

دراسات اقتصادية



دورية محكمة تصدر عن مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية- الجزائر

العدد الرابع عشر (14)-جانفي 2010م/صفر 1431هـ

أسباب التهرب الضريبي و أثاره على الاقتصاد الوطني

أ. ناصر مراد

الدور الترويجي للغلاف وأثره على قرار شراء المستهلك النهائي

أ. مولود حواس

دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الكوادر البشرية

- دراسة ميدانية على جامعة الزرقاء الأردنية

أ. إبراهيم الحديد

د. بابا عبد القادر

إدارة شبكة التوريد. مدخل نظري

أ. عمر أقاسم

العوامل المحددة لنمو القطاع الخاص بالدول النامية - دراسة حالة الجزائر-

أ. بونوة شعيب

أ. مولاي لخضر عبد الرزاق

واقع نظام التأمين الاجتماعي في الجزائر

أ. درار عياش

ملف العدد

السوق الجزائري وإشكالية أسعار المواد الأساسية

د. عبد الرحمن تومي

مؤشرات هامة

خلية البحث

رئيس التحرير:

د. عبد الرحمن تومي

Toumi_abdrahmane@yahoo.fr

نائب رئيس التحرير:

عبد الرحمن ميغاري

المراسلات باسم مدير مركز البصيرة
46 تعاونية الرشد القبة القديمة - الجزائر

ها: 00213.21.28.97.78

النقل: 0550.54.83.05

فا: 00213.21.28.36.48

البريد الالكتروني:

markaz_bassira@yahoo.fr

الموقع الالكتروني:

www.albassira.net

حقوق الطبع محفوظة

رقم الإيداع القانوني : 1378

ردم د : 7988-1112

التوزيع



دار الخلدونية للنشر والتوزيع
05، شارع محمد مسعودي القبة الجزائر.

ها/فا : 021.68.86.48 /49

بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دراسات اقتصادية

دورية اقتصادية مُحكّمة

العدد الرابع عشر

14

دورية فصلية تصدر عن :

مركز البصيرة



للبحوث والاستشارات

والخدمات التعليمية

دراسات اقتصادية

دورية محكمة تصدر عن مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية

العدد الرابع عشر - جانفي 2010م / صفر 1431هـ

المحتويات

الصفحة	بقلم	الموضوع
5	د. عبد الرحمن تومي أستاذ الاقتصاد	▪ بين يدي القارئ
7	أ. ناصر مراد أستاذ محاضر بكلية العلوم الاقتصادية و التسيير جامعة البليدة .	▪ أسباب التهرب الضريبي وأثاره على الاقتصاد الوطني
17	أ. مولود حواس أستاذ مساعد بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - جامعة الجزائر.	▪ الدور الترويجي للغلاف وأثره على قرار شراء المستهلك النهائي
35	أ. إبراهيم الحديد د / بابا عبد القادر	▪ دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الكوادر البشرية -دراسة ميدانية على جامعة الزرقاء الأردنية.
53	أ. عمر أقاسم أستاذ مساعد جامعة العقيد أحمد دراية- أدرار	▪ إدارة شبكة التوريد. مدخل نظري

75	أ. بونوة شعيب أستاذ التعليم العالي بجامعة تلمسان أ. مولاي لخضر عبد الرزاق أستاذ مساعد مكلف بالدروس بجامعة ورقلة	العوامل المحددة لنمو القطاع الخاص بالدول النامية -دراسة حالة الجزائر-
105	أ. درار عياش أستاذ مساعد كلية العلوم الاقتصادية - جامعة أحمد بوقرة بومرداس-	واقع نظام التأمين الاجتماعي في الجزائر
ملف العدد		
133	د. عبد الرحمن تومي أستاذ الاقتصاد	السوق الجزائري وإشكالية أسعار المواد الأساسية
139	خلية البحث	مؤشرات هامة

الهيئة العلمية

- أ.د. بوكابوس سعدون (جامعة الجزائر).
- أ.د. عبد الحميد الغزالي (أستاذ الاقتصاد- القاهرة)
- أ.د. صخري عمر (جامعة الجزائر)
- أ.د. عبد الحميد زعباط (جامعة الجزائر)
- أ.د. سعود مجيطنة (جامعة الجزائر)
- أ.د. صالح صالح (عميد كلية الاقتصاد- سطيف)
- أ.د. أقاسم قادة (جامعة الجزائر)
- أ.د. مراد ناصر (جامعة البليدة)
- د. بن ديب عبد الرشيد (جامعة الجزائر)
- د. حشمان مولود (جامعة الجزائر)
- د. صبوعة عبد العزيز (المدرسة العليا للتجارة)
- د. عبد الرحمان ميغاري (جامعة بومرداس)
- د. رشيد بوكساني (جامعة بومرداس)

آراء الباحثين لا تعبر
بالضرورة عن وجهة نظر
الدورية

قواعد النشر

- 1 الالتزام بالتحليل والمنهجية العلمية.
- 2 تقدم الأبحاث إلى رئيس التحرير، ويُبلِّغ أصحابها بالقرار المتعلق بالقبول أو الرفض أو التعديل.
- 3 لا يقل حجم البحث عن 12 صفحة.
- 4 يكون البحث مرفوقا بالمراجع.
- 5 يُكتب ببرنامج وورد (Word) مع خط Arabic Transparent بحجم 13 وباللغة العربية.
- 6 يُبلِّغ المقال في قرص مرن (Disquette, CD) مع نسخة مطبوعة على ورق (A4) 29.7/21.
- 7 يكون المقال جديدا لم يسبق أن نُشر في أية نشرية أخرى.
- 8 يكون المقال ملخصا يُعبّر عن أهم نقاط البحث ولو في نصف صفحة.
- 9 لا تُنشر إلا الأبحاث المتخصصة في العلوم الاقتصادية أو ذات العلاقة.

مركز البصيرة يرحب
بأبحاثكم واقتراحاتكم
ونصائحكم.

بين يدي القارئ

كيف ساهمت المفاهيم الاقتصادية في حل مشاكل الإنسانية من خلال حكمة القرآن وحكمة الفلسفة

إن المتتبع لمسار الأحداث العالمية، خاصة الاقتصادية منها، وذلك منذ عشرينيات القرن الماضي وإلى الآن، لاشك بأنه سوف يقف على نتائج بالغة الخطورة، حتى وإن ارتسمت أمامه مساحات من الإبداع والاختراع والتطور التكنولوجي، والتي غالباً ما تبهر عقل ونفس كل من ارتبط وجدانياً بهذه الدنيا، غير أن هذه المساحات لا يمكن أن تغطي غابات الحقيقة. لعل أهم وأخطر هذه النتائج التي يمكن أن يقف على حقيقتها الأغلبية الساحقة من البشر اليوم، هو فقدانهم لذوق لذة أو نشوة السعادة، مع أنه لا يستثنى واحد من بني آدم في بحثه عنها، كل بطريقته الخاصة.

لقد أثبتت التجارب الإنسانية على مر العصور، بأن الضفر بالسعادة لا يمكن بلوغها خارج معادلة التوازن. توازن بين المادة والروح، كما هو توازن بين الفقر والغنى، وهو توازن بين القوي والضعيف، كما هو بين الحاكم المحكوم... الخ. وإن شئت فقل، شرط المعادلة، أن تلازم الفرد والأسرة، كما تلازم المجتمع والأمة، وهي في نهاية الأمر حزمة من المفردات أو الثوابت أو المفاهيم تشكل قاسماً مشتركاً لكل سكان المعمورة، تضمن لهم الحق في حياة يسودها الأمن والاستقرار، والعدالة والحرية، والتنمية والتطور.

إن سر فقدان هذا التوازن في عالم اليوم، يعود أساساً إلى توظيف وتكريس مفاهيم جلتها نتائج فلسفة إنسانية، كثيراً ما حطت بذورها في حقل غير مناسب لها، فكانت القوة هي المرتكز، وكان الصراع هو الدستور، وكانت الغاية هي المنفعة الغير مقيدة، وكانت النتيجة كما ترى، عشرون بالمائة من البشر يعيشون البذخ والترف، وأكثر من نصف سكان المعمورة

تحت خط الفقر¹، ولو استتطقت التاريخ لأجابه كم من عشرات الملايين من البشر أبيدوا عن آخرهم، وكم من مدائن تحولت إلى أطلال، بل وكم من جهد ووقت ومال ضيع هدرًا . إن الشواهد لكثيرة، والمؤسف حقا، أن المائة سنة الأخيرة كانت طفرة في الانحدار الأخلاقي، مثلما هي طفرة في التكنولوجيا والعملة، وهي طفرة في توسيع الهوة بين عالم الفقراء (العمال) وعالم الأغنياء (أصحاب رؤوس الأموال) كما هي طفرة في زيادة معدل الظلم وسفك دماء الأبرياء، واستباحة الأرض والعرض . إنها صور قاتمة مظلمة، تحز في النفس الإنسانية لتصل بها إلى حد الخجل والخوف من مستقبل باتت قراءته معقدة، بتعدد وتناقض الإشارات التي يرسلها الأقوياء والضعفاء على حد سواء.

ومن هنا يبدأ السؤال : هل عالم اليوم بحاجة ماسة إلى جيل القراء أكثر من أي وقت مضى ؟. وإلا من ينقد البشرية من برائث الظلم والتخلف والجهل غير حكمة القراء ؟. ثم ماذا استفاد المسلمون من مناهج ومدارس الغرب ؟، وبالمقابل ماذا خسرت، أو ماذا يمكن أن تخسر البشرية بابتعادها عن الأخلاق ؟. كيف يمكن توظيف المفاهيم الاقتصادية لإحداث نوع من التوازن انطلاقا من الفردية إلى العالمية ؟. ثم ما هي المفاتيح الاقتصادية التي جاءت بها حكمة القراءان كوصفة علاجية لأعراض هذا العصر ؟.

رئيس التحرير
دكتور عبد الرحمان تومي

أسباب التهرب الضريبي وأثاره على الإقتصاد الوطني

أ.ناصر مراد

المقدمة

يعتبر التهرب الضريبي ظاهرة عالمية ، بحيث أقترن وجودها بوجود الضريبة نفسها ، ومنذ نهاية السبعينات ازدادت أهمية ظاهرة التهرب بسبب النمو السريع للنشاط الاقتصادي الموازي ، ونظرا للدور الهام الذي تؤديه الضريبة في المجال المالي والاقتصادي والاجتماعي والسياسي ، مما يترتب عليه عدة انعكاسات سلبية تضر بالاقتصاد الوطني ، لذلك فإن مختلف الأنظمة الضريبية تعمل على مكافحة هذه الظاهرة للتقليل من حدتها . نحاول من خلال هذه الدراسة إبراز عوامل ظهور التهرب الضريبي و مختلف آثارها على الاقتصاد الوطني ، وفي الأخير نقدم بعض الاقتراحات التي تساعد أصحاب القرار لإتحادها كإجراءات لمكافحة التهرب الضريبي.

في هذا السياق نتساءل عن آثار التهرب الضريبي على الاقتصاد الوطني و كيفية مكافحته؟

و لمعالجة هذا الإشكال سنستعرض العناصر التالية :

- مفهوم التهرب الضريبي
- أسباب التهرب الضريبي
- آثار التهرب الضريبي

أولاً: مفهوم التهرب الضريبي

تشكل الضريبة عبئاً على المكلف لذلك فإنه يعمل على مقاومتها من خلال التخلص منها أو نقل عبئها إلى شخص آخر ، ويقصد بالتهرب الضريبي ذلك السلوك الذي من خلاله يحاول المكلف القانوني عدم دفع الضريبة المستحقة عليه كلياً أو جزئياً دون أن ينقل عبئها إلى شخص آخر ، ولتحقيق التهرب الضريبي يتخذ المكلف القانوني عدة طرق وأساليب قد تكون مشروعة أو غير مشروعة ، وعلى هذا الأساس يمكن التمييز بين شكلين للتهرب الضريبي كما يلي:

- تهرب ضريبي بدون إنتهاك القانون الضريبي وهو ما يعرف بالتجنب الضريبي
- تهرب ضريبي بانتهاك القانون الضريبي وهو ما يعرف بالغش الضريبي.

1- **التجنب الضريبي** *L'évasion fiscale*: يقصد بتجنب الضريبة أن يتخلص المكلف القانوني من دفع الضريبة دون مخالفة أحكام التشريع الضريبي القائم⁽¹⁾ ، وفي هذا الإطار يمكن التمييز بين ثلاثة حالات لذلك التهرب هي :⁽²⁾

أ- **تهرب ضريبي ناتج عن تغير سلوك المكلف:** وذلك من خلال بعض السلوكيات

التي يتخذها المكلف بغرض تجنب الضريبة والتي تتمثل فيما يلي :

- الامتناع من استهلاك أو إنتاج السلع التي تفرض عليها ضريبة مرتفعة بقصد فادي دفعها.
- ترك النشاط الانتاجي الذي يخضع إلى ضريبة مرتفعة، والانتقال إلى نشاط آخر خاضع لضريبة أقل.

نلاحظ أن هذا التهرب يركز على إرادة المكلف الذي يجب أن يكون على علم بمختلف الضرائب المفروضة.

ب- **تهرب ضريبي ينظمه التشريع الضريبي :** يستند هذا التهرب كون أن الضريبة

أداة هامة تستخدمها الدولة لتحقيق عدة أهداف - مالية، اقتصادية واجتماعية - لذلك ينظم المشرع هذا التهرب المشروع لتحقيق أهداف معينة، مثل إخضاع الأرباح المعاد استثمارها بالنسبة للشركات إلى معدل خاص 15% عوض 30% قصد تشجيع الاستثمار.

ج- **تهرب ضريبي ناتج عن إهمال المشرع الضريبي:** قد يتحقق التهرب الضريبي نتيجة

وجود ثغرات في القانون الضريبي، وهو ناتج عن إهمال المشرع. في هذه الحالة يقوم المكلف باستغلال ثغرات التشريع الضريبي، ومن أجل ذلك قد يستعين المكلف بأهل الخبرة والاختصاص لاكتشاف تلك الثغرات، فمثلا يستطيع المكلف تجنب الضريبة على الأرباح الصناعية والتجارية بالتوصل إلى إعطاء نشاطه صفة غير تجارية من وجهة النظر القانونية رغم أن طبيعة نشاطه تجارية من الناحية الاقتصادية.

يتضح مما سبق أن التجنب الضريبي لا يعتبر تهربا حقيقيا، وذلك نظرا لعدم التجسد المادي للواقعة المنشئة للضريبة القانونية، لذلك يسعى المكلف إستغلال هذه الأساليب حتى يقلص العبء الضريبي. لكن نشير أن التهرب الضريبي الناتج عن وجود ثغرات في التشريع الضريبي غير مرغوب فيه، حيث لا يسعى المشرع من خلاله تحقيق أي هدف عكس الحالات الأخرى، لذلك يجب معالجة هذه الثغرات لتحسين فعالية النظام الضريبي، ضف إلى ذلك، رغم إحترام هذا التهرب الاطار الشرعي (إلا أنه يظهر نقصا في التحضر وغياب الضمير الاجتماعي)⁽³⁾.

2- **الغش الضريبي La fraude fiscale:** الغش الضريبي هو عبارة على تهرب من الضريبة

بطريقة غير مشروعة أي بمخالفة مباشرة للقانون الضريبي، فهو (تخلص من الضريبة وإعطاء عرض خاطئ للواقع، أو تفسير مفضل)⁽⁴⁾، ومن أجل ذلك يستعمل المكلف طرق الغش، مرتكبا بذلك جرائم مالية يعاقب عليها القانون. وفي هذا المجال توجد عدة مظاهر للغش الضريبي تتمثل فيما يلي:

- عدم تقديم المكلف القانوني تصريح ضريبي عن النشاط الخاضع للضريبة، معتمدا في ذلك على عدم وجود مقر لنشاطه، وفي هذه الحالة يكون التهرب كلي.

- إدخال السلع المستوردة من الخارج خفية أي عدم التصريح بها لدى الجمارك حتى لا يدفع عليها الضريبة الجمركية.
- تقديم المكلف بالضريبة تصريح ضريبي لدى إدارة الضرائب مخالف للحقيقة حتى تفرض عليه ضريبة أقل مما يجب، كأن يذكر في تصريحه دخلاً أقل من دخله الحقيقي، أو يذكر قيمة السلعة المستوردة أقل من قيمتها الحقيقية.
- المبالغة في تقدير التكاليف الواجبة الخصم من وعاء الضريبة، مما يؤدي إلى تقليص الأرباح المفروضة عليها الضريبة وبالتالي تخفيض الضريبة المستحقة.
- إخفاء أو تهريب أموال المكلف بالضريبة حتى لا يدفع قيمة الضريبة بحيث يتعذر على إدارة الضرائب الحصول على مستحقاتها إتجاهه.
- هروب المكلف خارج البلاد، وبالتالي يصعب على إدارة الضرائب تحصيل الضريبة المترتبة عليه. وحتى يعتبر أي سلوك كغش ضريبي يجب توفر عنصرين أساسيين هما: العنصر المادي المتمثل في تخفيض الاقتطاع الضريبي بطرق غير مشروعة، بالإضافة إلى توفر النية السيئة لذلك السلوك.
- ورغم أن كلا الشكلين اللذين يمكن أن يتخذهما التهرب يهدفان للوصول إلى نفس الغاية وهي عدم الالتزام بأداء الضريبة، إلا أن الغش الضريبي يؤثر سلباً على فعالية النظام الضريبي، دون أي مقابل إيجابي، بينما التجنب الضريبي قد يكون مقصوداً من طرف المشرع لتحقيق أهداف معينة (اقتصادية، إجتماعية، سياسية).

ثانياً : أسباب التهرب الضريبي

يرجع إنتشار ظاهرة التهرب الضريبي إلى وجود بيئة توفرت فيها الشروط الملائمة لها، والتي ساعدت في نموها واتساعها، لذلك يعتبر وجود التهرب نتيجة توفر أسباب معينة والتي ترتبط بالمكلف وطبيعة النظام الضريبي المطبق والظروف الاقتصادية السائدة.

1- الأسباب المتعلقة بالمكلف: غالباً ما تعود أسباب التهرب الضريبي إلى المكلف في حد ذاته

والتي تدرج في إطار اعتبارات نفسية وأخلاقية ومالية.

أ- **ضعف المستوى الخلقي**: من العوامل الجوهرية التي تؤدي إلى التهرب الضريبي ضعف المستوى الأخلاقي لدى الأفراد المنوط بهم دفع الضريبة⁽⁵⁾ والذي يحفز الأفراد على التهرب من أداء الواجب الضريبي، لذلك فهو يتناسب عكسياً مع الشعور الوطني في مصلحة المجتمع، ومع الشعور بالمسؤولية في تحمل الأعباء العامة.

ب- **ضعف الوعي الضريبي**: يقصد بالوعي الضريبي (شعور المواطن بواجبه نحو وطنه وما يقتضيه ذلك من تضحيات مادية تعين الدولة على مواجهة ما يلقي عليها من أعباء)⁽⁶⁾. في هذا المجال

تشكل وسائل الاعلام أداة هامة للتأثير على مستوى الوعي الضريبي، ويعتبر ضعف الوعي الضريبي في المجتمع من أبرز أسباب التهرب الضريبي بحيث نقص شعور الأفراد بواجبهم تجاه الدولة يدفعهم إلى التهرب الضريبي، وذلك لوجود بعض الإعتقادات الخاطئة عن الضريبة والتي نجملها فيما يلي :

- إعتبار الضريبة إقتطاع مالي دون مقابل، وبالتالي أداة تعسف على أملاك الأفراد.
- إعتقاد أن المتهرب من الضرائب إنما هو سارق شريف لأنه يسرق الدولة وهي شخص معنوي، وبالتالي فهو لا يضر بالآخرين كما هو الحال في السارق أو الخائن أو المخالف لنظام المرور، وحسب إستطلاع الرأي العام في فرنسا حول تكييف المتهرب من الضريبة اتضح أن 4 % من الأفراد يعتبرونه بمثابة سارق و 1 % منهم بمثابة خائن لوطنه و 18 % منهم بمثابة شخص لا يحترم نظام مرور السيارات، في حين أن 53 % من الأفراد يعتبرونه كرجل أعمال يستغل الفرص للحفاظ على أمواله، كما أن 88 % من الفرنسيين يبررون موقف المتهرب ولا يجدون ضرورة لمعاقبته⁽⁷⁾.
- الاعتقاد الديني حول عدم شرعية الضريبة لأنها لا تستند على منطلقات عقائدية بعكس الزكاة التي تعتبر من أركان الإسلام.
- سوء تخصيص النفقات العامة، والذي يؤدي بالأفراد الشعور بتبذير أموالهم في أوجه لا تعود بالمنفعة العامة.

ونشير أن الاعترافات السابقة تختلف من شخص إلى آخر بحيث أن المكلف الذي يعتقد أن الضريبة المحملة عليه منصفة وعادلة نجدها أقل عبئاً عليه لذلك يتقبلها، بعكس الذي يعتقد أنها ظلماً وتعسفاً، نجدها تشكل عبئاً ثقيلاً عليه لذلك يرفضها ويسعى إلى التهرب منها⁽⁸⁾.

ج- الوضعية المالية السيئة للمكلف: تؤثر الحالة المالية للمكلف على التهرب ونطاقه، بحيث نجد أن ميل المكلف نحو التهرب يزيد كلما زاد عبء الضريبة عليه وساء مركزه المالي.

2- الأسباب المتعلقة بالنظام الضريبي: توجد عدة عوامل تؤثر على التهرب ونطاقه والتي ترتبط بطبيعة التنظيم الفني الضريبي ومدى استقرار التشريع الضريبي، والتي نجملها في العناصر التالية :

- **ثقل عبء الضريبة:** والذي يشكل مبرراً أساسياً لتهرب الأفراد من الضريبة، بحيث في حالة زيادة العبء الضريبي عن توقعات المكلفين، واستعدادهم النفسي لتحمله مما يدفعهم إلى التهرب الضريبي.

- **تعقد النظام الضريبي:** إن الضريبة التي تتطلب إجراءات عديدة ومعقدة سواء أثناء ربطها أو تحصيلها، تدفع المكلفين إلى التهرب (فالتهرب هو نتيجة سريعة لضريبة سيئة)⁽⁹⁾.

- **ضعف العقاب المفروض على المتهرب:** إن حجم العقاب الذي تفرضه الدولة على المتهرب من الضريبة يؤثر على التهرب الضريبي، بحيث أن المكلف يقارن درجة الخطر، فإذا كانت قيمة ذلك العقاب أكبر من المبلغ الذي يعود على المكلف إثر تهريبه من الضريبة، ففي هذه

الحالة يبتعد المكلف عن ذلك التهرب ويقلل منه، لكن إذا كانت قيمة العقاب أقل من المبلغ الذي يعود على المكلف أو غير موجود تماما، ففي هذه الحالة يكثر التهرب الضريبي⁽¹⁰⁾.

- **عدم استقرار التشريع الضريبي** : تؤدي التغييرات الدائمة في التشريع الضريبي إلى غموض النظام الضريبي بسبب تعدد القوانين⁽¹¹⁾، كما تؤدي إلى عدم ثقة المكلف بالنظام الضريبي، وبالتالي زيادة ميلهم للتهرب الضريبي.

- **ضعف الرقابة الضريبية**: عندما يشعر المكلف بضعف الرقابة الضريبية أو عدم وجودها، فإنه يزيد ميله للتهرب.

