Classification Codes: M140, Q560.

1. مقدمة:

شهدت العقود الأخيرة زيادة حدة المنافسة بفعل العولمة والانفتاح الكبير على الأسواق العالمية والتطور التكنولوجي السريع لاسيما في وسائل الاتصال، كما تفاقمت المشاكل الاجتماعية والبيئية وزاد الإدراك لمدى الاحتياج لضمان سلامة النظام البيئي والعدالة الاجتماعية والحوكمة المؤسسية الرشيدة، وأصبح أداء منظمة الأعمال فيما يتعلق بالمجتمع الذي تعمل به وفيما يتعلق بالبيئة التي تؤثر عليها جزءاً حرجياً في قياس أدائها الكلي وقدرتها على الاستمرار في العمل بفاعلية، الأمر الذي عظم من ضغوط الأطراف المعنية وأصحاب المصالح، مما حتم على منظمات الأعمال السعي الدائم لتحقيق التفوق والتميز بغية الاستمرار والنمو. كما أصبحت منظمات الأعمال وأصحاب المصالح في جميع أنحاء العالم على يقين متزايد إلى ضرورة ممارسة سلوكيات مسؤولة مجتمعياً ونتيجة وعيهم بالفوائد الناجمة عنها، من خلال تبني برامج فعالة للمسؤولية الاجتماعية تأخذ في الاعتبار ظروف المجتمع والتحديات التي تواجهه، فظهرت مبادرة دولية لرعاية هذا المفهوم، كللت بإصدار المنظمة الدولية للتقييس مواصفة إرشادية أطلق عليها (ISO 26000)، كأداة مهمة للتخفيف من حدة العولمة وجموحها، وهي مواصفة تقدم إرشادات وتوضيحات حول المسؤولية الاجتماعية للمنظمات بهدف المساهمة في التنمية المستدامة.

مشكلة الدراسة:

قد اهتمت كبرى منظمات الأعمال في الدول المتقدمة بمفهوم المسؤولية الاجتماعية وحرص أغلبها على الالتزام بمواصفة الأيزو 26000 لتحسين توجهاتها الاجتماعية والبيئية بهدف تحقيق تنمية مستدامة، ومن هنا تأتي هذه الدراسة للإجابة على الإشكالية الرئيسية الآتية: كيف تساهم مواصفة الأيزو 26000 في التزام منظمة الأعمال بمسؤوليتها الاجتماعية للمشاركة في التنمية المستدامة؟

ومن هذه الإشكالية تطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية كما يلي:

1. ما المقصود بالمسؤولية الاجتماعية؟ وما هي أبعادها؟
2. ما هي الأيزو 26000؟ وفيما تكمن مختلف المضامين التي تركز عليها المواصفة؟ وكيف يمكن لمنظمة الأعمال الاستفادة منها؟
3. ما مفهوم التنمية المستدامة؟ وفيما تتمثل الأبعاد المشكلة لها؟
4. ما علاقة المسؤولية الاجتماعية بالتنمية المستدامة؟ وكيف تمكن مواصفة الأيزو 26000 منظمة الأعمال من المساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة؟

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة في الآتي:

1. التعرف على مفهوم وأبعاد المسؤولية الاجتماعية ومختلف الآراء الواردة فيها؛
2. التطرق لمضمون مواصفة الأيزو 26000 والأهداف التي تسعى إليها وعرض آلية استفادة منظمات الأعمال منها؛
3. التعرف على مفهوم وأبعاد التنمية المستدامة؛
4. توضيح كيفية مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة وفق مواصفة الأيزو 26000.

أهمية الدراسة:

تشكل أهمية الدراسة من جملة من العناصر التي يمكن إجمالها في الآتي:

1. الأهمية المتزايدة لهذا الموضوع في عالم منظمات الأعمال على اختلاف أنواعها وأحجامها، الداعم للتوجه المستقبلي للمؤسسات الاقتصادية في بذل المزيد إزاء مسؤولياتها الاجتماعية.

2. إفادة متخذي القرارات في المؤسسات الجزائرية بشرح المسؤولية الاجتماعية وبالتحديد التعريف بمواصفة الأيزو 26000 وأهميتها في تحقيق النمو والاستدامة.
3. الأهمية النظرية والميدانية الممكن انبثاقها من نتائج البحث، في تقديم معلومات في مجال إحدى الآليات الدولية المعتمدة في تشجيع المؤسسات لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية؛
- وتستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تتناول إحدى الموضوعات شديدة الأهمية الذي يعد حديث المنظمات على المستوى العالمي وهاجس إدارتها لضمان الاستمرار والبقاء في بيئة يسودها التغير المستمر.

فرضية البحث:

يحاول البحث اختبار الفرضية الرئيسية التالية:

"تعتبر المواصفة القياسية الدولية ISO 26000 دليلاً إرشادياً لمنظمات الأعمال لتكون أكثر التزاماً بمسؤوليتها الاجتماعية، وتهدف من خلاله إلى مساعدتها على المساهمة بفعالية أكبر في تحقيق أهداف التنمية المستدامة".

هيكلية البحث:

بغية الإحاطة بأهداف الدراسة فقد تم تقسيمها إلى أربعة محاور:

المحور الأول: المسؤولية الاجتماعية وأبعادها؛

المحور الثاني: الأيزو 26000 كمنهج معتمد لإرساء المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال؛

المحور الثالث: مفاهيم أساسية حول التنمية المستدامة؛

المحور الرابع: دور مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

المنهجية العلمية في البحث:

اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي في دراستنا، حيث يعرف هذا المنهج بأنه الطريقة المنظمة لدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة معينة من خلال وصف الظاهرة المراد دراستها، وذلك من خلال المسح المكتبي و الاطلاع على الأدبيات المرتبطة بموضوع الدراسة، ثم تمت عملية تحليل المعلومات المحصل عليها في سبيل الخروج بنتائج عامة.

2. المسؤولية الاجتماعية وأبعادها:

قبل التطرق لأبعاد المسؤولية الاجتماعية، سيتم التعريف بمصطلح المسؤولية الاجتماعية وإبراز خصائصها، مبادئها ومدخلها.

1.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية

1.1.2 تعريف المسؤولية الاجتماعية

يقصد بالمسؤولية الاجتماعية: "الشعور بالالتزام من جانب الشركات نحو وضع معايير اجتماعية محددة أثناء عملية صنع القرار الاستراتيجي، وعند قيامها بتقييم القرارات من الوجهة الأخلاقية، فإنه يتعين التسليم باتخاذ ما هو في صالح رفاهية المجتمع ككل". (شارلز وجارث جونز، 2001)

وقد عرفها البنك الدولي على أنها: "التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المدني والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة والتنمية في آن واحد". كما عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة بأنها: "الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل". (حسين عبد المطلب الأسرج، 2011)

كما عرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة على أنها: "الالتزام المستمر من قبل مؤسسات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، إضافة إلى المجتمع المحلي والمجتمع ككل". (صالح الحموري، رولا المعاينة، 2015)

ويعرف الاتحاد الأوروبي المسؤولية الاجتماعية على أنها: " مفهوم تقوم الشركات بمقتضاه بتضمين اعتبارات اجتماعية وبيئية في أعمالها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح على نحو تطوعي". (عبد الرزاق مولاي لخضر وحسين شنيبي، 2011) وعرفتها المنظمة العالمية للمعايرة (أيزو) بأنها "ممارسات تقوم بها المنظمة 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 الأخلاقي، احترام القوانين و الأدوات الحكومية و تدمج مع النشاطات اليومية للمنظمة". (Michel Capron et Françoise Quairel-Lanoizelée, 2007)

أما مواصفة الأيزو 26000 عند تعريفها للمسؤولية الاجتماعية، ترى بأن "مسؤولية المنظمة هي ترجمة لقراراتها و نشاطاتها تجاه المجتمع و البيئة من خلال تبني سلوك شفاف و أخلاقي:

- يسهم في تحقيق التنمية المستدامة بما في ذلك الصحة و الرفاه في المجتمع؛
 - يأخذ في الاعتبار توقعات أصحاب المصالح؛
 - يحترم القوانين السارية، و يتوافق مع المعايير الدولية؛
 - يدمج في المنظمة ككل و يتم ممارسته و تطبيقه في مستوياتها الإدارية المختلفة". (Groupe AFNOR, 2013)
- ونلاحظ أن التعريف الأكثر شمولاً للمسؤولية الاجتماعية، هو الذي جاءت به مواصفة الأيزو 26000، حيث يتم التركيز فيه على دور المنظمة في تحقيق التنمية المستدامة، و التنمية في المجتمع، و كذا الاستجابة لتطلعات أصحاب المصلحة، كما يشير التعريف إلى أهمية دمج المسؤولية الاجتماعية في إدارة المنظمة.

2.1.2 خصائص المسؤولية المجتمعية

من تعريفات أغلب المنظمات الدولية للمسؤولية المجتمعية يتضح إجماعها على وجود خصائص مشتركة في التعريف تتمثل في:

- الإقرار بطوعية مبدأ المسؤولية المجتمعية للمؤسسات وعدم الزاميته؛
 - تكامل السياسات المجتمعية، البيئية والاقتصادية في الأعمال الإدارية اليومية للمؤسسة؛
 - تقبل المسؤولية المجتمعية للمؤسسات كونها واحدة من الأنشطة الأساسية الراسخة، في نشاطات المؤسسة الإدارية والإستراتيجية؛
 - الإجماع على الدور المهم الذي يمكن أن تلعبه المؤسسة في المجتمع بصفتها عضواً فيه؛
 - التزام المؤسسة بمسؤوليتها المجتمعية هي الآلية التي من خلالها تساهم في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع؛
 - عنصر "الشفافية" والذي يركز على جمع ونشر المعلومات داخل وخارج المؤسسة؛
 - القدرة على إشراك أطراف أخرى تهتم بالمؤسسة وتتعامل معها، لأن المؤسسة ستصبح مواطنة؛
 - عملية تشاركية تقوم بها المؤسسات، لتعظيم القدرة التشاركية بالتنمية؛
 - تقوم بها مختلف المؤسسات، بغض النظر عن طبيعة عملها: قطاع خاص، قطاع حكومي أو منظمات مجتمع مدني.
- (صالح الحموري و رولا المعاينة، 2015)

3.1.2 مبادئ المسؤولية الاجتماعية

تستند المسؤولية الاجتماعية إلى مجموعة من المبادئ تنبثق من الميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية، وهو مبادرة دولية صدرت سنة 1999، دعت بمقتضاها الأمم المتحدة الشركات للتخلي بروح المواطنة المؤسسية، وزيادة مساهمتها في التصدي لتحديات العولمة، والمشاركة الطوعية في التنمية المستدامة. ويعتبر الميثاق المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها هي كل ما تقوم به الشركات، أياً كان حجمها أو مجال عملها، طواعية من أجل تعظيم قيمتها المضافة للمجتمع ككل.

والمبادئ العشرة التي يقوم عليها الاتفاق العالمي هي:

- دعم حماية حقوق الإنسان المعلنة دولياً واحترامها؛

- ضمان عدم ضلوع الشركات في أي انتهاكات لحقوق الإنسان؛
- احترام حرية تكوين الجمعيات والاعتراف الفعلي بالحقوق في المساومة الجماعية؛
- القضاء على كافة أشكال العمل القسري والجبري؛
- القضاء على عمالة الأطفال؛
- القضاء على التمييز في التوظيف والمهن؛
- تشجيع إتباع نهج احترازي يتعلق بالتحديات التي تواجهها البيئة؛
- الاضطلاع بمبادرات لتشجيع المزيد من المسؤولية تجاه البيئة؛
- تشجيع تطوير التكنولوجيا غير الضارة بالبيئة ونشرها؛
- مكافحة الفساد بكل أشكاله، بما فيها الابتزاز والرشوة. (منصف شرقي، 2012)

2.2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية

اختلف الكتاب والباحثون في تناول أبعاد المسؤولية الاجتماعية، كل حسب وجهة نظره، مما أدى إلى إعطائها مسميات مختلفة، فمنهم من حدد لها ثلاثة أبعاد تتمثل في:

1.2.2 البعد الاقتصادي: هذا البعد لا يشير إلى الربح، كجانب من جوانب الأعمال التجارية، إنما يشير إلى الالتزام بممارسات أخلاقية، داخل المؤسسات، مثل الحوكمة المؤسسية، ومنع الرشوة والفساد، وحماية حقوق المستهلك، والاستثمار الأخلاقي.

2.2.2 البعد الاجتماعي: لا بد للمؤسسة أن تسهم في تحقيق رفاهية المجتمع، الذي تعمل فيه، وتحسين ورعاية شؤون العاملين فيها، بما يعكس إيجابيا على زيادة إنتاجيتهم، وتنمية قدراتهم الفنية، وتوفير الأمن المهني والوظيفي، والرعاية الصحية، والمجتمعية لهم، ويعد النمط الإداري المنفتح، الذي تعمل به المؤسسة حاسما، حيث أن لاعتبار سلوكها الاجتماعي تأثيرا يتجاوز حدود المؤسسة نفسها.

3.2.2 البعد البيئي: واجب المؤسسة لتغطية الآثار المترتبة على عمليات ومنتجات المؤسسة، والقضاء على الإنبعاثات والنفايات، وتحقيق أقصى قدر ممكن من الكفاءة والإنتاجية، ومن الموارد المتاحة، وتقليل الممارسات التي قد تؤثر سلبا على تمتع البلاد والأجيال القادمة بهذه الموارد، وعلى المؤسسة أن تعي جميع الجوانب البيئية المباشرة وغير المباشرة، ذات الصلة في تأدية نشاطاتها، وتقديم خدماتها، وتصنيع منتجاتها، كما وعليها استخدام معايير معينة لمعرفة تلك الجوانب البيئية، ذات الأثر المباشر، لتتمكن بالتالي من التحسين الفعال لأدائها البيئي. ومن الواجب على تلك المحددة، من قبل المؤسسة نفسها، أن تكون شاملة، مثبتة (ممكن إثباتها)، ويتم التوثيق بكتابة التقارير، لتحسُّن الأداء الوظيفي للبيئة. (صالح الحموري ورولا المعايطة، 2015)

ومنهم من حدد لها أربعة أبعاد تتمثل في ما يلي:

أ- المسؤولية الإنسانية: أي أن تكون المنظمة صالحة وتعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع و تحسين نوعية الحياة؛

ب- المسؤولية الأخلاقية: بمعنى أن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين؛

ج- المسؤولية القانونية: أي التزام المنظمة بإطاعة القوانين، واكتساب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون؛

د- المسؤولية الاقتصادية: بأن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصاديا، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين.

(William M. Pride & O.C. Ferrell, 1997)

ومنهم من قيم مسؤولية المنظمة من خلال الأبعاد الآتية :

- أ- **المسؤولية تجاه المجتمع والثقافة:** ويتضمن هذا البعد مدى مساهمة المنظمة في الحياة الثقافية للمجتمع مثل الدين والفنون والأدب والرياضة، وآليات التعامل مع المنظمات غير الحكومية واستخدام الموارد المحلية في الإنتاج.
- ب- **المسؤولية تجاه الأفراد المتأثرين بأنشطة المنظمة:** وتشمل علاقة إدارة المنظمة مع العاملين مثل ساعات العمل، الأمان الوظيفي، أوضاع العمل، المكافآت.. الخ. كما تشمل العلاقات مع جماعات المجتمع المحلي كالأجانب والأقليات العرقية.
- ج- **المسؤولية تجاه البيئة الطبيعية:** بالالتزام بالأنظمة البيئية الصادرة من الجهات ذات العلاقة، وتحليل قوائم التوازن البيئي التي تعدها المنظمة. (Wolfgang, 2005)
- كما حدد كل من (Plazzi & Starcher) أبعاد المسؤولية الاجتماعية بستة أبعاد أساسية تمثلت في ما يلي:
- أ- **المستهلكون:** تضع المنظمات المستهلك في المقدمة دائما، وتركز على توفير ما يحتاجه وبالنوعية الجيدة.
- ب- **العاملون:** تزايدت الدعوات التي تنادي بضرورة توفير ظروف عمل مناسبة، حيث تبين لأغلب المنظمات الناجحة أن رضا المستهلكين يحقق نتائج عالية من خلال رضا العاملين.
- ج- **شركاء العمل:** أوضحت الكثير من الدراسات أن اعتماد المنظمة على مجهزين في مختلف الظروف من خلال إقامة علاقات طويلة الأمد معهم يحقق لها النجاح ويحقق لها ميزة تنافسية عن بقية المنظمات:
- د- **البيئة:** وفي هذا الصدد يوجه (Paul Hawken) رئيس قمة مؤتمر الأرض الذي عقد في مدينة ريو دي جانيرو بالبرازيل عام 1992 نصائحه للمصنعين بقوله: "اترك العالم أفضل مما وجدته، خذ من البيئة ما تحتاج فقط، لا تحاول أن تؤدي الحياة أو البيئة، ستكفر عن ذنوبك إذا قمت بذلك".
- هـ- **المجتمعات المحلية:** يجب أن تهتم المنظمات بالمجتمعات المحلية من خلال توفير فرص العمل، الرواتب المجزية، عوائد الضرائب، التسكين، تقديم الدعم لبناء المشاريع.. وغيرها؛
- و- **المستثمرين:** أثبتت العديد من الدراسات ومنها دراسة (Marriott Willard) أن المسؤولية الاجتماعية ترتبط إيجابا مع الأداء المالي، وأن أغلب بشركة المستثمرين في الشركات الكبرى يعلمون أن الإعلان عن شركاتهم بأنها مسؤولة اجتماعيا وبيئيا يحقق لها ميزة تنافسية تميزها عن باقي الشركات في السوق. (Plazzi & Starcher, 1997)
- ويتضح من ذلك أن تصنيفات أبعاد المسؤولية الاجتماعية تعددت تبعا للمعطيات التي وضعها الباحثين وعليه يمكن القول أن جميع الآراء تصب حول الأطراف أصحاب المصلحة والذين يتعين على المنظمات تعيينهم والعمل معهم للاضطلاع بدورها الاجتماعي.

3. الأيزو 26000 كمنهج معتمد لإرساء المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال:

نتناول في هذا المحور التعريف بمواصفة الأيزو 26000 والمحطات الزمنية لإعدادها ومختلف محتوياتها ثم نتطرق إلى آلية الاسترشاد بها لتبني منظمات الأعمال لمسئوليتها الاجتماعية.

1.3 تعريف الأيزو 26000 ومراحل إعدادها ومحتوياتها

1.1.3 تعريف الأيزو 26000

الأيزو 26000 هي "مواصفة دولية تعطي إرشادات حول المسؤولية الاجتماعية و من المزمع استخدامها من قبل جميع المنظمات بشتى أنواعها في كلا القطاعين العام والخاص، في كل من الدول المتقدمة و النامية وتلك التي تمر بمرحلة انتقالية و سوف تساعدهم في جهودهم الرامية للتعاون بأسلوب مسئول اجتماعيا و الذي يتطلبه المجتمع بطريقة متزايدة". (مقدم وهيبة، 2012)

كما عرفت بأنها "مواصفة عالمية تقدم الإرشادات العامة للمبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية والمواضيع والقضايا المرتبطة بها، كما أنها تتطرق للوسائل التي تمكن المنظمات من إدخال مفهوم المسؤولية الاجتماعية ضمن إطار

الاستراتيجيات والآليات والممارسات والعمليات بها، وبما أن هذه المبادئ والتوجيهات لن تكون متساوية في الاستخدام، فإن المسؤولية تقع على المؤسسات في تحديد ما يهملها منها وتنفيذها بالتساوي والتعاون مع شركائها. وقد ترغب بعض المؤسسات الحكومية في استخدام هذه المواصفة إلا أنها لا تستهدف أو تغير من واجبات الحكومات. وهي مواصفة اختيارية ولا يعمل بها لأغراض الترخيص والمطابقة أو التشريع أو لإبرام أي عقود لأي صفقات كما أنها لا تقصد أن تكون من العوائق غير الجمركية للتجارة أو أن تغير من الوضع القانوني للشركات، ولذلك فإنها لا تكون مستندا قانونيا لأي إجراءات قضائية دفاعا أو اتهاما على أي مستوى محلي أو عالمي أو غيرها". (Guest Author, 2011)

وتعتبر المواصفة بمثابة دليل إرشادي لتطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية في كافة المنظمات بغض النظر عن نشاطها، حجمها أو موقعها، من خلال توفير التوجيهات اللازمة لدمج ممارسات المسؤولية الاجتماعية ضمن الخطط الإستراتيجية والأنظمة والممارسات والعمليات للمنظمات.

2.1.3 مراحل إعداد المواصفة

شهدت المواصفة مرحلة إعداد طويلة قبل أن ترى النور، حيث بدأت فكرة مشروع أيزو 26000 ابتداء من سنة 2001 من قبل منظمات حماية حقوق المستهلك، حيث كانت هذه المنظمات قلقة حيال توجهات بعض الشركات متعددة الجنسيات و متخوفة من إمكانية تأثير نشاطات هذه الشركات على ظروف العمل و مستوى المعيشة، فكانت لجنة (COPOLCO) المسئولة عن العلاقات مع المستهلكين تم البدء في إجراء دراسة جدوى لوضع مواصفة قياسية للمسؤولية الاجتماعية. وخلصت هذه اللجنة خلصت اللجنة إلى القدرة على إعداد المواصفات القياسية الدولية الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، لذا تم البدء في تفعيل هذا المشروع، ففي بداية عام 2003 قامت منظمة الأيزو بتكوين مجموعة استشارية إستراتيجية (SAG) لتختص بالمسؤولية الاجتماعية بهدف المساعدة في تقرير ما إذا كان هذا المشروع المعد من أيزو قد تضيف أية قيمة للمبادرات والبرامج المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والقائمة بالفعل.

وقد خلصت المجموعة الاستشارية الإستراتيجية إلى ضرورة المضي قدما نحو إعداد المواصفة، وتم إنشاء مجموعة عمل جديدة تقوم بإعداد مواصفة قياسية دولية تقدم التوجيه فيما يختص بالمسؤولية الاجتماعية، وفي يناير 2005 صوت 37 عضوا في الأيزو على اقتراح بند عمل جديد (وهو اقتراح لإعداد مواصفة قياسية جديدة) حول المسؤولية الاجتماعية. وكانت التتابع الزمني لإصدار مواصفة الأيزو 26000 كما يلي:

- تم الانتهاء من مسودة العمل الأولى في عام 2006؛
- المسودة النهائية للمواصفة القياسية الدولية تم إعدادها في سبتمبر 2008؛
- إصدار المواصفة القياسية الدولية في ديسمبر 2008؛
- و أخيرا تم نشر هذه المواصفة في 01 نوفمبر 2010 . (مقدم وهيبة، 2012)

3.1.3 محتويات مواصفة الأيزو 26000

بالإضافة للمقدمة التي تعرض معلومات عن محتوى المواصفة القياسية الإرشادية والأسباب التي دعت لإعدادها، تتضمن المواصفة العناصر الآتية:

- البند (1): المجال: تعرف المحتوى والمجال الذي تغطيه هذه المواصفة الدولية وتحدد قيود و استثناءات معينة؛
- البند (2): المصطلحات والتعريفات والاختصارات: تحدد وتقدم تعريف المصطلحات الرئيسية ذات الأهمية البالغة لفهم المسؤولية المجتمعية ولاستخدام هذه المواصفة؛
- البند (3): فهم المسؤولية المجتمعية: تصف العوامل والظروف الهامة التي أثرت على تطور المسؤولية المجتمعية والتي يمتد تأثيرها إلى طبيعة وممارسة المسؤولية المجتمعية، وتصف أيضا مفهوم المسؤولية الاجتماعية نفسها

ومعناها وكيفية تطبيقها على المنشآت، ويتضمن هذه البند دليل إرشادي لشرح كيفية استخدام هذه المواصفة في المنشآت المتوسطة وصغيرة الحجم؛

- البند (4): مبادئ المسؤولية الاجتماعية: تقدم وتشرح المبادئ العامة للمسؤولية الاجتماعية؛
- البند (5): إدراك المسؤولية الاجتماعية والمشاركة مع الأطراف المعنية: تتناول الممارستان الخاصتان بالمسؤولية: إدراك المنشأة لمسؤوليتها الاجتماعية وتحديدتها والمشاركة مع الأطراف المعنية. كما تقدم الإرشاد بشأن العلاقة بين المنشأة وأطرافها المعنية والمجتمع مع إدراك الموضوعات والقضايا الجوهرية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية؛
- البند (6): دليل إرشادي حول الموضوعات الجوهرية للمسؤولية الاجتماعية: يوضح الموضوعات الجوهرية والقضايا المرتبطة بها ذات الصلة بالمسؤولية الاجتماعية (أنظر جدول 1)، وبالنسبة لكل موضوع جوهري تم تقديم معلومات حول مجاله وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية والمبادئ والاعتبارات والإجراءات والتوقعات ذات الصلة؛
- البند (7): دليل إرشادي حول دمج المسؤولية الاجتماعية داخل المنشأة: يقدم دليل إرشادي حول وضع المسؤولية الاجتماعية في حيز الممارسة داخل المنشأة، ويتضمن ذلك الإرشاد بشأن: تفهم المنشأة لمسؤوليتها الاجتماعية ودمج المسؤولية الاجتماعية خلال المنشأة والتواصل بشأن المسؤولية الاجتماعية وتحسين مصداقية المنشأة للمسؤولية الاجتماعية ومراجعة التقدم الذي يتم إحرازه وتحسين الأداء وتقييم المبادرات الاختيارية للمسؤولية الاجتماعية؛
- الملحق (أ): ملحق حول الآليات والمبادرات التطوعية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والتي تتناول نشاط جوانب لأحد الموضوعات الجوهرية أو أكثر أو دمج المسؤولية الاجتماعية داخل المنشأة؛
- الملحق (ب): الاختصارات: يقدم قائمة بالاختصارات المستخدمة في المواصفة؛
- قائمة المراجع: تشمل المراجع الخاصة بالمواثيق الدولية الرسمية ومواصفات الأيزو التي تم الاستعانة بها في هذه المواصفة كمواد مرجعية؛
- فهرس: يقدم عنوان المراجع للموضوعات والمفاهيم والمصطلحات الواردة في هذه المواصفة الدولية. (الأيزو، 2010)

إن هذه المواصفة موجهة في الأساس لمساعدة منظمات الأعمال على تبني مفاهيم التنمية المستدامة، وتشجيعهم على تجاوز الواجبات القانونية التي تتعرض لها كل المنظمات، وترتكز على عدد من المبادئ تضم الامتثال للقانون، احترام المبادئ والتوجيهات المعترف بها دولياً، الاعتراف بأصحاب المصلحة واهتماماتهم، المساءلة، الشفافية، التنمية المستدامة، السلوك الأخلاقي، المنهج الحذر واحترام حقوق الإنسان الأساسية والتنوع. (بحوصي مجدوب وبخوش مديحة، 2012) والجدول رقم (01) يوضح موضوعات وقضايا المسؤولية الاجتماعية التي تضمنتها المواصفة. جدول رقم 1: الموضوعات والقضايا الجوهرية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية التي تضمنتها مواصفة الأيزو 26000.

الموضوعات الجوهرية	القضايا (تم تناولها في مواد فرعية)
الحوكمة المؤسسية	(2.6).
حقوق الإنسان (3.6)	- واجب الاجتهاد (3.3.6)؛ - مواقف المخاطرة المتعلقة بحقوق الإنسان (4.3.6)؛ - تجنب التواطؤ (5.3.6)؛ - حل المشاكل (6.3.6)؛ - التمييز والمجموعات المستضعفة (7.3.6)؛ - الحقوق المدنية والسياسية (8.3.6)؛ - الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية (9.3.6)؛ - الحقوق الأساسية في العمل (10.3.6).
الممارسات العمالية (4.6)	- التوظيف و علاقات العمل (3.4.6)؛ - ظروف العمل والحماية المجتمعية (4.4.6)؛ - الحوار المجتمعي (5.4.6)؛ - الصحة والسلامة في العمل (6.4.6)؛ - التنمية وتدريب الكوادر البشرية في مكان العمل (7.4.6).
البيئة (5.6)	- منع التلوث (3.5.6)؛ - الاستخدام المستدام للموارد (4.5.6)؛ - تكييف وتخفيف التغير المناخي (6.5.6)؛ - حماية وإصلاح البيئة الطبيعية (7.5.6).
ممارسات التشغيل العادلة (6.6)	- محاربة الفساد (3.6.6)؛ - الانخراط السياسي المسؤول (4.6.6)؛ - المنافسة العادلة (5.5.6)؛ - تعزيز المسؤولية المجتمعية في مجال التأثير (6.6.6)؛ - احترام حقوق الملكية (7.6.6).
قضايا المستهلك (7.6)	- ممارسات تسويقية ومعلوماتية وتعاقدية عادلة (3.7.6)؛ - حماية صحة وسلامة المستهلك (4.7.6)؛ - الاستهلاك المستدام (5.7.6)؛ - خدمة ودعم المستهلك وحل النزاعات (6.7.6)؛ - حماية بيانات المستهلك وخصوصيتها (7.7.6)؛ - الدخول إلى الخدمات الأساسية (8.7.6)؛ - التعليم والتوعية (9.7.6).

المشاركة والتنمية المجتمعية (8.6)	- المشاركة المجتمعية (3.8.6): - التعليم والثقافة (4.8.6): - خلق فرص العمل وتنمية المهارات (5.8.6): - التطوير التكنولوجي (6.8.6): - خلق الثروة وزيادة الدخل (7.8.6): - الصحة (8.8.6): - الاستثمار المجتمعي (9.8.6).
--	--

المصدر: الأيزو، المواصفة القياسية الدولية إيزو26000:2010 (الترجمة الرسمية) ، دليل إرشادي حول المسؤولية المجتمعية. 2010، ص: viii، على الموقع: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:ar> (أطلع عليه يوم: 2018/12/15).

ومما تقدم يتبين أن المواصفة جاءت على درجة من التفصيل والوضوح لتسهيل فهم مضمونها وتيسير العمل بها لجني الفوائد التي يمكن تحقيقها، فغاية المنظمة الدولية للتقييس من خلال إعدادها للمواصفة هي أن تكون نافعة ومفيدة وقابلة للاستخدام من كل للمنظمات عند أدائها المسؤولية الاجتماعية، والذي يمكن أن يؤثر على:

- الميزة التنافسية؛
- السمعة؛
- القدرة على جذب والاحتفاظ بالعاملين والأعضاء والزبائن والعملاء والمستخدمين لمنتجات الشركة؛
- المحافظة على معنويات الموظفين والتزامهم وإنتاجيتهم؛
- رأي المستثمرين والملاك والمانحين والرعاة والمجتمع المالي؛
- العلاقة مع الشركات والحكومات والإعلام والموردين والنظراء والزبائن والمجتمع المحيط الذي تعمل به. (الأيزو، 2010)

2.3 آلية الاسترشاد بالمواصفة لتبني منظمات الأعمال لمسئوليتها الاجتماعية

بعد اعتبار خصائص المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالتنمية المستدامة (البند 3)، فإن على المنشأة استعراض مبادئ المسؤولية الاجتماعية الموضحة في (البند 4)، وعند ممارسة المسؤولية الاجتماعية يجب على المنشأة احترام هذه المبادئ والتعاطي معها، وكذلك مراعاة المبادئ المحددة لكل موضوع محوري (البند 6)، وقبل تحليل الموضوعات والقضايا المحورية للمسؤولية الاجتماعية إضافة إلى أي إجراءات وتوقعات ذات صلة (البند 6)، يجب على المنشأة أن تضع في اعتبارها ممارستين أساسيتين للمسؤولية الاجتماعية: إدراكها واعترافها بمسئوليتها الاجتماعية ضمن دائرة تأثيرها وتمييز وإشراك أصحاب المصلحة (البند 5).

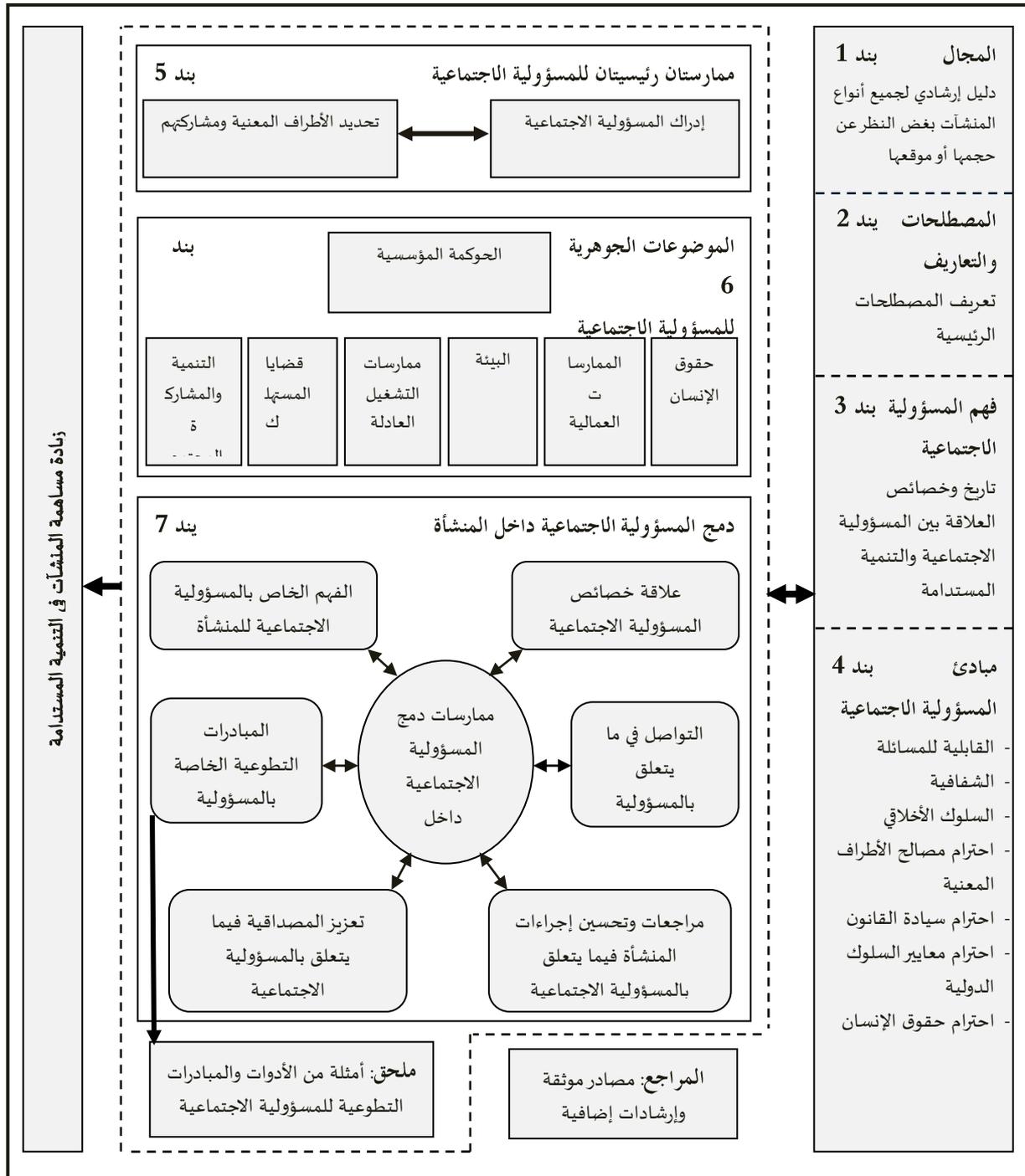
وبعد تمام فهم المبادئ وتحديد الموضوعات المحورية والمسائل المؤثرة في المسؤولية الاجتماعية، ينبغي على المنشأة العمل على دمج وتكامل المسؤولية الاجتماعية في قراراتها وأنشطتها باستخدام الإرشادات الواردة في (البند 7) ويشمل ذلك على عدة ممارسات مثل:

جعل المسؤولية الاجتماعية جزءاً لا يتجزأ من سياساتها، وثقافتها المؤسسية، واستراتيجياتها وعملياتها، وبناء الكفاءات والمهارات الداخلية في المسؤولية الاجتماعية، وفي عمليات الاتصال الداخلية والخارجية فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية والعمل على المراجعة والتقييم الدوري لهذه الأفعال والممارسات المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية.

وتوجد إرشادات أكثر للموضوعات المحورية وممارسات لدمج المسؤولية الاجتماعية في العديد من المصادر المشار إليها في بند (Bibliography) وكذلك العديد من المبادرات والأدوات الطوعية (بعض من النماذج العالمية تم تقديمها في الملحق

(A)، وحينما تنتهج المنشأة المسؤولية الاجتماعية وتمارسها فإن الهدف الكبير لها هو تعظيم مساهمتها في التنمية المستدامة التنموية. (الأيزو، نشرة 26000 iso، ب س ن) والشكل رقم (01) يوضح نظرة عامة عن الأيزو 26000، ويهدف إلى مساعدة المنظمات على فهم العلاقة بين بنود المواصفة لأجل تعظيم مساهمتها في التنمية المستدامة.

الشكل 1: عرض تخطيطي لمواصفة الأيزو 26000.



المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على: الأيزو، المواصفة القياسية الدولية أيزو26000:2010 (الترجمة الرسمية)، دليل إرشادي حول المسؤولية المجتمعية، 2010، ص: ix، على الموقع: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:ar> (أطلع عليه يوم: 2018/12/15).

يتبين مما تقدم أن المواصفة توفر إطار عمل ممنهج يمكن لمنظمات الأعمال استغلاله في الالتزام بمسئوليتها الاجتماعية في حدود تعيين الأطراف أصحاب المصلحة والعمل معهم لتحقيق النمو والاستدامة.

4. مفاهيم أساسية حول التنمية المستدامة :

أصبحت التنمية المستدامة من المفاهيم الحديثة التي ظهرت كمعلم بارز في مسيرة تطور الفكر التنموي والوعي الدولي للعلاقة القائمة بين الإنسان والتنمية والبيئية. وذلك بعد اتساع الفجوة بين الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والمتطلبات البيئية، وما نتج عن ذلك من مشاكل على الصعيدين البيئي والاجتماعي، إذ أصبح من الضروري التخلي عن المفهوم التقليدي للتنمية والانتقال إلى مفهوم جديد يراعى فيه الجانبين البيئي والاجتماعي.

1.4 تعريف التنمية المستدامة ومبادئها

2.1.3 تعريف التنمية المستدامة

لقد وردت العديد من التعريفات للتنمية المستدامة، وذلك راجع لاختلاف التوجهات الفكرية التي حاولت تحديد مفهوم لها، ومن بين هذه التعريفات ما يلي:

عرفت التنمية المستدامة لأول مرة في تقرير اللجنة العالمية للبيئة والتنمية عام 1987 المعنون بمستقبلنا المشترك (تقرير برونتلاند) على أنها " تلك التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون الإخلال بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتهم".

(Corinne Genderon, 2007)

كما تعرف على أنها "ذلك النشاط الذي يؤدي إلى الارتقاء بالرفاهية الاجتماعية أكبر قدر ممكن، مع الحرص والحفاظ على الموارد الطبيعية المتاحة، وبأقل قدر ممكن من الأضرار والإساءة إلى البيئة". (Gabriel Wakerman, 2008)

كما عرفتها منظمة الفاو بأنها: "إدارة وحماية قاعدة الموارد الطبيعية وتوجيه التغير التقني والمؤسسي بطريقة تضمن تحقيق واستمرار إرضاء الحاجات البشرية للأجيال الحالية والمستقبلية. إن تلك التنمية المستدامة (في الزراعة والغابات والمصادر السمكية) تحمي الأرض والمياه والمصادر الوراثية النباتية والحيوانية ولا تضر بالبيئة وتتسم بأنها ملائمة من الناحية الفنية ومناسبة من الناحية الاقتصادية ومقبولة من الناحية الاجتماعية". (دوناتورومانو، 2003)

كما يقصد بها " أنها محاولة الحد من التعارض الذي يؤدي إلى تدهور البيئة عن طريق إيجاد وسيلة لإحداث تكامل بين البيئة والاقتصاد". (محمد عزت محمد إبراهيم، محمد عبد الكريم ربه، 2000)

و عرفت أيضا على أنها: " التنمية التي لا تؤدي مع مرور الزمن إلى تناقص الرأسمال البشري و الطبيعي و البيئي سواء على الصعيد المحلي و العالمي ". (سنوسي سعيدة ، 2010)

مما سبق يمكن القول أن التنمية المستدامة هي التنمية التي يجب أن تحقق التوازن بين البعد البيئي والاقتصادي والاجتماعي وتساهم في تحقيق أقصى درجة من النمو في كل بعد منها، دون أن يؤثر النمو في أحدها تأثيرا سلبيا على الأبعاد الأخرى.

2.1.4 مبادئ التنمية المستدامة

حدد جدول أعمال القرن أو ما يعرف بالأجندة 21، المنبثقة عن قمة الأرض برودي جانبيرو سنة 1992، 27 مبدأ لتوجيه مختلف الجهات الفاعلة نحو تحقيق التنمية المستدامة، وبالتالي اعتبرت هذه المبادئ المنبثقة عن مؤتمر برودي جانبيرو هي المبادئ الأساسية للتنمية المستدامة. ولكن مع مرور الوقت وتطور الفكر التنموي، طرأت تغيرات نوعية على بعض المبادئ، و طورت مبادئ أخرى جديدة من طرف بعض الخبراء والمتخصصين، لتتكيف مع الظروف الراهنة والاحتمالات المستقبلية المتعلقة بها، وتم تأكيد جميع مبادئ إعلان ريو بشأن البيئة والتنمية، بما في ذلك مبادئ منها مبدأ المسؤوليات المشتركة والمتباينة في أن واحد، في خطة التنمية المستدامة لعام 2030 الصادرة عن الجمعية العامة للأمم المتحدة. (الجمعية العامة للأمم المتحدة، 2015)

وتتمثل أهم المبادئ الإنسانية للتنمية المستدامة فيما يلي:

- ✓ الإنسان هو محور التنمية المستدامة وهدفها؛
- ✓ مبدأ اغتنام فرص تحقيق الربح لجميع ولكل الأطراف ذات المصلحة؛
- ✓ التعاون الدولي بين مختلف الدول من أجل تحقيق التنمية المستدامة؛
- ✓ مبدأ الاستغلال الرشيد والعقلاني للموارد الأولية والطاقوية وعدم تبذيرها؛
- ✓ مبدأ لامركزية السلطة والتفويض؛
- ✓ مبدأ الاقتصاد في استخدام القدرات الإدارية والتنظيمية أي العمل على تنفيذ سياسات اقتصادية صارمة وأكثر تنظيماً في مجال تسيير النشاطات الاقتصادية المختلفة؛
- ✓ ترقية استخدام مختلف الأدوات الاقتصادية وفرض ضرائب مع الأخذ بعين الاعتبار أنّ الملوث يجب أن يتحمل تبعات تلويثه للبيئة؛
- ✓ مبدأ الحيطة والحذر: والذي ينص على رسم سياسات واتخاذ إجراءات احترازية واحتياطية وتطبيقها بشكل واسع من طرف مختلف الدول والحكومات والمؤسسات؛
- ✓ مبدأ الوقاية: حيث تعتبر الوقاية من التلوث أكثر فاعلية من معالجة التلوث بعد حدوثه؛
- ✓ مبدأ العدالة بين الأجيال؛
- ✓ مبدأ الملوث الدافع: هذا المبدأ يفرض على السلطات الحكومية لمختلف الدول وعلى المؤسسات الدولية أن تتخذ إجراءات وتدابير من أجل إلزام المتسببين في التلوث البيئي بتحمل مسؤولياتهم اتجاه ذلك؛
- ✓ مبدأ الإدماج والتضامن: نعي بالتضامن هو إشراك الكامل للمواطنين عند التصدي للمشكلات البيئية؛
- ✓ مبدأ حماية الخصوصيات الثقافية: وهو من المبادئ الهامة للتنمية المستدامة التي يجب احترامها، حيث يجب من خلال هذا المبدأ احترام العادات والتقاليد والمعتقدات الدينية، ولا يجب أن يكون النموذج التنموي مرتكز على التحديث وعمليات التغريب هو السائد، بل يجب أن تكون التنمية شاملة ومتكاملة مع متطلبات العولمة لكن باحترام الجوانب الثقافية وخصوصياتها دون تمييز؛
- ✓ مبدأ الإفصاح والشفافية: أي إلزام مختلف المؤسسات أن تكون شفافة في تعاملاتها خاصة التقارير التي تبين مختلف النشاطات التي تقوم بها؛
- ✓ مبدأ الشراكة والمشاركة بين مختلف الأطراف ذات المصلحة؛
- ✓ مبدأ المسؤولية والمساءلة: أي يتحمل صانعو القرار المسؤولية الكاملة عن مختلف القرارات الاستراتيجية المصيرية التي يقومون بصياغتها، و إذ يضمنوا للأطراف ذات المصلحة حق مساءلتهم عن جميع الأخطاء التي يرتكبونها سواء كانت سياسية، اقتصادية، اجتماعية أو دينية. (مسعود درواسي وبن مسعود آدم، 2017)

2.4 أهداف التنمية المستدامة وأبعادها

1.2.4 أهداف التنمية المستدامة

في اليوم الأول من جانفي 2016، بدأ رسمياً سريان أهداف التنمية المستدامة الـ 17 لخطة التنمية المستدامة لعام 2030، التي اعتمدها قادة العالم في سبتمبر 2015 في قمة أممية تاريخية، وستعمل البلدان خلال الخمسة عشر سنة المقبلة - واطاعة نصب أعينها هذه الأهداف الجديدة التي تنطبق عالمياً على الجميع - على حشد الجهود للقضاء على الفقر بجميع أشكاله ومكافحة عدم المساواة ومعالجة تغير المناخ، مع ضمان اشتغال الجميع بتلك الجهود (الأمم المتحدة، الأثر الأكاديمي، ب س ن) ، وتبرهن أهداف التنمية المستدامة، البالغ عددها 17 هدفاً، وغاياتها، البالغ عددها 169 غاية، اتساع نطاق هذه الخطة العالمية ومدى طموحها. فالمنشود من هذه الأهداف والغايات هو مواصلة مسيرة

الأهداف الإنمائية للألفية وإنجاز ما لم يتحقق في إطارها. كذلك يقصد بها إعمال حقوق الإنسان الواجبة للجميع وتحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين النساء والفتيات كافة. وهي أهداف وغايات متكاملة غير قابلة للتجزئة تحقق التوازن بين الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة: البعد الاقتصادي والبعد الاجتماعي والبعد البيئي. (الجمعية العامة للأمم المتحدة، 2015) ، والتي نوردتها فيما يلي:

- الهدف 1 - القضاء على الفقر بجميع أشكاله في كل مكان؛
- الهدف 2 - القضاء على الجوع وتوفير الأمن الغذائي والتغذية المحسنة وتعزيز الزراعة المستدامة؛
- الهدف 3 - ضمان تمتع الجميع بأنماط عيش صحية وبالرفاهية في جميع الأعمار؛
- الهدف 4 - ضمان التعليم الجيد المنصف والشامل للجميع وتعزيز فرص التعلّم مدى الحياة للجميع؛
- الهدف 5 - تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات؛
- الهدف 6 - ضمان توافر المياه وخدمات الصرف الصحي للجميع وإدارتها إدارة مستدامة؛
- الهدف 7 - ضمان حصول الجميع بتكلفة ميسورة على خدمات الطاقة الحديثة الموثوقة والمستدامة؛
- الهدف 8 - تعزيز النمو الاقتصادي المطرد والشامل للجميع والمستدام، والعمالة الكاملة والمنتجة، وتوفير العمل اللائق للجميع؛
- الهدف 9 - إقامة بُنى تحتية قادرة على الصمود، وتحفيز التصنيع الشامل للجميع، وتشجيع الابتكار؛
- الهدف 10- الحد من انعدام المساواة داخل البلدان وفيما بينها؛
- الهدف 11- جعل المدن والمستوطنات البشرية شاملة للجميع وآمنة وقادرة على الصمود ومستدامة؛
- الهدف 12- ضمان وجود أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة؛
- الهدف 13- اتخاذ إجراءات عاجلة للتصدي لتغيّر المناخ وآثاره؛
- الهدف 14- حفظ المحيطات والبحار والموارد البحرية واستخدامها على نحو مستدام لتحقيق التنمية المستدامة؛
- الهدف 15- حماية النظم الإيكولوجية البرية وترميمها وتعزيز استخدامها على نحو مستدام، وإدارة الغابات على نحو مستدام، ومكافحة التصحر، ووقف تدهور الأراضي وعكس مساره، ووقف فقدان التنوع البيولوجي؛
- الهدف 16- التشجيع على إقامة مجتمعات مسالمة لائمهش فيها أحد من أجل تحقيق التنمية المستدامة، وإتاحة إمكانية وصول الجميع إلى العدالة، وبناء مؤسسات فعالة وخاضعة للمساءلة وشاملة للجميع على جميع المستويات؛
- الهدف 17- تعزيز وسائل التنفيذ وتنشيط الشراكة العالمية من أجل تحقيق التنمية المستدامة. (الجمعية العامة للأمم المتحدة، 2015)

2.2.4 أبعاد التنمية المستدامة

إن معظم الدراسات والأبحاث الحديثة تؤكد على أن التنمية المستدامة هي تنمية بثلاثة أبعاد مترابطة متداخلة ومتكاملة في إطار تفاعلي يتسم بالضبط والتنظيم والترشيد للموارد تتمثل في: البعد الاقتصادي، البعد البيئي والبعد الاجتماعي والثقافي ، والتي يجب التركيز عليها جميعها بنفس المستوى والأهمية. وفيما يلي عرض للأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة.

1.2.2.4 البعد الاقتصادي: يتمحور البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة حول كيفية تطوير التنمية الاقتصادية حتى تتناسب مع الأنظمة البيئية على المدى البعيد، ويتجسد البعد الاقتصادي من خلال العناصر التالية:

- حصة الاستهلاك الفردي من الموارد الطبيعية؛
- إيقاف تبيد الموارد الطبيعية؛
- مسؤولية البلدان المتقدمة عن التلوث وعن معالجته؛

- تقليص تبعية البلدان النامية؛
- التنمية المستدامة لدى البلدان الفقيرة؛
- المساواة في توزيع الموارد؛
- الحد من التفاوت في المداخيل؛
- تقليص الإنفاق العسكري. (عبد السلام أديب، 2002)

2.2.2.4 البعد البيئي: يكتسي البعد البيئي للتنمية المستدامة أهمية كبيرة، لأنه جاء لمعالجة علاقة التنمية بالبيئة من خلال وضع الأساسيات التي تقوم عليها والحدود التي يجب أن لا تتعداها .

فهذا البعد يتمثل في الحفاظ على الموارد الطبيعية والاستخدام الأمثل لها على أساس مستدام، وتوقع ما قد يحدث للنظم الإيكولوجية من جراء التنمية للاحتياط والوقاية، ويتضمن البعد البيئي مجموعة من القضايا كما يلي:

- الحفاظ على الأراضي؛
- صيانة المياه؛
- حماية البحار والمحيطات والمناطق الساحلية وما تحتويه من ثروة نباتية وحيوانية؛
- حماية المناخ من الاحتباس الحراري؛
- الاستغلال الرشيد للموارد الطاقوية والمعدنية. (كولون ريز ، 1993)

3.2.2.4 البعد الاجتماعي والثقافي: تتميز التنمية المستدامة بهذا البعد بشكل خاص، وهو يمثل البعد الإنساني بالمعنى الضيق، إذ يجعل من النمو وسيلة للالتحاق الاجتماعي، وضرورة اختيار الإنصاف بين الأجيال. إذ يتوجب على الأجيال الراهنة النظر لمهمة وضروية عملية الإنصاف والعدل والقيام باختيارات النمو وفقا لرغباتها ورغبات الأجيال القادمة، وهكذا فإن كلا من البعد البيئي والاقتصادي يرتبطان بشكل كبير بالبعد الاجتماعي والثقافي الذي يمثله الإنسان. لأن عملية التغيير التنموية المستدامة وسيلتها الأساسية وهدفها المحوري هو استمرارية الحياة الإنسانية بمكوناتها الاجتماعية والثقافية. (عثمان محمد غنيم و ماجدة أحمد أبو زنت، 2007)

يركز البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة على أن الإنسان هو محورها الأساسي وجوهرها، باعتباره وسيلة وهدف في آن واحد. وعليه يهتم هذا البعد بالعدالة الاجتماعية وتحقيق المساواة ومكافحة الفقر وتوزيع الموارد وتقديم وتحسين مستوى الخدمات الاجتماعية الرئيسية إلى كل المحتاجين لها، والسعي المتواصل في تحقيق استقرار النمو الديموغرافي حتى لا تكون هناك ضغوط على الموارد الطبيعية، والعمل على وقف النزوح الريفي، بالإضافة إلى الأخذ بعين الاعتبار أهمية مشاركة الشعوب في اتخاذ القرارات والحصول على المعلومات التي تؤثر على حياتهم بشفافية ودقة، وتوفير المياه الصالحة للشرب والغذاء الصحي والرعاية الصحية اللازمة في المناطق الحضرية والريفية. (راشي طارق، 2011)

و يمثل البعد الثقافي للتنمية المستدامة الجهد التنموي الذي يتصل برسم الإستراتيجيات وتحديد السياسات المتصلة بتحسين أو تحويل الوسط الثقافي الذي يتحرك في داخله الفاعلون الأفراد والجماعات جنبا إلى جنب مع رفع مستوى معيشتهم وقدرتهم على المشاركة. ويقصد بالوسط الثقافي هنا مجموعة الأفكار والمعتقدات والتصورات والعادات والرموز التي تتحكم في سلوك الفاعل الاجتماعي، والتي تؤثر تأثيرا كبيرا على تحديد مستوى وعيه الاجتماعي والثقافي. (راشي طارق، 2011)

5. دور مواصفة الأيزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة:

لدراسة دور مواصفة الأيزو 26000 في تحقيق أهداف التنمية المستدامة نتطرق أولا إلى إبراز العلاقة التي تربط المسؤولية الاجتماعية بالتنمية المستدامة ثم التعرف على كيفية مساهمة المواصفة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

1.5 العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة

من الصعب التمييز بين مفهومي التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية نظرا لشدة تقاربهما، فالأول يعني التوفيق بين الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية على المستوى العالمي، والثاني يعني دمج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في النشاطات التجارية. (مقدم وهيبة، 2014)

وعلى الرغم من أن العديد من الأشخاص يستعملون مصطلحي المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة على نحو تبادلي وعلى الرغم من أن هناك علاقة وثيقة بين المصطلحين، إلا أن لكل منهما مفهوم يختلف عن الآخر.

فالتنمية المستدامة هو مفهوم متفق عليه على نطاق واسع وهو هدف إرشادي حاز على مزيد من الاعتراف الدولي بعد إصدار التقرير الخاص باللجنة العالمية المعنية بالبيئة والتنمية 1987: "مستقبلنا المشترك"، وهي تهدف إلى تلبية احتياجات المجتمع من خلال العيش في الحدود البيئية للكوكب دون المساس باحتياجات الأجيال المستقبلية وتبليتها. كما تهدف إلى تحقيق الاستدامة للمجتمع ككل وكوكب الأرض، والتنمية المستدامة لا تهتم باستدامة أو قابلية أي منظمة معينة للتطبيق بصفة مستمرة، فاستدامة المنظمة الفردية قد تتوافق أو لا تتوافق مع استدامة المجتمع ككل حيث أن هذه الاستدامة تنتج عن تناول السمات المجتمعية والاقتصادية والبيئية على نحو متكامل، فالاستهلاك المستدام واستخدام الموارد المستدامة ومصادر الكسب والمعيشة المستدامة تتعلق جميعها باستدامة المجتمع ككل. (الأيزو، 2010)

أما المسؤولية الاجتماعية فهي تركز على المنظمات وتهتم بمسئوليات المنظمة تجاه المجتمع والبيئة، وهي ترتبط بشكل وثيق بالتنمية المستدامة. ولأن التنمية المستدامة تتناول الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية المشتركة بين كل الناس، فإنه يمكن استخدامها كوسيلة لاختصار التوقعات الأكبر للمجتمع التي تحتاج لأخذها في الاعتبار من قبل المؤسسات التي تسعى للقيام بعملها بطريقة مسئولة. وعلى ذلك فإنه من الأهداف الرئيسية لمسؤولية المؤسسة الاقتصادية اجتماعيا هو المساهمة في التنمية المستدامة. (الأيزو، 2010)

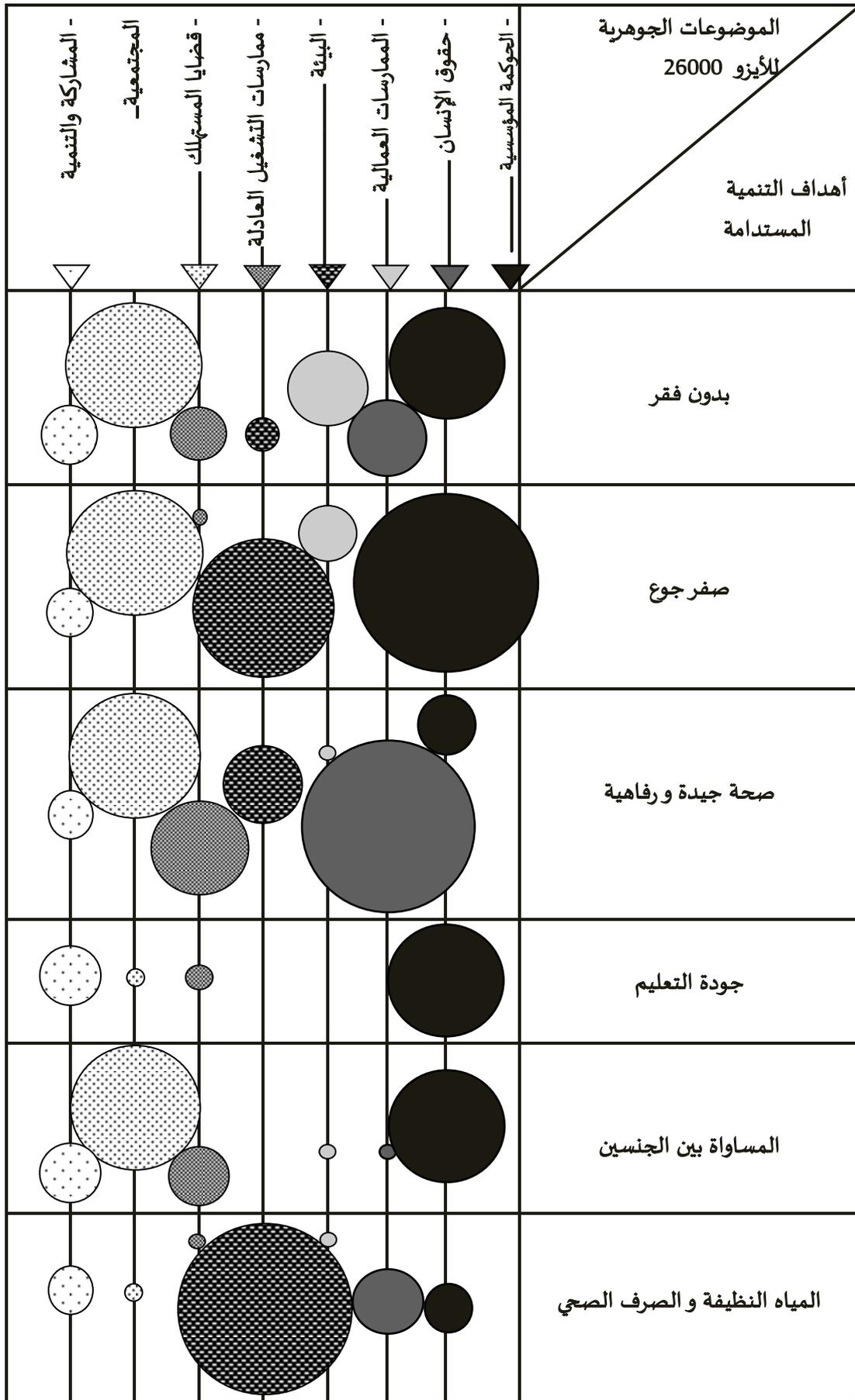
لذا نستطيع القول أن المسؤولية الاجتماعية تنبثق عن التنمية المستدامة التي تعد بمثابة إطارها العام، وبذلك تستمد اتجاهاتها من الاتجاهات والأبعاد الأساسية للتنمية المستدامة، إذ تهتم بشكل أساسي بالجانب الاقتصادي والجانب الاجتماعي وكذا البيئي، حيث تتكون المسؤولية الاجتماعية من مجموعة واسعة من القضايا، تنطوي على نهج متكامل في إدارة الاقتصاد والبيئة والاهتمامات البشرية.

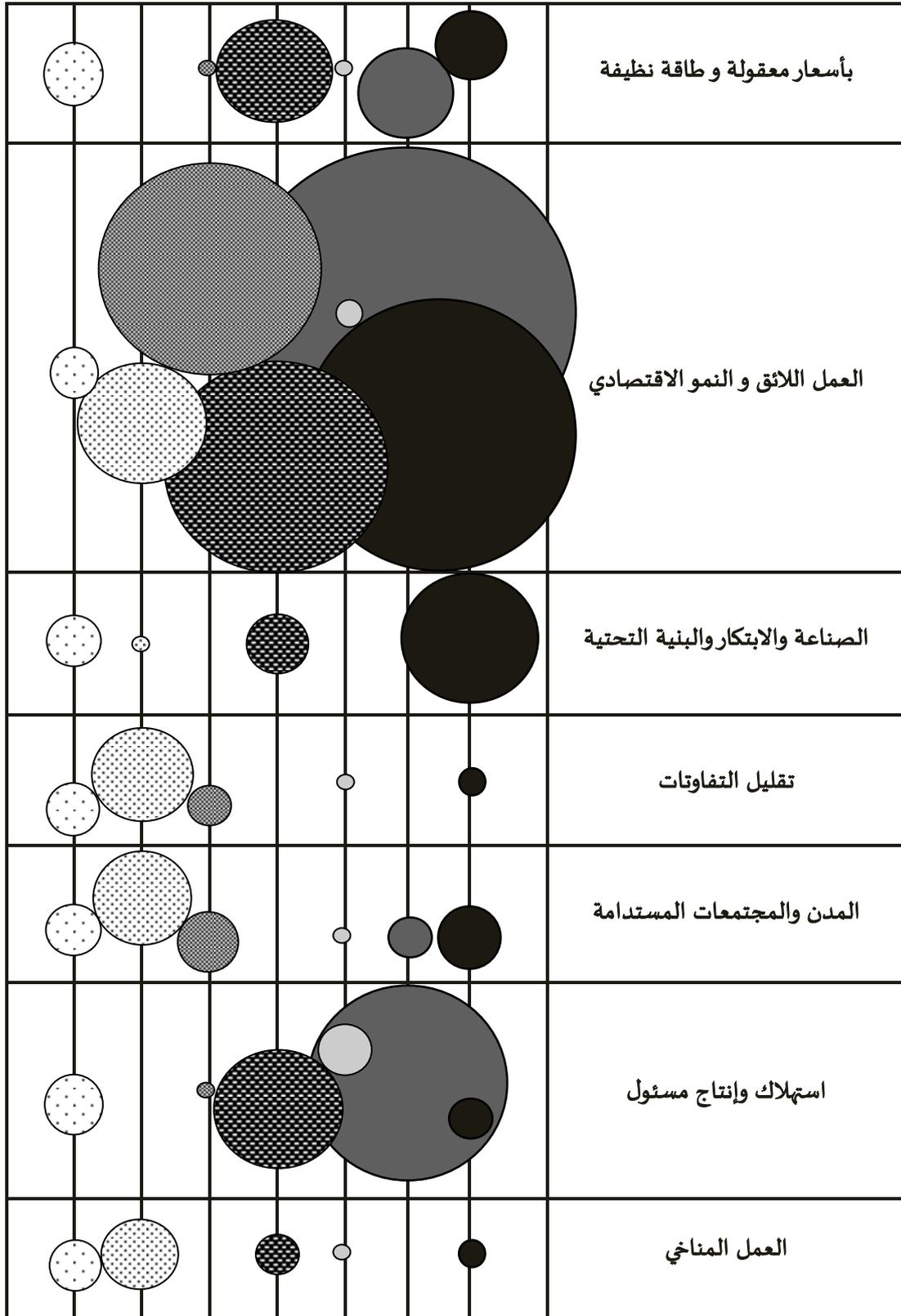
2.5 كيفية مساهمة استخدام الأيزو ISO 26000 في تحقيق أهداف التنمية المستدامة

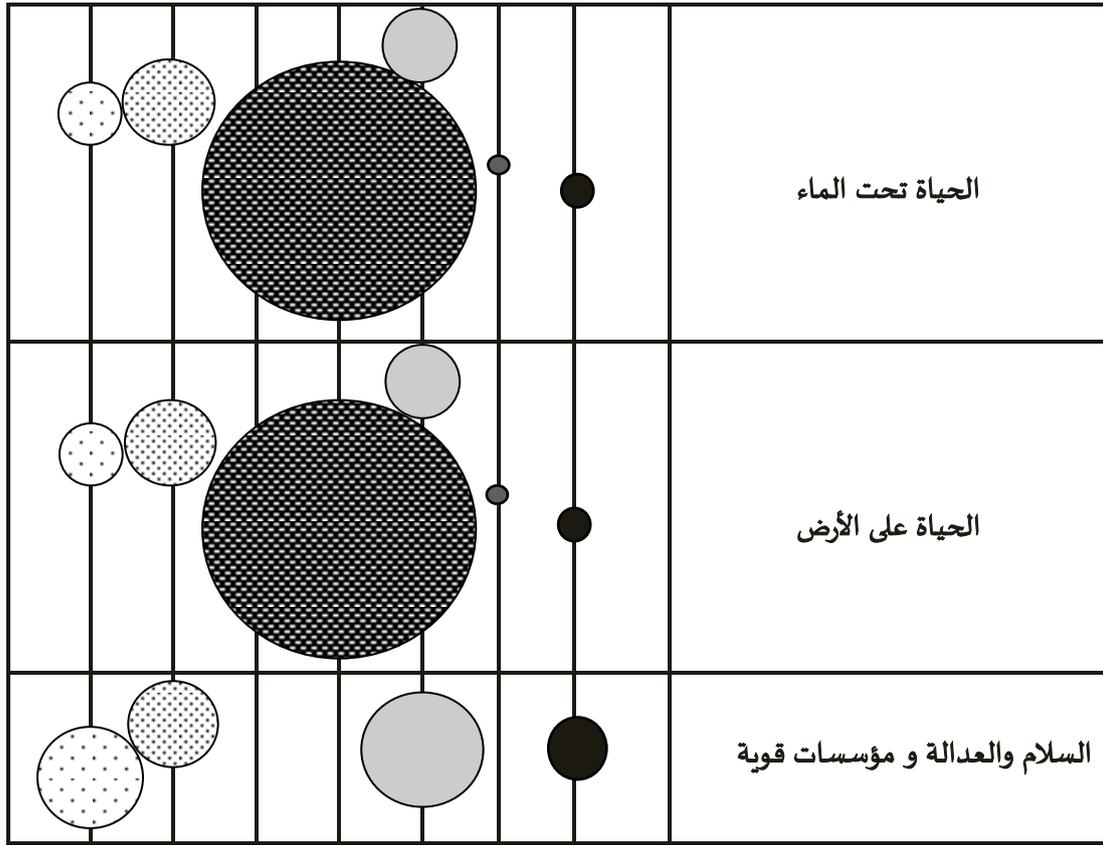
أي منظمة تتخذ الإجراءات وفقاً للتوصيات العملية المقدمة في ISO 26000 ستسهم بالضرورة في التنمية المستدامة، وبالرغم من أن نشر هذه المواصفة كان قبل الإعلان عن أهداف خطة التنمية المستدامة لعام 2030 بحوالي 05 سنوات، إلا أنها تضمنت إرشادات تسهم في تحقيقها.

و الجدول رقم (2) يعطي لمحة عن عدد المراجع التي تقدم إرشادات في الموضوعات الجوهرية لـ ISO 26000، التي يسهم استخدامها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

جدول رقم 2: مساهمة إرشادات الموضوعات الجوهرية للأيزو 26000 في تحقيق أهداف التنمية المستدامة







المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على: ISO, ISO 26000 and the SDGs, 2018, ISO Central Secrétariat, Geneva, Switzerland ، على الموقع الإلكتروني:

<https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100401.pdf> (consulté le:15/03/2019) .