3- الأسباب المتعلقة بالإدارة الضريبية: تعتبر الإدارة الضريبية أداة تنفيذ النظام

الضريبي، لذلك كلما كانت هذه الإدارة ضعيفة الكفاءة والنزاهة، كلما سهل التهرب الضريبي، ويرجع عدم كفاءة الإدارة الضريبية إلى ضعف الإمكانيات والوسائل المادية، بالإضافة إلى نقص الأيدي العاملة الفنية، ونقص في الخبرة المهنية للموظفين في الإدارة، وذلك نتيجة ضعف الأجور في الوظيفة العمومي، وقلة المعاهد المتخصصة في تكوين الإطار الضريبية، بالإضافة إلى ذلك توجد ظاهرة خطيرة تهدد وجود الإدارة الضريبية والتي ترتبط بالجانب الخلفى لموظفي إدارة الضرائب، والتي تتمثل في الرشوة بحيث أنها تعتبر أخطر من ضعف الكفاءة، وتندرج ضمن الفساد الضريبي، (إن هذه الظاهرة ليست فقط نتيجة لنقص الرقابة من طرف السلطات المعنية وغياب العقوبة الصارمة ضد الموظفين المرتشين، ولكنها أيضا نتيجة للتنظيم السياسي والاجتماعي)⁽¹²⁾، ويعتبر تفتيش ظاهرة الرشوة في المصالح الضريبية عامة ومصالحة المراقبة خاصة، هي نتيجة إنعدام المحفزات المادية والمعنوية للموظفين وضعف مستواهم الخلفي.

وفيما يتعلق بالإدارة الضريبية الجزائرية، فإنها تعاني من عدة مشاكل تتمثل فيما يلي⁽¹³⁾.

■ لا تخضع الإطار الضريبية لتكوين واحد، بحيث يوجد هيكلين مكلفين بتكوين هؤلاء الإطار، المعهد الوطني للمالية، ومعهد الاقتصاد الجمركي والجبائي، والبرامج بينهما متباينة، كما يغلب على هذا التكوين الطابع العام والواجب أن يكون ذا طابع دقيق متخصص حسب أنواع الضرائب وحسب الأوعية الضريبية.

■ غياب المفاهيم الحديثة في تسيير الإدارة الضريبية، مثل روح التسويق، العلاقات العامة، الإدارة بالمساهمة، لذلك يجب التركيز على تطوير تسيير الموارد البشرية وفق المفاهيم العلمية الحديثة المستندة على العلاقات الانسانية.

■ سيادة الأساليب الكلاسيكية في العمل الإداري، إذ لا زالت الملفات تعالج بطريقة يدوية بطيئة.

■ غياب الجهود للتعريف بالنظام الضريبي، والقيام بالتوعية سواء على مستوى وسائل الإعلام المسموعة والمرئية، في حين نجد أنه في الكثير من الدول مثل كندا، هناك تنسيق مع الوزارات الأخرى (التربية الوطنية، التكوين المهني، التعليم العالي) من أجل نشر الثقافة والوعي الضريبي لدى الأفراد.

■ ضعف التكوين في المجال الضريبي، بحيث تقتصر برامج التكوين الموجودة حالياً إلى مضامين جديدة مثل أخلاقيات المهنة الضريبية، التسويق الاجتماعي والعلاقات العامة.

ونظراً للنقائص السابقة، والمشاكل التي تعاني منها الإدارة الضريبية، فإن النظام الضريبي الجزائري لازال بعيداً عن المعايير الدولية في الأداء الضريبي.

4- الأسباب المتعلقة بالظروف الاقتصادية: إن فترات الكساد والأزمات التي يشهدها

البلد، تعمل على إنتشار التهرب الضريبي وزيادته بسبب قلة النقود وإنخفاض دخول المكلفين، وتدهور القدرة الشرائية للأفراد، وبالتالي زيادة حساسيتهم لارتفاع الأسعار، مما يصعب على المنتجين نقل عبء الضريبة، لذا يدفعهم التهرب الضريبي، باستعمال مختلف الطرق المتاحة، بينما في فترات الرخاء والإنتعاش الاقتصادي يقل ميل المكلفين للتهرب الضريبي بسبب كثرة النقود وارتفاع الدخل وتحسن القدرة الشرائية للأفراد، مما يسمح للمنتجين نقل عبء الضريبة إلى المستهلكين، عن طريق رفع أسعار منتجاتهم لذا يكون الدافع النفسي للتهرب لدى المكلف منخفضاً⁽¹⁴⁾.

كما أن عدم تنظيم الاقتصاد الوطني وانتشار الاقتصاد الموازي، يؤدي إلى استمرارية وزيادة حجم التهرب، وذلك بسبب عدم ضبط السوق للسلع والخدمات، وكذلك عدم ضمان حرية المنافسة التي تعتبر من أهم شروط شفافية المعاملات⁽¹⁵⁾. بالإضافة إلى ذلك فإن القطاع الموازي لا يعمل على عدم دفع الضرائب فقط، وإنما يجعل إجراءات التحريض الجبائي عديمة الجدوى، وبالتالي فإن مبالغ نقدية هامة تتداول بحرية دون أن تخضع للمنطق العام للسياسة الاقتصادية، ولا يمكن للدولة محاربة هذا القطاع بصفة كلية لأنه يساهم في إمتصاص نسبة من ظاهرة البطالة، وكذا التخفيف من بعض الضغوط الاجتماعية⁽¹⁶⁾.

ثالثاً: آثار التهرب الضريبي

تعتبر الضريبة أداة هامة تستخدمها الدولة لتحقيق عدة أهداف - مالية، اقتصادية واجتماعية - لذلك فإن الاخلال بالواجب الضريبي يؤثر على الدور المنوط بها، وذلك في غياب نظام ضريبي فعال يضمن التحصيل الأمثل للموارد الضريبية المقررة، وعليه يؤدي التهرب الضريبي عدة آثار سلبية يمكن تصنيفها إلى آثار مالية واقتصادية واجتماعية.

1- الآثار المالية للتهرب الضريبي: يؤدي التهرب الضريبي إلى الإضرار بالخرزينة العامة للدولة

بحيث يفوت على الدولة جزءاً هاماً من الموارد المالية، ويترتب على ذلك عدم قيام الدولة بالإنفاق العام على الوجه الأكمل، وبالتالي تصبح الدولة عاجزة عن أداء واجباتها الأساسية تجاه مواطنيها، وفي ظل عجز

الميزانية تضطر الدولة للجوء إلى وسائل تمويلية أخرى كالإصدار النقدي واللجوء إلى الإقراض إلا أن ذلك الاتجاه قد يسبب مخاطر تمس الاستقلال المالي والاقتصادي للبلد المعني.

2- الآثار الاقتصادية للتهرب الضريبي: تعتبر الضريبة متغيراً اقتصادياً هاماً، لذلك يؤدي التهرب الضريبي إلى انعكاسات سلبية على الإقتصاد الوطني وذلك من عدة جوانب. بالنسبة للاستثمار فإن نقص إيرادات الدولة بسبب التهرب لا يسمح بتكوين إدار عام، لذلك يحد من مقدرة الدولة على القيام بالمشاريع الاستثمارية التي تقتضيها التنمية، بالإضافة إلى ذلك فإن انخفاض معدلات الادخار يجعل الدولة تقلص حجم الإعفاءات الممنوحة في إطار ترقية الاستثمار، ويترتب على ذلك ركود إقتصادي متميز بارتفاع معدلات التضخم والبطالة.

كما يعمل التهرب الضريبي الإخلال بقواعد المنافسة حيث تصبح المؤسسات المتهربة أفضل من تلك التي تؤدي واجباتها الضريبية، حيث تكون لها إمكانيات تمويلية هائلة، تسمح بتحسين جهازها الإنتاجي وتقوية مكانتها في السوق. كما يضر التهرب الضريبي بإنتاجية المؤسسة بحيث يعمل ذلك التهرب إلى توجيه عناصر الإنتاج إلى الأنشطة التي يسهل فيها التهرب الضريبي حتى ولو كانت هذه الأنشطة ذات إنتاجية ضعيفة، وهذا على حساب المشروعات الأكثر كفاءة، بالإضافة إلى الإخلال بالتوازن الجهوي للمشاريع الاستثمارية، وتساهم ظاهرة التهرب الضريبي في توجيه الإقتصاد الوطني نحو إرساء إقتصاد غير رسمي أو ما يعرف بالإقتصاد الموازي والذي يحدث مشاكل عديدة تعرقل السير الحسن للإقتصاد الوطني. لذلك يؤدي التهرب الضريبي إلى فشل السياسات الإقتصادية التي تهدف إلى تحقيق الإستقرار الإقتصادي⁽¹⁷⁾.

3- الآثار الاجتماعية للتهرب الضريبي: يؤدي التهرب الضريبي إلى إضعاف روح التضامن بين أفراد المجتمع، كما يؤدي إلى عدم المساواة بين المكلفين في تحمل عبء الضريبة، إذ يتحمل البعض الضريبة بكاملها بينما يتخلص منها الذين تمكنوا التهرب منها أي عدم عدالة توزيع العبء الضريبي، وتؤدي كثرة التهرب الضريبي لجوء الدولة إلى رفع معدلات الضرائب الموجودة أو إضافة ضرائب جديدة، فيزداد العبء على من لم يتهرب من الضريبة. لذلك تصبح الضريبة عاجزة عن تحقيق التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع، بالإضافة إلى ذلك تصبح الضريبة عامل إفساد أخلاقي من خلال البحث عن جميع الوسائل سواء المشروعة أو غير المشروعة قصد التحايل والإفلات من الواجب الضريبي.

4- الآثار على فعالية النظام الضريبي: يعتبر التهرب الضريبي نتيجة لعدم فعالية النظام الضريبي، لذلك فإن إنتشار ظاهرة التهرب الضريبي كدليل على عدم فعالية النظام الضريبي، في هذا المجال نجد أن التهرب الضريبي لا يحقق مبدأ العدالة الضريبية، ويتعد عن التكافل الاجتماعي، كما يقلص الإيرادات المالية للدولة، لذلك يعمل التهرب الضريبي على عدم تحقيق أهداف السياسة الضريبية - المالية، الاقتصادية والاجتماعية - وبالتالي يقلص من أهمية الضريبة.

بناءً على ما سبق، فإن التهرب الضريبي ظاهرة إجتماعية خطيرة تضر الاقتصاد الوطني، ولا تسمح الدول بتفويض سياساتها المالية لأهدافها التنموية. ونظراً للآثار التي تترتب على التهرب الضريبي فإن مختلف التشريعات الضريبية تعمل على مكافحة هذا التهرب بشتى الوسائل المتاحة.

الختامة

من خلال هذه الدراسة تبين لنا أن للتهرب الضريبي عدة أشكال كما يترتب عنه عدة آثار سلبية خاصة من الناحية المالية والإقتصادية والإجتماعية، لذلك فإن مختلف الأنظمة الضريبية تعمل على مكافحة هذه الظاهرة للتقليل من حدتها وتجنب آثارها. كما توصلنا إلى النتائج التالية:

■ يعتبر التهرب الضريبي ظاهرة إجتماعية خطيرة تضر الإقتصاد الوطني، ولا تسمح الدول بتفويض سياساتها المالية لأهدافها التنموية، ونظراً للإنعكاسات السلبية المتعددة التي تترتب عن التهرب فإن مختلف الأنظمة الضريبية تعمل على مكافحة هذه الظاهرة بشتى الوسائل المتاحة.

■ يعتبر التهرب الضريبي نتيجة لعدم فعالية النظام الضريبي، لذا فإن أحسن طريقة لمكافحة التهرب تكمن في البحث عن فعالية النظام الضريبي وذلك من خلال:

- بساطة النظام الضريبي وتمتعه بالشفافية والمرونة.
- تخفيف العبء الضريبي، من خلال إستعمال معدلات وأسس ضريبية معتدلة، بالإضافة إلى تجنب الازدواج الضريبي.
- توفر إدارة ضريبية كفأة والتي تعمل على تسهيل الإجراءات الضريبية من أجل كسب ثقة المكلفين بالضريبة.

- السعي إلى تحقيق العدالة الضريبية وتدعيم التكافل الإجتماعي.
- إستقرار النظام الضريبي حيث أن كثرة التغيرات في التشريعات الضريبية يؤدي إلى محيط غير مشجع لمبادرة الإستثمار.

و لتفعيل سبل مكافحة التهرب الضريبي نقترح ما يلي:

- تدعيم الإجراءات المتخذة لمكافحة التهرب الضريبي بإرادة سياسية قوية
- التنفيذ الصارم لمختلف العقوبات الجبائية والجنائية المسلطة على المتهربين من دفع الضريبة.
- إصلاح شامل للإدارة الضريبية وفق المعايير الدولية في الأداء الضريبي.
- إعداد برنامج وطني لمكافحة الرشوة داخل مختلف الإدارات العمومية
- تعميم التعامل بالشيكات وذلك لضبط مختلف المعاملات التجارية
- تحسين المحيط الإقتصادي وذلك بالقضاء على جميع النشاطات التي تغذي ظاهرة التهرب مثل الإقتصادي الموازي وعملية المضاربة.

المراجع

- (1) بوعزيزي رضا [1999]، التهرب الضريبي في الجزائر (1992 - 1996)، رسالة ماجستير مقدمة لمعهد العلوم الاقتصادية، الجزائر.
- (2) بن فارس حسينة، إشكالية التهرب الضريبي في الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، الجزائر، 2007.
- (3) دويدار محمد لبدون تاريخ، دراسات في الاقتصاد المالي، الإسكندرية، منشأة المعارف.
- (4) شامية أحمد زهير، خالد الخطيب [1997]، المالية العامة (الطبعة الثانية)، عمان، دار زهران للنشر والتوزيع.
- (5) قانون الضرائب المباشرة و الرسوم المماثلة [2003] الجزائر، ديوان المطبوعات الجزائرية.
- (6) قانون رقم 02 - 11 المتضمن لقانون المالية لسنة 2003.
- (7) قانون رقم 04 - 21 المتضمن لقانون المالية لسنة 2005.
- (8) قدي عبد المجيد [1995]، فعالية التمويل بالضريبة في ظل التغيرات الدولية، دراسة حالة النظام الضريبي الجزائري في الفترة 1988 - 1995، أطروحة دكتوراه دولة مقدمة لمعهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر.
- (9) مرسي محمد فهمي، سيد لطفى عبد الله [1999]، الضريبة الموحدة على دخل الأشخاص الطبيعيين وتطبيقاتها العملية، القاهرة، مكتب لطفى.
- (10) نعوش صباح [1987]، الضرائب في الدول العربية، بيروت المركز الثقافى العربى.
- (11) المديرية العامة للضرائب، وزارة المالية.
- (12) Bulletin des services fiscaux [1999], sans numéro, édité par la direction générale des impôts, Alger.
- (13) BOUDERBALA A [1994], la réforme fiscale (évaluation et perspectives), mutation revue éditée par la chambre nationale de commerce (CNC), N°7.
- (14) GAUDMET Paul Marie [1970], précis de finances publiques, Paris, édition montchrestion.
- (15) KANDIL Athmane [1970], théorie fiscale et développement, Alger, SNED.
- (16) MARGAIRAZ André [1977], la fraude fiscal et ses succédanés, deuxième édition, Suisse.
- (17) TABATONI Pierre et Hubert brochier [1963], économie financière, France, presses Universitaires de France.

الهوامش

- (1) Gaudemet Paul Marie, précis de finances publiques, édition montchrestien, Paris, 1970, P 314.
- (2) محمد دويدار، دراسات في الاقتصاد المالي، مصر، منشأة المعارف، بدون تاريخ، ص 230.
- (3) André Mergairaz, la fraude fiscale et ses succédanés, deuxième édition, suisse, 1977, P 25.
- (4) Ibid, P 16.
- (5) الشرقاوي عبد الحكيم مصطفى، التهرب الضريبي و الإقتصاد الأسود، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2006، ص 119.
- (6) محمد مرسي فهمي، سيد لطفي عبد الله، الضريبة الموحدة على دخل لأشخاص الطبيعيين و تطبيقاتها العملية، القاهرة، بدون دار النشر، 1999، ص 301.
- (7) صباح نعوش، الضرائب في الدول العربية، المركز الثقافي العربي، بيروت، 1987، ص 121.
- (8) Fiscalité Directe, actes du séminaire organisé par D.G.I. et FMI, 1993, p 127.
- (9) Hubert Brochier et Pierre Tabatoni, économie financière, France, presses universitaires de France, 1963, P 243.
- (10) Fiscalité Directe, actes du séminaire organisé par D.G.I et F.M.I., op. cit, P 126.
- (11) Andrée Margairaz, La Fraude Fiscale et ses succédanés, op. cit, p 175.
- (12) Athman Kandil, Théorie fiscale et développement, Alger, SNED, 1970, p 133.
- (13) عبد المجيد قدي، فعالية التمويل بالضريبة في ظل التغيرات الدولية، دراسة حالة النظام الضريبي الجزائري في الفترة 1988-1995، أطروحة دكتوراه دولة مقدمة لمعهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 1995، ص 250.
- (14) Paul Marie Gaudemet, Précis de Finances publiques, op. cit, p 310.
- (15) A. Bouderbala, la fraude fiscale, revue mutation n° 7, éditée par la chambre nationale de commerce, Alger, 1994, P 28.
- (16) عبد المجيد قدي، فعالية التمويل بالضريبة في ظل التغيرات الدولية، مرجع سابق، ص 274.
- (17) بن فارس حسينة، إشكالية التهرب الضريبي في الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة البليدة، الجزائر، 2007، ص 50.

الدور الترويجي للغلاف وأثره على قرار شراء المستهلك النهائي

أ.مولود حواس

Abstract :

Nowadays, packaging is considered in the manufacturer's policies as one of the most selling and most influential elements of the marketing mix on the consumer's behaviour. The fact that many products constitute a given idea in the consumer's mind is due, first of all, to the product's package which attracts his attention and helps to give some information about the product; therefore, it forms a perception from the consumer's point of view on the product itself. Thus, this is the reason why the packaging is regarded as one of the important attractive buying tools for the consumer.

Keywords: Packaging, the final consumer, promotion, consumer behaviour, decision making.

الملخص:

يعتبر التغليف في وقتنا الحاضر من أهم سياسات البيع وأكثرها تأثيراً على سلوك المستهلك؛ فالكثير من السلع التي كوَّنت في ذهن المستهلك تصوراً معيناً إنما يرجع إلى غلاف السلعة الذي جذب انتباه المستهلك، والذي ساعد على توصيل معلومات معينة عن السلعة وتشكيل إدراك وتصور المستهلك عنها، لذلك ينظر إلى الغلاف على أنه من الجاذبيات البيعية المهمة للمستهلك.

سنحاول من خلال هذه الورقة تناول أهمية التغليف في ترويج المنتجات، متناولين ماهية التغليف وإستراتيجيته على الترتيب، وكذا الدور الترويجي للغلاف وقرار شراء المستهلك النهائي.

الكلمات المفتاحية: التغليف، المستهلك النهائي، الترويج، سلوك المستهلك، قرار الشراء.

مقدمة:

يعتبر التغليف أحد الأبعاد الأساسية المكوّنة لمفهوم السلعة، لأنه يعزز صورتها الذهنية لدى المستهلك. وقد أدت أهمية التغليف ببعض كتّاب التسويق إلى اعتباره من قضايا التخطيط الإستراتيجي للمنتج. فلم يعد دوره يقتصر على حماية السلعة فحسب، بل تعداه وتجاوزه ليرتقي إلى دور بيعي وترويجي وأحد العناصر التي يمكن أن تؤثر على سلوك المستهلك، وأصبحت إسهاماته تتم قبل الإنتاج وبعده بالاستفادة من المعلومات المرتدة، مما استوجب زيادة الاهتمام ببحوث التغليف بالنسبة للعديد من المنتجات، خاصة الاستهلاكية منها.

أولاً- ماهية التغليف:

يناقش هذا المحور ماهية التغليف، فيتناول مفهوم التعبئة والتغليف، ووظائف التغليف على الترتيب.

1- مفهوم التعبئة والتغليف:

يمكن تعريف "التعبئة" على أنها: "عملية تغليف السلعة قبل تقديمها إلى المستهلك، إذ أنها تمثل الغلاف الأول الذي يكون على اتصال مباشر مع السلعة"⁽¹⁾. كما يعرفها "Devismes, 1996" بأنها: "الغلاف المادي أو الحاوي الأول للسلعة، والذي يشكل وحدة البيع بالتجزئة. وهو يهدف إلى تسهيل عملية تداول السلعة، تخزينها، حفظها واستعمالها. إلى جانب ذلك، فإنّ التعبئة تأخذ بعين الاعتبار العرض الجذاب والجانب الإعلامي للسلعة"⁽²⁾. وتعرّف كذلك بأنها: "العملية التي يتم بمقتضاها تجهيز السلعة، تقسيمها وفق رغبات المستهلك، ووضعها في حيز يحويها ويحافظ عليها بكامل قواها الأدائية طوال عمرها الافتراضي"⁽³⁾.

أمّا التغليف فيعرفه "Kotler, 2006" بأنه: "مجموعة النشاطات المرتبطة بتصميم وإنتاج غلاف السلعة"⁽⁴⁾. ويعرفه "Gouffi, 2003" بأنه: "مصطلح يتضمن وسائل التغليف، الوسائل الملحقة بها؛ وهو المادة الموجهة مؤقتاً لاحتواء سلعة أو مجموعة سلع خلال عملية تداولها، نقلها، تخزينها، أو عند عرضها للبيع، وذلك لحماية هذه المنتجات وتسهيل تلك العمليات. إلى جانب ذلك، فهو يراعي المحافظة على البيئة"⁽⁵⁾.

والغلاف حسب "London & Jallot, 2002" هو: "مجموعة العناصر المادية التي على الرغم من أنها لا تنتمي إلى السلعة، إلا أنها تباع معها لكي تسمح أو تسهل حمايتها، نقلها، تخزينها، تقديمها، التعرف عليها واستعمالها من طرف المستهلكين"⁽⁶⁾. كما يعرف بأنه: "الصورة المرئية للسلعة، وهو الرمز الذي يحكم عليه المستهلك قبل أن يحكم عن السلعة ذاتها"⁽⁷⁾.

ويرى "Devismes, 1996" بأنّ: "غلاف السلعة هو في نفس الوقت الحاوي ووسيلة الإعلام التي تنقل السلعة وتوصل خصائصها وهويتها الفريدة، باعتباره الغلاف النهائي والرسالة النهائية. وعليه، يجب أن يتم تصميمه وتحضيره وفقاً لحاجات المستهلكين"⁽⁸⁾.

وهو يمثل: "أحد العناصر أو المكونات المادية الشكلية للسلعة، ويعتبر من أكثر العناصر فعالية في التأثير على المستهلك، فهو يساعد في تشكيل إدراك وتصور المستهلك عن السلعة، كما أنه يمثل أحد الجاذبيات البيعية"⁽⁹⁾.

من خلال التعاريف المقدمة للتعبئة والتغليف نخلص إلى وجود ارتباط وثيق بينهما، وبغرض توضيح العلاقة الموجودة بين هذين المفهومين، فإنّه يبدو من الضروري ذكر مستويات التغليف، وهذا كما يلي:

أ. **الغلاف الأولي:** ويسمى بالتعبئة (Le conditionnement)؛ وهو حاوي كل وحدة استهلاكية من السلعة، ويكون على اتصال مباشر معها، كما يرافقها طوال فترة استهلاكها، وهو يؤثر على إدراك السلعة عند استعمالها، وهذا عن طريق سهولة الاستهلاك. مثال ذلك: قارورة المشروبات، قنينة العطر، أنبوب معجون الأسنان...إلخ.

ب. **الغلاف الثانوي:** ويسمى بغلاف التجميع (L'emballage de regroupement)؛ وهو يشمل كل ما يحمي الغلاف الأولي، ويتم الاستغناء عنه عند استهلاك السلعة. مثال ذلك: الغلاف البلاستيكي الذي يضم ست (06) قارورات من المياه المعدنية لـ "أفري"، الغلاف الذي توضع فيه قنينة العطر أو أنبوب معجون الأسنان...إلخ. ويهدف هذا الغلاف إلى حماية السلعة والترويج لها في آن واحد، كما يلعب دوراً هاماً في جذب أنظار المستهلكين وتحفيزهم على الشراء.

ج- **الغلاف الثالثي:** ويسمى بغلاف الشحن (L'emballage d'expédition)؛ وهو ذلك الغلاف الذي يسمح بنقل عدد معين من وحدات بيع السلعة من المصنع إلى المخازن أو نقاط البيع؛ مثال ذلك: لوحات التحميل (Les palettes) التي تحمل عشرات الصناديق من المشروبات. وما تجدر الإشارة إليه، أنّ هذا المستوى من التغليف له وظائف إمدادية أكثر منها تسويقية، إذ أنّه يهتم الموزعين أكثر من المستهلكين النهائيين الذين غالباً لا تكون لهم الفرصة في رؤيته. وما يجب التنويه عليه، أنّ هناك العديد من العوامل التي تبرز تنامي أهمية الدور الذي يلعبه التغليف، يمكن تلخيصها فيما يلي:

1. **زيادة الاعتماد على الخدمة الذاتية في كثير من المتاجر الحديثة،** ممّا أدى إلى زيادة الدور الذي يمكن أن يلعبه الغلاف في مساعدة المستهلك في التعرف على الصنف المطلوب، كما تساعد المعلومات الظاهرة على الغلاف في الاستدلال على محتوى السلعة، تركيبها، كيفية استخدامها، وتاريخ انتهاء صلاحيتها، ودولة منشأها...إلخ باعتباره "رجل بيع صامت"⁽¹⁰⁾.
2. **تحسن المستوى المعيشي للأفراد،** ممّا أدى إلى ميل الكثير من المستهلكين إلى تفضيل السلع التي تحقق لهم سهولة الاستعمال، تتصف بالمظهر الجميل، تضيف قيمة معنوية خاصة...إلخ على الرغم من ارتفاع أسعارها نسبياً. فالتغليف جزء لا يتجزأ من المفهوم الموسع للسلعة، قادر على إعطاء انطباع معين عن السلعة وإظهارها بالمظهر المطلوب.
3. **التقدم التكنولوجي في صناعة مواد التغليف،** ممّا أدى إلى التقدم الفني في صنع العبوات والأغلفة من الخشب الحبيبي، والصوف الزجاجي وغيرها بسبب توفر السهولة في الاستخدام⁽¹¹⁾.
4. **الصورة،** إذ تسعى العديد من المؤسسات لأن يكون لمنتجاتها شخصيات متميّزة. هذه الشخصيات يتم نقلها عن طريق الصورة العامة للعلامة، الرسائل الإعلانية، اختيار

الاسم، وعن طريق التغليف بالخصوص. فمثلاً، تستحضر زبدة "Motte" لـ "Président" التقاليد والجودة الرفيعة نظراً لهيئة الغلاف التي قدمت فيه.

5. إمكانية الإبداع، إذ يعتبر التغليف من المجالات التي يمكن أن يؤدي إبداع طفيف فيها إلى تحسين ملحوظ في السلعة وزيادة في رقم أعمالها. فالأغلفة المبتكرة تدر فوائد ومزايا على المستهلكين وتحقق أرباحاً للمنتجين. فقد استطاعت إحدى مؤسسات صناعة مواد التجميل أن ترفع مبيعاتها من صمغ الأظافر بنسبة 22٪، عندما استبدلت العبوة التقليدية للصمغ بقلم رشيق وملائم يؤدي نفس الغرض، لكن بسهولة متناهية ودون أن يسبب أي إرباك للمستخدم⁽¹²⁾. كما تطورت صناعة العبوات تطوراً كبيراً في مجالات سلعية أخرى، نذكر منها على سبيل المثال صناعة العبوات الدوائية، فقد حدث تطوراً ملحوظاً في عبوات الدواء ساهم في عملية ترشيد الاستهلاك عن طريق توفير أحجام مختلفة من العبوات طبقاً لحجم وعدد الجرعات المطلوبة، كما أنها تتصف بالأمان في الاستخدام، وذلك تأكيداً لأهمية توفير الدواء السليم بالجرعة السليمة للمريض في المكان والزمان المناسبين.

2. وظائف التغليف:

تتعدد وظائف التغليف وتتنوع تبعاً لتعدد الأطراف المشاركة في العملية التسويقية. وعليه، يمكن توضيح أهم هذه الوظائف فيما يلي⁽¹³⁾:

- المحافظة على المنتج وحمايته أثناء نقله وانسيابه من المنتج إلى المستهلك وأثناء تخزينه أو حيازته لديه، مما يؤدي إلى قلة تعرض محتوياته للتلف أو الفقد أو التسرب... الخ.
- تحقيق النظافة، خاصة بالنسبة للمنتجات الغذائية.
- تقليل نفقات التسويق لانخفاض الخسائر الناتجة عن الكسر أو التلف أو التبخر بالنسبة لمحتويات المنتج أثناء انسيابه من المنتج إلى المستهلك.
- سهولة استعمال المنتج كما هو الحال بالنسبة للمبيدات الحشرية في شكل أيروسولات.
- سهولة التعرف على المنتج من قبل رجال البيع والمستهلكين، خاصة إذا كان شكل الغلاف فريداً.

- زيادة قيمة المنتج من وجهة نظر المستهلك، خاصة بالنسبة للمجوهرات ومستحضرات التجميل والحلويات، مما يجعله يرى أن المنتج ذا خصائص فريدة. ويشترط لتحقيق هذا الهدف ألا يشعر المستهلك أن نفقات التغليف أدت إلى رفع سعر المنتج بدرجة كبيرة.
- الإعلان عن المنتج بصفة دائمة أثناء عرضه في متاجر التجزئة، مما يؤدي إلى شرائه تلقائياً.
- يمكن إتباع سياسة التشكيل عن طريق تعبئة المنتج في عبوات الأحجام، وذلك لإرضاء المستهلكين المختلفين من حيث القدرة والعادات الشرائية، وأيضاً نظراً لاختلاف أسباب الشراء.

■ الإعلان عن المنتج بصفة دائمة لدى المستهلك، نظراً لأنّ العبوة تستمر لديه طالما يستعمل المنتج، ومن تم فإنّ الرسائل الإعلانية الموجودة على الغلاف الخارجي تستمر في التأثير عليه في كل مرة يستخدم فيها المنتج.

زيادة على ذلك:

■ يعتبر التغليف من أكثر العناصر فعالية في التأثير على سلوك المستهلك، فهو يساعد على تشكيل إدراك وتصور المستهلك عن المنتج، كما أنّه يمثل أحد أنواع الجاذبيات البيعية⁽¹⁴⁾. بالإضافة إلى ذلك، فإنّ العلامة التجارية الموجودة على ظهر الغلاف لها تأثير هي الأخرى على سلوك المستهلك، إذ توصل "Dodds وآخرون، 1991" إلى أنّ العلامة لها تأثير على إدراك المستهلك لجودة وقيمة المنتج وإقباله بشرائه. ويتبع هذا الدور من صعوبة وتكلفة قيام المستهلك بتجربة جميع العلامات المتاحة أمامه. ويدعم ذلك ما توصل إليه "Lysonski وآخرون، 1996" في دراستهم من أهمية كبرى للعلامة كمؤثر في القرار الشرائي وتحديد الأنماط الشرائية للمستهلكين. ويدعم "Keller, 1993" من أهمية العلامة، إذ يشير إلى أنّ العلامة تؤثر على استجابة المستهلك لكافة عناصر المزيج التسويقي الأخرى⁽¹⁵⁾.

■ تدوين البيانات والإشادات الخاصة بالمنتج، والمتعلقة بـ : تاريخ الإنتاج وانتهاء الصلاحية، مكونات المنتج، طريقة الاستعمال... الخ⁽¹⁶⁾. وعليه، يمكن اعتبار الغلاف وسيلة لنقل المعلومات والاتصال مع المستهلك باعتباره "رجل بيع صامت".

■ تسهيل عرض المنتج في الأرفق في متاجر التجزئة وفي الأسواق الممتازة، بالإضافة إلى الترويج له من خلال الشكل والتصميم والألوان الجذابة للعبوة والغلاف. وعليه زيادة الطلب ودوران المبيعات⁽¹⁷⁾.

■ سهولة حمل ونقل وتداول المنتج، إلى جانب سهولة استهلاكه من خلال الاستخدام الصحيح له.

■ ملائمته مع احتياجات المستهلك، إذ يشبع الغلاف بعض الحاجات النفسية (حب التفاخر والظهور، ... الخ)، وبعض الحاجات العملية (معرفة العلامة، والتعرف على مكونات المنتج من خلال المعلومات المكتوبة على الغلاف... الخ).

■ استفادة المستهلك في أحيان كثيرة من العبوة لأغراض واستخدامات أخرى، وهذا بعد نفاذ محتواها من المنتج.

■ تسهيل الاحتفاظ بالمنتج بعد استخدامه من طرف المستهلك.

■ الغلاف الجيد يجب أن يتصف بالأمان في الاستعمال، وكذا الأمان في مرحلة ما بعد الاستعمال. ويحتل الأمان في مرحلة ما بعد الاستعمال أهمية خاصة، إذ يجب ألاّ يسبب التخلص من الغلاف أو العبوة أي أثار أو أضرار بالبيئة⁽¹⁸⁾.

ثانياً- إستراتيجية التغليف:

إنّ المؤسسات التي تدرك جيداً القيمة التسويقية للتغليف تسعى إلى تنمية وتطوير إستراتيجية فعّالة للتغليف يمكن أن تشكل جانباً له أهميته ضمن المزيج التسويقي للمؤسسة. ويتناول هذا المحور إستراتيجية التغليف، فيناقش تصميم الغلاف المناسب، العوامل الواجب مراعاتها عند تصميم هذا الغلاف، واختبارات التغليف على الترتيب.

1. تصميم الغلاف المناسب:

من بين القرارات المهمة المتعلقة بعملية التطوير والابتكار السلي ما يرتبط بتصميم الغلاف المناسب للمنتج الجديد. والخطوة الرئيسية التي يجب القيام بها في هذا الاتجاه تتمثل في الوصول إلى مفهوم الغلاف نفسه. ويتضمن ذلك القيام بوصف المفهوم الغلافي من حيث طبيعته وخصائصه، وما يمكن أن يضيفه الغلاف إلى السلعة، من حيث الجودة والحماية، وطريقة الحفظ، أو أية ميزة نسبية أخرى يمكن أن تتوفر بها السلعة دون غيرها من السلع المنافسة.

وعند الانتهاء من إعداد وصف مفهوم الغلاف، فإنّ القرار الموالي الواجب اتخاذه يتعلق بتحديد حجم الغلاف، شكله، المواد التي سيصنع منها (كرتون، بلاستيك، زجاج، خشب، ...إلخ)، اللون، المضمون والعلامة التجارية المميّزة له⁽¹⁹⁾ وما تجدر الإشارة إليه في هذا المقام هو وجوب أن يكون الغلاف مناسب للغرض الذي سوف يستخدم من أجله. واختيار المواد وشكل التغليف راجعين إلى حد بعيد إلى بعضهما البعض، مع وجود بعض الاستثناءات التي يمكن فيها استخدام العديد من المواد لاحتواء سلعة ما، كما يمكن استخدام عدداً من المواد لإنتاج أي شكل من أشكال الأعلفة والعبوات.

إلى جانب ذلك، يجب أن تكون العناصر المكوّنة للغلاف (من شكل، لون، مضمون، علامة ...إلخ) متفاعلة مع بعضها البعض وموضوعة في إطار متناسق لدعم مكانة السلعة في السوق، كما يجب أن يكون التغليف متناسباً مع قدرات الإعلان عن السلعة وشروط أو ظروف توزيعها⁽²⁰⁾.

وتقوم الإدارة التسويقية في معظم المؤسسات بتحديد عدّة تصاميم لغلاف سلعتها الجديدة، ثمّ تختار من بين هذه التصاميم ما تراه مناسباً، وذلك بناءً على مجموعة من المعايير التي تستطيع تطويرها بما يتفق مع أهدافها ومضامين إستراتيجياتها التسويقية. وفي المؤسسات التي وصلت إلى مستوى متقدم في تخطيط عملياتها التسويقية، يتم إجراء ما يسمى بـ "اختبار الغلاف"، ويكون هذا الاختبار من الناحية الفنية والشكلية. فالتخطيط السليم للغلاف ثمّ الاختبار الدقيق له ضروريان للمؤسسة إذا أرادت أن تقدم أحسن عرض في السوق.

لذلك فإنّ عدداً كبيراً من المؤسسات تسند مسؤولية التغليف إلى لجنة دائمة خاصة، تتألف عضويتها من المسؤولين عن الإعلان والبحوث والمبيعات والشراء والإنتاج في المؤسسة، ويعتبر رئيس اللجنة مسؤولاً أمام مجلس الإدارة أو نائبه، وتقدم اللجنة توصياتها بشأن التغليف للإدارة العليا في المؤسسة. وفي بعض المؤسسات الأخرى توجد وحدة متخصصة للتغليف تتبع رئيس مجلس إدارة المؤسسة.

بالإضافة إلى ذلك، فإنه يمكن الاستعانة بأقسام الخدمات التابعة لمنتجاتي مواد التعبئة والتغليف في تقديم الاقتراحات الخاصة بالمواد المناسبة لتغليف سلع مؤسسة معينة، نظراً لما لهذه الوحدات من خبرات ومعرفة، ولما يتوافر لديها من معدات لاختبار المواد؛ ولكن يجب الحذر من تحيّر هذه الأقسام نحو التوصية باستعمال مواد معينة، ويمكن مواجهة ذلك عن طريق المناقشات الموضوعية.

ويمكن أيضاً الاستعانة بالمصممين المحترفين لتصميم الغلاف بعد إعطائهم البيانات الخاصة بالسلعة ومحتوياتها والأنماط الاستهلاكية... إلخ، بالإضافة إلى الاستعانة بهم في التنسيق بين وجهات النظر المتباينة في المؤسسة فيما يتعلق بالغلاف، بشرط أن تتوفر لديهم البيانات الكاملة في جميع المجالات المتعلقة بالغلاف (إنتاج، تسويق... إلخ)، وأن تكون لديهم الخبرة في التنسيق وألا يكون دورهم مقتصرًا على التصميم الفني فقط.

ويرى الدكتور "محمود صادق بازعة" أنّ إدارة التسويق يجب أن تكون مسؤولة عن التغليف في المؤسسة، على أن تقوم وحدة بحوث التسويق بجمع البيانات الخاصة بالنواحي التسويقية المتصلة بالتغليف، ثمّ تسجيلها وتحليلها وأخذها في الحسبان عند اتخاذ قرارات التغليف.

2. العوامل الواجب مراعاتها عند تصميم الغلاف:

هناك مجموعة من الاعتبارات يجب أخذها في الحسبان عند تصميم غلاف السلعة، ومن أهمها مايلي:

الاهتمام بدراسة العلاقة بين تكلفة التعبئة والتغليف وبين طبيعة السلع ومدى قدرة المستهلك على الدفع.

ضرورة استقصاء رأي قنوات التوزيع والوسطاء عن طريقة التداول والتخزين، للوقوف على الصعوبات والعراقيل التي قد تواجه السلع أثناء انسيابها من المخازن إلى السوق، ودون أن تتحمل تلك المنافذ جهوداً إضافية في تقييد شكل أو حجم الغلاف⁽²¹⁾.

تحديد العلاقة بين حجم العبوة وبين مقتضيات الاستهلاك لأجزاء السوق المختلفة وفقاً لعادات الشراء المتبعة، والدخل والربط بين الوفورات السعرية التي يجنيها المستهلك من شراء العبوات الكبيرة، وبين تفضيل المستهلك في بعض الأحيان للعبوات الصغيرة الحجم.

دراسة المؤثرات الترويجية للتعبئة والتغليف، وجعلها في شكل فريد ومميّز عن العبوات والأغلفة الأخرى الموجودة في السوق، وبالشكل والكيفية التي تمكّن المستهلكين من التعرف عليها دون جهد، آخذين في الحسبان مايلي⁽²²⁾:

أن يعمل الغلاف على جذب المستهلكين وتشجيعهم على تجربة السلعة من خلال ما يحدثه لدى المستهلك من إحياءات رمزية، وما تعكسه في نفسه من ملامح ومزايا عن السلعة واستخداماتها.

اختلاف شكل التعبئة والتغليف وفقاً للنوع، فالأغلفة التي تصمم للسيدات تكون في أشكال براقة وتتصف بالنعومة وبالمظهر الجذاب والأنيق.

ارتباط لون الغلاف بمحتوياته، بالربط بين لون الغلاف وطبيعة السلعة وكذا طبيعة الاستخدام وخصائص المستهلك.

مراعاة السلع المترابطة في وضعها في أشكال تسهل الجهود الترويجية التعاونية فيما بينها، كوضعها في شكل واحد أو لون واحد.

الأخذ بالحسبان حماية البيئة ونظافتها (الأخذ بعين الاعتبار مصالح المجتمع ككل).

التجديد في التغليف طبقاً لمقتضيات العصر والتطور التكنولوجي الحاصل.

دراسة نسق العادات والتقاليد والأعراف وهيكل القيم الاجتماعية الحاكمة في المجتمع، لما له من تأثير بالغ الأهمية في تصميم الغلاف من حيث⁽²³⁾: الشكل، الألوان، الصور والرسوم المطبوعة على الغلاف، الاسم التجاري والعلامة التجارية.

وعليه، وبناءً على ما سبق يتضح أنّ تصميم عبوة السلعة وغلافها الخارجي تتدخل فيه عوامل متصلة بالإنتاج والتكاليف والتسويق والتمويل والتصميم الفني والنواحي القانونية والبيئية، لذلك يجب أن يكون هناك تكامل دائم بينها.

3. سياسات التغليف:

بعد القيام بمختلف الاختبارات على التغليف والحصول على النتائج المختلفة، يمكن للمؤسسة حينئذ أن تتخذ القرار الملائم بشأن سياسة التغليف التي ستنتهجها. ومن أهم هذه السياسات مايلي:

1.3- تغيير الغلاف: سواءً كان اتجاه المؤسسة نحو تغيير الغلاف يرتبط بمشكلات تسويقية من عدمه، إلا أنّ الملاحظ وجود اتجاه حديث يفضل السعي لتغيير الغلاف وتجديده، وتشير المشاهدات إلى استمرار هذا الاتجاه. والواقع أنّ من أهم الأسباب التي تدعو مسؤولي التسويق إلى تغيير الغلاف، مايلي⁽²⁴⁾:

▪ انخفاض مبيعات السلعة نتيجة تقادمها.

- اكتشاف مواد جديدة للتعبئة والتغليف.
- قيام المنافس بتطوير أغلفة سلعه.
- الاستفادة من الأفكار الجديدة في مجال التعبئة والتغليف.
- مراعاة التشريعات الحكومية الجديدة في السوق.

ولهذه الأسباب وغيرها تلجأ الإدارة التسويقية لتغيير العبوة أو الغلاف الخارجي للسلعة، ولكن بالرغم من أهمية هذا التغيير، إلا أنه لا يجب المغالاة في ذلك، بمعنى ألا يتم ذلك التغيير بمعدلات سريعة حتى لا يؤثر ذلك على المستهلك في سهولة التعرف على السلعة. ومن الأهمية التعرف على آراء المستهلكين واتجاهاتهم الخاصة بالعبوة أو الغلاف الحالي، واقتراحاتهم حول العبوة أو الغلاف المستقبلي (الجديد). كما يجب اختبار الغلاف الجديد على عينة من المستهلكين والموزعين ورجال البيع، أو تقديمه في أسواق اختبارية للتعرف على درجة قبوله من طرف المستهلكين.

2.3- تغليف الخط السلمي: في حالة تعدد السلع التي تقوم المؤسسة بتقديمها إلى السوق، يكون أمامها بديلان في التغليف، هما: إما أن تصمم غلافاً مماثلاً من حيث الحجم والشكل واللون... إلخ لجميع سلع الخط، وإما أن تصمم غلاف مميز لكل منها. ويتميز البديل الأول بإمكانية الاستفادة من ذلك في الإعلان عن سلع المؤسسة، وإبراز شخصية المؤسسة وسلعها، وترسيخ في ذهن المستهلك شكل معين للغلاف، مما يؤدي بالتالي إلى أن كل سلعة تساهم في الترويج للسلع الأخرى، وتزداد أهمية ذلك عند تقديم سلع جديدة⁽²⁵⁾ ولا يمكن إتباع هذا البديل إلا إذا كان هناك ارتباط بين السلع من حيث الاستعمال وهناك تماثل كبير بينها من حيث الجودة. إلا أن ما يعاب عن هذا البديل هو احتمال حدوث إحياء لدى الوسطاء بأن لديهم مخزوناً أكبر مما يجب من هذه السلع، مما يؤدي إلى تقليل طلباتهم منها بعد ذلك، واحتمال أن لا يميز المستهلك بين الصنف الذي يحتاجه والصنف الذي لا يحتاجه خاصة في حالة انتشار ظاهرة الأمية في المجتمع⁽²⁶⁾.

أما البديل الثاني - استخدم عبوة أو غلاف مميز لكل سلعة على حدى - فإنه يحقق الشخصية الذاتية لكل سلعة، وخاصة إذا اختلفت في الجودة. وبالتالي يتجنب عيوب البديل الأول وإن كان لا يحقق مزاياه بطبيعة الحال.

3.3- تقديم عدد من وحدات السلعة في غلاف واحد: وذلك بقيام المؤسسة بوضع أكثر من وحدة من نفس السلعة كالصابون مثلاً في غلاف واحد، أو تقديم وحدات من السلع المكملة في غلاف واحد، مثل: العطور، كريم الحلاقة، مزيل العرق، الصابون... إلخ، كما في حالة منتجات "Dove".

ويؤدي إتباع هذه السياسة إلى زيادة المبيعات الإجمالية للسلعة وتشجيع المستهلك على شراء وتجربة الأشكال المختلفة من المنتجات. وتستخدم هذه السياسة بنجاح في حالات تشييط المبيعات عندما يقدم غلاف به ثلاث وحدات من السلعة بسعر وحدتين أو مع هدية مثلاً. ويفضل إتباع هذه السياسة في حالة السلع الاستهلاكية التي يتم استخدامها بصورة متكررة⁽²⁷⁾.

4.3- تقديم السلعة في عبوات مختلفة الأحجام: تقوم بعض المؤسسات بإنتاج عبوات مختلفة الأحجام نظراً لاختلاف القدرة الشرائية وعادات الشراء للمستهلكين، وحجم الأسرة. فمثلاً تستخدم العبوات الكبيرة من طرف الأسر كبيرة الحجم والهيئات والمصالح الحكومية والمؤسسات والفنادق... إلخ، وتستخدم العبوات الصغيرة من طرف المستهلك الفرد ومحدودي الدخل. وتهدف هذه السياسة إلى توسيع نطاق السوق عن طريق إشباع رغبات وحاجات أكبر عدد ممكن من المستهلكين⁽²⁸⁾. ولكن يجب توخي الحذر من المغالاة في التشكيل في السلعة بعبوات مختلفة الأحجام حتى لا يؤدي ذلك إلى ارتفاع تكاليف الإنتاج والتسويق، ولذلك يجب القيام بدراسات مستمرة لتقييم مدى نجاح الأحجام الحالية من العبوات، ودراسة الحاجة إلى إضافة عبوات جديدة بصفة مستمرة.

5.3- استعمال العبوة بعد استهلاك السلعة: تراعي العديد من المؤسسات عند تصميم العبوة إمكانية استعمالها من طرف المستهلك بعد الانتهاء من استهلاك محتوياتها الأصلية، كاستخدام قارورات عصائر الفواكه والمياه الغازية في حفظ المياه في الثلاجة، وبقالات المربى والعسل في حفظ البقول وبعض المواد الغذائية... إلخ⁽²⁹⁾.

وما تجدر الإشارة إليه، هو أنه لا يمكن إتباع هذه السياسة إلا إذا كان هناك انطباق لدى المستهلك بأن المنفعة التي يحصل عليها نتيجة لاستعمال العبوة بعد استهلاك محتوياتها تفوق السعر الذي يدفعه في السلعة، كما يجب أن تؤدي هذه السياسة إلى تكرار شراء السلعة بصفة مستمرة.