يظهر من الجدول أن الموضوعات الجوهرية السبعة المكونة للمواصفة القياسية أيزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية تناولت عدد متفاوت من المراجع تطرقت لها قضاياها وبنودها الفرعية، تقدم إرشادات تسهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، فعلى سبيل المثال :

✓ فيما يتعلق بأول أهداف التنمية المستدامة (بدون فقر) ، تنص الفقرة الفرعية 2.4.4.6 من المواصفة القياسية ISO 26000 تحت عنوان "ممارسات العمل" : "يجب على المنشأة توفير أجور والأشكال الأخرى للمكافأة طبقاً للقوانين والقواعد المحلية أو الصفقات الجماعية، وينبغي أن تدفع المنشأة أجور تتلائم على الأقل احتياجات العمال وأسرهم، وعند عمل ذلك ينبغي أن تضع المنشأة في اعتبارها المستوى العام للأجور في الدولة وتكلفة المعيشة ومميزات التأمين الاجتماعي ومستويات المعيشة للمجموعات المجتمعية الأخرى".

✓ عندما يتعلق الأمر بالهدف 3 من أهداف التنمية المستدامة (الصحة الجيدة والرفاهية) ، فإن الفقرة الفرعية 2.9.3.6 من المواصفة القياسية ISO 26000 في إطار الموضوع الأساسي "حقوق الإنسان" توصي بأنه: " يمكن للمنشأة أن تأخذ بعين الاعتبار، على سبيل المثال: طرق تسهيل الدخول في- وإذا أمكن تقديم الدعم والتسهيلات- التعليم والتعلم مدى الحياة لأعضاء المجتمع... وسبل تأقلم السلع أو الخدمات مع القدرة الشرائية للفقراء". كذلك تناولت الفقرة 2.8.8.6 في إطار الموضوع الأساسي (المشاركة والتنمية المجتمعية) نصت على أنه ينبغي على المنشأة القيام بالسعي إلى التقليل أو القضاء على الآثار الصحية السلبية لأية عملية إنتاج أو منتجات تقدمها المنشأة تنظر في تعزيز صحة جيدة من خلال، على سبيل المثال، المساهمة في الحصول على أدوية ولقاحات وتشجيع أنماط الحياة الصحية وأن تساعد في زيادة الوعي حول التهديدات الصحية والأمراض الرئيسية والوقاية منها وأن تقوم بدعم الوصول إلى خدمات الرعاية الصحية الأساسية".

✓ بالنسبة للهدف 6 من أهداف التنمية المستدامة (المياه النظيفة والصرف الصحي) يمكن العثور على واحدة من التوصيات العديدة التي تسهم في تحقيقه وذلك في البند 2.9.7.6 من ISO 26000 في إطار الموضوع الأساسي "قضايا المستهلك": "ينبغي على المنشأة عند تعليم المستهلكين أن تتناول الصحة والسلامة، بما فيها مخاطر المنتجات، حماية البيئة، الاستخدام الفعال للمواد والطاقة والمياه، الاستهلاك المستدام والتخلص المناسب من مواد التغليف والمخلفات والمنتجات".

✓ كما يمكن إيجاد إحدى التوصيات التي تسهم في تحقيق الهدف 8 من أهداف التنمية المستدامة (العمل اللائق والنمو الاقتصادي) في الموضوع الجوهرى الأول من مواصفة ISO 26000 (الحوكمة المؤسسية)، حيث جاء في البند 3.2.6 بأن "عمليات وهياكل صنع القرار بالمنشأة ينبغي أن تمكنها من: خلق وتعزيز البيئة والثقافة حيث يتم من خلالها ممارسة مبادئ المسؤولية المجتمعية، إنشاء نظام من الحوافز الاقتصادية وغير الاقتصادية مرتبط بالأداء في المسؤولية الاجتماعية؛ استخدام الموارد المالية والطبيعية والبشرية بكفاءة؛ تحقيق التوازن بين احتياجات المنشأة وأطرافها المعنية بما في ذلك الاحتياجات الفورية واحتياجات الأجيال المقبلة؛ تشجيع المشاركة الفعالة لكافة مستويات العاملين في اتخاذ القرارات في المنشأة بشأن قضايا المسؤولية المجتمعية".

✓ كذلك بالنسبة للهدف 12 (نحو الاستهلاك والإنتاج المسؤول)، فإن الفقرة الفرعية 2.3.7.6 من ISO 26000 تحت الموضوع الجوهرى "قضايا المستهلك" تنص على أنه: "يجب على المنشأة عند التواصل مع المستهلكين، أن توفر معلومات كاملة ودقيقة ومفهومة وقابلة للمقارنة بلغات نقطة البيع". (الأيزو، 2010)

✓ أما في ما يخص الأهداف 13، 14 و 15 للتنمية المستدامة (العمل المناخي، الحياة تحت الماء والحياة على الأرض)، فقد تطرق لها الموضوع الجوهرى الثالث (البيئة) من المواصفة القياسية ISO 26000 من خلال تناوله القضايا التالية: منع التلوث (3.5.6)؛ الاستخدام المستدام للموارد (4.5.6)؛ تكييف وتخفيف التغير المناخي (6.5.6)؛ حماية وإصلاح البيئة الطبيعية (7.5.6).

حيث تناولت هذه القضايا في بنود فرعية وصف القضايا البيئية والإجراءات الواجب اتخاذها من طرف المنظمات والتوقعات وثيقة الصلة بها، وتم التطرق بالتفصيل لمسألة حفاظ المنشآت على البيئة من خلال توصيات عديدة بشأن تحمل المنظمات لمسئوليتها البيئية وكيفية تحديد الجوانب البيئية الهامة وتقليل الأثر البيئي وإلزامية احترام وتعزيز مبادئ نهج الحيطة أو إدارة المخاطر البيئية. (الأيزو، 2010)

ومنه يمكن القول أن التزام المؤسسات الاقتصادية بالاستخدام المتكامل والمستمر للمواصفة القياسية الدولية ISO26000 من شأنه أن يرسى مبادئ المسؤولية الاجتماعية وبالتالي زيادة إسهامها في كل جوانب التنمية المستدامة.

6. تحليل النتائج:

من خلال ما تم التطرق له نؤكد صحة الفرضية الرئيسية الآتية: "تعتبر المواصفة القياسية الدولية ISO 26000 دليلاً إرشادياً لمنظمات الأعمال لتكون أكثر التزاماً بمسئوليتها الاجتماعية، وتهدف من خلاله إلى مساعدتها على المساهمة بفعالية أكبر في تحقيق أهداف التنمية المستدامة". وهو ما تعززته النتائج التالية:

- المسؤولية الاجتماعية تنبثق عن التنمية المستدامة التي تعد بمثابة إطارها العام، وبذلك تستمد اتجاهاتها من الاتجاهات والأبعاد الأساسية للتنمية المستدامة، إذ تهتم بشكل أساسي بالجانب الاقتصادي والجانب الاجتماعي وكذا البيئي، حيث تتكون المسؤولية الاجتماعية من مجموعة واسعة من القضايا، تنطوي على نهج متكامل في إدارة الاقتصاد والبيئة والاهتمامات البشرية.

- عند انتهاج وممارسة المسؤولية الاجتماعية، فإن الهدف الأسعى للمنظمة هو مساهمتها في التنمية المستدامة.

- التنمية المستدامة هي التنمية التي يجب أن تحقق التوازن بين البعد البيئي والاقتصادي والاجتماعي وتساهم في تحقيق أقصى درجة من النمو في كل بعد منها، دون أن يؤثر النمو في أحدها تأثيراً سلبياً على الأبعاد الأخرى.
- تعتبر المواصفة القياسية الدولية ISO 26000 كوثيقة إرشادية تهدف إلى مساعدة المنظمات على إدراج المسؤولية الاجتماعية في طريقة عملها، ويفترض أن تتصرف المنظمات التي تتبع هذه المعايير بطريقة شفافة وأخلاقية، فضلاً عن مطابقة القانون المعمول به وقواعد السلوك الدولية.
- تقدم المواصفة الدولية ISO 26000 دليلاً إرشادياً لكافة أنواع المنظمات بغض النظر عن حجمها أو موقعها، تهدف من خلاله إلى مساعدتها للمساهمة في التنمية المستدامة.
- تشكل المبادئ والممارسات والمواضيع الجوهرية المذكورة في البنود 4، 5، 6 و7 من المواصفة، الأساس الخاص بالتطبيق العملي للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال ومساهمتها في التنمية المستدامة.
- القرارات والأنشطة التي تقوم بها منظمة أعمال مسؤولة اجتماعياً بإتباعها المنهج الإرشادي الذي توفره مواصفة الأيزو 26000، يمكن أن تساهم بفعالية أكبر في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

7. خاتمة:

- مما سبق يتضح أن المسؤولية الاجتماعية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالتنمية المستدامة فممارسات وتطبيقات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية هي جزء لا يتجزأ من التنمية المستدامة ، وهذه الأخيرة تحتاج إلى الالتزام قبل التطبيق، فلا يمكن لمنظمات الأعمال المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة إلا من خلال الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية ، لأنها تساهم في تحقيق البعدين البيئي والاجتماعي من خلال تطبيق الإجراءات المتعلقة بهما، وتشمل المواصفة القياسية ISO 26000 الركائز المستدامة كدليل مساعد في إدارة الأعمال بطريقة مسؤولة بيئياً، اقتصادياً واجتماعياً، وبالتالي يمكن اعتبار القواعد التي أوصت بها مساهمة رئيسية في التنمية المستدامة.
- ومن أهم التوصيات التي يمكن تقديمها ما يلي:
- على كل منظمة تسعى لتحقيق أهدافها استيعاب التوجيهات التي تتيحها هذه المواصفة والعمل بها بما يضمن لها القبول لدى الأطراف أصحاب المصلحة من مساهمين وموردين وعملاء ومجتمع مدني...، ويكفل تبنيها لدورها في المساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة بالمحيط الذي تعمل به ويضمن لها النجاح المستدام.
 - يجب على منظمات الأعمال الجزائرية العناية أكثر بمسؤوليتها الاجتماعية من خلال السعي لتطبيق المواصفة القياسية الأيزو 26000 التي توفر النهج الأمثل لممارسة أنشطتها بطريقة مسؤولة بيئياً واجتماعياً، بداية بتنظيم الملتقيات والندوات والدورات التكوينية لرفع مستوى وعيها بالمسؤولية الاجتماعية.
 - وجوب نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية عبر مختلف مؤسسات التعليم والتكوين من خلال إدراجها في مناهجها التعليمية لترسيخ مبادئها لدى أفراد المجتمع.
 - إلزامية قيام الدولة بمرافقة منظمات الأعمال الراغبة في تطبيق مواصفة الأيزو 26000 وتقديم التسهيلات اللازمة لتشجيعها على الالتزام بمسؤوليتها الاجتماعية.
 - ضرورة قيام المنظمة الدولية للتقييس بمراجعة وإثراء المواصفة القياسية ISO26000 بما يتناسب مع التعديلات التي مست مواصفات أنظمة الإدارة سنة 2015، وبما يتوافق أكثر مع أهداف التنمية المستدامة الحالية المعلن عنها سنة

2015، على أن يراعى في إعداد الدليل الإرشادي إبراز مساهمة المواصفة في تحقيق التنمية المستدامة بشكل أكثر دقة ووضوح.

8. قائمة المراجع:

1. شارلز هيل وجاريت جونز، ترجمة رفاعي محمد رفاعي ومحمد سيد أحمد عبد المتعال، الإدارة الإستراتيجية (الجزء الأول - مدخل متكامل)، (المملكة العربية السعودية: دار المريخ، 2001)، ص: 118.
2. حسين عبد المطلب الأسرج (2012)، تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول العربية، ص:1، على الموقع الإلكتروني: <http://iefpedia.com/arab/wp-content/uploads/2012/06> (Consulté le:15/02/2019).
3. صالح الحموري، رولا المعاينة، المسؤولية المجتمعية للمؤسسات (من الألف إلى الياء)، ط1، (عمان، الأردن: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2015)، ص:17.
4. عبد الرزاق مولاي لخضر وحسين شنيبي، أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، (22-23 نوفمبر 2011)، جامعة ورقلة، الجزائر، ص: 03.
5. Michel Capron et Françoise Quairel-Lanoizelée, **la responsabilité d'entreprise**, (Paris, France : Éditions la découverte, 2007), p: 23.
6. GROUPE AFNOR, **La norme ISO 26000 en quelques mots**, (2013), Sur le site : <http://www.afnor.org/profils/centre-d-interet/rse-iso-26000/la-norme-iso-26000-en-quelques-mots>, (Consulté le : 22/02/2019).
7. منصف شوقي، (2012)، دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال (دراسة حالة مؤسسة سوناطراك)، ص ص:07-08، على الموقع: <http://iefpedia.com/arab/wp-content/uploads/2012/06/> ، (أطلع عليه يوم: 2019/02/11).
8. William M. Pride, O.C. Ferrell, **Marketing concepts and strategies**, (Boston: Ninth Edition, Houghton, Mifflin company, 1997), P: 65.
9. Wolfgang, Corporate Social Responsibility, (2005), on the web site: <http://www.infinion.com>, (consulté le: 18/02/2019).
10. Plazzi, Marcello and Starcher, George, **Corporate social responsibility and business success**, (Paris, France: European Bahá'í Business Forum, , 1997, revised 2006) , PP:7-24.
11. مقدم وهيبية، تحسين الأداء البيئي والاجتماعي للمؤسسات الصناعية من خلال تبني المواصفة الدولية ايزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول الإستراتيجية الصناعية الجديدة في الجزائر: استمرارية أم قطيعة، (23 و 24 أفريل 2012)، جامعة عبد الحميد ابن باديس بمستغانم، الجزائر، ص:6.
12. Guest Author, **ISO 26000 and the Definition of Social Responsibility** (2011), on the web site: <Http://Www.Triplepundit.Com>, (Consulté le :12/01/2019)
13. الأيزو، المواصفة القياسية الدولية أيزو26000:2010 (الترجمة الرسمية) ، دليل إرشادي حول المسؤولية المجتمعية، 2010، ص:VII على الموقع: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:ar> (أطلع عليه يوم: 2018/12/15).

14. بحوصي مجدوب، بخوش مديحة، دور مواصفة الأيزو 26000 في التعريف بمعايير المسؤولية الاجتماعية، الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، (14 و15 فيفري 2012)، جامعة بشار، الجزائر، ص: 10.
15. الأيزو، ISO 26000 المسؤولية المجتمعية، نشرة صادرة عن الأمانة المركزية للأيزو، جنيف، سويسرا، 2010، ص: 3، على موقع: www.iso.org (أطلع عليه يوم: 2018/12/12).
16. Corinne Genderon , **vous avez dit développement durable?**, (Canada : presses international polytechnique, 2007) , p :126.
17. Gabriel Wakerman , **le développement durable**, (France : édition ellipses, 2008) , p : 31.
18. دوناتو رومانو، **الاقتصاد البيئي والتنمية المستدامة**، (دمشق، سوريا: المركز الوطني للسياسات الزراعية، 2003)، ص: 56.
19. محمد عزت محمد إبراهيم، محمد عبد الكريم ربه، **اقتصاديات الموارد**، (مصر: دار المعرفة الجامعية، 2000)، ص: 294.
20. سنوسي سعيدة، **الأثار البيئية و الصحية للاستهلاك الصناعي للطاقة الحفريّة و دور التنمية المستدامة (دراسة حالة الجزائر)**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2010/2009، ص ص: 96، 97.
21. الأمم المتحدة، الجمعية العامة، الندوة السبعون، **تحويل عالمنا: خطة التنمية المستدامة لعام 2030**، قرار رقم: 589 بتاريخ: 25 سبتمبر 2015، ص: 01، على الموقع الإلكتروني: <https://undocs.org/ar/A/70/589>، (أطلع عليه يوم: 2019/02/21).
22. مسعود درواسي، بن مسعود آدم، **ترقية ودعم الصناعات الصغيرة والمتوسطة كآلية لتحقيق التنمية المستدامة**، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، (06 و07 ديسمبر 2017)، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، الجزائر، ص ص: 6-7.
23. الأمم المتحدة، الأثر الأكاديمي، **أهداف التنمية المستدامة**، (ب س ن)، نقلا عن الموقع الإلكتروني: <https://www.academicimpact.un.org/ar/content> (أطلع عليه يوم: 2019/02/19).
24. الأمم المتحدة، الجمعية العامة، الندوة السبعون، **تحويل عالمنا: خطة التنمية المستدامة لعام 2030**، مرجع سابق، ص 01.
25. عبد السلام أديب، **أبعاد التنمية المستدامة**، الحوار المتمدن، العدد: 333، (2002/12/10) نقلا عن الموقع الإلكتروني: <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=4305>، (أطلع عليه يوم: 2019/02/19).
26. راشي طارق، **الاستخدام المتكامل للمواصفات العالمية (الأيزو) في المؤسسة الاقتصادية لتحقيق التنمية المستدامة (دراسة حالة شركة مناجم الفوسفات بتبسة SOMIPHOS)**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال إستراتيجية للتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس بسطيف، الجزائر، (2011/2010)، ص ص: 28، 29.
27. عثمان محمد غنيم، ماجدة أحمد أبو زنت، **التنمية المستدامة فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها**، ط1، (عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2007)، ص: 40.

28. مقدم وهيبة، تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية، أطروحة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران 2، الجزائر، (2014/2013)، ص: 11.
29. الأيزو، المواصفة القياسية الدولية إيزو26000:2010 (الترجمة الرسمية) ، دليل إرشادي حول المسؤولية المجتمعية، مرجع سابق، ص:09.

آليات وسبل ترقية الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة كمنطقة جذب سياحي

Mechanisms and ways to upgrade tourism investment in the state of Biskra as a tourist attractionد.بركان دليلة¹، د.جايف سي حايف شراز²¹ جامعة محمد خيضر بسكرة، dalila.berkane@univ-biskra.dz² جامعة محمد خيضر بسكرة، chiraz.haifsihaif@univ-biskra.dz

تاريخ القبول: 2019/06/30

تاريخ المراجعة: 2019/05/10

تاريخ الاستلام: 2019/01/30

الملخص:

تهدف هذه المداخلة إلى دراسة سبل وآليات ترقية الاستثمار السياحي في الجزائر عامة وولاية بسكرة خاصة، باعتبار ما تمتلكه من مقومات سياحية طبيعية، حضارية، ثقافية، دينية...؛ ففي الوقت الراهن أضحت ترقية الاستثمار السياحي محور اهتمام الحكومة، لذلك فهي تسعى جاهدة لاستغلال المقومات السياحية بشكل عقلاني، من خلال وضع الآليات المناسبة التي تهدف إلى جذب المستثمرين المحليين والأجانب، ومساعدتهم على تجاوز المعوقات والمشاكل التي قد تواجههم كمشكل التمويل، العوائق الإدارية، القانونية والبيروقراطية...، وذلك من خلال سن جملة من التشريعات والقوانين المنظمة واتخاذ التدابير اللازمة، من أجل تحفيز المستثمرين على الاستثمار في القطاع السياحي، الذي يعد عنصرا حيويا وفعالا في تحقيق التنمية السياحية.

الكلمات المفتاحية: الاستثمار السياحي، معوقات الاستثمار السياحي، آليات ترقية الاستثمار السياحي، ولاية بسكرة.

تصنيف JEL : XXK XXK

Abstract

The aim of this intervention is to study the ways and mechanisms to upgrade tourist investment in Algeria in general and in Biskra in particular, considering that it possesses the elements of a natural tourist ,civilization, cultural, religious... 'At present , promotion of tourism investment has become the focus of the Government's attention

Therefore, it strives to exploit the tourism components rationally , through the development of appropriate mechanisms aimed at attracting local and foreign investors , and help them overcome the obstacles and problems that may face them such as funding, administrative obstacles, legal and bureaucratic ..., through the enactment of a number of legislation, laws and measures to encourage investors to invest in the tourism sector, a vital and effective element in achieving tourism development.

Keywords: tourism investment, obstacles to tourism investment, mechanisms to upgrade tourist investment ,BISKRA

Jel Classification Codes: XXK XXK

المؤلف المرسل: بركان دليلة dalila.berkane@univ-biskra.dz

1. مقدمة:

تركز العديد من الدول ومن بينها الجزائر على قطاع السياحة لتأثيرها المباشر وغير المباشر على باقي القطاعات الاقتصادية، خاصة وأنها تمتلك الكثير من المقومات السياحية المميزة خاصة الطبيعية، حيث تنوع تضاريسها بين سواحل، مرتفعات، هضاب وصحاري تعد الأجمل عالميا لما تنطوي عليه من ارث حضاري نادر، هذه المقومات تؤهلها لتكون من الدول الرائدة في مجال صناعة السياحة المستدامة.

لذلك تسعى الجزائر جاهدة إلى تنويع اقتصادها ومداخيلها بعيدا عن قطاع المحروقات، من خلال الاستثمار في القطاع السياحي الذي يعد أحد الآليات الحيوية والهامة التي تساهم في إنتاج متطلبات النشاطات السياحية المحققة للتنمية السياحية، حيث أصبحت صناعة السياحة المورد الأساسي لدخل الكثير من الدول، وثروة حقيقية يمكنها أن توفر لخزينة الدولة مليارات الدولارات سنويا.

وفي هذا الإطار تعمل الجزائر على جذب المستثمرين المحليين والأجانب، ومساعدتهم على تجاوز مختلف المعوقات التي قد تواجههم في ظل ما يعانيه قطاع السياحة من مشاكل أبرزها مشكل العقار السياحي، مشكل تمويل الاستثمارات السياحية، العوائق الإدارية والقانونية، البيروقراطية، إضافة إلى المشاكل الأمنية... وذلك من خلال سن جملة من التشريعات والقوانين المنظمة واتخاذ التدابير اللازمة، من أجل تحفيز المستثمرين على الاستثمار في القطاع السياحي، الذي يعد عنصرا حيويا وفعالا في تحقيق التنمية السياحية.

يمكن لكل ولاية في ولايات الجزائر أن تكون نموذجا لمنطقة جذب سياحي نظرا لما تنطوي عليه من مقومات سياحية، إذا ما سعت إلى تطوير استثماراتها السياحية وترقية قطاع السياحة وتوفير الامكانيات التي تسهل الاستثمار فيها، وإذا اخترنا ولاية بسكرة الواقعة في جنوب شرق الجزائر وما تمتلكه من مناطق سياحية ومناظر طبيعية وتراث ديني وثقافي متنوع يمكننا طرح الإشكالية التالية:

ما هي آليات ترقية الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة باعتبارها منطقة جذب سياحي وهمزة وصل بين الشمال والجنوب الجزائري؟

للإجابة على هذا التساؤل قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى العناصر التالي:

- ماهية الاستثمار السياحي

- معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر

- آليات ترقية وتطوير الاستثمار السياحي بولاية بسكرة

2. ماهية الاستثمار السياحي

1.2 تعريف الاستثمار السياحي

يعد الاستثمار السياحي أحد أبرز مجالات الاستثمار وهو عبارة عن عملية استخدام وتوجيه رؤوس الأموال لخلق أو ترمين المنتج السياحي، أو الخدمة التي ترد ضمن عناصر الجذب السياحي بهدف تسويق هذا المنتج أو الخدمة وتحقيق عوائد على رؤوس الأموال المستغلة.

عرف الاستثمار السياحي من طرف المنظمة العالمية للسياحة على أنه: " تلبية حاجات السياح والمواقع المضيئة إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل، والقواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تحقق فيها متطلبات المسائل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويتحقق معها التكامل الثقافي والعوامل البيئية والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة" (رعد مجيد العاني، 2008)،

كما عرف بأنه: "القدرة الإنتاجية الهادفة إلى تكوين رأس المال المادي وإعداد رأس المال البشري في مجال صناعة السياحة من أجل زيادة وتحسين طاقاته الإنتاجية والتشغيلية وتقديم أفضل الخدمات المختلفة لهذا القطاع". (فاطمة فرج سعد، 2015)

يمكن اعتبار الاستثمار السياحي توجيه المستثمر لجزء أو كل أمواله للاستثمار في قطاع السياحة من أجل تكوين رأس المال السياحي المادي والبشري وزيادة طاقة البلد السياحية وتقديم أفضل الخدمات لهذا النشاط.

2.2 أهداف الاستثمار السياحي

تتمثل أهداف الاستثمار السياحي فيما يلي: (تريكي العربي، 2012)

- زيادة أرباح المستثمرين في هذا القطاع خاصة الشركات الكبيرة كشركة الكور الفرنسية وشركة الهلتون؛

- تطوير الحركة الاقتصادية وذلك بما يحققه الاستثمار في القطاع السياحي من فوائد تمس القطاعات الأخرى كالصناعات التقليدية وقطاع الاتصالات... الخ؛
- زيادة الاستثمارات تؤدي إلى زيادة فرص العمل لما تتطلبه الاستثمارات السياحية من يد عاملة بنسبة عالية؛
- يؤدي الاستثمار السياحي في المجال الثقافي إلى الاهتمام بالموروث الثقافي والمحافظة عليه، وكذلك حماية الآثار وإيصالها سالمة للأجيال اللاحقة لمعرفة تاريخها.

3.2 عناصر جذب الاستثمار السياحي

- تتعدد عناصر جذب الاستثمار السياحي ومن أهمها: (احمد اديب احمد، 2006)
- وجود مناطق حرة كبرى يمكنها أن تكون محل مشاريع سياحية كمناطق التوسع السياحي؛
 - توفر فرص الاستثمار السياحي المريح وتوفر الخبراء المختصين، خاصة في إدارة الفنادق والمطاعم الكبرى؛
 - توفر المقومات السياحية بمختلف أنواعها (الطبيعية، الثقافية والتاريخية...)
 - توفر الهياكل القاعدية من منشآت للنقل والصحة والمصارف والاتصالات الحديثة...؛
 - مقدرة الشعوب على ممارسة النشاط السياحي وتوفير روح الضيافة والكرم.

4.2 أسس قيام الاستثمار السياحي

- إن المقومات السياحية لا تكفي لجلب الاستثمار السياحي ما لم تكن مرفوقة بمجموعة من الأسس منها: (نفس المرجع)
- الاستقرار السياسي والأمني؛
 - التنوع الاقتصادي وخاصة الاعتماد على القطاعين العام والخاص؛
 - تلاؤم التشريعات للاستثمار السياحي وضرورة تكييفها مع الاستثمار السياحي الذي يتميز بنوع من التعقيد؛
 - تحديث وتطوير مستمر للبنية التحتية من مواصلات واتصالات وخدمات صحية، و مصرفية...،

3. معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر

بالرغم من الجهود التي تبذلها الجزائر من أجل تخفيف العبء على المستثمر وتشجيعه على الاستثمار، وكذا العمل على تطوير قطاع السياحة، ومحاولة توفير البيئة المناسبة للاستثمار، وسن التشريعات والقوانين التي تجلب المستثمرين سواء محليين أو أجانب، إلا أن هناك مجموعة من العراقيل والمعوقات التي يواجهها المستثمر منها ما يتعلق بالقوانين والتشريعات، إضافة إلى الجانب الأمني وغيرها من المعوقات التي تجعل المستثمر يصرف النظر عن الاستثمار في قطاع السياحة في الجزائر، ونفصل في ذلك كما يلي:

1.3 المعوقات القانونية، التشريعية والإدارية للاستثمار السياحي

عملت الجزائر على تشجيع الاستثمار السياحي، فمنحت العديد من الامتيازات بغية جذب المستثمرين، ولكن في واقع الأمر هناك عدة عراقيل قد يواجهها المستثمر سواء كان محليا أو أجنبيا قبل الانطلاق في مشروعه الاستثماري، منها القوانين والتشريعات التي لا تعكس حولا فاعلة لواقع الممارسات الاستثمارية السياحية، بالإضافة إلى عدم وضوح بعض النصوص القانونية، التي يسمح للمعنيين بتطبيقها بطريقة انتقائية ومتباينة من منطقة إلى أخرى، فضلا عن تعدد القوانين والأنظمة والتعديلات والتغييرات في القوانين، إضافة إلى المعوقات الإدارية والتي تعد من أخطر ما قد يواجهه الاستثمار السياحي، ومن أهم هذه المعوقات نذكر:

1- كثرة الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية: طرح التقرير الأوروبي عددا من المشاكل المبدئية التي تعرقل الاستثمار في الجزائر، واستنادا إلى عملية سبر الآراء التي ضمت أكثر من 250 شركة ومجموعة غربية خارج نطاق المحرقات، أغلبها من الدول الأوروبية خاصة من فرنسا، إسبانيا، إيطاليا وألمانيا، تم توصل إلى أن أسباب تردد المستثمرين الأوروبيون بخصوص الاستثمار في الجزائر يعود إلى مشكل الاستقرار المؤسسي والسياسي والاقتصادي، عدم توفر المعطيات والمعلومات (منصور الزين، 2004)، بالإضافة إلى كثرة وبطئ الإجراءات الإدارية، وهذا ما يؤكد الواقع حيث أن

الإجراءات التي تنص عليها القوانين الجزائرية تضطر المستثمر إلى المرور بالعديد من المراحل قبل الوصول إلى إنشاء مؤسسته أو مشروعه الاستثماري، لذلك يشتكي المستثمرين من العراقيل الإدارية، البيروقراطية الشديدة، بطء العمل الإداري،... هذه الممارسات أثرت سلبا على الاستثمار في هذا القطاع.

2- الفساد الإداري: الذين تسبب في عزوف المستثمرين نظرا للضغوطات التي يتعرضون لها أو تضطربهم إلى الطرق غير الشرعية كالرشوة والوساطة لتسهيل إجراءات الحصول على الخدمة، مما يؤدي إلى القضاء على التنافسية وعلى المعاملة العادلة، وانتشار الجرائم الاقتصادية، وعدم الشفافية في المعاملات، التي تعد عناصر مؤثرة جدا على المستثمرين. (عوينات عبد القادر، 2012/2013)

3- الخلل الإداري والتنظيمي: هناك العديد من المعوقات التي يتسبب فيها الخلل الإداري والتي تحول دون تامين نشاط الاستثمار السياحي، وترسخ انطبعا سيئا لدى المستثمرين ونذكر منها ما يلي: (وصاف سعيدي، قويدري محمد، 2008)

- عدم وضوح بعض النصوص القانونية، الأمر الذي سمح للمعنيين بتطبيقها بطريقة انتقائية ومتباينة من منطقة إلى أخرى؛

- تداخل الصلاحيات بين الهيئات، وعدم القدرة على تحديد المسؤوليات بدقة؛
- تعقد وبطئ الإجراءات الإدارية، حيث أن عملية تسجيل مؤسسة تتطلب 18 إجراء و 93 يوما في المتوسط و 130 يوما للحصول على رخصة بناء، و 35 يوما لرخص أخرى؛
- صعوبة توفير الخدمات الأساسية للمستثمرين مثل: الماء، الكهرباء، الغاز، خطوط الهاتف، قنوات الصرف الصحية؛
- عدم دقة الدراسات المتعلقة بتحديد الموارد السياحية بسبب نقص الاعتمادات المالية الممنوحة ونقص المعلومات، مما يؤدي إلى صعوبة الحماية والتحكم في العقار الخاص بمناطق التوسع السياحي، ويساهم في انتشار البناءات الفوضوية وغير الشرعية والمساس بالمواقع السياحية؛
- التأخير في تحضير مناطق التوسع السياحي وتهيئتها بسبب نقص الإمكانيات والدراسات، بالإضافة إلى الطابع الإيكولوجي لهذه المناطق التي تقلل من قيمتها السياحية.

2.3 معوقات الاستقرار السياسي والأمني:

يعد الاستقرار السياسي والأمني عاملا مهما في جلب الاستثمارات السياحية، فطبيعة النظام ودرجة وعي السياسيين، والثقافة السياسية وتوفير الأمن كلها عوامل تساهم في انعاش الاستثمار السياحي، وفي دراسة عن عناصر المناخ الاستثماري وأوزانها الترجيحية أظهر "R.S. Basi" أن الاستقرار السياسي يؤثر على اتخاذ القرار الاستثماري بنسبة 63%، وقد قامت المؤسسة العربية لضمان الاستثمار بتصنيف كل من العناصر المحفزة والعناصر المعوقة للاستثمار طبقا لبحث قامت به على عينة من المستثمرين في الدول العربية والتي صنفتها إلى مجموعات من حيث ترتيب أهميتها في اتخاذ قرار الاستثمار، وقد جاءت المجموعة الأولى للعناصر المحفزة للاستثمار متضمنة تمتع الدول المضيضة بالاستقرار السياسي والاقتصادي كعنصر أولي محفز للاستثمار. (عبد لرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، 2016)

وقد أثرت الأزمة السياسية التي عاشتها الجزائر في التسعينات سلبا على مكانتها السياحية الدولية، وتم تصنيفها ضمن البلدان ذات درجة الخطر المرتفع من قبل مراكز التقييم الدولية، هذه الوضعية جعلت المستثمرون الأجانب يتجنبون الاستثمار فيها.

3.3 المعوقات الاقتصادية للاستثمار السياحي

إضافة إلى المشاكل والمعوقات الإدارية والقانونية والأمنية التي تواجه الاستثمار السياحي، توجد معوقات اقتصادية لا تقل أهمية عن سابقتها تقف عائقا أمام هذا النوع من الاستثمارات، ويتمثل أبرزها فيما يلي:

1-مشكل تمويل الاستثمار السياحي: ترجع صعوبة الحصول على تمويل للاستثمارات السياحية أساسا إلى غياب المؤسسات المالية والبنكية المتخصصة في تمويل هذا النوع من الاستثمارات، إضافة إلى التعقيدات وكثرة الإجراءات الإدارية وبطئها، وبذلك يشكل النظام البنكي الجزائري أحد العقبات أمام المستثمرين لأنه لا يستجيب لشروط ومتطلبات التحولات الاقتصادية التي يعرفها الاقتصاد العالمي، ويفتقر إلى الخبرة المهنية لدى المشرفين، إضافة إلى هيمنة القطاع العمومي، حيث تسيطر البنوك العمومية في الجزائر بنسبة تتجاوز (92%) (تبري يوسف، 2012)

2-ضعف البنية التحتية: تشمل البنية التحتية الطرقات، الموانئ، المطارات، شبكة الاتصالات، التعليم، الصحة، التكوين، الصرف الصحي، الخدمات، المياه، الطاقة،... وغيرها، وتعتبر النواة الأساسية وعامل جذب للاستثمارات السياحية واستمرارها...، وتتمثل أهم التحديات والمعوقات في هذا الصدد فيما يلي: (مصطفى مكاوي، 2014)،

- عدم توافر البنية التحتية لإقامة الاستثمارات، ما قد يرفع من تكاليف الإنشاء والتشغيل لهذه الاستثمارات؛
- صعوبة الحصول على مواقع مؤهلة بنيويا وملائمة للاستثمار السياحي؛
- تقادم البنية التحتية وعدم ملائمتها لتوفير الخدمات التكنولوجية الحديثة للمشروعات السياحية؛
- ضعف مشاركة القطاع الخاص في المشروعات الاستثمارية المتعلقة بالبنية التحتية نظرا لارتفاع تكلفتها؛
- عدم اقتناع بعض الجهات الحكومية بأولويات الاستثمار في مشروعات البنية التحتية خاصة في المناطق السياحية النائية.

3-مشكل العقار السياحي: تعتبر مشكلة العقار السياحي من أبرز العراقيل التي تقف أمام المستثمرين في الجزائر سواء المحليين أو الأجانب، فلا يزال العقار في الجزائر رهين الكثير من الممارسات السلبية وأبرزها تعقد إجراءات الحصول على العقار من جهة وارتفاع سعره من جهة أخرى، إذ أن اقتناء عقار لأجل إقامة مشروع يكلف من 20% إلى 30% من رأس المال المستثمر، ناهيك عن ما يرتبط بظاهرة السمسرة والمضاربة، التي انتشرت خلال السنوات الماضية بشكل كبير، حيث استغلت الثغرات القانونية في هذا المجال، مما ألحق أضرار جسيمة بالاقتصاد الوطني، وأدى إلى تعطيل العديد من المشاريع التنموية، بالإضافة إلى مشكلة احتكار البلديات للأراضي وفرض أسعار إدارية، وتحويل جزء من الأراضي التي خصصت لتشجيع الاستثمار وأدرجت بطرق غير قانونية ضمن المساحات المخصصة للبناء، وقد أدت هذه الممارسات إلى تعميق مشكلة العقار في الجزائر وخلقت سوقا موازية للعقار والمضاربة فيه. إضافة إلى ما سبق تعترض عملية الحصول على العقار السياحي مشاكل أخرى نوجزها في النقاط التالية: (عوينات عبد القادر، مرجع سابق)

- طول مدة رد الهيئات المكلفة بتخصيص العقار؛
- ثقل الإجراءات وتقديم نفس الملفات أمام هيئات ترقية الاستثمار؛
- عدم استكمال معظم دراسات التهيئة؛
- عدم وجود الآليات الفعالة المختصة في تسيير العقار السياحي؛
- تعدد ملكية نفس الوعاء العقاري سواء كان ملكية خاصة أو ملكية عامة (مجيطنة مسعود، 2001)

4-محدودية الموارد البشرية: تفتقر الجزائر إلى العمالة المؤهلة لممارسة النشاط السياحي الذي يتطلب قدرات فنية وإدارية خاصة، ومستوى عالي من المهارات لتقديم الخدمات السياحية المباشرة في المشروعات السياحية أو الخدمات المتصلة بها، بسبب محدودية المؤسسات المختصة في التكوين السياحي، لذلك هي لا تقدم الكثير من حيث النوعية أو العدد، ولا تلبى متطلبات السوق السياحية الوطنية من اليد العاملة المؤهلة؛ فمن ناحية النوعية ما زالت فروع التكوين كلاسيكية تتمثل في فرع الاستقبال، الإطعام، التسيير الإداري، وهي لا تتماشى مع البرامج الحديثة التي تنطوي على تخصصات جديدة مثل الدليل السياحي، العاملين في الوكالات السياحية، منظمو الرحلات، مقدمو المنتج السياحي (عزالدين محمدي، 2014).

5-عدم الاستقرار الاقتصادي: يعتبر الاستقرار الاقتصادي للدولة عاملا حاسما ومهما لاستقطاب المستثمرين المحليين والأجانب، إذ أن المستثمر يسعى أساسا لاستغلال أمواله ووحداته الإنتاجية من أجل تحقيق عوائد مجزية ولن يتسنى له ذلك إلا إذا كان اقتصاد الدولة مستقرا حتى لا تقصف به الأزمات الاقتصادية، ومن أبرز مظاهر عدم الاستقرار الاقتصادي، التضخم، الانخفاض المستمر لقيمة العملة الوطنية...

4.3. المعوقات الاجتماعية والثقافية

من أهم المعوقات الاجتماعية والثقافية والتي تحول دون التوجه للاستثمار في قطاع السياحة في الجزائر نذكر ما يلي:(عرب عبد العزيز، 2011)

- قصور الوعي لدى أصحاب المشروعات الاستثمارية في المجال السياحي، وافتقارهم للثقافة السياحية بكل مضامينها؛
- عدم الاهتمام بالصناعات التقليدية التي تمثل عنصر جذب للسياح خاصة الأجانب؛
- عدم مراعاة الأبعاد البشرية والاجتماعية والثقافية للمناطق السياحية عند التخطيط للمشروعات السياحية؛
- عدم استخدام منتجات البيئة كعناصر ثقافية مادية عند تأثيث القرى والمنتجعات السياحية خصوصا في المناطق الصحراوية والقرية والجبلية ذات مقومات جذب متعددة، رغم أن هذا من شأنه أن يخلق انسجاما وتوافقا مع البيئة ويحقق راحة للسائح.

- انتشار البطالة بسبب أن الغالبية العظمى من الفقراء ذوي المداخيل المتدنية التي لا تمتلك مصادر دخل أخرى سوى العمل، إضافة إلى عدم وجود برامج لرفاه العاطلين كما هو الحال في الدول الغربية، وفقراء الجزائر يعانون من البطالة كنتائج لثقافة الفقر والتي تعود لأنماط سلوكية وعادات سلبية في المجتمع وبالتالي تؤدي إلى زيادة الفقر لدى الفئات ذات الدخل المنخفض.(عريس مختار، 2014)

4. آليات ترقية وتطوير الاستثمار السياحي بولاية بسكرة

تنطوي ولاية بسكرة على الكثير من المؤهلات السياحية المتنوعة، وقد تم إدراجها كمنطقة سياحية هامة تتبع القطب السياحي للامتياز (جنوب-شرق SE.POT) الذي يضم (بسكرة، غرداية، واد سوف والمنيعه)، وتوجد خمس مناطق للتوسع السياحي على مستوى الولاية وهي طولقة التي صنفت سنة (1988)، و(حمام الصالحين، عين بن نوي، الشقة، فم الغرزة) صنفت سنة (2010)، بالإضافة إلى العديد من المناطق المقترحة التي ما تزال قيد الدراسة. (مديرية السياحة التقليدية) لهذا تسعى الولاية إلى الاهتمام بمقوماتها السياحية وترقيتها واستغلالها من خلال جلب المستثمرين، بهدف تحقيق عوائد مادية للنهوض بالولاية وتحقيق مشاركتها الفعالة في التنمية المحلية والوطنية.

1.4. تقديم عام لولاية بسكرة

تقع بسكرة في الجنوب الشرقي للبلاد على أبواب الصحراء، تقدر مساحتها بـ21509,80 كلم²، يقطنها حوالي 909656 نسمة بنسبة 50.26 % ذكور حسب تقديرات السكان إلى غاية 2017/21/31، تضم 33 بلدية و12 دائرة، يحدها شمالا ولاية باتنة، ولاية مسيلة من الشمال الغربي، ولاية خنشلة من الشمال الشرقي، وولاية ورقلة من الجنوب، ولاية الجلفة من الجنوب الغربي، وولاية الوادي من الجنوب الشرقي، تتشكل تضاريسها من عناصر متباينة حيث تحتل الجبال مساحة هامة وتتمركز في الشمال، وتمتد السهول فيما على محور (شرق-غرب)، أما الهضاب فتقع في الناحية الغربية في أولاد جلال وسيدي خالد، وتغطي المنخفضات المناطق الجنوبية والشرقية، وبحكم موقعها على مشارف الصحراء تتميز بمناخ شبه جاف إلى جاف، ويكون صيفها حارو جاف وشتاءها بارد وجاف أيضا.

2.4. المقومات السياحية لولاية بسكرة

إن الموقع الاستراتيجي للولاية والتمازج والتناسق بين الجبال، الأودية والصحراء منح الزائر إمكانية التمتع بمختلف المناظر الطبيعية الخلابة التي نجدها في منحدرات مشوشن نحو غوفي، منحدرات ومضيق القنطرة، طريق جمورة إلى البرانيس، مضيق خنقة سيدي ناجي، مضايق وقرية جمينة، مضايق سيدي مصمودي، فج بني سويك،

غابات وجبال عين زعطوط، بالإضافة إلى واحات النخيل التي يتواجد أغلبها في منطقة الزاب الغربي، حيث تمتلك بسكرة حوالي 3980278 نخلة منتجة لأجود أنواع التمور وأشهرها المنتجة لدقلة نور بـ 2403355 نخلة.

كما تتميز بسكرة بامتلاكها للعديد من الآثار والمعالم التاريخية التي امتدت من عصور ما قبل التاريخ مروراً بالحضارات الرومانية والإسلامية وصولاً إلى الحقبة الاستعمارية، ومن أهم هذه الآثار نذكر ما يلي: (مديرية البرمجة، 2018)

الآثار الرومانية: توجد هذه الآثار في بادس، زريبة الوادي، أورلال، امليلي، تهودة بسيدي عقبة، طولقة القديمة، ليوة، الحوش، بسكرة، القنطرة، جمورة، الفيض، لوطاية، برانيس، أولاد جلال وليشانة.

الآثار والمخطوطات: تتمثل في رسوم على الصخور موجودة بأولاد جلال، آثار جمينية تاجمونت بمزيرعة، آثار تركية بالحوش وبسكرة، أقدم نقشية عربية غير منقوطة بسيدي عقبة وباب المسجد المهدي.

آثار الثورات الشعبية ضد الاستعمار الفرنسي: آثار ثورة الزعاطشة بليشانة، ثورة العامري بالغروس، محتشد بريح بن عزوز و آثار معركة سريانة.

إضافة إلى المعالم الثقافية ذات الطابع الديني منها مسجد وضريح عقبة ابن نافع، مسجد وضريح سيدي خالد،

مسجد سيدي مبارك بخنقة سيدي ناجي، ضريح سيدي زرزور ببسكرة، الزاوية العثمانية بطولقة، زوايا أولاد جلال وزوايا مختلفة عبر الولاية. (بركان دليلة، بوروية فهمية، 2017)

3.4. الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة

تتعدد المقومات والمؤهلات السياحية في ولاية بسكرة مما يجعلها فضاءاً خصباً لتحقيق صناعة سياحية ناجحة، ومصدراً هاماً لخلق العديد من الفرص الاستثمارية التي يمكنها أن تحقق مكاسب معتبرة تعود بالفائدة على الاقتصاد الوطني. وتتمثل فرص الاستثمار السياحي بولاية بسكرة فيما يلي:

1- **العروض الفندقية:** من الضروريات التي يحتاجها السائح هي الخدمة الفندقية، وتمتلك بسكرة حضيرة فندقية تضم 16 فندق فقط، بسعة تقدر بـ 1503 سرير. وفيما يلي توزيع وتصنيف للحضيرة الفندقية للولاية في الجدول التالي:

الجدول 1: عدد وصنف الفنادق على مستوى ولاية بسكرة سنة 2017

المؤسسات الفندقية	الصنف	الغرف	الأسرة	ليالي المبيت	العمال
الإخوة سلامي	نجمة واحدة	24	48	3885	04
عابدي (1)	نجمة واحدة	20	40	4378	07
الروايل	نجمة واحدة	28	57	10062	21
مجموع الفنادق المصنفة	03	72	145	18325	32
حمام الصالحين	/	192	454	36430	145
الزيبان	/	91	182	12031	60

06	4115	51	20	/	نسب
07	3736	47	20	/	القدس
03	1492	40	18	/	عابدي (2)
12	4256	50	24	/	سلامي
08	635	36	20	/	الواحة
08	5146	60	30	/	ذياب
06	361	100	52	/	فندق ترانزيت
50	4038	164	66	/	فندق سيدي يحي
06	301	32	16	/	فندق مشونش
06	510	54	23	/	فندق بالاس
10	0	88	44	/	باب الصحراء
197	73051	1358	616	13	مجموع الفنادق الغير مصنفة

الم
ص

در: مديرية السياحة والصناعة التقليدية

2- تطور عدد السياح الوافدين إلى الولاية: إن توفير الوكالات السياحية و المؤسسات الفندقية يعكس إحصائيات

السواح الوافدين إلى الولاية، و التي نوضحها في الجدول التالي:

جدول 2: تطور عدد السواح 2013-2017

السنوات	عدد السواح		
	المجموع	الأجانب	الجزائريين
2013	138578	7793	130785
2014	142147	12844	129303
2015	228590	14268	214322
2016	138773	9407	129366
2017	59965	3551	56414

المصدر: مديرية السياحة لولاية بسكرة

من خلال الجدول نلاحظ ان هناك تذبذب في تطور عدد السياح من سنة إلى أخرى، حيث سجل ارتفاع متتالي لعدد السياح من سنة 2013 الى سنة 2014 الى سنة 2015 فقد شهدت زيادة معتبرة في عدد السياح والمقدرة ب 60,8%، ثم تراجع سنة 2016 ب 39,29%، وفي نهاية 2017 قدر عدد السياح ب 59965 سائح أي هناك انخفاض محسوس لعدد السياح حيث سجل التوافد السياحي في النصف الاول من سنة 2017، أي ان توافد السياح في النصف الثاني كن ضعيفا ربما بسبب الجو الحار للولاية وأسباب أخرى ذكرت سابقا ضمن معوقات الاستثمار السياحي.

3-وكالات السفر والشركات السياحية: يوجد على مستوى ولاية بسكرة 26 وكالة سياحية تساهم في ترقية النشاط السياحي عبر الولاية، ويتمثل نشاط أغلبها في حجز الفنادق، عمرة، تأشيرات، كراء السيارات وتنظيم زيارات إلى الأماكن السياحية.

4-المطاعم السياحية، يعد الاستثمار في المطاعم السياحية أحد أهم الفرص الاستثمارية الهامة التي يمكن استغلالها في ولاية بسكرة، خاصة في ظل تنوع الأكلات الشعبية الشهيرة وفي مقدمتها الشخشوخة، الدوبارة .

5-المركبات الحموية: يتركز النشاط الحموي في عدد من المركبات السياحية التي تعتبر مراكز طبية هامة منها المركب المعدني لحمام الصالحين الذي يعد من أشهر المركبات الحموية المعدنية بالجزائر، بالإضافة إلى وجود عدة منابع حموية غير مستغلة موزعة عبر تراب الولاية. ويبين الجدول التالي عدد الوافدين على المركبات المعدنية خلال سنة 2017.

جدول 3: عدد الوافدين على المركبات المعدنية بولاية بسكرة خلال سنة 2017

درجة الحرارة	المنسو ب	التقليديين	المعالجين طبييا	الحصص العلاجية	المؤسسة الحموية
45° م	65 ل/ثا	69671	160385	- معالجة أمراض العظام والدورة الدموية، الروماتيزم - أمراض الجلد -الأمراض الصدرية -أمراض المفاصل	المركب المعدني حمام الصالحين
52° م	40 ل/ثا	18780	/	-أمراض الأمعاء والمعدة -أمراض المفاصل و العروق -الجلد	الحمام المعدني البركة (الحاجب)
40° م	5 ل/ثا	/	/	- أمراض الأمعاء والمعدة - أمراض المفاصل و العروق	الحمام المعدني الراحة
مغلق بسبب نزاع بين الشركاء					و الاستجمام الروضة
		5399	/		حمام سيدي يحي

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية

5-أماكن الترفيه والتسلية: تعتبر أماكن التسلية والترفيه فرصة استثمارية هامة جدا، وخير مثال على ذلك مشروع حدائق الزيبان، ويعد هذا المشروع من أكبر المجمعات في شمال إفريقيا، وواحد من الاستثمارات السياحية الكبرى بالجزائر سواء من حيث المساحة أو نوعية الهياكل والتقنيات المعتمدة، بالإضافة إلى ذلك هناك الكثير من أماكن الترفيه والتي تجذب السياح المحليين أو الأجانب، حيث تمتلك ولاية بسكرة العديد من هذه الأماكن منها ما هو مستغل بشكل جيد ومنها ما هو مهممل، وتتمثل فيما يلي:(مديرية البرمجة ومتابعة الميزانية) الحدائق: وتتمثل في:

- حديقة 05 جويلية المعروفة في الأوساط الشعبية بـ "جنان البايك".
 - حديقة لندو التي تحكي شطرا من تاريخ بسكرة العريق، لكونها أسست في الحقبة الاستعمارية، وتعد مقصدا للعديد من الباحثين عن الراحة والسكينة.
 - حديقة عاصمة الزيبان وتربع على أكثر من ثلاث هكتارات، تضم العديد من أصناف الأشجار والنباتات، إضافة إلى حيوانات كالغزال، الطاووس، النعام...، وعدد من ألعاب الأطفال.
 - حدائق الزيبان المائية "أكواب بالك": تصنف حدائق الزيبان ضمن أكبر المشاريع الفندقية والترفيهية السياحية في الجزائر، فتحت أبوابها أمام الزوار في شهر أوت (2017).
- ويعتبر قطاع الشباب والرياضة من القطاعات الهامة في الولاية، وهذا لدوره المميز في تنشيط وخدمة المجتمع خاصة فئة الشباب. وتضم ولاية بسكرة منشآت رياضية متعددة أهمها:
- 1 . الملاعب:** وتتمثل في:

- ملعب متعدد الرياضات ببسكرة: ملعب بعشب طبيعي بقدرة استيعاب تقدر بـ 20400 مقعد.
- ملعب متعدد الرياضات بطولقة: ملعب بعشب اصطناعي بقدرة استيعاب 2800 مقعد.
- 2. المسابح: وتتمثل في مسبح أولمبي (50م) ببسكرة بطاقة استقبال تقدر بـ 300 مقعد، و(03) مسابح نصف أولمبية، واحد (25م) ببسكرة، واثنان في طولقة وأولاد جلال بطاقة تقدر بـ 150 مقعد لكل منهما.

3. قاعات متعددة الرياضات:

- قاعة (01) بالعالية (بسكرة)، بقدرة استقبال تقدر بـ 1200 مقعد.
- قاعة (01) بسيدي عبدون (بسكرة)، بقدرة استقبال تقدر بـ 500 مقعد.
- قاعة (01) بسيدي عقبة، بقدرة استقبال تقدر بـ 1000 مقعد.
- قاعة (01) بالقنطرة، بقدرة استقبال تقدر بـ 500 مقعد.
- قاعة (01) بطولقة، بقدرة استقبال تقدر بـ 500 مقعد.
- قاعة (01) بفوغالة، بقدرة استقبال تقدر بـ 500 مقعد.
- قاعة (01) بأولاد جلال، بقدرة استقبال تقدر بـ 500 مقعد.

كما تقوم مديرية الشباب والرياضة بعدة نشاطات شبابية ورياضية منها تنشيط الحركة الشبابية على مستوى تراب الولاية في مختلف النشاطات والتظاهرات الرياضية كالسباق الدولي في العدو الريفي والأسبوع الأولمبي رياضة-جنوب.

5. واقع الاستثمار السياحي بولاية بسكرة كمناطق جذب سياحي

تعد ولاية بسكرة فضاءا خصبا للاستثمار كونها تتوفر على خصائص طبيعية متميزة وإمكانيات مادية وبشرية جدية بانطلاقة فعالة في دعم الحركة السياحية، وهذا ما دفع الكثير من المستثمرين إلى طرح العديد من المشاريع السياحية تتمحور حول العديد من المجالات المطلوب تطويرها (فنادق، مطاعم، مركبات سياحية، حمامات، حدائق

مائة...)، وبذلك عرف الاستثمار السياحي نشاطا هاما من حيث إنجاز العديد من هياكل الاستقبال لتلبية طلبات السياح المختلفة، إضافة إلى العديد من المشاريع التي مازالت قيد الإنجاز، ومشاريع ما تزال قيد الدراسة، وهذا داخل وخارج مناطق التوسع السياحي بالولاية، حيث تم تسجيل 70 مشروع استثماري سياحي وفندقي بسعة استقبال إجمالية تقدر بـ 10174 سرير تضمن توفير 5444 منصب عمل، ويمكن توضيحها في الجدولين التاليين:

جدول 4: الاستثمار السياحي الخاص داخل مناطق التوسع السياحي بولاية بسكرة سنة 2017

المشاريع السياحية	عدد المشاريع	عدد الأسرة	عدد مناصب الشغل	تكلفة المشاريع (مليون دج)
مشاريع سياحية طور الإنجاز	03	787	250	3716852240.59
المشاريع السياحية المتوقفة	00	00	00	00
المشاريع السياحية لم تنطلق بعد	08	872	435	6586719667
طلبات الاستثمار	00	00	00	00
المجموع	11	1659	685	378271943726

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية

جدول 5: الاستثمار السياحي الخاص خارج مناطق التوسع السياحي بولاية بسكرة سنة 2017

المشاريع السياحية	عدد المشاريع	عدد الأسرة	عدد مناصب الشغل	التكلفة (مليون دج)
مشاريع سياحية طور الإنجاز	23	2849	1752	11830605706,41
المشاريع السياحية المتوقفة	11	1316	528	72.42207868
مشاريع سياحية لم تنطلق بعد	19	3360	1204	10969082870,99
المشاريع السياحية المنتهية	02	66	22	52000000
طلبات الاستثمار	04	924	263	2074000000
المجموع	59	8515	3769	24967896446,12

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية

بالنظر إلى الجدولين ومن خلال دراسة وضعية المشاريع الاستثمارية لسنة 2017 بولاية بسكرة يتضح أن الاستثمار السياحي ينقسم إلى استثمار سياحي داخل مناطق التوسع بالولاية والمقصود بها، طولقة، القنطرة، حمام الصالحين، الشقة، سد فم الغرزة، وهذه المناطق سجل فيها مشاريع سياحية في طور الإنجاز والمقدر عددها بـ 03 مشاريع والتي توفر 250 منصب شغل بغلاف مالي يقدر بـ 3716852240.59 دج، كما سجل فيها مشاريع لم تنطلق بعد وعددها 08 مشاريع لأسباب عدة منها مشاكل إدارية وتمويلية، أما طلبات الاستثمار فلم تسجل سنة 2017 أي طلب للاستثمار، وبالنسبة للقسم الثاني من الاستثمار السياحي فيخص مشاريع خارج مناطق التوسع السياحي المذكورة سابقا، سجل بها مشاريع سياحية في طور الإنجاز والمقدر عددها بـ 23 مشاريع والتي توفر 1752 منصب شغل بغلاف مالي يقدر بـ 11830605706,41

دج، أما عدد المشاريع التي لم تنطلق بعد فيقدر عددها 19 مشروع، والتي يمكن أن توفر 1204 منصب شغل، بينما طلبات الاستثمار فيقدر عددها بـ 04 بغلاف مالي قدر بـ 20740000.00 دج وتوفر 263 منصب شغل، أما المشاريع المنتهية سنة 2017 فعددها 02 مشروع يوفر 22 منصب شغل.

يمكن القول أنه بالرغم من الجهود المبذولة لترقية الاستثمار السياحي بولاية بسكرة إلا أنها تبقى غير كافية وضعيفة جدا، ويمكن إرجاع ذلك لعدة أسباب منها ما يواجهه الاستثمار السياحي بولاية بسكرة من مشاكل ومعوقات، دفعت الكثير من المستثمرين إلى التراجع عن الاستثمار، وهذا ما يؤكد من خلال الاحصائيات المقدمة في الجداول السابقة والتي تظهر توقف مشاريع استثمارية هامة يمكن أن تنعش الاقتصاد المحلي وتقلص نسبة البطالة من خلال ما توفره من مناصب شغل، وقد تكون عامل جذب للسائح المحلي والأجنبي .

6. سبل ترقية الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة

تتطلب عملية ترقية الاستثمار السياحي في ولاية بسكرة اهتمام ودعم كبيرين، وعليها التوسع في منح التحفيزات والتسهيلات لمواجهة المعوقات والعراقيل في هذا القطاع، وتوفير البيئة المناسبة التي تشجع على الاستثمار، ومن بين سبل ترقية الاستثمار السياحي نذكر ما يلي: (فالتة اليمين، برني لطيفة، حايف سي حايف شراز، 2017)

1.6 **تهيئة البيئة الإدارية:** وذلك بتوفير البيئة الإدارية الملائمة والقضاء على البيروقراطية والتعقيدات المرافقة للإجراءات الحكومية، وتسريع منح التراخيص اللازمة للمشروعات الاستثمارية وإصدار التأشيرات والتصاريح.

2.6 **توفير التشريعات الضريبية المناسبة:** يجب وضع حزمة من الإعفاءات والتسهيلات التي تكون مكتملة للحوافز الضريبية، ويجب أن تتسم التشريعات الضريبية بالشمولية والمرونة والوضوح، بالنظر إلى ما تمثله هذه التشريعات من محدد أساسي لاتساع الاستثمارات، لأن البيئة الضريبية المناسبة يمكن أن تشجع الاستثمارات من خلال إعفاءات ضريبية محددة بزمان معين أو تقليل نسبة الضريبة التي تستوفي من أصحاب المشاريع.

3.6 **تهيئة الإطار التشريعي والمؤسسي:** إن توفر هذا الإطار يعد من العوامل المهمة في تهيئة مناخ الاستثمار، ولكي يكون الإطار التشريعي جاذبا ومشجعا لا بد من مراجعة التشريعات والقوانين الاقتصادية والالتزام بتطوير قوانين الاستثمار وجعلها تتميز بالشفافية والوضوح وملمة بكل الجوانب التي تخص الاستثمار السياحي.

4.6 **تطوير البنية التحتية:** من خلال التركيز على وفرة ونوعية خدمات البنية التحتية، ومحاولة إشراك القطاع الخاص في إقامتها وتسييرها، هذا فضلا عن تطوير وتفعيل الإطار التشريعي والتنظيمي لخدمات البنية التحتية، من أجل تحسين كفاءتها وتكييفها مع الدور الذي تؤديه بهدف تهيئة المناخ الاستثماري المناسب.

5.6 **التمويل:** يتم تشجيع الاستثمار السياحي عن طريق تمويل المشاريع بقروض مالية، تبعا ل ضمانات يقدمها المستثمر، وفي هذا الإطار وقعت الوزارة اتفاقا مع بنك التنمية المحلية (BDL) والقرض الشعبي الجزائري (CPA) هذا الاتفاق ينص على البنود التالية:

- دعم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- جذب وحماية المستثمرين الوطنيين والأجانب والسهرة على تجنب المشاريع السياحية التوقف؛
- تسهيل وتكييف طريقة التمويل البنكي للنشاطات السياحية وفق الخصوصيات التي يتميز بها الاستثمار السياحي، وعلى هذا الأساس لا بد من:
- ابتكار منتجات مالية ذات خصوصية (قروض فندقية مثلا)؛
- تشجيع إنشاء بنوك متخصصة في تمويل الاستثمار السياحي؛
- دعم تمويل المشاريع السياحية وتحفيز الاستثمارات عن طريق تخفيض نسبة الفائدة على القروض الموجهة للاستثمارات السياحية.

إضافة إلى هذه البنوك يجب إنشاء مؤسسات مالية وبنكية متخصصة في تمويل الاستثمار السياحي، وتسهيل إجراءات الحصول على القروض.

6.6. تفعيل دور الأطراف المتداخلة في الاستثمار السياحي: هناك العديد من الأطراف المتداخلة في الاستثمار السياحي

يمكنها لعب دور مهم في تفعيل هذا النشاط وتدعيمه، وأهم هذه الأطراف نذكر:

✓ **الوكالة الوطنية لتطوير السياحة:** تعد الجهاز المنوط به ترقية الاستثمار عموماً والاستثمار السياحي خصوصاً

وذلك بموجب المادة 06 من الأمر رقم 03/01 المؤرخ في أوت 2001، وتكلف بما يلي:

- ضمان ترقية الاستثمارات وتطويرها، استقبال المستثمرين المقيمين وغير المقيمين، وإعلامهم ومساعدتهم؛
- تسهيل القيام بالشكليات التأسيسية للمؤسسات وتجسيد المشاريع؛
- المساهمة في نشر ثقافة الاستثمار؛
- تأهيل مشاريع الاستثمار السياحي؛

✓ **تسيير صندوق دعم الاستثمار؛**

التأكد من احترام الالتزامات التي تعهد بها المستثمرون.

أغلب المستثمرون يلجئون إلى الوكالة الوطنية من أجل الحصول على امتيازات جبائية خاصة بالاستثمارات السياحية ذات رأس مال ضخمة، غير أنه يجب توسيع مهام هذه الوكالة لتلعب دوراً أساسياً في دعم وتسهيل إجراءات الاستثمار السياحي ومراقبة المستثمرين قبل انطلاق مشاريعهم إلى غاية الانتهاء منها.

✓ **الدولة:** يمكن أن تتدخل الدولة في دعم وتشجيع الاستثمار بعدة أشكال، كتقديم الإعانات، خفض الضرائب

أو الإعفاء منها، منح القروض... إضافة إلى سن التشريعات والقانون المالية التي تساهم في تسهيل مهمة المستثمر، والتوسع في منحه التسهيلات المالية، المصرفية والجبائية.

✓ **الجماعات المحلية:** إن تطبيق اللامركزية في تسيير شؤون الدولة يمكن أن يجعل للجماعات المحلية دور مهم

في تجسيد طموحات المستثمرين من خلال الاهتمام بتطلعاتهم وظروفهم، ومساعدتهم في إيجاد مصادر لتمويل مشاريعهم السياحية.

إضافة إلى ما سبق يمكن إضافة السبل التالية المساعدة على ترقية الاستثمار السياحي: (عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، 2016)

1- **تأهيل العنصر البشري الكفؤ:** يجب التوجه نحو الاستثمار في الموارد البشرية من خلال تكوينها وتأهيلها وحتى إعادة تأهيلها إن لزم الأمر، بهدف تقديم وتسيير البرامج التنموية خاصة في القطاع السياحي.

2- **توجيه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للاستثمار في القطاع السياحي:**

يجب أن تتوجه الدولة نحو تدعيم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ويفترض هذا بناء استراتيجية اقتصادية خاصة بهذه المؤسسات بما يخدم الاقتصاد، بهدف تكيفها وفقاً للحاجات الاقتصادية، وعليه توجيه هذه المؤسسات نحو الاستثمار في القطاع السياحي بهدف تربيته.

كما يمكن إضافة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر لأفاق سنة 2030 الذي يعد جزءاً من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية SNAT، والذي يمثل الدعامة الأساسية للقطاع لأجل وضع استراتيجيات التهيئة السياحية من خلال استعمال المؤهلات السياحية وجردها، كونه يثمن القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية والدينية لتوظيفها في خدمة وترقية السياحة خاصة أنه جاء ليوضح رؤية الدولة وخياراتها على المدى القصير والمتوسط والمدى البعيد (2030). لذلك يعد هذا المخطط وسيلة واستراتيجية هامة لترقية القطاع السياحي إذا ما أحسن استغلالها وتطبيق معالمها في الأجل المحددة.

7. الخاتمة:

- يعتبر الاستثمار السياحي إحدى الآليات التي تعتمد عليها الجزائر لإقامة مشاريع استثمارية سياحية تساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية، ولترقية السياحة أو سبل الاستثمار السياحي يجب توفر مجموعة من المتطلبات أو الشروط ومنها:
- الاهتمام أكثر بالاستثمار السياحي كونه القاعدة الأساسية للسياحة والعمل على مواجهة العراقيل والمشاكل التي تواجهه (مشكل العقار، مشكل التمويل...);
 - تنوع الاستثمارات السياحية، ودعم البنى التحتية واستكمال البنية التشريعية وتنفيذ القوانين المنظمة للسياحة، إضافة إلى تطوير أنظمة النقل بكل أشكاله كونه ينطوي على عوامل هامة لجذب المستثمرين؛
 - نشر الثقافة السياحية لدى المجتمع الجزائري باعتبار النشاط السياحي نشاط أفقي مرتبط بمختلف القطاعات والهيئات والجماعات المحلية؛
 - ضرورة الإسراع في إنهاء الدراسات المتعلقة بالمخطط التوجيهي للهيئة السياحية المحلي على مستوى كل ولاية من أجل إحصاء كل المناطق السياحية المحلية. والتطبيق الفعلي لبرامجه من خلال احترام مدة إنجاز المشاريع السياحية وفق الأجل المحددة؛
 - تكامل وتنسيق الجهود المبذولة من طرف الهيئات السياحية وجعلها تسير وفق خطة استراتيجية مشتركة، لتحقيق أهداف مشتركة محورها تطوير وترقية القطاع السياحي إلى جانب القطاعات الاقتصادية الأخرى؛
 - إنشاء مصارف متخصصة في المجال تمويل الاستثمار السياحي للتصدي لمشاكل التمويل التي تعترض المستثمرين، كما هو معمول به في الكثير من الدول.
 - إعداد وتنفيذ خطط للترويج السياحي من أجل تسويق المنتج السياحي في الأسواق المصدرة للسياح، عن طريق توفير أساليب الدعاية والإعلام السياحي ووضع الأدلة والمطبوعات والنشرات والملصقات وأفلام الفيديو وغيرها.
 - تطوير البنى التحتية ودعم أسعار الخدمات من المياه، الكهرباء، الصرف الصحي...؛
 - تشجيع وتحفيز القطاع الخاص للاستثمار في القطاع السياحي؛
 - إصدار تشريعات قانونية مشجعة ومحفزة للاستثمار السياحي؛
 - تشجيع التعامل بين المستثمرين المحليين والأجانب في شكل مشاريع مشتركة والامتثال للتجارب الأجنبية لتطوير القدرات الإدارية والتسويقية والإنتاجية؛
 - توحيد جهودات المؤسسات والجهات المعنية بالاستثمار السياحي من أجل تبسيط الإجراءات إلى أقصى حد ممكن، ومعالجة القضايا الهامة المتعلقة بالاستثمار كتسوية ملف العقار.

8. قائمة المراجع:

- 1- رعد مجيد العاني، الاستثمار والتسويق السياحي. دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2008، ص.19.
- 2- فاطمة فرج سعد، الاستثمار السياحي ودوره في تعزيز التنمية السياحية " دراسة حالة الدول العربية مع إشارة خاصة للعراق"، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 19، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة واسط، 2015، ص 4.
- 3- تريكي العربي، واقع الاستثمار السياحي دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الجزائر، 2012، ص.40.
- 4- أحمد أديب أحمد، تحليل الأنشطة السياحية في سوريا باستخدام النماذج القياسية، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، 2005-2006، ص. 46.
- 5- نفس المرجع، ص.47.
- 6- منصور الزين، واقع وآفاق سياسة الاستثمار في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد2، مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2004، ص. 139-140.

- 7- عوينات عبد القادر، **السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية 2025SSDAT** ، أطروحة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، التخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر-3، 2013/2012، ص. ص. 221-222.
- 8- وصاف سعدي، قويدري محمد، **واقع مناخ الاستثمار في الجزائر بين الحوافز والمعوقات**، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، العدد8، 2008، ص.47.
- 9- عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، **متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري**، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 04، جامعة ورقلة، 2016،
- 10- تبزي يوسف، **الاستثمار السياحي في الجزائر، الأهمية والمعوقات**، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: السياحة رهان التنمية المستدامة دراسة تجارب بعض الدول، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، 24-25 أفريل، 2012، ص. 08.
- 11- مصطفى مكاوي، **الاستثمار السياحي في مصر والدول العربية الأهمية والتحديات ورؤية التطوير**. مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، العدد 193، أبو ظبي، 2014، ص. 32.
- 12- مجيطة مسعود، **معوقات عملية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر**، مجلة جديد الاقتصاد، عدد 6، الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين، 2001، ص. 11.
- 13- عز الدين محمدي، آيت محمد مراد، **إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر واقع وآفاق**، ورقة بحث مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: الاستثمار السياحي في الجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي تيبازة، 26/ 27 نوفمبر 2014، ص. 10.
- 14- عراب عبد العزيز، **استراتيجيات تسويق الخدمات السياحية وانعكاساتها على الاقتصاد الوطني**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011، ص.ص. 157- 158.
- 15- عريس مختار، بابا عبد القادر، **محددات وأسباب الفقر في الجزائر**، مجلة الاستراتيجية والتنمية، العدد07، جامعة مستغانم، 2014، ص. 273.
- 16- مديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية بسكرة.
- 17- مديرية البرمجة ومتابعة الميزانية بولاية بسكرة.
- 18- للمزيد انظر، بركان دليّة، بوروبه فهيمه، **سبل ترقية الاستثمار السياحي في ظل المخطط التوجيهي للهيئة السياحية sdat2030**، ولاية بسكرة نموذجاً. الملتقى الدولي حول " آليات تفعيل الاستثمار و دورها في تحسين مؤشرات قطاع السياحة"، معهد الحقوق والعلوم الاقتصادية-المركز الجامعي بريكة- اكتوبر 2017.
- 19- مديرية البرمجة ومتابعة الميزانية بولاية بسكرة.
- 20- فالتة اليمين، برني لطيفة، حايّف سي حايّف شراز، **معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر ومتطلبات تفعيله -ولاية بسكرة أنموذجاً-** مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول حول: "آليات تفعيل الاستثمار ودورها في تحسين مؤشرات قطاع السياحة"، معهد الحقوق والعلوم الاقتصادية-المركز الجامعي بريكة-يومي 30/31/10/2017.

إشكالية الاعتماد على أسلوب المرابحة في تمويل نشاط البنوك الإسلامية

دراسة حالة بنك دبي الإسلامي

Le problème du recours à la méthode Murabaha pour financer l'activité des banques islamiques- Etude de cas Dubai Islamique Bankد. دوفي قريمة¹

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف - ميله wisale2007@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2019/05/01

تاريخ المراجعة: 2019/05/29

تاريخ القبول: 2019/06/30

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى تأكيد حاجة البنوك الإسلامية إلى تطوير صيغ التمويل والإستثمار، وبالرغم من أن البنوك الإسلامية نجحت في حشد مبالغ كبيرة من الأموال إلا أنها واجهت العديد من المشاكل حالت دون تحقيقها للأهداف التي أنشأت من أجلها، ومن أبرز تلك المشاكل مشكلة الإستثمار، وسبب ذلك راجع إلى عدم مواءمتها بين مواردها قصيرة الأجل واستخداماتها ذات الأهداف الطويلة الأجل، ومن هنا برزت الحاجة إلى إيجاد حلول لهذه المشكلة.

توصلنا من خلال هذا البحث إلى أن بنك دبي الإسلامي يعتمد في تمويل معظم أنشطته على أسلوب المرابحة (التمويل قصير الأجل) وذلك بمعدل يقارب 30 %، وأن هناك صيغ تمويل إسلامية لم تدخل بعد مجال التطبيق في البنك مثل: المغارسة بالنسبة للتمويل المتوسط أو الطويل الأجل، والمزارعة والمساقاة بالنسبة للتمويل قصير الأجل، أي أنه لا يوجد توازن للاستثمارات حسب الآجال المختلفة في البنوك الإسلامية حيث نجد أنها تركز على الاستثمارات قصيرة الآجال على حساب الاستثمارات المتوسطة والطويلة الأجل.

كلمات مفتاحية: بنوك إسلامية، مرابحة، بنك دبي الإسلامي.

تصنيف JEL : G21**Résumé**

Cette recherche vise à confirmer le besoin des banques islamiques de développer des modes de financement et d'investissement , Malgré le fait que les banques islamiques ont réussi à mobiliser des fonds importants, mais ils face à de nombreux obstacles et des problèmes ont empêché la réalisation des objectifs qui lui sont fixés, et la plupart de ces problèmes, le problème de l'investissement, et la raison de cela est dû au manque d'alignement entre leurs usages à court terme de la longue terme, là surgit le besoin de trouver des solutions à à ce problème.

Dans cette étude, nous avons constaté que DIB s'appuie fortement sur la Murabaha (financement à court terme) pour la plupart de ses activités à un taux d'environ 30%, Et qu'il existe des formules de financement islamiques qui ne sont pas encore entrées dans le champ d'application de la banque, C'est-à-dire qu'il n'y a pas d'équilibre des investissements en fonction des différentes périodes dans les banques islamiques, où nous constatons qu'elles se concentrent sur les investissements à court terme au détriment des investissements à moyen et à long terme.

Mots clés : Les banques islamiques, Mourabaha, Dubai Islamique Bank, Développement de formules

Jel classification codes : G21

1. مقدمة:

تعد البنوك عصب الاقتصاد ومحركه الرئيسي كونها تعمل على جمع الأموال المدخرة وتداولها والتخطيط لاستثمارها، ولا يمكن إنكار الدور الإيجابي الذي يؤديه النشاط المصرفي في الخدمات والتمويل والاستثمار وفي مختلف النشاطات المالية والاقتصادية والاجتماعية.

هذا وقد نشأت البنوك منذ عدة قرون، وأن معظم أهدافها مشروع ولكنها تستخدم وسائل متعددة بعضها يتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية وأهدافها ومقاصدها كالتعامل بالفائدة، من هنا أدرك العلماء والفقهاء والمفكرون ضرورة الاستفادة من النشاط المصرفي ولكن بوسائل مشروعة تتفق مع الدين عامة والإسلام خاصة، فبرزت فكرة البنوك الإسلامية وهي مؤسسات مصرفية تلتزم في جميع أعمالها بالشريعة الإسلامية، وهي جزء من الاقتصاد الإسلامي، والاقتصاد الإسلامي جزء من النظام الإسلامي الذي يقوم على قيم إيمانية تحرم التعامل بالربا والتعدي على أموال الناس.

1.1 طرح الإشكالية:

تتميز البنوك الإسلامية بأنها بنوك متعددة الوظائف، فهي تقدم التمويل وفقا لصيغ مشروعة كالمضاربة، المشاركة، المربحة وغيرها من صيغ التمويل الأخرى، ومن جهة أخرى نجد أن البنوك الإسلامية تحاول الظهور بمظهر البنوك الشاملة التي تختص بالتمويل المتوسط والطويل الأجل، ولكن في الواقع العملي فإن البنك الإسلامي يعتمد على التمويل قصير الأجل وبشكل كبير، وهذا الاعتماد الكبير على التمويل قصير الأجل وخاصة منه صيغة المربحة يلغي أو يقلص من الواجب التنموي الكبير والمنتظر تحقيقه من وراء إنشاء هذه البنوك، ومن جهة أخرى يسبب اختلالات هيكلية في ميزانيتها، وعدم التوازن في أنشطتها التمويلية.

من خلال الجوانب المختلفة لمشكلة التمويل بصيغة المربحة التي تعاني منها معظم البنوك الإسلامية، فإن إشكالية

البحث تكون كالتالي :

ما مدى اعتماد البنوك الإسلامية على استخدام أسلوب المربحة لتمويل نشاطاتها ؟

وللإمام بالموضوع نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي الصيغ التمويلية التي يعتمد عليها بنك دبي الإسلامي في تمويل نشاطاته؟
- هل يعتمد بنك دبي الإسلامي على أسلوب المربحة في تمويل نشاطاته بدرجة كبيرة؟

2.1 فرضيات البحث

1. يطبق بنك دبي الإسلامي صيغ التمويل بالمربحة، المضاربة، المشاركة، المغارسة.
2. تعتمد البنوك الإسلامية على استخدام أسلوب المربحة في تمويل نشاطاتها بنسبة كبيرة.

3.1 أهمية البحث

تكمن أهمية الدراسة التعرف على طبيعة الأنشطة المنجزة والخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية بالتركيز على عمليات التمويل وبالتحديد التمويل عن طريق المربحة من خلال المزج بين الواقع النظري والواقع العملي لهذه البنوك، بالإضافة إلى معرفة ما إذا كانت المسيرة العملية لتطبيق صيغ التمويل بالمربحة في البنوك الإسلامية (بنك دبي الإسلامي) تحديدا مغايرا لما ينبغي أن يكون عليه.

4.1 المنهج والأدوات المستخدمة في البحث

بغية الإجابة على إشكالية الدراسة وإثبات مدى صحة الفرضيات أو نفيها، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي فيما يخص الجانب النظري، باعتباره ملائما لتقدير الحقائق وفهم مكونات الموضوع، بالإضافة إلى منهج دراسة حالة فيما يخص الجانب التطبيقي، وذلك من خلال إسقاط الدراسة النظرية على واقع بنك دبي الإسلامي وتحليل قوائمه المالية.

5.1 موقع البحث من الدراسات سابقة

فيما يلي بعض الدراسات التي تتصل بموضوع البحث حسب ما تمكنا من التوصل إليه:

1. دراسة للطالب سعيد بن حسن بن علي المقرفي بعنوان الاستثمار قصير الأجل في البنوك الإسلامية، مذكرة مقدمة لنيل درجة ماجستير تخصص اقتصاد، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، 2005.

2. دراسة للطالبة علا أسامة الشعراي، بعنوان أهمية تطبيق نظام التكلفة حسب الأنشطة على نشاط المراجعة في المصارف الإسلامية، رسالة ماجستير في المحاسبة، جامعة دمشق، 2010، تركز الدراسة على بيان أهمية تطبيق نظام التكلفة حسب الأنشطة على نشاط المراجعة من أجل بيان تكلف عمليات المراجعة المنجزة من حيث كل خدمة مقدمة وكل عميل على حدى، مما يدعم عملية اتخاذ القرارات الإدارية، ويساعد على تخفيض التكلفة وتسعير الخدمات بشكل أفضل.

أما فيما يخص بحثنا هذا فسنسقط الضوء على أسلوب المراجعة وإشكالية الاعتماد عليه في البنوك الإسلامية، باختيار بنك دبي الإسلامي باعتباره من أهم البنوك الإسلامية في العالم وأولها ظهوراً.

2. مفهوم عقد المراجعة

المراجعة هي ما يعرف في الفقه الإسلامي بالبيع، وبيع المراجعة هو أحد أنواع البيوع الإسلامية الأساسية، ولأجل فهم أفضل للمراجعة كأحد أشكال توظيف الأموال في البنوك الإسلامية لابد من تعريفها وتبيان دليل مشروعيتها.

1.2 تعريف بيع المراجعة

تتعدد وتختلف تعريفات المراجعة باختلاف المفكرين والباحثين والكتاب كما يلي:

تعرف بأنها " التزام المصرف بشراء سلعة موصوفة وصفاً بعينها وبيعها بنسبة معينة من الربح مع وعد من العميل بشراء هذه السلعة عند وصولها للمصرف بثمن الشراء، وإضافة النسبة المتفق عليها من الربح إلى ثمن الشراء ". (سعيد علي العبيدي، 2011)

يتضح من خلال هذا التعريف أن المراجعة عقد تنحصر فيه العلاقة بين طرفين هما المصرف والعميل، مع تحديد نسبة الربح يتفق عليها طرفي العقد.

كما تعرف بأنها " البيع بالزيادة أي زيادة ربح الثمن الأول، وهي اشتراك البائع والمشتري في قبول الأرباح بالمقدر المحدد ". (خباية عبد الله، 2008)

الملاحظ من هذا التعريف أن ثمن البيع يحدد بناءً على تكلفة السلعة مع إضافة الربح المتفق عليه بين البائع والمشتري، وبالتالي فهو أحد بيوع الأمانة في الشريعة الإسلامية.

وهي " أحد أنواع البيوع الشرعية التي تقوم على الشراء والبيع وهما جوهر المعاملات التجارية، ولابد أن يقوم البيع مراجعة على شيء مملوك للبائع ". (عبد الحميد محمود البعلي، 1991)

من خلال التعاريف السابقة الذكر يمكن تقديم تعريف للمراجعة على أنها : بيع بمثل الثمن الأول مع زيادة ربح، وبالتالي يصنف ضمن بيوع الأمانة وذلك لاعتماد المشتري فيها على أمانة البائع في إعلامه بثمن المبيع.

2.2 دليل مشروعيتها

المراجعة هي صورة من صور البيع فتحل بما تحل به البيوع وتحرم بما تحرم به البيوع، وقد ثبتت مشروعيتها بالكتاب والسنة والإجماع كما يلي:

1.2.2 الكتاب : نجد بعض الآيات الدالة بعمومها على مشروعية البيع، مثل قوله تعالى : « وأحل الله البيع وحرم الربا » سورة البقرة، الآية: 275، وقوله أيضاً: « واشهدوا إذا تباعتم » سورة البقرة، الآية: 282، وقوله سبحانه وتعالى أيضاً في الآية الكريمة : « إلا أن تكون تجارة عن تراض منكم » سورة النساء، الآية: 29.

2.2.2 السنة : سئل النبي صلى الله عليه وسلم أي الكسب أطيب؟ فقال " عمل الرجل بيده وكل بيع مبرور " وقوله صلى الله عليه وسلم " التاجر الصدوق مع النبيين والصديقين والشهداء ". (عروة فتحة، 2007)

3.2.2 الإجماع: أجمع المسلمون على جواز البيع و لم يقل أحد من العلماء بعدم جوازه، ولأنه يدفع الحاجات و يحقق المصالح ولأن الأصل في المعاملات الإباحة إلا ما ورد نص بتحريمه كنهى الرسول صلى الله عليه وسلم عن بيع المعدوم و عن بيع الذهب بالذهب. (حربي محمد عريقات، سعيد جمعة عقل، 2010)

3.2 خصائص بيع المربحة

تمثل أهم خصائص المربحة في النقاط التالية : (جميل أحمد، 2005)

- أنها عقد من العقود وهو ما يعني ضرورة توفر ركني العقد في المربحة وهما الإيجاب والقبول أو تتوفر فيها الصيغة والعاقدان والمحل، ولكل ركن من هذه الأركان شروط يتعين توفرها منها: توفر الأهلية لكل من العاقدين والقدرة على تسليم محل العقد، وأن يكون معلوما علما نافيا للجهالة، إلى غير ذلك من الشروط التي يجب أن تتوفر في العقود، وبما يتوافق مع طبيعة المربحة.

- أن المربحة تعد معاملة من المعاملات التي أجاز التعامل بها للتيسير والتخفيف عن الناس، ولسد حاجيات الإنسان وقضاء مطالبه ورفع الحرج عنه، وهي تدخل في دائرة المعاملات الحلال التي تندرج في نطاق المشروعية الإسلامية شأنها في ذلك شأن صور البيوع الأخرى كالبيع المطلق، والإجارة، والسلم، والشركات، والرهن، والوضعية لما فيها من النفع والمصلحة.

- المربحة هي بيع من البيوع وفي هذه الجزئية تختلف المربحة عن البيع العادي الذي يطلق عليه المساومة والتي يبيع فيها الإنسان السلعة إلى المشتري بعد المساومة بينهما على الثمن، ويترتب على كون المربحة عقد بيع سريان الأحكام العامة للبيع على هذا العقد، ومنها أن يكون المبيع مملوكا للبائع عند إبرام العقد.

- أن المربحة تقوم على الربح الحلال حيث يكون الربح ناتجا عن سعي الإنسان بالمال، العمل، أو الخبرة، فالبائع يملك مالا يشتري به عينة من الأعيان ثم يتولى بيعها نظير ربح معين، وبالتالي يكون قد حصل على الربح من مصادره المشروعة بمنأى عن الربا، أو الغش، أو التديس، أو الغرر.

3. شروط وأنواع المربحة وأهميتها

1.3 شروط المربحة

تم عملية البيع بالمربحة بين طرفين بموجب عقد مكتوب يجب أن تتوفر فيه الشروط العامة لصحة العقود (رضا الطرفين- الأهلية- المحل)، إلا أن هناك شروط قانونية خاصة لصحة عقد بيع المربحة أهمها ما يلي:

- ضرورة أن تكون السلعة موجودة حتى يمكن التعاقد عليها وحتى تكون محل أو موضوع عقد بيع المربحة، وهذا الوجود للسلعة يمكن أن يكون متحققا وقت التعاقد أو لاحقا، وبالتالي تتحقق من خلال ذلك قدرة البائع على تسليم السلعة وحسب المواصفات المحددة لها. (فليح حسن خلف، 2006)

- أن يكون الثمن الأصلي الأول "معلوما" لطرفي العقد (البائع والمشتري) وخاصة للمشتري، وكذلك ما يحمل عليه من تكاليف. (محمود حسين صوان، 2008)

- أن لا يكون بيع المربحة ذريعة للربا بأن يقصد المشتري الحصول على المال و يتخذ السلعة وسيلة لذلك، كما في بيع العينة وهو أن يشتري شخص سلعة من تاجر نسيئة ثم يبيعها إليه نقدا ولكن بثمان أقل. (Asma Bahmed, 2011)

- أن يكون الربح معلوما، سواء كان مقدارا أو نسبة من الثمن الأول. (حيدريونس الموسوي، 2011)

- أن يتحمل البنك الإسلامي الأضرار الجزئية أو الهالك الكلي للسلعة قبل تسليمها للعميل.

- العلم بحالة المبيع المميزة له أو المكروهة، لأن ذلك يؤثر في قرار المشتري وينفي الغرر والجهالة في البيع وإظهار مميزات السلعة الجيدة، لأن إظهار عيوب السلعة المعيبة قد يغير نية المشتري سلبا أو إيجابيا، بالإضافة إلى العلم بأوصاف الثمن، لأن المشتري قد يعقد على دنائير ويدفع دراهم أو عروض وهذا له أثر من حيث القيمة الشرائية التي

تختلف مع مرور الزمن. (عايد فاضل الشعراوي، 2007)

- لا يجوز فرض غرامات تأخير على عمليات المرابحة التي تتجاوز فترات الزمنية المحددة والمتفق عليها في العقد، ولكن يجوز أن يتفق البنك مع العميل المدين أن يدفع تعويضا عن الضرر الذي يصيبه بسبب تأخره عن الوفاء شريطة أن يكون الضرر الذي أصاب البنك ضررا ماديا وفعليا، إلا إذا أثبت المدين أن التأخير حدث بقوة قاهرة. (مجيد جاسم الشرع، 2008)

2.3 أنواع المرابحة

تعتبر المرابحة أحد عقود البيوع الهامة في الفقه الإسلامي، والتي يمكن تقسيمها حسب طبيعة العملية إلى قسمين رئيسيين هما: المرابحة البسيطة (العادية) و المرابحة المركبة (للأمر بالشراء أو المصرفية).

1.2.3 المرابحة البسيطة

تعرف المرابحة البسيطة (العادية) على أنها "بيع رأس مال المبيع مع زيادة ربح معلوم كما يشترط فيها أن يكون رأس المال معلوما وأن يكون العقد خاليا من الربا، حيث يستطيع الزبائن الحصول على سلع و بضائع وخدمات مختلفة أو مواد خام، كما يمكن الاستفادة من هذه الصيغة لاقتناء سلع منتجة أو معمرة كالآلات، و المكائن، و السيارات، و العقارات." (صالح راشد الشمري، 2008)

و تعرف على أنها "بيع المالك لسلعة يملكها أصلا بمثل الثمن الأول وبزيادة، مثل البيوع التي يقوم بها جميع التجار في العادة، فهم يشترون السلع و يحتفظون بها حتى يأتي من يرغب بشراء السلعة فيبيعونه إياها بربح في العادة، و قد يكون الثمن حالا أو مؤجلا أو مقسطا. (حسين محمد سمحان، موسى عمر مبارك، 2011)

2.2.3 المرابحة للأمر بالشراء (المركبة)

تعرف المرابحة للأمر بالشراء بأنها "طلب يتقدم به المشتري إلى البنك الإسلامي على أن يشتري له سلعة بمواصفات محددة على أساس وعد منه بشراء تلك السلعة اللازمة له مرابحة، وذلك بالنسبة والربح المتفق عليه، ويدفع الثمن على دفعات أو أقساط تبعا لإمكانياته وقدراته المالية. (صهيب عبد الله بشير الشخبانة، 2011)

و يقصد بالمرابحة للأمر بالشراء أيضا قيام البنك بتنفيذ طلب التعاقد معه على أساس شراء الأول ما يطلبه الثاني بالنقد الذي يدفعه البنك كليا أو جزئيا، وذلك بمقابل التزام الطالب بشراء ما أمر به وحسب الربح المتفق عليه عند الابتداء، وبالتالي فإن دور البنك الإسلامي في هذه الحالة هو الوسيط المالي و ذلك من خلال استعداده لشراء السلع و المواد التي يطلبها العميل و يرغب بها، حيث يقوم العميل بإصدار أمر للبنك ليقوم بالشراء النقدي و من ثم يقوم البنك ببيعها للعميل بربح متفق عليه مسبقا. (فائق شقير وآخرون، 2002)

3.3 أهمية المرابحة

1.3.3 المنافع التي تعود على المشتري

تتمثل أهمية تطبيق المرابحة بالنسبة للمشتري فيما يأتي: (عبد الوهاب حسن علي الخولاني، 2008)

- توفر صيغة المرابحة للأمر بالشراء للمشتري ما يطلبه من منتجات وبنفس المواصفات التي يطلبها دون تكبده للتكاليف المرتبطة بالبحث عن السلعة و دون تعرضه للغش والاحتيال، خصوصا إذا كان شراؤه لهذه السلع لأول مرة، أو إذا كانت السلع المطلوبة نادرة أو متوفرة في أماكن بعيدة، هذه المنتجات قد تكون منتجات إنتاجية أو استهلاكية، نهائية أو وسيطة، مع إمكانية ردها في حالة عدم مطابقتها للمواصفات المطلوبة.
- يمكن أن تكون صيغة المرابحة للأمر بالشراء بمثابة تمويل للمشتري إذا تم الاتفاق على دفع الثمن مؤجلا (كاملا أو مقسطا على دفعات) على الرغم من تسلمه السلعة حالا.

2.3.3 المنافع التي تعود على البنك الإسلامي

تتمثل أهمية المرابحة بالنسبة للبنك الإسلامي في النقاط التالية: (حري محمد عريقات، سعيد جمعة عقل، 2010)

- يتمكن البنك قبل تقديم التمويل بالمراجعة للأمر بالشراء من دراسة وضع العميل، إمكانياته المالية، نشاطه، وضعه في السوق، أدبياته، ومقدرته على الوفاء بالتزاماته في حالة منحه التمويل اللازم، وهذا يؤدي إلى طلب البنك الحصول على ضمانات شخصية أو عينية أو رهانات لحفظ حق البنك إذا فشل العميل بالوفاء بالتزاماته تجاه البنك في تاريخ الاستحقاق، وقد يتم الرهن على السلعة موضوع التمويل.
- يتمكن البنك الإسلامي من التأكد من جدية العميل في هذا النوع من التمويل عن طريق اشتراط دفع عربون يمثل نسبة معينة من قيمة السلعة، ويستخدم هذا العربون (وقد يسمى تأميناً) لتسديد الأضرار والمصروفات التي تكبدها البنك الإسلامي عند شراء السلعة، واستنكاف العميل عن شرائها حسب المواعيد المقدمة من قبله.
- تمكن صيغة المراجعة للأمر بالشراء البنك من تحقيق ربح معقول وبمخاطر أقل، حيث تنتهي مخاطر البنك بمجرد تسليمه البضاعة للعميل مطابقة للشروط والمواصفات، كما يمكن للبنك الإسلامي تحقيق أرباح أعلى إذا تضمن عقد المراجعة تأجيل الثمن كاملاً أو مقسطاً مع إمكانية تقليل مخاطر السداد إلى أدنى الحدود.

3.3.3 المنافع التي تعود على المجتمع

تتمثل أهمية تطبيق المراجعة بالنسبة للمجتمع في النقاط التالية : (ميلود بن مسعودة، 2007)

- توفير احتياجات قطاع التجارة الداخلية والخارجية، فتسهم بذلك في تنشيط حركة البيع والشراء في السوق المحلي ورفع حجم الطلب الكلي والمساهمة في دوران النشاط الاقتصادي.
- توفير مستلزمات الإنتاج من المواد الخام، السلع الوسيطة، والمعدات، الآلات، الأجهزة بالنسبة للقطاعات الإنتاجية مما يسهم في دعم الكفاءة الإنتاجية في الاقتصاد الوطني.
- دعم النشاط الاستثماري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك بتوفير وسائل الإنتاج وتصريف المنتجات، الأمر الذي يسهم في تنمية الاقتصاد الوطني وتحقيق درجة أعلى من الترابط بين قطاعاته.

4. تحليل النتائج:

1.4 التعريف بالبنك محل الدراسة: تأسس بنك دبي الإسلامي كشركة مساهمة عامة بموجب المرسوم الأميري الصادر عن حاكم إمارة دبي بتاريخ 29 صفر 1395 هجري الموافق لـ 12 سبتمبر 1975، بغرض تقديم الخدمات المصرفية والخدمات المتعلقة بها وفقاً لأسس الشريعة الإسلامية، وتم تسجيله كشركة مساهمة عامة طبقاً لقانون الشركات التجارية الاتحادي رقم (8) لسنة 1984 وتعديلاته، يمارس المصرف نشاطه من خلال مكتبه الرئيسي بدبي بالإضافة إلى فروعها العاملة في دولة الإمارات العربية المتحدة، ويقوم المصرف بالأعمال الاستثمارية من خلال مجموعة من الأدوات المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية كالمراجعة، المضاربة، المشاركة، الاستصناع، السلم والاستثمار في الشركات التابعة. (التقرير المالي السنوي لمصرف دبي الإسلامي لسنة 2008)

وتتعدد الأهداف التي يسعى المصرف إلى تحقيقها كما هو موضح في النقاط التالية:

(www.dib.ac/ar/aboutdil_mission.htm)

- تطبيق أعلى معايير الخدمات المصرفية واستخدام أفضل وأحدث التقنيات وفقاً للشريعة الإسلامية؛
- الإدارة الجيدة لاستثماراته بهدف تحقيق أعلى الأرباح؛
- التعاون والتنسيق والتكامل مع مؤسسات وهيئات مالية تلتزم بأسس الشريعة الإسلامية؛
- تطوير المجتمعات الإسلامية في جميع المجالات الاقتصادية عبر تنوع الاستثمار؛
- المسؤولية والخدمات الاجتماعية المتمحورة حول التعاليم الإسلامية خاصة فريضة الزكاة؛
- المساهمة في تطوير المجتمع وتوفير السلامة والأمن والعمل على نشر العدالة الاجتماعية والشفافية والمساواة في كل الأنشطة التي يقوم بها؛
- توفير الأموال المطلوبة للمستثمرين لإنشاء مشاريع اقتصادية؛

- الالتزام بمتطلبات رأس المال حسب التعليمات والتوجيهات الصادرة عن المصرف المركزي؛
- الاحتفاظ بقاعدة رأس مال قوية بهدف نمو أعمال المصرف واستمراره.

2.4 صيغ التمويل والاستثمار المطبقة في بنك دبي الإسلامي (اختبار الفرضية الأولى)

التمويلات عبارة عن الأموال التي يقدمها البنك من خلال القنوات التمويلية والاستثمارية المختلفة، كالمضاربة، المشاركة المرابحة، والتي من خلالها يتم توظيف الأموال لمختلف فروع النشاط الاقتصادي وفق سياسة معدة ومدروسة من قبل إدارة البنك، ومن خلال هذا يتم تقسيم التمويلات الممنوحة حسب بنك دبي الإسلامي إلى : تمويلات قصيرة الأجل، تمويلات متوسطة الأجل، وأخرى تمويلات طويلة الأجل .

1.2.4 صيغ قصيرة الأجل

1.1.2.4 صيغة المرابحة

يعرف بنك دبي الإسلامي المرابحة على أنها عقد تباع المجموعة بموجبه أصل أو سلعة سيق لها شراؤها وحيازتها بناء على وعد المتعامل الملتمزم بشراؤها بشروط معينة، وذلك مقابل ثمن يتكون من التكلفة وهامش ربح متفق عليه. وتتعدد صور المرابحة المستخدمة من طرف بنك دبي الإسلامي إلى : مرابحات بضائع، مرابحات دولية، مرابحات سيارات، مرابحات عقارية.

2.1.2.4 صيغة السلم

حسب بنك دبي الإسلامي فإن السلم هو عقد يشتري بموجبه البنك سلع محددة ويدفع الثمن الكامل لتلك السلعة مقدما في حين يقوم المتعامل بتسليم البضاعة طبقا لمواصفات معينة وكمية معينة في التاريخ المتفق عليه في المستقبل، أي شراء السلعة للتسليم المؤجل من قبل المتعامل مقابل قيام المشتري بدفع سعر الشراء بالكامل مقدما. (التقرير المالي السنوي لسنة 2017)

والجدول التالي يقدر نسبة استخدام أسلوب المرابحة والسلم في بنك دبي الإسلامي بالاعتماد على التقارير المالية السنوية الخاصة بالبنك طول فترة الدراسة:

الجدول 1: نسب استخدام صيغتي المرابحة والسلم إلى إجمالي التمويلات في بنك دبي الإسلامي خلال (2017/2013) :

السنة	2013	2014	2015	2016	2017	المتوسط
نسبة المرابحة	24.50	31.49	30.26	30.24	28.36	28.97
نسبة السلم	10.28	10.92	9.04	-	-	10.24

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير المالية السنوية لبنك دبي الإسلامي خلال الفترة 2013-2017.

ما يمكن ملاحظته من خلال الجدول السابق أن بنك دبي الإسلامي توقف عن تطبيق صيغة السلم سنتي 2016 و2017 وأن نسبته متوسطة قدرت في المتوسط 10.24 % خلال الثلاث سنوات الأولى للدراسة، وأن نسبة استخدام صيغة المرابحة مرتفعة قدرت في المتوسط 28.97 % وأنها متناقصة خلال فترة الدراسة.

2.2.4 صيغ متوسطة الأجل

1.2.2.4 الإجارة :

حسب بنك دبي الإسلامي فإن الإجارة هي عقد بموجبه يقوم البنك (المؤجر) بتأجير أو إنشاء أصل بناء على طلب العميل (المستأجر)، وذلك استنادا على وعد منه باستئجار الأصل لمدة معلومة ومقابل أقساط إيجار محددة، وقد تنتهي الإجارة بتمليك المستأجر الأصل المؤجر.

2.2.2.4 الاستصناع: يعرف بنك دبي الإسلامي الاستصناع على أنه عقد بين البنك والمتعامل على أن يبيع البنك عقار مطور وفقا لمواصفات متفق بشأنها، يقوم البنك بتطوير العقار بنفسه أو من خلال مقاول الباطن ثم يسلمها للمتعامل في تاريخ محدد مقابل ثمن متفق عليه. (التقرير المالي السنوي لسنة 2017)

ويمكن توضيح نسب استخدام صيغتي الإجارة والاستصناع في بنك دبي الإسلامي من خلال الجدول التالي:

الجدول 2: نسب استخدام صيغتي الإجارة والاستصناع إلى إجمالي التمويلات في بنك دبي الإسلامي خلال (2017/2013):

السنة	2013	2014	2015	2016	2017	المتوسط
نسبة الإجارة	21.70	22.66	25.68	28.55	33.06	26.33
نسبة الاستصناع	5.74	5.21	3.04	1.93	0.97	3.37

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير المالية لبنك دبي الإسلامي خلال الفترة 2013-2017.

ما يمكن ملاحظته من خلال الجدول أن نسب التمويل بالإجارة في بنك دبي الإسلامي في تزايد مستمر خلال فترة الدراسة وأن نسبها متقاربة لنسب استخدام صيغة المراجعة، حيث يقدر متوسط نسبة التمويل لهذه الصيغة بـ 26,33%، ومن أهم أنواع هذا الأسلوب الإجارة المنتهية بالتمليك التي تطبق على العقارات والتي تمنح عملاء البنك فرصة الحصول عليها في نهاية عقد الإجارة وهذا ما يشجع إقبال المتعاملين على هذه الصيغة وزيادة استخدامها من قبل البنك.

كما نلاحظ أن نسب التمويل بصيغة الاستصناع متناقصة خلال فترة الدراسة، وأنها منخفضة قدرت في المتوسط 3.37%.

3.2.4 صيغ طويلة الأجل

1.3.2.4 المضاربة: حسب بنك دبي الإسلامي المضاربة هي عقد بين البنك وطرف ثاني، بحيث يقدم أحد الأطراف مبلغا معيناً من المال ويقوم الطرف الآخر (المضارب) باستثماره في مشروع أو نشاط مقابل حصة محددة من الربح، على أن يتحمل المضارب الخسارة في حالة التخلف أو الإهمال أو مخالفة أي من شروط المضاربة.

2.3.2.4 المشاركة: هي عقد بين البنك والمتعامل للمساهمة في مشروع استثماري معين قائم أو جديد، أو في ملكية ممتلكات معينة إما بصفة دائمة أو حسب ترتيبات متناقصة تنتهي بحياسة المتعامل لكامل الملكية، ويتم اقتسام الأرباح حسب العقد المبرم بين الطرفين، في حين يتحمل كلا الطرفين الخسارة بنسبة حصتهما في رأس مال المشروع. (التقرير المالي السنوي لسنة 2017)

و الجدول التالي يبين نسب استخدام صيغتي المضاربة والمشاركة في بنك دبي الإسلامي:

الجدول 3: نسب استخدام صيغتي المضاربة والمشاركة إلى إجمالي التمويلات في بنك دبي الإسلامي خلال (2017/2013):

السنة	2013	2014	2015	2016	2017	المتوسط
نسبة المضاربة	6.64	7.65	10.40	10.29	9.78	8.95
نسبة المشاركة	9.30	5.46	5.75	5.35	4.81	6.13

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير المالية لبنك دبي الإسلامي خلال الفترة 2013-2017.

يتضح من خلال هذا الجدول انخفاض متوسط نسبة التمويل بالمضاربة لدى البنك حيث قدر بـ 8,95%، ويمكن إرجاع تدني هذه النسبة إلى أسباب عديدة منها: أن أصحاب الأموال يميلون نحو تفضيل عامل الضمان لأموالهم دون الاستعداد للمشاركة في الربح والخسارة.

كما يلاحظ من الجدول السابق أن متوسط نسب التمويل بصيغة المشاركة في بنك دبي الإسلامي متواضعة مقارنة بصيغ التمويل الأخرى من بيوع وغيرها، غير أن البنك يعمل على رفعها من خلال قيامه بابتكار صيغ جديدة لها منها: شركة

الملك والتي تعد الأولى من نوعها واستخدامها أساساً لهيكله صكوك المشاركة، وذلك للخروج من محظور شرعي وهو عدم جواز شراء حصة الشريك بقيمتها الاسمية باعتبار ذلك ضماناً غير مشروع لحصة الشريك. وبالإضافة إلى ما سبق ذكره من صيغ توجد صيغ أخرى لم يتم التطرق إليها لأن نسبتها صغيرة في البنك واستعمالها محدود وهي: الوكالات، التمويل الشخصي، بطاقات الائتمان. ومن خلال التحليل السابق نثبت صحة الشق الأول من الفرضية الأولى التي تنص على استخدام بنك دبي الإسلامي لصيغ التمويل بالمرابحة والمضاربة والمشاركة، وفي نفس الوقت نكون قد أثبتنا خطأ الشق الثاني من نفس الفرضية والذي ينص على تطبيق البنك لصيغة التمويل بالمغارسة.

3.4 متوسط نسب استخدام صيغ التمويل والاستثمار لدى بنك دبي الإسلامي (اختبار الفرضية الثانية)

من خلال ما تم عرضه حول تطور استخدام كل صيغة من صيغ التمويل الإسلامي المستخدمة من طرف بنك دبي الإسلامي، يمكن مقارنة متوسط نسبة استخدام المرابحة بمتوسط استخدام صيغ التمويل والاستثمار الأخرى المقدمة من طرف هذا البنك وتحليلها وفق الآتي:

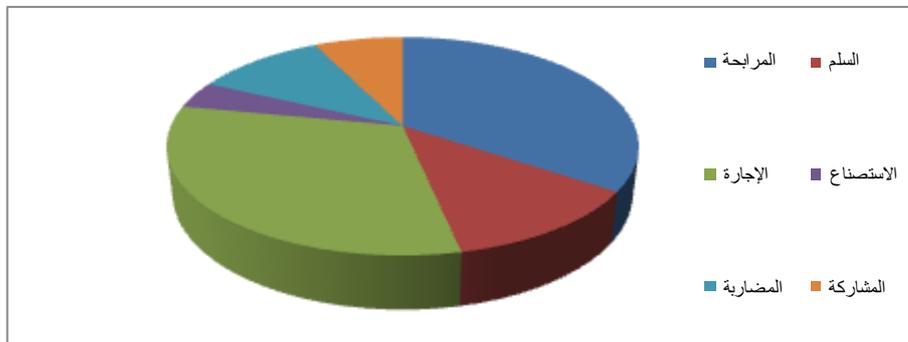
الجدول 5 : متوسط نسب استخدام صيغ التمويل والاستثمار المقدمة في بنك دبي الإسلامي خلال فترة الدراسة

الصيغة	المرابحة	السلم	الإجارة	الاستصناع	المضاربة	المشاركة
متوسط النسبة	28.97	10.24	26.33	3.37	8.95	6.13

المصدر: من إعداد الباحثة.

ويمكن ترجمة معطيات هذا الجدول من خلال الشكل التالي:

الشكل 1 : توزيع التمويلات المقدمة من طرف بنك دبي الإسلامي خلال فترة الدراسة



المصدر: من اعداد الباحثة.

يتضح من خلال الشكل السابق أن بنك دبي الإسلامي يستخدم أسلوب المرابحة بدرجة أكبر من باقي أساليب التمويل الأخرى، إلا أنه يولي أهمية كبيرة لأسلوب الإجارة كأسلوب متوسط الأجل ونسبة قريبة لنسبة التمويل بالمرابحة، بالإضافة أيضاً لاستعماله لأسلوب التمويل بالمشاركة والمضاربة بنسب أقل، وبالتالي فإنه لا يوجد توازن للاستثمارات حسب الأجل المختلفة، حيث نجد أن هذا البنك يركز على الاستثمارات قصيرة الأجل على حساب الاستثمارات المتوسطة والطويلة الأجل، وربما يعود ذلك أساساً إلى طبيعة المجتمع الخليجي الذي تنتمي إليه دولة الإمارات العربية المتحدة، والذي يستورد معظم حاجياته من خارج الدولة سواء منها الانتاجية أو الاستهلاكية وهو ما يوفر الطرف الملائم لتطبيق صيغة المرابحة وبشكل كبير، ثم الإجارة بشكل أقل خاصة في استيراد وتأجير السلع الرأسمالية للانتاج، أما تطبيق الاستصناع فربما لأن العقارات هو الشيء الذي لا يمكن استيراده من الخارج، مع الحاجة الملحة إليه من خلال التوسع العمراني الكبير في دول الخليج.

وبالتالي نثبت صحة الفرضية الثانية التي تنص على أن البنوك الإسلامية تعتمد على استخدام أسلوب المربحة في تمويل نشاطاتها بنسبة كبيرة، وذلك راجع لسهولة تطبيقها بالإضافة إلى قلة مخاطرها.

نستنتج من خلال ما سبق أن المصارف الإسلامية تركز على أسلوب المربحة بدرجة أكبر من باقي أساليب التمويل الأخرى وتولي أهمية كبيرة لأسلوب الإجارة بالإضافة إلى صيغة المضاربة كأسلوب طويل الأجل ولكن بنسب أقل مما عليه في المربحة والإجارة ثم الاستصناع ثم المشاركة بنسب ضعيفة جداً، وبالتالي فإنه لا يوجد توازن للاستثمارات حسب الأجل المختلفة حيث نجد أنها تركز على الاستثمارات قصيرة الأجل على حساب الاستثمارات المتوسطة والطويلة الأجل، لذلك لا بد من تفعيل الاستثمار طويل ومتوسط الأجل باستخدام منتجات الهندسة المالية الإسلامية ومن أهمها الصكوك لتكون أداة فعالة لإدارة رأس المال، بحيث يمكن من خلالها إعادة التوازن لاستثمارات المصارف الإسلامية من خلال استثمار الأموال المودعة لديها في صكوك استثمارية طويلة ومتوسطة الأجل، خاصة مع نمو وتزايد الطلب العالمي على الصكوك الإسلامية كأحدى الأدوات المالية الإسلامية التي تساهم بصورة فعالة في تمويل المشاريع الكبرى خاصة مشاريع البنية التحتية، ومن أهم الخدمات التمويلية التي تعد مجالاً خصباً للمصارف الإسلامية لتطوير نشاطها التمويلي ومواكبة التطورات المالية الحديثة نذكر: (صيرفة التجزئة، التوسع في تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة، تأسيس شركات رأس المال المخاطر، بالإضافة إلى الاهتمام بنشاط التأمين التكافلي)، وهذا ما يجعلها مصارف تمارس نشاط المصارف شاملة.

5. خاتمة:

تعمل البنوك الإسلامية على توظيف مواردها بالطرق الشرعية، وذلك على أساس مبدأ المشاركة في الربح والخسارة، لكن سرعان ما وجدت هذه البنوك أن هذا المبدأ غير قادر على تلبية كل متطلبات الحياة الاقتصادية من الأموال، فلجأت إلى مبدأ سهل التطبيق وهو مبدأ الهامش الربحي الذي يندرج تحته أسلوب المربحة، واعتمدت عليه بنسبة كبيرة.

وانطلاقاً من الاعتماد الكبير على هذا الأسلوب من طرف البنوك الإسلامية ظهرت مشكلة الاستثمار، وكنيجة لهذا ظهرت الحاجة إلى تطوير منتجات مالية إسلامية تعمل من خلالها البنوك الإسلامية على المواءمة بين مواردها قصيرة الأجل وأهدافها طويلة الأجل للحد من مشكلة الاستثمار.

ومن خلال هذه الدراسة تم التوصل إلى جملة من النتائج وجملة من التوصيات والاقتراحات يتم عرضها فيما يلي:

1.5 نتائج البحث

- إن صيغ التمويل والاستثمار الإسلامية متعددة ومتنوعة ويمكن تطبيقها في الأجل المختلفة القصير، المتوسط، والطويلة الأجل.
- انطلاقاً من دراسة حالة بنك دبي الإسلامي يتضح أن هذا البنك يعتمد في تمويل معظم أنشطته على أسلوب المربحة (التمويل قصير الأجل) وذلك بمعدل يقارب 30%.
- هناك صيغ تمويل إسلامية لم تدخل بعد مجال التطبيق في النظام المصرفي الإسلامي، أو لم تستفد منها البنوك الإسلامية بشكل كافٍ مثل: المغارسة بالنسبة للتمويل المتوسط أو الطويل الأجل، والمزارعة والمساقاة بالنسبة للتمويل قصير الأجل، وهذا ما ينطبق على بنك دبي الإسلامي خلال فترة الدراسة.
- لا يوجد توازن للاستثمارات حسب الأجل المختلفة في البنوك الإسلامية حيث نجد أنها تركز على الاستثمارات قصيرة الأجل على حساب الاستثمارات المتوسطة والطويلة الأجل، لذلك لا بد من تفعيل الاستثمار طويل ومتوسط الأجل باستخدام منتجات الهندسة المالية الإسلامية.

2.5 التوصيات

- يجب استخدام موارد البنك الإسلامي حسب الأجال المناسبة لها، كما يجب استخدام صيغة المراجعة بنسبة نموذجية تتوافق مع نسب التمويل المتوسطة والطويلة الأجل.
- يجب التعاون بين البنوك الإسلامية لإنشاء شركات تأمين إسلامية تعمل بنظام التأمين التعاوني، وذلك للتغلب على مشكل المخاطرة الذي يقف عائقاً أمام هذه البنوك لتقديم تمويلات لأجل طويل أو للدخول في استثمارات حيوية كقطاع الزراعة.
- يجب على البنوك المركزية في كل البلدان أن تتفهم طبيعة عمل البنوك الإسلامية المختلف عن البنوك التقليدية، وأن تتعامل معها على هذا الأساس، وبالتالي ينبغي إعادة النظر في خضوع هذه البنوك للقوانين الائتمانية التي تطبق على البنوك التجارية الأخرى مثل: تحديد نسبة الاحتياطي القانوني، نسبة توظيف الأموال، نسبة مشاركة البنك في رؤوس أموال الشركات.
- يجب التعاون بين البنوك الإسلامية والسلطات النقدية على إنشاء السوق المالية الإسلامي، مع التفكير في أدوات جديدة، وذلك لما يمكن أن تقدمه هذه السوق من فوائد عظيمة للاقتصاد أو لهذه البنوك وخاصة لحل مشكلة التمويل قصير الأجل.
- إعداد العاملين في إدارة البنوك الإسلامية علمياً وشرعياً بما يخدم أهداف البنوك الإسلامية ويحافظ على خصوصيتها.
- مساهمة البنوك الإسلامية في إقامة شركات استثمارية ومؤسسات اقتصادية إسلامية مما يعود عليها بالفائدة، لأنه يساعدها على توسيع أنشطتها وخدماتها في مختلف المجالات.
- إنشاء مجموعة مالية إسلامية مختصة تضم أصحاب التخصصات المالية والفقهية كهيئة تعمل على توسيع النظام المالي الإسلامي في أبعاده العلمية والعملية، كما تعمل على استقطاب المشاركة للطلاب ونشر أعمالها عبر مواقع الانترنت لتصل إلى أكبر عدد ممكن.
- الاهتمام بالدراسات التي تبحث في إتمام أسلمة النظام المالي الإسلامي من أدوات مالية وأسواق مالية، والمؤسسات المالية والعلاقة بين أجزاء النظام المالي بما يساعدها على التطور ويضمن لها الاستمرارية.

5. قائمة المراجع

- 1 سعيد علي العبيدي، (2011)، الاقتصاد الإسلامي، دار دجلة للنشر والتوزيع، الأردن، ص: 303.
- 2 خبايا عبد الله، (2008)، الاقتصاد المصرفي- البنوك الالكترونية - البنوك التجارية- السياسة النقدية، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ص: 170.
- 3 عبد الحميد محمود البعلي، (1991)، الاستثمار والرقابة الشرعية في البنوك والمؤسسات المالية الإسلامية- دراسة فقهية وقانونية ومصرفية-، مكتبة وهبة للنشر، القاهرة ص: 106.
- 4 عروة فتيحة، (2007)، آليات توظيف الأموال في البنوك الإسلامية، مذكرة مقدمة لنيل درجة ماجستير، تخصص قانون أعمال، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، ص: 88.
- 5 حربي محمد عريقات، سعيد جمعة عقل، (2010)، إدارة المصارف الإسلامية- مدخل حديث-، دار وائل للنشر، الأردن، ص: 179.
- 6 جميل أحمد، (2005)، الدور التنموي للبنوك الإسلامية، مذكرة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، تخصص علوم اقتصادية، جامعة الجزائر، ص: 135.
- 7 فليح حسن خلف، (2006)، البنوك الإسلامية، عالم الكتب الحديث، الأردن، ص: 300.

- ⁸ محمود حسين صوان، (2008)، أساسيات العمل المصرفي الإسلامي- دراسة مصرفية تحليلية ملحق بالفتاوى الشرعية، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ص : 151.
- ⁹ Asma Bahmed, (2011), Diagnostic de la stratégie marketing d'une banque islamiq, mémoire magistere, option marketing, école des hautes études commercial, alger, p21.
- ¹⁰ حيدر يونس الموسوي، (2011)، المصارف الإسلامية- أدائها المالي وأثارها في سوق الأوراق المالية - ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، ص : 51.
- ¹¹ جمال لعامرة، (1996)، المصارف الإسلامية، دار النبأ للنشر والتوزيع، الجزائر، ص : 101.
- ¹² عايد فاضل الشعراوي، (2007)، المصارف الإسلامية - دراسة علمية فقهية للممارسات العملية - ، ط2، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت لبنان، ص: 380.
- ¹³ مجيد جاسم الشرع، (2008)، المحاسبة في المنظمات المالية والمصارف الإسلامية، دار إثناء والمكتبة الجامعية للنشر والتوزيع، عمان، ص : 141.
- ¹⁴ صادق راشد الشمري، (2008)، أساسيات الصناعات المصرفية الإسلامية- أنشطتها، التطورات المستقبلية - ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ص : 61.
- ¹⁵ حسين محمد سمحان، موسى عمر مبارك، (2011)، محاسبة المصارف الإسلامية في ضوء المعايير الصادرة عن هيئة المحاسبة والمراجعة والضوابط للمؤسسات المالية الإسلامية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ص: 73.
- ¹⁶ صهيب عبد الله بشير الشخابنة، (2011)، الضمانات العينية (الرهن) ومدى مشروعيتها استثمارها في المصارف الإسلامية ، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، ص : 132.
- ¹⁷ فائق شقير وآخرون، (2002)، محاسبة البنوك ، ط2 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ص: 345.
- ¹⁸ عبد الوهاب حسن علي الخولاني، (2008)، دور البنوك الإسلامية في التنمية الاقتصادية، مذكرة مقدمة لنيل درجة ماجستير تخصص نقود ومالية، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، ص : 100.
- ¹⁹ حربي محمد عريقات، مرجع سابق، ص - ص : 185- 186.
- ²⁰ ميلود بن مسعودة، (2007)، معايير التمويل والاستثمار في البنوك الإسلامية ، مذكرة مقدمة لنيل درجة ماجستير، تخصص اقتصاد إسلامي، جامعة الحاج لخضر، باتنة، ص : 53.
- ²¹ التقرير المالي السنوي لبنك دبي الإسلامي لسنة 2008 ، ص : 9.
- ²² معلومات منشورة على الموقع الرسمي لبنك دبي الإسلامي:
- ²³ التقرير المالي السنوي لبنك دبي الإسلامي لسنة 2017، ص - ص : 19 - 20.
- www.dib.ae/ar/aboutdil_mission.htm, le 23/11/2018,htm 22:45.

اجراءات ابرام وتنفي الصفقات العمومية وآليات الرقابة عليها
-دراسة حالة مؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري بولاية المسيلة-

Procedures for conclusion and implementation of public transactions and control mechanisms

- Case study of the Office of Promotion and Real Estate Management in wilaya of m'sila -

وفاء جبلاحي¹

¹ جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، wdjebblahi@gmail.com

تاريخ القبول: 2019/06/30

تاريخ المراجعة: 2019/04/12

تاريخ الاستلام: 2019/03/11

ملخص:

تهدف هذه الرقعة البحثية إلى التعرف على آليات تنفيذ الصفقات العمومية وآليات الرقابة عليها من قبل الهيئات المختصة في إطار المرسوم الرئاسي 15-247.

وقد خلصت الدراسة إلى بعض النتائج أهمها أن الصفقات تعتبر من الآليات المهمة التي تساهم في تحقيق التنمية المحلية، كما خلصت الدراسة إلى أن هناك بعض الصعوبات التي واجهت المؤسسة محل الدراسة عند تطبيقها للمرسوم الرئاسي 15-247، بالإضافة إلى أنها تعاني من بعض الثغرات والنقائص التي باتت تواجهها دون أن يحددها المشرع بصفة مباشرة ودقيقة بل اكتفى بتصحيحها بمراسلات. كلمات مفتاحية: الصفقات العمومية، المرفق العام، الرقابة على الصفقات العمومية.

تصنيف JEL : XXX XXX

Abstract:

This paper aims to identify the mechanisms of implementing public transactions And mechanisms of control by the competent bodies within the framework of Presidential Decree 15-247.

The study concluded with some of the most important results that deals are considered important mechanisms that contribute to achieving local development, The study also found that there are some difficulties faced by the institution under study in the application of Presidential Decree 15-247, In addition, it suffers from some of the gaps and shortcomings that are faced without being determined by the legislator directly and accurately, but only corrected by correspondence.

keywords: Public transactions, General Annex, control on public transactions

Jel Classification Codes: XXX XXX

المؤلف المرسل: وفاء جبلاحي: wdjebblahi@gmail.com

1- مقدمة

تعد الصفقات العمومية الأداة الإستراتيجية التي وضعها المشرع في أيدي السلطة العامة لتنفيذ العمليات المالية المتعلقة بإنجاز، تسيير وتجهيز المرافق العامة، حيث تحتل جانبا هاما من أعمال الدولة وذلك بالنظر إلى مكانتها في تحقيق النفع العام، إذ تمثل الشريان الذي يدعم عملية التنمية، ذلك أن الاقتصاد الجزائري يعتمد بصفة أساسية على ضخ الأموال العامة واستغلالها من أجل تنشيط العجلة التنموية للبلاد، لذا سعت الجزائر إلى تحسين الإطار القانوني للصفقات العمومية بما يسمح بحرية المنافسة بين المتعاملين الوطنيين والأجانب على حد سواء عبر العديد من التنظيمات المتعاقبة بداية من قانون الصفقات العمومية لسنة 1967 وصولا للمرسوم الرئاسي 15-247، الذي ألغى قانون الصفقات العمومية رقم 10-

236 المؤرخ في 07 أكتوبر 2010 المعدل والمتمم، والتي أظهرت التجربة الميدانية بعض النقائص والصعوبات في مجال تسيير الصفقات العمومية، خاصة ما تعلق منها بإجراءات الإبرام والرقابة، التي طالما كانت عائقا أمام تسريع وتيرة التنمية المحلية. بسبب ثقل وبطء الإجراءات الإدارية التي غالبا ما تكون السبب وراء تأخير في آجال انطلاق وإنجاز المشاريع. وسعيا لتدارك هذه النقائص والتقليل من هذه الصعوبات، ومواكبة للمستجدات الراهنة المتعلقة بالاقتصاد الوطني، كان من الضروري إعادة النظر في بعض الأحكام التي تخضع لها الصفقات العمومية، من خلال اقتراح تدابير جديدة جاء بها المرسوم الرئاسي رقم 15-247 المؤرخ في 16 سبتمبر 2015، المتضمن تنظيم الصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام. حيث شملت عدة جوانب تخص موضوع الصفقات العمومية وتحديد مستوياتها وكيفيات وإجراءات إبرامها، معايير اختيار المتعهدين وتحديد المسؤوليات، وتسوية النزاعات التي يمكن حدوثها عند تنفيذ الصفقات العمومية، إضافة إلى أحكام أخرى تهدف إلى تخفيف الملفات المطلوبة من المتعهدين، وكذا تشجيع وتعزيز قدرات الإنتاج الوطني.

1-1- إشكالية البحث:

تظهر معالم الإشكالية التي نعالجها في التساؤل التالي:

ما هي إجراءات الإبرام والرقابة على تنفيذ الصفقات العمومية في إطار تطبيق المرسوم الرئاسي رقم 15-247 المتعلق بتنظيم الصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام؟

وتتفرع من هذه الإشكالية التي يحاول البحث الإجابة عليها إلى عدة تساؤلات فرعية:

- ✓ ما هي الأساليب والمراحل التي تتبعها المصلحة المتعاقدة لإبرام الصفقات العمومية؟
- ✓ كيف تتم عملية الرقابة على المراحل المختلفة لإبرام وتنفيذ الصفقات العمومية وما هي الجهات المخولة بها؟
- ✓ هل تواجه المصلحة المتعاقدة عراقيل وصعوبات أثناء التنفيذ والرقابة على الصفقات العمومية من خلال تطبيق هذا المرسوم الجديد؟ وهل قانون الصفقات العمومية بحاجة إلى التعديل والتحديث المستمر؟

1-2- فرضيات البحث

وللإجابة على هذه التساؤلات تم الاعتماد على الفرضيات التالية :

- ✓ تتبع المصلحة المتعاقدة لإبرام الصفقات العمومية طرق ومراحل حسب الحالات والشروط الواجب توفرها في كل طريقة من هذه الطرق مثل ما نص عليه قانون الصفقات العمومية رقم 15-247.
- ✓ لقد بينت الأحكام القانونية الجديدة المتعلقة بالرقابة على الصفقات العمومية كيفية عمل رقابة الأجهزة الرقابية على مختلف مراحل إبرام وتنفيذ الصفقة، وكذا مهام ودور كل منها وذلك بإعادة هيكلة اللجان المكلفة بالرقابة، بما يضمن النجاعة والفعالية والتخفيف من حدة البيروقراطية.
- ✓ تواجه المصلحة المتعاقدة عراقيل وصعوبات أثناء التنفيذ والرقابة على الصفقات العمومية من خلال تطبيق هذا المرسوم، وهو بحاجة دائما للتعديل والتحديث.

2- مفهوم الصفقات العمومية

تعتبر الصفقات العمومية عصب الحياة لما لها من أهمية في تنفيذ الطلبات العمومية التي تتركز عليها كل النشاطات العمومية، لأنها وسيلة مهمة لممارسة النشاط الإداري، واستغلال وتسيير المال العام، وتظهر هذي الوسيلة في النصوص القانونية المنظمة لها والتعديلات التي طرأت عليها.

1-2- تعريف الصفقات العمومية

يمكن تعريف الصفقة العمومية على أنها عقد إداري يلتزم فيها الشخص الطبيعي أو المعنوي الخاص الذي يسمي بالمتعامل المتعاقد بتقديم لوازم أو خدمات أو إنجاز أشغال لصالح المصلحة المتعاقدة التي تكون إحدى هيئات الدولة.¹

وقد عرفت المادة الثانية من المرسوم الرئاسي 15-247 المتضمن تنظيم الصفقات العمومية وتفويض المرفق العام بأنها: "الصفقات العمومية عقود مكتوبة في مفهوم التشريع المعمول به، تبرم بالمقابل مع متعاملين اقتصاديين وفق الشروط المنصوص عليها في هذا المرسوم لتلبية حاجات المصلحة المتعاقدة في مجال الأشغال واللوامز والخدمات والدراسات."²

2-2- شروط الصفقات العمومية

تتمثل شروط الصفقة العمومية حسب المادة 13 من المرسوم الرئاسي رقم 15-247 فيما يلي:³

يجب أن يكون أحد طرفي الصفقة إدارة وأن يبرم العقد بصفة رضائية مع المتعامل المتعاقد معها.

✓ يجب أن يكون عقد الصفقة مكتوب وذلك بعد الاتفاق على عناصرها.

✓ أن يكون مبلغ الصفقة يساوي فيها المبلغ التقديري لحاجات المصلحة المتعاقدة اثني عشر مليون دينار (12.000.000 دج) أو يقل عنه للأشغال أو اللوامز، وستة ملايين دينار (6000.000 دج) للدراسات أو الخدمات.

✓ أن يساهم المتعامل المتعاقد شخصا طبيعيا كان أو معنويا، بصفة فردية أو جماعية في إنجاز الأشغال و توريد اللوامز و أداء الخدمات.

✓ الأولوية للمتعاملين المحليين، وفي حالة عدم وجودهم أو في حالة نقص الخبرة تلجأ إلى المتعاقد مع المتعاملين الأجانب المقيمين في الجزائر ثم الأجانب.

✓ الأولوية لموارد الإنتاج المحلي والمستعمل في تنفيذ الصفقة.

2-3- أساليب إبرام الصفقات العمومية

لقد حددت المادة 39 من المرسوم الرئاسي 15-247 كيفية إبرام الصفقات العمومية بنصها: "تبرم الصفقات العمومية وفقا لإجراء طلب العروض الذي يشكل القاعدة، أو وفق إجراء التراضي". فمن خلال نص المادة، نستخلص أن المشرع الجزائري قد تبنى كفتين لإبرام الصفقات العمومية:

2-3-1. أسلوب طلب العروض

اعتبر المرسوم الرئاسي رقم 15/247 هذا الأسلوب القاعدة العامة في إبرام الصفقات العمومية طبقا للمادة 39 منه كما عرفت المادة 40 منه على أنه "إجراء يستهدف الحصول على عروض من عدة متعهدين متنافسين مع تخصيص الصفقة دون مفاوضات للمتعهد الذي يقدم أحسن عرض من حيث المزايا الاقتصادية استنادا إلى معايير اختيار موضوعية تعد قبل إطلاق الإجراء".⁴ ويمكن أن يكون طلب العروض وطنيا أو دوليا، ويمكن أن يتم حسب الأشكال التالية:

✓ طلب العروض المفتوح

يكون طلب العروض مفتوح عندما يسمح لجميع المرشحين بتقديم عروض،⁵ حيث نصت المادة 43 من المرسوم

الرئاسي رقم 15-247 على ما يلي " طلب العروض المفتوح هو إجراء يمكن من خلاله أي مترشح مؤهل ان يقدم تعهدا "

✓ طلب العروض المفتوح مع اشتراط قدرات دنيا

و هو إجراء لا يسمح فيه بتقديم تعهد إلا للمرشحين الذين تتوفر فيهم بعض الشروط التي تحددها المصلحة المتعاقدة مسبقا،⁶ تعرضت له المادة 44 من المرسوم الرئاسي 15/247 حيث نصت على " طلب العروض المفتوح مع اشتراط قدرات دنيا هو إجراء يسمح فيه لكل المرشحين الذين تتوفر فيهم بعض الشروط الدنيا المؤهلة التي تحددها المصلحة المتعاقدة مسبقا قبل إطلاق الإجراء بتقديم تعهد ولا يتم انتقاء قبلي للمرشحين من طرف المصلحة المتعاقدة".⁷

✓ طلب العروض المحدود

نصت عليه المادة 45 من المرسوم الرئاسي 15/247 بقولها " طلب العروض المحدود هو إجراء لاستشارة انتقائية يكون المرشحون الذين تم انتقاؤهم الأولي من قبل المدعوبين وحدهم لتقديم تعهد"، كما نصت نفس المادة في الفقرة الثانية أنه يمكن للمصلحة المتعاقدة أن تحدد في دفتر الشروط العدد الأقصى للمرشحين الذين ستتم دعوتهم بتقديم تعهد بعد انتقاء أولي بخمسة (5) منهم.⁸

2-3-2. أسلوب التراضي

لقد أهتم المشرع الجزائري بأسلوب التراضي عبر المراحل التشريعية المختلفة للصفقات العمومية منذ الاستقلال إلى يومنا هذا. وقد تناول أسلوب التراضي لأول مرة في المادة 60 من الأمر 67-90 المنظم للصفقات العمومية، حيث منح الإدارة قدرا واسعا من الحرية في اختيار المتعاقد معها.

وحسب المرسوم الرئاسي رقم 247/15 فقد عرفه في المادة 41 منه "التراضي هو إجراء تخصيص صفقة لمتعاقد متعامل واحد دون الدعوى إلى الشكلية في المنافسة". ويمكن أن يكتسي التراضي شكلين حسب نص المادة " يمكن أن يكتسي التراضي شكل التراضي البسيط، أو شكل التراضي بعد الاستشارة."⁹

3- الرقابة على الصفقات العمومية

لما كان للصفقات العمومية بمختلف أنواعها صلة بالخزينة العامة فإنه أضحى من الضرورة إخضاعها لمختلف أنواع الرقابة كيفما كان نوعها سواء رقابة قبلية أو رقابة بعدية، وفي حدود معينة دون المساس بالأحكام القانونية، سواء قبل إبرام الصفقة أو دخولها حيز التنفيذ أو بعدها، والغرض الأساسي من تسليط هذه الرقابة هو التأكد من مدى تطبيق الأهداف الموجودة من وراء التعاقد وإلزام الإدارات العمومية بالتقيد بأحكام تنظيم الصفقات العمومية بما يكرس المبادئ الكبرى للتعاقد.

3-1-1- الرقابة القبلية على الصفقات العمومية.

تقوم الإدارة بمراقبة الصفقات العمومية التي تقوم بإبرامها وهذا قبل دخولها حيز التنفيذ، وتشمل هذه الرقابة الفحص القبلي داخليا كان أو خارجيا.

3-1-1- الرقابة القبلية الداخلية للصفقات العمومية.

الرقابة الداخلية هي تلك المنفذة من المصلحة على موظفيها التابعين لها فهي نوع من الرقابة الذاتية، وهي على هذا النحو نظام يضمن التحكم في إجراءات إبرام الصفقات وتجسيد المبادئ العامة التي تقوم عليها ضمان للسير الحسن لها وحماية مصالحها المالية.¹⁰ حيث عهد المرسوم الرئاسي رقم 15-247 ممارسة الرقابة الداخلية إلى لجنة دائمة لفتح الأظرفة وتقييم العروض.

3-1-2. الرقابة القبلية الخارجية على الصفقات العمومية

بالخوض في ثنايا قانون الصفقات العمومية رقم 15-247 نجد أن المشرع قد اتجه نحو إعادة هيكلة هيئات الرقابة الخارجية على الصفقات العمومية حيث ألغى نهائيا نظام اللجان الوطنية الذي كان قائما في القوانين السابقة واستبدله باللجان الجهوية مع الإبقاء على اللجان القطاعية والولائية والبلدية للصفقات العمومية فضلا على اللجان التابعة للمصالح المتعاقدة، وهذا من أجل التخفيف من تركيز الرقابة الذي كان على مستوى اللجان الوطنية،¹¹ حيث قسم القانون رقم 15-247 اللجان المكلفة بالرقابة إلى قسمين:

3-1-3. لجان الصفقات العمومية للمصالح المتعاقدة

وتتمثل هذه اللجان في (اللجنة البلدية للصفقات العمومية، اللجنة الولائية للصفقات العمومية، اللجنة الجهوية للصفقات العمومية، لجنة الصفقات للمؤسسة العمومية الوطنية والهيكل غير الممركز للمؤسسة العمومية الوطنية ذات الطابع الإداري، لجنة الصفقات للمؤسسة العمومية المحلية والهيكل غير الممركز للمؤسسة العمومية الوطنية ذات الطابع الإداري)

3-1-4. اللجنة القطاعية للصفقات العمومية

وقد منح المرسوم الرئاسي رقم 15-247 اختصاصات رقابية واسعة للجنة القطاعية للصفقات العمومية، وذلك ما يتضح من خلال نصي المادتين 182 و184 منه، حيث يستشف من مضمونها أن لهذه اللجنة اختصاصين رئيسيين

يتمثلان في رقابة مشاريع دفاتر الشروط والصفقات والملاحق والطعون و الفصل في مشاريع دفاتر الشروط والصفقات والملاحق.

3-1-5. الرقابة المالية القبلية الخارجية على الصفقات العمومية

✓ **رقابة المراقب المالي:** إن الرقابة على تنفيذ النفقة العامة تمارس أساساً استناداً إلى القانون 84-17 المؤرخ في 07/07/1984 والمتعلق بقوانين المالية، وكذلك قانون المحاسبة رقم 90-21 المؤرخ في 15/08/1990، فالمراقب المالي هو عون من الأعوان المكلفين بالرقابة القبلية على تنفيذ النفقات العمومية، ويعين بقرار وزاري من طرف الوزير المكلف بالمالية.¹² وتتمثل مهمة المراقب المالي في مراقبة الالتزامات التي تقوم بها الإدارة سواء تعلق الأمر بالنفقات أو التعاقدات وهذا قبل أن توضع النفقة حيز التنفيذ. وتنتهي رقابة بنتيجتين مختلفتين إما القبول منح التأشيرة أو رفض منح التأشيرة النهائي أو المؤقت.