6.3- الحصول على المواد اللازمة للتعبئة والتغليف: هناك العديد من السياسات الخاصة بالحصول على المواد اللازمة للتعبئة والتغليف بالكميات والمواصفات والأسعار المناسبة في الوقت والمكان المناسبين، ومنها: هل يتم شراء هذه المواد أو يتم صنعها في ورشات المؤسسة؟ وفي حالة الشراء، هل يتم الشراء من مصادر أجنبية أم من مصادر محلية؟ من مورد واحد أم من عدة موردين؟ من المنتج أم من الوسيط؟... إلخ⁽³⁰⁾.

وبصفة عامة، يلاحظ أنّ عدم الحصول على المواد اللازمة للتعبئة والتغليف في الوقت المناسب وبالكميات والأسعار والمواصفات المناسبة، يؤدي في عدد كبير من الحالات إلى تعطيل عملية الإنتاج، وبالتالي عدم تحقيق الأهداف التسويقية والإنتاجية المرجوة.

ثالثاً- الدور الترويجي للغلاف:

يلعب التغليف دوراً هاماً في ترويج العديد من السلع، وبصفة خاصة الميسرة منها، فنتيجة للتطور الذي حدث في تجارة التجزئة وانتشار محلات خدمة النفس والمكينات الآلية لبيع السلع الميسرة، فإنّ الغلاف الجذاب يلعب دوراً كبيراً في التأثير على المستهلك، وفي تحديد اختياراته.

ويتناول هذا المحور الدور التدريجي للغلاف، فيتطرق إلى رسالته الترويجية، وإلى جوانبه الإغرائية والإعلامية على الترتيب.

1. الرسالة الترويجية للغلاف:

إنّ الرسالة التي يحملها الغلاف عبارة عن رسالة متحركة، تساعد على زيادة الوعي الشرائي لدى المستهلك وتساهم في تنشيط المبيعات. لذا تعمل المؤسسات على تقديم هذه الرسالة بشكل بسيط ومختصر وجذاب في نفس الوقت، وهذا لكي تتمكن من تأدية الغرض الذي صممت من أجله.

وتعتبر الرسالة الغلافية وسيلة هامة من وسائل الترويج، إذ تستغلها المؤسسة في تقديم سلعتها للمستهلك، مبيّنة له باختصار مزايا استخدام كل سلعة من تشكيلة سلعتها. فمثلاً، من خلال حجم الغلاف يمكن للمؤسسة أن تبلغ رسالة معيّنة للمستهلك، فعبوة المشروبات من حجم 2 لتر، موجّهة للاستهلاك العائلي، في حين أنّ العبوة من حجم 20 سل فموجّهة للاستهلاك الفردي.

إلى جانب ذلك، فإنّ الأشكال الجميلة والغريبة من الأغلفة، قد تؤدي لوحدها إلى نقل فكرة معيّنة للمستهلك وزيادة التأثير عليه. فهناك من المستهلكين الذين يشترون السلعة لمجرد الاحتفاظ بغلافها بعد الانتهاء من استخدامها ما بداخلها، كما أنّ الغلاف الجيد يمكن أن يعبر أيضاً على جودة ما بداخله⁽³¹⁾.

كما أنّ استخدام ألوان موحية ومتجانسة في التغليف يؤثر على مشاعر وانطباعات وسلوكيات المستهلك. وأكثر من ذلك، فإنّ ألوان العبوات تحمل معاني مختلفة للمستهلك يمكن استخدامها بطريقة إستراتيجية⁽³²⁾.

بالإضافة إلى ذلك، فإنّ الرسومات والصور الجذابة التي تظهر على الغلاف لها أهمية قصوى بالنسبة للمؤسسة، فهي بمثابة نقاط تعريف بسلعتها. زيادة على ذلك، فإنّ العلامة التجارية الموجودة على غلاف السلعة تمثل مستوى معيّناً من الجودة عند المستهلك، كما تعتبر مصدراً هاماً للمعلومات، إذ تساعد المستهلك في التعرف على منتج السلعة والرجوع إليه عند الحاجة⁽³³⁾.

وتظهر أهمية الرسالة التي يحملها الغلاف بالنسبة للمؤسسة، في كونها تعتبر وسيلة هامة ورخيصة من وسائل الترويج، وذلك لعدة أسباب، أهمها ما يلي:

سهولة وصول الرسالة الترويجية للغلاف إلى الكثير من المستهلكين، فهي وسيلة اتصال فعّالة بين المستهلك والمؤسسة.

لا يمكن مقارنة تكاليف التغليف المصمّم بطريقة جيّدة مع الامتيازات التي يوفرها هذا الأخير للمؤسسة، فهو يوفر عليها تكاليف رجال البيع الذين يقومون بشرح خصائص السلعة للمستهلك، فهو يعتبر رجل بيع صامت.

سهولة وضع الرسالة الترويجية داخل الغلاف أو طبعها عليه، خصوصاً مع توفر الأجهزة الأوتوماتكية الحديثة.

2. الجانب الإغرائي للغلاف:

يعتبر التغليف من أهم سياسات البيع وأكثرها تأثيراً، فالكثير من المنتجات التي كوّنت في ذهن المستهلك تصوراً معيناً إنّما يرجع إلى غلاف السلعة الذي جذب انتباه المستهلك، والذي ساعد على توصيل معلومات معيّنة عن السلعة. لذلك ينظر إلى الغلاف على أنّه من الجاذبيات البيعية المهمّة للمستهلك.

ولا تقل أهمية الغلاف بالنسبة لكثير من المستهلكين من تصميم السلعة ذاتها. إذ أنّ التصميم الجيّد للغلاف سوف يجذب الأنظار ويحث المستهلكين على اختيار سلعة معيّنة وتفضيلها على السلع الأخرى. ويمثّل الغلاف الحلقة التي تربط بين برامج الإعلان الموجهة إلى المستهلك مع عرض السلعة في نقاط البيع المختلفة، وحتّى إذا لم يعلن عن السلعة المغلّفة، نجد أنّ الغلاف ذاته غالباً ما يكون العامل المحدد الذي يدفع المستهلك للشراء⁽³⁴⁾.

فالغلاف هو الصورة المرئية للسلعة، وهو الرمز الذي يحكم عليه المستهلك قبل أن يحكم على السلعة ذاتها، وعن طريق هذا الغلاف يمكن للمستهلك أن يستشف ما بداخله. وبالتالي فهو يلعب دوراً هاماً في ترويج العديد من السلع الاستهلاكية، وبصفة خاصة الميسرة منها. فنتيجة للتطور الذي حدث في تجارة التجزئة وانتشار محلات خدمة النفس (Libre Service) والماكينات الآلية لبيع السلع الميسرة، فإنّ الغلاف الجذاب يلعب دوراً كبيراً في التأثير على المستهلك، وفي تحديد اختياراته، بالإضافة إلى إمكانية استخدام خصائص العبوة من حيث سهولة الاستعمال والمحافظة على محتوياتها، وإمكانية استخدام العبوة في أغراض أخرى بعض استهلاك السلعة... إلخ كمؤثرات إعلانية⁽³⁵⁾.

لذا نجد أنّ أغلبية المؤسسات أعادت النظر في تصميم أغلفة سلعها، وهذا لكي تظهر هذه السلع بصورة جذابة في وسائل الإعلان المختلفة، وتثير بالتالي اهتمام جميع المستهلكين. ومثال

ذلك، مؤسسة "Gamble" الأمريكية، ففي دراسة ميدانية أجريت لتقدير عدد المرات التي يرى المستهلكون فيها الحساء (الشورية) الذي تنتجه، وجد أن المتسوق العادي يرى هذا الحساء (76) مرة في السنة، وذلك لما يتصف به هذا الحساء من غلاف جذاب وأنيق، وقد أدى ذلك إلى إحداث أثر ترويجي لصنف السلعة يعادل أثر حملة إعلانية تقدر بمبلغ 26 مليون دولار⁽³⁶⁾.

وما تجدر الإشارة إليه، أن الجانب الإغرائي للغلاف لا يقتصر على الألوان والرسوم والأشكال المميّزة فقط، بل حتى ما يحققه هذا الأخير من مزايا في الاستخدام كسهولة الفتح والغلق التي لها تأثير كبير في ترويج السلعة، وهذا نظراً للمشكل الذي كان يسببه الغلاف في السابق من صعوبة الفتح والغلق.

3. الجانب الإعلامي للغلاف:

يعد التغليف في الوقت الحالي جزءاً حيوياً لسياسة تطوير المنتجات، كما يعتبر جزءاً مهماً من السلعة نفسها في إعطاء المستهلك التصور الكامل للمحتويات، والحكم على جودة المنتجات، ولم يعد الغلاف وسيلة للحماية والمحافظة على السلعة فحسب، بل تجاوز ذلك ليصل إلى التأثير على عادات وقرارات المستهلك الشرائية وأصبح رجل بيع صامت⁽³⁷⁾.

إذ تلعب المعلومات التي يحملها الغلاف دوراً هاماً في التأثير على قرار المستهلك الشرائي، وبالتالي فقد أصبح من شبه المستحيل الاستغناء عنها، خصوصاً في وقتنا الحاضر الذي يشهد تزايد حدة المنافسة بين المنتجات والعلامات المختلفة. ومع زيادة الاعتماد على الخدمة الذاتية في كثير من المتاجر الحديثة، قد أدى إلى زيادة الدور الذي يمكن أن يلعبه الغلاف في مساعدة المستهلك في التعرف على الصنف المطلوب، كما تساعد المعلومات الظاهرة على الغلاف في الاستدلال على محتوى السلعة، تركيبها، كيفية استخدامها، فترة صلاحيتها، وزنها، طريقة حفظها، ودولة منشأها... إلخ. لهذا فإن غلاف السلعة إذا أحسن استخدامه يمكن أن يكون مصدراً هاماً لكثير من المعلومات الاستهلاكية، التي يمكن أن تسهم في تثقيف المستهلك وحمايته.

فالغلاف يعمل على تسهيل عملية الاتصالات الترويجية، وذلك عن طريق إعطاء الفرصة لظهور العلامة والاسم التجاري للسلعة عليه، وذلك في مكان بارز وواضح للمستهلك، وكذلك إمكانية عرض بعض الملامح أو الخصائص الهامة للسلعة ذاتها. فبطاقة البيان الجيدة والتي توجد على الغلاف، ومع وجود بعض التعليمات عن كيفية وطريقة استخدام السلعة من الممكن أن تؤدي إلى التقليل من الحاجة إلى جهود رجال البيع الشخصي، والتي تهدف إلى إقناع المستهلك بالقيام بالشراء⁽³⁸⁾.

وتختلف طبيعة المعلومات التي يجب إبلاغها للمستهلك، وذلك حسب طبيعة السلعة في حد ذاتها، وكذلك حسب احتياجات المستهلك، وما تفرضه قوانين البلد أيضاً. ويتطلب الأمر هنا معرفة المعلومات التي يرغب المستهلك في الحصول عليها، والتقييم المستمر لفعاليتها في ترويج السلعة.

رابعاً- التغليف واتخاذ قرار الشراء:

إنّ ازدياد أعداد وأنواع السلع المعروضة في المتاجر يجعل من الصعب جداً التعرف عليها، خاصة إذا كانت جميعها موضوعة في نفس النوع من التغليف (عبوة أو غلاف كرتوني أو معدني أبيض اللون) ولا يوجد عليه أي علامة أو رمز أو تعليمات توضح للمستهلك نوع السلعة ومحتوياتها. وعليه، فإنّ المستهلك لن يقدم على شراء أي من هذه السلع لأن عملية التعرف عليها وتمييزها غير ممكنة، فقد يرغب المستهلك في شراء مسحوق حليب فيجد في العبوة مسحوق غسيل، وهذا لأن جميع ما هو معروض أمامه يمثل نفس الشيء ولا يوجد اختلاف واضح بالمظهر الخارجي لهذه السلع من أجل أن يسترشد به المستهلك ويتخذ قرار الشراء.

من هنا نجد أنّ المستهلك ومن خلال التغليف ومختلف العناصر التي يحملها يمكن أن يتخذ قرار الشراء الخاص بسلعة معينة، والذي يمكن توضيحه من خلال المراحل التالية:

1. مرحلة ما قبل الشراء:

في هذه المرحلة يكون نجاح تصميم الغلاف هو الدافع الأول لاقتناء السلعة، حيث أنّ التصميم الجيد للغلاف سوف يجذب الأنظار ويحث المستهلكين على اختيار سلعة معينة وتفضيلها عن السلع الأخرى. ويعتبر التغليف جزء مهم من السلعة نفسها في إعطاء التصور الكامل للمحتويات، والحكم عن جودة المنتجات، فلم يعد وسيلة لحماية السلعة فحسب بل تجاوز ذلك ليصل إلى التأثير على عادات وقرارات المستهلك الشرائية، وأصبح رجل بيع صامت. وإذا كان من شأن الغلاف المناسب أن يؤثر إيجابياً على السلوك الشرائي للمستهلك، فإنّ للغلاف غير المناسب أثراً سلبياً أيضاً. فالصورة الذهنية الايجابية التي يسهم الغلاف الجذاب في تكوينها، تقابلها صورة ذهنية سلبية يمكن أن يسهم الغلاف غير المناسب في تكوينها أيضاً.

2. مرحلة الشراء:

يهتم المستهلك في هذه المرحلة بمعرفة الخصائص التي تتفرد بها سلعة معينة عن غيرها من السلع المنافسة. وفي هذه الحالة يمكن أن تجيب المعلومات المكتوبة على غلاف السلعة على الكثير من التساؤلات التي تطرأ على ذهن المستهلك، والتي تتضمن مكونات السلعة، طريقة استعمالها، طريقة حفظها، فترة صلاحيتها، وغيرها من المعلومات التي تسمح للمستهلك بتكوين صورة عامة حول السلعة. كما تساعد خصائص العبوة في إعطاء المستهلك

انطباعاً عن السلعة وقت الشراء وأثناء الاستعمال⁽³⁹⁾. بالإضافة إلى ذلك، ومن خلال تعدد أحجام العبوات وتنوع أشكالها، أصبح من السهل على المستهلك الحصول على الحجم الذي يناسبه من السلعة، والذي يتوافق مع احتياجاته وإمكانياته المادية.

3. مرحلة ما بعد الشراء:

بعد أن تتم عملية الشراء الأولى، يكتشف المستهلك مزايا السلعة التي قام بشرائها، ومن بين هذه المزايا نجد سهولة الاستعمال. حيث أنّ الغلاف المتميز بسهولة الفتح والغلق والتخزين، وكذا بإمكانية إعادة استعماله يشجع المستهلك على عملية تكرار الشراء لنفس السلعة. لكن لا يتوقف ذلك على نوعية الغلاف فقط، بل حتى على جودة السلعة أيضاً. فعندما يجد المستهلك أنّ السلعة قد أشبعت حاجة في نفسه أو تقابلت مع رغبة يسعى إلى تحقيقها، فسوف يقوم حتماً بتكرار عملية الشراء، ثم ينظر إلى الغلاف على أساس يميّزها عن السلع الأخرى المشابهة⁽⁴⁰⁾.

خاتمة:

يعتبر قرار اختيار نوع الغلاف، شكله، لونه، ... إلخ، أحد القرارات التي تتركز عليها المؤسسات في اتخاذ قراراتها التسويقية. فالتغليف هو الامتداد الرئيسي لتكوين المنتجات، بل أنّ الاهتمام به في أحيان كثيرة أهم بكثير من الاهتمام بالسلعة ذاتها، فيمكن للغلاف أن ييسر استخدام السلعة وجعلها أكثر أماناً، كما أنّه قد يؤثر بشكل مباشر على اتجاهات المستهلك نحو السلعة، وبالتالي يؤثر في قراره الشرائي من عدمه. فهو الصورة المرئية للسلعة، وهو الرمز الذي يحكم عليه المستهلك قبل أن يحكم عن السلعة ذاتها، وعن طريقه يمكن له أن يستشف ما بداخله، كما يبيّن للمستهلك إذا كانت السلعة بدرجة عالية أو منخفضة من الجودة، وإذا كانت هي التي يريدونها فعلاً.

نتائج الدراسة:

إنّ أهم النتائج المتوصل إليها في هذا البحث، هي مايلي:

الغلاف هو مجموعة العناصر المادية التي على الرغم من أنّها لا تنتمي إلى السلعة، إلّا أنّها تباع معها لكي تسمح أو تسهل حمايتها، نقلها، تخزينها، تقديمها، التعرف عليها واستعمالها من طرف المستهلكين.

بعد أن كان الغلاف في الماضي مجرد إناء توضع فيه مكونات السلعة، أصبح الآن عاملاً نفسانياً وأداة تسويقية ورجل بيع صامت؛ وبعد أن كانت الأغلفة بسيطة في تصميماتها أصبحت معقدة وتحتاج إلى دراسات وخبرات لذلك .

أضحى التغليف من بين الأمور الهامة المتعلقة بعملية التطوير والابتكار السلعي؛ كما أنّ وظائفه لم تعد تقتصر على حماية السلعة فحسب، بل تجاوزت ذلك وأصبحت تؤثر على العادات والقرارات الشرائية لدى المستهلك.

إنّ الرسالة التي يحملها الغلاف عبارة عن رسالة متحركة، تساعد على زيادة الوعي الشرائي لدى المستهلك وتساهم في تنشيط مبيعات المؤسسة.

يعتبر التغليف من أهم سياسات البيع وأكثرها تأثيراً، فالكثير من السلع التي كوّنت في ذهن المستهلك تصوراً معيناً إنّما يرجع إلى غلاف السلعة الذي جذب انتباه المستهلك، والذي ساعد على توصيل معلومات معينة عن السلعة؛ لذلك ينظر إلى الغلاف على أنّه من الجاذبيات البيعية المهمة للمستهلك.

يمثل الغلاف الحلقة التي تربط بين برامج الإعلان الموجهة إلى المستهلك مع عرض السلعة في نقاط البيع المختلفة، وحتى إذا لم يعلن عن السلعة المغلفة، نجد أنّ الغلاف ذاته غالباً ما يكون العامل المحدد الذي يدفع المستهلك للشراء.

الغلاف هو الصورة المرئية للسلعة، وهو الرمز الذي يحكم عليه المستهلك قبل أن يحكم على السلعة ذاتها، وعن طريق هذا الغلاف يمكن للمستهلك أن يستشف ما بداخله. وبالتالي فهو يلعب دوراً هاماً في ترويج العديد من السلع الاستهلاكية، وبصفة خاصة الميسرة منها.

تلعب المعلومات التي يحملها الغلاف دوراً هاماً في التأثير على قرار المستهلك الشرائي، وبالتالي فقد أصبح من شبه المستحيل الاستغناء عنها، خصوصاً في وقتنا الحاضر الذي يشهد تزايد حدة المنافسة بين المنتجات والعلامات المختلفة؛ ومع زيادة الاعتماد على الخدمة الذاتية في كثير من المتاجر الحديثة، قد أدى إلى زيادة الدور الذي يمكن أن يلعبه الغلاف في مساعدة المستهلك في التعرف على الصنف المطلوب، كما تساعد المعلومات الظاهرة على الغلاف في الاستدلال على محتوى السلعة، تركيبها، كيفية استخدامها، فترة صلاحيتها، وزنها، طريقة حفظها، دولة منشأها... إلخ.

قائمة الهوامش:

- (1) Mohammed Gouffi, L'emballage: Variable du Marketing-Mix, (2ème édition, Alger: Technique de l'entreprise éditions, 2003), P17.
- (2) Philippe Devismes, Packaging: mode d'emploi, (Paris : Dunod, 1994), P15.
- (3) محمد عطية الفرحاتي، التعبئة والتغليف وأثرهما على المجتمع والبيئة، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1999)، ص 24- 25.
- (4) Philip Kotler & autres, Marketing management, (12ème édition, Paris: Pearson Education France, 2006), P453.

- (5) Mohammed Gouffi, OP.cit, P17.
- 6() Denis London, Frédéric Jallot, Le Marketing, (4ème édition, Paris: Dunod, 2002), P82.
- (7) صلاح الشنواني، الإدارة التسويقية الحديثة: المفهوم والاستراتيجية، (القاهرة: مؤسسة شباب الجامعة، 1996)، ص244.
- (8) Philippe Devismes, OP.cit, P14.
- (9) عبد السلام أبوقحف، أساسيات التسويق، (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 1998)، ص504.
- (10) ناجي معلا، رائف توفيق، أصول التسويق: مدخل تحليلي، (ط1، عمان: دار وائل للطباعة والنشر، 2002)، ص173.
- (11) محمد حافظ حجازي، المقدمة في التسويق، (ط1، الإسكندرية: دار الوفاء لندنيا للطباعة والنشر، 2005)، ص121.
- (12) بشير العلاق وآخرون، إستراتيجيات التسويق، (الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع، 1999)، ص113.
- (13) محمود صادق بازرعة، إدارة التسويق، (ط1، جمهورية مصر العربية: المكتبة الأكاديمية، 2001)، ص268 - 270.
- (14) عبد السلام أبوقحف، التسويق: مدخل تطبيقي، (الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2002)، ص595.
- (15) هبة فؤاد علي، اتجاهات المستهلكين نحو دولة المنشأ وأثرها على تصميم المزيج التسويقي، (القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2004)، ص104 - 105.
- (16) ثامر البكري، التسويق: أسس ومفاهيم معاصرة، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2006)، ص147.
- (17) ثابت عبد الرحمن أدريس، جمال الدين محمد المرسي، التسويق المعاصر، (ط1، الإسكندرية: الدار الجامعية، 2005)، ص270.
- (18) عمرو خير الدين، التسويق: المفاهيم والإستراتيجيات، (القاهرة: مكتبة عين شمس، 1997)، ص224.
- (19) ناجي معلا، رائف توفيق، مرجع سبق ذكره، ص175.
- (20) فيليب كوتلر وآخرون، التسويق: السلع والأسعار، ترجمة: مازن نافع، (ط1، سوريا: دار علاء الدين، 2003)، ج4، ص52.
- (21) إبراهيم بلحيمر، المزيج التسويقي من منظور التطبيقات التجارية الإسلامية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، السنة الجامعية: 2004 - 2005)، ص80.
- (22) طلعت أسعد عبد الحميد، التسويق الفعّال: كيف تواجه تحديات القرن 21، (القاهرة: مكتبة الشفري، 2002)، ص364.

- (23) محسن أحمد الخضيرى، التسويق في ظل عدم وجود نظام معلومات، (ط1، مصر: ايتراك للنشر والتوزيع، 1996)، ص110.
- (24) هناء عبد الحليم سعيد، إدارة التسويق، (القاهرة: مركز كومبيوتر كلية الصيدلة- جامعة القاهرة، 1993)، ص180.
- (25) محمود صادق بازرعة، مرجع سبق ذكره، ص277.
- (26) هناء عبد الحليم سعيد، مرجع سبق ذكره، ص181.
- (27) عصام الدين أمين أبوعلفة، التسويق: المفاهيم والإستراتيجيات/ النظرية والتطبيق، (الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، 2002)، ج2، ص281.
- (28) إسماعيل محمد السيد، محمد فريد الصحن، التسويق، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2000)، ص264.
- (29) محمد فريد الصحن، التسويق، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2002)، ص274.
- (30) محمود صادق بازرعة، مرجع سبق ذكره، ص279.
- (31) إسماعيل محمد السيد، التسويق، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2004/2003)، ص298.
- (32) عائشة مصطفى المنياوي، سلوك المستهلك: المفاهيم والاستراتيجيات، (ط2، القاهرة: مكتبة عين شمس، 1998)، ص167.
- (33) خالد الراوي، حمود السند، مبادئ التسويق الحديث، (ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2001)، ص332.
- (34) محمد سعيد عبد الفتاح، إدارة التسويق، (الإسكندرية: الدار الجامعية، دون تاريخ)، ص352 - 356.
- (35) محمد فريد الصحن، مرجع سبق ذكره، ص297.
- (36) ناجي معلا، رائف توفيق، مرجع سبق ذكره، ص174.
- (37) زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، (عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، 1997)، ص257.
- (38) إسماعيل محمد السيد، مرجع سبق ذكره، ص298.
- (39) عائشة مصطفى المنياوي، مرجع سبق ذكره، ص163.
- (40) محمد سعيد عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص356.

دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الكوادر البشرية دراسة ميدانية على جامعة الزرقاء الأردنية.

د/ بابا عبد القادر

/إبراهيم الحديب

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الموارد البشرية في الجامعات الأردنية. حيث عمل الباحث على اختبار فرضيات الدراسة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي وكذلك اعتمد على الأدب النظري والدراسات السابقة وعمل على تطوير استبانة لذلك وقد استخدم اختبار one sample test حيث شمل مجتمع الدراسة جميع العاملين في الجامعات الأردنية. وقد تكونت عينة الدراسة من (250) عامل وتم توزيع (250) استبانة وتم استعادة (200) استبانة صالحة للتحليل وقد أشارت النتائج إلى إن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة تكنولوجيا المعلومات وقدرة الموارد البشرية على تطوير أدائها، وإن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والموارد البشرية في الجامعات، وإن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهمية تكنولوجيا المعلومات والموارد البشرية في الجامعات وقد أوصى الباحث بضرورة تفعيل تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير في المؤسسات التعليمية الأردنية وذلك من أجل تطوير الموارد البشرية بشكل يؤدي إلى تحقيق التنافسية العليا في هذه الجامعات.

كلمات مفتاحية: التكنولوجيا، التنمية، التدريب، الموارد البشرية، الأداء .

- أستاذ محاضر في قسم علوم التسيير - كلية الحقوق والعلوم التجارية - جامعة عبد الحميد بن باديس (مستغانم) - الجزائر
- طالب دكتوراه في قسم علوم التسيير - كلية العلوم والاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية - جامعة أبو بكر بلقايد (تلمسان) - تلمسان - الجزائر

المقدمة

تعتبر التغيرات التكنولوجية ومنها تكنولوجيا المعلومات احد مرتكزات التخطيط الاستراتيجي لتنمية الموارد الوطنية والمحافظه عليها واحد هذه الموارد البشرية وهذا المورد تعتبر احد المؤشرات الهامة في تحقيق اقتصاد أكثر تطوراً ونمواً وأساساً في تجديد ودعم عملية الإنتاج بشكل يؤدي إلى تنوع السلع والخدمات من أجل إشباع حاجات المجتمع.

فتكنولوجيا المعلومات تعتبر مؤشر كمي ونوعي باعتبارها مجموعة علاقات فنية ذات محتوى مادي تترابط فيما بينها بعلاقات وظيفية من جهة أولى وبينها وبين مؤسسات المجتمع الإنتاجية والخدمية لتحقيق معدلات إنتاج أكبر فتكنولوجيا المعلومات أصبحت في الوقت الحاضر هي الأساس المادي لأية عملية تنموية.

إن توفير قوة عمل تتميز بالقدرة والكفاءة العالية وإمكانية التكيف الاجتماعي والسلوكي مع المتغيرات التكنولوجية أصبح يشكل تحديات كبيرة في أي منشأة تطمح لأن يصبح لها مكانا تنافسيا في عالم أصبحت المنافسة سمة ديناميكيةته.

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات لا يعني إمكانية نقلها واستثمارها كمنظومة تقنية فنية فحسب وإنما أيضا ضرورة توطينها اجتماعيا إي إن تأخذ في الاعتبار امتداداتها وإبعادها الاجتماعية والثقافية والحضارية لتشكّل منظومة متكاملة ترتبط بالبيئة البشرية والحضارية للمجتمع يتم من خلالها التعرف على أساليب ومنهجية التعامل معها ، فالقضية ليست نقل التكنولوجيات بل استخدامها بكفاءة وفاعلية من قبل الأفراد والمنظمات بالتعامل معها والتكيف مع آلياتها وهذا بدوره سوف يؤدي إلى تطوير الموارد البشرية أي إن هناك علاقة تبادلية بين تكنولوجيا المعلومات والموارد البشرية.

إن قيم تكنولوجيا المعلومات تقوم على تعويض العلاقات القبلية لأنها تعتبر عائقا أساسيا في وجه نقل التكنولوجيات والتعامل معها ، وهذا سوف يؤدي إلى ضعف العلاقات بين الأقارب وظهور العائلة الصغيرة التي تسمح بالحراك الشخصي والمبادرة الفردية وما يرافقها من تغيير في العادات والتقاليد والقيم وبالتالي ينعكس على أداء العنصر البشري بصورة زيادة في الإنتاجية التي تتوق إلى أفكار ومبادرات حديثة.

أهمية البحث

تعمل العديد من المنشآت في الوقت الحاضر على أتمتة جميع عملياتها بطريقة من شأنها أن تعطي هذه المؤسسات فرصة كبيرة في زيادة قدرتها على الممارسة الفعلية للعمليات الإدارية داخل أقسامها ، فتكنولوجيا المعلومات تعتبر المحرك الأساسي اليوم في عالم اتصفت معاملة بالمكنة فقد بات كل شيء ذو انطباع تكنولوجي أي أصبح عالم الأعمال يتمتع بروح تكنولوجية عالية لذا أصبح توفير قاعدة قوية للمعلومات في المنشآت الطريق المناسب لتطوير الموارد البشرية في هذه المنشآت.

المشكلة: The Research's :

تعاني العديد من المؤسسات من عدم تفعيل أدوات تكنولوجيا المعلومات بطريقة تعمل على تعزيز إنتاجية العمل وتطويره فالنظريات الإدارية الحديثة تتطلب توسعا أعلى في توظيف تكنولوجيا المعلومات بطريقة تساعد هذه المؤسسات على الحد من درجة المنافسة بينها ، فمن

المؤكد إن تكنولوجيا المعلومات لها اثر كبير في تطوير القدرات البشرية وهذا ما يتطلب من العديد من المؤسسات إيجاد أقسام واسعة لهذا المجال.

عناصر المشكلة:

إن مشكلة الدراسة تتلخص في السؤال التالي:

- ما مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تطوير الموارد البشرية في الجامعات ؟

أهداف البحث: the Research Objective:

يهدف هذا البحث إلى ما يلي:

- التعرف على واقع تكنولوجيا المعلومات في القطاع التعليمي
- دور تكنولوجيا المعلومات في تسريع وتيرة تطوير الموارد البشرية .
- عوامل نجاح تكنولوجيا المعلومات في الربط بين توظيف المعرفة من خلال الموارد البشرية.
- إظهار مساهمة تكنولوجيا المعلومات في قدرتها على حل العديد من المشاكل بين

عناصر الموارد البشرية داخل المنشأة.

فرضيات البحث: The Research's Hypotheses

بالاعتماد على أهداف البحث يمكن صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى (HO1): هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة تكنولوجيا

المعلومات وقدرة الموارد البشرية على تطوير أدائها.

الفرضية الثانية (HO2): هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين عقبات تكنولوجيا

المعلومات والموارد البشرية.

الفرضية الثالثة (HO3): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهمية تكنولوجيا

المعلومات والموارد البشرية.

منهجية البحث:

إن منهج البحث العلمي الذي اتبعه الباحث هو الأسلوب الاستقرائي و الأسلوب

الوصفي التحليلي بالإضافة إلى الأسلوب الإحصائي المبني على تحليل استبيان، بهدف بناء

الإطار التنفيذي لهذه الدراسة إلى جانب استخدام أسلوب المسح الميداني لجميع البيانات

بواسطة أداة الدراسة، وتحليلها إحصائيا لاختبار صحة الفرضيات ، والإجابة عن أسئلتها.

مجتمع وعينة البحث:

أ- **مجتمع البحث:** يتكون مجتمع البحث من جميع العاملين في جامعة الزرقاء

الأردنية، وقد تم اختيار هذه المؤسسة التعليمية العاملة في الأردن ، لما لها من تأثير في الاقتصاد

الوطني والاجتماعي .

- ب- عينة البحث:** قام الباحث بتوزيع عينة عشوائية بسيطة حسب الدرجات العلمية التي يحملونها على النحو التالي:
- استبيان وجه لحملة شهادات الثانوية العامة ومادون، تم توزيع (70) استبياناً استرد منها (56) استبياناً جميعها صالحة للدراسة.
 - استبيان وجه لحملة شهادات الدبلوم المتوسط، حيث تم توزيع (20) استبياناً استرد منها (17) استبياناً
 - استبيان وجه لحملة شهادات درجة البكالوريوس، فقد تم توزيع (120) استبياناً استرد منها (105) استبياناً
 - استبيان وجه لحملة شهادات الماجستير، وكان العدد الموزع (20) استبياناً استرد منها (14) استبياناً
 - استبيان وجه لحملة شهادات درجة الدكتوراه، فقد تم توزيع (20) استبياناً استرد منها (8) استبيانات

أسلوب البحث: Method of The Research.

أ- أداة الدراسة: تبلورت أداة الدراسة بعد الإطلاع على الجانب النظري والدراسات السابقة، وقد قام الباحث بتطوير استبيان لقياس (دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الموارد البشرية في جامعة الزرقاء الأردنية)، وفي ما يلي توضيح لأجزاء أداة البحث:

الجزء الأول: يتضمن خصائص عينة الدراسة في ضوء المتغيرات الديموغرافية أو الشخصية والوظيفية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة السابقة، المستوى الوظيفي)

الجزء الثاني: ويتضمن فقرات عددها (19) سؤالاً تهدف إلى تحديد دور التدريب في تنمية الموارد البشرية.

وقصد جمع المعلومات اللازمة للبحث، تم تصميم استبيان بما يتفق مع مشكلة وأهداف البحث، من أجل توفير المرونة عند الإجابة عن الأسئلة المطروحة فيها وعددها (19) سؤالاً، طلب من المستقيمين الإجابة عنها وفق مقياس خماسي الدرجات (مقياس ليكرت)، بحيث تأخذ الإجابات على فقرات المقياس التدرج (موافق بشدة، موافق، محايد، معترض، غير موافق إطلاقاً) وأعطيت الأوزان (5، 4، 3، 2، 1) على التوالي لغايات التحليل الإحصائي، وتمثل أيضاً كل درجة منها مستوى التأييد الذي يولونه للعنصر محل التساؤل علماً بأن المقياس سيتدرج من (1 إلى 5)

ب- المعالجة الإحصائية: بعد أن تم تطبيق أداة الدراسة جمعت استجابات أفراد عينة الدراسة، وحولت استجاباتهم إلى درجة خام، وتم اعتماد برنامج الرزم الإحصائية (SPSS.15)

لتحليل بيانات البحث ، ثم وجدت مقاييس الإحصاء الوصفي (Descriptive Static measures) وهي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان، لوصف خصائص عينة الدراسة ثم إيجاد التكرارات (Frequencies) والنسب المئوية ، كما استخدم كذلك اختبار (T- test) لإيجاد الفروق بين تقديرات أفراد عينة البحث لدور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الكوادر البشرية وفقاً لفقرات الاستبيان ، حيث أخذ مستوى الدلالة الإحصائية $(a \leq 0.05)$.

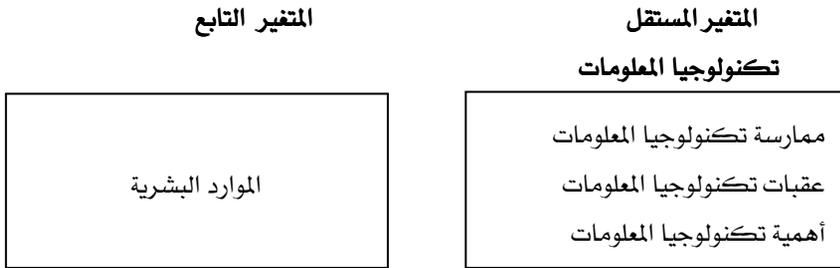
ج- صدق الأداة: من قبيل الحرص على توفير عنصر الدقة في الإجابة عن التساؤلات المطروحة ، حث الباحث المستقصين من مفردات العينة على قراءتها قبل الشروع في الإجابة عن تلك التساؤلات ، كما قام الباحث قبل توزيع لاسبياناه بالتحقيق في وضوحها وقابليتها للفهم وذلك بعرضها على مجموعة من المختصين وتم الأخذ بوصياتهم لتعديل الأداة للتأكد من وضوحها وقابليتها لإجراء الدراسة.

د- ثبات الأداة: تم استخراج قيمة الثبات من خلال معامل كرونباخ ألفا (Cronbachs Coefficient Alpha) للاتساق الداخلي (Internal Consistency) للمقياس ، على المستوى الكلي للأسئلة جميعها ، حيث بلغت قيمة ألفا كرونباخ 90.20 % لمجموعة (19 فقرة و 200 استبيان) وهي نسبة جيدة كونها أعلى من النسبة المقبولة 60 % .

نموذج الدراسة:

إن المتغير المستقل في هذه الدراسة هو تكنولوجيا المعلومات ويتكون في الأبعاد والمتغيرات الفرعية وهي (ممارسة تكنولوجيا المعلومات وعقبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات وأهمية تكنولوجيا المعلومات)، أما المتغير التابع فهو الموارد البشرية في جامعة الزرقاء الأردنية.

شكل (1) نموذج الدراسة الافتراضي



أولاً: الأدب النظري تكنولوجيا المعلومات

يكتسب موضوع تكنولوجيا المعلومات أهمية قصوى في عالم بعد الحرب الباردة وقد وصفت الثورة المعلوماتية الموجه التطورية الثالثة انطلاقاً من كونها يمكن أن تقود إلى إدخال المجتمعات الإنسانية في حيز متطور قائم على محورية المعرفة والمعلومات. ولا تقتصر ثورة المعلومات الحالية على شق التطور الهائل الذي طرأ على تقانة المعلومات التي يلعب " الحاسوب الآلي " الدور الرئيس فيها ، بل يقترن بها التطور المصاحب في تقانة الاتصالات ، ولذا فان هناك من يطلق اصطلاح " المعلوماتية " لوصف هذا التطور المعلوماتي ، بمعنى الثورة المتوازنة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات .

فتكنولوجيا المعلومات تعتبر مؤشر كمي ونوعي باعتبارها مجموعة علاقات فنية ذات محتوى مادي تتربط فيما بينها بعلاقات وظيفية من جهة أولى وبينها وبين مؤسسات المجتمع الإنتاجية والخدمية لتحقيق معدلات إنتاج اكبر فتكنولوجيا المعلومات أصبحت في الوقت الحاضر هي الأساس المادي لأية عملية تنموية.^[1]

إن توفير قوة عمل تتميز بالقدرة والكفاءة العالية وإمكانية التكيف الاجتماعي والسلوكي مع المتغيرات التكنولوجية أصبح يشكل تحديات كبيرة في أي منشأة تطمح لان يصبح لها مكانا تنافسيا في عالم أصبحت المنافسة سمة ديناميكية.^[2]

إن قيم تكنولوجيا المعلومات تقوم على تعويض العلاقات القبلية لأنها تعتبر عائقا أساسيا في وجه نقل التكنولوجيات والتعامل معها ، وهذا سوف يؤدي إلى ضعف العلاقات بين الأقارب وظهور العائلة الصغيرة التي تسمح بالحراك الشخصي والمبادرة الفردية وما يرافقها من تغيير في العادات والتقاليد القيم وبالتالي ينعكس على أداء العنصر البشري بصورة زيادة في الإنتاجية التي تتوق إلى أفكار ومبادرات حديثة.^[3]

الأنشطة الرئيسية لإدارة الموارد البشرية

تختلف وظائف الموارد البشرية من منظمة لأخرى بحسب حجم المنظمة و أنشطتها إلا أن هناك عدداً من الوظائف الأساسية للموارد البشرية في أي تنظيم و هي:

توصيف الوظائف و هو عملية مكونة من عدة خطوات صممت لتزويد المنظمة بالأفراد المناسبين للوظائف المناسبة. هذه الخطوات تتضمن: توصيف الوظائف، تخطيط الموارد البشرية، توفير الموظفين من خلال الاستقطاب ثم الاختيار ثم التعيين. يعتبر توصيف الوظائف كما ذكر الصباب و آخرون البداية الحقيقية لعمل إدارات الموارد البشرية لأنه يحدد الأعمال و المهارات المطلوبة بعد تحديد أهداف المنظمة.

ويعرّف توصيف الوظائف بأنه "تحديد معالم كل وظيفة من الوظائف الموجودة في المنظمة من حيث واجباتها ومسؤولياتها ومتطلباتها والشروط التي يجب أن تتوفر فيمن يشغلها". يستخدم توصيف الوظائف كأساس لوضع نظام سليم لاختيار وتعيين الأفراد و يساهم أيضاً في تحديد الاحتياجات الدقيقة من الموارد البشرية. هذا الوصف المكتوب عن الوظيفة ومتطلباتها يساهم في تحديد وتخطيط الاحتياجات الفعلية من الموارد البشرية أيضاً. أوضحت حسن أن تخطيط الموارد البشرية عبارة عن "نظام توافق أو مقابلة عرض الأفراد داخلياً (الأفراد الموجودين فعلاً) و خارجياً (هؤلاء الذين سيتم تعيينهم أو البحث عنهم) مع الوظائف المتاحة والتي تتوقع المنظمة وجودها عبر فترة زمنية محددة".^[4]

يتبين لنا أن من أهم بنود تخطيط الموارد البشرية أنها تهدف إلى التنبؤ باحتياجات المنظمة من الأفراد و تطوير خطط واضحة تبين عدد العاملين الذين سيتم توظيفهم (من خارج المنظمة) و الأفراد الذين سيتم تدريبهم (من داخل المنظمة) لسد هذه الاحتياجات. من خلال ما تقدم يتبين لنا أيضاً أن تخطيط الموارد البشرية لا يعني بالضرورة عملية الحصول على العدد الصحيح من الأفراد المؤهلين للوظائف المناسبة، بل يعني تحديد الاحتياج الحالي و المتوقع من الأفراد. أما توفير الموظفين كما أوضح حنفي فيتم عن طريق الاستقطاب الذي يُعرف بأنه العملية التي يمكن من خلالها جذب طالبي العمل للتقدم للمنظمة لشغل الوظائف الشاغرة عن طريق نشر مواصفات الوظيفة ومتطلباتها و قد يكون هذا الجذب من داخل المنظمة و قد يكون من خارجها. و تلجأ المنظمات للعديد من الوسائل للبحث عنم يغطي هذه الاحتياجات، مثل الصحف اليومية و الصحف المختصة بالإعلانات، ووكالات العمل، أو الاتصال بالمعاهد والكليات التجارية، أو مواقع الويب المختصة و العديد من الوسائل التي تمثل الاستقطاب السلبي أما الايجابي فهو عندما يذهب ممثلو المنظمة إلى ذوي الخبرة المؤهلين و يعرضوا عليهم الوظائف الشاغرة. بعد ذلك تأتي عملية الاختيار و هي كما ذكر ثومسون "اختيار أنسب شخص للعمل من بين مرشحين من داخل المنظمة أو من خارجها".^[5]

ثانياً: الدراسات السابقة

دراسة المدهون^[6]، (1999) والتي تناول فيها البحث في موضوع، التغييرات في المنظمات التعليمية، و من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث، ضرورة وجود قادة يملكون مهارات إنسانية وعقلية وفنية ترتبط بالتغييرات وتساعدهم على تكوين إطار فكري واضح عن دوافع التغيير وعملياته ونتائجه، و ممكن ان يكون هؤلاء القادة من داخل المنظمة التعليمية او خبراء من خارجها، كما أشارت الدراسة إلى ان عملية التغيير ليست بسيطة بل هي معقدة و متشابكة و نجاحها يعتمد على الجهد الإنساني المتمثل في حماسة قادة التغيير ودعم متخذي القرارات لهم، ثم حماس والتزام المتأثرين بالتغيير.

دراسة النجار^[7] (1992)، بعنوان، أسس تخطيط برامج التطوير الإداري في الدول النامية، حيث ناقشت الدراسة أساليب التغيير ومسؤولية الدولة ومقومات التغيير المخطط ومشكلاته وما يجب أن تشمله خطة التطوير ومعوقات التغيير وسبل مواجهتها وتوصلت الدراسة إلى ضرورة الأخذ بأسلوب الإدارة التكنولوجية كمدخل رئيسي للتطوير الإداري وتحقيق التنمية، ومسؤولية الدولة في هذا المجال هي ضرورة الأخذ بربط الأجور والحوافز والدعم والتسهيلات بأهداف الإدارة التكنولوجية وإشراك العاملين في اتخاذ القرارات لتحقيق أقصى إنتاجية ممكنة.

دراسة اللوزي^[8] (1998)، بعنوان اتجاهات العاملين في المؤسسات التعليمية الأردنية نحو إدارة التغيير، واختيرت عينة الدراسة بطريقة عشوائية مكونة من (603) عامل وعاملة وناقشت الدراسة أنواع التغيير وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير لمتغير الجنس بين اتجاهات العاملين في مجال التغيير كما يوجد اثر لمتغير المؤهل العلمي في مستوى اتجاهات العاملين نحو التغيير في حين انه لم يثبت تأثير ذو أهمية لمتغيري العمر والخبرة في اتجاهات العاملين نحو إدارة التغيير، وأوصت الدراسة بضرورة تبني الإدارة لمبادئ التعاطف مع العاملين والتواصل معهم وإشراكهم وتعريفهم على أسباب التغيير وأهدافه من اجل نجاح عملية التغيير وضرورة خلق مضمون جذاب وواضح للتغيير والحصول على دعم الإدارة العليا للتغيير وتشجيع المبادرة والابتكارات وإيجاد أنظمة للمكافآت والحوافز للعاملين وضرورة تدريب العاملين على سلوكيات جديدة تساعد في إنجاح عملية التغيير بالطريقة التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف المرسومة من قبل واضعي الخطط الإدارية لمجاراة التطويرات التي حدثت في عالم الاتصال و التكنولوجيا ونظم المعلومات التي أصبح من الممكن الاستفادة منها في التطوير والتغيير.

ثالثاً- تحليل بيانات البحث الميداني:

1-تحليل النتائج واختبار الفروض:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على آراء أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق (دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الموارد البشرية في الجامعات الأردنية) و لتحقيق هذا الهدف تم تطوير أداة لاستطلاع آراء أفراد عينة الدراسة ، ومن ثم تمت إجراءات تصحيح الأداة وإدخال البيانات إلى الحاسوب، وبعد ذلك تم إجراء التحليل الإحصائي المناسب لاختبار فرضيات الدراسة .