✓ **رقابة المحاسب العمومي:** بعد مرور الصفقة على رقابة لجان مختصة وكذا المراقب المالي تمر إلى المحاسب العمومي وطبقاً لأحكام القانون 90-21 المؤرخ في 15/08/1990 المتعلق بالمحاسبة العمومية ولاسيما المادة 33 منه. وأهم ما يقوم به المحاسب العمومي:¹³ مطابقة عملية الإنفاق للقوانين والتنظيمات المعمول بها، التأكد من صحة الأمر بالصرف أو من نائبه، عدم وجود معارضة للدفع، التأكد من التأشير، إثبات إنجاز الخدمة.

3-2-2. الرقابة البعدية على الصفقات العمومية

إضافة إلى الرقابة القبلية سواء الداخلية أو الخارجية، تأتي الرقابة البعدية ختاماً لتنفيذ الصفقة وحماية للمال العام وتمثل في الرقابة الوصائية والرقابة المالية.

3-2-1. الرقابة الوصائية

تمارس الرقابة الوصائية على الجهات الإدارية اللامركزية التي تتمتع بالاستقلالية، لكن هذا الاستقلال لا يعني الاستقلال التام بل تبقى تحت إشراف ووصاية الجهات المركزية، وتمكن رقابة الوصاية البعدية من تقييم الجدوى الفعلية للمشروع مقارنة بالدراسات المتعلقة بالجدوى والتي تمت سابقاً بشأنه، كما تمكن السلطة الوصية من الاطلاع على ظروف إنجاز المشروع واحترام الأجل والعقبات التي اعترضت الإنجاز ومدى تطابق الإنجاز مع الأهداف المتوخاة، وكذا احترام الاعتمادات المفتوحة للمشروع.¹⁴

3-2-2. رقابة مجلس المحاسبة

لم يتحدد دور مجلس المحاسبة فقط في الرقابة المباشرة على النفقات والإيرادات، إنما تعدى إلى رقابة غير مباشرة تتمثل في ضبط وكشف المخالفات المالية التي ترتكب في مجال الصفقات العمومية وجرائم الفساد المالي والإداري. ويقوم مجلس المحاسبة كونه هيئة رقابية مالية بعدية على تنفيذ الصفقات بنوعين من الرقابة تتمثل في رقابة المطابقة أي التأكد من مدى تطبيق القوانين والتنظيمات المعمول بها و رقابة نوعية التسيير من أجل ضمان التسيير الحسن والفعال للأموال العمومية.

3-2-3. رقابة المفتشية العامة للمالية

تم إنشاء المفتشية العامة للمالية بمقتضى المرسوم 80-35 المؤرخ في 14 ربيع الثاني عام 1400 الموافق ل 01 مارس سنة 1980. وتمارس المفتشية العامة للمالية دور الرقابة المالية، فهي هيئة دائمة للرقابة موضوعة تحت السلطة المباشرة لوزير المالية وتمتد صلاحياتها إلى الإدارات المركزية والمحلية والهيئات والمؤسسات العمومية.¹⁵ وتتبلور مراقبة الصفقات العمومية من الناحية الشكلية والموضوعية.

3-2-4. سلطة ضبط الصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام

تقرر بموجب المرسوم الرئاسي 15-247 إنشاء سلطة ضبط الصفقات العمومية وعقود تفويض المرفق العام لدى الوزير المكلف بالمالية، وتتمثل صلاحيات هذه السلطة في كل الجوانب المتعلقة بالصفقات العمومية وعقود تفويض المرفق

العام، من إعداد التنظيم، الإعلام، التكوين، إحصاء سنوي وتحليل المعطيات المتعلقة بالجوانب الاقتصادية، التقنية والقانونية للطلب العمومي، التدقيق بطلب من كل سلطة مخولة واستغلال نظام المعلومات للصفقات العمومية. وهذه الصفة تعرض توصيات على الحكومة، إلى جانب مهام أخرى تكمن في البت في النزاعات الناتجة عن تنفيذ الصفقات العمومية المبرمة مع متعاملين اقتصاديين أجانب، واستغلال نظام المعلوماتية للصفقات العمومية وإقامة علاقات تعاون مع الهيئات الوطنية، الأجنبية والهيئات الدولية المتدخلة في مجال الصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام.¹⁶

4- دراسة حالة مؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري

يعتبر ديوان الترقية والتسيير العقاري مؤسسة عمومية واقتصادية وطنية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، نشأت المؤسسة بولاية المسيلة بتاريخ 23 نوفمبر 1976 طبقا للمرسوم 93-76، وتوضع المؤسسة تحت وصاية وزير السكن والعمران والمدينة، ويوجد مقرها الاجتماعي في مدينة الجزائر.

4-1- الإجراءات العملية لإبرام وتنفيذ الصفقات العمومية (عقد برنامج)

المرحلة الأولى: : تحديد الحاجات الواجب تلبيتها

مهما كانت تسميته برنامج عمل، برنامج نشاط، مخطط أعمال، يجب على ديوان الترقية والتسيير العقاري قبل دخول حيز سنة التنفيذ الميزاني أن تعد كل حاجياتها مسبقا وذلك في إطار ميزانية التسيير أو ميزانية التجهيز لكل سنة مالية، وبصدد أي تحضير لمشروع ميزانية يكون على الأمر بالصرف (مدير ديوان الترقية والتسيير العقاري) ومصالحه أن يعد تقرير يبرر كل نفقة سيعمل على إجرائها للسنة الموالية، وفي الحالة محل الدراسة تم تحديد الغلاف المالي لصفقة "حراسة، مراقبة وحماية السكنات المستلمة وغير المستغلة مع الأجزاء المشتركة، الأجنحة، التهيئة الخارجية، المساحات الخضراء ومساحات اللعب التابعة لها"، فكان التقييم الإداري 44.125.200,00 دج (بكل الرسوم).

المرحلة الثانية: تحضير دفتر الشروط

تقوم المصالح المختصة لديوان الترقية والتسيير العقاري بإعداد دفتر الشروط (ملف الترشيح، العرض المالي، العرض التقني)، فالعرض التقني يتكون من تعليمات للمتعهدين، دفتر التعليمات الخاصة (توجيهات عامة، الأحكام التعاقدية العامة)، ويتكون العرض المالي من رسالة العرض، الكشف الكمي والتقييمي، أما ملف الترشيح فيحتوي على التصريح بالترشيح والتصريح بالنزاهة.

و بعد إعداد دفتر الشروط (العرض المالي، العرض التقني، ملف الترشيح) مصحوبا بالتقرير التقديمي، التقييم الإداري، نسخة من الإعلانات، باللغتين العربية والأجنبية، تتم إحالته على لجنة الصفقات لديوان الترقية والتسيير العقاري لولاية المسيلة حيث تجتمع وتدرس مشروع دفتر الشروط، ليتوج هذا الاجتماع بتحرير محضر من طرف كتابة (أمانة) لجنة الصفقات لديوان الترقية والتسيير العقاري يسجل فيه الملاحظات والتحفظات المذكورة في التقرير التحليلي لمقرر الملف، وكذا رأي المقرر وقرار اللجنة، حيث تنتج عنه إحدى الحالات التالية: حالة الرفض، حالة الموافقة بدون تحفظات مع التأشيرة أو حالة الموافقة مع التحفظات.

حيث تم وضع تأشيرة لجنة الصفقات لديوان الترقية والتسيير العقاري على واجهة دفتر الشروط (التقني، المالي، ملف الترشيح) ويعطى له رقم وتاريخ التأشيرة (رقم 01 بتاريخ 2017/03/06)، أما في باقي الصفحات فتوضع التأشيرة فقط، وذلك طبقا إلى أحكام نص المادة 163 من القانون رقم 15-247.

المرحلة الثالثة: الإعلان في الجرائد ونشرة الصفقات العمومية.

بعد استلام التأشيرة من طرف لجنة الصفقات لديوان الترقية والتسيير العقاري تأتي مرحلة الإشهار الصحفي حيث حرر إعلان طلب العروض المفتوح باللغة العربية في جريدة الفجر بتاريخ 2017/03/07 وبلغت أجنبية في جريدة Les Débats بتاريخ 2017/03/07، كما نشر في النشرة الرسمية لصفقات المتعامل العمومي BOMOP وذلك في الأسبوع من 12 إلى 18 مارس 2017، بحيث تخضع هذه الإجراءات لأحكام المادة 65 من المرسوم الرئاسي 15-247.

المرحلة الرابعة: تحضير وإيداع العروض

تم سحب دفتر الشروط من ديوان الترقية والتسيير العقاري ابتداء من أول يوم من صدور الإعلان في الصحافة الوطنية (2017/03/07) أو في النشرة الرسمية لصفقات المتعامل العمومي (الأسبوع من 12 إلى 18 مارس 2017) من طرف الراغبين في المشاركة (المتعهدين)، وذلك حسب مدة تحضير العروض المحددة في دفتر الشروط والإعلان والمحددة بـ 12 يوم، حيث يقوم المتعامل المتعهد بسحب دفتر الشروط مع دفع المستحقات المقدرة بـ 3000 دج حسب الشروط الواردة في الإعلان ودفتر الشروط وقد حُدد آخر أجل لإيداع العروض بتاريخ 2017/03/18 على الساعة الثانية زوالا حسب المدة المحددة في دفتر الشروط والإعلان، وذلك في آخر يوم من مدة تحضير العروض، ونظرا لمصادفة آخر أجل لإيداع العروض يوم عطلة مدفوعة الأجر تم برمجة جلسة فتح الأظرفة بيوم العمل الموالي.

المرحلة الخامسة: فتح الأظرفة

بعد انقضاء آجال تحضير وإيداع العروض تسجل هذه العروض المستلمة في سجل خاص بها، حيث تقوم لجنة فتح الأظرفة وتقييم العروض بفتح الأظرفة (ملف الترشيح، العرض التقني، العرض المالي)، مع احترام آجال ساعة ويوم الإيداع التي كانت يوم 2017 /03/19 على الساعة الثانية والرابع زوالا 14:15 سا في جلسة علنية، لتباشر المهام الموكلة إليها والمتمثلة في تسجيل العروض المقدمة وترقيم الأظرفة حسب تاريخ ووقت إيداعها، والتدقيق في العروض بسرد محتوى كل العروض وكذا المبالغ المقترحة تشمل كل الرسوم، كما تقوم بتقديم وصف مفصل على الوثائق المقدمة في كل عرض تقني ومالي وفقا لدفتر الشروط، ثم إنجاز بطاقة وصفية للوثائق المقدمة في كل عرض وكذا المبلغ المقترح وتنتهي بتحرير محضر انعقاد الجلسة موقع من جميع الأعضاء الحاضرين مع تسجيل التحفظات إن وجدت، كما هو منصوص عليه في المادة 71 من المرسوم الرئاسي 15-247.

المرحلة السادسة: تقييم العروض واختيار المتعامل الاقتصادي

اجتمعت لجنة فتح الأظرفة وتقييم العروض بعد استدعائهم بتاريخ 2017/03/20. حيث تم إقصاء الترشيحات والعروض غير المطابقة لمحتوى دفتر الشروط، و/أو لموضوع الصفقة وتعمل على تحليل وتقييم العروض الباقية على مرحلتين وفق المعايير والمنهجية التالية:

✓ شهادة الاعتماد: 15 نقطة.

- أقدمية الاعتماد: أقل من 03 سنوات: 5 نقاط.

- أقدمية الاعتماد: من 03 إلى 05 سنوات: 10 نقاط.

- أقدمية الاعتماد: أكبر من 05 سنوات: 15 نقطة.

✓ العمال المصرح بهم: 15 نقطة (نقطة) عن كل عون أمن له خبرة مهنية على الأقل سنتين ومصرح به لدى الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي CNAS لولاية المسيلة، وذلك بتقديم شهادات الانضمام لكل حارس على حدى تثبت ذلك).

✓ المراجع المهنية: 05 نقاط (نقطة على كل شهادة حسن أداء صفقة أو اتفاقية في الخمس سنوات الأخيرة).

✓ وسائل النقل: 05 نقاط (نقطة عن كل سيارة في حدود 05 نقاط) مع تقديم البطاقات الرمادية.

في المرحلة الأولى يتم الترتيب التقني للعروض مع إقصاء العروض التي لم تحصل على العلامة الدنيا اللازمة المنصوص عليها في دفتر الشروط، والمتعهد الذي يتحصل على مجموع نقاط أقل من 20 نقطة يقصى.

وفي المرحلة الثانية يتم دراسة العروض المالية للمتعهدين الذين تم تأهيلهم الأولي تقنيا مع مراعاة التخفيضات المحتملة في عروضهم، وتقوم لجنة فتح الأظرفة وتقييم العروض بإقصاء كل عرض مالي غير مضمي أو غير مختوم أو غير مؤرخ من طرف المتعهد، وإقصاء كل عرض مالي لم يقترح سعر وحدوي لحصة في الكشف الكمي وجدول الأسعار،

ثم اقترحت اللجنة منح الصفقة للمتعهد الذي قدم أحسن عرض من حيث المزايا الاقتصادية، والمتمثل في الأقل ثمنًا من بين العروض المؤهلة تقنياً، وتوج اجتماع اللجنة بمحضر ممضى من طرف أعضاء اللجنة وهذا طبقاً لأحكام المادة 72 من المرسوم الرئاسي 15-247.

المرحلة السابعة: الإعلان عن المنح المؤقت

بعد الانتهاء من عملية التقييم النهائي، وحصول المتعامل المتعهد المقترح من طرف لجنة فتح الأظرفة وتقييم العروض على 40/25 نقطة، تم الإعلان عن المنح المؤقت في جريدة الفجر بتاريخ 2017/03/23، وجريدة Les Débats بتاريخ 2017/03/23 مع تحديد مبلغ الصفقة المقدّر بـ 37.947.672,00 دج وكذا كل العناصر التي سمحت باختيار أحسن عرض. ويرفع الطعن في أجل عشرة أيام 10 ابتداء من تاريخ أول نشر لإعلان المنح المؤقت في النشرة الرسمية لصفقات المتعامل العمومي أو في الصحافة أو في بوابة الصفقات العمومية، وبعد انقضاء المدة المحددة للطعن أصبح المنح المؤقت نهائياً لعدم تلقي لجنة الصفقات لديوان الترقية والتسيير العقاري أي طعن، وهذا طبقاً لأحكام المادة 82 من المرسوم الرئاسي 15-247.

المرحلة الثامنة: إرسال مشروع الصفقة إلى لجنة الصفقات لديوان الترقية والتسيير العقاري للتأشيرة عليه

أعدت المصالح المختصة لديوان الترقية والتسيير العقاري مشروع صفقة بناء على دفتر الشروط المؤشر عليه بتاريخ 2017/03/06، بالإضافة إلى المذكرة التحليلية، الإعلانات، تقرير تقديمي، محاضر الفتح وتقييم العروض والمنح، ملف المتعهد المذكور في دفتر الشروط والإعلان عن طلب العروض المفتوح، وإحالاته إلى لجنة الصفقات لديوان الترقية والتسيير العقاري من أجل الدراسة وإبداء الرأي وحرير محضر اجتماع اللجنة تحت رقم 2017/02 بتاريخ 2017/04/05 ونتج عنه منح التأشيرة بتحفظات وإصدار قرار منح التأشيرة. وهذا طبقاً لأحكام المادة 195 من المرسوم الرئاسي 15-247.

المرحلة التاسعة: اعتماد الصفقة ودخولها حيز التنفيذ

بعد تأشيرة لجنة الصفقات لديوان الترقية والتسيير العقاري المختصة تقوم المصلحة المتعاقدة (ديوان الترقية والتسيير العقاري) بإرسال مشروع الصفقة إلى دائرة المالية والمحاسبة للتأكد من شرعيتها، ثم تمضي من الطرفين (مدير ديوان الترقية والتسيير العقاري، والمتعامل المتعاقد) حيث بعد التأشيرة، والإمضاء يتم تبليغ نسخة من الصفقة للمتعامل المتعاقد ويمنح الأمر بمصلحة.

المرحلة العاشرة: نهاية الصفقة

تنتهي الصفقة بتنفيذ موضوعها من طرف المتعامل المتعاقد وذلك بانتهاء المدة المذكورة في الصفقة، وعند المصادقة على عقد حراسة وحماية المواقع يجب على المتعامل المتعاقد إعداد محضر تناقضي لنقل المهام ممضى من الطرفين (المتعامل المتعاقد الحالي والمتعامل المتعاقد السابق)، يبرز فيه معاينة الأماكن وحالة السكنات مع تدوين كل النقايس التي تمت معاينتها وهذا من أجل تحديد مسؤولية كل طرف.

2-4- آليات الرقابة على الصفقات العمومية بمؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري

وتتمثل أشكال الرقابة على الصفقات العمومية في مؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري بولاية المسيلة الرقابة الداخلية والخارجية ورقابة الوصائية.

1-2-3- الرقابة القبلية الداخلية (رقابة لجنة فتح الأظرفة وتقييم العروض)

تتم على مرحلتين:

المرحلة الأولى: الرقابة في مرحلة فتح الأظرفة.

قامت لجنة فتح الأظرفة وتقييم العروض لديوان الترقية والتسيير العقاري بعملية فتح الأظرفة في تاريخ وساعة محددة التي كانت يوم 2017 /03/19 على الساعة الثانية والرابع زوالاً 14:15 سا وبكل شفافية، وفي جلسة علنية بحضور كافة المتعهدين الذين يتم إعلامهم مسبقاً في الإعلان، حيث تعد القائمة الاسمية للمتعهدين حسب ترتيب تاريخ وصول الأظرفة

مع إعداد وصف مفصل للوثائق التي يتكون منها كل عرض حيث تحدد هويتهم ووثائقهم وتثبت صحة تسجيل العروض في سجل خاص لتسهيل عملية الرقابة، ثم إنجاز بطاقة وصفية للوثائق المقدمة في كل عرض وكذا المبلغ المقترح وتنتهي بتحرير محضر انعقاد الجلسة موقع من جميع الأعضاء الحاضرين مع تسجيل التحفظات إن وجدت، كما هو منصوص عليه في المادة 71 من المرسوم الرئاسي 15-247.

المرحلة الثانية: الرقابة في مرحلة تقييم العروض.

ويتم في هذه المرحلة الترتيب التقني للعروض وإقصاء العروض التي لم تحصل على العلامة الدنيا (40/20) اللازمة المنصوص عليها في دفتر الشروط، تليها مرحلة دراسة العروض المالية التي قبلت تقنيا بعد استدعائهم بتاريخ 20/03/2017. حيث تم إقصاء الترشيحات والعروض غير المطابقة لمحتوى دفتر الشروط، ولموضوع الصفقة وتعمل على تحليل وتقييم العروض الباقية وفق المعايير والمنهجية.

1-2-4. الرقابة الخارجية القبلية للجنة الصفقات لديوان الترقية والتسيير العقاري

إضافة إلى الرقابة القبلية الداخلية التي ألزمها المرسوم الرئاسي رقم 15-247 فرض أيضا رقابة قبلية خارجية مستقلة عن الأولى لتفعيل المهمة الرقابية علي الصفقات العمومية، حيث تخضع إلى رقابة لجنة الصفقات لديوان الترقية والتسيير العقاري، وبما أن تمويل الصفقة تمويل خاص فإن ديوان الترقية والتسيير العقاري يوكل الرقابة إلى لجنة داخلية بغض النظر عن اللجنة الداخلية (لجنة فتح الأظرفة وتقييم العروض) حسب أحكام المادة 09 من المرسوم الرئاسي رقم 15-247.

✓ دراسة مشاريع دفاتر الشروط.

بعد إرسال مشروع دفتر الشروط (العرض المالي، العرض التقني، ملف الترشح) من طرف المصلحة المتعاقدة إلى لجنة الصفقات لديوان الترقية والتسيير العقاري ويكون ذلك قبل الإعلان من أجل دراسته والتأشير عليه، (تأشيرة رقم 01 بتاريخ 06/03/2017).

✓ دراسة مشاريع الصفقات

بعد اكتمال إجراءات الإبرام تستقبل لجنة الصفقات لديوان الترقية والتسيير العقاري ملف مشروع الصفقة (الإعلانات، البطاقة التحليلية، محاضر الفتح وتقييم العروض والمنح، ملف المتعهد، تقرير تقديمي) من طرف المصلحة المتعاقدة من أجل الدراسة وإبداء الرأي والتأشير عليه (تأشيرة رقم 02 بتاريخ 06/04/2017).

2-2-4. الرقابة المالية السابقة (دائرة المالية والمحاسبة)

بعد دراسة مشروع الصفقة والتأشير عليه من طرف لجنة الصفقات لديوان الترقية والتسيير العقاري تستلمه المصلحة المختصة مصحوبا بمقرر التأشير ليحال إلى دائرة المالية والمحاسبة لدراستها والتأكد من شرعية العملية والرقابة عليها.

3-2-4. الرقابة البعدية

نظرا لحدثة الصفقة وعدم اكتمال مدة تنفيذها فإنها لم تصل إلى مرحلة نهايتها لتأتي الرقابة البعدية، وحسب المقابلة التي تم إجرائها مع رئيس مكتب الصفقات حول الرقابة البعدية فكانت إجابته كالآتي:¹⁷

" تمارس الرقابة البعدية سنويا من طرف محافظي الحسابات ورقابة المفتشية العامة للمالية، وكذا رقابة الوصاية حيث أن محافظ الحسابات هو كل شخص يمارس بصفة عادية وباسمه الخاص وتحت مسؤوليته مهمة المصادقة على صحة حسابات المؤسسات والهيئات ومطابقتها لأحكام التشريع المعمول به وهو شخص مستقل استقلالية تامة عن المؤسسة ولا تربطه أي صلة بها.

أما رقابة المفتشية العامة للمالية، حيث تقوم دوريا برقابة واسعة وتفتيش لمصالح الإدارات والهيئات الخاضعة لسلطة الوزير المكلف بالمالية أو الموضوعة تحت وصايته بالإضافة إلى نشاط وتقييم فعالية مصالح الرقابة.

بينما سلطة الوصاية تمارس على الجهات اللامركزية تحت إشراف ووصاية الجهات المركزية، حيث تتطلع على إنجاز المشروع واحترام الأجال والعقبات وكذا احترام الاعتمادات المفتوحة للمشروع".

5- الخاتمة

تبين لنا من خلال الدراسة أهمية موضوع إجراءات إبرام الصفقات العمومية وكيفية الرقابة عليها ذلك أن الصفقات تتسم بحساسية كبيرة نظرا لأن الإدارة كثيرا ما تلجأ إلى إبرامها، كما أنها تعتبر من أهم أنواع العقود الإدارية وأكثرها تداولاً في الحياة العملية تلجأ إليها الأشخاص العامة لإنجاز الأشغال وتوريد حاجيات المرافق العامة والقيام بالخدمات والدراسات بطريقة تضمن الجودة والتقنية العالية في التنفيذ، ووفق الحدود والشروط المقررة قانوناً لارتباطها ارتباطاً وثيقاً بالمال العام، لذلك كان لزاماً تكثيف الجهود القانونية لمحاولة التغطية التشريعية الدقيقة لمراحل إبرام الصفقات العمومية وتعدد صور وأساليب إبرامها، وكذا الرقابة عليها لتفادي التلاعبات المالية والحد من الظواهر السلبية قصد تحقيق المصلحة العامة وترشيد نفقات المال العام.

مما تطرقنا إليه في هذه الورقة البحثية يمكن استخلاص النتائج التالية:

✓ إن الصفقات العمومية تعتبر أداة فعالة لتسيير الأموال العامة للدولة، فهي من الآليات المهمة لتلبية حاجيات مختلف المرافق الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية التي تساهم في تحقيق التنمية المحلية.

✓ اعتماد أسلوب طلب العروض كقاعدة عامة والذي يعتبر كطريق تلجأ إليها المصلحة المتعاقدة لإبرام صفقاتها وأسلوب التراضي كاستثناء، حيث وسع في توضيح الإجراءات المختلفة للتراضي وأشكاله والحالات التي يتم اللجوء إليه بشكليه التراضي البسيط والتراضي بعد الاستشارة.

✓ واجهت المؤسسة محل الدراسة بعض الصعوبات في تطبيقها للمرسوم الجديد، كما أنها تعاني من بعض الثغرات والنقائص التي باتت تواجهها دون أن يحددها المشرع بصفة مباشرة ودقيقة بل اكتفى بتصحيحها بمراسلات، وهذا ما يؤكد تدارك الثغرات الواردة في القوانين السابقة بإجراء تعديلات وتحديثات في بعض أو كل مواد قانون الصفقات العمومية مع مواكبة التطورات الاقتصادية من جهة، ودفع عجلة التنمية ومحاربة الفساد من جهة أخرى.

✓ تبرم مؤسسة ديوان الترقية والتسيير العقاري صفقاتها حسب خصوصيتها إلا أنها ملزمة بعدم مناقضة قانون الصفقات العمومية ووضع أحكام تتكيف وتتماشى معه لا سيما في ما يتعلق بالمبادئ المذكورة في المادة 05 (شفافية الإجراءات، المساواة، حرية الوصول للطلبات).

6. قائمة المراجع:

- ¹ سعيد بوعلوي وآخرون، القانون الإداري، الطبعة الثانية، دار بلقيس، الجزائر، 2016، ص 126.
- ² المرسوم الرئاسي 15-247 المؤرخ في 16 سبتمبر 2015، يتضمن تنظيم الصفقات العمومية وتفويض المرفق العام، صادر في الجريدة الرسمية عدد 50، المؤرخة في 20 سبتمبر 2015.
- ³ المادة 13 من المرسوم الرئاسي 15.247، مرجع سابق.
- ⁴ المادتين 39، 40 من المرسوم الرئاسي رقم 15-247، مرجع سابق.
- ⁵ ناصر لباد، القانون الإداري، ط1، 01، الجزائر، 2006، ص 280.
- ⁶ زوزو زليخة، جرائم الصفقات العمومية وآليات مكافحتها في ظل القانون المتعلق بالفساد، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2011/2012، ص 41.

⁷ المرسوم الرئاسي رقم 247/15، مرجع سابق.

⁸ مرجع نفسه.

المادة 41 من المرسوم الرئاسي رقم 15-247، مرجع سابق.⁹

¹⁰ فرقان فاطمة الزهراء، رقابة الصفقات العمومية الوطنية في الجزائر، رسالة ماجستير، فرع دولة ومؤسسات، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2007، ص 10.

¹¹ حطاطاش عمر، الرقابة الخارجية للصفقات العمومية في ظل المرسوم الرئاسي رقم 15-247 المؤرخ في 16 سبتمبر 2015 المتعلق بالصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام، مداخلة ضمن ملتقى وطني بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، يوم 23 فيفري 2016، ص 01

¹² عباس عبد الحفيظ، تقييم فعالية النفقات العامة في ميزانية الجماعات المحلية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2012/2011، ص 58.

القانون 90-21 المؤرخ في 15 أوت 1990 المتعلق بالمحاسبة العمومية، الصادر عن الجريد الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 35.¹³

خرشي النوي، تسيير المشاريع في إطار الصفقات العمومية، دار الخلدونية للنشر، الجزائر، الجزائر، 2011، ص 410.¹⁴

محمد مسعى، المحاسبة العمومية، ط2، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2003، ص 143.¹⁵

بدرة لعور، الإطار المفاهيمي للصفقات العمومية في التشريع الجزائري، مداخلة ضمن يوم دراسي بعنوان " التنظيم الجديد للصفقات العمومية وتفويضات المرفق العام، بسكرة، الجزائر، بالمنظم يوم 17/12/2015، ص 29.¹⁶

حسب المقابلة التي تم اجرائها مع رئيس مكتب الصفقات العمومية، يوم 25/05/2017.¹⁷

تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمدخل لتعزيز جودة خدمة الزبون

Information and communication technology as a portol to enhance the quality of customer serviceد. حولي محمد¹، د. مبارك صفاء²¹ جامعة باجي مختار -عنابة-، moh.haouli@gmail.com² جامعة باجي مختار -عنابة-، safa.mebarki@yahoo.com

تاريخ القبول: 2019/06/30

تاريخ المراجعة: 2019/04/17

تاريخ الاستلام: 2019/04/08

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء فيما يتعلق بادماج تكنولوجيا المعلومات والاتصال باعتباره أحد الدعائم الأساسية للمنظمات بصفة عامة و الخدمية بصفة خاصة، وذلك من خلال إبراز الدور الفعال للخدمات و كيفية الإرتقاء بجودتها.و على هذا الأساس تم أخذ عينة (غير احتمالية) من مستخدمي و زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بمنطقة عنابة، قوامها (47) مفردة من مجتمع الدراسة، و التي تعد صالحة للتحليل حسب العرف الاحصائي.و للقيام بمتطلبات هذه الدراسة تم تصميم استبيان، أين يشمل المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أما المتغير التابع فيضم الأبعاد المتعلقة بجودة خدمة الزبون و المبنية على نموذج جودة الخدمة - servqual -، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأبعاد جودة خدمة الزبون، إضافة إلى وجود تأثير معنوي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على أبعاد جودة خدمة الزبون من وجهة نظر الباحثين.

كلمات مفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛ جودة؛ خدمة الزبون؛ مؤسسة اتصالات الجزائر.

تصنيف JEL : L87,L15,O3

Abstract:

This paper aims to shed light on the integration of information technology and communication as one of the main pillars of the organizations in general and service in particular. On this basis, a (non-probabilistic) sample was taken from (47) individuals from the study community (Customers of Algeria Telecom) in Annaba Area, According to the statistical norm. To meet the requirements of this study, a questionnaire was designed, where independent variable includes information and communication technology and dependent variable is composed of dimensions of the quality of customer service) based on servqual-model . The study found a set of results, most notably the existence of a statistically significant relationship between changing information and communication technology and the dimensions of the quality and customer service, in addition to the presence of major effect of information technology and communication on the dimensions of the quality of customer service from the viewpoint of the respondents

Keywords: Information and communication technology; quality; customer's service; Algeria Telecom

Jel Classification Codes: O3, L15,L87

1. مقدمة:

نظرا للتطورات التي تشهدها العديد من المنظمات اليوم بمختلف أنواعها و أنشطتها و التي ترجع بالدرجة الأولى للتغيرات السريعة و المتتالية في البيئة الخارجية و خصوصا في كيفية التأقلم معها و خلق المناخ المناسب للإبداع و الابتكار، هذا كان الدافع الأساسي لادماج تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في أنظمتها، أين تمثل المعلومة مصدرا أساسيا لتحقيق الأهداف.

و في هذا الصدد تشهد تكنولوجيا المعلومات والاتصال تطورا مذهلا وسريعا في الأجهزة والمعدات والبرامج والأدوات المستخدمة، وهذا ما دفع إلى تنمية الكثير من القطاعات الاقتصادية والتعليمية والخدمية على وجه الخصوص وتطويرها. من جهة ثانية للهوض بالقطاع الخدمي فهذا يتطلب الارتقاء بالجودة في الخدمات الموجهة للزبائن، حيث أصبح تطبيق الجودة رهانا أساسيا لمخلف المؤسسات بغرض تلبية حاجات و متطلبات الزبون و ضمان ولائه إضافة لكسب زبائن جدد.

إنطلاقا مما سبق فتطور القطاع الخدمي ونجاحه يقوم بالدرجة الأولى على إدماج تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في أنظمتها الأساسية، و التحديث الدائم و المستمر لمختلف اللواحق الالكترونية بما يتماشى و التطورات العصرية، و تحقيق السرعة في الأداء، ضمان السير الحسن للعمليات، و تحقيق جودة الخدمة.

و في هذا الصدد فقد تركزت مشكلة الدراسة في التعرف على مقدار ماتوليه المؤسسات الخدمية من اهتمام في استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و توظيفها بغرض تقديم خدمات تتميز بالجودة.

على أساس ماتقدم يتم طرح الإشكال التالي: كيف يتم توظيف تكنولوجيا المعلومات و الاتصال لتعزيز جودة خدمة الزبون؟

الأسئلة الفرعية:

و ضمن هذه الإشكالية تندرج العديد من الأسئلة التي ينبغي الإجابة عنها من بينها:

- ماهي متطلبات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ؟

- ماهي مرتكزات جودة خدمة الزبون؟

- ماهي أبعاد نموذج (servqual)؟

فرضيات الدراسة:

تنص الفرضية الرئيسية للدراسة على أنه: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على جودة خدمة الزبون من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

حيث تنقسم هذه الفرضية للفرضيات الفرعية التالية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الجوانب المادية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الاعتمادية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الاستجابة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الثقة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على التعاطف من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة خاصة في ظل الاهتمام البالغ و المرتبط بتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الوسط المهني و استخداماته، وكذا لضرورة توفير الجودة في مختلف المستويات الإدارية.

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى:

1- تحديد استخدامات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال؛

2- إبراز أهمية جودة الخدمات؛

3- التحسيس بضرورة تحديث أنظمة المعلومات و الاتصال.

الإطار المنهجي للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في محاولة لوصف الظاهرة المراد دراستها، و الإحاطة بمختلف جوانبها بغرض الإجابة عن التساؤلات التي تطرحها، وهذا اعتمادا على مختلف الأطر النظرية التي دعمت هذه الدراسة.

سيتم تناول هذه الدراسة من خلال المحاور التالية:

- اطار مفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال؛

- مرتكزات جودة الخدمة الزبون؛

- أبعاد نموذج (servqual).

الدراسات السابقة:

دراسة (هناء عبداوي، 2016/2015)⁽¹⁾، بعنوان: مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية -دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس-

هدفت الدراسة إلى: التعرف على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية بالشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس.

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأبعادها المختلفة والميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى المعنوية (0.05)؛

- وجود دور معنوي ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأبعادها المختلفة والميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى المعنوية (0.05).

دراسة (خلود عاصم، محمد ابراهيم، 2013)⁽²⁾، بعنوان: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية.

هدفت الدراسة إلى: بيان دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في جودة المعلومات و انعكاسها على التنمية الاقتصادية أهم نتائج الدراسة:

-تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات اساليب وطرق جديدة ذات كفاءة عالية تؤدي الى ترابط الحواسيب وشبكات الاتصال معا لتكون قادرة على معالجة و توصيل المعلومات الكترونيا؛

- تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الى زيادة معرفة الافراد و الوحدات الاقتصادية من خلال تبادل المعلومات بين مختلف المستخدمين و بالتالي تحقيق تنمية بشرية مستدامة.

دراسة (Ghobadian, Abby; Speller, Simon; Jones, Matthew, 1994)⁽³⁾ بعنوان: جودة الخدمة: مبادئ و نماذج.

هدفت الدراسة إلى: وضع نموذج شامل لأهم أبعاد قياس جودة الخدمة.

أهم نتائج الدراسة:

- وجود ستة نماذج أساسية لقياس جودة الخدمة؛

- تحليل الفجوة هو أداة أساسية في تصميم نموذج جودة الخدمة؛

- يمكن نموذج الجودة من تحديد مصادر الجودة و مسارات العمل الممكنة.

دراسة (Jayaraman Munusamy, Shankar Chelliah and Hor Wai Mun, 2010)⁽⁴⁾ بعنوان: جودة الخدمة المقدمة وأثرها

على رضا الزبائن في القطاع البنكي في ماليزيا.

هدفت الدراسة إلى: التعرف على أهم المؤشرات الأساسية لقياس جودة الخدمة وتأثير أبعادها في تحقيق رضا الزبائن.

أهم نتائج الدراسة:

- أبعاد نموذج الخدمة (الجوانب الملموسة، الاعتمادية، الموثوقية، الاستجابة، التعاطف) تشكل 62% من رضا الزبائن في القطاع البنكي

- أهم بعد يؤثر على رضا الزبائن هو الجوانب الملموسة عند مستوى معنوية (0.01)

2. اطار مفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

1.2 تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

قبل التطرق لمفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سندعرض التعاريف التالية:

المعلومات: تعرف المعلومة على أنها منتج موجه للاستهلاك، قابل للتخزين والتحويل والمعالجة، يشكل موردا هاما للمؤسسة مثل مواد أولية داخل عملية التحويل وهي تمثل كذلك الطاقة الأساسية لعملية التحويل وتتميز ب: وصفية، تحليلية، تفسيرية تنبؤية، اسمية (قوانين، تنظيمات، مخططات، جداول مواعيد، قواعد، خصوصيات).

التكنولوجيا: هي الجهد المنظم الرامي لاستخدام نتائج البحث العلمي في تطوير أساليب أداء العمليات الإنتاجية بالمعنى الواسع الذي يشمل الخدمات والأنشطة الإدارية والتنظيمية والاجتماعية، وذلك بهدف التوصل إلى أساليب جديدة يفترض أنها أجدى للمجتمع.

الاتصال: عملية نقل أو تبادل للمعلومات، تتكون هذه العملية من المرسل، المستقبل، الرسالة المراد نقلها، الوسيلة، الرد أو المعلومات المرتدة وبيئة الاتصال⁽⁵⁾

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأنها إكتشاف ودراسة المعارف والخبرات التي تلزم الأفراد من أجل العمل على زيادة الإنتاجية للسلع أو الخدمات وتوفير الوسائل المناسبة واللازمة للإنتاج، حيث أن التكنولوجيا بشكل عام هي من الوسائل الديناميكية التي تتطور باستمرار والتي تحتوي على مجموعة من المعارف التي يجب أن تكون لديها القدرة على حل المشاكل بأكملها، كما أنها تمثل الإطار

العام لحياة الإنسان، ويشير هذا المصطلح الى أن التكنولوجيا تعتبر كنظام علمي إجتماعي والذي يشمل الأفراد أنفسهم وأشياء أخرى كمجموعة أو كتوليفة واحدة⁽⁶⁾

2.2 مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

مرت تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعدة مراحل نوضحها في الجدول الموالي:

الجدول 1: مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المرحلة	المضمون
مرحلة ثورة المعلومات والاتصالات الأولى	منذ حوالي 3600 قبل الميلاد، تم اختراع الكتابة و مختلف وسائط حفظ المعلومات.
مرحلة ثورة المعلومات والاتصالات الثانية	عصر ظهور الطباعة إذ يعد الألماني غوتنبرغ، بطل هذه الفترة في القرن 16 والفاعل الأساسي في نشر المعلومات والاتصالات وذلك بكثرة مطبوعاته ونشرها من جهة، و ظهور عصر التنوير

<p>- تم اكتشاف التلغراف 1937 بغية توفير فعالية أكبر في تبادل المعلومات</p> <p>- اكتشف جراهام بل الهاتف من خلال قوة و سرعة التيار الكهربائي في نقل الصوت عبر الأسلاك النحاسية</p> <p>- توالت الاختراعات في مجال الاتصال كجهاز الفوتوغراف في القرن التاسع عشر عن طريق (Edison . T) و كان من تطبيقاته (الميكروفيش، ميكروفيلم)</p> <p>- ظهر القرص المسطح بفضل (Berliger) و اكتشف ماركوني (Marcon) اللاسلكي 1896 و انتشرت خدمات الراديو 1919 ثم بثت خدمات التلفزيون التجاري في 1941</p>	<p>مرحلة ثورة المعلومات و الاتصالات الثالثة</p>
<p>- ظهور الحاسوب وتطور مراحل أجياله المختلفة</p> <p>- حركة تدفق المعلومات عبر وسائل اتصال التي لها صلة بالحواسيب.</p>	<p>مرحلة ثورة المعلومات و الاتصالات الرابعة</p>
<p>- اكتساح الأقمار الصناعية و شبكات الألياف الصوتية ذات السرعة الفائقة في عالم المعلومات في نقل الأنباء، البيانات، الصور.</p> <p>- للترابط الهائل بين تكنولوجيا الحواسيب المتطورة ، و تكنولوجيا الاتصال المختلفة وخير برهان على ذلك استخدام الأنترنت كأداة تختصر العالم بأسره في حروف ثلاث (www)</p>	<p>مرحلة ثورة المعلومات و الاتصالات الخامسة</p>

المصدر: طوميري فاطمة، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية دراسة حالة شركة إنتاج الكهرباء بتيارت، رسالة ماجستير(غير منشورة)، جامعة وهران 02، 2014-2015، ص ص 11-13 (بتصرف)

وهنا يمكننا القول أن كل مرحلة من هذه المراحل ، تعد تمهيد لثبة مرحلة مواكبة لها ، وبالرغم من أنها تجربة اجتاحت مدة زمنية معتبرة إلا أنها تبدو ومضة عين لما حققته وما زالت تحققه ، كوننا نعيش أسرى لواقع افتراضي مبني على التوقعات والاحتمالات⁽⁷⁾ .

2-3 خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تميزت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عن غيرها من التكنولوجيا الأخرى من خلال مجموعة من الخصائص التي تم تلخيصها كمايلي:

- **تقليل الوقت:** حيث أن التكنولوجيا تجعل الأماكن متجاورة وقريبة من بعضها البعض وذلك يؤدي إلى اختصار الوقت عند تبادل البيانات والمعلومات.

- **تقليص المكان:** حيث تستوعب وسائل التخزين حجما هائلا من البيانات والمعلومات التي من الممكن تخزينها والرجوع إليها بسهولة.

- **التطور:** من خلال توفير السرعة حيث أنها الوتيرة الأساسية في تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

- **الذكاء الاصطناعي:** وهو من أهم ما يميز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث يتم تطوير المعرفة وفرص تكوين المستخدمين من أجل زيادة الشمولية وكذلك التحكم في عملية الانتاج.

- **تكوين شبكات الاتصال:** حيث أنها تتواجد مجموعة من التجهيزات التي تساعد في تكوين شبكات الاتصال، وهذا ما يؤدي إلى الزيادة من تدفق البيانات والمعلومات بين المستخدمين.

- **التفاعلية:** أي أن مستعملي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن أن يكونوا كمستقبل ومرسل في نفس الوقت حيث أن المشتركين في عملية الإتصال يستطيعون أن يتبادلوا الأدوار فيما بينهم وهو الذي يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الافراد والمؤسسات.

- **اللاتزامية:** وتعني إمكانية إستعمال الرسالة المتبادلة بين المرسل المستقبل في أي وقت يناسبهم، فمتلقي الرسالة غير مطالب باستخدامها في الوقت نفسه، مثل البريد الإلكتروني.

- **اللامركزية:** وهي خاصية تسمح بالإستقلالية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مثل الإنترنت فلا تستطيع أي جهة أن تعطل الإنترنت على مستوى العالم بأكمله حيث أنه لا يوجد متحكم رئيسي به.
- **قابلية التوصيل:** وتعني الإمكانية في الربط بين الأجهزة المتنوعة في الصنع بغض النظر عن المؤسسة أو البلد الذي تم فيها التصنيع.
- **قابلية التحرك أو الحركية:** حيث أنه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها خلال تنقلاته في أي مكان من خلال وسائل الإتصال الكثيرة مثل الحاسب الآلي النقال والهاتف النقال وغيرها.
- **قابلية التحويل:** وهي الإمكانية في نقل المعلومات من وسيط إلى وسيط آخر، كالقدرة على تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مقروءة أو مطبوعة والعكس.
- **اللاجماهيرية:** وتعني القدرة على توجيه الرسالة إلى فرد أو مجموعة من الأفراد بدل القيام بتوجيهها إلى جماهير بأعداد ضخمة، وهذا يعنينا أنه بالإمكان التحكم فيها بحيث تصل من المرسل إلى المستقبل.
- **الإنتشار:** وهو قابلية الشبكة للتوسع لتصبح أكثر شمولية فأكثر لمساحات غير محددة من العالم (8)

4-2 مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

- تشغيل المعلومات: يشمل هذا الفرع الوظائف التي تتناول معالجة المعلومات، والتي تعتبر الأساس في انجاز عمليات التشغيل في المنظمات وتدعيم قدرة الإدارة على اتخاذ القرارات، ويتمثل المحور المركزي لهذا الفرع في تطبيقات الإعلام الآلي بأشكاله المختلفة.
- نقل وإيصال المعلومات: يمثل هذا الفرع عملية نقل وإيصال المعلومات التي تم تشغيلها بين المواقع المتباعدة للحواسيب أو بين الحواسيب ووحداتها الطرفية البعيدة وذلك باستخدام تسهيلات الاتصالات عن بعد.
- من خلال كل هذه التعاريف يمكن القول بأن الخاصية الأساسية في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو ارتباط تكنولوجيا المعلومات مع تكنولوجيا الاتصالات السلكية واللاسلكية، وكذا السعي البصري، بمعنى آخر هو الجمع بين النص والصوت والصورة (9).

5-2 استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

- إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في منظمات الأعمال أدى إلى تحقيق العديد من المزايا:
- زيادة المبيعات والأرباح: تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على زيادة المبيعات من خلال مساعدتها للمنظمة في إشباع حاجات ورغبات المستهلكين، ويترتب على زيادة المبيعات تحسين الربحية خاصة في ظل تخفيض التكاليف والذي يتحقق أيضا باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- الحصول على مزايا تنافسية: حيث تستخدم العديد من المنظمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين وضعها في البيئة التنافسية، والحصول على مزايا تنافسية من خلال تصميم برامج وتطبيقات مبتكرة تسمح لتلك المنظمات بالمنافسة بصورة أكثر فعالية.
- تخفيض التكاليف: إن تخفيض التكاليف يعتبر من أهم الفوائد التي تجنّبها منظمات الأعمال جراء استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عدة مجالات أهمها تأدية الأعمال والمهام الكتابية بطريقة آلية كذلك استخدام الحاسبات الآلية في رقابة الإنتاج والمخزون كما تستخدم في تنفيذ الإنتاج حسب الطلب.
- تحسين الجودة: إن أحد أهم استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تحسين جودة المخرجات والتصميم بمساعدة الحاسب الآلي خير مثال على ذلك، فالمهندس يستخدم محطات العمل أو ما يعرف بالوحدات الطرفية للحاسب الآلي لعمل رسومات هندسية ويقوم بتخزينها واسترجاعها عند الحاجة لإجراء تعديلات عليها بسهولة من أجل تحسين جودتها، كما يمكن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين الجودة فيما يعرف بالتبادل الإلكتروني للبيانات حيث تستخدمه

المنظمات للاتصال بالمنظمات الأخرى الكترونياً كإصدار أوامر الكترونية للمورد ثم تتم إجراءات الصفقة باستخدام الاتصال الالكتروني وبالتالي تقليل فرص الخطأ بسبب تخفيض واختصار إجراءات عقد الصفقات (10).

3. جودة خدمة الزبون

1-3 تعريف الخدمة

تعرف الخدمة في اللغة العربية على أنها تقديم المساعدة أو المنحة، أو توفير عناية لجهة مُحدّدة أو لعموم الناس، ويعني مفهوم الخدمة اصطلاحاً: قيام الإنسان بنشاط ما، لصالح غيره من الأفراد، ويختلف تعريف الخدمة بحسب نوعها، وتنقسم الخدمات إلى عدّة أقسام، وذلك بناءً على معايير عديدة، كالمُقابل الماديّ، وطبيعة المجال الذي تُقدم خلاله الخدمة، وطبيعة القائمين عليها، وقد قدم الكثير من الكتاب في مجال الإدارة تعاريف متعددة بأنها: أي فعل أو أداء يقدمه طرف لطرف آخر، وقد تكون عملية تقديم الخدمة مرتبطة بمنتج مادي، وفي كثير من الأحيان طبيعتها غير ملموسة، وعادة لا تؤدي إلى ملكية نتيجة عوامل إنتاجها.

فالخدمة هي: أي نشاط أو منفعة يمكن أن يقدمها أحد الطرفين للآخر، وهي غير ملموسة أساساً ولا تؤدي إلى ملكية أي شيء (11) كما تعرف الخدمة على أنها: "نشاط أو منفعة يقدمها طرف إلى طرف آخر"

وعرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة على أنها "النشاطات او المنافع التي تعرض للبيع" (12)

2.3 جودة الخدمة

تعددت تعاريف جودة الخدمة ويرجع السبب في ذلك إلى صعوبة حصر خصائص الخدمة والعوامل المؤثرة فيها، والتي تجعل من عملية قياس جودتها عملية صعبة، إلا أنه قد وردت عدة تعريفات حول جودة الخدمة تفيد بأن جودة الخدمة هي: "الفرق بين ما يتوقعه العملاء

من الخدمة (الخدمة المتوقعة)، وبين ما يدركونه فعلاً (الخدمة الفعلية)"

كذلك هي: "قياس لمدى مستوى الجودة المقدمة مع توقعات العميل، فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة وتوقعات العملاء".

وفي تعريف آخر هي: "قيام المنظمة بتصميم وتقديم خدماتها بشكل صحيح من أول مرة، أما إذا حدث خطأ غير مقصود في أداء بعض الخدمات وهو أمر محتمل، فكيف يمكنها أن تتغلب على هذا الموقف وتواجهه؟" (13)

حيث أن مفهوم جودة الخدمة أصبح يجلب انتباه إدارة المنظمات الخدمية بشكل متزايد على الأخص خلال العقدین الماضيين. وان أي تعريف لجودة الخدمة لابد أن يركز وبشكل واضح على ما يمكن إن يتوقعه الزبون من وراء السبب وبالتالي توضح مدى قدرة الخدمة إن ترضي حاجة الزبون.

لذلك فان تعريف جودة الخدمة يتمحور حول المنافع التي تقدمها هذه الخدمة إلى الزبون، و عليه تعرف جودة الخدمة على أنها: "جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة او المدركة، أي التي يتوقعها الزبائن او التي يدركونها في الواقع الفعلي، وهي المحدد الرئيسي لرضا الزبون او عدم رضاه"

من ذلك فإن جودة الخدمة تختص بمعرفة احتياجات الزبائن سواء إن كانت منتجات او خدمات والعمل على تلبيةها، و قراءة توقعات الزبائن حول المنتجات والمنافع والتي يمكن أن تتميز بها المؤسسة وفقاً لاستراتيجياتها المتبعة (14)

3.3 مستويات جودة الخدمة

يتم قياس جودة الخدمة بناءً على المستويات التالية:

- الجودة المتوقعة: وتمثل الجودة التي يرى الزبائن وجوب توفرها؛
- الجودة المدركة: من إدارة المؤسسة وترى انها مناسبة وقد تتحقق او لا ؛
- الجودة القياسية: وهي تلك الجودة التي تحدد بالموصفات النوعية للخدمة؛
- الجودة الفعلية: الجودة المحققة فعلاً وترتبط بالأداء الفعلي؛

- الجودة المروجة للزبائن: هي الجودة التي وعد بها الزبائن من خلال الحملات الترويجية وقد تماثل توقعات الزبون أو لا.⁽¹⁵⁾
4. نموذج (ServQual)

1.4 تطور نموذج جودة الخدمة

يطلق على نموذج جودة الخدمة ، (ServQual) الذي يعرف اختصاراً ب (Service Quality) .
و يرجع نموذج جودة الخدمة إلى سنة 1985 من طرف الباحثين (Parasuraman,Zeithaml and Berry) و الذين طوروا
نموذجاً لقياس وتقييم جودة الخدمة يقوم على قياس خمس فجوات (أربع) فجوات من جهة مقدم الخدمة أو المسوق، و فجوة من
جهة الزبون⁽¹⁶⁾

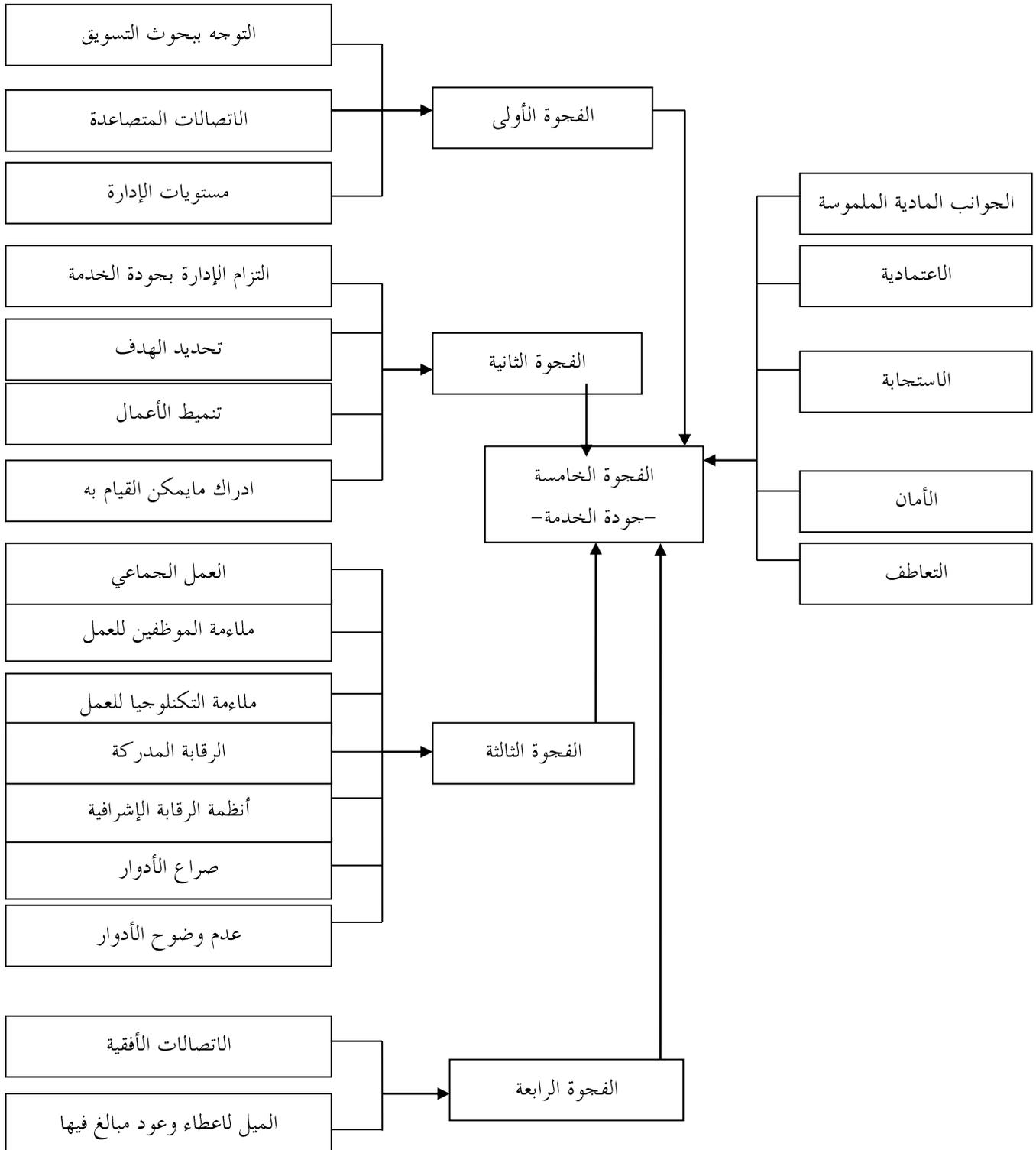
2.4 أبعاد نموذج (ServQual)

يحدد هذا النموذج قياس درجة و اتجاه الفرق بين الأداء الفعلي للخدمة حسب ادراك الزبون و ما يتوقع الحصول عليه تبعاً
لحاجاته

اعتمد في الأصل على 10 أبعاد لخصت الى 05 ابعاد كمايلي:

- الجوانب المادية: الأجهزة المستخدمة، المباني، المكاتب و الخدمات المساندة؛
- الاعتمادية: قدرة المؤسسة على توفير الخدمة في الوقت و الوفاء بالالتزامات؛
- الضمان: قدرة الموظفين على الإيحاء للزبائن بالامان و الثقة و ان خدمتهم خالية من الأخطاء؛
- الاستجابة: لطلبات الزبون و التعامل الفعال معه برحابة صدر مع المبادرة لخدمته و الترحيب باستفساراته
التعاطف مع الزبون: اشعاره بانه محل ثقة و اهتمام.
- و الشكل الموالي عبارة عن ملخص لهذه النموذج بمختلف أبعاده و فجواته⁽¹⁷⁾:

الشكل 1: النموذج الموسع لجودة الخدمة



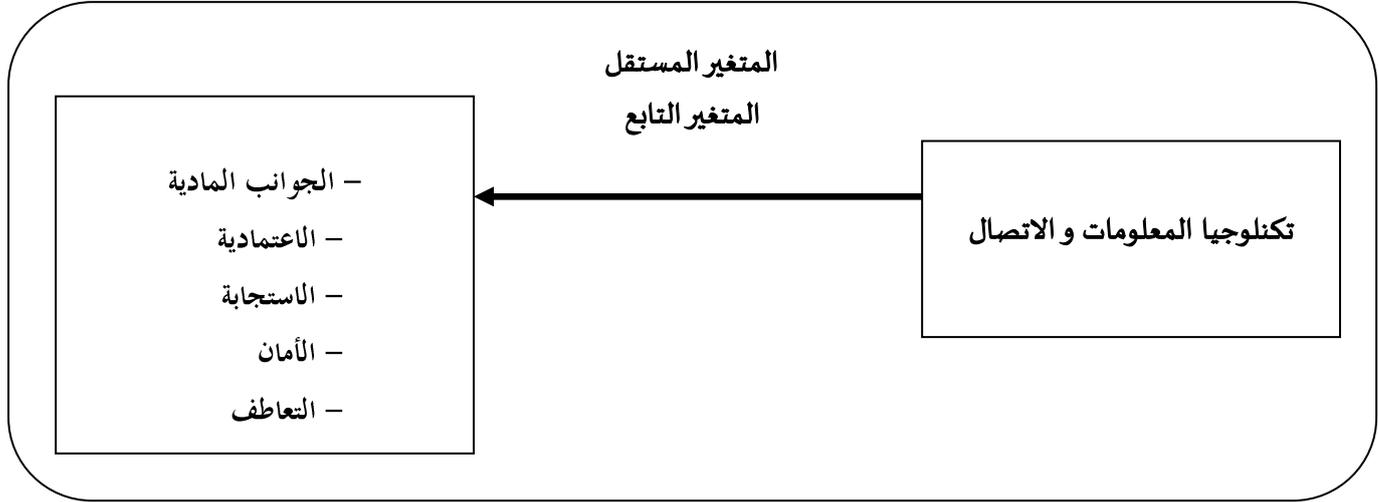
المصدر: جبلي هدى، قياس جودة الخدمة المصرفية - دراسة حالة البنك الجزائري، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006-

2007، ص 92

5. نموذج الدراسة

يتكون نموذج الدراسة من بعدين حيث البعد الأول يضم المتغير المستقل المتمثل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أما البعد الثاني فهم المتغير التابع تحت مسمى جودة خدمة الزبون، والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل 2: نموذج الدراسة



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات السابقة ونموذج جودة الخدمة

6. منهجية البحث و اجراءاته

1.6 منهج الدراسة

للقيام بمتطلبات هذه الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال اجراء مسح مكتبي و الاطلاع على الدراسات والأدبيات المتعلقة بالموضوع، بغرض بلورة الأسس و المنطلقات الفكرية التي يقوم عليها الجانب النظري، اضافة للقيام بمسح استطلاعي من خلال استبيان صمم لهذا الغرض، كما تم الاستعانة بالمنهج الاحصائي لتحليل البيانات ومعالجتها.

2.6 مجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في زبائن و مستخدمي مؤسسة اتصالات الجزائر -وكالة السهل الغربي- بعنابة، و عليه قمنا باختيار عينة عشوائية ميسرة للزبائن و تمثل حجمها ب47 زبون.

3.6 تصميم وبناء أداة الدراسة

لقد تم تصميم استمارة الدراسة و تطويرها لقياس العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال و جودة خدمة الزبون، بعد الاطلاع على مجموعة من الدراسات السابقة، أين شملت الاستمارة على محورين، حيث المحور الأول يتمثل في المتغيرات السوسيوديموغرافية، أما المحور الثاني فيشمل أبعاد الدراسة كما يلي:

الجدول 2: تفصيل أداة الدراسة

المحور	المتغير	الفقرة	المفردات
الأول	معلومات سوسيوديموغرافية	A	(4-1)
الثاني	تكنولوجيا المعلومات و الاتصال	B	(12-1)
	جودة خدمة الزبون	C	(27-13)

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على استبيان الدراسة

4.6- أساليب الدراسة:

- التكرارات و النسب المئوية لعرض النتائج المتعلقة بأفراد عينة الدراسة؛
- المتوسط الحسابي لمعرفة مستوى كل متغير؛
- الانحراف المعياري لقياس درجة التشتت في قيم الاجابات عن وسطها الحسابي؛
- معامل الثبات ألفا كرونباخ لغرض التأكد من صدق وثبات أداة الدراسة؛
- معامل الارتباط الخطي البسيط (بيرسن) لبيان العلاقة بين المتغير المستقل و المتغير التابع؛
- معامل الانحدار الخطي البسيط لقياس التأثير المعنوي المتغير المستقل في المتغير التابع؛
- مقياس ليكرت الخماسي: و يتم استخدامه لقياس درجات موافقة أفراد العينة على أبعاد الدراسة، حيث درجات المقياس كمايلي:

الجدول 3: مقياس ليكرت الخماسي

التصنيف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

المصدر: محمد عبد الفتاح الصيرفي، البحث العلمي – الدليل التطبيقي للباحثين- داروائل للنشر، الأردن، 2006، ص 115

كما يتم حساب المدى: الحد الأعلى للمقياس (5)- الحد الأدنى للمقياس (1) = 4

و بغرض تحديد الوسط الحسابي المرجح:

المدى (4)/ درجات سلم القياس (5) = 0.8

الجدول 4: درجة الموافقة حسب المتوسط الحسابي المرجح

درجة الموافقة	المقياس
منخفضة جدا	1.80 -1
منخفضة	2.60 -1.81
متوسطة	3.40-2.61
مرتفعة	4.20-3.41
مرتفعة جدا	5-4.21

المصدر: من اعداد الباحثين بناء الدراسات السابقة

5.6- ثبات أداة الدراسة

فيما يخص ثبات أداة الدراسة تم استخدام معامل ألفا كرونباخ للتأكد من الاتساق الداخلي للفقرات ، وكانت النتائج أعلى من القيمة المقبولة 0.60 و النتائج موضحة كمايلي:

تم التأكد من الثبات من خلال حساب الجذر التربيعي لمعامل (ألفا كرونباخ) (Cronbach Alpha)، وذلك من أجل التأكد من الاتساق الداخلي للفقرات، وتبين أن الأداة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، لأن جميع معاملات الثبات أكبر من القيمة المقبولة (0.60)، كما هو موضح في الجدول التالي :

الجدول 5: معاملات الثبات لأداة الدراسة

المتغير	العبارات	معامل ألفا كرونباخ	معامل الثبات
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	12-1	0.83	0.91
الجوانب المادية	15-13	0.38	0.61
الاعتمادية	18-16	0.70	0.83
الاستجابة	21-19	0.43	0.65
الثقة (الأمان)	24-22	0.72	0.84
التعاطف	27-25	0.72	0.84
مجموع متغيري الدراسة	27-1	0.79	0.88

المصدر: من اعداد الباحثين، بالإعتماد على نتائج تحليل بيانات الدراسة باستخدام (SPSS v23).

7- درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على عبارات متغيرات الدراسة

1.7 قياس مدى تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة:

الجدول الموالي يوضح درجات الأوساط الحسابية و الانحرافات المعيارية لعبارات موافقة أفراد العينة على بعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

الجدول 6: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول متغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الترتيب	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارة	الرقم
05	0.94	3.40	تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال المعتمدة على تحسين أداء المؤسسة	01
02	0.70	4.02	تقوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال على سرعة تبادل المعلومات	02
03	0.79	3.74	تمتلك المؤسسة عدد كاف من أجهزة الكمبيوتر للتعامل	03
09	0.95	3.31	تقوم المؤسسة بتطوير أجهزتها باستمرار	04
06	0.98	3.36	تمتلك المؤسسة قواعد بيانات عن رزائها	05
10	0.94	3.25	تعتمد المؤسسة على برمجيات متطورة لتسريع أداء الخدمة	06
08	0.83	3.29	توفر المؤسسة موقع الكتروني لتسهيل التعامل	07
04	1.19	3.46	يضم الموقع الالكتروني للمؤسسة مختلف المستندات	08

09	تقوم المؤسسة باستمرار بتحديث الحواسيب و ملحقاتها	2.74	1.13	11
10	تمتلك المؤسسة تقنيات معلوماتية حديثة	3.29	1.21	08
11	تتميز معلومات المؤسسة بالدقة	4.34	0.82	01
12	تتصل المؤسسة بزبائنها باستخدام الرسائل القصيرة	3.34	1.14	07
	البعد ككل	3.46	0.96	/

المصدر: من اعداد الباحثين، بالإعتماد على نتائج تحليل بيانات الدراسة باستخدام (SPSS v23).

يلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن عبارات هذا البعد في مجملها سجلت مستوى أعلى من المتوسط، ما يشير إلى حسن استخدام و فعالية تكنولوجيا المعلومات و الاتصال من وجهة نظر المبحوثين بالمؤسسة محل الدراسة، بمتوسط إجمالي قدر بـ (3.46) وانحراف معياري (0.96)، حيث المرتبة الأولى كانت من نصيب العبارة التي تنص على أن معلومات المؤسسة تتميز بالدقة بمتوسط حسابي مرتفع قدر بـ (4.34)، بالإضافة إلى عبارة أن تكنولوجيا المعلومات و الاتصال تقوم على سرعة تبادل المعلومات ، بمتوسط حسابي مرتفع (4.02)، في حين احتلت عبارة اعتماد المؤسسة على برمجيات متطورة لتسريع أداء الخدمة المراتب الدنيا بمتوسط حسابي (3.25) و كذا عبارة قيام المؤسسة باستمرار بتحديث الحواسيب و ملحقاتها بمتوسط حسابي (2.74).

2.7 قياس مدى تطبيق توفر جودة خدمة الزبون من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة:

الجدول الموالي يوضح درجات الأوساط الحسابية و الانحرافات المعيارية لعبارات موافقة أفراد العينة على بعد جودة خدمة الزبون:

الجدول 7: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول متغير جودة الخدمة

الرقم	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
الجوانب المادية				
13	تتوفر صالة الانتظار على مساحة كافية	2.19	0.64	03
14	توفر المؤسسة مستلزمات مادية حسب رغبة الزبون	2.97	0.73	01
15	عدد شبابيك التعامل مع الزبون كافية	2.53	0.54	02
	البعد ككل	2.56	0.63	/
الاعتمادية				
16	تؤكد المؤسسة على الالتزام بوعودها تجاه الزبون	3.93	0.52	02
17	تستمع المؤسسة لشكاوي الزبائن بكل جدية	4.25	0.53	01
18	تؤكد المؤسسة على جودة خدماتها المقدمة	3.61	0.78	03
	البعد ككل	3.93	0.61	/
الاستجابة				
19	تتماشى أوقات تقديم الخدمة مع متطلبات الزبون	3.95	0.75	01
20	تؤكد المؤسسة على الخدمة الفورية للزبون	2.53	0.90	03
21	يتجاوب الموظفون مع طلبات الزبون	3.42	0.97	02
	البعد ككل	3.30	0.87	/
الثقة				
22	يثق الزبائن بصفة مطلقة في المؤسسة	3.29	0.85	01
23	يؤكد الموظفون على طمأننة الزبائن حول أي مشاكل تتعلق بخدمتهم	2.89	0.84	03

24	يتميز الموظفون بالمصداقية في العمل	3.36	0.70	02
	البعد ككل	3.18	0.79	/
التعاطف				
25	يبحث الموظفون في معرفة احتياجات الزبون	3.97	0.76	01
26	تولي المؤسسة الزبائن الغير راضين عن الخدمة اهتماما خاصا	3.34	0.70	03
27	يسعى الموظفون بكل جهد لتلبية حاجات الزبون	3.95	0.75	02
	البعد ككل	3.75	0.73	/
	المتوسط الكلي لمتغير جودة الخدمة	3.34	0.72	/

المصدر: من اعداد الباحثين، بالاعتماد على نتائج تحليل بيانات الدراسة باستخدام (SPSS v23).

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن متغير جودة خدمة الزبون سجل في مجمله متوسط حسابي فوق المتوسط بقيمة (3.34)، حيث نجد أن أكثر بعد تم الموافقة عليه من طرف أفراد عينة الدراسة هو بعد الاعتمادية بمتوسط (3.93) و انحراف معياري (0.61)، حيث احتلت عبارة استماع المؤسسة لشكاوي الزبائن بكل جدية المرتبة الأولى بمتوسط (4.25)، في حين احتلت المرتبة الأخيرة عبارة ايلاء المؤسسة الزبائن الغير راضين عن الخدمة اهتماما خاصا بمتوسط قدره (3.61). يليه بعد التعاطف بمتوسط (3.75) و انحراف معياري (0.73)، حيث احتلت عبارة بحث الموظفين في معرفة احتياجات الزبون المرتبة الأولى بمتوسط (3.97)، في حين احتلت المرتبة الثالثة عبارة تأكيد المؤسسة على جودة خدماتها المقدمة بمتوسط قدره (3.34).

يليه بعد الاستجابة بمتوسط (3.30) و انحراف معياري (0.87)، حيث احتلت عبارة تتماشى أوقات تقديم الخدمة مع متطلبات الزبون المرتبة الأولى بمتوسط (3.95)، في حين احتلت المرتبة الثالثة عبارة تؤكد المؤسسة على الخدمة الفورية للزبون بمتوسط قدره (2.53).

يليه بعد الاستجابة بمتوسط (3.18) و انحراف معياري (0.79)، حيث احتلت عبارة يثق الزبائن بصفة مطلقة في المؤسسة المرتبة الأولى بمتوسط (3.29)، في حين احتلت المرتبة الثالثة عبارة يؤكد الموظفون على طمأننة الزبائن حول أي مشاكل تتعلق بخدمتهم بمتوسط قدره (2.89).

و أخيرا نجد بعد الجوانب المادية بمتوسط (2.56) و انحراف معياري (0.63)، حيث احتلت عبارة استماع المؤسسة لشكاوي الزبائن بكل جدية المرتبة الأولى بمتوسط (4.25)، في حين احتلت المرتبة الثالثة عبارة توفر صالة الانتظار على مساحة كافية بمتوسط قدره (2.19).

8- اختبار الفرضيات:

تنص الفرضية الرئيسية للدراسة على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على جودة خدمة الزبون من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha < 0.05$)". تم اختبار هذه الفرضية من خلال تحليل الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين كل من متغير تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، و متغير جودة خدمة الزبون، حيث ترفض الفرضية إذا كان مستوى الدلالة أقل أو يساوي 0.05.

حيث للإجابة عن هذه الفرضية تم تقسيمها للفرضيات الفرعية التالية:

اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

و التي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الجوانب المادية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha < 0.05$)".

الجدول 8: نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لمتغير تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في متغير الجوانب المادية

الجوانب	المتغير	معامل	معامل	قيمة F	مستوى	القرار
---------	---------	-------	-------	--------	-------	--------

المادية	المستقل	الارتباط	التحديد	التحديد المعدل	الخطأ المعياري	الدلالة	
تكنولوجيا المعلومات	0.62	0.38	0.35	6.52	10.72	*0.000	رفض الفرضية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل باستخدام برنامج (SPSS v23). ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) يتبين من نتائج التحليل الإحصائي في الجدول السابق، وجود علاقة ارتباط طردية مقبولة بين بعدي تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و الجوانب المادية، لأن قيمة معامل الارتباط (R) بلغت (0.62)، كما بلغ معامل التحديد 0.38 و هو يدل على أن (38%) من التغيرات التي تطرأ على متغير الجوانب المادية كانت نتيجة لبعدي تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، في حين (62%) تعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة، كما بلغت قيمة معامل التحديد المعدل 0.35 وتدل على أن النموذج يمثل الظاهرة بنسبة 35% وهي نسبة مقبولة إلى حد ما، في حين بلغت قيمة الخطأ المعياري 6.52 وهي قيمة صغيرة تدل على معنوية المعلمات وجودة النموذج. وبالنسبة لقيمة F المحسوبة فقد سجلت (10.72) وهي أكبر من قيمة F الجدولة كما أنها دالة معنوية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال ما سبق تؤكد النتائج على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الجوانب المادية من وجهة نظر المبحوثين.
اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

و التي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الاعتمادية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)".

الجدول رقم (09): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لمتغير تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في متغير الاعتمادية

الاعتمادية	المتغير المستقل	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل التحديد المعدل	الخطأ المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة	القرار
تكنولوجيا المعلومات	0.60	0.36	0.32	6.66	9.56	*0.001	رفض الفرضية	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل باستخدام برنامج (SPSS v23). ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) يتبين من نتائج التحليل الإحصائي في الجدول السابق، وجود علاقة ارتباط طردية مقبولة بين بعدي تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و الاعتمادية، لأن قيمة معامل الارتباط (R) بلغت (0.60)، كما بلغ معامل التحديد 0.36 و هو يدل على أن (36%) من التغيرات التي تطرأ على متغير الاعتمادية كانت نتيجة لبعدي تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، في حين (64%) تعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة، كما بلغت قيمة معامل التحديد المعدل 0.32 وتدل على أن النموذج يمثل الظاهرة بنسبة 32% وهي نسبة مقبولة إلى حد ما، في حين بلغت قيمة الخطأ المعياري 6.66 وهي قيمة صغيرة تدل على معنوية المعلمات وجودة النموذج. وبالنسبة لقيمة F المحسوبة فقد سجلت (9.56) وهي أكبر من قيمة F الجدولة كما أنها دالة معنوية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال ما سبق تؤكد النتائج على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الاعتمادية من وجهة نظر المبحوثين.
اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

و التي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الاستجابة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)".

الجدول 10: نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لمتغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في متغير الاستجابة

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	الخطأ المعياري	معامل التحديد المعدل	معامل التحديد	معامل الارتباط	المتغير المستقل	الاستجابة
رفض الفرضية	*0.000	22.84	5.44	0.54	0.57	0.75	تكنولوجيا المعلومات	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل باستخدام برنامج (SPSS v23). * ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من نتائج التحليل الإحصائي في الجدول السابق، وجود علاقة ارتباط طردية قوية بين بعدي تكنولوجيا المعلومات والاتصال والاستجابة، لأن قيمة معامل الارتباط (R) بلغت (0.75)، كما بلغ معامل التحديد 0.57 وهو يدل على أن (57%) من التغيرات التي تطرأ على متغير الاستجابة كانت نتيجة لبعدي تكنولوجيا المعلومات والاتصال، في حين (53%) تعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة. كما بلغت قيمة معامل التحديد المعدل 0.54 وتدل على أن النموذج يمثل الظاهرة بنسبة 54% وهي نسبة مقبولة، في حين بلغت قيمة الخطأ المعياري 5.44 وهي قيمة صغيرة تدل على معنوية المعلمات وجودة النموذج. وبالنسبة لقيمة F المحسوبة فقد سجلت (22.84) وهي أكبر من قيمة F المجدولة كما أنها دالة معنوية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال ما سبق تؤكد النتائج على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الاستجابة من وجهة نظر الباحثين. اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

والتي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على الثقة (الأمان) من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)".

الجدول 11: نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لمتغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في متغير الثقة

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	الخطأ المعياري	معامل التحديد المعدل	معامل التحديد	معامل الارتباط	المتغير المستقل	الثقة
رفض الفرضية	*0.00	38.66	3.98	0.75	0.77	0.88	تكنولوجيا المعلومات	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل باستخدام برنامج (SPSS v23). * ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من نتائج التحليل الإحصائي في الجدول السابق، وجود علاقة ارتباط طردية قوية جدا بين بعدي تكنولوجيا المعلومات والاتصال والثقة، لأن قيمة معامل الارتباط (R) بلغت (0.88)، كما بلغ معامل التحديد 0.77 وهو يدل على أن (77%) من التغيرات التي تطرأ على متغير الاستجابة كانت نتيجة لبعدي تكنولوجيا المعلومات والاتصال، في حين (23%) تعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة. كما بلغت قيمة معامل التحديد المعدل 0.75 وتدل على أن النموذج يمثل الظاهرة بنسبة 75% وهي نسبة مقبولة، في حين بلغت قيمة الخطأ المعياري 3.98 وهي قيمة صغيرة تدل على معنوية المعلمات وجودة النموذج. وبالنسبة لقيمة F المحسوبة فقد سجلت (38.66) وهي أكبر من قيمة F المجدولة كما أنها دالة معنوية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال ما سبق تؤكد النتائج على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الثقة من وجهة نظر المبحوثين.
اختبار الفرضية الفرعية الخامسة:
و التي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على التعاطف من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)".

الجدول 12: نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لمتغير تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في متغير التعاطف

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	الخطأ المعياري	معامل التحديد المعدل	معامل التحديد	معامل الارتباط	المتغير المستقل	التعاطف
رفض الفرضية	*0.00	29.31	5.04	0.61	0.63	0.79	تكنولوجيا المعلومات	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل باستخدام برنامج (SPSS v23). * ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من نتائج التحليل الإحصائي في الجدول السابق، وجود علاقة ارتباط طردية قوية جدا بين بعدي تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و التعاطف، لأن قيمة معامل الارتباط (R) بلغت (0.79)، كما بلغ معامل التحديد 0.63 و هو يدل على أن (63%) من التغيرات التي تطرأ على متغير الاستجابة كانت نتيجة لبعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، في حين (37%) تعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة، كما بلغت قيمة معامل التحديد المعدل 0.61 وتدل على أن النموذج يمثل الظاهرة بنسبة 61% وهي نسبة مقبولة، في حين بلغت قيمة الخطأ المعياري 5.04 وهي قيمة صغيرة تدل على معنوية المعلمات وجودة النموذج. وبالنسبة لقيمة F المحسوبة فقد سجلت (29.31) وهي أكبر من قيمة F المجدولة كما أنها دالة معنوية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال ما سبق تؤكد النتائج على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في التعاطف من وجهة نظر المبحوثين.

من خلال اختبار الفرضيات الفرعية السابقة فالنتائج تدل على رفض الفرضية العدمية الرئيسية وقبول الفرضية البديلة و التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على جودة خدمة الزبون من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)

9. الاستنتاجات:

خلصت الدراسة لمجموعة من النتائج نذكرها في الآتي:

- تتميز تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بعدة خصائص أهمها: تقليل الوقت، تكوين شبكات الاتصال، قابلية التوصيل و التحويل؛
- موافقة أفراد عينة الدراسة على مدى فعالية تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بالمؤسسة محل الدراسة؛
- موافقة أفراد عينة الدراسة على بمتوسط مقبول على معايير جودة الخدمة في المؤسسة محل الدراسة؛
- وجود علاقة ايجابية قوية ذات دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و أبعاد جودة خدمة الزبون؛
- وجود أثر ذو دلالة احصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الجوانب المادية من وجهة نظر المستجوبين؛
- وجود أثر ذو دلالة احصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الاعتمادية من وجهة نظر المستجوبين؛
- وجود أثر ذو دلالة احصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الاستجابة من وجهة نظر المستجوبين؛

- وجود أثر ذو دلالة اجصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الثقة (الأمان) من وجهة نظر المستجوبين؛
- وجود أثر ذو دلالة اجصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في التعاطف من وجهة نظر المستجوبين.
10. الهوامش:

- 1- هناء عبداوي، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية -دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس-، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016
- 2- خلود عاصم، محمد ابراهيم، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخاص بمؤتمر الكلية، 2013
- 3 -Ghobadian, Abby; Speller, Simon; Jones, Matthew. The International Journal of Quality & Reliability Management 11. 9 (1994): 43.
- 4 Jayaraman Munusamy, Shankar Chelliah and Hor Wai Mun, Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia, International Journal of Innovation, Management and Technology, Vol. 1, No. 4, October 2010
- 5- بوحسان سارة كتزة، الآثار الفعلية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطبيقات تسير الموارد البشرية في المؤسسة دراسة حالة مؤسستي «nedjma» و «mobilis» قسنطينة، رسالة ماجستير(غير منشورة)، جامعة منتوري قسنطينة ، 2011-2012، ص ص 9-26
- 6- رزان علي عمر عبد المهدي، أثر "تكنولوجيا المعلومات والاتصالات" وعناصر المزيج التسويقي على جودة الرعاية الصحية دراسة حالة في مركز الحسين للسرطان - الاردن، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، 2016، ص 17مركز الحسين للسرطان - الاردن، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، 2016، ص 17
- 7- طويهري فاطمة، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية دراسة حالة شركة انتاج الكهرباء بتيارت-، رسالة ماجستير(غير منشورة)، جامعة وهران 02، 2014-2015، ص 13
- 8- رزان علي عمر عبد المهدي، مرجع سبق ذكره، ص ص 24-25
- 9- مهيل وسام، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تفعيل وظيفة إدارة الموارد البشرية دراسة حالة مديرية الموارد البشرية بوزارة المالية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر 03، 2011-2012، ص 80
- 10- بلقيدوم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة قسنطينة 02، 2012/2013، ص 135
- 11- مؤمن ع السميع حسن الحلبي، جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين " دراسة حالة على برنامج برق بلس - غزة"، رسالة ماجستير (غير منشورة)، الجامعة الاسلامية، غزة، فلسطين، 2017، ص 10
- 12- عبد الامير عبد الحسين شياع ، رحيم عبد محمد الموسوي، اثر عناصر أبعاد جودة الخدمة المصرفية على سلوك الزبائن في اختيار المصارف التجارية، مجلة الادارة والاقتصاد، المجلد الثالث، العدد العاشر، العراق، 2015، ص 91
- 13 مؤمن ع السميع حسن الحلبي، مرجع سبق ذكره، ص 10
- 14- عبد الامير عبد الحسين شياع ، رحيم عبد محمد الموسوي ، مرجع سبق ذكره، ص 94
- 15- خير الدين محمد علي، دور أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإسلامية في تحقيق رضا الزبون -دراسة تحليلية ميدانية للمصرف الإسلامي في محافظة نينوى-، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية / المجلد السابع، العدد 23، العراق، 2011، ص 33
- 16- صالح بوعبد الله، قياس أبعاد جودة الخدمة: دراسة تطبيقية على بريد الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، العدد العاشر، سطيف، 2010، ص 93

17- جيلي هدى، قياس جودة الخدمة المصرفية – دراسة حالة البنك الجزائري-، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006-2007، ص92

دور استراتيجيات تنمية الموارد البشرية في تحسين مستوى الأداء التدريسي و البحثي للأستاذ الجامعي (دراسة استطلاعية في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف)

The Role of Human Resources Development Strategies in Improving Teaching and Research Performance of the University Professor (Exploratory Study at the Faculty of Economic, Commercial and Management Sciences, University of Chlef)

د. زروخي فيروز¹، د. مخزومي لطفي²، ط. د. ختيري وهيبية³

¹ جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، fairouzma@yahoo.fr

² جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، lotfimekhzoumi39@gmail.com

³ جامعة يحي فارس المدية، khetiri.wahiba@gmail.com

تاريخ الاستلام: اليوم 2019/04/30

تاريخ المراجعة: 2019/05/21

تاريخ القبول: 2019/06/30

ملخص:

هدفت الدراسة إلى إبراز دور استراتيجيات تنمية الموارد البشرية ممثلة في (استراتيجية التدريب، التعلم التنظيمي، تطوير المسار الوظيفي، تدعيم السلوك الإبداعي) في تحسين مستوى أداء الأستاذ الجامعي، و للإشارة فقد ركزنا على الأداء البحثي و الأداء التدريسي و ذلك بالتطبيق على عينة من أساتذة كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير بجامعة الشلف، حيث وزعنا 60 استمارة استبيان، كانت 47 استمارة منها صالحة للمعالجة الإحصائية.

خلصت الدراسة إلى أن متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة لاستراتيجيات تنمية الموارد البشرية المعتمدة بالكلية محل الدراسة جاءت متوسطة، أما تقييمهم لمستوى أداءهم فقد جاء بنسبة مرتفعة، كما توصلت الدراسة كذلك إلى أنه توجد علاقة ارتباط موجبة بين متغيري الدراسة إلا أن القوة التفسيرية كانت ضعيفة جدا.

كلمات مفتاحية: تدريب، تعلم تنظيمي، تطوير مسار وظيفي، سلوك ابداعي، أستاذ جامعي، جامعة الشلف.

تصنيف JEL: O15.

Abstract:

The study aimed to highlight the role of human resource development strategies represented in (training strategy, organizational learning, career development, and reinforcement of creative behavior) in improving the performance of the university professor, and to focus on the research performance and teaching performance by applying to a sample of professors Faculty of Economic, Commercial and Management Sciences at the University of Chlef, where we distributed 60 questionnaire forms, of which 47 were valid for statistical processing. The study concluded that the average responses of the sample of the human resources development strategies approved by the college in question were medium. Their evaluation of their performance level was high. The study also found that there was a positive correlation between the two variables, but the explanatory force was very weak.

Keywords: Training, organizational learning, career development, creative behavior, university professor, university of chlef.

Jel Classification Codes: O15.

1. مقدمة:

تزايد الاهتمام بالموارد البشرية على مستوى المؤسسات بشكل كبير، واعتبرت بمثابة المورد الأكثر أهمية، بل مورد استراتيجي حيوي يجب إدارته بعناية فائقة، فإذا كانت المنافسة هي المبدأ الذي تقوم عليه اقتصاديات اليوم فما لاشك فيه أن السعي لكسب الرهان أصبح أمراً مشروعاً، ولهذا فإن المؤسسات مهما كانت طبيعتها مهما كان حجمها، صارت تبذل قصارى جهدها في استقطاب أحسن المهارات البشرية واختيارها وتعيينها، تدريبها وتقديم الحفز لها، توفير فرص التأهيل والترقية، وذلك للمحافظة عليها من أجل مواجهة التحديات التي تطرحها القوى التنافسية. وقد وجدت العديد من المؤسسات، ومنها المؤسسات الجامعية في التدريب، التعليم والتنمية الوسيلة الفعالة من أجل رفع مستوى أداء مواردها البشرية إلى أعلى المستويات وجعلها قادرة على تحقيق الإبداع والابتكار وتقديم الجديد والأجود في منتجاتها.

ونحن في دراستنا هاته سنركز على أهم استراتيجيات تنمية الموارد البشرية و دورها في تحسين مستوى أداء الأستاذ الجامعي، هذا المورد البشري باعتباره بالدرجة الأولى طاقة ذهنية، قدرة فكرية و مصدر للمعلومات و الاقتراحات و الابتكارات، و عنصر فاعل و قادر على المشاركة الايجابية بالفكر والرأي.

1.1 أهمية الدراسة:

من خلال هذه الدراسة سنحاول على وجه الخصوص وضع مقارنة تحلل العلاقة بين استراتيجيات تنمية الموارد البشرية وإبراز دورها وأهميتها في تحسين مستوى أداء الأستاذ الجامعي و الارتقاء به إلى أعلى المستويات، كما أن هذه الدراسة تمنح المؤسسات معلومات واسعة عن ضرورة وأهمية الاستثمار في الموارد البشرية إضافة إلى ذلك فإن هذه الدراسة ستقف على واقع إحدى المؤسسات الجزائرية ومستويات الأداء لدى أساتذتها.

2.1 أهداف الدراسة:

نظراً للدور الذي تلعبه مختلف استراتيجيات تنمية الموارد البشرية في تحسين مستوى أداء العنصر البشري، فإن البحث يهدف إلى:

- توضيح مفهوم تنمية الموارد البشرية، أهميتها واستراتيجياتها.
- التعرف على مستوى استراتيجيات تنمية الموارد البشرية المعتمدة بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف.
- التعرف على مستويات أداء أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف.
- تحديد العلاقة بين استراتيجيات تنمية الموارد البشرية ومستويات الأداء لدى أساتذة الكلية محل الدراسة.

3.1 مشكلة الدراسة:

لقد أصبح واضحاً وبكل المعايير أن أي مؤسسة وفي سبيلها لتحقيق الأهداف التي أنشأت لأجلها، لابد عليها أن تستثمر في العديد من الموارد ومن أهمها الاستثمار في رأسمالها البشري، الذي يعد السبيل لتحقيق مستويات أداء عالية تصل لحد التميز، ومن خلاله تحقيق مزايا تنافسية مستدامة.

ولن يتأتى ذلك إلا من خلال اعتماد استراتيجيات تهدف إلى مساعدة الأفراد على مواجهة التحديات التي تخلقها التطورات التكنولوجية وغيرها من أنواع التطور في بيئة العمل، وأيضاً مساعدتهم على التكيف إزاء تلك المتطلبات.

ونحن ومن خلال هذه الدراسة سنحاول تقييم استراتيجيات تنمية الموارد البشرية المعتمدة بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف، ومحاولة إبراز دورها في تحسين أداء الأستاذ الجامعي، من هنا تتمثل مشكلة دراستنا في السؤال الرئيس التالي:

ما مدى مساهمة استراتيجيات تنمية الموارد البشرية المعتمدة بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف في تحسين مستوى أداء الأساتذة الجامعي؟

ويندرج ضمن هذه الاشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي مستويات استراتيجيات تنمية الموارد البشرية المعتمدة بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف من وجهة نظر الأساتذة؟

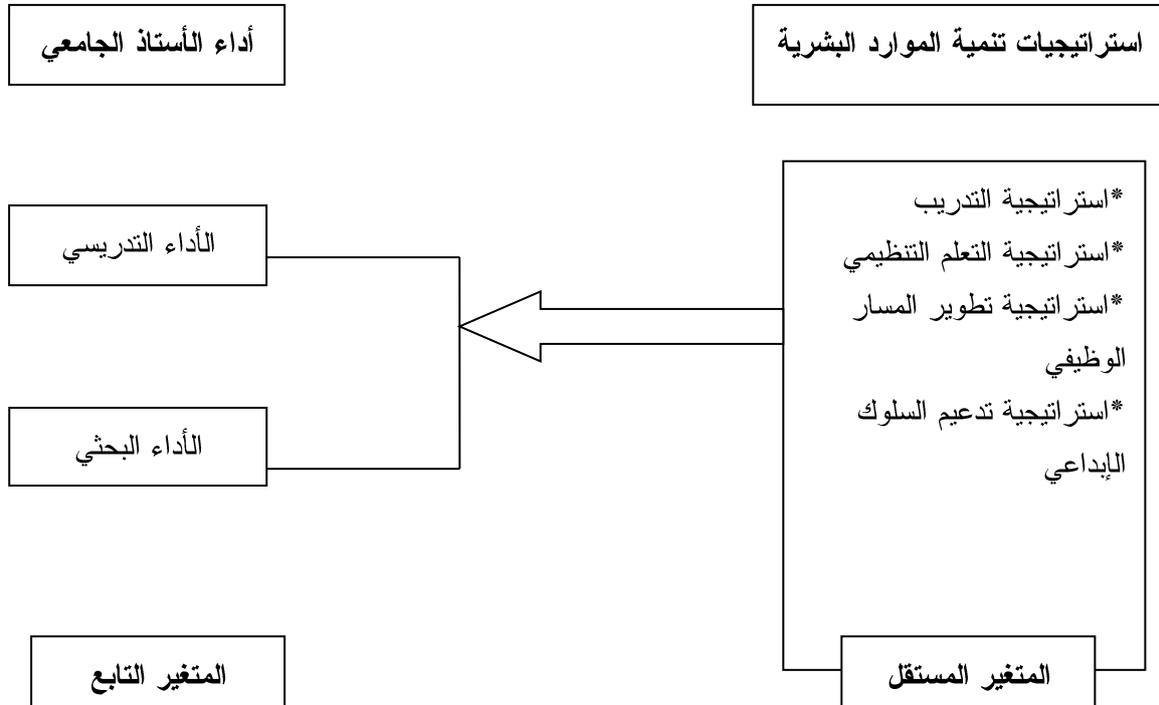
- ما هي مستويات الأداء التعليمي والبحثي لأساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف و ذلك من وجهة نظرهم؟

- هل توجد علاقة ارتباط بين استراتيجيات تنمية الموارد البشرية وتحسين مستوى أداء أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف؟

4.1 نموذج الدراسة:

من أجل معالجة الاشكالية المطروحة قام الباحثان ببناء نموذج الدراسة التالي:

الشكل 1: نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين.

5.1 فرضيات الدراسة:

من أجل معالجة إشكالية الدراسة تم طرح الفرضية الرئيسية التالية:

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0,05)$ بين استراتيجيات تنمية الموارد البشرية ومستوى أداء أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف.

ولاختبار هذه الفرضية تم تقسيمها إلى أربع فرضيات فرعية على النحو التالي:

الفرضية الفرعية الأولى:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0,05)$ بين استراتيجيات التدريب ومستوى أداء أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف.

الفرضية الفرعية الثانية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين استراتيجية التعلم التنظيمي ومستوى أداء أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف.

الفرضية الفرعية الثالثة:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين استراتيجية تطوير المسار الوظيفي ومستوى أداء أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف.

الفرضية الفرعية الرابعة:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين استراتيجية تدعيم السلوك الإبداعي ومستوى أداء أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف.

2. استراتيجيات تنمية الموارد البشرية.

احتلت تنمية الموارد البشرية في الأونة الأخيرة مكانة بارزة من اهتمامات الباحثين في هذا المجال، باعتبارها أحد المداخل الفعالة لرفع جودة أداء العنصر البشري، وما لذلك من أثر على تقدم المؤسسات وزيادة فعاليتها، على اعتبار أن العنصر البشري يجب أن تتوافر له خصائص معينة تجعله يتصف بدرجة من الجودة، حيث يدخل في تكوينه العديد من العوامل ولعل أهمها أسلوب إدارته وتنميته داخل المؤسسة التي يعمل بها.

1.2 مفهوم تنمية الموارد البشرية:

تعددت تعاريف تنمية الموارد البشرية نذكر منها:

" هي مرحلة تأتي بعد الحصول على الأفراد الملائمين لأداء العمل، ويقصد بها رفع مستوى مهاراتهم وخبراتهم وذلك عن طريق التدريب الملائم لطبيعة العمل المطلوب إنجازه"¹
هذا التعريف حصر مفهوم تنمية الموارد البشرية على أنها نشاط واحد وهو التدريب والذي من خلاله يتم رفع مستوى المهارات والقدرات والخبرات.

كما عرفت على أنها " نشاط مخطط يتكون من مجموعة برامج مصممة من أجل تعليم الموارد البشرية وإكسابها معارف وسلوكيات ومهارات جديدة في المستقبل، وبالتالي التأقلم والتعايش مع أي مستجدات في البيئة قد تؤثر في نشاط المؤسسة"²

كذلك هذا التعريف ركز على واحدة من استراتيجيات تنمية الموارد البشرية وهي استراتيجية التعلم، في حين ركز محمد سمير أحمد في تعريفه على استراتيجية تطوير المسار الوظيفي للفرد وذلك باعتبار أن " تنمية الموارد البشرية تشير إلى تحسين وتطوير أنماط سلوك الأفراد والعمل على تعديل اتجاهاتهم ومعتقداتهم وذلك للتكيف مع الظروف المتغيرة في البيئة الخارجية وجعل الأفراد أكثر قدرة على التعامل مع تلك الظروف وذلك بإحداث التوازن بين طبيعة هؤلاء الأفراد من حيث أهدافهم، دوافعهم، شخصياتهم، قدراتهم وأمالهم وبين أعمالهم ووظائف وأهداف المؤسسة"³

في حين عرفها عبد الرحمان توفيق بأنها كل جهد علمي منظم يبذل من أجل تعظيم الاستفادة من الموارد البشرية التي تمتلكها المؤسسة، بما يضمن الارتقاء بالمستوى المهاري والمعرفي للعنصر البشري من الوضع الحالي إلى الوضع المستهدف وبصورة مستمرة"⁴

هذا التعريف يركز على اعتبار تنمية الموارد البشرية مدخل من مداخل التغيير على مستوى الأفراد، وذلك من خلال استراتيجيات مخططة ومنظمة، لكن يبقى تعريفا شاملا، أي لم يتطرق للاستراتيجيات التي يجب على المؤسسة تبنيها لتنمية مواردها البشرية.

في حين أشار مكتب العمل العربي إلى أن مفهوم تنمية الموارد البشرية تطور ولم يعد يقتصر على التعليم والتدريب فقط، بل أصبح يركز على تطوير أنماط التفكير والسلوك ونوعية التعليم والتدريب، ونوعية مشاركة الموارد البشرية في اتخاذ القرارات وطرق وأساليب العمل والانتاج، أي تعبئة الموارد البشرية بهدف زيادة قدراتهم على التحكم في مهاراتهم.⁵ بعد ذلك بدأ التركيز على دور أكبر لتنمية الموارد البشرية عندما عرفها Mc Cracken & Wallace بأنها "التركيز على ثقافة التعليم لتحقيق استراتيجية المؤسسة من خلال التدريب، التطوير والتعليم التي تستجيب لإستراتيجية المؤسسة وتساعد في تشكيلها والتأثير عليها".⁶

نفس التعريف تقريباً قدمه Swanson عندما عرفها على أنها "عمليات التطوير و / أو إطلاق الخبرات البشرية من خلال تطوير المؤسسات والتدريب والتعليم لتحقيق تحسين في مستويات الأداء".⁷ ومن خلال التعريف السابقة يتوصل الباحثان إلى أن تنمية الموارد البشرية هي تلك العمليات والجهود المخططة والمنظمة والتي تهدف إلى زيادة معارف ومهارات وقدرات الأفراد القادرين على العمل في جميع المجالات باعتماد مجموعة من الاستراتيجيات أساسها التدريب، التعليم، التطوير بهدف رفع مستويات الأداء لأقصى حد ممكن.

2.2 أهمية تنمية الموارد البشرية:

تتضح أهمية تنمية الموارد البشرية في النقاط الأساسية التالية:

- زيادة قيمة وقدرة الأصول البشرية بالمؤسسة.
- توفير بديل للتعين عن طريق تأهيل الموظفين الحاليين لشغل المناصب الشاغرة.
- صنع قادة محتملين لمستقبل المؤسسة.
- المساعدة في التقليل من دوران العمالة عن طريق الاحتفاظ بأفراد متحفزين ومهتمين بمناصبهم وظائفهم مع إمكانية التقدم والتطور.

3.2 الاستراتيجيات المعتمدة لتنمية الموارد البشرية:

كما سبقت الإشارة إليه فإن تنمية الموارد البشرية تشير إلى مجموعة من العمليات أو البرامج المخططة والمنظمة والتي تهدف إلى تحسين ممارسات كل الأفراد بالمؤسسة والرفع بمستويات الانتاجية إلى أقصى حد ممكن، وذلك من خلال مجموعة من الاستراتيجيات والتي سنتطرق إليها فيما يلي وفق النموذج الذي بنى عليه الباحثان دراستهما:

* استراتيجية التدريب:

التدريب عبارة عن عملية مخططة ومنظمة ومستمرة تهدف إلى تنمية مهارات وقدرات الفرد وزيادة معلوماته وتحسين سلوكه واتجاهاته، نحو ما يمكنه من أداء وظيفته بكفاءة وفعالية.⁸ ويشمل التدريب الأبعاد التالية:

- بعد نظري: ويهدف إلى إكساب الفرد معلومات وخبرات جديدة أو تنمية لمعلومات وخبرات موجودة وتطويعها.
- بعد عملي: ويرمي إلى تعليم الفرد مهارات جديدة أو طرق عمل حديثة أكثر فعالية وإنتاجية.
- بعد نفسي وسلوكي: ويرمي إلى تطوير سلوك الفرد وتحريره من عادات العمل غير المرغوبة، وبلورة اتجاهاته الفكرية بما يجعله متمشياً مع الاتجاهات المرغوبة في المؤسسة.

* التعلم التنظيمي:

والذي يعني استثمارية استثمار الإدارة في أفرادها لتمكينهم من التعلم، النمو، المساهمة ويستجيب الأفراد بنوع من الولاء والالتزام في أن يتعلموا وينموا ويساهموا ويشاركوا في الرؤية المستقبلية، والتعلم التنظيمي فكرته مستمدة من التحسن المستمر، حيث يبحث الأفراد عن أساليب تحسن أدائهم من أجل جودة المنتجات، والتعلم يسمح باستخدام أفكار جديدة وتوسيع الطاقات والمهارات والقدرات.⁹

* تطوير المسار الوظيفي:

يمثل تطوير المسار الوظيفي مجموعة نشاطات مشتركة بين الموظف و مؤسسته من أجل إعداد لوظائف معينة وتحديد ما يحتاج إليه من مهارات و تدريبات و استشارات من أجل الوصول إلى صيغة مناسبة تحقق أهداف الفرد و أهداف مؤسسته في الوقت نفسه.¹⁰

و يعني تطوير المسار الوظيفي من وجهة نظر الأفراد تخطيط المسار الوظيفي و تنفيذ الخطة المتعلقة به من خلال الطرق المختلفة للتعليم و التدريب، أما من وجهة نظر المنظمة فهو عبارة عن العملية المتعلقة بتوجيه الأفراد إلى المكان المناسب والعمل على تنميتهم من خلال تقييم الأداء و أنشطة التدريب المخططة و المهام الوظيفية، و تنطوي عملية تطوير المسار الوظيفي على بعدين أساسيين:

-تخطيط المسار الوظيفي.

-إدارة المسار الوظيفي.

* تدعيم السلوك الإبداعي:

يشير مفهوم السلوك الإبداعي إلى أنه سلوك متجه نحو التغيير لأنه يتضمن خلق منتجات، أفكار إجراءات أو عمليات جديدة.¹¹

و هو التصرف المميز الذي يمارسه الفرد أو الجماعة في موقع العمل ليس بالضرورة أن ينجم عنه نتائج أو خدمات أو سلع جديدة، و قد يكون هذا السلوك إبداعا في حد ذاته عندما يمارسه الفرد لأول مرة في المؤسسة.¹²

و حتى يتحقق الناتج الإبداعي على المؤسسات توفير المناخ و الإمكانيات لنمو الإبداع و ذلك من خلال:¹³

- تشجيع العاملين على طرح الأفكار و الاستماع إليها و احترامها.

- إيجاد قنوات اتصال فعالة تسمح بتبادل المعلومات بين الأفراد و التعبير عن الأفكار و مناقشتها.

- تشجيع التنافس بين العاملين لدفعهم نحو التوصل إلى أفكار إبداعية.

- تقديم الدعم المادي و المعنوي للمبدعين و مشاريعهم الإبداعية.

- دراسة الأفكار الجديدة دراسة جادة و الاهتمام بها.

3. متطلبات أداء الأستاذ الجامعي.

يعتبر الأستاذ الجامعي من أهم أركان التعليم العالي، إذ يتوقف نجاح الكلية أو المعهد أو الجامعة على تحقيق أهدافها إلى حد كبير على ما يبذله عضو هيئة التدريس من نشاط و مقدار ما يملكه من كفاءات و مهارات في مادته العلمية و قدرته على ايصالها و رغبته في إعطاءها.

1.3 مفهوم أداء الأستاذ الجامعي.

يشير الأداء إلى درجة تحقيق و إتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد العامل و يعكس الكيفية التي يحقق أو يشبع بها الفرد العامل متطلبات الوظيفة.¹⁴

و الأداء عبارة عن نتائج اقتصادية تعبر عن جهد الأفراد و يحلل من خلال النتيجة المحصلة من قبل الأفراد في مناصب العمل في مجموعة، قسم، وحدة بأكملها.¹⁵

و الأستاذ الجامعي هو الشخص الناقل للمعرفة و المسؤول على السير الحسن للعملية البيداغوجية بالجامعة و القائم بوظائف و واجبات مثل التدريس و التوجيه العلمي للطلاب و إجراء البحوث و الإشراف عليها.¹⁶

و بإسقاط ذلك، نقول أن أداء الأستاذ الجامعي يشير إلى ذلك الالتزام بمتطلبات الوظيفة التي أسندت إليه مهامها مثل ساعات العمل، التدريس، توجيه الطلاب علميا و خلقيا، الإشراف على بحوث الطلبة و نشاطاتهم العلمية، القيام بواجبه العلمي في ميادين البحث و التوجيه الإداري و كذا الالتزام بأنظمة الجامعة و لوائحها.

2.3 الأدوار الرئيسية للأستاذ الجامعي:

يرى كثير من الباحثين أن الوظائف الرئيسة للأستاذ الجامعي تتلخص في:

*** الدور التدريسي:**

ويتضمن التربية الطلابية والتعليم الجامعي للطلبة وما يلزمه من إجراء الامتحانات، إرشاد الطلبة وتوجيههم أكاديميا و اجتماعيا وتربويا، الاشتراك في اللجان والمجالس الأكاديمية والإدارية التي تؤدي إلى خدمة الطالب وتأهيله للتكيف مع الحياة بصورة أفضل.¹⁷

*** البحث العلمي:**

يمثل البحث العلمي الركيزة الأساسية لتقييم نشاطات الأساتذة الجامعيين، فانصرافه للتدريس وإهمال البحث العلمي سيؤدي ذلك لا محالة إلى ضعف الدور التدريسي له، وتتجلى وظيفة البحث العلمي التي يقوم بها الأستاذ الجامعي فيما يلي:

- إجراء البحوث العلمية النظرية والإجرائية والتطبيقية.
- الإشراف على دراسات وبحوث طلبة الدراسات العليا.
- حضور الملتقيات والمؤتمرات العلمية الدولية والوطنية التي تنظم في ميدان تخصصه.
- الاستمرار في ممارسة البحث العلمي والنشر العلمي في ميدان تخصصه.

*** الدور الإداري للأستاذ الجامعي:**

بالإضافة إلى مسؤولياته التعليمية والبحثية يلعب الأستاذ الجامعي دورا هاما في إدارة الجامعة والتنسيق بين وحداتها، باعتلائه لبعض المناصب والتي تمكنه من تسيير الجامعة ودفعها نحو الأفضل في إطار تحسيني وتطويري لمختلف مستوياتها الإدارية.¹⁸

*** الأستاذ الجامعي وخدمة المجتمع:**

تتنوع مجالات خدمة المجتمع للأستاذ الجامعي، وتتعدد أدواره طبقا لإمكانيات كل جامعة، وكذلك طبقا لظروف المجتمع المتغيرة، وتمثل هذه الخدمة في مجموعة أنشطة وممارسات بهدف تحقيق التنمية الشاملة للمجتمع في جوانبها الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية والبيئية¹⁹ ويتم ذلك من خلال:

- تقديم استشارات لمؤسسات المجتمع الحكومية وكذا أفراد المجتمع.
- تنظيم وتنفيذ البرامج التدريبية للعاملين في المؤسسات الاقتصادية.

4. منهجية الدراسة:**1.4 مجتمع وعينة الدراسة:**

تمثل مجتمع دراستنا في مجموع الأساتذة الدائمين بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف، و المقدر عددهم بـ 141 أستاذ دائم، حيث وزعنا 60 استمارة استبيان، و استرجعنا 48 وكانت 47 استمارة قابلة للمعالجة الإحصائية.

2.4 بناء أداة القياس وثباتها.

اعتبر الاستبيان من أهم المصادر المعتمد عليها للحصول على المعلومات المتعلقة بالجانب التطبيقي من الدراسة، تضمنت استمارة الاستبيان ثلاث أجزاء الجزء الأول يتعلق بالبيانات الأولية، الثاني متعلق باستراتيجيات تنمية الموارد البشرية و الجزء الأخير متعلق بالمتغير التابع للدراسة وهو مستوى أداء الأستاذ الجامعي.

أما عن ثبات أداة الدراسة فكانت قيمة الثبات (0.602) لذا يمكن القول أن البيانات التي تم الحصول عليها تخضع لدرجة اعتمادية.

د. زروخي فيروز، د. مخزومي لطفي، ط.د ختيري وهيبه. دور استراتيجيات تنمية الموارد البشرية في تحسين مستوى الأداء التدريسي والبحثي للأستاذ الجامعي (دراسة استطلاعية في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف)

3.4 أساليب المعالجة الإحصائية.

- تم الاعتماد على البرامج التطبيقية الإحصائية في مجال العلوم الاجتماعية لتفريغ البيانات وتحليلها، وذلك من خلال إتاحة خمس احتمالات للإجابة (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة).
- الوسط الحسابي و الانحراف المعياري لتحديد الأهمية النسبية لاستجابات أفراد عينة الدراسة تجاه محاور وأبعاد أداة الدراسة.
- معامل ألفا كرونباخ لتحديد معامل ثبات أداة الدراسة.
- نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار تأثير عناصر المتغير المستقل على المتغير التابع.
- تحليل التباين الأحادي لاختبار فرضيات الدراسة.

5. تحليل النتائج:

سنوضح فيما يلي النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية بعد استخدام برنامج SPSS في عملية التحليل الإحصائي و استخدام الأساليب الإحصائية الملائمة، على النحو التالي:

1.5 عرض وتحليل النتائج المتعلقة باستراتيجيات تنمية الموارد البشرية.

حيث تم تلخيص نتائج الإجابات في الجدول التالي:

الجدول 1: استراتيجيات تنمية الموارد البشرية.

مستوى الاستجابة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
متوسط	1,178	2,79	تحرص الجامعة على مشاركة الأساتذة في دورات تدريبية أو مؤتمرات لزيادة معارفهم.
مرتفع	1,072	3,36	البرامج التدريبية في الجامعة تساعد الأساتذة على استخدام التكنولوجيات الحديثة و اكتساب مؤهلات جديدة
متوسط	,985	3,17	يتم استخدام أساليب تدريبية تشجع على التعلم الذاتي
متوسط	1,093	3,02	محتوى البرامج التدريبية بالجامعة يواكب الاتجاهات الحديثة
منخفض	0,953	2,51	مدة البرامج التدريبية كافية لتغطية الاحتياجات التدريبية
متوسط	1.0562	2.97	استراتيجية التدريب
متوسط	1,244	3,13	المناخ التنظيمي يدعم و يدرك أهمية التعلم
متوسط	1,158	2,47	تعزز الجامعة من برامج التعلم بشكل مستمر، بحيث تخصص المبالغ الكافية لذلك.
متوسط	1,071	3,06	تركز الجامعة على تطوير الفهم المشترك و الثقة المتبادلة بين الأساتذة و الإدارة
منخفض	1,078	2,57	تقوم الجامعة بتشجيع الأفكار المبدعة بهدف تحسين جودة البحث العلمي
متوسط	1,122	3,21	تشجع الجامعة العمل الفرقي في انجاز الأبحاث
منخفض	1,151	2,74	تتوافر الجامعة على نظم الكترونية تدعم عمليات التعلم بشكل أفضل
متوسط	1,160	2,79	يمكن للأساتذة الوصول إلى المعلومات بطرق سريعة
متوسط	1.140	2.85	التعلم التنظيمي

متوسط	0,932	3,04	يوجد توافق بين تخطيط الأستاذ لمساره الوظيفي و بين تخطيط الجامعة
متوسط	0,996	2,91	تعلم الجامعة على تطوير مهارات و معارف الأساتذة و توجيه ميولاتهم من خلال التخطيط السليم لمساراتهم الوظيفية
متوسط	1,070	2,83	تحرص الجامعة على إعداد الأساتذة و تطوير مهاراتهم و قدراتهم بشكل يحسن من مستوى أداءهم
متوسط	0,972	2,43	تحرص الجامعة على مساعدة الأساتذة في صياغة و تشكيل أهدافهم و طموحاتهم الشخصية
متوسط	0,902	2,72	يوجد ارتباط فعلي بين نتائج تقييم الأداء و بين التقدم المهني للأستاذ
متوسط	1,114	3,38	يوجد نظام واضح و محدد للترقيات بالجامعة
متوسط	0.997	2.885	تطوير المسار الوظيفي
متوسط	0,891	2,66	تحرص الجامعة على توفير بيئة عمل تشجع على الابداع
متوسط	1,010	2,74	تولي الجامعة اهتماما بالأساتذة الذين لديهم القدرة على الابداع
متوسط	0,967	3,02	وظيفتك الحالية تتيح لك فرصة استغلال أقصى طاقاتك و إمكانياتك في العمل
متوسط	0,955	2,96	تشجع الجامعة التغيير و تدعم الأفكار و الممارسات الجديدة
متوسط	1,028	3,17	يطلعك رؤساؤك على المعلومات الحديثة التي ترد للإدارة و يشاركونك في الشؤون المهمة للجامعة
متوسط	1,020	2,70	يتم مكافأة الأفكار الجديدة التي يتم اقتراحها لتطوير الأداء
متوسط	0.9785	2.875	تدعيم السلوك الابداعي
متوسط	1.042	2.895	استراتيجيات تنمية الموارد البشرية

المصدر: مخرجات الحاسوب مع إعادة التنظيم.

من الجدول أعلاه نلاحظ أن مستوى استجابات أفراد عينة الدراسة لاستراتيجيات تنمية الموارد البشرية المعتمدة بكلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير بجامعة الشلف كانت متوسطة و جاءت بوسط حسابي (2.875) و بدرجات متفاوتة وفق الترتيب التالي:

أولاً: استراتيجية التدريب بوسط حسابي قدره 2.97

ثانياً: تطوير المسار الوظيفي بوسط حسابي قدره 2.885

ثالثاً: تدعيم السلوك الابداعي بوسط حسابي قدره 2.875

رابعاً: التعلم التنظيمي بوسط حسابي قدره 2.85

و سبب ذلك راجع لمجموعة من العوامل أهمها: أن الدورات التدريبية و التي نقصد بها خصوصاً في هاته الدراسة الترقيات مدتها غير كافية لتغطية الفجوة بين مستوى الأداء الفعلي للأساتذة و مستوى الأداء المتوقع منهم، ضف إلى ذلك أن محتواها لا يساهم في التعلم بنسبة كبيرة و هذا راجع خصوصاً لثقافة الأستاذ المتريص، إذ أن أغلبية الأساتذة لا يعتبرونها برامج لسد النقص في احتياجاتهم بل يعتبرونها عطل، ضف إلى ذلك أن الجامعة لم تقدم للأساتذة برامج تدريبية قبل شروعهم في التدريس و هو ما يعرف بالتدريب التوجيهي أو تدريب الموظف الجديد و طبق هذا النوع من التدريب لأول مرة بالجامعة فقط للأساتذة الذين تم توظيفهم في السنة المالية 2017.

د. زروخي فيروز، د. مخزومي لطفي، ط.د ختيري وهيبه. دور استراتيجيات تنمية الموارد البشرية في تحسين مستوى الأداء التدريسي والبحثي للأستاذ الجامعي (دراسة استطلاعية في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف)

كما أن أغلبية المبحوثين يرون أن المناخ التنظيمي لا يدعم الإبداع، كما أن المستجدات الحاصلة في الجامعة وبصفة عامة كل ما هو جديد في التعليم العالي لا يصلهم بسرعة، إضافة إلى عدم حرص الرؤساء على مساعدة الأساتذة في صياغة أهدافهم المستقبلية والتخطيط لمختلف المسارات الوظيفية لهم إذ أن هذا الأخير يبقى اجتهاد فردي من طرف كل أستاذ يصبو إلى الترقى لأعلى المراتب، وهو ما يجعلنا نتحدث عن نقطة أخرى مهمة وهي غياب العمل الفرقي أي غياب التعاون فيما بين الأساتذة.

2.5 عرض وتحليل النتائج المتعلقة بمستوى أداء الأستاذ الجامعي.

جاءت نتائج الإجابات ملخصة في الجدول التالي.

الجدول 2: مستوى أداء الأستاذ الجامعي.

الفقرة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مستوى الاستجابة
أشعر بالاعتزاز و الفخر بالانتماء للجامعة التي أعمل بها	0,647	3,87	مرتفع
لا أتأثر بالأفكار التقليدية وإنما أحاول أن أتميز في أداء عملي	0,851	3,81	مرتفع
أحرص دائما على مناقشة قضايا العمل مع زملائي مما يساهم في الرفع من خبراتي	0,741	3,87	مرتفع
أحرص على التحلي بالضمير المهني و أخلاقيات المهنة	0,916	4,17	مرتفع
أحرص على اللامام بالمعارف و التحكم في المهارات الحديثة المتعلقة بواجباتي المهنية	0,860	4,00	مرتفع
أقوم بإثراء العملية التعليمية باستمرار وفق آخر الأبحاث و المستجدات	0,851	3,81	مرتفع
ألتزم بتطبيق المقرر وفق ما هو منصوص عليه من قبل الجهة الوصية	0,900	3,81	مرتفع
أحرص على الاجتهاد في الاشراف على مذكرات نهاية السنة و أخرجها بالمستوى المطلوب	0,858	3,79	مرتفع
أتواصل مع الجامعات و مراكز البحث داخلية و خارجية للاستفادة من إمكاناتهم العلمية	0,977	3,21	متوسط
أنشر الأبحاث و أشارك بندوات و مؤتمرات علمية بهدف الرفع من مستوى أدائي	0,846	3,74	مرتفع
أستخدم المكتبة و قواعد البيانات أثناء إعداد البحوث	0,992	3,81	مرتفع
أحرص على معرفة جوانب القصور و الضعف في عملي	1,077	3,72	مرتفع
أقبل النقد و الاستفادة من التغذية العكسية لتحسين مستوى أدائي	0,860	4,00	مرتفع
مستوى أداء الأستاذ الجامعي	0.875	3.816	مرتفع

المصدر: مخرجات الحاسوب مع إعادة التنظيم.

من الجدول أعلاه نلاحظ أن تقييم أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لمستويات أداءهم كانت مرتفعة وجاءت بوسط حسابي (3.816)، واحتلت الفقرة " أحرص على التحلي بالضمير المهني و أخلاقيات المهنة " المرتبة الأولى، فيما احتلت الفقرة " أتواصل مع الجامعات و مراكز البحث داخلية و خارجية للاستفادة من إمكاناتهم العلمية " المرتبة الأخيرة.

فأغلبية الأساتذة تركزت إجاباتهم حول موافق و موافق بشدة، فهم يؤكدون على حرصهم الدائم على تحسين مستوى أدائهم التدريسي و أدائهم البحثي، من خلال حرصهم على تطبيق برنامج المقاييس وفقا للبرامج المنصوص عليها من طرف وزارة التعليم العالي، كما أكدوا حرصهم على ضرورة اللامام بالمعارف و مختلف المستجدات في المحيط الخارجي، مع

تأكيد أغلبيتهم على حرصهم على تقديم مستوى أداء عالي من خلال جودة الأبحاث التي يقدمونها، سواء الخاصة بهم وتلك المتعلقة بالإشراف على مذكرات تخرج الطلبة، إلا أن الملاحظ على إجاباتهم هو أن أغلبيتهم أكدوا على عدم حرصهم على التواصل مع جامعات أخرى أو مع مراكز بحث سواء الداخلية أو الخارجية و فعلا فإن أغلبية الأساتذة كما سبقت الإشارة إليه يركزون على العمل الذاتي وليس الفرقي حتى لا نقول الاهتمام أو المساهمة في أبحاث مخبر أخرى داخل الكلية محل الدراسة.

3.5 اختبار فرضيات الدراسة:

تم اختبار مدى قبول أو رفض فرضيات الدراسة من خلال نموذج الانحدار البسيط و اختبار التباين الأحادي و ذلك على النحو التالي:

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين استراتيجيات تنمية الموارد البشرية و مستوى أداء أساتذة كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير بجامعة الشلف. و لاختبار هذه الفرضية تم تقسيمها إلى خمس فرضيات فرعية على النحو التالي:

*** الفرضية الفرعية الأولى:**

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين استراتيجية التدريب و مستوى أداء أساتذة كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير بجامعة الشلف. و لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F): One Way Anova كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول 3: اختبار التباين الأحادي بين متوسط استراتيجية التدريب و مستوى أداء الأستاذ الجامعي.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمة F الجدولية	معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة
الانحدار	,283	1	0,283	0,699	4.05	0,124 ^a	0,015	,408 ^b 0
الخطأ	18,209	45	0,405					
المجموع	18,492	46	/					

المصدر: مخرجات الحاسوب مع إعادة التنظيم.

يتضح من الجدول أعلاه أنه هناك علاقة ارتباط موجبة إلا أنها ضعيفة جدا بين متغيري الدراسة (استراتيجية التدريب و مستوى أداء الأستاذ الجامعي)، حيث تساهم استراتيجية التدريب بما نسبته 0.015% في تحسين مستوى أداء الأستاذ الجامعي بكلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير بجامعة الشلف. كما تشير نتائج الجدول أعلاه أن مستوى الدلالة يساوي 0.408 (أكبر من 0.05)، كما أن قيمة F الجدولية أكبر من قيمتها المحسوبة، هذه النتائج تقتضي رفض الفرضية الأولى و قبول الفرضية العدمية.

* الفرضية الفرعية الثانية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين استراتيجية التعلم التنظيمي و مستوى أداء أساتذة كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير بجامعة الشلف.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (F): One Way Anova كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول 4: اختبار التباين الأحادي بين متوسط استراتيجية التعلم التنظيمي و مستوى أداء الأستاذ الجامعي.

د. زروخي فيروز، د. مخزومي لطفي، ط.د ختيري وهيبه. دور استراتيجيات تنمية الموارد البشرية في تحسين مستوى الأداء التدريسي والبحثي للأستاذ الجامعي (دراسة استطلاعية في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف)

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمة F الجدولية	معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة
الانحدار	,767	1	0,767	1,947	4.05	0,204 ^a	0,041	,170 ^b 0
الخطأ	17,725	45	0,394					
المجموع	18,492	46	/					

المصدر: مخرجات الحاسوب مع إعادة التنظيم.

يتضح من الجدول أعلاه أن استراتيجيات التعلم المعتمدة بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف تساهم بما نسبته 0.041% في تحسين مستوى أداء الأساتذة وهي نسبة ضعيفة جداً، كما تشير نتائج الجدول أعلاه أن قيمة F الجدولية أكبر من قيمتها المحسوبة وعند مستوى الدلالة البالغ 0.170 وهذه النتائج تقتضي رفض الفرضية الفرعية الثانية وقبول الفرضية العدمية.

* الفرضية الفرعية الثالثة:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين استراتيجية تطوير المسار الوظيفي ومستوى أداء أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف. وجاءت نتائج اختبار هذه الفرضية ملخصة في الجدول التالي:

الجدول 5: اختبار التباين الأحادي بين متوسط استراتيجية تطوير المسار الوظيفي ومستوى أداء الأستاذ الجامعي.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمة F الجدولية	معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة
الانحدار	,073	1	0,073	0,179	4.05	0,063 ^a	0,004	,675 ^b 0
الخطأ	18,419	45	0,409					
المجموع	18,492	46	/					

المصدر: مخرجات الحاسوب مع إعادة التنظيم.

يتضح من الجدول أعلاه أنه هناك علاقة ارتباط موجبة إلا أنها ضعيفة جداً بين متغيري الدراسة (استراتيجية تطوير المسار الوظيفي ومستوى أداء الأستاذ الجامعي)، حيث تساهم استراتيجية تطوير المسار الوظيفي بما نسبته 0.004% في تحسين مستوى أداء الأستاذ الجامعي بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف. كما تشير نتائج الجدول أعلاه أن مستوى الدلالة يساوي 0.675 (أكبر من 0.05)، كما أن قيمة F الجدولية أكبر من قيمتها المحسوبة، هذه النتائج تقتضي رفض الفرضية الفرعية الثالثة وقبول الفرضية العدمية.

* الفرضية الفرعية الرابعة:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين استراتيجية تدعيم السلوك الإبداعي ومستوى أداء أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف. وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية ملخصة في الجدول التالي:

الجدول 6: اختبار التباين الأحادي بين متوسط تدعيم السلوك الإبداعي ومستوى أداء الأستاذ الجامعي.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	قيمة F الجدولية	معامل الارتباط	معامل التحديد	مستوى الدلالة
الانحدار	,002	1	0,002	0,006	4.05	0,011 ^a	0.012	,939 ^b 0
الخطأ	18,489	45	0,411					
المجموع	18,492	46	/					

المصدر: مخرجات الحاسوب مع إعادة التنظيم.

يتضح من الجدول أعلاه أن تدعيم السلوك الإبداعي لدى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف يساهم بما نسبته 0.012% في تحسين مستوى أداء الأساتذة وهي نسبة ضعيفة جداً، كما تشير نتائج الجدول أعلاه أن قيمة F الجدولية أكبر من قيمتها المحسوبة وعند مستوى الدلالة البالغ 0.939 وهذه النتائج تقتضي رفض الفرضية الفرعية الرابعة وقبول الفرضية العدمية.

6. خاتمة:

من خلال التحليل الإحصائي توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن توضيحها كما يلي:

- بينت نتائج الدراسة أن مستوى استجابات المبحوثين لاستراتيجيات تنمية الموارد البشرية المطبقة بالمؤسسة محل الدراسة جاءت متوسطة، كما أظهرت النتائج أن استراتيجيات تنمية الموارد البشرية المطبقة بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف ووفقاً لمتوسطاتها الحسابية جاءت مرتبة كما يلي: استراتيجية التدريب، تطوير المسار الوظيفي، تدعيم السلوك الإبداعي وأخيراً استراتيجية التعلم التنظيمي.
- بالنسبة للنتائج الخاصة بتقييم أساتذة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف لمستويات أدائهم جاءت مرتفعة.
- بالنسبة للنتائج الخاصة باختبار فرضيات الدراسة:

تم نفي الفرضية الرئيسية من خلال نفي كل الفرضيات الفرعية، حيث أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباط موجبة إلا أنها ضعيفة جداً بين كل من المتغيرات المستقلة التالية: (استراتيجية التدريب، التعلم التنظيمي، تطوير المسار الوظيفي، تدعيم السلوك الإبداعي)، وبين المتغير التابع والمتمثل في تحسين مستوى أداء الأستاذ الجامعي، كما أن مستوى الدلالة جاء أعلى من مستوى الدلالة المستخدم (0.05) هذا ما جعلنا نرفض تلك الفرضيات ونقبل بالفرضية العدمية.

- ما يمكن قوله كذلك واستناداً على النتائج المبينة في الجداول السابقة فإن استراتيجيات تنمية الموارد البشرية المعتمدة من طرف المؤسسة محل الدراسة، لم تنجح وإلى حد بعيد في تحسين مستوى أداء الأستاذ الجامعي حتى لا نقول أنها لم تصل لحد تحقيق التميز في الأداء.

التوصيات:

بعد مناقشة وتحليل نتائج الدراسة نقترح التوصيات التالية:

- ضرورة العمل في جو يسوده التعاون والثقة بين المسؤول المباشر والأستاذ الجامعي.
- ضرورة تقديم الحوافز المادية والمعنوية بالشكل الذي يلبي رغبات الأساتذة ويفجر طاقاتهم الإبداعية.
- توفير المناخ التنظيمي السليم، المدعم والمحفز على تحسين جودة الأداء التدريسي والبحثي للأستاذ الجامعي.
- الحرص على تقديم برامج تدريبية وبصفة دورية ومستمرة بما يتماشى والفجوة في الأداء.
- إعادة النظر في منظومة التعليم والتكوين لزيادة المرونة في التأقلم مع التغيرات التي تقع في المحيط الخارجي.
- الحرص على توفير الاستقرار الوظيفي لدى أساتذة الكلية.
- تقييم أداء الأستاذ وفق أسس علمية ومعايير واضحة ومحددة لجميع أعضاء هيئة التدريس وبعبء عن المحسوبية.

د. زروخي فيروز، د. مخزومي لطفي، ط.د ختيري وهيبه. دور استراتيجيات تنمية الموارد البشرية في تحسين مستوى الأداء التدريسي والبحثي للأستاذ الجامعي (دراسة استطلاعية في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف)

- ضرورة استفادة أساتذة الكلية من تریصات تحسين المستوى مع ضرورة تقييم أداءهم بعد تلك الدورات التكوينية بغية تقييم مدى فعاليتها في تحقيق الأهداف التي سطرت لأجلها.
- ضرورة الزام الأساتذة الجامعيين على اثناء العملية التعليمية باستمرار ووفق آخر الأبحاث والمستجدات.
- الزام الأساتذة على التواصل مع جامعات أخرى ومراكز البحث المختلفة للاستفادة من إمكانهم العلمية.
7.المراجع والهوامش:

- ¹ ماهر عليش، إدارة الموارد البشرية، (القاهرة، مكتبة عين شمس، 1971)، ص 28.
- ² بن عنتر عبد الرحمان، إدارة الموارد البشرية، المفاهيم والأسس، الأبعاد الاستراتيجية، (عمان، دار اليازوري، 2010)، ص 84.
- ³ محمد سمير أحمد، الإدارة الاستراتيجية وتنمية الموارد البشرية، (عمان، دار المسيرة، 2009)، ص 78.
- ⁴ عبد الرحمان توفيق، التدريب، الأصول والمبادئ العملية، (القاهرة، مركز الخبرات المهنية الإدارية، 1994)، ص 133.
- ⁵ مجلة العمل العربي، الموارد البشرية ودورها في الحياة الاقتصادية، العدد 18، القاهرة، 1997، ص 117.
- ⁶ Mc Cracken, M & Wallace, Exploring strategic maturity in HRD- rhetoric, aspiration ? journal of European training, 25(5), p 288.
- ⁷ Swanson, R. A Human resource development and its underling theory, Human resource development international, 4(3), p 304.
- ⁸ بلال خلف السكارنة، التدريب الإداري، (عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2008)، ص 19.
- ⁹ محمد سمير أحمد، مرجع سابق، ص 83، 84.
- ¹⁰ أيمن حسن ديوب، أثر التعلم التنظيمي في تطوير المسار الوظيفي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 29، العدد 2، 2013، ص 132.
- ¹¹ محمد ذيب المبيضين، محمد أحمد الطراونة، أثر التمكين الإداري في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في البنوك التجارية الأردنية، دراسات في العلوم الإدارية، الأردن، الجامعة الأردنية، المجلد 38، العدد2، 2011، ص 486.
- ¹² محمد فلاق، بنافلة قدور، مداخلة بعنوان أثر التمكين الإداري في إبداع الموظفين، دراسة حالة لمجموعة الاتصالات الأردنية، ص 09، مقال على الموقع الإلكتروني: iefpedia.com/arab/wp-content/uploads تاريخ الاطلاع: 2018/09/11.
- ¹³ محمود العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، (الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، 2005)، ص 396.
- ¹⁴ راوية حسن، إدارة الموارد البشرية، رؤية مستقبلية، (الإسكندرية، الدار الجامعية، 2001)، ص 209.
- ¹⁵ B.Martory, D.Crozet, gestion des ressources humaines, 3 éme édition, Nathan, Paris, 1988, p 142
- ¹⁶ صالح عبد العزيز، التربية وطرق التدريس، (مصر، دار المعارض، بدون سنة)، ص 76.
- ¹⁷ زيتون عايش محمود، أساليب التدريس الجامعي، (عمان، دار الشروق، 1995)، ص 24.
- ¹⁸ مانع صبرينة، أثر استراتيجيات تنمية الموارد البشرية على أداء الأفراد في الجامعات، أطروحة دكتوراه، جامعة بسكرة، تخصص تنظيم الموارد البشرية، 2014-2015، ص 240.
- ¹⁹ ليث حمودي ابراهيم، مدى ممارسة الأستاذ الجامعي لأدواره التربوية والبحثية وخدمة المجتمع بصورة شاملة، مجلة البحوث التربوية و النفسية، العدد الثلاثون، ص 203، نقلا عن الموقع الإلكتروني: <https://iasj.net/iasj?func=fulltext&aid=29540> تاريخ الإطلاع: 2017/09/12.

ممارسات إدارة الأرباح ومدى انتهاجها في شركات المساهمة

-دراسة قياسية لمجموعة من الشركات الجزائرية -

Earnings Managements Practices in Joint-Stock Companies -An empirical Study of a Group of Algerian Companies-

زينب غزالي¹، رحمة غزالي²

¹ جامعة فرحات عباس سطيف 1، ghezali19@yahoo.fr

² جامعة فرحات عباس سطيف 1، ghazali19rahma@yahoo

تاريخ القبول: 2019/06/30

تاريخ المراجعة: 2019/06/15

تاريخ الاستلام: 2019/06/09

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أحد الممارسات المحاسبية الاحتياطية والتي يصطلح عليها ممارسات إدارة الأرباح، وذلك من خلال التطرق إلى أهم الدوافع التي تجعل المديرين يقومون بإدارة أرباح شركاتهم، إضافة إلى أهم الأساليب التي يستخدمونها في سبيل تحقيق ذلك؛ بعد ذلك قمنا باختبار مدى قيام مجموعة من الشركات المساهمة الجزائرية بممارسات إدارة الأرباح من خلال استخدام "نموذج جونز المعدل".

لقد توصلت الدراسة إلى أنه توجد بعض الشركات لم تقم بإدارة أرباحها خلال سنوات معينة؛ بينما قامت شركات أخرى باستخدام المستحقات الاختيارية بشكل موجب أحيانا، وبشكل سالب أحيانا أخرى، وذلك بهدف تضخيم أو تخفيض الأرباح المعلن عنها؛ إلا أنه بعد اختبار معنوية قيام الشركات بإدارة الأرباح تبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الشركات التي تقوم بادرة أرباحها والشركات التي لا تقوم بإدارة الأرباح.

كلمات مفتاحية: إدارة الأرباح، مستحقات كلية، مستحقات اختيارية.

تصنيف JEL: M41

Abstract:

In this study we seek to determine one of the accounting fraudulent practices called earnings management practices, so that we discuss the motivations that make directors manage earnings of their companies, and the most important technics used to achieve their goals. After that we test the earnings management practices in a group of Algerian companies using "Modified - Jones Model".

The study found that there are some companies didn't manage their earnings during certain years, while others use discretionary accrual in a positive or a negative way to inflate or reduce announced earnings. However, after testing the hypothesis, it showed no statistically significant differences between companies manage their earnings and companies don't.

Key words: Earnings Management Practices, Total Accrual, Discretionary Accrual.

JEL Classification: M41.

1. مقدمة

إن التطور الكبير الذي يشهده مجال الأعمال أدى إلى ظهور أساليب وتقنيات حديثة في عدة مجالات مثل: الضرائب، المالية، المحاسبة، ولأن هذه الأخيرة تلعب دورا كبيرا في إعداد القوائم المالية، فإن أي تلاعب بالمبادئ أو السياسات المحاسبية سيؤثر على موثوقية التقارير المالية التي بدورها تؤثر على صورة الشركة وازدهارها على غير وضعيتها الحقيقية، وهو ما يؤدي كذلك إلى تضليل المستثمرين والأطراف ذات المصلحة والتأثير على قراراتهم.

تعتبر الممارسات المحاسبية الاحتياطية سببا هاما من بين الأسباب التي أدت إلى انهيار العديد من الشركات الكبرى وحدثت عدة أزمات مالية عالمية، وذلك من خلال إما استغلال المرونة المتوفرة في المبادئ المحاسبية والتي تتيح الفرصة أمام المديرين للاختيار بين السياسات والطرق المحاسبية الممكنة التطبيق، أو من خلال انتهاك هذه المبادئ بأساليب تعسفية من أجل الوصول إلى الأهداف المراد تحقيقها؛ حيث تؤدي القرارات التي يتخذها المديرون في هذا الشأن إلى التأثير على الأرقام الواردة في القوائم المالية وتضليل مستخدميها.

ومن بين أكثر الممارسات المحاسبية الاحتياطية التي حظيت ولا تزال باهتمام واسع من قبل الباحثين والمهنيين لما لها من تأثير على رقم الأرباح المعلن عنه، ممارسات "إدارة الأرباح"، حيث يسعى المديرون من وراء هذه الممارسات إلى إخفاء الأداء الفعلي للشركة بغرض تحقيق مصالحهم الشخصية أو مصالح أطراف معينة دون أخرى، ويتم ذلك إما بتضخيم الأرباح المعلن عنها على غير الحقيقة أو تخفيضها.

1.1 اشكالية الدراسة

إن الأثر السلبي الذي تخلفه الممارسات المحاسبية الاحتياطية على دقة وموثوقية التقارير المالية التي يفترض أن تعبر عن الوضعية الحقيقية للشركة والتي على أساسها يتم اتخاذ القرارات الصحيحة والمبنية على أساس سليم، جعلنا نتساءل حول أحد أشكال هذه الممارسات والتي يطلق عليها ممارسات إدارة الأرباح ومدى انتهاجها في البيئة الجزائرية. من خلال ما سبق، يمكن صياغة اشكالية الدراسة كما يلي:

ما مدى قيام الشركات الجزائرية محل الدراسة بانتهاج ممارسات إدارة الأرباح ؟

2.1 فرضية الدراسة

من أجل الإجابة عن اشكالية الدراسة تمت صياغة الفرضية بالشكل التالي:

H0: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية لقيام الشركات الجزائرية محل الدراسة بانتهاج ممارسات إدارة الأرباح.