2-خصائص عينة الدراسة:

و لبيان خصائص عينة الدراسة، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية للعوامل الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة ، وذلك على النحو التالي :

الجنس: ويوضح الجدول رقم (1) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجدول رقم (1) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
98.5%	197	ذكر
1.5%	3	أنثى
100%	200	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن معظم عينة الدراسة من الذكور حيث بلغ عددهم (197) شخص وبنسبة مقدارها (98.5%)، في حين كان عدد الإناث فقط (3) فتيات وبنسبة مقدارها (1.5%).
العمر: ويوضح الجدول رقم (2) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

الجدول رقم (2): التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب العمر

النسبة المئوية	العدد	العمر
7.0%	14	أقل من 30 سنة
29.0%	58	30 - أقل من 40 سنة
39.0%	78	40 - أقل من 50 سنة
16.0%	32	50 - أقل من 60 سنة
9.0%	18	60 سنة فأكثر
100.0%	200	المجموع

يلاحظ من بيانات الجدول رقم (2) بأن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة تقع أعمارهم في الفئة العمرية 40 - أقل من 50 سنة حيث بلغ عددهم (78) بنسبة مقدارها (39%)، تلتها الفئة العمرية 30 - أقل من 40 سنة، وبنسبة (29%)، وجاءت نسبة من هم في الأعمار من 50 - أقل من 60 سنة 16% من مجمل عينة الدراسة، أما النسبة الأدنى فكانت لذوي الأعمار أقل من 30 عام فقد بلغ عددهم (14) فرد وبنسبة مقدارها (7%) من مجمل عينة الدراسة.
المؤهل العلمي: ويوضح الجدول رقم (3) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

الجدول رقم (3) التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

النسبة المئوية	العدد	المؤهل العلمي
28.0%	56	ثانوية عامة ومادون
8.5%	17	دبلوم متوسط
52.5%	105	بكالوريوس
7.0%	14	ماجستير
4.0%	8	دكتوراه
100.0%	200	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (3) التوزيع النسبي لإفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي، فيلاحظ بأن غالبية أفراد عينة الدراسة يحملون الشهادة الجامعية الأولى (بكالوريوس) حيث بلغ عددهم (105)، وبنسبة تمثيل بلغت (52.5%)، تلتها الحاصلين على شهادة الثانوية العامة ومادون حيث بلغ عددهم (56)، وبنسبة (28%)، وتلتها نسبة حاملي درجة الدبلوم المتوسط حيث بلغ عددهم (17)، وبنسبة بلغت (8.5%)، وتلتها الحاصلين على درجة الماجستير حيث بلغ عددهم (14)، وبنسبة بلغت (7%)، وأقل نسبة تمثيل كانت للحاصلين على درجة الدكتوراه والتي بلغ عدد أفرادها (8)، وبنسبة مقدارها (4%).

سنوات الخبرة: ويوضح الجدول رقم (4) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخبرة.

الجدول رقم (4) التوزيع النسبي لإفراد عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	العدد	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	61	30.5%
5 - إلى أقل من 10 سنوات	4	2.0%
10 - إلى أقل من 20 سنة	121	60.5%
20 سنة فأكثر	14	7.0%
المجموع	200	100.0%

يلاحظ من بيانات الجدول رقم (4) التوزيع النسبي لإفراد عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخبرة، فيلاحظ بأن النسبة الأكبر كانت لذوي الخبرة من 10 - 20 سنة فقد بلغ عدد أفرادها (121) فرد، وبنسبة (60.5%)، تلتها عدد سنوات الخبرة لأقل من (5) سنوات فقد بلغت نسبتها (30.%)، أما اصحاب الخبرة لأكثر من 20 سنة فقد بلغت نسبتهم (7%) من مجمل عينة الدراسة، وأقل نسبة تمثيل كانت لذوي الخبرة من (5) سنوات إلى أقل من (10) سنوات فقد بلغ عددهم (4) أفراد، وبلغت أقل نسبة تمثيلهم (2%) من مجمل عينة الدراسة.

الموقع الوظيفي: ويوضح الجدول رقم (5) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الموقع الوظيفي.

الجدول رقم (5) التوزيع النسبي لإفراد عينة الدراسة حسب الموقع الوظيفي

الموقع الوظيفي	العدد	النسبة المئوية
مدير عام	1	0.5%
مدير	27	13.5%
رئيس قسم	52	26.0%
موظف	120	60%
المجموع	200	100.0%

يلاحظ من بيانات الجدول رقم (5) التوزيع النسبي لإفراد عينة الدراسة حسب الموقع الوظيفي، فيلاحظ بأن النسبة الأكبر كانت لمنصب الموظف فقد بلغ عدد أفرادها (120) فرد، وبنسبة (60%)، تلتها منصب رئيس قسم فقد بلغت نسبتها (26%)، أما أصحاب المدراء فقد بلغت نسبتهم (13.5%) من مجمل عينة الدراسة، وأقل نسبة تمثيل كانت لذوي مدير عام فقد بلغ عددهم (1) أفراد، وبلغت أقل نسبة تمثيلهم (0.5%) من مجمل عينة الدراسة.

عدد الدورات التدريبية: ويوضح الجدول رقم (6) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب

عدد الدورات التدريبية.

الجدول رقم (6) التوزيع النسبي لإفراد عينة الدراسة حسب عدد الدورات التدريبية

عدد الدورات التدريبية	العدد	النسبة المئوية
دورة واحدة	110	55%
دورتين	56	28%
ثلاث دورات	23	11.5%
أكثر من أربعة دورات	11	5.5%
المجموع	200	100.0%

يلاحظ من بيانات الجدول رقم (6) التوزيع النسبي لإفراد عينة الدراسة حسب عدد الدورات التدريبية، فيلاحظ بأن النسبة الأكبر كانت للعاملين الخاضعين لدورة واحدة فقد بلغ عدد أفرادها (110) فرد، وبنسبة (55%)، تلتها العاملون الخاضعين لدورتين فقد بلغت نسبتها (28%)، أما العاملون الخاضعين لثلاث دورات فقد بلغت نسبتهم (11.5%) من مجمل عينة الدراسة، وأقل نسبة تمثيل كانت للعاملين الخاضعين لأكثر من أربعة دورات فقد بلغ عددهم (11) أفراد، وبلغت أقل نسبة تمثيلهم (5.5%) من مجمل عينة الدراسة، مما يشير إلى اهتمام دائرة ضريبة الدخل والمبيعات بتدريب العاملين حسب موقعهم الوظيفي وخبرتهم العملية.

3- عرض نتائج الدراسة:

الجدول رقم (5): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول متغير الدراسة الأول ممارسة تكنولوجيا المعلومات

الفقرة	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب النسبة	الأهمية النسبية	المستوى بالنسبة للمتوسط
1	طبيعة العمل تتطلب ممارسة برامج الكمبيوتر المختلفة	3.6150	.79368	3	72.3%	مرتفع
2	تطور العلاقات بين الموارد البشرية يحكمها التطبيق الفعلي لتكنولوجيا المعلومات	3.5050	.70886	4	70.0%	مرتفع
3	لا يمكن للمؤسسة أن تتطور بدون وجود قاعدة معلومات خاصة بعملياتها	4.2150	.85583	1	84.3%	مرتفع
4	كل موظف من حقه أن يكون له جهاز حاسوب خاص به	3.6650	.89261	2	73.3%	مرتفع
5	تطوير القدرات البشرية في مجال تكنولوجيا المعلومات يتطلب تأهيل الكوادر البشرية	3.4850	.83261	5	69.7%	مرتفع
6	أمارس التكنولوجيا بشكل محدود في العمل	3.4700	.76290	6	69.4%	مرتفع

يشير الجدول رقم (5) إلى إن فقرات الاستبانة على درجة عالية من الأهمية حيث كان متوسطها أعلى من (3.00) إي إن هناك موافقة على كافة أسئلة الاستبيان للمتغير الأول والمتعلق بممارسة تكنولوجيا المعلومات فقد حصلت الفقرة التي تدل على أنه لا يمكن للمؤسسة أن تتطور بدون وجود قاعدة معلومات خاصة بعملياتها على أعلى درجة في الأهمية حيث بلغ متوسطها الحسابي (4.2150)، مما يشير إلى الموافقة على تلك الفقرة، فقد حصلت الفقرة التي تدل على أن كل موظف من حقه أن يكون له جهاز حاسوب خاص به على درجة عالية من الأهمية حيث بلغ متوسطها الحسابي (3.6650)، كما كانت الفقرات الأخرى على درجة جيدة من الأهمية وبلغت المتوسط الحسابي لها أعلى من (3.000) وكانت على ترتيب الأهمية كما يلي: في الدرجة الثالثة كانت العبارة التي تنص على أنه (طبيعة العمل تتطلب ممارسة برامج الكمبيوتر المختلفة) تلتها الفقرة التي تنص على أن (تطور العلاقات بين الموارد البشرية يحكمها التطبيق الفعلي لتكنولوجيا المعلومات)، تلتها الفقرة التي تنص على أن

(تطوير القدرات البشرية في مجال تكنولوجيا المعلومات يتطلب تأهيل الكوادر البشرية)
 تلتها الفقرة التي تنص على انه (تمارس التكنولوجيا بشكل محدود في العمل) حيث بلغ
 المتوسط الحسابي لتلك الفقرات أعلى من الحد المتوسط وأقرب إلى الموافقة وبلغت المتوسط
 الحسابي لها ما بين (3.6150 - 3.5050 - 3.4850 - 3.4700).

(2) الجدول رقم (6): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول

متغير الدراسة الثاني عقبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات

الفقرة	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب النسبة	الأهمية النسبية	المستوى بالنسبة للمتوسط
7	هناك نقص كبير في دورات التأهيل لاستعمال تكنولوجيا المعلومات	3.5600	.83057	5	71.2%	مرتفع
8	غالبية الموظفين لا يهتمون لتطبيق تكنولوجيا المعلومات في العمل	3.7200	.89757	3	74.4%	مرتفع
9	يواجه العديد من الموظفين عدم رؤية في تطبيق تكنولوجيا المعلومات	3.5700	.79368	4	71.4%	مرتفع
10	هناك عدم التزام من قبل الموظفين بشأن تطبيق تكنولوجيا المعلومات	3.4750	.70886	7	69.5%	مرتفع
11	بعض الأشخاص لا يقبلون ممارسة تكنولوجيا المعلومات لأسباب ذاتية	4.2300	.85583	1	84.5%	مرتفع
12	عدم وجود ثقافة تنظيمية تساهم في تفعيل تكنولوجيا المعلومات في إدارة الموارد البشرية.	3.5200	.89261	6	70.4%	مرتفع
13	الاستخدام الغير مناسب لتكنولوجيا المعلومات قد يعود بنتائج سلبية	4.1350	.83261	2	82.7%	مرتفع

يشير الجدول رقم (6) ان فقرات الاستبانة على درجة عالية من الأهمية حيث كان متوسطها أعلى من (3.00) أي أن هناك موافقة على كافة أسئلة الاستبيان للمتغير الثاني والمتعلق بعقبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات، وقد بلغت أعلى مستوى أهمية للفقرات رقم (11، 13، 8) والمتعلقة بعقبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات بان بعض الأشخاص لا يقبلون ممارسة تكنولوجيا المعلومات لأسباب ذاتية، وان الاستخدام الغير مناسب لتكنولوجيا المعلومات قد يعود بنتائج سلبية، وان غالبية الموظفين لا يهتمون لتطبيق تكنولوجيا المعلومات

في العمل، حيث بلغت أعلى متوسطات حسابية (4.2300 - 4.1350 - 3.7200)، وهذا يدل على مستوى كبير من الموافقة على تلك الفقرات.

أما الفقرات التي تنص على أنه (يواجه العديد من الموظفين عدم رؤية في تطبيق تكنولوجيا المعلومات، وهناك نقص كبير في دورات التأهيل لاستعمال تكنولوجيا المعلومات، وإن عدم وجود ثقافة تنظيمية تساهم في تفعيل تكنولوجيا المعلومات في إدارة الموارد البشرية، وأن هناك عدم التزام من قبل الموظفين بشأن تطبيق تكنولوجيا المعلومات)، فقد كان لها مستوى متوسط من الأهمية وبلغت متوسطاتها (3.5700 - 3.5600 - 3.4750) أي أن آراء عينة الدراسة كانت نحو الموافقة عليها لحد ما.

الجدول رقم (7): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاجابات افراد عينة الدراسة حول

متغير الدراسة الثالث اهمية تكنولوجيا المعلومات

الفقرة	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب النسبة	الأهمية النسبية	المستوى بالنسبة للمتوسط
14	تطبيق تكنولوجيا المعلومات يتطلب تطبيقا تدريجيا	3.7350	.83057	4	74.7%	مرتفع
15	تطبيق تكنولوجيا المعلومات يحد من الروتين بين العاملين.	4.5528	.89757	1	91.0%	مرتفع
16	حب ممارسة تكنولوجيا المعلومات يؤدي إلى تحقيق نتائج عالية مناسبة	3.6300	.79368	5	72.6%	مرتفع
17	من خلال ممارسة تكنولوجيا المعلومات يمكن من الانجاز للعمل بسرعة	3.5528	.70886	6	71.0%	مرتفع
18	التعامل مع تكنولوجيا المعلومات يساعد في كشف الأخطاء بسرعة	4.0550	.85583	3	81.1%	مرتفع
19	تؤدي تكنولوجيا المعلومات إلى علاقات إدارية ذات بعد قوي في الإدارة	4.3400	.89261	2	86.8%	مرتفع

يشير الجدول رقم (7) إن فقرات الاستبانة على درجة عالية من الأهمية حيث كان متوسطها أعلى من (3.500) أي ان هناك موافقة على كافة أسئلة الاستبيان للمتغير الثالث والمتعلق بأهمية تكنولوجيا المعلومات، وقد بلغت أعلى مستوى أهمية للفقرات رقم (15)، (19)،

18) والمتعلقة بأهمية تكنولوجيا المعلومات بأنها مكنت الموظف من تطبيق تكنولوجيا المعلومات وأنها تحد من الروتين بين العاملين ، كما أن أهمية تكنولوجيا المعلومات مكنت الموظف من إيجاد علاقات إدارية ذات بعد قوي في الإدارة ، كما أن أهمية تكنولوجيا المعلومات ساعد الموظف من خلال التعامل مع تكنولوجيا المعلومات في كشف الأخطاء بسرعة ، حيث بلغت أعلى متوسطات حسابية وكانت أعلى من (4.000) ، وهذا يدل على مستوى كبير من الموافقة على تلك الفقرات.

أما الفقرات التي تنص على أن (تطبيق تكنولوجيا المعلومات يتطلب تطبيقا تدريجيا ، وحب ممارسة تكنولوجيا المعلومات يؤدي إلى تحقيق نتائج عالية مناسبة ، و من خلال ممارسة تكنولوجيا المعلومات يمكن من الانجاز للعمل بسرعة فقد كان لها مستوى جيد من الأهمية وبلغت متوسطاتها (3.7350 - 3.6300 - 3.5528) أي أن آراء عينة الدراسة كانت نحو الموافقة لحد ما عليها.

اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة تكنولوجيا المعلومات والموارد البشرية.

ولاختبار الفرضية فقد تم استخدام اختبار (T) بالنسبة للوسط الفرضي (3.00) لمعرفة العلاقة بين ممارسة تكنولوجيا المعلومات و الموارد البشرية ، على مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha=0.05$) ، ويبين الجدول رقم (8) ذلك.

الجدول رقم (8): نتائج اختبار (ت)

قيمة t المحسوبة	المتوسط الحسابي	مستوى دلالة t	نتيجة الفرضية
15.199	3.7071	* 0.000	قبول

❖ ذات دلالة إحصائية على مستوى ($\alpha=0.05$)

يبين الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول العلاقة بين ممارسة تكنولوجيا المعلومات و الموارد البشرية ، حيث بلغت قيمة الاختبار (T) 15.199 وهي اعلى من (T) الجدولية ، وعلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.000) وهو أقل من القيمة المحددة (0.05) ، ونتيجة لذلك تقبل فرضية الدراسة ، اي أنه " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة تكنولوجيا المعلومات و الموارد البشرية .

الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عقبات تكنولوجيا المعلومات والموارد البشرية.

ولاختبار الفرضية فقد تم استخدام اختبار (T) بالنسبة للوسط الفرضي (3.00) لمعرفة العلاقة بين عقبات تكنولوجيا المعلومات والموارد البشرية. على مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha=0.05$) ، ويبين الجدول رقم (9) ذلك.

الجدول رقم (9): نتائج اختبار (ت)

ت المحسوبة	المتوسط الحسابي	مستوى الدلالة	نتيجة الفرضية
11.603	3.6400	❖0.000	قبول

❖ ذات دلالة إحصائية على مستوى ($a \geq 0.05$)

يبين الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول العلاقة بين عقبات تكنولوجيا المعلومات والموارد البشرية ، حيث بلغت قيمة الاختبار (T) 11.603 وهي أعلى من (T) الجدولية ، وعلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.000) وهو أقل من القيمة المحددة (0.05) ، ونتيجة لذلك تقبل فرضية الدراسة ، اي أنه " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عقبات تكنولوجيا المعلومات والموارد البشرية.

الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهمية تكنولوجيا المعلومات

والموارد البشرية.

ولاختبار الفرضية فقد تم استخدام اختبار (T) بالنسبة للوسط الفرضي (3.00) لمعرفة العلاقة بين أهمية تكنولوجيا المعلومات والموارد البشرية ، على مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha=0.05$) ، ويبين الجدول رقم (10) ذلك.

الجدول رقم (10): نتائج اختبار (ت)

ت المحسوبة	المتوسط الحسابي	مستوى الدلالة	نتيجة الفرضية
10.378	3.5510	❖0.000	قبول

❖ ذات دلالة إحصائية على مستوى ($a \geq 0.05$)

بين الجدول أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول العلاقة بين أهمية تكنولوجيا المعلومات والموارد البشرية ، حيث بلغت قيمة الاختبار (T) 10.378 وهي أعلى من (T) الجدولية ، وعلى مستوى الدلالة الإحصائية (0.000) وهو أقل من القيمة المحددة (0.05) ، ونتيجة لذلك تقبل فرضية الدراسة ، اي أنه " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهمية تكنولوجيا المعلومات والموارد البشرية.

النتائج والتوصيات

النتائج

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أعلاه ما يلي :

إن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة تكنولوجيا المعلومات وقدرة الموارد البشرية على تطوير أدائها.

إن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين عقبات تكنولوجيا المعلومات والموارد البشرية.

إن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهمية تكنولوجيا المعلومات والموارد البشرية.

إن هذه الاستنتاجات، جاءت متوافقة مع الفروض العلمية للدراسة - بدرجة واضحة ،

وتدل على عدة مضامين هي أفضل مورد ، وأساس كفاءة الأداء الفعال ، وإن هذا التفضيل

قد يكون صادقاً وذلك باحتمالية وجود التوحد بين ممارسات وعقبات و أهمية تكنولوجيا

المعلومات و لموارد البشرية ، و إدراكات كفاءة الأداء في النتائج .

أظهرت نتائج التحليل النظري إن لتكنولوجيا المعلومات دورا كبيرا في تنمية المهارات

الإدارية والعلمية لدى العاملين في الجامعات الأردنية.

إنه في ظل تزايد الاتجاهات نحو العولمة ومعطياتها ، فإن الممارسات الفنية لإدارة الموارد

البشرية ستصبح غير كافية كوسائل للتمييز ، وأن المكاسب المحتملة التي يمكن للمنظمة أن

تحققها في مجال إدارة هذه الموارد ستتطوي على التطوير في أسلوب إدارة هذه الموارد من خلال

الفاعلية الإستراتيجية لهذه الإدارة والتدريب على مهارات تكنولوجيا المعلومات ، مما يؤدي إلى

الاستمرار في تحقيق المكاسب كزيادة إنتاجية العاملين وتحسين الأداء الكلي للتنظيم .

أظهرت الدراسات السابقة إن لتكنولوجيا المعلومات دورا كبيرا في تنمية المهارات

الإدارية والعلمية لدى العاملين وقدرتها ودورها بشكل عام على تنمية الموارد البشرية و في

تطوير أدائها.

التوصيات

■ ضرورة تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير في المؤسسات التعليمية وذلك من أجل

تطوير الموارد البشرية بشكل يؤدي إلى تحقيق كفاءة أدائها وتحقيق التنافسية العليا لها .

■ ضرورة الإدراك الجيد لمفهوم عمليات الاستثمارات البشرية للمنظمة ، والفاعلية

التنظيمية وفاعلية إدارة الموارد البشرية ، وتحديد أساليب القياس الخاصة بهما ، لما لها من

تأثير إيجابي في تحقيق أهداف المنظمة بالفاعلية المطلوبة .

■ ضرورة العمل على تنسيق بين مسؤولي إدارة الموارد البشرية ، والإدارات الأخرى المختلفة في

المنظمة لتحديد المهارات والقدرات و الإمكانيات البشرية اللازمة لتحقيق الفاعلية التنظيمية

المراجع

1. Senn james A (2000) Information technology in Business Principles , Practices and Opportunities , New jersey : prentice – hall International Inc . upper saddle River.
2. سندي، طلعت بن عبد الوهاب عبد الله (2000) التطور التكنولوجي وأثره على العاملين: عرض تحليلي للإسهامات العلمية، مسقط الإداري، ع 82، ص 13- 37
3. سعد علي حمود العنزي، مضمون نظرية رأس المال البشري ومبادئها في ضوء ادراكات القيمة الاقتصادية: نظرة فلسفة "مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، السنة 12، العدد 42 (2006) ص 110 .
4. سندي، طلعت بن عبد الوهاب عبد الله (2000) التطور التكنولوجي وأثره على العاملين: عرض تحليلي للإسهامات العلمية، مسقط الإداري، ع 82، ص 13- 37
5. اللوزي، موسى (1998) اتجاهات العاملين في المؤسسات التعليمية الأردنية نحو إدارة التغيير، عمان، دراسات، م 25، الجامعة الأردنية، ع 2، ص 338- 356.
6. المدهون، موسى (1999) التغييرات في المنظمات التعليمية، الأردن، أبحاث اليرموك، ع 3، ص 93- 109
7. النجار، نبيل الحسيني، (1992)، أسس تخطيط برامج التطوير الإداري في الدول النامية، دراسة ميدانية عن البنك الإسلامي الأردني، مسقط، الإداري، ع 66، ص 133- 165.
8. اللوزي، موسى (1998) اتجاهات العاملين في المؤسسات التعليمية الأردنية نحو إدارة التغيير، عمان، دراسات، م 25، الجامعة الأردنية، ع 2، ص 338- 356

إدارة شبكة التوريد مدخل نظري

أ.ع.م. أقاسم

Résumé:

Les entreprises sont aujourd'hui obligées de trouver des solutions originales et toujours plus efficaces pour conduire le processus qui amène leurs produits et leurs services, du bureau d'études jusqu'aux magasins des détaillants ou ils sont offerts aux clients finaux. Les exigences d'un environnement féroce concurrentiel font qu'il est impératif pour les entreprises de redéfinir et rationaliser le fonctionnement des chaînes logistiques, pour pouvoir mettre en place un réseau totalement efficace, depuis l'achat des matières jusqu'au consommateur, cette démarche entraîne dans le concept anglo-saxon " supply chain management".

ملخص:

واجهت المنظمات في الوقت الحالي تحديات فرضت عليها إيجاد حلول جذرية وفعالة من أجل التسيير الأكفأ لمنتجاتها وخدماتها انطلاقاً من مكتب الدراسات إلى مخزن التجزئة الذي يكون الإتصال فيه مباشر مع المستهلك النهائي، ونظراً للتحديات التي فرضها الواقع التنافسي على المنظمات ألزم عليها إعادة النظر في سلاسل العرض الخاصة بها بما يحقق الأمثلية في حركيتها إنطلاقاً من عملية شراء المواد الأولية وصولاً إلى المستهلك النهائي، هذا الإجراء يدخل في إطار ما يسمى بالمفهوم الأنجلو سكسوني إدارة شبكة التوريد. الكلمات المفتاحية: الإمداد، سلسلة الإمداد، إدارة سلسلة التوريد.

مقدمة عامة

اقتصر مفهوم الإمداد قديماً على الميدان العسكري حيث السرعة والدقة في توفير الإمكانات اللازمة للقوات من الشروط الأساسية في حسم المعركة، ومع نهاية الحرب العالمية الثانية انتقل هذا المفهوم إلى الميدان الاقتصادي نتيجة للنجاحات التي حققها في الميدان العسكري، فكانت أول الدراسات في مجال الإمداد للجمعية الأمريكية للتسويق "AMA" التي أثبتت نتائجها أن التحكم في إدارة الإمداد يعزز من القدرة التنافسية للمؤسسة، وهذا من خلال الإجابة على مجموعة من الأسئلة تتمثل في: ما هو المنتج الذي يجب توزيعه؟، إلى أي مكان؟، في

أي وقت؟، ما هي كمية المادة التي يجب استلامها؟، ما هي الوسائل التي يجب استعمالها؟، ومع التطور الذي عرفته المؤسسة الصناعية تحولت إدارة الإمداد من مجموعة من الأنشطة المتفرقة إلى فلسفة في الإدارة تعرف بالرمز الأنجلوسكسوني "SCM" أي إدارة شبكة الإمداد أو التوريد أو ما يسمى بالإمداد الشامل، إذا فماذا يقصد بإدارة شبكة الإمداد؟

هذه المقال المتواضع جاء ليسلط الضوء على هذا النوع من المواضيع الحساسة في القطاع الصناعي مقسمين في ذلك البحث إلى ثلاثة أقسام:

أولاً: ماهية نشاط الإمداد.