H1: توجد فروق ذات دلالة احصائية لقيام الشركات الجزائرية محل الدراسة بانتهاج ممارسات إدارة الأرباح.

3.1 أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من ضرورة التعرف على الاتجاهات الحديثة للمحاسبة والأساليب الاحتياطية التي يستخدمها المحاسبون والمديرون من أجل اظهار الأرقام المحاسبية بالشكل الذي يخدم مصالحهم دون الاخذ بعين الاعتبار باقي الأطراف ذات المصلحة، ولذلك فقد سعينا من خلال هذه الدراسة إلى التطرق لممارسات إدارة الأرباح التي تعتبر واحدة من أكثر الممارسات الاحتياطية التي تؤثر على رقم الأرباح المعلن عنه وبالتالي على موثوقية التقارير المالية، حيث أصبح من الضروري التعرف على مثل هذه الممارسات ومحاولة اكتشافها ومنعها.

4.1 أهداف الدراسة

تمثلت أهم أهداف هذه الدراسة فيما يلي:

- لقاء الضوء والتعرف أكثر على أحد أهم الممارسات الاحتياطية والتي هي ممارسات إدارة الأرباح

- معرفة مدى استخدام هذه الممارسات في البيئة الجزائرية من خلال قياس مدى قيام مجموعة من الشركات الجزائرية بانتهاج ممارسات ادارة الأرباح.

5.1. نموذج الدراسة

من أجل قياس ممارسات إدارة الأرباح والذي يمثل الهدف الرئيسي للدراسة سيتم استخدام نموذج "جونز المعدل 1995"، والذي سنتطرق اليه بالتفصيل في الجانب التطبيقي من هذه الدراسة.

6.1. التعاريف الإجرائية

تتمثل أهم التعاريف الاجرائية لهذه الدراسة فيما يلي:

- **المستحقات:** هي الفرق بين صافي الربح والتدفقات النقدية من العمليات التشغيلية.
- **المستحقات الاختيارية:** تنشأ عند استخدام أساس الاستحقاق بشكل يؤثر على رقم الأرباح، وذلك من خلال قيام بعض المديرين باستخدام التقدير الشخصي على بعض الحسابات مثل: الديون المشكوك فيها، المؤونات، الإيرادات المؤجلة.
- **المستحقات غير الاختيارية:** عبارة عن استخدام أساس الاستحقاق بشكل طبيعي لمقابلة الإيرادات والمصروفات دون محاولة الإدارة استخدام حكمها الشخصي لتحقيق مصلحة خاصة، أي أنها تتعلق بمستوى النشاط العادي للشركة (وفقا للمبادئ المحاسبية المقبولة قبولاً عاماً).
- **إدارة المستحقات:** يقصد بها ما يقوم به المديرون من الرفع أو التخفيض في مستويات المستحقات من أجل الوصول إلى رقم الأرباح المستهدف.
- **إدارة الأرباح:** أحد أهم الممارسات الاحتياطية التي يقوم من خلالها المديرون بالتأثير على رقم الأرباح المعلن عنه، من أجل تحقيق أهدافهم الشخصية أو أهداف أطراف معينة دون باقي الأطراف ذات المصلحة.

7.1. الدراسات السابقة

لإنجاز هذه الدراسة تم الاعتماد على العديد من الدراسات التي اهتمت بقياس ممارسات إدارة الأرباح من خلال المستحقات الاختيارية، ومن بين هذه الدراسات نذكر ما يلي:

دراسة (Roychowdhury s., 2006) بعنوان: "إدارة الأرباح من خلال التلاعب بالأنشطة الحقيقية"

هدفت هذه الدراسة إلى التطرق لممارسات إدارة الأرباح من خلال الأنشطة الحقيقية، حيث قامت الباحثة بأخذ جميع الشركات المقيدة على قاعدة البيانات compustat للسنوات الممتدة من 1987-2001؛ وتوصلت إلى أن بعض المديرين ومن أجل تجنب الإبلاغ عن الخسائر السنوية قاموا بالتلاعب بالأنشطة الحقيقية من خلال تخفيض الأسعار لزيادة المبيعات مؤقتاً، الإفراط في الإنتاج من أجل تخفيض التكلفة الوحودية للسلع المباعة، إضافة إلى تخفيض النفقات التقديرية لتحسين مستوى هامش الربح.

دراسة (Chekili، 2012) بعنوان: "أثر بعض آليات الحوكمة على إدارة الأرباح: دراسة تجريبية في السوق التونسية"

سعت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير الحوكمة على إدارة الأرباح في مجموعة من الشركات التونسية تقدر بـ 20 شركة للفترة الممتدة من 2000 إلى 2009، حيث استخدمت الباحثة "نموذج كوثاري kothari & al, 2005" لقياس المستحقات الاختيارية؛ وهو نموذج اعتمد في صياغته على "نموذج جونز المعدل 1995" المستخدم في هذه الدراسة، إلا أنه يعتبر أكثر تطوراً بسبب التحسينات التي أدخلت عليه. وبعد اختبار فرضيات الدراسة توصلت الباحثة إلى وجود علاقة بين آليات الحوكمة وإدارة الأرباح المعبر عنها بالمستحقات الاختيارية.

دراسة (Okolie، 2013) بعنوان: "جودة التدقيق والمستحقات كبديل لإدارة الأرباح في الشركات النيجيرية المدرجة".

هدفت الدراسة إلى اختبار مدى وجود علاقة بين جودة التدقيق الخارجي وإدارة الأرباح، بالتطبيق على عينة مكونة من 57 شركة مدرجة في بورصة نيجيريا للفترة الممتدة من 2006 إلى 2011؛ حيث استخدم الباحث "نموذج جونز 1991"

لتقدير المستحقات الاختيارية كبديل لقياس ممارسات إدارة الأرباح، (وهو نفس النموذج الذي استخدمناه في هذه الدراسة) وبعد قياس جودة التدقيق الخارجي، توصل إلى وجود علاقة عكسية بينها وبين المستحقات الاختيارية، أي كلما ارتفعت جودة التدقيق الخارجي انخفضت ممارسات إدارة الأرباح.

أما ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، هو أنها اهتمت بقياس ممارسات إدارة الأرباح باستخدام المستحقات الاختيارية لمجموعة من الشركات الجزائرية، وذلك من أجل اثراء المواضيع المتعلقة بالممارسات الاحتياطية بصفة عامة، والمتعلقة بإدارة الأرباح بصفة خاصة واعطاء الجانب التطبيقي لمثل هذه المواضيع في البيئة الجزائرية حيزا أكبر.

2. مفهوم إدارة الأرباح

تعددت التعاريف التي قدمت لإدارة الأرباح ومن أهمها ما يلي:

- عرفت (Schipper, 1989) إدارة الأرباح على أنها: "تدخل المديرين المتعمد في عملية اعداد المعلومات المالية بهدف تحقيق بعض الأهداف الشخصية".

- في حين عرفها (عيسى، 2008) كما يلي: " أي سلوك تقوم به الإدارة، يؤثر على الدخل الذي تظهره القوائم المالية ولا يحقق مزايا اقتصادية حقيقية وقد يؤدي في الواقع إلى أضرار في الأجل الطويل".

- أما (Healy & Wahlen, 1999) فقد أعطيا تعريفا لإدارة الأرباح من خلال الدوافع للقيام بذلك كما يلي: "إدارة الأرباح تحدث عند استخدام المديرين الحكم الشخصي في عملية التقرير المالي وفي هيكله العمليات، من أجل تغيير مدلول التقارير المالية، إما لتضليل بعض الأطراف ذات المصلحة حول الأداء الاقتصادي الحقيقي للشركة أو للتأثير على النتائج التعاقدية التي تعتمد على الأرقام المحاسبية الواردة في هذه التقارير".

من خلال ما سبق يمكن استخلاص النقاط التالية حول إدارة الأرباح:

- إدارة الأرباح عبارة عن سلوك ينعكس على ممارسات تسعى من خلالها إدارة الشركة إلى التأثير على رقم الأرباح المعلن عنه؛
- يهدف المديرون من وراء ممارسات إدارة الأرباح إلى تغيير مدلول التقارير المالية لتظهر بشكل يخدم مصالحهم الشخصية، ويتم ذلك من خلال التلاعب ببعض البنود من خلال استخدام السلطة التقديرية والأحكام الشخصية للمديرين؛
- تعتبر ممارسات إدارة الأرباح التي تستغل المرونة المتاحة في المبادئ المحاسبية المقبولة قبولا عاما *GAAP تشويها لتطبيق هذه المبادئ، إلا أن نتائجها وتأثيراتها تكون أقل ضررا من الممارسات التي تخرج عن حدود GAAP؛
- قد يكون التلاعب بالأرباح المعلن عنها ضمن حدود المعايير المحاسبية المتعارف عليها، عملا قانونيا؛ إلا أنه ليس دائما عملا أخلاقيا.

3. دوافع القيام بإدارة الأرباح

رغم اختلاف الدوافع التي تجعل المديرين يقومون بإدارة الأرباح إلا أنها تسعى إلى تحقيق غاية مشتركة وهي اظهار التقارير المالية التي تعبر عن أداء الشركة بشكل معين يخدم هدف أو أهدافا معينة، وقبل التطرق لمختلف هذه الدوافع فإنه ينبغي الإشارة إلى أنه يوجد اختلاف حول دوافع القيام بإدارة الأرباح والذي يمكن توضيحه حسب وجهات النظر المختلفة كما يلي:

- **وجهة النظر المعلوماتية Informational Perspective**: ينظر هذا الجانب لممارسات إدارة الأرباح نظرة تفاعلية تساعد على تحسين مدلول التقارير المالية للشركة، باعتبار أن المديرين لهم معلومات أكثر من غيرهم حول شركاتهم والآفاق المستقبلية لها، وعليه فإنه من الواجب عليهم الالتزام بإيصالها للمستثمرين حتى يتمكن هؤلاء من تقييم الأوراق التي يجري عليها التداول بشكل صحيح.

وفقاً لنظرية الإشارة يعتبر الاختيار بين السياسات المحاسبية وسيلة يمكن استخدامها للإشارة، وبالتالي فإن ممارسة إدارة الأرباح يمكن تفسيرها أيضاً على أنها رغبة المديرين في بعث إشارات في سوق رأس المال حول الأداء المستقبلي للشركة من خلال المعلومات التي في حوزتهم (Fakhfakh Ben Amar, 2009).

- وجهة النظر الانتهازية Opportunistic Perspective: يركز هذا الجانب على أن استغلال المديرين للتباين في المعلومات بين الأطراف الداخلية والخارجية للشركة يساعد على تعظيم منافعهم (عقود المكافآت، عقود الديون)، وبالتالي تضليل المستثمرين من خلال تقديم معلومات غير موثوقة (مثل تضخيم رقم الأرباح المعلن عنه لجعل الأداء يبدو جيداً). وفقاً للنظرية الإيجابية للمحاسبة، فإن الملاك عند وضع خطط مكافآت المديرين يأخذون بعين الاعتبار أن المديرين يستخدمون سلطتهم التقديرية من أجل تحقيق منافع شخصية (Lan & Subhrendu, 2008). تتمثل أهم الدوافع التي تجعل المديرين يقومون بإدارة أرباحهم فيما يلي:

1.3. الدوافع التعاقدية

إن السعي للتقليل من تعارض المصالح بين الأطراف ذات المصلحة أدى إلى استخدام البيانات المحاسبية من أجل مراقبة وتنظيم العلاقات التعاقدية بين أصحاب المصالح في الشركة، ومن بين أهم الدوافع التي تنتج عن العقود المبرمة بين مختلف الأطراف ما يلي:

أ. زيادة مكافآت وحوافز الإدارة: يقوم الملاك بعقد اتفاقيات مع المديرين ليضمنوا بأن هؤلاء الذين يمثلونهم لن يقوموا بأية أعمال تؤدي إلى تخفيض قيمة الشركة، وتسمى هذه الاتفاقيات بعقود الحوافز والتي تتمثل أساساً في المكافآت التي تعطى للمديرين سنوياً إضافة إلى رواتبهم الثابتة، كما أن بعض الشركات تقوم بتقديم الحوافز على شكل حصة من أسهمها عن طريق ما يسمى بخطط امتلاك الأسهم، وهذا حتى يتم تخفيض التعارض في المصالح بين المديرين والملاك (الدهراوي وسرايا، 2006).

يوضح "Healy" أن إدارة الأرباح تكون في الاتجاه الذي ينسجم مع تعظيم مكافآت المديرين، فعندما تكون الأرباح دون المستوى الذي يسمح بالحصول على المكافأة، فإن الأرباح تدار تصاعدياً بحيث يتم تحقيق الحد الأدنى على الأقل للحصول على المكافآت، (Meng, 2011) في حين تقوم الإدارة بتخفيض الأرباح عندما تصل المكافآت التي يحصل عليها المديرين إلى أعلى حد ممكن، ذلك أن زيادة الأرباح في هذه الحالة لن يتبعها أية زيادة في المكافآت وبتأجيل الأرباح لفترات مستقبلية قد تزيد حصة الإدارة من المكافآت مستقبلاً (الداعور و عابد، 2009).

ب. التوافق مع شروط الدين: وفقاً لنظرية الوكالة، هناك علاقة تعاقدية بين المديرين والدائنين يمكن أن تولد تضارباً في المصالح، إذ عادة ما تتضمن عقود الدين بعض الشروط التي يضعها الدائنون مثل قيود توزيع الأرباح التي تستوجب عدم توزيع الأرباح إلا إذا استوفى الدائنون أقساطهم من القرض، إضافة إلى قيود أخرى مثل القيود على الديون الجديدة لذلك ينشأ لدى المديرين الحافز لإدارة أرباحهم من أجل الوفاء بشروط الدين رغم أن حماية الدائن تستند إلى ضمانات حقيقية بدلاً من ذلك. إن الأرباح الكبيرة المفضح عنها في التقارير المالية والقيم الكبيرة حقوق المساهمين، يمكن أن يبعث انطباعاً بتحسين نوعية الائتمان ويقدم رسالة إيجابية للمقرضين، لهذا فإن استخدام ممارسات محاسبية احتيالية لتحسين المؤشرات المالية في التقارير قد يؤدي إلى تخفيض تكاليف القروض، غير أن عجز الشركة عن الوفاء الدائم أو المؤقت بالشروط الواردة في العقد يعتبر انتهاكاً للاتفاق ويترتب عليه اجراءات عقابية.

ج. تحقيق الأمن الوظيفي: إن فترات ضعف الأداء قد تحفز المديرين على اتخاذ تدابير تعتمد على الحكم الشخصي من أجل إخفاء هذا الضعف وتجنب فقدان وظائفهم وتأثر سمعتهم المهنية، مثل قيام بعض مديري الشركات التي تكون عرضة للاستحواذ بإدارة الأرباح صعوداً خلال الربع الأخير الذي يسبق مباشرة عملية الاستحواذ، وذلك محاولة منهم إخفاء ضعف الأداء وبالتالي المحافظة على وظائفهم (Fakhfakh Ben Amar, 2009).

2.3. الدوافع المتعلقة بتوقعات السوق المالي: يتمثل أهمها فيما يلي:

أ. **التأثير على أسعار الأسهم:** مع وجود العديد من المؤشرات التي تستخدم في تقييم الأداء، نجد أن هناك من يهتم بمستوى الربح المتوقع، ومنهم من يهتم بمؤشر ربحية السهم، في حين يهتم آخرون بمقدار توزيعات الأرباح على حملة الأسهم؛ ولذلك يلجأ العديد من المديرين إلى ممارسات إدارة الأرباح والتي بدورها تؤدي إلى التقييم الخاطئ لقيم الأسهم المتداولة في سوق الأوراق المالية، حيث يتم استخدام استراتيجية محاسبية تساعد في إظهار رقم الربح المعلن عنه بصورة تبدو طبيعية ومحاولة تقريبه مع رقم الربح المستهدف؛ هذا ما يساعد على التأثير إيجابياً على قيمة أسهم الشركة في سوق الأوراق المالية من خلال تخفيض المخاطر المصاحبة للتقلبات في رقم الربح المعلن عنه، والذي على أساسه يتم قياس نصيب السهم في الأرباح وهو أحد أهم المتغيرات المستخدمة في تحديد القيمة العادلة للسهم في سوق التداول (سامح ، 2012).

ب. **مقابلة توقعات المحللين الماليين:** إن المستثمرين غالباً ما يعتمدون على وجهات نظر وتوقعات محلي سوق الأسهم للعمل معاً على تصنيف الشركات الناجحة؛ لذلك فإن مقابلة أو تجاوز هذه التوقعات يبدو ذو أهمية بالغة بالنسبة للشركة حتى وإن دفعها ذلك لممارسة إدارة الأرباح؛ فإذا كانت الأرباح قبل إدارتها أقل من المستوى المتوقع فإن المديرين يمارسون إدارة الأرباح تصاعدياً، أما إذا كانت الأرباح أعلى من التوقعات فإنه يمكن للمديرين الاختيار بين إدارة الأرباح تنازلياً والاحتفاظ بالأرباح لفترات لاحقة أو عدم القيام بإدارة الأرباح.

3.3. الدوافع التنظيمية: نوضح أهمها كما يلي:

أ. **التقليل من التكاليف السياسية:** في ظل فرضية التكاليف السياسية تتعرض بعض الشركات لضغوط سياسية تدفعها لتعديل أرباحها من أجل تجنب هذه التكاليف، وتكون هذه الفرضية صحيحة بالنسبة للشركات كبيرة الحجم و العاملة في قطاعات معينة مثل مجال النفط، الغاز، المواد الكيماوية والتي تكون محط أنظار الدولة.

ب. **تخفيض الضرائب المدفوعة:** تعتبر الضرائب من أهم الموارد التي تعتمد عليها الدول حيث تقوم بتحصيلها من الشركات بعد احتسابها بناء على رقم الأرباح الوارد في التقارير المالية، وفي المقابل فإن الشركات تنظر لهذه الضرائب على أنها أعباء تسعى دائماً إلى التخفيض منها أو الاستفادة في بعض الأحيان من الوفورات الضريبية؛ لذلك فإن إدارة هذه الشركات قد تلجأ إلى استعمال الخيارات المحاسبية التي تتوافق مع تخفيض العبء الضريبي قدر الإمكان مثل الاختيار بين طرق تقييم المخزون (Musfiqur , Monir, & Jamil, 2013).

4. تقنيات إدارة الأرباح

1.1. إدارة الأرباح من خلال الأنشطة الحقيقية Real Earnings Management تتمثل أهم أساليبها فيما يلي:

أ. **التلاعب بالمبيعات:** ينعكس التلاعب بالمبيعات عادة في سلوك المديرين الذين يقومون بزيادة مبيعات السنة الحالية من خلال تقديم عروض لفترات محددة مثل التخفيضات في الأسعار أو منح شروط ائتمان أكثر تساهلاً، وذلك محاولة منهم زيادة الأرباح المعلن عنها لنفس السنة، غير أن المبيعات المرتفعة يمكن أن تختفي مرة واحدة نتيجة ظروف اقتصادية، فتضطر الشركة للعودة إلى الأسعار القديمة (Wexia & Jeong, 2013).

ب. **الإفراط في الإنتاج:** يلجأ المديرين في المؤسسات الإنتاجية إلى زيادة الإنتاج لتوزيع التكاليف الثابتة على عدد أكبر من الوحدات من أجل تخفيض تكلفة الوحدة (بما أن التخفيض في التكاليف الثابتة لكل وحدة لا يقابله أي زيادة في التكلفة الحدية لكل وحدة فإن التكلفة الإجمالية للوحدة الواحدة تنخفض)، مما ينتج عنه انخفاض تكلفة المنتجات المباعة، وهذا ما يؤدي بدوره إلى زيادة الأرباح المعلن عنها (Roychowdhury, 2006)، في حين أنه قد يترك جزء كبير من تكاليف الإنتاج في حساب المخزون، وأن المخزون الزائد يمكن أن يتعرض إلى الإهمال أو التلف إذا لم يتم التصرف فيه بشكل عقلاي مما قد يسبب خسارة مستقبلاً.

ج. **خفض النفقات التقديرية:** إن التخفيض في النفقات التي تدفع نقداً يؤثر إيجابياً على التدفقات النقدية في الفترة الحالية، بينما قد يؤثر سلباً على التدفقات النقدية المستقبلية، فالانخفاض غير الطبيعي لمصاريف الإعلانات مثلاً، يمكن

أن يؤدي إلى انخفاض إيرادات المبيعات في المستقبل، كذلك التخفيض غير الطبيعي في نفقات تدريب العمال يمكن أن يضر بالقدرة التنافسية للشركة على المدى الطويل.

2.4. إدارة الأرباح في حدود المبادئ المحاسبية المتعارف عليها GAAP تتمثل أهم أساليب التلاعب فيما يلي:

أ. إدارة المستحقات يتم حساب المستحقات من خلال الفرق بين التدفقات النقدية من العمليات وصافي الربح، إلى مستحقات غير اختيارية تتعلق بمستوى نشاط الشركة، ومستحقات اختيارية تتعلق مباشرة بمعالجة المديرين للبيانات المحاسبية، ويعد الجزء الأخير الأكثر عرضة للتلاعب (Ghaoui, 2008). أما إدارة الاستحقاق فهي نشاط تقوم من خلاله الإدارة بزيادة أو تخفيض مستويات المستحقات المحاسبية مثل حسابات الذمم المدينة، حسابات المخزون، حسابات الدفع، الإيرادات المؤجلة، المطلوبات المستحقة، النفقات المدفوعة مسبقاً؛ بهدف الوصول إلى مقدار الربح المستهدف (Bala, 2003).

ب. الخيارات المحاسبية

• **التغييرات المحاسبية الاختيارية:** تصنف التغييرات المحاسبية إلى ثلاث أنواع هي: (Comiskey & Mulford, 2002) التغيير في المبادئ المحاسبية: من أمثلة التغييرات في المبادئ المحاسبية: التغيير من طريقة تقييم المخزون والتغيير في طريقة المعالجة المحاسبية لعقود الإنشاءات طويلة الأجل كالتغيير من طريقة اكتمال العقد إلى طريقة نسبة الإنجاز. التغيير في التقديرات المحاسبية: مثال ذلك قيام الإدارة بتقدير العمر الإنتاجي لأصل ما بـ 10 سنوات وبعد مرور 3 سنوات، تم تقدير عمره على أنه 8 سنوات فقط، عندئذ يتم استهلاك قيمته الدفترية المتبقية على عمره الإنتاجي المتبقي والمقدر بـ 5 سنوات.

التغيير في الوحدات محل التقرير: قد تلجأ الشركة في بعض الأحيان إلى توسيع نطاقها من خلال عمليات الاندماج أو تغييرات في الوحدات التابعة مما ينتج عنه ضرورة تجميع المصالح، في هذه الحالة يجب إعادة صياغة التقارير المالية التي يتم عرضها لتعكس عملية الاندماج.

• **اختيار توقيت ملائم لتطبيق سياسة محاسبية إلزامية:** عندما يصدر معيار محاسبي جديد، فإنه يتم تحديد ميعاد لاحق لصدوره كبدية للتطبيق ومع ذلك فإنه عادة ما تسمح المعايير المحاسبية بالتطبيق المبكر لأي معيار عن الميعاد المحدد ويتاح بذلك للشركات فرصة الاختيار بين التطبيق المبكر أو الانتظار حتى الميعاد المحدد (حماد، 2005).

• **سوء استخدام السياسات المحاسبية:** لا يمكن للمعايير والسياسات المحاسبية أن تغطي كل جوانب المعاملات الاقتصادية، لهذا السبب تتوفر المرونة في هذه السياسات وهو ما يتيح الفرصة أمام بعض المديرين ممارسة التلاعب داخل الإطار القانوني، مثال ذلك استغلال بعض الثغرات في معايير الاعتراف بالإيرادات (تأجيل أو تعجيل الاعتراف بالإيرادات لزيادة أو خفض الأرباح) (Zulfiqar, 2011).

3.4. الإدارة التعسفية للأرباح Abusive Earnings Management يتمثل أهمها فيما يلي:

أ. إدارة الأرباح من خلال الإيرادات: إن المعايير المحاسبية لا تحدد بشكل دقيق أنسب الأوقات للاعتراف بالإيراد، مما قد يؤدي إلى استغلال هذه المرونة بشكل سيئ من قبل المديرين للتلاعب في عملية التقرير، باستخدام عدة طرق أهمها (شرويدر، كلارك، وكاثير، 2006) :

تعجيل الاعتراف بالإيراد: يتم التلاعب من خلال عدة أساليب مثل: تسجيل الإيراد في وقت تقديم الخدمة وقبل الانتهاء منها، أو قبل التأكد من اكتمال الصفقة وقبول العميل؛ أو تسجيله على الرغم من عدم التأكد من مقدرة العميل على السداد. تأجيل الاعتراف بالإيراد: يتم ذلك من خلال نقل الإيرادات الجارية إلى فترة مالية لاحقة، بهدف تخفيض الأرباح الجارية (الحالية) ونقلها إلى فترة مالية لاحقة تكون الحاجة لها أكثر إلحاحاً، إذ عادةً ما تستخدم هذه الطريقة عندما تكون أوضاع الشركة في السنة الجارية جيدة، فيتم ترحيل هذه الأرباح إلى فترات مستقبلية تعتقد إدارة الشركة أنه يمكن أن تكون عصبية.

الاعتراف بإيرادات وهمية: تلجأ إدارة بعض الشركات بدافع تضخيم الإيرادات إلى الاعتراف بإيرادات تخص طلبيات متوقعة فقط أو في حالات أخرى قد يتم تسجيل مبيعات عن طلبيات غير موجودة أصلاً، من أجل التأثير على التوقعات حول قدرة الشركة على توليد الأرباح.

ب. إدارة الأرباح من خلال المصاريف: تكمن أهم أساليب التلاعب من خلال المصاريف فيما يلي: (Comiskey و Mulford، 2002).

سياسات رسملة المصاريف: إن تحكّم المديرين في توقيت بدأ عملية الرسملة، يمكنهم من التحكم في زيادة أو تخفيض مبالغ الرسملة وعليه زيادة أو تخفيض الأرباح المعلن عنها للفترة الحالية. تخفيض الديون المشكوك في تحصيلها: تقوم الإدارة بالتلاعب من خلال تخفيض المخصصات للتأثير على المصروفات بهدف زيادة أرباح الفترة، وعلى العكس من ذلك قد تلجأ إلى المبالغة في تقدير المخصصات واستخدامها في السنوات التي تكون فيها أوضاع الشركة غير جيدة، لتتمكن من التحكم في تقلبات الأرباح. المبالغة في تقييم مخزون آخر فترة: من أجل التخفيض في تكلفة البضاعة المباعة وبالتالي زيادة الربح على غير الحقيقة، كأن يتم التلاعب في جرد وحدات المخزون، تأجيل تخفيض أو شطب المخزون والذي يحتاج لإعطاء حكم شخصي من قبل المديرين حيث يتم تأجيل مثل هذه القرارات حسب ما يخدم مصالحهم.

5. الجانب التطبيقي للدراسة

1.5. الطريقة والاجراءات

1.1.5. الشركات المعنية بالدراسة

من أجل القيام بهذه الدراسة تم أخذ مجموعة من الشركات الجزائرية والمقدر عددها بعشر (10) شركات للفترة الممتدة بين سنتي 2012 و2014 تم اختيارها كما يلي:

- شركات مساهمة مدرجة في بورصة الجزائر والمقدر عددها بثلاث (03) شركات وتجدر الإشارة إلى أن بورصة الجزائر تحتوي على (05) شركات فقط، تم استبعاد شركتين (02) لعدم توفرهما على البيانات اللازمة لإجراء الدراسة.

- شركات مساهمة غير مدرجة متواجدة بولاية "سطيف" شرق الجزائر والمقدر عددها بسبع (07) شركات، وهي الشركات التي تمكنا من الحصول على بياناتها اللازمة لإجراء الدراسة.

وعليه تكون لدينا 30 مشاهدة (10 شركات خلال 3 سنوات)؛ والجدول الموالي يوضح قائمة الشركات المعنية بالدراسة ونشاطها الاقتصادي.

الجدول رقم (01): الشركات المعنية بالدراسة

اسم الشركة	النشاط	اسم الشركة	النشاط
AMC	انتاج اجهزة القياس والمراقبة	ERIAD	انتاج المواد الغذائية
BCR	انتاج البراغي والصنابير	SCAEK	انتاج الاسمنت
EDIMCO	توزيع مواد البناء	AOURASSI*	الخدمات الفندقية
EMIVAR	الاستصلاح والتهيئة الريفية	ROUIBA*	انتاج وتسويق المشروبات
ENPEC	انتاج وتسويق الاجهزة الكهروكيميائية	SAIDAL*	انتاج الأدوية

* شركات مدرجة ببورصة الجزائر

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على موقع بورصة الجزائر <http://www.sgbv.dz> والمعلومات المقدمة من قبل الفرع المحلي للمركز الوطني للسجل التجاري لولاية سطيف.

2.1.5. نموذج قياس ادارة الأرباح

عادة ما يتم استخدام نماذج الاستحقاق الكلي للكشف عن ممارسات إدارة الأرباح، أين يتم استخدام المستحقات الاختيارية كبديل عن ادارة الأرباح وتجدر الإشارة أن المستحقات الكلية تنقسم إلى مستحقات غير اختيارية تتعلق بمستوى النشاط العادي للشركة ومستحقات اختيارية (تقديرية) تتعلق بمعالجة المديرين للبيانات المحاسبية بحيث تخضع للسلطة التقديرية للمديرين، كما تعتبر الجزء الأكثر تعرضاً للتلاعب المحاسبي ولذلك تستخدم كبديل لقياس ممارسات إدارة الأرباح.

توجد العديد من النماذج التي تم استخدامها من أجل قياس ممارسات إدارة الأرباح من بينها نموذج Jones 1995 المعدل، أين يتم تقدير المستحقات غير الاختيارية عادة كدالة خطية من التغير في إيرادات المبيعات، التغير في صافي العملاء واجمالي الأصول المادية (PPE)، أما الجزء المتبقي من إجمالي المستحقات فيعبر عن المستحقات الاختيارية التي تعتبر مؤشراً عن ممارسات إدارة الأرباح؛ ويعتبر نموذج Jones المعدل 1995 أكثر النماذج المستعملة لتقدير المستحقات الاختيارية.

3.1.5. خطوات قياس ادارة الأرباح

يتم قياس ادارة الأرباح من خلال المستحقات الاختيارية التي تعتبر بديل لقيام الشركات بإدارة أرباحها، وذلك باستخدام نموذج Jones 1995 المعدل، فيتم أولاً حساب المستحقات الكلية، ثم حساب المستحقات غير الاختيارية وطرحها من المستحقات الكلية للوصول إلى قيمة المستحقات الاختيارية كما توضحه المعادلة التالية:

$$TA_{it}/A_{it-1} = NDA_{it}/A_{it-1} + DA_{it}/A_{it-1}$$

حيث أن:

TA_{it} : المستحقات الكلية للشركة i في الفترة t .

NDA_{it} : المستحقات غير الاختيارية للشركة i في الفترة t .

DA_{it} : المستحقات الاختيارية للشركة i في الفترة t .

A_{it-1} : مجموع الأصول للشركة i في بداية الفترة t (نهاية الفترة $t-1$)

ويتم ذلك من خلال إتباع الخطوات التالية:

- **الخطوة الأولى:** يتم حساب المستحقات الكلية لكل شركة على حدى وفي كل سنة من سنوات فترة الدراسة؛ وفقاً

للمعادلة الموالية:

$$TA_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$$

حيث أن:

TA_{it} : المستحقات الكلية للشركة i في الفترة t .

NI_{it} : النتيجة الصافية للشركة i وفي الفترة t .

CFO_{it} : التدفق النقدي الناتج عن الأنشطة التشغيلية للشركة i وفي الفترة t .

- **الخطوة الثانية:** تحديد المتغيرات المستخرجة من القوائم المالية وتقدير معاملات النموذج لكل سنة باستخدام

البرنامج الاحصائي (SPSS) نسخة 21؛ وفقاً للمعادلة التالية:

$$TA_{it}/A_{it-1} = \alpha_1 (1/A_{it-1}) + \alpha_2 [(\Delta REVI_{it} - \Delta REC_{it})/A_{it-1}] + \alpha_3 (PPE_{it}/A_{it-1}) + \epsilon_{it}$$

حيث أن:

A_{it-1} : مجموع الأصول للشركة i في بداية الفترة t (نهاية الفترة $t-1$).

$\Delta REVI_{it}$: التغير في رقم الأعمال للشركة i في الفترة t .

ΔREC_{it} : التغير في صافي حساب العملاء للشركة i في الفترة t .

PPEit : إجمالي الممتلكات والمنشآت والمعدات للشركة i وفي الفترة t.
 eit : مقدار الخطأ للشركة i وفي الفترة t (يمثل المستحقات الاختيارية).
 α1 ، α2 ، α3 : معلمات معادلة النموذج.

- **الخطوة الثالثة:** تقدير المستحقات غير الاختيارية باستخدام المعلمات المقدره في الخطوة السابقة وفقا للمعادلة:

$$NDAit/Ait-1 = \alpha1 (1/Ait-1) + \alpha2 [(\Delta REVit - \Delta RECit)/Ait-1] + \alpha3 (PPEit/Ait-1)$$

حيث أن:

NDAit : المستحقات غير الاختيارية للشركة i في الفترة t.

- **الخطوة الرابعة:** تقدير المستحقات الاختيارية وفقا للمعادلة:

$$DAit/Ait-1 = TAit/Ait-1 - NDAit/Ait-1$$

حيث أن:

DAit : المستحقات الاختيارية للشركة i في الفترة t.

- **الخطوة الخامسة:** تقدير ممارسة الشركة لإدارة الأرباح، ويتم ذلك من خلال ما يلي:

- تحديد القيمة المطلقة للمستحقات الاختيارية: ذلك أن القيمة الموجبة تعني قيام الشركة بإدارة أرباحها صعودا (تضخيم الأرباح المعلن عنها)، بينما القيمة السالبة تعني قيام الشركة بإدارة أرباحها نزولا (تقليص الأرباح المعلن عنها) وفي كلا الحالتين فقد تم استخدام المستحقات الاختيارية لإدارة الأرباح؛
- جمع القيم المطلقة للمستحقات الاختيارية خلال سنوات الدراسة لكل شركة ثم تقسيمها على عدد سنوات فترة الدراسة؛
- مقارنة قيم المستحقات الاختيارية مع قيمة متوسط المستحقات الاختيارية: حيث إذا كانت قيمة المستحقات الاختيارية لشركة معينة في إحدى السنوات أكبر من قيمة متوسط مستحقاتها، تكون الشركة قد قامت بإدارة أرباحها، ويتم إعطاء المتغير الوهمي (1) لهذه الشركة خلال تلك السنة، وفي الحالة المعاكسة أين تكون المستحقات الاختيارية أصغر من قيمة المتوسط يتم إعطاء المتغير الوهمي (0) لهذه الشركة.

2.5. تحليل النتائج

بعد تقدير المستحقات الاختيارية وفقا للخطوات السابقة، يتم تحديد الشركات الممارسة وغير الممارسة لإدارة الأرباح وفقا للخطوة الخامسة، وقد تم تلخيص النتائج في الجدول الموالي.

الجدول رقم (02): التكرارات والنسب المئوية للشركات الممارسة والشركات غير الممارسة لإدارة الأرباح

البيان	الشركات الممارسة		الشركات غير الممارسة		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
2012	02	20	08	80	10	100
2013	06	60	04	40	10	100
2014	06	60	04	40	10	100
فترة الدراسة	14	46.67	16	53.33	30	100

المصدر: إعداد الباحثين، اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

1.2.5. الشركات غير الممارسة لإدارة الأرباح

تبين النتائج المتوصل إليها أن تكرارات عدم القيام بإدارة الأرباح بلغت 16 أي ما نسبته 53.33% من مجموع الشركات خلال فترة الدراسة ككل؛ حيث تعتبر سنة 2012 الفترة الأقل ممارسة لإدارة الأرباح أين بلغت نسبة الشركات التي

لم تقم بإدارة أرباحها 80%؛ أما في سنتي 2013 و 2014 فإن النسبة انخفضت إلى النصف أي أن ممارسات إدارة الأرباح ارتفعت خلال هاتين السنتين.

2.2.5. الشركات الممارسة لإدارة الأرباح واتجاه هذه الممارسات

إن قيام الشركة بإدارة أرباحها، يكون إما بتضخيم الأرباح أو تخفيضها، وعليه فإنه يتم التعرف على اتجاه إدارة الأرباح صعوداً أو نزولاً من خلال قيم المستحقات الاختيارية، حيث يتم حساب متوسط هذه المستحقات لإجمالي الشركات مقسوماً على إجمالي الأصول في كل سنة ثم لفترة الدراسة ككل؛ كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (03): احصائيات المستحقات الاختيارية مقسومة على إجمالي الأصول

البيان السنة	أدنى قيمة للمستحقات الاختيارية	أقصى قيمة للمستحقات الاختيارية	متوسط المستحقات الاختيارية	الانحراف المعياري
2012	-0,0901402400	0,0889293069	-0,0220480432	0,0502314368
2013	-0,0734710782	0,0912646292	0,0057377152	0,0607188805
2014	0,0040832705	0,1055905778	0,0589674719	0,0378188043
فترة الدراسة	-0,0901402400	0,1055905778	0,0142190480	0,0594975335

المصدر: إعداد الباحثة، اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ما يلي:

- قيمة المستحقات الاختيارية (مقسومة على إجمالي الأصول) تراوحت بين قيم سالبة وأخرى موجبة ففي سنة 2012 كان متوسط المستحقات سالبا مما يعني أن أغلب الشركات قامت بإدارة أرباحها بهدف تخفيض الأرباح المعلن عنها، بينما في سنتي 2013 و 2014 فقد كان متوسط المستحقات موجبا مما يعني أن أغلب الشركات قامت بإدارة أرباحها بهدف تضخيم الأرباح المعلن عنها.
- متوسط المستحقات الاختيارية لفترة الدراسة ككل كان موجبا وهو ما يعني أن أغلب الشركات التي قامت بإدارة أرباحها استخدمت المستحقات الاختيارية بشكل موجب بهدف تضخيم الأرباح المعلن عنها خلال فترة الدراسة. ومن أجل التأكد من معنوية ممارسات إدارة الأرباح في الشركات محل الدراسة سيتم استخدام الاختبار الاحصائي (Binomial Test) كما سيتم توضيح ذلك في النقاط الموالية.

3.5. اختبار فرضية الدراسة

من أجل اختبار فرضية الدراسة التي تمت صياغتها كما يلي:

H0: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية لقيام الشركات الجزائرية محل الدراسة بانتهاج ممارسات إدارة الأرباح.

H1: توجد فروق ذات دلالة احصائية لقيام الشركات الجزائرية محل الدراسة بانتهاج ممارسات إدارة الأرباح.

وبما أنه تم إعطاء القيمة (1) للشركة التي تقوم بإدارة أرباحها والقيمة (0) عندما لا تقوم الشركة بإدارة أرباحها؛

فإنه تم استخدام: اختبار ذو الحدين (Binomial Test).

والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (04): نتائج اختبار Binomial Test لفرضية الدراسة

	Modalité	N	Proportion observée.	Test de proportion	Signification exacte (bilatérale)
EM2012	Groupe 1	0	,80	,50	,109
	Groupe 2	1	,20		
	Total	10	1,00		
EM2013	Groupe 1	1	,60	,50	,754
	Groupe 2	0	,40		
	Total	10	1,00		
EM2014	Groupe 1	0	,40	,50	,754
	Groupe 2	1	,60		
	Total	10	1,00		
EM2012t o2014	Groupe 1	0	,53	,50	,856
	Groupe 2	1	,47		
	Total	30	1,00		

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نلاحظ ما يلي:

- في سنة 2012: قيمة مستوى الدلالة لاختبار ذو الحدين الخاص بمدى قيام الشركات بإدارة الأرباح، يقدر بـ 0,109 وهو أكبر من قيمة المستوى المعنوية المقدر بـ 0,05، وهذا ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ومدى قيام الشركات بإدارة الأرباح، أي أن: بعض الشركات تقوم بإدارة أرباحها والبعض الآخر لا تقوم بإدارة أرباحها.
- في سنتي 2013 و 2014: قيمة مستوى الدلالة لاختبار ذو الحدين الخاص بمدى قيام الشركات بإدارة الأرباح، يقدر بـ 0,754 وهو أكبر من قيمة المستوى المعنوية المقدر بـ 0,05، وهذا ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ومدى قيام الشركات بإدارة الأرباح، أي أن: بعض الشركات تقوم بإدارة أرباحها والبعض الآخر لا تقوم بإدارة أرباحها.
- في فترة الدراسة ككل: قيمة مستوى الدلالة لاختبار ذو الحدين الخاص بمدى قيام الشركات بإدارة الأرباح، يقدر بـ 0,856 وهو أكبر من قيمة المستوى المعنوية المقدر بـ 0,05، وهذا ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشركات المنتهجة لإدارة الأرباح والشركات غير المنتهجة لهذه الممارسات؛ وهو ما يجعلنا نقبل الفرضية العدمية التي تنص على ما يلي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لقيام الشركات الجزائرية محل الدراسة بانتهاج ممارسات إدارة الأرباح. وعليه فإنه لا يمكن الحكم على أن غالبية الشركات محل الدراسة تقوم بإدارة أرباحها أو أن الغالبية منها لا تقوم بإدارة أرباحها.

6. النتائج والتوصيات

إن الدراسة التي قمنا بإنجازها وبعد اختبار الفرضية التي تمت صياغتها من أجل الإجابة على إشكالية الدراسة، تبين لنا أنه لا يوجد اتجاه معين لانتهاج الشركات الجزائرية محل الدراسة لممارسات إدارة الأرباح، حيث بينت نتائج اختبار المعنوية أنه خلال فترة الدراسة الممتدة من 2012 إلى 2014 قامت بعض الشركات بإدارة أرباحها بينما لم تقوم شركات أخرى بذلك وهذا دون ترجيح الأغلبية للشركات المنتهجة لإدارة الأرباح ولا للشركات غير المنتهجة لهذه الممارسات، ويمكن

تفسير ذلك باختلاف الدوافع التي تجعل المديرين يقومون بالتلاعب برقم الأرباح المعلن عنه، فالشركات المنتهجة لإدارة الأرباح لديها عدة دوافع للقيام بذلك منها:

- اظهار الشركة في حالة جيدة على عكس الواقع خاصة بالنسبة للشركات التي تسجل خسائر متتالية.
- ضمان استمرارية الشركة، ذلك أن الأرباح المحققة من قبل الشركة تعتبر من أهم المؤشرات التي تدل على إستمراريتها.
- رغبة المديرين في الحفاظ على مناصبهم خاصة في حالة الشركات ذات الأداء و رقم الأرباح المنخفض، إضافة إلى الرغبة في الحصول على مكافآت عند اظهار رقم أرباح مرتفع.
- رفع سعر السهم بالنسبة للشركات المدرجة إلا أنه لا يمكن اعتبار ذلك دافعا قويا نظرا لغياب سوق مالي كفاء في الجزائر.
- محاولة تخفيض العبء الضريبي من خلال استخدام المستحقات الاختيارية بشكل سالب من أجل تخفيض الأرباح المعلن عنها وبالتالي تخفيض الضرائب المسددة.

أما بالنسبة للشركات التي لم تقم بإدارة أرباحها في سنوات معينة فقد يرجع سبب ذلك إلى غياب الدوافع السابقة الذكر في هذه السنوات، أو عدم تمكن المديرين من ذلك بسبب آليات الرقابة في هذه الشركات.

من خلال ما سبق يمكن القول أنه بالرغم من أن اعداد التقارير المالية يتم وفقا لأسس معينة تتمثل في المعايير المحاسبية المتعارف عليها وضمن اطار رقابي داخلي وخارجي يتمثل أساسا في التدقيق الداخلي والخارجي، إلا أن ذلك لم يمنع مديري بعض الشركات من التلاعب بالأرقام الواردة في هذه التقارير سواء ضمن المعايير المتعارف عليها باستغلال المرونة التي تحتويها المبادئ المحاسبية أو بالخروج عن هذه المعايير والمبادئ، ولذلك فإنه لاكتشاف الممارسات الاحتيالية وتجنبها فإنه ينبغي التركيز على بعض النقاط أهمها:

- زيادة الوعي من خلال التعرف وفهم الممارسات المحاسبية الاحتيالية وخاصة تلك التي تعتمد على الحكم الشخصي للمديرين، حيث يصعب اكتشاف بعض الممارسات مثل ادارة الأرباح التي تعتمد في احيان كثيرة على تقنيات محاسبية معقدة.
- تفعيل الرقابة الداخلية للشركات بدأً بمجلس الإدارة الذي يعتبر الهيكل الرقابي الأول لأداء المؤسسة إضافة إلى الهياكل الأخرى وخاصة قسم التدقيق الداخلي الذي يعتبر الأكفأ في اكتشاف الغش والاحتيال.
- التشجيع على انشاء لجان متخصصة على مستوى مجالس الادارة خاصة لجنة التدقيق، التي تعتبر شبه منعدمة الوجود في الشركات الجزائرية.
- الحرص على فعالية الرقابة الخارجية التي تفرض على الشركات الجزائرية وذلك من خلال تفعيل دور محافظي الحسابات وهيئة مراقبة الأسواق.

7. قائمة المراجع

Bala, D. (2003). *Earnings management with accruals and financial engineering*. Récupéré sur ruf.rice.edu: http://www.ruf.rice.edu/~bala/files/EM_and_financial_Engineering-the_accountants_world_ICFAI_02-2003.pdf

- Chekili, S. (2012). Impact of Some Governance Mechanisms on Earnings Management: An empirical validation within the tunisian market. *Journal of Business Studies Quarterly*, 03(03), 95-104.
- Fakhfakh Ben Amar, I. (2009). Free cash-flow, gestion des resultats et gouvernement des entreprises : Etude comparative des entreprises Françaises et Americaines. *Thèse du Doctorat*, 60. Ardenne: Université de Reims Champagne.
- Ghaoui, C. (2008). La manipulation des résultats explique-t-elle la performance financière a moyen et long terme des émissions subséquentes d'action. *Mémoire de la Maitrise en Administration des Affaires*, 29. Montréal, Canada: Université du Québec.
- Healy, P., & Wahlen, J. (1999). A review of the earnings management literature and its implication for standard setting. *Accounting Horizons*, 13(04), 368.
- Lan , S., & Subhrendu , R. (2008). Fundamental determinants, opportunistic behavior and signaling mechanism: an integration of earnings management perspectives. *International Review of Business Research Papers*, 04(04), 410.
- Meng , Y. (2011). Earning management incentives and techniques in china's listed companies . *Proceeding of the 7 th international conference on innovation and management* (p. 1134). China : Wuhan University.
- Mulford , c., & Comiskey, E. (2002). *Charles W. Mulford, Eugene E Comiskey, The Financial Numbers Game: Detecting Creative Accounting Practices p. 288*. USA: John Wiely & Sons.
- Musfiqur , R., Monir, U., & Jamil, S. (2013). Md.Musfiqur Rahman, Md.Monir Uzzaman, Md.Jamil Sharif, Techniques motives and controls of earnings management. *International journal of information technology and business management*, 11(01), 29.
- Okolie, A. (2013). Audit Quality and Accrual – Based Earnings Management of Quoted Companies in Nigeria. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 02(02), 7-16.
- Roychowdhury , s. (2006). Earnings Management through Real Activities Manipulation. *Journal of Accounting and Economics*, 335-370.
- Schipper , K. (1989). commentary: earnings management, *Accounting horizons*. *Accounting horizons*, 92.
- Wexia , G., & Jeong , b. k. (2013). Real earnings management and the cost of new corporate bonds. *Journal of Business Research*, 02.
- Zulfiqar , S. (2011). Use or abuse of creative accounting techniques. *International Journal of Trade*, 02(06), 533.
- الدهراوي ك، & سرايا م، ا. (2006). *دراسات متقدمة في المحاسبة والمراجعة*. الاسكندرية، مصر: المكتب الجامعي الجديد.
- جير ابراهيم الداغور، و محمد نواف عابد. (2009). أثر السياسات المحاسبية لإدارة المكاسب على أسعار أسهم الوحدات الاقتصادية المتداولة في سوق فلسطين للأوراق المالية: دراسة تطبيقية. *مجلة الجامعة الإسلامية*, 17 (01)، 825.
- شرويدر ر، كلارك م، & كاثي ج. (2006). *نظرية المحاسبة، دار المريخ*. خ. ع. كاجيجي، إ. م. فال، ع. الكيلاني (Trads. الرياض، السعودية: دار المريخ.
- طارق عبد العال حماد. (2005). *حوكمة الشركات المفاهيم، المبادئ، التجارب – تطبيقات الحوكمة في المصارف*. الإسكندرية، مصر: الدار الجامعية.
- عيسى، س. ك. (2008). أثر المراجعة الخارجية على عمليات إدارة الأرباح: دراسة تطبيقية. *مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية*, 13 (02)، 45.
- محمد رضا سامح . (2012). أثر جودة المراجعة على جودة الأرباح وانعكاسها على التوزيعات النقدية في الشركات الصناعية المساهمة المصرية. *المجلة الأردنية في إدارة الأعمال*, 08 (04)، 737.

* GAAP: Generally Accepted Accounting Principles.

واقع الممارسات الإدارية الحديثة في إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الجزائرية
The reality of modern management practices in the human resources management in Algerian institutions

د. سعيدي طارق¹، لعريبي سارة²

¹ جامعة عباس لغرور / خنشلة ، saiditariq1985@gmail.com

² جامعة عبد الحميد مهري / قسنطينة، sarra.laribi@univ-constantine2.dz

تاريخ القبول: 2019/06/30

تاريخ المراجعة: 2019/06/06

تاريخ الاستلام: 2019/05/12

ملخص:

يدرس هذا البحث واقع تطبيق الممارسات الإدارية الحديثة في مجال إدارة الموارد البشرية في الجزائر، حيث تتمثل أهداف هذه الدراسة في التعرف على مختلف الممارسات الإدارية الحديثة في إدارة الموارد البشرية وكذا واقع تطبيقها في المؤسسات الجزائرية، وذلك باستخدام منهج البحث الوصفي التحليلي، حيث تم التعرض لبعض الأدبيات التي تناولت هذا الموضوع. أظهرت الدراسة أن العديد من المؤسسات الناجحة تطبق الممارسات الإدارية الحديثة بدلا من الممارسات الإدارية التقليدية لما لها من دور في تحسين الأداء و التنافسية، و من جهة أخرى فإن المؤسسات الجزائرية متأخرة نوعا ما في هذا المجال و مازالت تطبق العديد من الممارسات التقليدية في مختلف الوظائف.

الكلمات المفتاحية: ممارسات إدارية حديثة، إدارة الموارد البشرية، مؤسسات جزائرية، ممارسات إدارية تقليدية.

تصنيف JEL : M150

Abstract:

This research investigates the modern human resource management practices in Algeria. Our study aims to: a) understand the different human resource management practices, b) explore also the application of these practices in Algerian companies. The method of this study is descriptive analytic research, using some literature on this subject. This paper showed that many successful companies are adopting modern human resource management practices in order to develop their performance and to stay more competitive. In other hand Algerian companies are late in this area and many traditional practices are still applied in different function.

Key words: Modern management practices; human resource management; Algerian companies; traditional management practices.

Jel Classification Codes: M150

المؤلف المرسل: سارة لعريبي، الإيميل: sarra.laribi@univ-constantine2.dz

1. مقدمة:

يتميز النموذج الاقتصادي الجديد السائد بالسرعة والابتكار والمدة القصيرة لدورة الحياة والجودة ورضا العملاء، حيث يسלט هذا النموذج الضوء على أهمية الأصول غير المادية مثل العلامة التجارية، المعرفة، الابتكار وبالخصوص المورد البشري¹. فالعنصر البشري يعتبر إحدى المقومات الأساسية لنجاح المؤسسة، حيث تشير نماذج إدارة الموارد البشرية إلى أن الأداء التنظيمي يعتمد على أداء موارده البشرية، الذي يتأثر بدوره بالأغراض والمبادئ والعمليات والممارسات². حيث أن أداء الموظف هو نتيجة لعدد من ممارسات إدارة الموارد البشرية مثل اختيار الفرد المناسب في المكان المناسب، التدريب لسد الفجوة بين قدرات الموظف ومتطلبات الوظيفة المتغيرة والتعويضات التي تشمل الرواتب والفوائد والحوافز وتشجيع مشاركة الأفراد، بالإضافة إلى تقييم وتطوير أداء الموظفين وتحفيزهم. و في هذا الصدد فالاعتماد على الأساليب الروتينية والتقليدية والتركيز على معالجة المشكلات المفاجئة لإدارة الموارد البشرية لم تعد تتلاءم مع مقتضيات ومتطلبات العصر الجديد، حيث تعتبر الممارسات الحديثة لإدارة الموارد البشرية جد مهمة في المؤسسات، وذلك لمواكبة التغيرات المعاصرة بشكل مستمر، و التي تشمل العولمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

تنبع أهمية البحث من أهمية موضوعه، و جاءت هذه الدراسة لتقديم الإضافة العلمية وإثراء البحث العلمي وتدارك نقائص الدراسات التي تناولت هذا الموضوع خاصة في الجزائر، بالإضافة إلى محاولة تحسين المدراء بأهمية الاعتماد على الممارسات الإدارية الحديثة في مجال إدارة الموارد البشرية.

نسعى من خلال هذه الورقة البحثية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف نوجزها في ما يلي:

- الإشارة إلى أهم الممارسات الحديثة في مجال إدارة الموارد البشرية.
- التعرف على أهمية هذه الممارسات.
- الكشف نظريا عن واقع الممارسات الحديثة في إدارة الموارد البشرية في المؤسسات الجزائرية.

وذلك من خلال طرح الإشكالية التالية:

ما هي الممارسات الإدارية الحديثة في إدارة الموارد البشرية وما هو واقع تطبيقها في المؤسسات الجزائرية؟

نظرا لطبيعة الموضوع المدروس ولغرض معالجة الإشكالية المطروحة وتحليل أبعادها والإحاطة بمختلف الجوانب النظرية والتطبيقية للموضوع، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وذلك بالاعتماد على المسح المكتبي لمختلف الكتب و المقالات و المجالات و التقارير ذات الصلة بالموضوع سواء الأجنبية أو العربية. ومن أجل ذلك سوف يتم تحليل الإشكالية عبر محورين أساسيين كما يلي :

المحور الأول: الدراسات السابقة حول الممارسات الحديثة في إدارة الموارد البشرية

المحور الثاني: واقع الممارسات الحديثة لإدارة الموارد البشرية في المؤسسات الجزائرية

2. الدراسات السابقة:

في هذه الدراسة سنتناول ممارسات الموارد البشرية العامة الأربعة التي اقترحها Storey سنة 1995³ والتي تشمل التوظيف والاختيار، التدريب، تقييم الأداء ومكافأة الموظفين. حيث جلبت العولمة إلى جانب تكنولوجيا المعلومات، تحولات نموذجية في مضمون هذه الممارسات التقليدية بعد سنة 2000. وفي هذا الإطار أوجدت بعض الدراسات أن العديد من المؤسسات الناجحة تبني ممارسات حديثة في إدارة الموارد البشرية من أجل القدرة على المنافسة⁴. بالإضافة إلى أن هناك دراسة أثبتت أيضا أن الممارسات الحديثة لإدارة الموارد البشرية تساهم في الأداء التنظيمي و التنافسية، وأن أداء

الموظفين و الأداء العام للمؤسسة يكون أفضل عند استخدام الممارسات المبتكرة.⁵ وفي هذا الصدد أصبحت إدارة الموارد البشرية مظلة لمجموعة واسعة من الأساليب الحديثة للاستخدام الفعال للموظفين، و من بين هذه الأساليب نذكر:

1.2 التوظيف «recruitment»:

يمثل عملية البحث عن المرشحين لملء المناصب الشاغرة في أي مؤسسة.⁶ حيث يركز على توفير الاحتياجات اللازمة من العمالة وذلك باستخدام عدة طرق منها وكالات التوظيف، إعلانات الصحف إلى غير ذلك، ويتم تصنيف كل هذه الأساليب كوسائل تقليدية. فالتغيرات و التطورات السريعة في التكنولوجيا والاستخدام المتزايد لها أدى إلى نقلة نوعية من الممارسات التقليدية إلى الممارسات الحديثة المتمثلة في التوظيف الإلكتروني «e-recruitment». وهو استخدام التكنولوجيا ووسائل الويب في عملية التوظيف.⁷ ويمكن الإشارة إلى بعض الاتجاهات الحديثة في عملية التوظيف الإلكتروني:

- المواقع الإلكترونية للشركات: مواقع الويب الخاصة بالشركات تعتبر من أكثر الطرق استخداما في التوظيف. فحسب بعض الدراسات فإن ما يقارب 80% من أكبر 500 شركة في العالم تستخدم مواقعها الإلكترونية للتوظيف، مقارنة بعام 1998 التي كانت النسبة فيها تقدر بـ 29%.⁸ و تفسر ذلك يعود إلى أن هذه المواقع تقدم معلومات مفيدة حول الشركة، فضلا عن وصف دقيق للوظيفة الشاغرة.
- مواقع عروض العمل الإلكترونية: وهي من الأشكال الأكثر شيوعا للتوظيف عبر الانترنت، وعملها يشبه إعلانات التوظيف في الجرائد، لكن يختلفان في كون أن هذه المواقع عالمية و تقدم مساحة أكبر لالتقاء العرض و الطلب.⁹ وتتمثل نقطة قوة هذه المواقع في العدد الهائل من المتقدمين للوظائف الذين يدخلون سيرهم الذاتية، بالإضافة إلى امتلاك هذه الأخيرة آلية بحث تسمح لأصحاب العمل بالبحث عن المتقدمين بالمهارات المطلوبة.
- وسائل التواصل الاجتماعي: تمثل مواقع التواصل الاجتماعي فضاء واسع لعرض و استقبال طلبات العمل. أثبتت بعض الدراسات أن موقع LinkedIn يحظى بشعبية كبيرة بالنسبة لأصحاب العمل والباحثين عن الوظائف، بالإضافة إلى أن هذه الوسائل لا تسمح فقط للمؤسسات بتلقي سيرهم الذاتية، بل أيضا تتيح إمكانية جمع معلومات تفصيلية من خلال صفحاتهم الشخصية في هذه المواقع.¹⁰
- التوظيف عبر أجهزة المحمول: مع التطور السريع لاستخدام الأجهزة المحمولة في جميع أنحاء العالم، بدأت المؤسسات تقدم حملات توظيف عبر أجهزة الهاتف النقال، و في هذا الصدد صرح Michael Marlatt، وهو مستشار عن مصالح مايكروسوفت، أنه " لا يختلف استخدام التوظيف عبر الهاتف المحمول عن التسويق عبر الجوال".¹¹ ففيما يتعلق بإدارة الموارد البشرية فإن شبكة الانترنت غيرت طريقة التوظيف من كلا المنظورين، أي المنظمات و الباحثين عن عمل.¹² حيث يتيح ذلك الفرصة للأفراد للإطلاع على عروض التوظيف التي توفرها مختلف المؤسسات و الاطلاع على مختلف المعلومات حولها، من جهة أخرى فإن هذه التقنية تتيح للمؤسسات استقبال عدد أكبر من المرشحين و بكفاءات مختلفة. فالتوظيف الإلكتروني يتميز بالتكاليف المنخفضة و السرعة في الحصول الدقيق على العمالة بالخصائص المطلوبة. لكن هذه الطريقة لا تخلو من النقائص فالعدد الهائل للمتقدمين للوظائف يشكل مشكلة بالنسبة للمؤسسات من حيث الوقت و الجهد المبذول للتحقق من السير الذاتية.

2.2 الاختيار «selection»:

وهي عملية تحديد من بين المرشحين، الأفراد الأكثر قدرة على الاستجابة لمتطلبات المؤسسة.¹³ وفي هذا الإطار فقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تغيير الطرق و الممارسات الإدارية التقليدية فيما يتعلق بالاختيار لتحل محلها الممارسات الحديثة التي شملت التحول من التركيز الشديد على المهارات الصلبة للمرشحين أي المهارات التقنية و المعرفة والقدرات إلى المهارات الشخصية التي تشمل المواقف و الكفاءات و الذكاء العاطفي. بالإضافة إلى التحول من عملية

الاختيار الطويلة و المفصلة و الاعتماد على الموظفين الحاليين أو الاستعانة بمصادر خارجية من أجل إيجاد المطابقة بين الأفراد و المناصب.¹⁴ وفي هذا الصدد يخضع المسؤول على عملية الاختيار لضغط كبير أثناء اختيار المرشح الأكثر ملاءمة للوظيفة والأكثر موهبة، حيث تتبع عملية الاختيار مراحل نموذجية وهي: الفحص الأولي، استكمال استمارات الطلب، مقابلات التوظيف، التحقق من الخلفية، الفحوصات الطبية و البدنية حسب احتياجات الوظيفة.¹⁵

3.2 التدريب « training »:

حسب Armstrong¹⁶ فإن التدريب يشير إلى التعديل المنهجي و المخطط لسلوك الفرد من خلال استخدام برامج التعليم و العمليات الرسمية لنقل المعرفة و مساعدتهم على اكتساب المهارات اللازمة لأداء وظائفهم بطريقة فعالة. ومنه نستنتج أن الهدف من التعليم هو استخدام المعارف و المهارات الجديدة المكتسبة بعد نهاية التدريب بصورة تمكن المورد البشري من أداء وظيفته بفعالية أكبر، وفي هذا الصدد ينبغي أن يكون التدريب مرتبط بأهداف المنظمة لكي يحقق نتائج تنظيمية. ولمواجهة التغيرات السريعة في العالم فقد طورت المؤسسات من برامجها التدريبية لتحقيق الريادة و التميز الإداري، فتحوّلت برامج التدريب من توفير المهارات الفنية المتخصصة إلى التركيز على توفير مهارات متعددة و التدريب على العمل الجماعي و المشاركة في صنع القرارات.¹⁷ بالإضافة فالمؤسسات اليوم تسعى من خلال عملية التدريب إلى تقديم دورات للمساعدة على فهم فلسفة المنظمة و أهدافها، و كسب مهارات جديدة و متعددة متعلقة بمهارات الاتصال و التعامل مع العملاء ، و من جهة أخرى فهناك مؤسسات تسمح بمناقشة احتياجات موظفيها مع مسؤوليهم لتخطيط برامج تدريبية فعالة.

من جهة أخرى، أدى التطور التكنولوجي إلى ظهور ما يسمى بالتعلم الإلكتروني « E-Learning » الذي يتم تعريفه على أنه "تقديم فرص التعلم والدعم عبر الكمبيوتر، الشبكة و التكنولوجيا المستندة إلى الويب للمساعدة على تطوير و تنمية الأداء الفردي".¹⁸ والهدف منه هو تطوير المعارف و المهارات في الوقت المناسب وبصورة ملائمة لمتطلبات المؤسسة و للشخص المناسب. فحسب Armstrong¹⁹ فيوجد ثلاثة أنواع للتعليم الإلكتروني: التعلم الإلكتروني الذاتي، التعلم الإلكتروني المباشر و التعلم الإلكتروني التعاوني.

4.2 تقييم الأداء:

في الوقت الحاضر، يعتبر الأفراد و معارفهم و مهاراتهم من الموارد الأكثر قيمة التي تملكها المؤسسة، لذلك كان من الضروري عدم الاكتفاء بمكافأتهم و تطويرهم فقط بل تقييم أدائهم أيضا، لأن تقييم أداء الأفراد و نظام المكافآت يمثلان جزءا هاما من إدارة أداء الموظف.²⁰ حيث يشير تقييم الأداء إلى مقارنة أداء الأفراد بالأهداف المسطرة مسبقا، ومخرجات هذه العملية تشكل مدخلات لعمليات أخرى، فبرامج التدريب و الترقية و المكافآت تبنى اعتمادا على نتائج تقييم الأداء. ومع التغيرات التكنولوجية و تطور أماكن العمل بشكل كبير، أصبح على المؤسسات تحديث ممارساتها اتجاه الموظفين و إيجاد أساليب جديدة بدل الأساليب التقليدية، وفي هذا الصدد تم التحول من استخدام أداة تقييم الأداء كإجراء عقابي إلى أداة للقيادة و التنمية.²¹ حيث تم استحداث تقنيات جديدة لتقييم أداء الأفراد تركز على تقييم إنجازات العمل بدل التقنيات التقليدية التي كانت تركز بشكل كبير على تصنيف السمات الشخصية للفرد. بالإضافة إلى أن بعض الدراسات تشير أن تقييم الأداء كان يركز على الماضي أي الأعمال المنجزة في فترات سابقة، أما الطريقة الحديثة للتقييم فتبنى على أساس المستقبل أي على إمكانية تطور الموظف في المستقبل.²² من بين أهم الأساليب الحديثة المستخدمة لتقييم أداء الموارد البشرية حسب بعض الدراسات نذكر²³:

- **الإدارة بالأهداف (MBO):** صنف الباحثون الذي درسوا أساليب تقييم الأداء طريقة الإدارة بالأهداف كطريقة حديثة أو طريقة موجهة للمستقبل والطريقة الأكثر فعالية.²⁴ وقد قام Druker²⁵ سنة 1954 بصياغة هذا المفهوم لأول مرة في كتاب "ممارسات الإدارة"، وحسب هذا المفهوم يمكن تقييم أداء الموظف على أساس الأهداف التي حققها مقارنة بالأهداف التي

حددها المؤسسة وتم إيصالها للموظفين مسبقا، وفي حالة عدم تحقيق الأهداف المحددة، تعين الإدارة إستراتيجية جديدة يجب إتباعها.

● **مركز التقييم (Assessment Centre):** تستخدم هذه الطريقة لاختبار الفرد في مواقف مختلفة باستخدام عدد من الإجراءات، حيث يطلب منه المشاركة في تدريبات رياضية، المناقشة، تبادل الأدوار وغيرها من الطرق وذلك لتقييم قدراته المتعلقة بالإقناع، مهارات الاتصال، الثقة وغيرها، وتتم هذه العملية تحت إشراف المدرب الذي يراقب سلوك الموظف ثم يناقشها مع المسؤول على التقييم والذي بدوره يقوم في النهاية بتقييم أداء موظفيه. هذه الطريقة توفر للأفراد فرصة لإظهار ملامتهم للأدوار التي يلعبونها، وتمكنهم من الحصول على معايير ميدانية لما يتوقعه صاحب العمل منهم، وتعتبر هذه الطريقة من أفضل الطرق للتنبؤ بأداء الأفراد في المستقبل.²⁶

● **مقياس التصنيف السلوكي المركزي (BARS):** وهي إحدى طرق تقييم الأداء التي ظهرت في الستينات من القرن الماضي والتي تهدف إلى توفير طريقة لقياس كيفية مساهمة سلوك الفرد في مختلف مجالات أدائه في تحقيق أهداف الفريق والمنظمة التي ينتمي إليها.²⁷ تقوم هذه الطريقة على إدخال العامل السلوكي في التقييم وذلك من خلال تقسيم الوظيفة إلى سلوكيات مختلفة مدرجة في مقياس التصنيف، ثم يتم مقارنة السلوكيات الفعلية للموظف بالسلوكيات المحددة.