ثانياً: إدارة شبكة الإمداد "التوريد".

مشيرين في ذلك إلى مختلف الأشكال الحديثة في مجال الإمداد.

خطة البحث:

ملخص

مقدمة.

أولاً: ماهية نشاط الإمداد

1- مفهوم الإمداد

2- التطور التاريخي لنشاط الإمداد

3- مستويات نشاط الإمداد

ثانياً: إدارة شبكة الإمداد "التوريد"

1- ماهية إدارة شبكة الإمداد.

1-1 مفهوم إدارة شبكة الإمداد.

1-2 أنشطة شبكة الإمداد.

2- مجالات إدارة شبكة الإمداد أو التوريد

3- أساليب إدارة شبكة الإمداد

3-1 علاقة زبون - مورد

3-2 أسلوب مقايضة التكاليف الكلية.

3-3 إخراج الوظائف "المقاولة من الباطن"

خاتمة.

أولاً: ماهية نشاط الإمداد:

1- مفهوم الإمداد:

قبل التطرق إلى مفهوم الإمداد لابد من الإشارة إلى أن كلمة Logistique والتي يعود أصلها إلى الكلمة اليونانية Logistikos تترجم إلى العربية بكلمة الإمداد وهي الكلمة التي يمكن تعريفها لغوياً من جانبين، الأول يتعرض لها من منظور عسكري وبحسبه فإن " الإمداد هو مجموعة من العمليات تخص الميدان العسكري، تتجزأ بهدف الحفاظ على بقاء القوات، وتحقيق النجاح في المعارك، بالإضافة إلى تسهيل عملية الانتقال والإجلاء وتطبيق الجرحى " أما الجانب الثاني فيتطرق إلى تعريفها من منظور اقتصادي، حيث يعرفها على أنها: " مجموعة من الأساليب والوسائل التي تتعلق بتنظيم أنشطة في المؤسسة، تتمثل في المناولة، النقل، التجهيز، وفي بعض الأحيان يضاف إليها التمويل".

ولإسقاط الضوء أكثر على هذا النوع من المفاهيم، سنولي بعض التعاريف لهذا المفهوم.

1-1: تعريف الإمداد: يوجد العديد من المقاربات المعتمدة لتعريف الإمداد والتي تختلف باختلاف

مراحل تطور هذا المفهوم، وكتسلسل تاريخي نجد أن هذا النشاط قد أطلق عليه أكثر من تسمية مثل التوزيع المادي، التوزيع، هندسة التوزيع، الإمداد في الأعمال، الإمداد التسويقي، الإمداد التوزيعي، الإمداد وإدارة المواد، نظام الاستجابة السريعة، إدارة سلاسل العرض، الإمداد الصناعي.

Material Management
Supply Chain Management
Physical distribution
Channel Management
Quik response Systems

وسنورد فيما يلي مجموعة تعاريف لجمعيات واقتصاديين تتوافق هذه التعاريف مع التطور التاريخي لهذا المفهوم، كما يجب الإشارة إلى أن الأوائل الذين استخدموا مفاهيم الإمداد هم رجال التسويق، حيث كان التوزيع المادي أحد الإشكالات في إدارة التسويق، ونجد انطلاقا من سنة 1922 Frad E. Clark في كتابه مبادئ التسويق⁽¹⁾، يشير إلى ضرورة الإهتمام بوظيفتي النقل والتخزين قبل أن يدرك الأهمية الكبرى لهاتين الخدمتين والمحددتين لجزءاً مهم من تكلفة المنتج، سنتين بعد ذلك أصدر كتابا بعنوان " قراءات في التسويق" خصص فصلا فيه حول التوزيع المادي⁽²⁾، وهذه صورة لواحد من بين عشرات الكتب في مجال التسويق والمهتمين بنشاط الإمداد، على سبيل الذكر Citons Donald J. Bowersox et david، J/Closs والذين يعتبرون أحد رجالات التسويق.

كذلك في سنة 1948 قامت الجمعية الأمريكية للتسويق بتعريف الإمداد على أنه⁽³⁾: " مجموعة كبيرة من الأنشطة تتعلق بتحريك المنتجات النهائية أو تامة الصنع من نهاية خط الإنتاج End of the production line ، وهذه الأنشطة مثل النقل ومناولة المواد والتخزين،... إلخ، physical distribution وهو ما يطلق عليه الإمداد التوزيعي".

وخلال سنوات عدة اقترن مفهوم الإمداد بالجزء الأخير من سلسلة العرض "AVAL" وبذلك كان مفهوم الإمداد مرادف للتوزيع المادي⁽⁴⁾، في هذا المجال نجد مقال ل John F. Magee⁽⁵⁾، معنون بـ "The Logistids of Distribution"، أو الإمداد التوزيعي تم استخدامه لمدة 16 سنة ليصبح "La distribution fonction clé de l'entreprise" أو التوزيع وظيفة مفتاحية للمؤسسة.

وفي سنة 1969 يشير Donald Bowersox إلى أن مفهوم التوزيع المادي مرادف للإمداد التجاري، الإمداد التوزيعي، إدارة المواد⁽⁶⁾.

وفي سنة 1963، سنة تأسيس المركز القومي لإدارة التوزيع المادي#NCPDM، قامت بتعريف التوزيع المادي على أنه⁽⁷⁾:

" هو مصطلح يستخدم في الصناعة والتجارة من أجل وصف المجال الواسع للأنشطة الضرورية للحصول على حركة فعالة للمنتجات النهائية انطلاقاً من الخروج من خط الإنتاج وصولاً إلى المستهلك، وفي بعض الحالات حركة المواد الأولية انطلاقاً من المورد وصولاً إلى بداية خط الإنتاج، هذه الأنشطة تتضمن نقل البضائع، التخزين، المناولة، غلافات التعبئة، مراقبة المخزون، اختيار مواقع المصانع والمخازن، معالجة الطلبات، توقعات السوق والخدمات المقدمة للزبائن"⁽⁸⁾.

من خلال هذا التعريف المرتبط بالتوزيع المادي يظهر أن الأنشطة المرتبطة بالتوزيع المادي واسعة جداً، وللمرة الأولى يتم تشكيل شبكة الإمداد من خلال تحديد مواقع المصانع والمخازن، وكذلك إدماج التنبؤ بالطلب في التوزيع المادي، وكذلك الجزء الأول لخط الإمداد "AMONT" تم تقديمه.

ونجد في تعريف ل J. F. Magee سنة 1968، للإمداد على أنه "تقنية مراقبة وتسيير تدفقات المواد والمنتجات انطلاقاً من مصدر التمويل، وصولاً إلى نقطة الاستهلاك"، ورغم أن هذا التعريف يشير إلى التدفق المادي للإمداد ويتجاهل التدفق المعلوماتي، إلا أنه يبرز جانباً مهماً في سلسلة الإمداد وهو الإمداد الفوقي "AMONT".

ومع التطور الذي شهدته المؤسسات الاقتصادية أخذ مفهوم الإمداد شكلاً آخر، حيث عرفه المجلس القومي لإدارة التوزيع المادي، NCPDM، في سنة 1972 على أنه: " مصطلح يصف اندماج نشاطين أو أكثر والذي من خلاله يتم تخطيط وتوجيه ورقابة تدفقات المواد الأولية، المنتجات النصف مصنعة، والمنتجات النهائية انطلاقاً من المصدر نحو نقطة استهلاكها وهذه الأنشطة تشمل نوعية

الخدمات المقدمة للعملاء، تقدير الطلب، الإتصالات المرتبطة بالتوزيع، مراقبة المحزونات، حركات المواد، معالجة الطلبيات، الخدمة ما بعد البيع، اختيار مواقع المحزونات والمصانع، المشتريات، التغليف، معالجة المشتريات المرتجعة، معالجة أو إعادة استعمال العناصر المسترجعة أو الموجهة إلى المخزون التالف، تنظيم النقل، والنقل الفعال للبضائع، وكذا التخزين".

ومن خلال هذا التعريف ومقارنته بالتعريف السابق للجمعية (سنة 1963) نرى أنه أكثر شمولية وأكثر تحديدا حيث يدمج من جهة، عملية التخطيط والرقابة ومن جهة أخرى مرحلة التموين والمرتجات (الإمداد العكسي)، إلا أن ما يلاحظ هو غياب تدفقات المعلومات بكل تدفق مادي.

وفي سنة 1973، يقدم الإخصائي في الإمداد James. L. Heskett تصور متطور للإمداد حيث أدمج إليه مفهوم خلق المنفعة والمستوحى من مفهوم خلق القيمة والذي أشار إليه V.Giard في تعريفه للإمداد على أنه وسيلة خلق القيمة من خلال لعب دور أساسي في تاريخ تسليم البضائع وأماكن توفرها، ويشير مفهوم خلق المنفعة إلى كون الإمداد عبارة عن: "تسيير لجميع الأنشطة التي تساهم في حركية المنتوجات، والربط ما بين العرض والطلب في خلق المنفعة وذلك بتوفير السلع في المكان والزمان المناسبين".

وفي مقال لـ Heskett⁽⁹⁾ سنة 1977 يشير فيه باهتمام إلى مستوى خدمة المستهلك ويعتبر أن الإمداد هو مجال لتحقيق الأمثلية optimisation، مادام يسعى إلى تحقيق هدفين متعارضين وهما مستوى الخدمة بأقل تكلفة، ويعرفه على أنه "يقوم الإمداد بتجميع الأنشطة التي تتحكم في تدفقات المنتوجات، الربط ما بين الموارد والاستعمالات بما يحقق مستوى خدمة بأقل تكلفة"⁽¹⁰⁾.

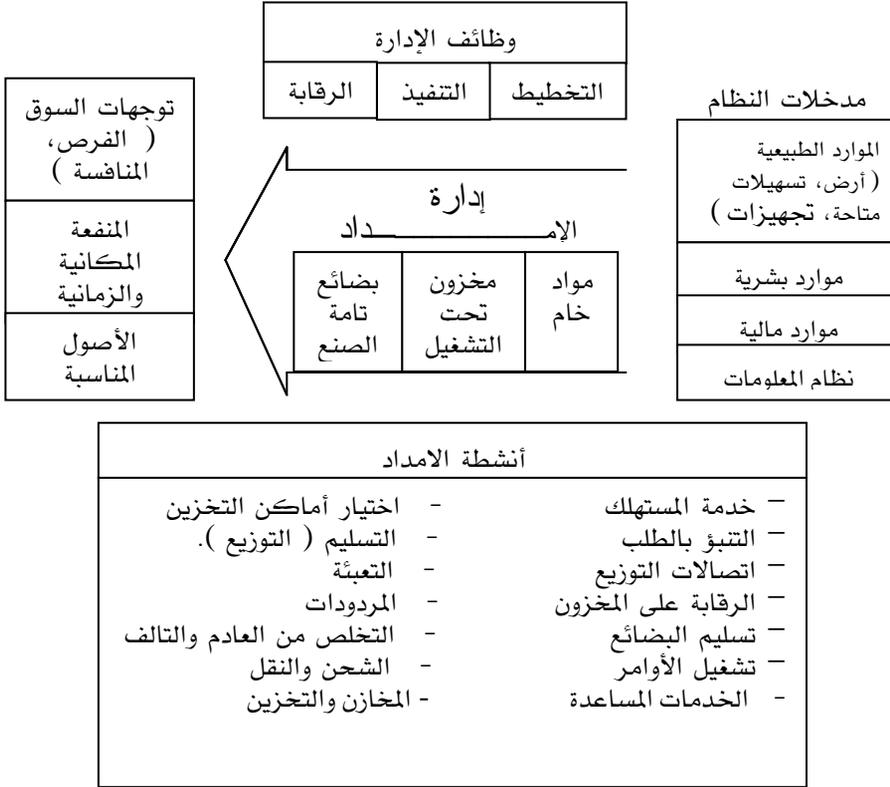
وفي كتاب لنفس المؤلف صدر سنة 1978 بعنوان "La logistique, élément clé de la Stratégie"، والذي أشار فيه إلى أهمية الإمداد في تحديد الإستراتيجية المستقبلية للمؤسسة، شكل نقلة نوعية وتطورا متزيذا بشكل قوي في مفهوم الإمداد والذي أخذ هذا الأخير شكل الانسجام والتسويق والإسناد "La soutien" وذلك خلال سنوات الثمانينات.

ويشير هذا العنوان رغم أنه يشرح نفسه بنفسه إلى نظرة أعمق لهذا المفهوم، حيث يشير إلى تحليل ديناميكي في مجال التدفقات المادية والمعلوماتية، وهذه الأخيرة تشكل صورة مرتبطة بالتدفق المادي.

ونجاح لتأثير Heskett الكبير في هذا المجال، نجد منذ سنة 1986 مجلس إدارة الإمداد CLM⁽¹¹⁾ يعيد النظر في تعريفه للإمداد ويرى بأنه⁽¹²⁾ "عمليات تخطيط وتنفيذ ورقابة التدفق والتخزين الكفئ والفعال للمواد الخام والسلع النهائية والمعلومات المرتبطة بتلك العمليات من بداية تدبير المواد الخام إلى مرحلة استهلاك عملاء المنظمة لمنتجاتها، وذلك بغرض تلبية طلباتهم واحتياجاتهم"⁽¹³⁾ وبذلك تحول بفعل أعمال Heskett مفهوم الإمداد من اعتباره مجالا من مجالات التسيير إلى مجال

متكامل، ومن الإمداد المنفصل والذي لا يعبر إلا عن مصدر للتكلفة إلى الإمداد المتكامل Logistique intégrée والذي يعبر عن مصدر للربح، والشكل الموالي يوضح هذه الصورة:

الشكل رقم 01: عناصر إدارة الإمداد



La Source: Alexandre K, Samii, OP Cité, P10.

ومع القبول العريض لهذا التعريف من قبل معظم الكتابات والبحوث خلال الفترة الزمنية الطويلة الماضية، إلا أنه يعترضه نقائص وهي:

- 1- إهمال منتج الخدمة، وخصوصاً أن القطاعات التي تهتم بهذا المنتج تعاني مشاكل عديدة في مجال الإمداد والتوزيع.
- 2- تجاهل الإمداد العكسي والمتمثل في مرتجعات المبيعات والمشتريات.

3- عدم الإشارة إلى مفهوم الإمداد كعملية إدارية متكاملة تقوم بها المنظمات لتسيق المهام والأنشطة التي تؤديها بصورة مباشرة، تسويق - إنتاج - مشتريات، أو التي تؤديها بصورة غير مباشرة من خلال منظمات أخرى، الوسطاء - الموردين.

وفي تعريف للجمعية الفرنسية لرجال الإمداد في المؤسسات، ASLOG،⁽¹⁴⁾ والتي اهتمت فيه بمفهوم الربحية، Performance، تعرف الإمداد على أنه، " هو مجموعة من الأنشطة والتي هدفها هو توفير الطلبية في المكان المناسب وبأقل تكلفة وبالكيفية والزمن المناسبين لكمية من الإنتاج، وبذلك فإن الإمداد يعبر عن جميع العمليات المحددة لحركة المنتجات، من تحديد مواقع المخازن والمصانع، التموين، التسيير المادي للمنتجات قيد التنفيذ، التعبئة، التخزين وإدارة المخزونات، تحضير الطلبيات، النقل ومتابعة التسليم"⁽¹⁵⁾.

أما نظرة المهنيين الباحثين الفرنسيين المشاركين في الجمعية AFNOR، فهي مختلفة نوعاً ما، حيث ينظر إلى الإمداد على أساس مفهومين متكاملين، الإمداد المادي، Logistique de flux_traditionnelle، والإمداد الإسنادي، La Logistique de Soutien، وهذا وفق معيار تم تحديده سنة 1999، (AFOR. NF_X 50_600)، بعنوان " وظيفة وإجراءات الإمداد " وتم تحديثه ليصبح في سنة 2006، بعنوان " LOGISTIQUE , Démarche " " Logistique et gestion de la chain Logistique، وهو مفهوم أقرب إلى مفهوم إدارة سلسلة العرض SCM، ووفق التعريف الرسمي للإمداد فهو عبارة عن " وظيفة تهدف إلى إشباع حاجات ظاهرة أو مستقبلية في أحسن الظروف الاقتصادية للمؤسسة، وفي ظل مستوى خدمة محدد، هذه الحاجيات لها طبيعة داخلية، عملية التموين بالسلع والخدمات من أجل ضمان حركية المؤسسة، أو طبيعة خارجية كإرضاء العملاء، ويحتاج الإمداد إلى وسائل عدة ومعارف، Savoir Faire، والتي تساعد على تسيير والتحكم في التدفقات المادية والمعلوماتية"⁽¹⁶⁾.

أما التعريف الحالي للإمداد فيظهر في موقع لمجلس إدارة شبكة التوريد المهنية، CSCMP، وهو قريب من التعريف التي قدمته من التعريف الذي قدمته سنة 1986، و 1996، من طرف مجلس إدارة الإمداد، CLM، وما يميزه هو أنه يظهر على أن الإمداد هو جزء من مفهوم إدارة سلاسل التوريد، أو ما يسمى بالإمداد الشامل⁽¹⁷⁾:

" إدارة الإمداد هي جزء من إدارة سلسلة الإمداد داخل المنظمة المسؤولة عن تخطيط وتنظيم ورقابة تدفق السلع والخدمات والمعلومات ذات الصلة من مرحلة تدبير المواد الخام إلى مرحلة وصولها إلى عملاء المنظمة"⁽¹⁸⁾.

وفي خلاصة هذه التعاريف يمكن أن نعرف الإمداد على أنه عملية ضمان السبعة أشياء الصحيحة (7 R'S) LOGISTICS ، المنتج الصحيح بالكمية الصحيحة والحالة الصحيحة وفي المكان الصحيح وبالوقت الصحيح للعميل الصحيح وبالتكلفة الصحيحة ، وذلك من خلال عمليات التخطيط والتوجيه والرقابة على مختلف التدفقات المادية والمعنوية ، وأخذاً بعين الاعتبار المترجمات العكسية لهذه التدفقات ، وتجسيدا لنظام معلوماتي فعال يضمن عملية التنسيق بين مختلف الوظائف داخل المنظمة.

2- التطور التاريخي لنشاط الإمداد:

عرف مفهوم الإمداد عدة تطورات منذ أن كان يطلق هذا المفهوم على الميدان العسكري إلى أن تم استخدامه في الميدان الاقتصادي، ويأخذ هذا المفهوم 3 مراحل أساسية⁽¹⁹⁾:

2- 1 فترة الإمداد المنفصل: Logistique séparée، تميزت هذه المرحلة بزيادة حجم الطلب على حجم العرض، مما جعل من أولويات المؤسسة في هذه المرحلة هو الإنتاج بكميات كبيرة وتوفير المخزون اللازم لتحقيق الاستمرارية في العملية الإنتاجية مع التحكم في التكاليف والعمل على تحسين الجودة.

وتمثل الدور الأساسي لوظيفة الإمداد في إدارة العمليات المادية "النقل، التخزين، المناولة".

2- 2 فترة الإمداد المتكامل: Logistique intégrée، نتيجة للمنافسة الشديدة بين المؤسسات نتج عن ذلك ظهور مفاهيم حديثة في الإدارة منها إدارة الجودة الشاملة TQM، ومن أجل تقديم أحسن خدمة للمستهلك بالجودة المطلوبة والسعر المنخفض، والتسليم في الوقت والمكان المناسبين كان على جميع وظائف المؤسسة تحقيق نوع من التكامل وذلك بتبادل المعلومات النقية من أجل رفع مستوى الأداء. وأخذ موقع إدارة الإمداد داخل الهياكل التنظيمية للعديد من الشركات وهذا نظرا للتحديات الإستراتيجية "سرعة الاستجابة، الجودة العالية، خدمة الزبون"⁽²⁰⁾.

2- 3 فترة الإمداد التعاوني: logistique coopérative، إن ضرورة البيئة التنافسية الحالية نتج عنها سوق يتميز بالتقلب وعدم الاستقرار، ومع ظهور مفهوم العولمة أصبحت المؤسسات تبحث عن:

- أسواق جديدة لتصريف منتجاتها.
- الرفع من الجودة.
- تخفيض التكاليف، والسرعة في الاستجابة لرغبات الزبائن.
- العمل على سرعة انتقال المواد من منطقة جغرافية إلى أخرى.

وتميزت نظرة المؤسسة لإدارة الإمداد بتحولها من الداخل إلى خارج حدود المؤسسة فأصبحت هناك علاقات تعاونية بين جميع المؤسسات التي توجد على نفس سلسلة الإمداد التي تتكون من المورد، المنتج، الموزع.⁽²¹⁾

وقد نتج عن هذا كله تحول في المنافسة، من منافسة ما بين المؤسسات إلى منافسة ما بين سلاسل الإمداد (Lee 1995)⁽²²⁾، حيث ظهر في نهاية 1990 مصطلح جديد في أمريكا يعرف بـ "Supply chain management" والتي يقصد بها الطريقة التي تسييرها المؤسسة مواردتها في سياق الإمداد التعاوني، والجدول التالي يلخص مختلف المراحل الزمنية لتطور نشاط الإمداد.

جدول رقم 01: أهم التطورات التي عرفها نشاط الإمداد منذ 1945.

الفترة	أهم التطورات	تضمين الإمداد
1945 - 1940	الحرب العالمية الثانية	أثبت تطبيق مفهوم الإمداد في الميدان العسكري خصوصا خلال الحرب العالمية الثانية والذي يعتمد على التنسيق بين أنشطة التوزيع في نظام واحد، فائدة كبيرة
1950 - 1960	تطور مفهوم التسويق في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا	ركزت المؤسسات في هذه الفترة اهتمامها بمفهوم خدمة العملاء نظرا لما تحققه من ربحية للمؤسسة، حيث أصبح هذا المفهوم فيما بعد حجر الزاوية لمسعى الإمداد.
1970 - 1980	ظهور تقنيات جديدة تستعمل في مجال الإمداد مثل MRP أسلوب حساب الإحتياجات الصافية، JAT، الوقت المحدد.	إن الانتشار الواسع لهذه التقنيات ساعد وعزز من ضرورة تكامل عمليات الإمداد وسلط الضوء على العلاقات الموجودة بين وظيفة الإمداد والوظائف الأخرى في المؤسسة.
1990 - إلى يومنا هذا	الانتشار الواسع لاستعمال وسائل الإعلام الآلي في إدارة الإمداد.	أصبحت وسائل الإعلام الآلي المتطورة تمكن من تحقيق التكامل ما بين عمليات الإمداد وتسهل من عملية اتخاذ قرارات سريعة ومثلى ترفع من إنتاجية المؤسسة.