● **التغذية المرتدة 360 درجة (The 360 degree feedback):** إن تحول الشركات من التنظيم الهرمي إلى التنظيم الأفقي الذي أدى إلى تغيير نظام الاتصال وقنواته، بالإضافة إلى اتساع دائرة الإدارة ونطاق الإشراف وافتقار المدير للمعرفة الفنية والتقنية اللازمة لتقييم الموظفين على اختلاف تخصصاتهم وظهور الحاجة لاستطلاع آراء العملاء أدى إلى ظهور ما يسمى بتقييم 360 درجة. وهي من الممارسات الحديثة في تقييم الأداء، وتشير هذه الطريقة إلى توفير التغذية المرتدة من طرف العديد من المصادر: المرؤوسين، الزملاء، المشرفون المباشرين، العملاء، وحتى الفرد نفسه يقدم تعليقاته على الأداء الوظيفي للأفراد الآخرين لمحاولة الحصول على رؤية متوازنة وشاملة للأداء.²⁸ هذه العملية تقلل من التحيز ويقدم تقنية تقييم أفضل لأداء الموظفين وذلك بالسماح للأفراد المقربين من الموظف بتقديم وصف دقيق يعكس جهودهم و أداءهم، بالإضافة فإن هذه الطريقة تؤدي إلى نتائج إيجابية فيما يتعلق بسلوك الموظف، الانفتاح والثقة.²⁹

● **محاسبة الموارد البشرية (Accounting Human Resources):** لقد ظهرت مؤخرا في ظل اقتصاد المعرفة دعوات إلى الاهتمام بمحاسبة الموارد البشرية نتيجة إدراك أهمية الأفراد في المؤسسات الاقتصادية باعتبارهم موارد منتجة. وتم تعريف هذه المفهوم من قبل جمعية المحاسبة الأمريكية على أنها عملية تحديد وقياس البيانات المتعلقة بالموارد البشرية وإبلاغ هذه المعلومات إلى الأطراف المعنية.³⁰ تساعد محاسبة الموارد البشرية على قياس قيمة الموظفين، مما يسمح للإدارة باتخاذ قرارات فعالة فيما يتعلق بالموارد البشرية من أجل تحسين الإنتاج، كميًا ونوعيًا.³¹

5.2 تعويض الموظفين (employee compensation) :

يشير هذا المفهوم إلى تعويض الموظف عن الخدمات التي يقدمها للمؤسسة، وينقسم إلى مدفوعات مالية مباشرة وغير مباشرة، فالمدفوعات المباشرة تتمثل في الأجور والرواتب والمكافآت والعمولات بالإضافة إلى السكن، الرحلات وتعويضات المخاطر. أما المدفوعات الغير مباشرة فهي أقل وضوحا ويمكن أن تشمل الأجر الإضافي ومزايا التقاعد وغيرها.³² في السنوات الأخيرة استخدم العديد من أصحاب العمل أساليب حديثة للتعويض كوسيلة لجذب الأفراد والاحتفاظ بهم. ويختلف الأسلوب التقليدي عن الحديث في كون أن عملية التعويض التقليدية كانت موحدة وثابتة وتعتمد على مزايا المنصب أي التركيز على الواجبات والمهام، أما عملية التعويض الحديثة فتتميز بالمرونة ليتم تحديثها وفقا لمتغيرات العمل، وتركز على أداء الفرد ومساهماته في العمل، بالإضافة إلى استخدام هذه العملية اليوم لتحفيز الموظفين وذلك عن طريق المكافآت الغير النقدية مثل الخدمات الاجتماعية والاعتراف.³³ إضافة إلى ما سبق فالتطور التكنولوجي ساهم أيضا في تحديث ممارسات هذه العملية فأصبحت أكثر سهولة وشفافية، ولا تتطلب جهد أو وقت كبير بفضل التطبيقات الحديثة ونظم المعلومات المستخدمة في عملية التعويض.

3. واقع الممارسات الحديثة لإدارة الموارد البشرية في المؤسسات الجزائرية:

تجسيدا لتوجه الجزائر نحو "الجزائر الالكترونية" ابتداء من سنة 2013، وذلك برقمنة كل ما له صلة بذلك بداية من رقمنة الإدارة، استفادت أغلب المؤسسات من تكنولوجيا الإعلام والاتصال في ممارساتها الإدارية. فإدخال التكنولوجيا يعتبر ثورة حقيقية في عالم الإدارة، حيث أدى هذا التطور إلى الانتقال من ممارسات إدارية تقليدية إلى ممارسات حديثة في كل وظائف المؤسسة. و من بين الوظائف التي استفادت من تكنولوجيا الإعلام والاتصال نجد وظيفة إدارة الموارد البشرية التي رقمنت أغلب وظائفها.

1.3 التوظيف والاختيار:

في الآونة الأخيرة تزايد عدد مواقع التوظيف عبر الانترنت في الجزائر وذلك نتيجة للتطور التكنولوجي السريع، انطلاقا من المديرية العامة للوظيفة العمومية التي أطلقت موقعا خاصا بها للتوظيف www.dgfp.gov.dz، بالرغم من امتلاكه حصرية الإعلان في أغلب القطاعات إلى أنه يتميز بالبطء والتوقف عن العمل أحيانا، بالإضافة إلى هذا الموقع هناك العديد من المواقع الخاصة التي تقدم خدمات التوظيف الإلكتروني وأغلبها في القطاع الخاص وأهمها موقع emplotic (الموقع الأول للتوظيف الإلكتروني في الجزائر). أظهرت نتائج دراسة أجراها موقع emplotic سنة 2013 أن ما يقارب 66% من المؤسسات الجزائرية أصبحت تستخدم الانترنت في عروض العمل.³⁴ وفي هذا الصدد أظهر المسح الإلكتروني الذي أجراه موقع Webdialna في أكتوبر 2012 أن عملية التوظيف الإلكتروني من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المسجلة في موقع emplotic تمثل 13% من إجمالي عمليات التوظيف في الموقع، في حين أن الشركات الجزائرية الكبرى تمثل 44% أما الشركات متعددة الجنسيات تمثل 35%.³⁵ وبالرغم من التزايد المستمر لهذه المواقع إلى أن دورها يقتصر فقط على الإعلان عن المناصب الشاغرة و جمع السير الذاتية وفي أغلب الأحيان لا يتلقى أصحابها أي إعلان. إضافة إلى ما سبق فهناك بعض المؤسسات التي تستخدم التوظيف الإلكتروني عبر مواقعها الخاصة الموجودة على شبكة الانترنت، ومن بين المواقع التي تظهر جانبا أو صفحة خاصة بالتوظيف الإلكتروني نجد الموقع الخاص بوزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، الموقع الخاص بسوناطراك وأغلب المواقع الخاصة بالجامعات وغيرها.³⁶ ويمكن الإشارة إلى أن معظم المؤسسات تنتهي عندها عملية التوظيف الإلكتروني عند مرحلة استقبال السير الذاتية وتكمل بقية مراحل الاختيار تقليديا. وحسب ما تناولناه في هذه العنصر نلاحظ أن الجزائر لم تحقق إنجازا كبيرا في هذا المجال إلا ببعض المواقع الالكترونية لعدم وجود رؤية مستقبلية واضحة لتفعيل هذه الممارسات الحديثة.

2.3 التدريب:

أظهرت نتائج الدراسة التي أجريت في المؤسسة الجزائرية Sonelgaz أن الأهداف التدريبية في هذه المؤسسة لا تتحقق بالشكل الذي يجب، بالإضافة إلى أن المتدربين لا يعلمون بأهداف التدريب ولا بنتائجه، كما أنه لا يوجد انسجام بين برامج التدريب واحتياجات الموظفين، وبالنسبة للطرق المستخدمة فقد اتضح أنه لا يتم استخدام الطرق الحديثة بل مازال الاعتماد على الطرق التقليدية منتشرا.³⁷ إضافة إلى ما سبق فحسب دراسة أجريت سنة 2017 فإن شركة سوناطراك مازالت تعاني من عجز في تنوع أساليب التدريب وإكساب المهارات و لذلك اكتفت بالتدريب الكلاسيكي و التدريب الميداني.³⁸ من جانب آخر فقد بينت دراسة أن المؤسسة الجزائرية-الإسبانية Fertial تتوفر على بنية تكنولوجية قوية تدعم التدريب الإلكتروني، حيث تؤثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على تخطيط العمليات التدريبية، تصميم البرامج و تنفيذها، بالإضافة إلى أنها تنظم مؤتمرات فيديوية وتقوم بإرسال موظفيها لتلقي دورات تدريبية في الخارج.³⁹ على ضوء ما

سبق يمكن أن نستنتج أن المؤسسات الجزائرية متأخرة نوعا ما في مجال التدريب سواء من حيث التقنية أو البرامج المستخدمة، لذلك عليها الاستفادة من خبرات الشركاء الأجانب في هذا المجال وتعزيز الجانب التكنولوجي وتطويره.

3.3 تقييم الأداء:

تعتبر عملية تقييم الأداء من المواضيع الإدارية المهمة والحيوية في المؤسسة، و عليه فيجب أن تتضمن معايير موضوعية و عادلة، ففي الجزائر كبقية دول العالم لا تخلو مؤسسة من هذه الوظيفة لكن الاختلاف يكمن في طريقة ممارستها. فحسب الدراسة التي أجريت في مؤسسة التكوين في مجال الكهرباء و الغاز بالبلدية، فإن الموظفين على علم بمعايير التقييم سواء المتعلقة بالأداء أو السلوك أو الابتكار أو الولاء. في حين أن الموظفين على مستوى مركب المجارف و الرافعات في قسنطينة وفي مؤسسة توزيع و تسويق المواد البترولية المتعددة نفضال ليس لديهم علم بجميع المعايير التي على أساسها يتم تقييم الأداء، بالإضافة إلى أن هذه المؤسسة تستخدم طريقة الإدارة بالأهداف أي يتم تقييم أدائهم على أساس بلوغ أهداف المؤسسة.⁴⁰ من جهة أخرى أثبتت نتائج دراسة أجريت في مؤسسة التمور و المنتجات الزراعية و الغذائية أنها تهتم كثيرا بتطبيق طرق جديدة لتقييم المهارات و أنها مستعدة لتطبيق طريقة مراكز التقييم كآلية جديدة وذلك من خلال استعدادها لتطبيق متطلبات هذه العملية.⁴¹ وبالاعتماد على نتائج دراسة أجريت في بعض المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بولاية المسيلة، يمكن القول أنه من الضروري تشجيع هذه المؤسسات على تطبيق نظم محاسبة الموارد البشرية و هذا نظرا لتوفر مبررات و مبادئ و قواعد تطبيقها، و محاولة التغلب على صعوبة قياس المنافع المستقبلية للموارد البشرية.⁴² مع الإشارة إلى قلة الدراسات التي تناولت مقياس التصنيف السلوكي المركزي و تقييم 360 درجة في الجزائر، و مما سبق نلاحظ أن هناك صعوبات مختلفة تحول دون تطبيق الممارسات الحديثة في عملية تقييم الأداء في الجزائر، و هذا ما جعل أغلب المؤسسات تكتفي بالممارسات التقليدية.

4.3 تعويض الموظفين:

تعتبر التعويضات و الحوافز من المحددات الأساسية للسلوك الإنساني داخل المؤسسات، لذلك و جب الاهتمام بها لتحسين سلوك و أداء الموارد البشرية. فحسب دراسة أجريت في مؤسستين صناعيتين، نلاحظ من خلال النتائج أن المؤسسة الخاصة تتميز بضعف الحوافز المادية بينما المؤسسة العمومية تتجه إلى المتوسط، أما فيما يخص الحوافز المعنوية فقد بينت النتائج أنها متوسطة عند كلي المؤسستين، و خلاصة القول أن المؤسستين تمنحان حوافز مادية و معنوية تتماشى مع ما هو شائع في السوق الجزائري.⁴³ و في دراسة أخرى يتضح أنه رغم تنوع جملة الحوافز المادية و المعنوية في الإدارة العمومية الجزائرية إلا أن نظام الحوافز و التعويضات لا يتميز بالفعالية الكافية لتحريك الدافعية، توجيه السلوك و تحقيق الرضا الوظيفي، حيث يتعلق القصور في هذا النظام بالمرونة و التجديد.⁴⁴ و مقارنة بما هو موجود في العالم فالجزائر ما زلت تعاني من تأخر في نظام الحوافز و التعويضات سواء المادية أو المعنوية و ما زالت تطبق ممارسات تقليدية ثابتة و غير مرنة. و بعد اتجاه الجزائر نحو تطبيق سياسة التقشف و تقليص النفقات، تذييل متوسط ما يتقاضاه الموظف الجزائري الترتيب العربي.⁴⁵

4. خاتمة:

جاءت هذه الدراسة أساسا للتعرف على الممارسات الإدارية الحديثة في مجال إدارة الموارد البشرية من خلال الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع، بالإضافة إلى الكشف عن واقع تطبيق هذه الممارسات في المؤسسات الجزائرية من خلال الدراسات المحلية. انطلاقا مما سبق نجد أنه من الضروري التوجه نحو الممارسات الإدارية الحديثة في مجال إدارة الموارد البشرية كبديل للممارسات التقليدية، قصد تحقيق الأداء الوظيفي المتميز و بالتالي تحقيق أهداف المؤسسة. و من جهة أخرى كشفت الدراسة على أنه بالرغم من توجه الجزائر نحو "الجزائر الالكترونية"، إلا أن المؤسسات

الجزائرية لم تحقق تقدما كبيرا في هذا المجال و أن معظم المؤسسات الجزائرية لازالت تعتمد على الممارسات الإدارية التقليدية و من بين الاقتراحات التي من شأنها تطوير وترقية هذه الممارسات نذكر ما يلي:

- رسم رؤية مستقبلية واضحة لتطبيق الممارسات الإدارية الحديثة خاصة في مجال إدارة الموارد البشرية.
- تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من أنظمة المعلومات وشبكات الانترنت وغيرها.
- ضرورة العمل على نشر الثقافة الالكترونية وتوعية المواطنين والعاملين بأهمية تطبيقها.
- الاستفادة من خبرات الشركاء الأجانب في مجال الإدارة الحديثة.

5. قائمة المراجع:

- ¹ Becker, B. E., Huselid, M. A., & Ulrich, D. (2001). *The HR Scorecard: Linking People, Strategy, and Performance*. President and Fellows of Harvard College.
- ² Mildred Golden, P., Pryor, M. G., White, J. C., & Toombs, L. A. (2008). *Strategic Quality Management, A Strategic Systems Approach to Continuous Improvement. New Guinea: an analytical evaluation*”. (A. G. AusAID, Ed.) Dame Publishing.
- ³ Storey, J. (1995). *Human resource management : a critical text* . London ; New York: Routledge.
- ⁴ Kavoo-Linge, T. (2015). application of modern human resource management practices by women sme owner/managers in kenya. *JOURNAL OF LANGUAGE, TECHNOLOGY & ENTREPRENEURSHIP IN AFRICA vol.6 No.1* , 16-34.
- ⁵ Zheng, C., O’Neill, G., & Morrison, M. (2009). Enhancing Chinese SME performance through innovative HR practices. *Personnel Review, Vol. 38 Iss 2 pp* , 175-194.
- ⁶ (2012). E-RECRUITMENT: A ROADMAP TOWARDS E- HUMAN RESOURCE MANAGEMENT. *Journal of Arts, Science & Commerce Vol.– III, Issue–3(2)* , 33-39.
- ⁷ Ibid
- ⁸ Goldsborough, R. (2000). Job hunting on the internet . *Link-Up, Vol. 17, No. 6* , 23-25.
- ⁹ Dhamija, P. op.cit, p34
- ¹⁰ Zaheera. K.M, A., Khan, N., & Senthilkumar, C. (2015). E-Recruitment: Criteria for its Effectiveness and Modern Trends. *International Journal of Business Administration and Management Research Vol 1(3)* , 10-14.
- ¹¹ Sheth, S. (2010, 10 06). *employer articles*. Retrieved 03 10, 2019, from Hcareers: <https://www.hcareers.com/article/employer-articles/mobile-recruitment-whats-the-buzz-about>.
- ¹² Robin Epstein و Gangaram Singh .(2003) .Internet recruiting effectiveness: evidence from a biomedical device firm .*Int. J. Human Resources Development and Management, Vol. 3, No. 3* ، .225-216
- ¹³ Cole, G. (2004). *Management Theory & Practice*. London: BookPower.
- ¹⁴ Mellam, A. C., Rao, P. S., & Mellam, B. T. (2015). The Effects of Traditional and Modern Human Resource Management Practices on Employee Performance in Business Organisations in Papua New Guinea. *Universal Journal of Management 3(10)* , 389-394.
- ¹⁵ DeCenzo, D. A., & Robbins, S. P. (2001). *Human Resource Management*. USA: John Wiley & Sons.
- ¹⁶ Armstrong, M. (2006). *A Handbook of Human Resource Management Practice*. London: Kogan Page.
- ¹⁷ Mellam, A. C., Rao, P. S., & Mellam, B. T. op.cit, p 390

- ¹⁸ Pollard, E., & Hillage, J. (2001). *Explaining e-Learning*. UK: Institute of Employment Studies, Report No 376.
- ¹⁹ Armstrong, M. op.cit, p584.
- ²⁰ Venclová, K., Šalková, A., & Koláčková, G. (2013). Identification of Employee Performance Appraisal Methods in Agricultural Organizations. *Journal of Competitiveness Vol. 5, Issue 2* , 20-36.
- ²¹ Mellam, A. C., Rao, P. S., & Mellam, B. T. op.cit, p 390.
- ²² Venclová, K., Šalková, A., & Koláčková, G. op.cit, p 4.
- ²³ Venclová, K., Šalková, A., & Koláčková, G. op.cit, p 5.
- ²⁴ Islami, X., Mulolli, E., & Mustafa, N. (2018). Using Management by Objectives as a performance appraisal tool. *Future Business Journal 4* , 94-108.
- ²⁵ Peter F Drucker .(1954) .*The practice of management* .New York: Harper & Row.
- ²⁶ Tripathi, R. (2016). Assessment Centers: Benefits and Shortcomings. *International Journal of Emerging Research in Management & Technology ISSN: 2278-9359 (Volume-5, Issue-2)* , 31-34.
- ²⁷ Campbell, J. P., Dunnette, M. D., Arvey, R. D., & Hellervik, L. V. (1973). The development and evaluation of behaviorally based rating scales. *ournal of Applied Psychology, 57(1)* , 15-22.
- ²⁸ Mondy, R. W. (2010). *Human Resource Management (11th ed.)*. Harlow: Pearson.
- ²⁹ Rogers, E., Rogers, C. W., & Metlay, W. (2002). Improving the Payoff from 360-Degree Feedback. *Human Resource Planning Vol. 25 Issue 3* , 44-54.
- ³⁰ Robert Albanese .(1978) .*Managing: Toward Accountability for Performance* .Richard d Irwin.
- ³¹ patra Ramakanta ،Khatik S.K و ،Kolhe Mohanlal .(2003) .Human resource accounting policies and practices: a case study of Bharat Heavy Electricals Limited, Bhopal, India .*Int. J. Human Resources Development and Management, Vol. 3, No. 4*.295-285 ،
- ³² Dessler, G. (2006). *Human Resource Management, 11th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- ³³ Mellam, A. C., Rao, P. S., & Mellam, B. T. op.cit, p 390.
- ³⁴ nationale, R. (2013, 02 02). *Le e-recrutement progresse en Algérie*. Consulté le 03 13, 2019, sur liberté: <https://www.liberte-algerie.com/actualite/le-e-recrutement-progresse-en-algerie-118985>.
- ³⁵ Khaled, B. (2012). *L'E-recrutement*. Consulté le 03 13, 2019, sur dziri: <http://www.dziri-dz.com/?p=4766>
- ³⁶ بو عبد الله ودان، و محمد البشير مركان. (2015). واقع المعالجة الإلكترونية لعملية التوظيف في الجزائر (التوظيف الإلكتروني). مجلة دفاتر بوادكس العدد رقم 03 ، 205-221.
- ³⁷ لحسن بو عبد الله. (2010). حتمية التكوين المستمر لتطوير الموارد البشرية وتنميتها في ظل التغيرات الاقتصادية. تنمية الموارد البشرية ، المجلد3، العدد5 ، 2-14.
- ³⁸ نعيمة بوسوسة. (2017). دور التدريب في مرافقة المسارات المهنية دراسة حالة التدريب التحويلي بشركة سوناطراك. المؤسسة ، المجلد6، العدد6 ، 237-255.
- ³⁹ أبو بكر بوسالم، وأسماء وناس. (2016). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التدريب الإلكتروني دراسة ميدانية في مؤسسة "asmidal" فرع "fertial". مجلة التنظيم والعمل، المجلد5، العدد2 ، 89-98.
- ⁴⁰ فلة رمادة. (2017). تقييم فعالية نظام تقييم الاداء الوظيفي دراسة ميدانية في مؤسسة التكوين في مجال الكهرباء والغاز، البليدة. مجلة دراسات نفسية وتربوية ، 251-274.

- ⁴¹نعيمة زعرور، سميرة هيشر، وسهام موفق. (2017). متطلبات تطبيق مراكز التقييم كآلية لتقييم المهارات بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية -دراسة حالة مؤسسة التمور والمنتوجات الزراعية والغذائية طولقة-. مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة المجلد 2، العدد 2، 51-81.
- ⁴²سمية ناصري، وبشيرزناقي. (2017). تطبيق نظم محاسبة الموارد البشرية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - المؤسسات العاملة بولاية المسيلة نموذجا-. مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة، المجلد 2، العدد 1، 100-129.
- ⁴³علي غربي. (2016). الحوافز الإيجابية في المؤسسة الصناعية الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسستين صناعيتين (خاصة وعامة). مقاربات المجلد 4، العدد 3، 58-70.
- ⁴⁴جبار بوكثير. (2014). فعالية نظام تحفيز العاملين لدى الإدارة العمومية الجزائرية وفق نظرية ماسلو "maslow" للحاجات - دراسة حالة. مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية المجلد 7، العدد 1، 111-128.
- ⁴⁵الفجر. (11 09، 2017). متوسط راتب الموظف الجزائري لا يتعدى 33 ألف دج شهريا. تاريخ الاسترداد 15 03، 2019، من جزييس: <https://www.djazairess.com/alfadjr/371741>

SMEs and the challenge of internationalization: challenges of resistance and support strategies**Nassima Bouri**¹**University of Oran 2, nassimabouri@rocketmail.com***Received: 02/04/2019**Revised: 13/06/2019**Accepted: 30/06/2019***Abstract**

The majority of analyzes on the Algerian economy evoke the increasingly important role played by SMEs in the economic growth of the country. These continue to be the source of most new jobs, improving economic competitiveness. As an organized economic institution, its growth will depend on its ability to withstand the movements of an uncertain economic environment that weakens it. Its survival is a function of resistance to the considerable strengths and opportunities of competition and to intercept new local and international markets.

Key words: SMEs, internationalization, growth, competitiveness, globalization, export, SME support structures.

Jel Classification: L32, O19, F43, D41, F23, F13, G21.

Résumé

La majorité des analyses sur l'économie algérienne évoquent le rôle de plus en plus important joué par les PME dans la croissance économique du pays. Elles continuent à être à la source de la plus grande partie des nouveaux emplois, de l'amélioration de la compétitivité économique. En tant qu'une institution économique organisée, sa croissance dépendra de sa capacité à résister aux mouvements d'un environnement économique incertain qui la fragilise. Sa survie est une fonction de résistance face aux atouts et aux opportunités considérables de la concurrence et à intercepter de nouveaux marchés locaux et internationaux.

Mots clés : PME, internationalisation, croissance, compétitivité, mondialisation, exportation, structures d'appui à la PME.

Jel Classification: L32, O19, F43, D41, F23, F13, G21.

¹ Associate Professor – Class A – Higher School of Economics – Oran - University of Oran 2. LARAFIT Laboratory. Email: nassimabouri@rocketmail.com

1. Introduction

The subject of internationalization of small and medium-sized enterprises has inspired a considerable and quite fertile literature, in the light of the work claimed by several researchers, such as; (Boutary, M, Monnoyer, M. C, and -Pierre, Josée, S, [2006]), (Fernandez and Noël [1994]), and (Perrault JL, and J. ST Pierre, [2010]), Marchesnay [1993], Torres [1994]). Thus (Julien and St-Pierre, [2009]). Gradually, this subject has gathered a scientific community recognized in precision and specificity.

Moreover, Fernandez and Noël [1994] explain the success of globalized SMEs by the existence of hyper-segmented markets of specific products, difficult to reach by large companies that instead invest in standardized and homogenized markets. These micromarkets that do not offer great growth potential can be very interesting opportunities for small and medium-sized companies (K. Assala [2006]). But, on the other hand, and as has been shown in previous studies, doing business abroad is more complex than trading only in domestic or local markets for a variety of reasons. The lack of proximity, the language, the culture, the ways of doing things are all factors that can slow down the international development of SMEs or, at least, make it less rapid than national development (Boutary, M, Monnoyer. C, and -Pierre Josée, S, [2006]).

This clear contradiction has led us to split the response by the use of specialized agencies, and as noted in the introduction of the OECD [2000] report on SME access to international markets, there is little precise data on trends in the international activity of SMEs. But the first observation is that of the weak commitment of these companies in international activities. Only 20% of European SMEs are involved in exporting. Doing business abroad is more complex than trading on national or local markets (St-Pierre, 2003). Preference is often given to the domestic market, or to those of the same culture or language (Boutary, [2004], Rutashobya and Jaensson, [2004]).

This element, which in turn gains access to the globalization of SMEs. It allows discerning SMEs face the challenge of internationalization, but, after a lighting of the concept of internationalization, and a presentation of a typology of SMEs in the face of globalization, as well as the various structures supporting SMEs in Algeria.

2. Definition of internationalization

"The internationalization of a company is understood as the intrusion of a firm on territories geographically, culturally, economically and legally different from those of its national market from which they are separated by multiform borders (tariff, sanitary, fiscal, and regulatory) "¹.

Also, "It is now well known that changes in recent decades in the global economic environment explain why fewer SMEs, whether in developed economies or those of developing countries can continue to stand away from the international markets. Many of them are supplied directly or through regional intermediaries in foreign markets or buy equipment coming from across the globe. While others are taking advantage of the opening borders to offer their products in one or more of the countries near or far, with imports and exports often going hand in hand "(Holmlund et al., [2007]).

3. Causes of internationalization

The decision of internalisation can take place according to various causes, of which Bourguinat, [1982] classified them in: technical, economic or political "².

3.1. The technical causes

- Development of international transport (lower costs and transport time);
- Improvement of the means of communication (the Internet which allows in real time to the four corners of the planet);
 - Importance of unevenly distributed technological know-how;
 - Increase of production capacities.

3.2. Economic causes

- Qualification of the different workforce according to the countries;
- Different wage level unlike countries (China: factory of the world thanks to its competitive and competent workforce);
- Saturation of demand in industrialized countries;
- Unequal allocation of productive resources to countries (Under the pressure of Chinese demand, the price of steel on international markets is rising);
- Partial standardization of consumption patterns.

3.3. Political causes

- Reduction of customs barriers;
- Reduction of non-tariff barriers;
- Dominant ideology of free trade;
- Creation of free trade zones and economic communities;
- Incentives of the public authorities.

In addition, one can unveil for this purpose, the causes encouraging the company to internationalize, but under another form you; it is the one entitled "the motivations for the internationalization of companies". In this respect, the company's destination in general, or the SME in particular, can be illustrated, accompanying a range of motivations, of which Joffre, 1994, has stated alization process is access to new markets³.

that "the most popular motivation for launching enterprise in an internation

4. A typology of SMEs facing internationalization

In many reports or scientific articles, a hasty causality is often posed between export and performance: export performance. For example, a Canadian study attempts to identify "capabilities as determinants of export performance and behavior" (Lefebvre and Lefebvre, [2000])⁴.

This logic of export as revealing performance is a widespread approach, one of whose objects is to respond either to government impatience in terms of trade balance, or looking for external opportunities when the macroeconomic situation domestic is unfavorable. This kind of approach has the disadvantage of diverting us from the analysis of SMEs themselves, to see them only through the prism of export intensity, which prioritises and qualifies SMEs based on this criterion. unique (Perrault JL, and J. ST Pierre, [2010]).

"The internationalization strategies of SMEs have already undergone changes in their response to globalization. Export as a gateway to foreign markets remains important, however in the last ten years, the activity of internationalization of SMEs is become more diversified "(Werner, [2002]).⁵

As a result, several authors have contributed to the lighting of this kind of approach; according to Perrault JL, and J. ST Pierre, [2010], the researchers endeavored to take into account the different types of operations and the different types of organization that could contribute to the global integration of these companies: subcontracting, alliance, export group, etc. ; what Julien and

Morin call direct and indirect behaviors with regard to globalization (Julien and Morin, [1995]). Perrault J.L, and J. ST Pierre considered that these studies are now old, but they have retained a strong analytical capacity.

Indeed, the authors cited the work of Torres, to enrich the contribution, they see that in the context of an original typology, Torres opposed a market space, concept that covers the scope of the market of a local SME in the world, in the area of operation, which refers to the origin, from the local to the global as well, of the resources necessary for the creation of value in the company; this has been claimed and demonstrated by (Torres, [1994], Torres and Leyronas, [1996]). Torres derives a typology in four groups of SMEs. Its typology describes several levels of integration of SMEs into globalization.

On this analytical basis, Julien has enriched this typology, by introducing the behavior of SMEs to a need, more or less affirmed, of global integration (Julien and St-Pierre, [2009]). In other words, he claimed to introduce strategic modalities of internationalization. Thus, he proposed to add the SMEs that stand back from globalization and the SMEs that indirectly reach the global market, either in networks or in portage, an approach that was deepened by Julien and Morin, [1995] across analysis of strategic choices (Perrault JL, and J. ST Pierre, [2010]).

In addition, because they are strongly related to the personality of the entrepreneur and its path, including the smallest (less than five employees) who represent nearly 70% of firms. It is therefore not natural for SMEs to think globally about large companies that, by definition, must act on a large number of markets to sell their products. In addition, many of them do not want or cannot go international because their small size is sufficient to achieve the goals of their creator (Walker and Brown, [2004]) or, again, because they do not consider have the means to expand into other markets (Julien and Marchesnay, [1992]).

Only a small number of SMEs, especially those seeking growth, efficiency and cost efficiency, in particular to reduce their costs, or who follow their customers in international markets, see the international market as an opportunity if not a necessity. Even SMEs that buy imported materials or products often do so through national distributors without knowing that they come from outside the borders (Julien and St-Pierre, [2009]).

Julien and St-Pierre, [2009] divided SMEs into six groups according to their needs for resources from outside the borders or their sales in supranational markets. According to these authors, this classification distinguishes SMEs according to the type of market covered or used, the strategy followed by their management, and their direct or indirect links with other firms operating in international markets. It is based on figures exploited from the elaborated studies.

✓ **SMEs more or less escaping globalization**

About a quarter of SMEs (or more than 50% in developing countries), especially smaller ones, operating in niches protected by geographical distance or by demand related to local needs or offering personal services to the population and to very small businesses, escape completely if not most of this globalization. Above all, they come from face-to-face or socio-cultural relations that are not very subject to international benefits (Julien and St-Pierre, [2009]).

✓ **SMEs acting mainly locally or regionally and passively towards globalization**

According to Julien and St-Pierre, this group of SMEs includes; small printers, machine shops, travel agencies, neighborhood garages and used parts dealers, dance and martial arts schools, home improvement and decorating companies, 50% of real estate agents, florists, photographers, small regional general truckers, custom furniture manufacturers, etc., representing another 30%

(40%) of SMEs. SMEs operating mainly locally or regionally and passively in the face of globalization are represented in the south-west quadrant, they operate on a local market, and buy a small part of their raw materials or products on the market. International markets or intermediaries located in the region.

✓ **SMEs buying heavily in global markets**

This group of SMEs using international resources, responds to the needs of local and regional markets until the time foreign firms or chains decide to open their own stores or their own distribution system. Julien and St-Pierre, [2009], consider it to be about 10% of SMEs, including specialized businesses, many of whose products come from imports, a number of small and medium-sized manufacturing SMEs to serve their needs. Other firms in the regions, some of the health services in the private sector or major medicines, and the public works firms in the regions.

✓ **SMEs linked to medium or large exporting companies**

"There are a number of SMEs, including medium-sized enterprises that act for larger exporting firms, either for service delivery such as electricity and electronics firms for equipment maintenance, or as management consulting, human resources or implementation of new quality standards, either to produce parts for assembly companies of complex products "(Julien and St-Pierre, [2009]). These authors estimated the number of these firms at about 10% of SMEs, or less than 5% for developing countries. According to Knudsen and Servais, [2007], these are most often strong importers of raw materials or complex knowledge and equipment for the needs of their principals.

✓ **SMEs with low exports**

The present group is represented according to these authors in the southeast quadrant represents, in addition to their regional or national market, or 15% (5%) of SMEs, which has been illustrated by (Roubaux, 2007) . Thus, "low-exporting SMEs export to one or two countries relatively close geographically or culturally, to a greater or lesser extent, less than 15% of their production." Among these firms, there are sporadic exporters, reacting to unsolicited external orders and in the same way that they respond to domestic customers "(Julien et al., [1997]). »They do not have a fixed strategy to export and do not dedicate any particular resources to do so" (Julien et al., 1997).

On the other hand, "SMEs are deliberately exporting in order to expand their market as their capabilities grow, while at the same time cautiously pursuing their primary customers," a close market before spreading, following the defensive principles

✓ **Global SMEs**

The positioning of SMEs in an international network resides in the north-east quadrant, most often coming from industrialized countries, operating in several countries, either because of their specific characteristics or because of a deliberate strategy. This group represents less than 5% (1%) of SMEs in most industrialized countries (Roubaud, [2007]). Thus, we find here the very early exporters, the product more or less unique and which requires many small markets here or there to be profitable and thus international contacts for very typical purchases (Oviatt and McDougall, [1995]; [2008]).

Finally, Julien and St-Pierre closed this analysis with the contributions of (Woodcock, Beamish and Makino, [1994], Terjesen, O'Gorman and Acs, [2008]), who found that these "globalized" SMEs use various means to position oneself in various markets other than direct or

indirect export by agents, such as subsidiaries or joint ventures with local entrepreneurs or various forms of alliances (Julien and St-Pierre, [2009], P 4).

5. Export Support Organizations for Algeria

A real interest was developing for these economic entities and "appeared in the early 90's as a result of liberal economic reforms" (Kerzabi A and Saidani, M [2009]), and is justified by "reasons related to their weight. in the service economy and the reconfiguration of the productive system following the successive crises of the large organizations of the Algerian model and the soaring unemployment, especially among young people, increasingly attracted by the adventure abroad "(Madoui and Boukrif [2009]).

Moreover, it is not surprising that this vulnerable world is from the outset a dual challenge, that of evolving in a local environment still unstable due to the unfinished economic transition, and having to find a place in an environment now world. The purpose of setting up these structures is to strengthen the economic activity of SMEs in the face of the challenge of internationalization.

5.1. The Algerian Society of Fairs and Exports (S.A.F.E.X)

The S.A.F.E.X is a corporation per share created on December 24, 1990 through the amendment of the former (O.N.A.F.E.X)⁶. Indeed, this mission:

- The organization of fairs, trade fairs and exhibitions of a regional, national and international nature;
- The organization of Algerian participation in commercial events abroad;
- The agreement of assistance to economic operators in the field of international trade, in particular through business relations with foreign partners, the extension of export procedures, economic and commercial information, the organization of professional meetings and seminars;
- Publication of commercial and advertising catalogs.

5.2. The National Association of Algerian Exporters (A.N.E.X.A.L)

In order to defend the interests of Algerian exporters and facilitate their activities, thus raising awareness among all economic stakeholders on the need to export non-hydrocarbons, A.N.E.X.A.L was created on June 10, 2001. It is responsible for:

- Consolidate Algerian exporters to create a privileged listening space, a consultation and proposal force and an interface between exporters, agents involved in this field (customs, banks, insurance companies, freight forwarders, transporters, etc.) and authorities public;
- Participate with the public authorities in defining and implementing a non-hydrocarbon export development strategy;
- Develop relations of collaboration and exchanges with similar foreign associations;
- Undertake relevant, transparent and precise actions to enable all members to contribute actively, through their experience and knowledge on the ground, to the improvement of the regulatory system governing exports.

Thus, it is responsible for the following services, in the context of its activities:

- The orientation and assistance of economic operators;
- The collection and dissemination of information of an economic and commercial nature;
- The connection to international information networks;
- The multiplication of business opportunities;
- The organization and the animation of trainings relating to the essential techniques in the export activity;

- Organization and participation in specialized fairs and exhibitions in Algeria;
- Technical assistance in upgrading the production apparatus to ensure the development of the export capacities of national operators.

5.3. The Algerian Office for Promotion of Foreign Trade (P.R.O.M.E.X)

In order to promote the country's foreign trade and contribute to the growth of non-hydrocarbon exports, the Algerian Office for Promotion of Foreign Trade was created by the provisions of Executive Decree No. 96-234 of 01 October 1996⁷.

Its main missions are:

- To establish and manage legislative and regulatory databases on foreign trade of Algeria and partner countries;
- Collect, process and disseminate information on standards in force in international trade operators;
- Analyze the structural situations of world markets, relating to exportable goods and services and elaborate sectoral and global market studies;
- Establish business relations between national economic operators and foreign companies at national and international trade fairs and events;
- Participate in the development of the national export promotion strategy and its implementation;
- Providing economic operators with an exporter's guide, an export product directory, an exporter file, and databases on various aspects of foreign trade.

5.4. The Algerian Chamber of Commerce and Industry (C.A.C.I)

The Algerian Chamber of Commerce and Industry, a commercial and industrial public establishment created by Executive Decree No. 96-94 of 03 March 1996⁸. Indeed, it is made up of chambers of commerce and industry, distributed throughout the national territory. It for missions⁹ to make available to its members:

- A database of all Algerian companies (contact details, activity, manufactured products, etc.);
- The certification of commercial documents (invoices, certificates, etc.);
- The visa of certificates of origin of goods intended for export;
- The issuance of ATA Carnets, which allows companies to post bonds required by the customs of many countries during the temporary animation of professional equipment or goods intended for exhibition in commercial events;
- The search for foreign partners through the B.R.E (Business Reconciliation Bureau) initiated by the European Union;
- Training and development of company staff in various training programs related to their activities (marketing, customs, accounting, etc.);
- The provision of an important documentary background (foreign journals, books, statistics, newsletters, etc.);
- Assistance and advice in the areas (tax, customs and regulatory, etc.);
- The organization of exhibitions, trade missions abroad, meetings between Algerian and foreign businessmen.

5.5. The Algerian Export Guarantee Insurance Company (C.A.G.E.X)

The Algerian Export Guarantee Insurance Company is a Joint Stock Company created by notarial deed on December 3, 1995 in charge of the management of the new credit insurance system. In this context, and moving the fulfillment of this idea, the ordinance N ° 96-06¹⁰ instituted

the credit insurance, thus the executive decree N ° 96-235 of July 02, 1996 fixed its rules of operation. Indeed, its missions are:

- To make available to companies a set of credit insurance products:
- The insurance policy for prospecting, fairs and exhibitions: With a rate of 60%, this credit insurance product covers the risks of non-amortization of the company's expenses related to participation in the fairs or exhibitions envisaged. Indeed, it is intended for exporters and companies wishing to prospect new markets;
- The buyer credit insurance policy: This product guarantees major export contracts and medium-term buyer credit financing;
- The global insurance policy: With a rate of 80%, this credit insurance product guarantees overall repetitive or current export-related sales, it particularly affects companies that market consumer goods and products, equipment and services, the duration of which does not exceed 180 days;
- The individual insurance policy: With a rate similar to the previous policy, the individual insurance policy covers one-off export transactions, capital goods, works contracts or services.

6. Conclusion

In this logic, it should be noted that the majority of analyzes on the Algerian economy evoke the increasingly important role played by SMEs in the economic growth of the country (CNES, [2001]). They continue to be the source of most of the new jobs (OECD, [2005]), improved economic competitiveness (Conway, [2005]) and local development (Nolan, [2003]), and that one of their main characteristics is their heterogeneity, not only because they often respond to thousands of small local markets that are different from one another (Jaouen and Torres, [2008]).

Notwithstanding its growing importance, we must not lose sight of the fact that the Algerian SME, as an organized system, its growth will depend on its ability to withstand the onslaught of this economic environment that weakens it. Its survival is a function of its ability to resist competition and to intercept new local and international markets, in front of actors who have considerable assets and opportunities.

7. Bibliographical references:

• Books

1. Bouyacoub. A, (2004), "Small and Medium Enterprises in Algeria: What Realities? In, Entrepreneurs and SMEs; Algerian-French approaches ", editions: The harmattan, P 75-94.
2. Dhaoui. M. L (1996), "Upgrading and competitiveness", Edition: Arabesques, Tunis.
3. Hamdan. Salah, (2001), "Formulation of the plan of upgrade", documentary file, INPED 22-25 April, Algiers.
4. Lamiri Abdelhak, (2003), "The upgrade: Challenges and practices of Algerian companies", Review of Commercial Sciences and Management, No. 02, ESC Algiers.
5. Lamiri. Abdelhak, (2003), "The upgrade: Challenges and Practices of Algerian Enterprises". In Mahiou. Ahmed and Henry. Jean Robert: "Where is Algeria going? ", Karthalé Publisher.
6. Lamiri. Abdelhak, (2003), "Information Management, Recovery and Upgrading of Enterprises", Office of University Publications Editions, Algiers.

7. Velp. O, "There is a commitment for the upgrade", PME Magazine of Algeria, N ° 35, February, 2006.

- **Journals**

1. Abedou Abderrahmane & Bouyacoub Ahmed & Kherbachi Hamid, (2013), "Entrepreneurship in Algeria 2011", Global Entrepreneurship Monitor (GEM), GIZ (Germany) CREAD (Algiers), January, 125 pages.
2. Dhaoui. M. L, (2003), "Restructuring, Upgrading and Industrial Competitiveness", In Proceedings of the International Seminar: "Strategic Diagnosis for the Upgrading", May.
3. Madoui. Mohamed and Boukrif. Moussa, "The Vulnerability of VSEs and SMEs in a Globalized Environment", 11th Scientific Days of the Entrepreneurship Network, May 27th, 28th and 29th, 2009, INRPME, Trois-Rivières, Canada.

- **University dissertations and theses**

1. Aissani. Nadjet, (2005), "The policy of support for SMEs and their role in economic development in Algeria" Memoir of Magister in Economics, University of Oran.
2. Bouri. N, (2012), "Competitiveness and Upgrading of SMEs: Logic and Results? Magister's thesis in Economics and Management.

- **Official documents**

1. Ministry of Industry and Investment Promotion, (2008), "Draft Strategy and Upgrade Policies", internal document, November.
2. Ministry of Industry, Small and Medium Enterprise and Investment Promotion - ANDPME, (2011), "The Nomenclature of Expenditure: Financial Aids for the National Upgrade Program", Internal document, P 1-3.
3. Ministry of Industry, Small and Medium Enterprise and Investment Promotion, (2012), "SME Statistical Information Bulletin, No. 21".

8. Renvois :

¹ Lemaire. J. P, "Strategies of internationalization", Dunod, Paris, 2003, P 209.

² Bourguinat. H, "Internationalization and decision-making autonomy", Economica, Paris, 1982, P 156.

³ Joffre. P, "Understanding the globalization of business", Economica, Paris, 1994, P 68.

⁴ Lefebvre. É, and Lefebvre. L. A, "SMEs, Exporting and Job Creation: An Analysis at the Enterprise Level", Industry Canada Research Publications Program, Montreal, 2000 P 4.

⁵ Lefebvre. É, and Lefebvre. L. A, "SMEs, Exporting and Job Creation: An Analysis at the Enterprise Level", Industry Canada Research Publications Program, Montreal, 2000 P 4.

⁶ (O.N.A.F.E.X): National Office of Fairs and Exports.

⁷ The official newspaper N ° 58, of October 06, 1996.

⁸ The official newspaper N ° 16, from 06 March 1996.

⁹ LICCAL review of the CACI, No. 136, Algiers, July 2002.

¹⁰ Ordinance N ° 96-06 of January 10, 1996 relating to Insurance Credit Export, J.O.R.A. No. 03, of January 14, 1996.

**Role Pioneering Organizations In Achieving The Fundamental Parameters
A Study Exploration For A Sample Of Staff In The Office Of Najaf Province**

DR. Abbas Mezeal Mushref Al Sahlani¹

University of Kufa/College of Administration and Economics, Abbas_muzel@yahoo.com

Received: 09/03/2019

Revised: 25/03/2019

Accepted: 30/06/2019

Abstract:

The purpose of the research is to demonstrate the role of Pioneering organizations dimensions (functional innovation, strategic flexibility, structural flexibility, entrepreneurial culture) in the intrinsic dependability measures (organizational learning, human capital, client capital). The survey was conducted and the questionnaire was analyzed for this purpose. The research community consisted of 30 directors and staff in Najaf Governorate. Responding to the lack of sample size, the sample community was adopted in full. The questionnaire consisted of (28) responder. Statistical Program (SPSS v.20) was used for analyzed data. After conducting the statistical analysis of the research data and hypotheses, the research reached a number of results, the most prominent of which is a significant effect of the intrinsically dependability in the fundamental narratives. one of the main conclusions of the study was that the Pioneering organizations play a major role in achieving the intrinsically dependability

Keywords: Pioneering organizations, intrinsically dependability

Jel Classification Codes: XN1, XN2.

Résumé:

L'objectif de la recherche est de démontrer le rôle des dimensions des organisations pionnières (innovation fonctionnelle, flexibilité stratégique, flexibilité structurelle, culture entrepreneuriale) dans les mesures de fiabilité intrinsèques (apprentissage organisationnel, capital humain, capital client). L'enquête a été réalisée et le questionnaire a été analysé à cette fin. La communauté des chercheurs comprenait 30 directeurs et employés du gouvernorat de Najaf. En réponse au manque de taille de l'échantillon, la communauté de l'échantillon a été intégralement adoptée. Le questionnaire était composé de (28) répondants. Le programme statistique (SPSS v.20) a été utilisé pour les données analysées. Après avoir effectué l'analyse statistique des données et des hypothèses de la recherche, celle-ci a abouti à un certain nombre de résultats, dont le plus important est un effet significatif de la fiabilité intrinsèque des récits fondamentaux. L'une des principales conclusions de l'étude était que les organisations pionnières jouent un rôle majeur dans la réalisation de la fiabilité intrinsèque.

Mots-clés: organisations pionnières, fiabilité intrinsèque

Jel Classification Codes: XN1, XN2.

DR Abbas Mezeal Mushref Al Sahlani: Abbas_muzel@yahoo.com

1. INTRODUCTION

The environment surrounding the organizations Permanent change, and not Stability, severity the competition, it is necessary, do organizations developing structures and systems, Methods of management and activities .Improve its intrinsic merit on the other.

Entrepreneurship is the activity that arises it runs a new organization for investment innovative and unique opportunity, launch with leadership foreign affairs. Technological, cultural and social changes on world level increased risk, and ambiguity for leading organizations in light of the fact that globalization and economic openness have caused intense competition among business organizations. today forecast markets how to achieve growth in the market and product development ,the role of the core competencies in achieving during organizational learning, significantly improve the performance of pilot organizations and enhance the capabilities and skills of employees and entrepreneurs, thereby strengthening the organization's leadership and core competencies encourage and motivate employees in order to provide the best products to customers, the client's capital reflects the nature of the relationship between the organization and its customers. divide the search into three sections. the first topic is the methodology of research and previous studies the second subject ,theoretical side of research, the third section deals with the practical aspect of research ,the research concludes with the most important conclusions and recommendations.

2. The Theoretical Framework

The second topic of the research is to present and discuss the theoretical frameworks of the leading organizations and the core competencies of the business organizations in the framework of the following paragraphs:

Entrepreneurial Corporation:

the organizations entrepreneurship today does not grow nor develop through the increasing number of employees , Growth and development through the continuous search for its resources locally and internationally, in a way that reduces the cost of goods and services produced by these organizations .

The term pioneering organizations includes the principles of initiation and growth. on the other hand, the main resource of these organizations is the accumulation of knowledge through their lives in the labor market. environmental factors such as business fluctuations and economic cycle (boom and deflation), whose effects are reflected in the efforts of leading organizations to approach the target markets. (Dettwiler et.al, 2006: 33).

As Lumpkin and Dess (1995: 135) show, leading organizations are linked to creativity and accept risk, practices and strategies. Leadership in general is a behavioral phenomenon in all small and medium-sized organizations towards sustainability, which ranges from high degree of leadership to leadership. Small and medium-sized entrepreneurial organizations are risky, creative and proactive. Small and medium enterprises avoid risks and are less creative .

There were different views on the concept of entrepreneurial organizations. Miller introduced a pioneering organization concept that had a marketing and entrepreneurial orientation as "an organization that undertakes to create a new marketing product, venture into risk-taking projects and always innovates and benefits its competitors." (Miller, 1983) (kuratko and Richard, 2001: 14) "is the organization that generates more business innovation and risk-taking capacity, and drives its people to innovate and innovate" (Robert and Juan, 2001) "is the organization that produces innovation, for new products or new production methods or new markets or new models

of business and entrances, and innovation comes from the new needs of customers, which results in added value to customers helping to achieve and satisfy their needs.

Carpenter Sander (2009: 405) defined it as "an organization that distinguishes opportunities, uses resources and has the ability to implement creative ideas for new risks." Griffin (2005: 305) defined it as the ability to organize, plan and reduce new risk losses. He noted the economic role played by leading organizations in the national economy and the probability of failure and success in these organizations is equal. Harvey & Donalde (2000: 9) aims to be leading organizations in evaluating business, defining their specifications quickly, recognizing quality, employee loyalty, customer orientation and independence, and can be briefly explained:

1 - speed: that is, the organization responds quickly to develop plans and solutions appropriate to the changes and conditions that are taking place in the internal and external in the speed of creativity and innovation.

2. Quality awareness: It means that the organization is fully committed to quality, whether products or services.

3. Perseverance of employees: It refers to the addition of a positive value to the entrepreneurial organization through human resources with competence, expertise, administrative capabilities, technical and loyalty to the organization.

4. Customer orientation: By meeting the needs and desires of current customers and maintaining their loyalty to the organization's products or services, and seeking new customers to acquire new markets to expand the market share of the organization.

5. Independence means giving powers and responsibilities to units to be more free to work.

Davidson (2000: 15) noted that it is "organizations that are working to create new risk and implement new technology" and divide it into two types:

1. organizations linked to innovation and growth.

2 - organizations related to the outputs of profitability and value added.

3. Pioneering organizations:

3.1. Job Creation:

Job creation is important for all organizations facing a changing competitive environment and has become the encouragement of job creation and motivation in the forefront of the goals pursued by many organizations. The importance of job creation has increased in light of the sharp competition between organizations, especially international competition, which increased the need for the organization to Creativity to avoid the danger of disappearing. (Al-Amayan, 2005: 389). Functional innovation is defined as "the adoption of new ideas or behavior, for the field of the organization's industry, its market and its general environment" (Daft, 1992).

3.2. Strategic Flexibility:

A. Strategic flexibility is defined as determining the organization's potential to rearrange its position on the market, change game plans, or eliminate its current strategies when the status of customers it serves (Harrigan, 1985: 60) is not as attractive as in the past. Which determines interaction with the environment in which it operates (Hurry, 1992: 212). Strategic flexibility is important: contribute to increasing the organization's ability to respond quickly to important changes occurring in the external environment. (Ussahawanitchakit & Sriboonlue, 2011: 162-165)

B. To generate the necessary resources to enable the Organization to survive during the crisis period.

C) Helping the organization to shift from one strategy to another, with minimal time, effort, cost or performance, and long-term commitment to resources and action plan.

(D) Enable the organization to respond to changes in the needs and desires of its customers through the continuous development of products and services to ensure that these needs and desires are better met (Zhang, 2006: 85-87) (Hitt et al., 1998: 22-42).

3.3. Structural Flexibility:

Means the ability of the institutional work system to change with the accompanying modern developments, which can also be achieved by merging internal divisions to work in teams that may lead to working sessions to develop new collective action plans, decentralized organizations show market developments from (Kirikova, 2006: 121) During the process of legal rationality that interferes with all levels of the institution and the various sections and functions therein, so the expansion of decentralization gave the decision-making power and different types of control mechanisms to appear interactively and the tendency to give direct supervision and increase democracy in the structural process of decision-making in the organization, And the creation of employees to express and apply their ideas, and to see managers and employees on their ideas without going through the hierarchical levels and thus create (Al tinay, 2004) sense of belonging to the organization.

3.4. Pioneering Culture:

The existence of organizational culture in the learning organization is essential in the framework of competition, which helps in innovation and rapid response to technological developments and environmental variables to achieve competitive dynamic merit. Leading organizations use organizational learning to create limited skills and resources, but innovation and creativity are not confused in finding products and services. (Hitt and others, 2001: 50). (Darity, 2007) noted that the concept of culture differs from country to country by education, and there is a role for women in achieving a Culture as well as economic development and reduce migration abroad to work towards ideas that have not received attention in the company so the organizations working to develop those skills in which individuals thus enhance their performance with competitors

4. Concept Of Core Competencies

Resource-based theory is an important source of the organization's competitive advantage, which lies in the internal resources of the organization, as well as the external environment. Competitive advantage depends on the unique resources and capabilities of the organization. The resource-based theory believes that some of the resources it possesses and controls (Boguslaskas & kvedaraviciene, 2009). The term "intrinsic merit" was used for the first time in a pioneering article in 1990 by Prahalad and Hamel, A research based on the intrinsic merit of manna Organization. In order to develop a coherent strategy, the organization must take into account its internal capacities to build and implement such a strategy, ie, the organization must identify its weaknesses and strengths from within to diagnose its strategic capabilities. Coyne et al. (1997) To each other and the knowledge inherent in the teams and groups and as reflected positively in the ability of the organization to carry out one or more necessary processes according to standard standards. " Wright et al. (1998: 21) believes that "it is skills, knowledge, technology and experience that gives a certain advantage to certain points in the value chain associated with strategic operations" (Jimm et al., 2003: 3) Coordinate and integrate available resources to create a source differentiation. They are also known as "resources or capabilities that are valuable, unique, difficult to imitate or costly to imitate, and irreplaceable" (Harrison & John, 2008: 50)

The dimensions of the fundamental dimensions:

(1)- Organizational learning:

Is the process of acquisition and dissolution of knowledge when the transfer of knowledge from one party to another seen this process as a knowledge flowing from the source to the learner through which the learner receives the material and recognizes it as new elements of knowledge, and examine the new elements to discover the validity or error and then accept or Finally, the elements of the new knowledge are dissipated by the learner by coding them, representing them and organizing them according to priorities "(Hijazi, 2005: 101).

The most important factors that lead to the interest of organizations in organizational learning are:

1. Organizational learning is an effective tool for finding and disseminating knowledge within the organization
2. New competition coming from multiple environments and traditions
3. The speed of development has increased the interest of companies in learning.
4. Human Capital:

Human capital represents individuals in the organization, the most important source of all capabilities and success ,the experience and training of workers represents fuel and creativity, workers are the most valuable asset, they demonstrate their commitment to the work environment and the potential to develop their talents to benefit the organization. workers are a source of competitive advantage and the organization provides a climate of mutual trust and respects the wishes of individuals.(kak,2004:3).

3- Customers Capital:

Is the capital that reflects the nature of the relationships that bind the organization with its clients,(Rawa,2005,367). the capital of the client is one of the basic components of capital knowledge, as it justifies the capital knowledge and turn it in the form of market value, and the performance of the organizers and there are several indicators of marketing capital, including:

- ❖ Marketing Capabilities.
- ❖ Market intensity.
- ❖ Customer loyalty indicators.. (Chen &Xian: 2004:201)
- ❖ Market share size.
- ❖ Retain existing customers

The value generated by the level of customer satisfaction and loyalty, suppliers and other external parties and the organization was able to build excellent relations with these parties

Methodology of research:

1-Research Problem:

Despite the rapid developments and complexities in the surrounding organizations and the rapid changes in them, still thinking of facing up, and the opportunities and threats that arise, in enhancing the competitive position and increasing the ability to discover new business opportunities, with the intention of investing, controls managers' thinking and decisions in most organizations. organizations to promote entrepreneurship and improve their core competencies to achieve growth and prosperity in their business. problem must be studied and discussed and the problem can be shaped by the following questions:

1. what is the degree to which the dimensions of pilot organizations are available in research centers?
2. to what extent do organizations have intrinsic merit from the point of view of the

respondents?

3. is there a significant correlation and significant correlation between the dimensions of the leading organizations and the exclusion of intrinsic merit?

2-Research Importance:

The promotion of leadership in organizations is shown to be innovative and technological ,excellence in providing the best products and services for the long term as well as improving the intrinsic merit. the importance of research through concentration, leadership is one of the contemporary administrative topics, which existing organizations must take into account. theme Fundamental themes help organizations to survive, develop and thrive.

2-Research Objective:

The research dealt with the theoretical and field aspects of the two variables(Pioneering organizations, core issues) and the relationship and impact between them to achieve the following objectives;

1. know the extent to which research centers agree on the impact of pioneering organizations on achieving intrinsic merit.

2- know the role of the moral influence of the dimensions of the leading organizations in building the fundamental frameworks.

3-Hypothetical Research Model:

The study problem was built on the idea of a research model, Search on two variables, the first variable is the pilot organization and is considered an independent variable, the second variable is the core and is considered a dependent variable, as shown in, Figure (1).

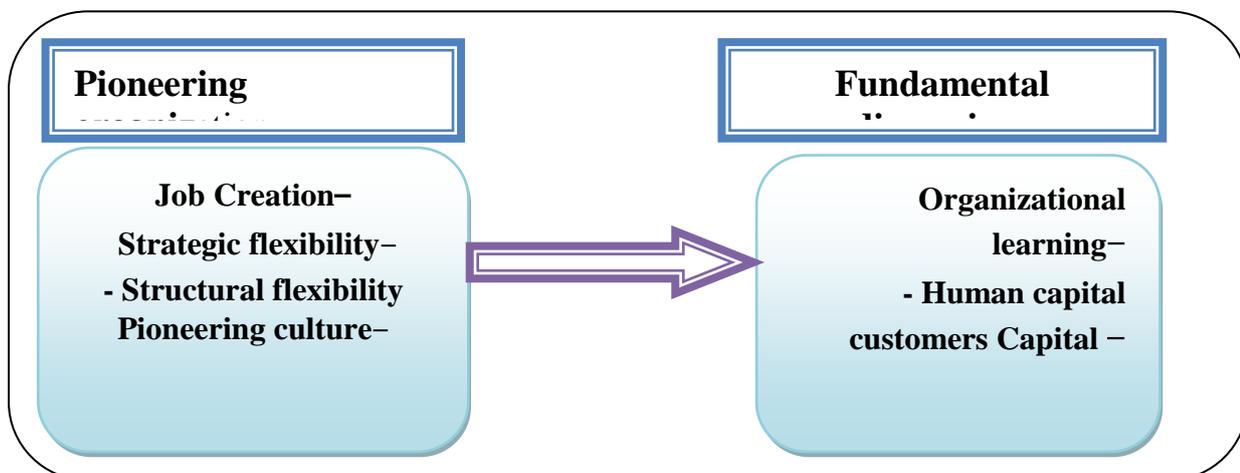


Figure (1) Formwork

Source: Prepared by the researcher

5-Research Hypothesis: in the problem and model research the following hypotheses were developed:

H1: There is a significant correlation between the leading organizations and the dimensions of the fundamental levels at the macro level.

H2: There is a significant correlation between the leading organizations and the core competencies at the macro level.

6- Border Research:

1. Scientific Boundaries: the scientific boundaries were focused on the study of the leading organizations and their dimensions, and the study of the fundamental dimensions and their dimensions.

2- The temporal boundary: the period of research study needed by the researcher to reach the results, which extended from (2/8/2017) until (3/10/2017).

3- Spatial boundaries: The researcher chose the Najaf governorate office as a research society. The sample of the research consisted of (30) respondents and 30 respondents were fully retrieved due to the limited size of the.

7- Search Metrics:

For the lack of applied research in analyzing the relationship between pioneering organizations and core competencies, the researcher tried to make a great effort in developing the measurement tool according to theoretical and procedural data, the instrument was used on(Likert) scale, (Fully agree = 5, agree = 4, neutral = 3, do not agree = 2, do not agree completely = 1) Table (1) Measurement instrument and approved sources.

Table (1) Standards approved in the research

T	Variables	Paragraphs	The basis for the formulation of paragraphs
1	Leading organizations	16	(Kuratko et al) ,(Hisrich,2010)
2	Substantive levels	12	(Macmillan & Tampoe2000)· (White 2004)

Source: Prepared by the researcher

ANALYSIS AND DISCUSSION:

The aim of this research is to test the relationships between the main and secondary variables of the research, which were diagnosed with two main hypotheses, and the simple correlation coefficient of Spearman. (Spearman's Correlation Coefficient). for the purpose of testing the first hypothesis and the second and sub-hypotheses and analysis of correlation between the variables of the study, and the research of correlation between the study variables of the two main hypotheses designed for this research, namely:

The first main hypothesis: There is a significant correlation between the independent variable and the dependent organizations and the dependent variable.

Table (2)

Table of variance analysis of regression, to test the validity of the multiple linear regression model related to the first main hypothesis.

		Leading organizations	Core competencies
Spearman's rho	Correlation Coefficient	1.000	.523
	Sig. (2-tailed)	.00	.003
	N	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). Source: Prepared by the researcher

The correlation between the leading organizations (the independent variable) and the intrinsic variables (dependent variable) is indicated by the level of significance of $0.01 = \alpha$ where the correlation coefficient of the pilot organizations is (1.000) and the main ones (0.523). The statistical significance (sig) (0.00) and for the core (0.03). The following table shows the test of the secondary assumptions of the first main hypothesis:

Table (3)

Correlation coefficients between the variables of the leading organizations and the fundamental variables of the tables.

Correlations

Variables of pilot organizations			Organizational learning	Human capital	Financial capital
Spearman's rho	Creative creativity	Correlation Coefficient	.025	.206	.498
		Sig. (2-tailed)	.896	.275	.005
		N	30	30	30
	Strategic flexibility	Correlation Coefficient	.104	.292	.555
		Sig. (2-tailed)	.586	.117	.001
		N	30	30	30
	Structural flexibility	Correlation Coefficient	.195	.031	.270
		Sig. (2-tailed)	.302	.871	.150
		N	30	30	30
	Pioneering culture	Correlation Coefficient	.103	.340	.577
		Sig. (2-tailed)	.589	.066	.001
		N	30	30	30

*Moral at 10.0= α Source: Prepared by the researcher

In the second main hypothesis: There is a significant significant correlation between the independent variable and the underlying organizations. To test the validity of the second major hypothesis of its incorrectness, a progressive linear regression analysis was used (Stepwise Multiple Linear Regression Analysis). Before testing, the validity of the multiple linear regression model should be validated. As shown in Table (12) below:

Table (4)

Table of variance analysis of regression, to test the validity of the multiple linear regression model related to the second main hypothesis.

Model		(Sum of Squares)	(d.f)	(Mean Square)	(F)	Sig.
1	Regression	.632	1	.632	9.224	.005 ^b
	Residual	1.917	28	.068		
	Total	2.548	29			

a. Dependent Variable: Substantive levels

b. Predictors: (Constant), Leading organizations.

1.40)=
 $(\alpha = 0.05$ at the moral level) (1.28) in terms of freedom of the numerator and denominator(f). It is clear from the results shown in the table that the calculated value of F (9.224) is greater than the

numerical value of (F) and the statistical value of (0.005) is less than the moral level (α) = 0.05, and the hypothesis was accepted: There is a significant effect at the level of 0.05 (α) for the leading organizations in terms of dimensions (functional creativity, strategic flexibility, structural flexibility, pioneering culture) Confirms the validity of the multiple linear regression model. To determine the effect of each dimension of the independent variable on the dependent variable, Me the results of multiple regression analysis on the second hypothesis The following table shows that.

Table (5)
Relationship between pilot organizations and core competencies

	Model	(Unstandardized Coefficients)		Standardized Coefficients	tCalculated	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.848	.273		3.108	.004
	Leading organizations	.447	.147	.498	3.037	.005

In the light of the regression equation, the constant is 0.848 (α). This means that there are intrinsic cadres of 0.848 when the value of the leading organizations is zero. (0.498 = β) indicates that a change of (1) in the pilot organizations will lead to a change of 0.498 in the dimensions of the fundamental parameters.

CONCLUSIONS:

The research reached several conclusions, the most important of which are:

- 1 - The results of the statistical analysis confirmed that the variables of the pilot organizations were able to achieve their objectives through the variables of the fundamental frameworks.
- 2 - The research indicated that the leading organizations are one of the factors that affect the organizational performance and this effect can be observed through the performance of workers.
- 3 - Departments still lack the technical, administrative and cognitive knowledge to develop leadership skills.
- 4 - The results of the study showed that the variable (pioneering organizations and intrinsic merit) has an important impact on the characterization of the organization and the absorption of developments in the market and monitoring the movements of competitors.
5. The existence of a relationship between the dimensions of the leading organizations (job creation, strategic flexibility, structural flexibility, entrepreneurial culture) and the dimensions of the fundamental dimensions of (organizational learning, human capital, client capital)

RECOMMENDATIONS:

The need for organizations to possess knowledge and leadership resources to enable them to perform their work and achieve excellence and exploit opportunities through the resources they own. So, we hope that this research will be the basis for future researchers to solve the complexity of pioneering organizations In achieving the fundamental parameters.

References:

- 1-Bolton ,B.& Thompson ,J.(2000), entrepreneurship :talent, temperament ,Technique .Butter worth Heinemann.
- 2-Booguslauskas ,knedaravicene, (2009),difficulties in identifying company core competencies and core processes, journal of incinerate economic engineering economic .
- 3-Carpenter. Mason A. ,sunder .Gerard .wm,(2009), strategic management ,dynamic perspective concepts, 2ed prentice- hill.
- 4-Caruang. Albert ,(2000), Effect of centralization & formalization on entrepreneurship in export firm , vol.36 .issuce.1. journal of small business management.
- 5-Darity , w. , (2007) , culture & entrepreneurship , Journal of socio-economics ,P 1999-2019 .
- 6-Davidsson ,(2000), Entrepreneurship strategy ,management review ,Issue.1.www.ebsco.com .2014/5/10 , vol40.
- 7-Dett wiler, p., &lindelof ,p.&lofsten ,H.(2006), Business environment & property management issues: a study of growth firms in Sweden, journal of corporate real estate, vol.8, (30)pp.33-120.
- 8-griffin,(2005), management.6edition .hought on Mifflin company, u.s.a.
- 9-Hani ,Jehads ,bani ,(2009) the impact of core competencies on competitive advantage: strategic challenge international bulletin of business administration :p1451-2430 issue 6 euro journals, inc.
- 10-Harvey. Don ,&Donald R .Brown,(2000), "An experiential Approach to organization Development", 6ed, Edition prentice Hall New jersey ,u.s.a .
- 11-Hayton , J. , George , G. , zahraa , S , (2002) , national culture & entrepreneurship are view of behavioral research :ET & P Journal , Baylor university , p33-52 .
- 12-Hisrich,R.D.,Peters,M.p.,& shepherd ,D.A.(2010) Entrepreneurship (8th ed.). Mcgraw Hill.
- 13-Hitt, m.a.&Ireland ,R.D. &hoskisson .R.E. (2001), strategic edition. Mcg raw –hill higher education.
- 14-Jeffery ,s.& Hornsby .D.,k.R.M.(1993) ,an interactive model of the corporate entrepreneurship : theory & practice ,vol.10(1):25-41.
- 15-Jimmy, huang&su,newell, &brad, poulsen, & Robert, D., galliers, (2003),"deriving value from acommodity process :A case study of the strategic planning & management of A call center " , Nottingham university business school , jubilee campus , wollaton Road , Nottingham , vk.
- 16-Kemelgor ,Bruce H. (2002). A comparative Analysis of corporate Entreneurial Orientation between selected firms in the nether lands & the usa .entrepreneurship & Regional development ,vol.14.no.1,pp.68.
- 17-Kirikova. M. , (2010) , flexibility of organizational structures for flexible business process , (unpublished theses) , riga technical university , Latvia.
- 18-Kuratko ,D.& Richard ,H.j.(2001),improving firm performance through entrepreneurship strategy ,a cade my of management executive .nov. vol.15,issue(4) :5:21.
- 19-Miller, D.(1983), the correlates of entrepreneurship in three types of firms ,management science ,vol.29,(7) pp91-770.
- 20-Mintzberg ,H.& Ah strand .B.,L.J. (1998), Strategy safari, Prentice Hall ,usa.
- 21-Rebert ,p. &juan. (2001),A comment on development the field of entrepreneurship through the study of opportunity Recognition & exploitation ,a cade my of management journal. Jan.26(1);10-23.

22-sveiby k.e.(2004),aknowledge management and competition in consulting in dustry management review, vol.41, no2.

23-White ,colin, (2004) , strategic management ,published by.

24-william D. bygrave , the entrepreneurship baradog : A philosophical look at it Re –search method , entrepreneurship: theory & practice. 1993.13 edition.

25-wright, Patrick M. &Mcmahan , garyc ,&McCormick, blaineshernane 1 w., scott ,(1998), strategy ,core competence, &hr ,involvement as determinants of effectiveness & Refinery performance Journal of human Resource management ,vol.37 ,no.1.

26-Zhang , M. J . , (2006) , is support for strategic flexibility , environment Dynamism and firm performance , Journal of managerial Issues , vol.18 , no.1 .

THE GOVERNANCE OF ALGERIAN PUBLIC ENTERPRISES AND DECISIONAL RATIONALIZATION (CASE – EPA. SONATRACH-HYDROCARBON SECTOR)**Aimen AMIRA¹, Soumeya BACHA²**¹ Corporate governance & HRM, ORAN2 University, amira.aimen@univ-oran2.dz² International Trade / TIPAZA University, s.bacha@univ-boumerdes.dz*Received: 07/06/2019**Revised: 13/06/2019**Accepted: 30/06/2019***ABSTRACT.**

The purpose of this study will be to present the state of play of the governance of public enterprises in Algeria, through a description of the efforts made to develop and promote this theme (the Algerian code and system of governance, economic reforms, Performance, decision-making, etc.). Today, these companies (APE¹) must reach reliable and transparent economic plans, and effective and correct strategies to satisfy good governance. In the case of Algerian APE, the State is the sole shareholder and the managers are the controllers. And the rationality of the decision-making process remains an essential mechanism for good public management through good practices that present effective economic reforms, knowing that Algeria is adapting a bank-oriented GE system that plays a decisive role in the management and shareholder financing in this type of business. After the financial and ethical scandals and the mismanagement of the EPRs in Algeria, in particular the " **Sonatrach**", and the incapacity to take correct decisions in order to improve the economic results and the lucrative institutional sustainability. All this calls for the need to look for the impact of the Algerian corporate governance system and its role in streamlining the decision-making process.

Key words: governance, Algerian public enterprise, decision making, shareholder, CA, , APE *sonatrach* (hydrocarbon sector).

Jel Classification Codes: M1

RESUME.

Le but de cette étude sera de présenter l'état de la gouvernance des entreprises publiques en Algérie, en décrivant les efforts déployés pour développer et promouvoir ce thème (le code et le système de gouvernance algériens, les réformes économiques, les performances, les décisions prises..., etc).

Aujourd'hui, ces entreprises (EPE) doivent élaborer des plans économiques fiables et transparents, ainsi que des stratégies étudiées et appropriées pour satisfaire la bonne gouvernance d'entreprise.

Dans le cas d'EPE algérienne, l'État est le seul actionnaire et les dirigeants sont les contrôleurs. Et la rationalité du processus décisionnel reste un mécanisme essentiel pour une bonne gestion publique grâce à des bonnes pratiques qui présentent des réformes économiques efficaces, sachant que l'Algérie adapte un système de GE orienté vers les banques qui jouent un rôle décisif dans la gestion et le financement des actionnaires dans ce genre d'entreprise. Après les scandales financiers et éthiques et la mauvaise gestion des EPE en Algérie, en particulier la "Sonatrach", et l'incapacité de prendre des décisions correctes afin d'améliorer les résultats économiques et la durabilité institutionnelle lucrative. Tout cela appelle la nécessité de rechercher l'impact du système de gouvernement d'entreprise en Algérie et son rôle pour rationaliser le processus décisionnel.

Mots clés: gouvernance, entreprise publique algérienne, prise de décision, actionnaire, CA,, EPE *sonatrach* (secteur des hydrocarbures).

Codes de classification Jel: M1

¹- **AIMEN AMIRA**, Corporate Governance & HRM, ORAN2 University, amira.aimen@univ-oran2.dz

In the economic and managerial literature, the theme of corporate governance has grown due to numerous financial scandals in which business leaders have been questioned. The importance of these shortcomings, both nationally and internationally, has led to questions about the effectiveness of the modes of governance. This resulted in the emergence and dissemination of a set of practical recommendations, often formalized in the form of codes of good governance. (A. *Lamia*, K. *Ahmed*, (2015, 02).

Beginning in the 1990s, corporate governance was the subject of numerous theoretical studies, rapidly complemented by the emergence of the first personality reports on governance (*Cadbury-1992* report, *Vienot 1* reports in 1995 & *2* in 1999 and the report *Bouton-2002*, *Breeden* report ... for example). The financial scandals of the 2000s have sparked a growing awareness that governance should be stepped up to prevent economic enterprises as a whole from being swept into a recurrent maelstrom.

This wave of resounding bankruptcies has had the merit of encouraging shareholders to question the reliability of accounts and financial reports presented by management teams. The disappearance of economic giants such as ENRON, WORLDCOM or VIVENDI UNIVERSAL has taken the company's specialists to the limit and has engendered a process that we can only see as the first steps: the endless crisis of 2008 has raised questions about how Taken certain decisions (hut stone, 2013,02).

In a market economy, the company must comply with the rules of good governance, the main one being the complementarity between the technical and economic logic and the ethical requirement of the company. This new approach is based on the respective rights, obligations and responsibilities of internal and external stakeholders and their interrelationships. The practice of good governance thus makes it possible to favor the conditions of a seine and dynamic market economy with a network of efficient and competitive companies. (O. *Dahbia*, B. *Chabane*, 2015, 17).

After experiments in the management of Algerian public enterprises and the relationship of the owner state with these, it is important to note that this experience went through two major phases: the first spreading from Independence (1962) the first reforms of autonomy (1988), and the second since then. Each of these two phases is characterized by elements that resemble those of the corporate governance system.

In Algeria (especially), the Public sector remains dominant in the economy. This leaves very little room for the "Invisible Hand" to regulate the market. In Algeria, the terms of productivity, efficiency and performance continue to represent the essential goals of the series of changes that began in 1980, and subsequently in 1988 with the process of structural adjustment of the Algerian economy between 1995 and 1998, Or the restructuring of the Algerian public enterprise and the socialist management form a part. There was a need to improve and develop management practices in national societies, to improve and refine structures in the light of experience, the implementation of new objectives and the raising of the level of maturity workers.

After the failure and inability to make rational and effective managerial and financial decisions by the government and public management supervisors of the company "*Sonatrach*" to improve economic performance and institutional lucrative sustainability. All this called for the need to look for the effectiveness of the system of corporate governance in Algeria and the rationalization decision.

In light of these events and brief explanations on the subject, we arrive at the following dilemma for the study:

How does the governance of public enterprises in Algeria affect the decision-making process? And what is the reality of this relationship at Sonatrach level?

By the main dilemma, we can pose the following partial problematic:

- ✓ What type of managerial governance formalized by Algerian public enterprises? And the impact of theoretical approaches to corporate governance on decision-making?
- ✓ What type of relationship Between the Algerian sovereign powers (Government shareholder)? And decision-making (information system)? And good governance (management control, board of directors, senior management ...)? Within Algerian public enterprises?
- ✓ What is the degree of application of the concept of corporate governance at "Sonatrach" ?« And its impact on managerial decision-making rationalization in front of the managerial, financial and institutional scandals of "*sonatrach*" ?

1.1. The importance of study.

The importance of this study is linked to the topicality and concerns of the Algerian government because of the financial, ethical, managerial and organizational scandals in public management and particularly the Algerian public company, for example scandals 1 and 2 of the **Sonatrach**, as the APE governance system is a topical and recent concept and is being implemented on one side and is a measurable mechanism for evaluating and developing economic, organizational and structural reforms Efficiently on the other hand.

1.2. Study objectives.

These objectives are:

- ✓ Define the concept of corporate governance in Algeria, including emergence, theories and practices;
- ✓ Determine the reforms and economic policies of the Algerian EPs;
- ✓ Show the impact and need to apply corporate governance in Algeria, especially in the current economic crisis, due to lower oil prices;
- ✓ Identify the extent to which the principles of governance (at the level of the Algerian public institution Sonatrach) have been implemented, thereby contributing to the streamlining of the decision-making process, such as the degree of financial and accounting disclosure, symmetry of information Stakeholders and concepts of responsibility and accountability.

The fundamental objective is to determine the impact of upgrading the notion of governance on the APE and the role of this new form of public enterprise management in economic growth through the creation of added value, Improvement of institutional performance, social responsibility, and decisional rationalization ... etc.

2. The conceptual framework of governance.

The roots of the word "governance" go back to the Latin word "*gubernator*" which comes from the Greek "*Kubernetes*" relating to the individual holding the rudder of warships. The role of the gubernator was neither to row nor to decide on those who row or the combination, is its role to monitor the trajectory of the ship. Therefore the first definition of governance is to monitor and direct. (J. O'Grady, 2002).

According to *Jean-Pierre Gaudin* , the word "governance" meant in the thirteenth century the action of piloting something. The emergence of modern states from the sixteenth century onwards, and the reflection on this concept, led later to an empowerment of the notion of government in relation to that of governance. (*J.P. Gaudin, 2002*).

The first notion was associated with the idea of a hierarchical power, and the second took on the meaning of the science of government, that is, the proper way of managing a thing or a situation. It was according to this conception, more linked to the idea of management than to that of power, that governance was exported to the Anglo-Saxon world. This term refers, at present, to a pragmatic steering of powers.

In the 1970s, some economists will define governance as "devices implemented by the company to conduct internal coordination to reduce transaction costs generated by the market."

In the 1980s, international institutions seized the expression "good governance" to define and clarify the criteria for "good public administration" applicable to countries with strong incentives (in exchange for loans) to set up Institutional reforms for the success of their economic programs. They advocate good governance, a new public management based on an entrepreneurial logic. They advocate the waning of the welfare state, the targeting of beneficiaries of social policies, and the privatization of public services. *During the 1990s*, governance would be "a relational practice of cooperation's not predefined and always to reinvent, at a distance from hierarchical frameworks of the past and routine procedures". (J.P. Gaudin, 2002).

Governance is also defined as "*the set of actions and means adopted by society to promote collective action and to provide collective solutions in order to pursue common objectives*".

According to the *OECD*: "*Corporate governance specifies the distribution of rights and responsibilities through the various participants in the corporation, such as staff, managers, stakeholders and other stakeholders. (OECD, Principles of Corporate Governance, 2004).*

In this context, we return to the definition of corporate governance presented by *G. Charreaux* in order to clarify the nature of the debates related to this theme. At first glance, this definition applies to businesses, in their increasingly widespread form of corporations. The capital emanates from majority or scattered shareholders and this form of enterprise has an important and new characteristic, at least for the time; the dissociation of ownership and control. This is reflected on the managerial level where the company is headed by non-shareholders (*G.charreaux, 1997*).

On the Algerian accounting and financial level, this type of property is reflected in the division of capital into two categories: the active form and the passive form.

✓The active form: represents the values belonging to the company and;

✓The passive form, on the other hand, represents all the debts of which the contributions of the shareholders.

2.1. The main theories of corporate governance.

The most important corporate governance theories related to management control can be presented as follows:

2.1.1. The theory of property rights and the shareholder state (the sovereign power) of the public enterprise: To define more precisely property rights, emphasis must be placed on two dimensions, the right to residual yield and the right to control. Indeed, to own the right to own an asset is to have the right to the residual return resulting from the production or, in other words, to benefit from the profit. The person entitled to this return is, in the case of the firm's analysis, the owner of the firm. But there is also the right to residual control, that is to say, the right to take all decisions concerning the use of the asset with only the legal or contractual specifications.

The type of public enterprise is the antithesis of the model of capitalist enterprise; it is characterized by the non-transferability of a collective right of ownership. So we are in a situation where there are no negotiable rights on the assets. And the state owns (shareholder) and bears losses and profits. The theory of property rights is based on a relatively simple idea: the existence of well-defined property rights is an essential condition of individual initiative. (*KHERRAF H. 2014, 25*).

The conclusion is that the discretionary practices of managers will tend to be more important than in a private company, because there is no real control of the shareholder (the state), there is no threat of corporate takeover as well as in the private sector, and the traditional incentive mechanisms of managers cannot be put in place.

2.1.2. Agency Theory and Conflicts of Interest (Jensen & W.H. Meckling 1976): Distinguishing itself from the theory of the agency that privileges the notion of conflicts of interest. The traditional conflict between shareholders and managers, Jensen and Meckling's analysis also deals with the

established agency relationship with creditors. Indeed, the use of indebtedness allows the owner-manager to evade the discipline of shareholders, but creates another agency relationship with the creditors. The latter may protect themselves by contractual clauses or by the taking of guarantees. The bankruptcy procedure is also a control mechanism. (Charreaux, G. 1997, 1). **Jensen and Meckling** also cite the role of management's reputation in reducing agency costs and the control function of financial analysts. It can be said that the relationship between shareholders / managers / and financial creditors. It is then necessary to extend the analysis to all parties involved; this is what was done by Oliver Williamson in 1985 through the theory of transaction costs.

2.1.3. The theory of transaction costs and the opportunistic behavior of managers (Williamson 1981): The theory of transaction costs proposes a variant of what can be described as a contractual vision of the firm: the firm is defined as a system of contracts, of specific form, between individual economic agents. This is basically an explanation of the firm by the market failures deriving from information imperfections and asymmetries.

Opportunism: is central to the current reformulation of the analysis of Individual behaviors that aim to consider men "as they are", in an imperfect information context. Opportunistic behavior is to seek self-interest through cunning and various forms of cheating. Opportunism is based on an incomplete, distorted or falsified revelation of information by an agent, notably on its capacities, preferences or intentions, and therefore the existence of information asymmetries between agents (for example, on the quality of a product, or the vagaries of its production); it can go as far as pure and simple breach of its commitments. (**CORIAT, B. WEINSTEIN, O, 1995**).

2.1.4. The rooting theory and the discretionary power of managers: The theoretical framework describes the various mechanisms that delimit the discretionary space of managers, with the aim of limiting transaction costs, without questioning the behavior of managers. Indeed, in this theoretical framework, the role of the leader appears very discreet or even absent, yet the leaders are not passive, pursuing an objective of rooting, they seek to neutralize the various disciplinary mechanisms.

Leadership is for managers to value (for themselves) their presence within the company by making it expensive to revoke them and thus reducing their risk of replacement. The leader will then adopt strategies of rooting, that is to say make it indispensable to shareholders (**PARRAT, F. 1999**).

The manager increases the need for his role and know-how, exacerbating his status as a specific asset. This entails neutralizing the governance mechanisms imposed on the manager as the board of directors as a formal mechanism of market-driven control. Indeed, executives benefit from an asymmetry of information that allows them to make decisions that are not necessarily for the benefit of the shareholders and the stakeholders of the company, but these decisions reinforce the position of these leaders. (**Khaddouj, K. 2016,11**).

2.2. The principles of governance of SOEs according to the OECD (2015).

The Guidelines on Corporate Governance of Public Enterprises were first published in 2005. In 2014, the OECD Committee on Corporate Governance mandated its subsidiary body, the Working Party on Corporate Governance, and privatization, to review and revise the instrument in the light of the lessons learned from almost ten years of implementation. (OECD, 2015- Guidelines on Governance of Public Enterprises),

A. Reasons for public ownership: The State exercises its rights as a shareholder of public enterprises in the service of the public interest. It must carefully evaluate and make public the public policy objectives for its participation and submit them to periodic reviews.

B. The State in its role as a shareholder: The State must behave as an enlightened and active shareholder in order to ensure that governance of public enterprises is exercised in a transparent and accountable manner with a high degree of professionalism and efficiency.

C. Public undertakings on the market: In accordance with the grounds for public ownership, the legal and regulatory framework governing public enterprises must guarantee a level playing field when they are engaged in economic activities.

D. Equal treatment of shareholders and other external investors: When public enterprises are listed or have investors other than the State as their shareholders, the State and public enterprises must recognize the rights of all shareholders and ensure that, they receive fair treatment and equal access to company information.

E. Stakeholder relations and corporate accountability: The government must conduct a shareholder policy that takes full account of the responsibilities of public enterprises vis-à-vis the stakeholders and oblige public enterprises to report on their relations with Stakeholders. All State expectations of public enterprises regarding the responsible conduct of enterprises must be clearly stated.

F. Dissemination of information and transparency: State-owned enterprises must comply with stringent transparency standards and be subject to the same high standards of accounting, disclosure, compliance and auditing as listed companies.

G. Responsibilities of the boards of directors of public enterprises: The board of directors of a public company must have the necessary powers, competence and objectivity to carry out its strategic steering and supervisory functions. The Board of Directors must act with integrity and be accountable for the decisions it makes.

The conclusion that the Guidelines (OECD 2015) should continue to be a demanding source of inspiration for States and serve as a reference for reforming the public enterprise sector.

2.3. Corporate governance and shareholder / manager conflicts.

The agency theory aims to solve types of problems that arise in the relationship between the principal and the agent: (*Wassila, L. Melha, 2015,05*),

✓When the interests and goals of the principal and the agent differ and it is difficult and costly for the principal to verify what the agent does. The problem is that the principal cannot verify whether the agent is behaving adequately or not.

✓When the principal and the agent have different attitudes towards risk;

✓These agency conflicts induce significant costs grouped into three categories (*Jensen & Meckling, 1976*).

✓Costs of supervision by the principal to ensure that the agent does not act against his interests;

✓ the costs of self-discipline granted by the agent to show to the principal that he acts in accordance with his interests;

✓And lastly, the residual losses incurred by the principal arising from the fact that, although the agent is controlled and self-discipline, the contractual relationship results in a loss of utility.

Thus, in order to mitigate agency problems and the resulting costs, agency theory highlights the need for the establishment of tools and a mechanism for controlling managers.

2.4. The principle of separation between control and decision-making.

The separation of management and control roles is seen as a primary requirement of corporate governance, which must provide a clear and identifiable framework for each of the roles of the two stakeholders and the relationships between them. However, in Society Anonyms (SA), the Board of Directors plays an important role, which consists mainly of:

✓To determine the strategic axes of the company, its main action plans, budgets and programs of periodic activities;

✓To recruit and replace the principal officers (*mandataries*) responsible for managing the strategy and fixing their remuneration;

✓To follow the activities of the managers, to define the desired results and to check their adequacy with the forecasts. (*K. Aksil., A. Aissat. 2015, 02-03*).

The objective here is to guarantee the independence of the board of directors and its chairman whose decisions should not be influenced by the special interests of the general management but dictated solely by the objective of creating long-term shareholder value.

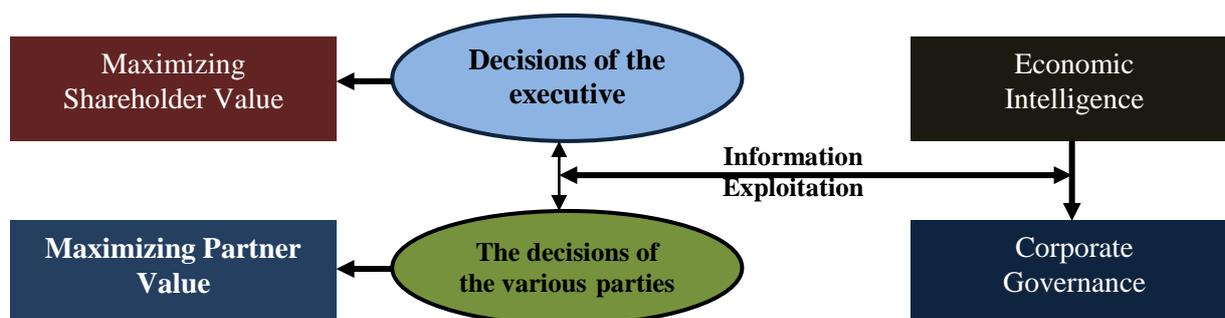
2.5. The role of information in decision-making through corporate governance.

The shareholder model of corporate governance advocates maximizing the appropriate profits by the shareholders of the company. To achieve this objective, they monitor the managers, and consequently impose on them the optimization of the sustainable management of the company. 'Business. Continuously taking decisions that materialize this imperative can be seen as a lever for the company's continuity.

The partnership model of governance also requires better decision-making by the various stakeholders, with the aim of generating a considerable organizational rent, which is intended to be distributed among the parties that contributed to its creation. Business decision-makers (managers and stakeholders) often have to make decisions, even when they do not have all the cards in their hands. They are forced to continue to make strategic decisions for their company, an exercise which is increasingly difficult in this new framework of evolution². (Coggia. V, 2009,11)

Economic intelligence helps the company's decision-maker to make strategic decisions that generate greater value (shareholder or partner). As shown in the following figure:

Figure (1) The use and role of information in decision-making according to models of disciplinary governance.



Source: Matmar. D., Naneche. F., (2015), *Economic Intelligence in the Service of Corporate Governance*, International Colloquium on Corporate Governance: New Approaches and Experiences, SECG- Laboratory LAREMO- Tizi ousou University, 23-24 November 2015, Algeria: 10.

As a result, economic intelligence is intended to inform decision-making within the enterprise, insofar as it provides decision-makers with information that enables them to make congruent decisions. In the shareholder model of governance, economic intelligence aims to assist the manager in creating maximum shareholder value. (Matmar D., Naneche, F., 2015, 10).

Economic intelligence also finds its legitimacy in the partnership model of governance, since through the information it drains allows the various stakeholders in the company to optimize their decision-making, to create a maximum organizational rent.

3. Corporate governance in Algeria.

The debate on governance in Algeria originated in the early 2000s with the bankruptcy of banks **ELKHALIFA** and **BCIA**, added to this the constraint of the market economy, the weight of structural adjustment on the " Algerian economy in general and enterprises in particular.

² - Coggia. V, (2009), « Intelligence économique et la prise de décision dans les PME », L'Harmattan, p 11.

All these factors have prompted governments to adopt the principles of good governance, particularly in public enterprises. Good governance, which before this period was a term almost at the margin, and on which new environmental data have emphasized and propelled its principles in this case, transparency; Equity, accountability and responsibility. The move was reflected in a significant public awareness through the promulgation of the Code of Commerce in the first place, but has also spread to the business community, which has increased its efforts to implement the rules of good governance and this through the establishment of the governance code for Algerian companies (first version in 2008 and then updated in 2009), the creation of an institute of governance (2010) but also through The need to investigate these companies. (*A.Malika, A.Khellodja, 2015, 06*)

In 2003, the World Bank launched a strategy to assist African countries, and especially Algeria, in fiscal 2004-2006, aimed at increasing the government's ability to regulate the market and encouraging the private sector to adopt good Practices through technical assistance.

In a 2004 Financial Sector Assessment, the World Bank noted that since the late 1980s the Algerian authorities have undertaken a broad and credible modernization of the laws and regulations governing financial intermediation. However, significant gaps remain with regard to laws and regulations, and Algeria lacks a modern governance framework. In addition, although shareholder rights appear to be well protected, the absence of corporate governance regulations weakens the protection of minority shareholders. (*World Bank, Algeria: Economic Monitoring Report, April 2016*).

In Algeria For exercises years 2004-2006, aimed at increasing the government's capacity to regulate the market and encouraging the private sector to adopt good governance practices through technical assistance.

With regard to the Financial Sector Assessment in 2004, the World Bank noted that since the late 1980s the Algerian authorities have undertaken a broad and credible modernization of the laws and regulations governing financial intermediation. However, significant gaps remain with regard to laws and regulations, and Algeria lacks a modern governance framework. In addition, although shareholder rights appear to be well protected, the absence of corporate governance regulations weakens the protection of minority

The 2007 report on the evaluation of African Peer Review Mechanisms and the new Partnership for Africa's Development Initiative. This report recommends that transparency and shareholder rights be improved in Algeria, that management instruments be streamlined and that private companies be encouraged to become joint stock companies. Ethics is developed for businesses at all levels and corruption is slowed down.

However, Algeria is not in the rest of the world in terms of corporate governance, even if the models pursued are not identical, and the aim remains the same: that of performance and profit for the Of all stakeholders.

Finally, we can emphasize that the development of good practices in corporate governance in Algeria should be based on a common sense rule that would avoid confusion and contradictions of interest.

3.1. The systems of corporate governance in Algeria:

Traditionally, there are two corporate governance systems in Algeria. In the first, attention is focused on the predominant role of financial markets as an instrument of regulation and control.

The second is a bank-oriented system. The latter bases its analysis on the incompleteness of the contracts to study the allocation of resources and residual decision rights and possibly the right of appropriation of the residual gains. If the authors have mentioned in their analysis the existence of two models of control, *Anglo-Saxon or German-Japanese*.

Existence of many mixed systems with a strong emphasis on shareholder sovereignty. Enterprises also create cross-shareholdings with the state, banks, markets and families. (MOERLAND, P.W. 1995, 17-34).

✓ **Market-oriented systems:** they are mainly found in Anglo-Saxon countries and are characterized by a dominance of the markets in the process of acquisition of financial funds or recruitment of directors ... etc. They are characterized by: low financial intermediation, strong dispersion of ownership, low participation of banks in the capital of companies, investors are looking for reliable information on the future profitability of the projects, And that in projects with better profitability according to the information communicated by the markets, takeover operations are quite frequent and very hostile (OPA, OPE ...).

✓ **Bank-oriented systems:** They are located in countries with debt-economies, where banks intervene more, such as Algeria. This type is characterized by: a strong presence of banks in the capital of companies, a higher debt-to-equity ratio, a smaller dispersion of shareholders, a greater concentration and homogenization of receivables, And companies build lasting relationships with banks that become partners and take on high risks, providing long-term credits and large sums of money. (Z. Lounis, C. Khedidja, 2015, 07).

3.2. What role does the government play in the consolidation of corporate governance?

The government can commit itself alongside companies as a benevolent guardian to strengthen their capacity for good governance by responding to three main objectives within the framework of the new governance instruments:

✓ **Anticipate:** the government, within the framework of the anticipation can become producer of prospective studies. It informs and informs companies, about the future in the medium / long term in the field of markets, techniques or mutations of the future likely to destabilize them.

✓ **Produce appropriate information and treatment:** focusing on the procedures and means of disseminating the state to enterprises in the context of EI.

✓ **Accompanying:** the government must make available to companies guidelines for action in order to conquer external markets.

3.3. Algerian Institute of Corporate Governance: Hawkamat El Djazair.

The Algerian Institute for Corporate Governance was launched by the Circle of Action and Reflection on the Company (Care). This project is part of the continuation of the Algerian Code of Corporate Governance, (See below), with the support of the Ministry of SMEs and crafts. It is an accomplishment that arose from a public / private initiative, addressing the company and all of these stakeholders. (Kheroua hind, 2015, 149).

Mission and objectives.

The mission of *Hawkama El Djazair*³ is to develop the performance of the economic fabric in Algeria by promoting good corporate governance practices through training, information, advice, studies and advocacy. Its objectives are to popularize and spread the principles of corporate governance, to support companies in the implementation of good governance practices and to encourage the introduction of the criterion of "governance" in access to finance. It also contributes to improving the legal and regulatory framework relating to corporate governance and contributing to the training of human resources in and around the company, also to involve the Algerian International dynamic of work and reflection on issues of governance and corporate social responsibility.

3.4. The Algerian code of governance.

³ - Algerian Institute of Corporate Governance - *HAWKAMA El Djazair*, "Study on Corporate Governance and Governance" pp 2-6, from www.hawkama-eldjazair.org

Any business is likely to live in original and unique governance issues. It is up to each Member State to undertake its self-assessment in this area and to take the necessary steps (*Algerian Corporate Governance Code, version 2009*).

The Algerian Code of Corporate Governance was drawn up by a Task Force, called GOAL 08, in reference to *GOVERNANCE ALGERIA 08*. This Task Force was created at the initiative of CARE (Circle of Action and Reflection on (FBA) and the APAB (Association of Algerian Beverage Producers). It brought together volunteer skills representative of the business and business world. Specifically, the purpose of the corporate governance code in Algeria is to address the following concerns:

- ✓How to improve the bank / business relationship?
- ✓How to attract external investors to the initial core, often family?
- ✓How to establish a relationship of trust with the accounting and tax administration?
- ✓How to clarify the relationship between shareholders and non-shareholder managers?
- ✓How to clarify responsibilities in the executive team?

By definition, the task of the Task Force is limited in time. It is contained in the elaboration of a code of corporate governance in Algeria. (*HAWKAMA El DJAZAIR- from www.hawkama-eldjazair.org*)

Figure (3) Principles of governance in Algeria.

Fairness (equity): The rights and duties of stakeholders, as well as the privileges and obligations attaching to them, must be equitably shared.	Transparency: these rights and duties, as well as the prerogatives and responsibilities arising from them, must be clear and explicit for all.
Responsibility: responsibilities, each other have specific, non-shared objects .	Accountability: Each stakeholder is responsible to another for the thing on which he is responsible.

Source: Algerian Corporate Governance Code, version 2009.

The standards of corporate governance in Algeria cover the relationships that are established between, on the one hand, the internal stakeholders of the company; on the other hand, between them and external stakeholders. These relationships are already largely governed and defined by the company's business law, the company's by-laws and the company's contracts and agreements with third parties. The "added value" provided by the standards of good governance consists in specifying how rigorously, ethically and efficiently in these different frameworks of intervention.

- ✓The standards of good governance apply to all legal forms of companies;
- ✓The most developed form of legal organization is the SPA. It is based on three distinct bodies:
- ✓ When its owners exercise their rights and prerogatives;
- ✓ Control of the company's activities; and the person responsible for carrying out these activities.

The denominations vary according to the formulas used. For purposes of simplification, reference is made here to the most commonly used in SPA⁴s:

- ✓ The General Meeting, which brings together all the shareholders;
- ✓ The board of directors, which brings together the directors;
- ✓ General management, which is provided by the management team.

3.5. Main stages of development of GOAL 08 (Algerian governance 2008).

- ✓*July 2007*: first international seminar on corporate governance in Algiers;
- ✓*November 2007*: first meeting of the Task Force (Working Group). Establishment of a select committee; ✓*November 2007 to October 2008*: *work of GOAL 08*;

⁴ - *SPA*: A company with shares or stock company

- ✓ **October 2008**: validation of the code with the initiators of the FCE, CARE and APAB project;
- ✓ **December 2008**: presentation of the corporate governance code to a panel of experts and to the Ministry of SMEs and Handicrafts;
- ✓ **January 2009**: edition of the code;
- ✓ **March 2009**: launch ceremony of the Algerian Code of Corporate Governance.

Aware of the need to disclose the principles of corporate governance in Algerian private and public companies, several efforts have been made by public authorities, business owners and various organizations, although for the time being all Incentive and leaves companies free to choose whether or not to adhere to the principles of corporate governance.

For example, managers of SOEs are invited to align themselves with the OECD Corporate Governance Principles in relation to the 2004 Guidelines, and private companies are encouraged to adopt the principles of corporate governance Algerian companies (GOAL 2008) update in 2009, to improve their management and optimize their performance. (A.Malika, A.Khellodja, 2015, 06) .

3.6. The Institutional and Organizational Devices of Corporate Governance in Algeria.

In Algeria, apart from the trade code adapted rather to the centralized economy and then re-adapted in its new version to the rules of market economy because of the opening of the economy, there is a single Algerian code of governance business. Edited in 2009 by an independent task force, "**Task Force Goal 08**", is aimed more at private SMEs than at public sector companies. The time has come to define the scope of the managerial concept of corporate governance, because today these codes are concerned with the harmonization of these institutional mechanisms, which take on an international dimension. (*F.sadaoui, A.badi, 2015, 10*).

Thus, in the current Algerian economic context, corporate governance goes beyond the interest of shareholders in the individual performance of their companies. It is recognition of the contribution that a quality corporate governance system can make to the stability of capital markets, investment dynamics and overall economic growth. In a different way, all financial institutions (banks and insurance companies, etc.), investors, collective investment undertakings have become aware of the role they can play in favor of good governance practices, business.

Harmonization of institutional arrangements takes place within a framework that can make these arrangements compatible. These include:

- ✓ Internal bodies and procedures constituting the company's own system;
- ✓ The external bodies and procedures constituting the support system;
- ✓ Organization and procedures for guardianship of appeals and arbitration constituting the regulatory mechanism;
- ✓ The operational instruments used by the various bodies in the procedures relating to corporate governance (*F.sadaoui., A.badi., 2015, 11*).

In the internal systems of corporate governance, certain issues relating to the fund of the problem of governance arise with acuity. At first glance, what is the degree of sovereignty of the general meeting of shareholders? What is the main role of the Board of Directors? Is it the administration of the enterprise or the control of the administration?

4. The Algerian public enterprise.

The Algerian public enterprise is currently a joint-stock company whose sole owner is the State. According to F.DEBLA, from this lack of ownership, all the overruns (administrative injunctions, clientelist choice of officials, abuse of social goods, etc.) that affect public enterprises prevent them from becoming genuine firms. (**F. DEBLA, 2007**).

Table (4) Evolution of the EPE status in Algeria.

Management body	Equity Fund	Holdings	GSP
-----------------	-------------	----------	-----

Number	7	11	28
Status	Trustee of Public Capital Management.	Management and Administration Of the merchant capital of the State.	Management and privatization State-owned enterprises
Organization	Board of Directors 5 to 9 members a Chairman of the Board elected a Designated Chief Executive Officer.	A board of 3 members including a CEO. A D supervisory board of seven members.	A board of 2 to 3 members including a CEO.
guardianship	General Assembly of Presided over by the Head of Government	National Council of State Participations (CNPE), chaired by the Head of Government	State Participation Council (EPC), chaired by the Prime Minister..
Legislative text	Laws 88-03 of 12 January 1988	Ordinance 95-25 of 25 September 1995	Ordinance 01-04 of 20 August 2001.
Mandate's duration	5 years, renewable.	6 years, renewable.	2 years, renewable

Source: Boussadia. H, (2014), *corporate governance and control of the executive: case of the Algerian public company*, Thesis of Doctorate -Option: Management of Organizations, Specialty: Audit and Management Control- Faculty of Economic, Commercial and Management Sciences- **Tlemcen** University -, **Algeria**, 2014, p.65.

The organization and tasks of these management bodies, which are subject to the external auditing of the statutory auditors, can be summarized as follows: (*Boussadia, H., 2014, pp.121.123*).

- ✓ These are EPE securities management companies. They may take shareholdings in any company or company established in Algeria or abroad;
- ✓ They contribute to the implementation of government policy;
- ✓ They act as fiduciary of the state to ensure the management of the public funds held by the FIEs and to make the necessary investments. They may optionally
- ✓ They are required to pay dividends.
- ✓ They were administered by a management board of 3 members, including a CEO and a seven-member supervisory board.) The appointment and renewal of the terms of office of the members of the Management Board and the Supervisory Board is made by the General Meeting of the Management Authority. They elect a president who is invested by decree; These appointments are endorsed by the government, through the National Council of State Participations (CNPE). The latter was replaced by the State Participation Council (CPE), under Ordinance 2001-04 of 20 August 2001, which is under the authority of the Head of Government, currently Prime Minister.
- ✓ The function of administrator is incompatible with the exercise of an authority function;
- ✓ The Board of Directors, or the Executive Board, appoints the persons of its choice to represent it at general meetings.

4.1. Public Enterprise (EP) and governance: as a new dimension of management in Algeria.

The governance of the public enterprise is now recognized as an important dimension of the company. It is she who is in a position to ensure sustainability and good financial health, although concerns over governance have arisen in recent years following the various financial scandals that have affected several major international companies (*Enron in the United States, Credit Lyonnais in France*, etc.). At the root of this growing enthusiasm there is the opportunism of managers and information asymmetry, the inefficiency of boards of directors, doubts about the integrity of audits ... etc.

However, the governance of Algerian public enterprises is still being sought. The relationship between the *government / shareholder* and the designated directorates is ambivalent. Before

discussing the governance of the public enterprise, it seems necessary to clarify the notion of public enterprise.

4.2. The reasons for the governance of the Algerian public enterprise.

The notion of a public company does not have a true definition in law. Commercial law speaks only of "company" and not business. However, the 1980 EEC Directive regards the public undertaking as:

'Any undertaking over which the public authorities may exercise a dominant influence by virtue of the financial participation or the rules governing the undertakings'. (M. Poyet, 2001, 35)

4.2.1. The government / public company contracting.

Established in January 1988, the Public Economic Enterprise (EPE) succeeded to its eldest Socialist Enterprise, which was administered within the framework of the Socialist Management of Enterprises. The FIEs are grouped by branch of activity and managed by government participation bodies (directory); their capital is held by the only SGP (Asset Management Company) and is grouped by activities: Public Works, Hydraulics, Construction, Industry, etc. There are twenty-eight (28) GSPs.

Public enterprises: subject to the accompanying control in place of prior control are linked to the government through program contracts.

Program contracts: define, for a multiannual period, in particular the commitments of the State and the contracting agency, the technical, economic and financial objectives assigned to the organization and the means to achieve them, of their execution. (A. Z. Malika & Chertouk, 2015, 04).

4.2.2. The shareholder state.

The State must behave as an enlightened and active shareholder and define a clear and coherent shareholder strategy in order to ensure that the government of public enterprises is exercised in a transparent and accountable manner, with all the necessary professionalism and efficiency.

- A.** The public authorities must draw up and publish a shareholder strategy defining the overall objectives of state ownership, its role in the governance of public enterprises and how it implements this shareholder strategy;
- B.** Public authorities should not be involved in the day-to-day management of public enterprises and should be given complete autonomy to achieve the objectives assigned to them;
- C.** The State must leave the boards of directors of public enterprises to exercise their responsibilities and respect their independence;
- D.** The exercise of the rights attached to shareholder status must be clearly identified within the administration. In order to facilitate this identification, it may be useful to set up a coordination body or, better still, to consolidate all the shareholder functions;
- E.** The coordinating entity or shareholder must report to the representative bodies, such as Parliament, and maintain clearly defined relations with the public bodies concerned, in particular the supreme audit institutions;
- F.** As an active shareholder, the State must exercise the rights attached to the shareholdings it holds in a manner adapted to the legal structure of each company.

4.2.3. Board of directors and decision-making.

It follows from the provisions of Article 638 of the Commercial Code that the Chairman of the Board of Directors also holds the post of Chief Executive Officer of the State Economic Enterprise (EPE).

However, since the adoption of Legislative Decree No. 93-08 of 25 April 1993, public

economic enterprises (EPE) may opt for the non-cumulation of the above two functions by setting up a Management Board and a Supervisory Board instead Of a board of directors. This alternative formula remained however: Marginal. (A. Lamia, K. Ahmed, (2015, 09).

The board of directors, as a management body, is the main control mechanism for EPE. (SPA) activities and the essential lever for corporate governance. The law confers very important prerogatives and powers on the board of directors, but this collegial body is far from covering and ensuring its missions fully and efficiently.

After giving an overview of the component of the board of directors of the Algerian public economic enterprise which consists of three categories. (C. Lahlou, .2015, 03),

✓ **A first category:** of external members including the members of the guardianship and the Holding. They are appointed either by the Holding or by the guardianship in order to control the leaders in the pursuit of the objectives of the State.

✓ **A second category:** no less important, consists of members of the company's senior management and its senior management. They may in some cases be members of the Governing Board.

✓ **Finally, a final category:** consisting of two statutory auditors responsible for certifying the parent company financial statements.

Responsibilities of the board of directors of Algerian public enterprise must have the powers, competences and objectivity necessary to ensure its strategic steering and supervisory role. The Board of Directors must act with integrity and be accountable for the decisions it makes.

4.2.4. The sovereignty of the general meeting of shareholders in Algeria.

In Algeria, as in many developing countries, their prerogatives of sovereignty are considered to exonerate the political leaders - and they alone - from all constraints in their choices, in particular from the constraints of rationality - economic or otherwise. This leads to the policy of norming the behavior of operators and decision-makers, which is perceived as a necessity to inscribe the choices made in a specific logic. This desire for standardization has a direct effect on the autonomy of the public enterprise. In fact, from the 1960s to the present: (F.sadaoui, A.badi, 2015, 10)

✓ The government does not admit the public enterprise as a place of power, admittedly "subordinate", but autonomous;

✓ As a result of the logic of GSE, which institutionalizes the direct dependence of the management of the company vis-à-vis the responsible minister and the criminal risk incurred, the managers of the public enterprises themselves rarely use the latitudes of Recognized by them (M.LIASSINE, 1996).

As a general rule, sovereignty belongs nominally to shareholders on the basis of the fundamental rule: "**one share = one vote**". This is not without indifference in the case of Algeria insofar as all the capital (assets), are held by the State through the participation committees of the State (CPE), then the holdings. As soon as the majority of votes, if not all, belong to the State, The internal devices of the enterprise become de facto devices belonging to the bodies and procedures of guardianship. (F.sadaoui, A.badi, 2015, 10.)

4.3. The management of Algerian public enterprises and the governance system.

After this overview of management experiences in Algerian public enterprises and the relationship of the owner state with these, it is important to note that this experience has gone through two major phases:

✓ **The first:** extending from Independence (1962) to the first reforms of autonomy (1988). Referring to the Algerian corporate governance models already cited, this experience can be placed in the oriented- Banks, it was characterized by the intervention of banks where the national economy was an economic system of indebtedness.

✓ **The second:** from this date until today. Each of these two phases is characterized by elements that resemble those of the corporate governance system. During the second phase (from 1988 to the

present), *the governance model of Algerian public enterprises* remains the same, with a slight improvement in the economic and legal environment conditions, which can prepare the conditions more or less adequate to The application of principles and theories of governance, in order to benefit from its effects. With regard to the question of the agency, it can be seen that the new forms of management of Algerian public enterprises and the preparation of a large majority of them for privatization go in the direction of the reunification of factors helping to empower business leaders to become agents. (F.sadaoui, A.badi, 2015, 13)

In another view, it is easy to see that the holding funds, the public holding companies, as intermediaries between the owner-state and the enterprise, gave birth to an agency relationship in two forms:

✓ *The first between the government and these agents*: who are mandated, to ensure the management and control of state holdings on the one hand?

✓ *The second one between these agents and the companies on the other*: These two agency relationships generate agency costs, which will increase the costs of Algerian national companies and the management costs, and consequently they decrease the added value of these enterprise, therefore their performance whether in terms of book values, or in shares of company shares ... etc. It is important to remember, however, that its two institutions are set up for a limited period and for a mission defined by legal texts in a framework of restructuring and reform of the national economy, a transitional phase.

4.4. The management of Algerian public enterprises and decision-making.

The notion of public enterprise has reconsidered that of property. The latter is characterized by two aspects:

The decision allocation aspect covers all decisions taken, mainly those related to the use of the company's assets. These decisions are not explicitly controlled by law, let alone allocated to other agents. It is the difference of a private company where the entrepreneur, the sole owner, makes the residual decisions and undergoes all of his decisions. The public enterprise is characterized in particular by the decisive role of the state or the public authorities in the designation of the leaders capable of the manager and giving them the relatively important decision latitude on the strategic options. With respect to executive compensation and the possibility of obtaining personal benefits, the various types of SOEs express only minor variations in the discretionary leeway granted to management. Thus, the remuneration of the chief executive officer of the public company falls within the area of regulation on the one hand and negotiation on the other hand as regards the mandate of the president and chief executive officer.

In the case of Algeria, public enterprises operate in a wide range of activities. They cover all sectors of economic activity. Some are derived from nationalization (hydrocarbons) and others are created during the various development plans. Historically, the reasons that have prompted the authorities to initiate this vague industrial process are ideological, political as well as macroeconomic. (F.sadaoui, A.badi, 2015, 09)

The Algerian public enterprise "sonatrach" common example of study.

The oil and gas group *Sonatrach* is involved in the exploration and production, pipeline transportation, processing and marketing of hydrocarbons and their derivatives. *Sonatrach* is also active in the fields of petrochemicals, electricity generation, new and renewable energies, seawater desalination and mining.

Based in Algeria, *Sonatrach* is active in several regions of the world, including Africa (Mali, Tunisia, Niger, Libya, Egypt, and Mauritania), Europe (Spain, Italy, Portugal, Great Britain, Peru) and the United States. The company employs 41,204 employees (120,000 with its subsidiaries), generating 30% of Algeria's gross national product (GNP). *Sonatrach* is an Algerian national company of international stature, and the cornerstone of the Algerian economy.

In 2005, its production was 232.3 million PET (tonne of oil equivalent), of which 11.7% (24 million PET) for the domestic market. And *Sonatrach* operates the largest oil field in Algeria, *Hassi Messaoud*, which produced about 440,000 bbl / d (70,000 m³ / d) of crude oil in 2006. *Sonatrach* also operates the *Hassi R'Mel* field (north of *Hassi Messaoud*, south of Algiers), which produces approximately 180,000 bbl / d (29,000 m³ / d) of crude oil. (*H. Malti, 2010, 99*)

5.1. The Organization of Sonatrach must be rethought.

Created on December 31, 1963, *Sonatrach* was amended three times by presidential decrees; the last one dated February 11, 1998, with the aim of bringing the statutes of *Sonatrach* (joint-stock companies) into line with the creation, In April 1995, of the National Energy Board.

Proved oil reserves in Algeria were estimated by BP at *1.5 billion tons* at the end of *2015 (12.2 billion barrels)*, ie 21 years of production at the rate of 2015. These reserves ranked Algeria 17th with *0.7%* of the world total and 4th in Africa behind Libya, Nigeria and Angola (*Balances for 2015, International Energy Agency*).

5.1.1. The degree of information disclosure at Sonatrach.

According to some experts, the prospects of *Sonatrach's* reserves can not be understood in the absence of real indicators such as internal costs, the international price vector and substitutable energies faced with the new model of energy consumption that is emerging around the world 2020.

Table (5) The degree of information disclosure at Sonatrach (Petroleum - Proven reserves – M/ of barrels)

years	1995s	2005s	2014s	2015s
Proven reserves	10000	12300	12200	12200

Algeria: Balances for 2015, International Energy Agency, 16 October 2016.

The repetitive review of the hydrocarbons law shows that the country does not have a national energy strategy given the instability of the petroleum jurisdiction, which only pays for the increase in hydrocarbon production. (*International Energy Agency*)

Sonatrach must respond to the concern to mobilize the resources of the oil revenue perceived very early as a driving force in the development of Algeria. Over the years, it has become a powerful element of national integration, stability and economic and social development.

5.1.2. Sonatrach's decision-making hierarchy

✓ *The General Assembly*: Composed of the Minister of Energy and Mines - the Minister of Finance - the Governor of the Bank of Algeria - the Delegate for Planning - a representative of the Presidency of the Republic. Article 9.3 specifies that the General Assembly is required to meet "at least twice a year in ordinary session" and in "extraordinary session on the initiative of its chairman or at the request of at least three of its members , The statutory auditor (s) or the Chairman and Chief Executive Officer of Sonatrach ". At the end of each session, the General Assembly is required to send its report to the President of the National Energy Council, which is the President of the Republic.

✓ *the Board of Directors*: which is composed of the Chairman and Chief Executive Officer of *Sonatrach*, the Chairman and Chief Executive Officer of *Sonelgaz*, Vice President Amont, Vice President Aval, Vice-President, Transport by pipeline, Vice- The Director General of Hydrocarbons of the Ministry - another representative of the Ministry - of two representatives of the union of *Sonatrach*. Finally comes the peg,

✓ *the Executive Committee*: the *Sonatrach* Workers' Committee of *Sonatrach's* President and CEO - *Sonatrach's* General Secretary - the Upstream, Downstream, Channeling and Marketing Vice-Presidents - of the Executive Director of Finance - the Executive Director of *Sonatrach*

Human Resources - from the Executive Director of Central Activities (DAG) - from the Strategy, Planning and Economics Director to the Executive Director Health, Safety and Environment. Not to mention the holding enterprises which are annexed to the vice-president. Thus, upstream is attached to the holding services oil and oil; for the downstream, the holding refining, hydrocarbon chemistry (example *Naftec*); for the marketing Sonatrach holding, it is attached to *Sonatrach holding* / recovery of hydrocarbons (example *Naftal*).

At the international level, the *Sonatrach Group* has set up a system for the reorganization of its activities through the grouping of foreign subsidiary companies around an International Holding Company (S.I.H.C) created in July 1999, which operates in different countries. (*A. Mebtoul, 2017*)

5.2. The slump in global oil prices since mid-2014 has led to deterioration in macroeconomic balances.

In 2015, growth slowed to **2.9 %** from **4.1 %** in 2014, hit by a falling average oil price from **\$100 p/b.** in 2014 to **\$59 p/b. in 2015**. Under initial expectations that the fall in oil prices would be short-lived, lack of fiscal consolidation led the budget deficit to double to **-15.9 %** of GDP in 2015. The current account deficit tripled to **-15.2 % of GDP in 2015**. Hydrocarbon exports amount to **95 %** of total exports and around two-thirds of government revenues. Hydrocarbon exports have fallen from a peak of **36 %** of GDP in **2011 to 19 % of GDP in 2015**, while hydrocarbon revenues have dropped from a peak of **27.4 %** of GDP to **14 %** of GDP. Due to very large draw downs, the size of the oil stabilization fund has fallen from **25.6 %** of GDP in 2014 to **16.2 %** of GDP. International reserves remain high at 28 months of imports, but are declining fast. Despite tight monetary policy, inflation rose to **4.8 %** as the partial result of pass-through effect from a **20 %** nominal depreciation of the dinar, aimed to correct the external imbalance. Unemployment rose to double digits and was acute among women and youth. (*La banque mondiale, 2016*).

Table (7) the oil drop and the need to adopt corporate governance in Algeria.

<i>Main Economic Indicators</i>	2014	2015e	2016e	2017p
<i>Real GDP growth (%)</i>	4.1	2.9	3.4	3.1
<i>Inflation rate (%)</i>	3.9	4.8	4.3	4.0
<i>Budget balance (% of GDP)</i>	-7.7	-15.9	-15.7	-12.6
<i>Current account balance (% of GDP)</i>	-4.6	-15.2	-16.2	-14.4

Source: World Bank, Algeria: **Economic Monitoring Report** (April 2016). On the website / <http://www.worldbank.org/en/country/algeria/publication/economic-outlo>, seen 21/03/2017 at 21:54.

In 2009, its turnover amounted to **\$ 77 billion**. It is ahead of the South African subsidiary of the insurer *Old Mutual*⁵, ranked second. *Sonatrach* is the 12th largest oil group in the world, the first in Africa and the Mediterranean basin, the 4th exporter of LNG (liquefied natural gas), the 3rd exporter of LPG (liquefied petroleum gas) and the 5th largest exporter of natural gas. (*H. Malti, 2010*)

At the end of 2016, Algeria had a trade deficit of **\$17.84 billion** (thanks to the oil sector), according to final statistics on foreign trade published by the General Directorate of Customs. Imports of the country amounted to **\$46.72 billion**, while exports were only **\$ 28.88 billion in 2017**.

The only significant document being the balance of payments, it would also be necessary to postpone to the outflow of foreign exchange services imports which between 2010/2015 of more than **10/12 billion** / year of services and **4/6 billion \$** / year of legal repatriations Of foreign firms. However, hydrocarbon exports are in free fall with non-hydrocarbon exports less than two billion dollars. Indeed, the Regulatory Fund was exhausted at the end of 2016 and foreign exchange reserves rose from **\$ 192 billion** at the end of **2014 to \$ 112 billion** at the end of 2016. (*The World Bank, April 2016*).

⁵ - *Old Mutual*: is an insurance company based in London, Great Britain.

To overcome the current situation, the new local and corporate governance, including that of *Sonatrach*, can not be based on the bureaucratic diktat but implies an understanding of the functioning of society taking into account the morphology of society, economic anthropology in The effectiveness of organizations and that influences public or private enterprise Institutions have a very important role on organizations and society. They constitute one of the determining factors in long-term economic growth, as an institution designating "the formal and informal rules governing human interactions" and also as "the rules of the game".

5.3. SONATRACH Code of Conduct (2011).

This code contains a message from the president, presents the values, practices and commitments of *Sonatrach* as well as the ethics charter of staff.

5.3.1. The core values of SONATRACH.

Engagement in the best interests of the country; Entrepreneurship ; Ethics; Professionalism; Confidence and team spirit; Exemplary governance; The quest for excellence; Fairness. (*Kheroua. hind, 2015, 156*).

5.3.2. Corporate values are.

- ✓ Training and skills development for employees;
- ✓ Monitoring and control of technology;
- ✓ Improvement and quality of the social environment;
- ✓ Customer satisfaction and marketing spirit and Respect for partners;
- ✓ Transfer of know-how to other Algerian companies and Respect for the environment and a sustainable development approach.

5.4. The governance of the common *sonatrach* context of decision making.

Sonatrach has known for several years changes of directors-general. *Sonatrach* being Algeria and Algeria being *Sonatrach*, the decline in its revenues has led to the deterioration of the balance of payments between 2015/2017. Algeria is not immune to the perils of the global crisis, notably through a drop in hydrocarbon prices, which can not continue to operate on the basis of \$ 110 per barrel, as between 2010/2015 and \$ 87 according to the *IMF in 2016*. Having spent more than 35 years in this structure, we come to the conclusion:

That these changes will have no impact on the revenues of Sonatrach, externalized, totally dependent on the evolution of the international market, despite its many skills, to improve its internal strategic management to reduce its costs.

So the central question asked for decades, what is the objective of the management of the company *Sonatrach*, the object of this contribution resulting from field surveys, referring to the urgency of the democratization of its management to streamline the decision-making process.

5.5. Corporate management is inseparable from the overall governance of *sonatrach*.

The organization of *Sonatrach* is an organization that combines both the hierarchical organization and the decision-making organization, which does not acquire the flexibility of its competitors at the international level, not to mention the rigidity of the banking system and especially the political interference, which is unique to any public enterprise even in developed countries. Of course, the CEOs of major public companies such as France are appointed by the President of the Republic in Council of Ministers, but with the notable difference, they are linked to a performance contract with the shareholder state, which is not the Often, for our country, the law on the autonomy of public enterprises of 1990 having little application. This is all the more true for

Algeria with the return to an administered economy that affects the majority of companies, as stressed by the Secretary General of the UGTA at the Tripartite of Annaba on 06 March 2017. (A. Mebtoul, 2017 on the website <https://www.algerie1.com/eclairage/change-de-pdg-urgence-d-nouveau-management>).

In this way, the regulatory government is confused with a market economy that can hold blocking minorities for certain segments considered strategic, this notion being historically dated, with the State as a whole. It is necessary to take into account the international environment and the issue of the new global gas strategy. In terms of financial results, for lack of clarity in the *governance of Sonatrach*, it is not clear what is due to good internal management and what is attributable to the international contingencies that are decisive. This is because the growth or not of the world economy plays as an essential vector in the increase or decrease of the revenues of *Sonatrach*. Thus, the analysis of how *Sonatrach* works can not be understood without replacing it in the new configuration of the world energy strategy, taking account of costs, which can uncover thousands of deposits but which are not financially profitable. Undepreciated costs of the new ecological challenge with a significant change in the pattern of energy consumption that is taking shape between 2017/2020/2030.

The governance of a country is itself inseparable from the global changes that must therefore avoid isolating the micro-governance of the macro-governance that is inextricably linked. The current situation of the Algerian government makes strategic management more and more urgent and a transparency of the management of *Sonatrach* to be based for all scientific and operational procedures from the general to the particular, in order to grasp the interactions and be able to carry out actions by Successive keys.

Making Sonatrach more efficient requires several strategic actions:

- ✓ Replace it in the international and national context;
- ✓ A real-time organization system based on networks and no longer on the current organization marked mainly by a hierarchical vision, transparent cost centers including management of the partnership;
- ✓ A rational management of human resources and essential element of strategic management, to involve managers and to listen to the collective of workers through a permanent constructive dialogue. (A. Mebtoul, 2017).

All of these actions in fact refer to the establishment of the rule of law and the urgency of renewed governance. As demonstrated throughout this operational analysis, *Sonatrach* is currently assimilating to the entire Algerian economy, exporting 98% and accounting for more than 75% of our needs. The security of the country is posed; it implies the urgency of the political will to initiate a production and export without hydrocarbons far from the rentier logic, assuming a profound rearrangement of the logic of the power.

The global crisis is not the only explanation for the decline in *Sonatrach's* revenues. The main reasons are the bureaucratic system and the lack of visibility in the economic policy process through perpetual legal instability, the rent allowing GDP growth, a declining unemployment rate and an artificial social stability. So, for the time being, *Sonatrach* is assimilating to the entire Algerian economy, exporting 98% and accounting for more than 75% of our needs, being the largest Algerian company. It accounts for between 35% and 45% of the gross domestic product, but in fact with the indirect effects of more than 80% (public works, hydraulic and many other sectors being driven by public spending via hydrocarbons). The Group at the domestic level is thus the real engine of the Algerian economy, an essential supplier of income from exports, tax revenues and jobs. *Sonatrach* is therefore Algeria and Algeria is the *Sonatrach* and its management and its image directly affects the whole of Algerian society, hence the importance of drawing lines of action because unfortunately recently, *Sonatrach* has emerged from its core businesses despite the weakness of its human resources and, above all, duplicating its work with other ministerial

departments, notably in desalination of seawater, recently in cement production, aviation and planning to found Of the banks, this dispersion to want to do everything at the same time thanks to financial resources that are the property of the Nation, has also harmed its strategic global management.

5.6. Some examples for streamlining managerial decisions through governance at the sonatrach level:

✓ **For transparent accounting of Sonatrach:** To reduce costs an audit of tangible and intangible assets is urgently needed for *Sonatrach*. It should be recalled that, on a strictly accounting basis, tangible fixed assets include land, buildings, technical installations, industrial equipment and tools, as well as general facilities, fixtures, transport equipment, office equipment and computer equipment, furniture And Recoverable Packages In company accounting, only property owned by the enterprise is taken into account, with leased tangible assets not included in assets, which is a significant deficiency that some international Not having a biased balance sheet. Intangible assets include establishment costs, research and development costs, concessions and similar rights, patents, licenses, trademarks, processes and the right to commercial lease.

✓ **Evaluate contracts according to international standards and optimize the management of human resources:** The objective is the objective assessment of the balance sheet of contracts in terms of international standards, the partnership and the impact of the generalization of the tender notices and the contracts negotiated by law, Assessment of *Sonatrach's* financial position, prospects and operating cost structure, taking into account international comparisons. This will necessarily involve a description of the following operations: (A. Mebtoul, 2017).

* Evaluation of the financial position;

* Balance sheet structure, expenses (revenue), reconstitution of cost centers for operations, evaluation of management systems and identification of cost centers. Implementation of these necessary instruments in any international company **should improve contract management and partnership development, economic and financial projections, and simulation / modeling, which should help to Decision-making in real time.**

In this context, it cannot be overstated that a new statutory auditors who have become public servants of the board of directors, by urgently issuing transparent tender notices for their recruitment, Not to exceed three to five years, both at the level of *Sonatrach's* general management, as well as of all its units wholly owned by its subsidiaries.

Finally Sonatrach's pillar, an audit of human resources management that must be based on ongoing dialogue. Indeed, the management of human resources is the foundation of the effectiveness of Sonatrach.

4.7. Good governance of sonatrach.

Sonatrach conducts its business and develops its relationships in a transparent manner, while making publicly available credible information about its results and performance.

Sonatrach exercises good corporate governance in accordance with national and international laws and regulations. Also in Algeria than in the countries where it operates.

Sonatrach respects the principles of fair competition and prohibits conduct that can be characterized as anti-competitive practices.

Sonatrach is the guarantor of the application and respect of the principles of ethics in the conduct of all the operations of its activities⁶. (*Sonatrach* code of conduct 2011, pp.6-7)

⁶ - Code of Conduct for Sonatrach Fr Ar 16/02 / 2011_ 19 04 ai sonatrach, pp.6-7 on the website https://www.sonatrach.com/docs/code_de_conduite.pdf

Integrity: *sonatrach* builds relationships with all its employees, suppliers, customers and partners on ethical principles closely related to honesty and integrity

Sonatrach rewards and knows the loyalty of its employees. It is a moral commitment demanding fidelity and respect.

Excellence: *sonatrach* strengthens the professionalism of its staff and encourages individual know-how, innovative spirit, creativity and initiative. It devotes a special effort to the training of its employees and to the improvement of its management mode of organization and the functioning of its structures of national development.

Recognition of skills and performance: *sonatrach* creates a healthy, serene, stimulating and supportive work environment for professional development and the development of a corporate culture based on Skills and Performance Recognition.

Respect for Individuals and Commitments: Encourages each member of staff to maintain honest, respectful and honest relationships with colleagues, clients, clients and partners.

Sonatrach honors its commitments to its customers, suppliers, partners and institutions.

Equity and equal opportunities: *Sonatrach* ensures that women and men have the same opportunities for employment, as well as professional and access development, with equal responsibilities at all levels of responsibility. She pays particular attention to the female staff, assuring her rights and dignity and recognizing her merit.

Sonatrach enshrines the principle of non-discrimination with respect to all its employees and candidates for employment.

6. Towards the adoption of corporate governance principles in Algeria.

Prior to the adoption of the good governance program initiated by the OECD in support of Economic and Social Development, a study published in November 2001 in Algeria on Corporate Governance was presented at the time in the hope that Principles of corporate governance would be introduced, at least in Practice, into Algerian corporate practice. The focus was then on two points:

- ✓ Expansion of the Board of Directors to "External Professional Directors";
- ✓ Establishment of an "audit committee".

Nearly four years later, before the reform of the public banks, there was nothing on the ground in terms of corporate governance.

6.1. The limits of the adoption of the principles of good governance of the enterprise in Algeria.

One may question the effectiveness of the Boards of Directors. Are public banks that have the reputation of having operated according to criteria of "*clientelists*" or on the injunction of people who are well established in the machinery of political power or profiting from its proximity, in so doing, these practices in the light of this reform? Is an administrator, a representative of the government, the antidote to the deep-seated evil that is plaguing the African banking community? Has it ended with doubtful debts, which some people rather like to describe as "syntactic" claims of "non-performing" claims?

There really are no principles of good corporate governance in Algeria. However, it can be assumed that the process already begun at the level of public banks and enterprises despite the shortcomings will have a contagion effect in other companies that continue to suffer financial mismanagement in many Algerian public enterprises.

The OECD's plan with the Arab States to implement the corporate governance principles should accelerate the movement.

6.2. The problems of the governance of the Algerian economic enterprise.

The state of progress of corporate governance in Algeria deserves to be scientifically identified by a survey of a sample of companies. However, the situation in the field is sufficiently well known to enable us to recall at the outset the main problems which arise in this field.

✓ **General problems:** Algerian public enterprises, as a whole, are confronted with the specter of the few issues traditionally covered by governance. But she saw them differently depending on whether she was concerned about survival or growth.

✓ **The specific problems:** these problems concern, to varying degrees, all EPEs and, in a specific way, the Algerian code of corporate governance aims to address the following concerns:

*How to improve banking relationships? And to attract external investors to the initial family nucleus?

*How to establish a relationship of trust with the tax administration? And how to clarify the relationship between shareholders?

*How to clarify the relations between shareholders and non-shareholder managers?

*How to clarify the responsibilities of the management team?

*How to solve succession problems?

7. Conclusion.

The Algerian authorities have signed and ratified a number of corporate governance codes that conform to international standards, although there has been insufficient progress to date in terms of implementation and compliance.

At the end of this presentation on the reality of corporate governance in Algeria, we can say that Algeria, like all developing countries, is called upon to promote good governance in the management of public economic affairs and the various policies Of development (**B. Riadh, 2008,08**).

Public enterprises in Algeria and large private companies generally comply with current legislation on workers' protection, social responsibility and compliance with environmental standards. Most Algerian companies have not yet developed adequate mechanisms for communicating information to their partners or shareholders.

Governance refers to limited rationality, the incompleteness of contracts, but also to the specificity of certain assets (which cannot be substituted) and taking into account the need to adapt organizations by introducing the importance of trust and Transparency and "social capital" as the cement of cooperation. All these actions in fact refer to the re-founding of the state based on the rule of law and the urgency of renewed governance. As demonstrated throughout this analysis, one must be realistic.

The multidimensional reforms of the APE are characterized by numerous hesitations where decision-makers advocate wait and see at times and stop and go by others. Through its budget, financed by the annuity, the government plays a central role in these reform contract managers.

Algeria will again depend on *Sonatrach's* recipes for many years. But the danger is that *Sonatrach* dedicates a growing fraction of its income to its own investments without real profitability in the medium term at the expense of the other inductive sectors allowing to gradually free itself from the dependency rentier. Hence the importance of a serene and passionate national debate, to concretely realize both the economic and energy transition (energy mix).

In this context, the government has put in place a rich legislative, regulatory and institutional framework to improve and promote good corporate governance at *sonatrach*. But the results held below those set by the State (**Z. Lounis, C. Khedidja, 2015**).

The question that arises of itself is why this discrepancy between texts and facts? In Algeria, like many countries in the world, the problem of good governance is hampered by the reform of the government and the political power that animates it (**B. Kouider**).

• Bibliography.

- ✓A.G. Noureddine, (2015), Corporate Governance Application in Algerian Financial Sector, University of Biskra Algeria-Volume 2, Issue 11, November 2015, ISSN, International Journal of Business and Management Studies, Faculty of Economic and Commercial Sciences and Management 2394-5923 (Print) & ISSN 2394-5931 - P: 146.
- ✓A.Malika, A.Khellodja, (2015), the problem of corporate governance in Algeria, international colloquium on corporate governance: new approaches and experiences, SECG- laboratory LAREMO- university of Tizi ousou, 23-24 November 2015, Algeria.
- ✓Algerian Corporate Governance Code, version 2009.
- ✓A.lamia, K. Ahmed, (2015), the board of directors: a problematic governance mechanism for EPE, international colloquium on corporate governance: new approaches and experiences, SECG- laboratory LAREMO- Tizi ousou university, 23-24 November 2015, Algeria.
- ✓A.Z. Malika & Chertouk, (2015), Fluctuation of the State-Public Enterprises Relationship in the Countries in Transition. Case of Algeria, international colloquium - research and regulation (the theory of the regulation to the test of the crises), 10-12 June 2015, Paris, p.04.
- ✓Bourriche Riadh, the economic governance in question, the daily newspaper of Oran, n°: 4051, 10 April 2008, p8.
- ✓B.Kouider "Democracy, the rule of law and good governance in Africa: the case of Algeria".
- ✓C. Lahlou, (2015), Board of Directors and Performance: Case of INJACO West Group, International Colloquium on Corporate Governance: New Approaches and Experiences, SECG- LAREMO Laboratory - Tizi Ouzou University, 23-24 November 2015, Algeria, p.03.
- ✓C. Lahlou, (2013), governance of public enterprises in Algeria case of the INJACO West group, Commercial Science, Univ-Oran2, Algeria, p: 150.
- ✓D.ahmed, Algeria to the test: political economy of the reforms 1980-1997, Edition. Casbah, Algiers, 1999.
- ✓D. Bakkour, (2013), The Contractual Approach to the Concept of Governance, article ES (Studies & Syntheses) n ° 2013- 04, LAMETA (Montpellier Laboratory of Theoretical Economics and Applied- , France, Dec 2013, p. 08.
- ✓F.DEBLA (2007) "The governance system of newly privatized enterprises in Algeria". Magister's paper, the University of Batna- Algeria.
- ✓F.sadaoui, A.badi, (2015), corporate governance- the Algerian experience of listed companies, international colloquium on corporate governance: new approaches and experiences, SECG- LAREMO laboratory - Tizi ousou university, 23 -24 November 2015, Algeria: 10.
- ✓G. Delahaye, L. Le pope, (2004), "The economic transformations in Algeria: Privatization and predation of the State? Journal of Anthropologists, p. 174-194.
- ✓G. Charreaux, (1997), "Corporate Governance. Corporate governance theories and facts ", Ed. Economica.
- ✓H. Malti, (2010), the Secret History of Algerian Oil, La Découverte, p 99.
- ✓IWassila, L. Melha, (2015), **Banking Crisis, Bank Governance and Performance, International Colloquium on Corporate Governance: New Approaches and Experiences**, SECG- LAREMO Laboratory, Tizi ousou University, 23-24 November 2015, Algeria-
- ✓J. Morel, (2015), management: key points of methods & practical tools for managers, Gualino editions lextenso editions, France, p: 08.
- ✓J. M.C. and Meckling W.H, (1976), "Theory of the firm, Managerial Behavior, Agency Costs & Ownership Structure," Strategic Management Journal, pp. 305-360.
- ✓J. Duffau. (1973), "The public enterprises", Ed - Dunod, Paris - France, p. 19.
- ✓K.Boutaleb, (2005), "Good Governance and Development: The Case of Algeria" International Conference organized by Cemf the Political Economy of Governance Dijon 19-21 May 2005.
- ✓k. Hind, (2015), the perception of corporate social responsibility by Algerian business leaders as a mode of good governance, a thesis for obtaining the doctorate.
- ✓Khaddouj. K. (2016). Corporate governance and management control: analyzes of theoretical approaches, REMSES N ° 3, review of multidisciplinary studies in management and social sciences, August 2016, p.04.
- ✓MOERLAND, P.W. (1995), "Alternative Disciplines in Different Corporate Systems", Journal of Economic Behavior and Organization, Vol. 26, pp. 17-34.