La source: G.Paché, T. Sauvage, "la logistique: en jeux stratégique", economica, 3^{éd}, paris, p12

4- مستويات نشاط الإمداد:

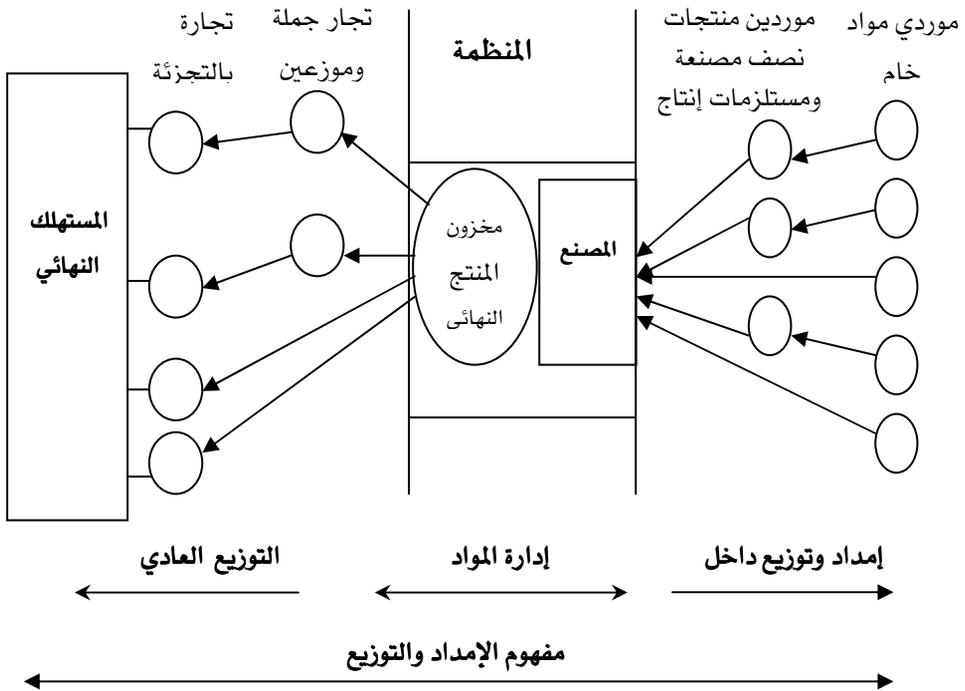
يمكن تقسيم نشاط الإمداد إلى ثلاث مستويات أساسية:

1- أنشطة التوريد المادي < الإمداد الفوقي، Physical Supply >: وتشمل الأنشطة المسؤولة عن تدبير وتحرك المواد الخام ومستلزمات الإنتاج والأصناف الداخلة من الموردين إلى المنظمة، والمستخدمه في تصنيع منتجاتها وخدماتها.

2- إدارة المواد < الإمداد الداخلي، Material management >: وتشمل الأنشطة المسؤولة عن إدارة وتحرك المخزون المتوافر لدى المنظمة من المواد الخام والسلع النصف مصنعة لتلبية متطلبات الإنتاج.

3- أنشطة التوزيع المادي < الإمداد التحتي، Physical distribution >: وتشمل على الأنشطة المسؤولة عن تدفق منتجات المنظمة تامة الصنع إلى أسواق وعملاء المنظمة. والشكل الموالي يعبر عن نطاق أنشطة الإمداد:

الشكل رقم 02: مجال ونطاق أنشطة الإمداد



○ مباني لتخزين أو لتجميع المنتجات بغرض التعامل

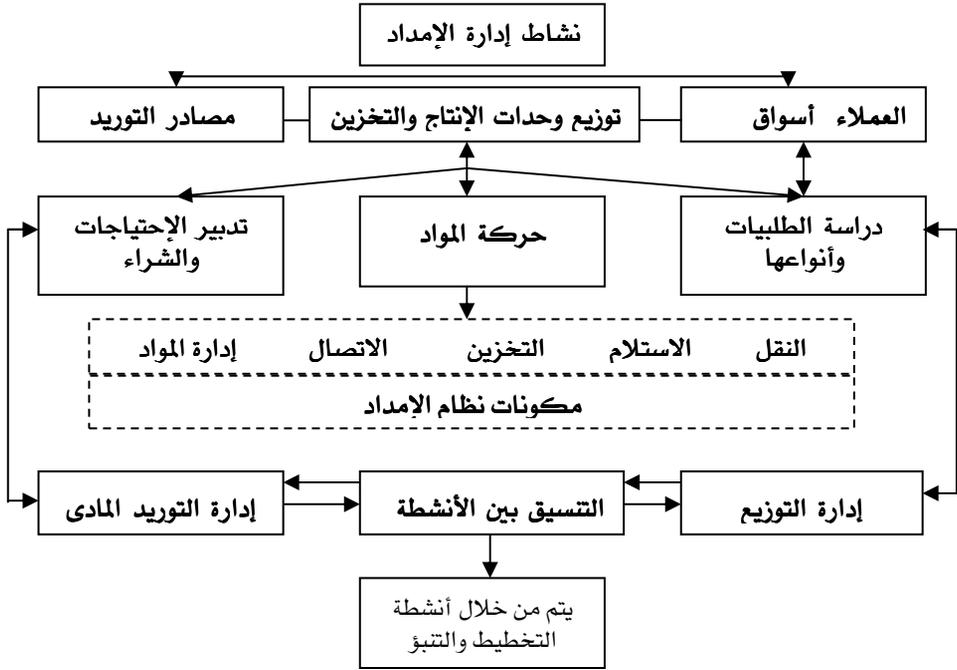
← حركة السلع أو المواد الخام

المصدر: إسماعيل محمد السيد وآخرون، مرجع سابق، ص05.

ومن خلال التعاريف السابقة وما ذكر في عدة كتب حول الإمداد أن كثيرا منها وضع تعريفات محددة لكل مصطلح من المصطلحات السابقة، وفي بعض الأحيان الخلط بينها، ويرجع التداخل في ذلك إلى (23):

- 1- حادثة مفهوم الإمداد والتوزيع، فعلى الرغم من قدم هذه الأنشطة في المنظمة إلا أن تناولها في إطار عملية أو وظيفة واحدة بغرض التنسيق فيما بينها يعتبر من أحدث العلوم الإدارية.
- 2- صعوبة الفصل بين الأنشطة المكونة للمستويات الثلاث للإمداد، فكثير من الأنشطة يتم إنجازها في العديد من المراحل بصورة مماثلة، والشكل التالي يوضح هذا التداخل والتشابك لأنشطة الإمداد بالمفهوم الحديث:

الشكل رقم 03: التداخل بين مكونات إدارة الإمداد على مستوى المشروع.



المصدر: عبد الغفار حنفي، رسمية زكي قرياقص، "أساسيات إدارة المواد والإمداد" دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، مصر، 2002، ص21.

ومن خلال هذا الشكل يتضح مدى التعقيد والتداخل بين أنشطة إدارة التوريد المادي بما فيها إدارة المواد، وبين أنشطة إدارة التوزيع المادي، ومن ثم لا بد من التنسيق بينها، فالجزء الأسفل من الشكل يوضح ضرورة التنسيق بين عمليات الإمداد سواء من حيث التوريد المواد الخام، أو توزيع المنتجات، بينما الجزء الأعلى يوضح أن عملية الإمداد تتأثر بوظيفة الشراء التي تؤثر وتتأثر بمصادر التوريد وأيضاً بحركة المواد بين وحدات الإنتاج والتخزين⁽²⁴⁾، هذا التداخل بين أنشطة الإمداد أدى إلى التفكير في إمكانية استخدام مفهوم النظم وأساليبه في

هذا المجال وهو ما توصل إليه الفكر الحديث في هذا المجال وذلك بظهور النظام المتكامل للإمداد، أو ما يطلق عليه بإدارة شبكة التوريد.

ثانياً: إدارة شبكة الإمداد "التوريد": SUPPLY CHAIN MANAGEMENT.

يعتبر مفهوم إدارة شبكة الإمداد توجه إداري جديد يركز على النظرة الشاملة في التسيير وعلى الرفع من مستوى الخدمة، ويعمل على تحقيق التوازن بين مستوى التكلفة ومستوى الأداء، وذلك من خلال الاستغلال الجيد للمزايا التي توفرها النظرة الشاملة.

1- ماهية إدارة شبكة الإمداد.

1- 1 مفهوم إدارة شبكة الإمداد: ظهر هذا المفهوم في الولايات المتحدة سنة 1990، إذ يعتبر من أحدث التوجهات المتبعة في مجال إدارة الأعمال، ويعرف على أنه " الطريقة التي تسيير بها تدفقات المواد والمعلومات بهدف تحقيق الأمثلية في عملية التوريد، والإنتاج والتوزيع، وفي آن واحد، وهذا بإشراك العملاء والموردين في تحديد الشروط التي تتجز فيها عمليات الإمداد من أجل تحقيق الأهداف التجارية والاقتصادية والتقنية للمؤسسة⁽²⁵⁾.

ومن خلال هذا التعريف، نستنتج أن إدارة شبكة الإمداد تعمل على دمج أنشطة الإمداد داخل نظام واحد من أجل تحقيق مجموعة من الأهداف وهذا بالتعاون مع الموردين والعملاء عن طريق تبادل المعلومات والعمل على سرعة انتقالها من أجل تسيير تدفقات المواد الداخلية والخارجية من أجل رفع مستوى الخدمة المقدمة للمستهلك وتخفيض التكاليف. ويعرف Alexandre K. Samii سلسلة التوريد على أنها⁽²⁶⁾:

"متتالية الموردين الذين يساهمون في إنتاج وتسليم سلعة أو خدمة إلى المستخدم النهائي، وهذا يتضمن افتراضيا جميع مظاهر العمل - معالجة المبيعات Sales processing، الإنتاج Production، إدارة المخزون inventory management، توريد المواد Material supply، التوزيع distribution، الشراء procurement، التخمين forecasting، وخدمة الزبون customer service، ومجالات أخرى متعددة".

وبذلك فإن سلسلة التوريد هي مجموعة تدفقات متمثلة في⁽²⁷⁾:

■ تدفقات المواد Material flows.

■ تدفقات المالية Financial flows.

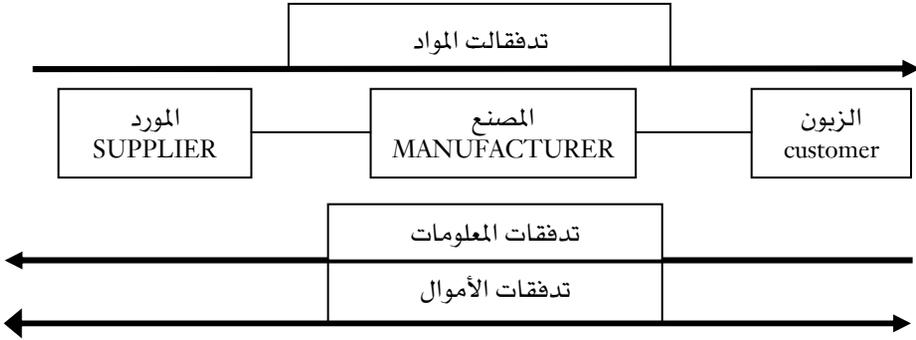
■ تدفقات المعلومات Information flows.

ويقسم سلسلة التوريد إلى سلسلة توريد داخلية وسلسلة توريد خارجية:

■ سلسلة التوريد الداخلية: وتتكون من تدفقات المواد، والمعلومات والأموال بين

الشركة وشركائها المباشرين في العمل. والشكل التالي يوضح ذلك:

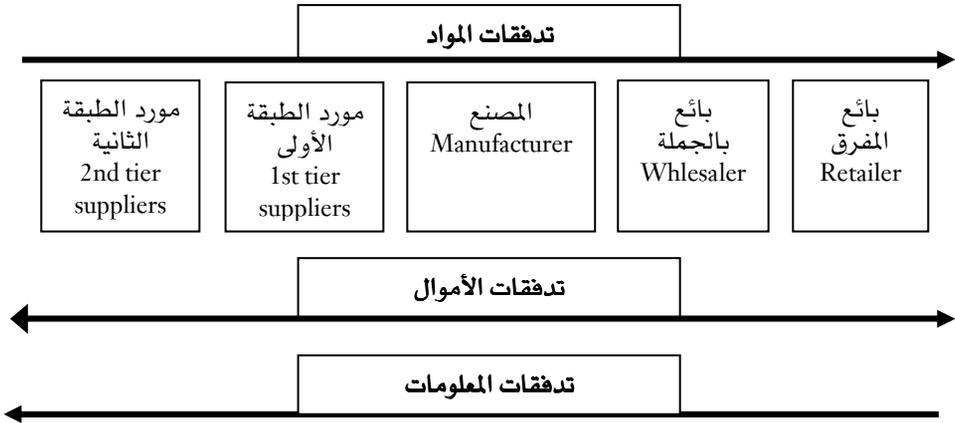
الشكل رقم 04: سلسلة التوريد الداخلية



La source: HARTMUT STADTLER, CHRISTOPH KILGER, " Supply chain management and advanced planning", springer-verlag Berlin, germany,2000-2002, P12.

■ سلسلة توريد خارجية أو الموسعة extended، أو المتكاملة Integrated: وتأخذ بعين الاعتبار موردي الموردين وزبائن الزبائن لأن لهم عادة تأثيرا على أداء سلسلة التوريد الكلية، والشكل التالي يبين هذه العلاقة:

الشكل رقم 05: سلسلة التوريد الموسعة



La source: HARTMUT STADTLER, CHRISTOPH KILGER, Op Cité, P14.

ويعرف Alexandre K. Samii إدارة سلسلة التوريد على أنها⁽²⁸⁾:

"مجموعة من المنهجيات المستخدمة لمكاملة الموردين، المصنعين، المخازن، والمتاجر، بفعالية، بحيث يجرى إنتاج وتوزيع البضائع بالكميات الصحيحة، إلى المواقع الصحيحة، وفي الوقت الصحيح،

بحيث تكون كلفة النظام الكلية أخفض ما يمكن مع المحافظة على تحقيق متطلبات مستوى الخدمة. (29)

من خلال هذا التعريف يمكن استنتاج الخصائص التالية لسلسلة التوريد:

■ سلسلة التوريد هي شبكة معقدة من المنظمات والمؤسسات التي لها أهداف مختلفة ومتضاربة.

■ الحاجة إلى إدارة الارتياح Uncertainty: المطابقة بين الوارد/ الطلبات.

■ سلسلة التوريد هي نظام ديناميكي يتطور مع الزمن، "التقلبات الفصلية، الموسمية، الإعلانات والتخفيضات، استراتيجيات أسعار المنافسين، إلخ، لها تأثير كبير على الطلب. وبذلك فإن التحدي الكبير لدى إدارة التوريد هو تخفيض كلفة النظام الكلية، مع تحقيق متطلبات الزبون.

1- 2 أنشطة شبكة الإمداد: إن الإدارة الفعالة الرشيدة لشبكة الإمداد تتطلب الانتقال من مرحلة إدارة مجموع أنشطة التوريد والتوزيع كأنشطة منعزلة عن بعضها البعض إلى عدد من الأنشطة بشكل متكامل والمتمثلة في:

1- 2- 1 إدارة العلاقات مع العملاء: وتعتبر الخطوة الأولى في عملية إدارة شبكة الإمداد حيث تنطوي هذه الخطوة على تحديد العملاء الرئيسيين الذين تتعامل معهم المؤسسة، ودراسة وتحليل احتياجاتهم بهدف التنبؤ بطلبهم.

1- 2- 2 إدارة الخدمة المقدمة للعملاء: حيث تتطلب إدارة هذا النشاط توفر المؤسسة على نظام للمعلومات، يتميز بالسرعة والدقة في إمداد العملاء بكافة المعلومات المتعلقة بالأسعار وخصائص المنتجات واستقبال أوامرهم الواردة للمؤسسة.

1- 2- 3 إدارة الطلب على منتجات المؤسسة: ويشير هذا النشاط إلى الرقابة على المخزون من خلال الموازنة بين احتياجات العملاء وإمكانيات المؤسسة وقدرتها على توفير تلك الاحتياجات، وتنطوي عملية إدارة الطلب على محاولة تحديد الأنواع التي يتوقع بيعها والكميات المطلوبة وتواريخ الطلب.

1- 2- 4 تنفيذ أوامر العملاء: يسعى هذا النشاط إلى تحقيق درجة عالية من التوازن والتكامل بين خطط التصنيع والتوزيع والنقل، بحيث يتم تنفيذ أوامر العملاء في الوقت المناسب دون أن يترتب على ذلك أي زيادة في التكاليف.

1- 2- 5 إدارة عمليات الإنتاج: في ظل تطبيق مفهوم إدارة شبكة الإمداد تنتقل المواد عبر مراكز التشغيل في ضوء احتياجات العملاء، ولهذا لا بد أن تتصف عمليات الإنتاج بدرجة عالية من المرونة تسمح بالاستجابة السريعة لتقلبات السوق.

1- 2- 6 التوريد: لا بد من تصنيف الموردين في مجموعات مختلفة وفقا لدرجة أهمية كل واحد منهم بالنسبة للمؤسسة، ثم القيام بالتنسيق معهم من أجل تحقيق الاستمرارية في عمليات الإنتاج.

1- 2- 7 تنمية وتطوير المنتجات: في ظل مفهوم شبكة الإمداد لا بد من إشراك الموردين والعملاء في عملية تطوير المنتجات الجديدة، وبصفة خاصة في حالة المنتجات ذات دورة الحياة القصيرة.

1- 2- 8 إدارة المرتجعات والمردودات المبيعات: لا بد من إدارة المردودات في اتجاه عكسي عبر شبكة الإمداد بنفس كفاءة إدارة المبيعات وهذا من أجل تحديد فرص تقليل المنتجات وتدعيم المركز التنافسي للمؤسسة.

2- مجالات النظام الشامل للإمداد أو إدارة شبكة التوريد: Logistique global ou SCM يتكون النظام المتكامل لنشاط الإمداد من نظامين فرعيين يرتبطان ببعضهما البعض ارتباطا وثيقا:

أولاً: عمليات الإمداد: Logistique opération.

يهتم بالجانب التشغيلي لوظيفة الإمداد بإدارة حركة تدفق المواد والمنتجات التامة وذلك بالإضافة إلى نشاط التخزين، وبالتالي فإن عمليات الإمداد تبدأ بعملية النقل أحد المكونات أو الأجزاء من مصادر التوريد وتنتهي بعملية تسليم أحد المنتجات التامة إلى موزع أو مستهلك، وتنقسم إلى:

- إدارة التوزيع المادي Physical distribution management.
- إدارة المواد Material management.
- إدارة حركة المخزون الداخلية.

ثانياً: أنشطة التنسيق والربط Logistical coordination.

إن النظام الفرعي الآخر المكون لنظام الإمداد يهتم بوضع الخطط اللازمة لتحقيق التكامل بين أنشطة الإمداد المختلفة، ومن الناحية الإدارية تنقسم أنشطة التنسيق والربط إلى مجموعة الأنشطة الفرعية التالية:

- التنبؤ بالمبيعات.
- تشغيل الأوامر.
- تخطيط وجدولة عمليات التشغيل.
- تخطيط الاحتياجات من المواد.

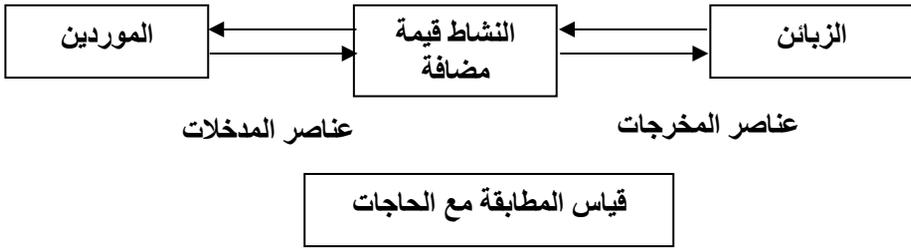
3- أساليب إدارة شبكة الإمداد:

إن المبادئ التي تركز عليها إدارة شبكة الإمداد تدعمها مجموعة من الأساليب تعتمد عليها المؤسسة في التسيير نذكر أهمها:

- علاقة زبون - مورد
- تحليل التكلفة الكلية ومقايضة التكاليف.
- إخراج (تفويض) الوظائف، .externqlsqtion des fonctions.

3- 1 علاقة زبون - مورد: نجد في كل عملية تحويلية مادية كانت أو جغرافية علاقة زبون - مورد والتي تهدف إلى تنظيم التدفقات من أجل تحقيق الإشباع عند الزبون⁽³⁰⁾. والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم 06: علاقة زبون - مورد.



La source: G. Stora, J. Montaigne, "La qualité total dans l'entreprise", édition d'organisation, paris 1986, p22.

ويمكن تصنيف تلك العلاقة إلى علاقة زبون مورد الداخلية، وعلاقة زبون مورد الخارجية، فالأولى تتمثل في العلاقة التي تسود بين الأفراد والوحدات التنظيمية داخل المؤسسة، ويعتبر كل فرد زبونا عندما يتلقى في العملية عناصر المدخلات ثم يصبح موردا عندما يسلم للذي يليه عناصر المخرجات، أما العلاقة الثانية فتتمثل في العلاقة التي تربط المؤسسة بموردها وزبائنها الخارجيين حيث تكون المؤسسة في وضعيتين، الأولى هي المورد، أما الوضعية الثانية فهي الزبون، ففي حالة ما تكون هي المورد تعمل المؤسسة على تسهيل تحويل التدفقات إلى الزبون، من أجل الرفع من مستوى الخدمة والعمل على توفير السلع والخدمات في الوقت والمكان المناسبين بأقل تكلفة وبالجودة المطلوبة، أما في حالة ما تكون هي الزبون، تعمل المؤسسة على تحسين علاقتها مع الموردين وتحويلها من علاقة تنازعية إلى علاقة شراكة، مبنية على التعاون والشفافية في تبادل المعلومات والخبرات من أجل تحقيق منفعة متبادلة.

3- 2 أسلوب تحليل التكلفة الكلية ومقايضة التكاليف: يضاف إلى أسلوب علاقة

زبون - مورد أسلوباً آخر يدعم النظرة الشاملة في إدارة شبكة الإمداد يتمثل في أسلوب تحليل التكلفة الكلية ومقايضة التكاليف، الذي ينفي الاعتقاد بأن تخفيض تكلفة كل عنصر من عناصر التكلفة الكلية ومقايضة التكاليف يحقق بالضرورة تخفيض إجمالي التكلفة. ففي بعض الأحيان تتخذ التكاليف المرتبطة بإدارة شبكة الإمداد أنماط مختلفة، مما يجعلها تتعارض مع بعضها البعض، فقد يتسبب انخفاض تكلفة أحد عناصر مكونات نظام الإمداد في زيادة تكلفة عنصر آخر بنسبة أعلى من نسبة التخفيض مما يترتب عليه زيادة التكلفة الكلية وبالتالي انخفاض الأرباح.

3- 3 إخراج الوظائف: عادة ما يتم استخدام مصطلح "المقابلة من الباطن"

كمصطلح "إخراج الوظائف"، لكن في حقيقة الأمر هناك فرق، فالمصطلح الأول هو عبارة عن عقد يلتزم من خلاله متعهد الخدمة بتنفيذ جزء من المشروع أو المشروع كله في ظل المواصفات المتفق عليها مع صاحب المشروع خلال فترة زمنية محددة، لكن المصطلح الثاني هو عبارة عن إسداء مهمة تسيير بعض الممتلكات مثل وسائل النقل أو بعض أنشطة الدعم مثل نشاط التخزين الضرورية لإنجاز المهمة الأساسية للمؤسسة، المتمثلة في العملية الإنتاجية، على مقدم خدمات مختص بهدف الحصول على أحسن جودة وبأقل تكلفة مع العمل على إرساء علاقة شراكة معه على المدى الطويل⁽³¹⁾.

وتسعى إدارة شبكة الإمداد من خلال إخراج الوظائف إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:

■ إعادة التركيز على الأنشطة الأساسية في المؤسسة: كما هو معروف تمارس

المؤسسة الصناعية إلى جانب نشاطها الأساسي المتمثل في التصنيع أنشطة فرعية التي تتعلق بالتخزين، النقل،... إلخ، لهذا يعرف أسلوب إخراج الوظائف إلى التركيز إلا على النشاط الأساسي وإسداء تنفيذ الأنشطة الفرعية إلى مقدمي خدمات مختصين.

■ التحكم في التكاليف: إن تفويض بعض الأنشطة إلى مختصين متمرسين يمكن

من تخفيض التكاليف التي تتحملها المؤسسة بنسبة قد تصل إلى 30% وهذا حسب القطاعات.

■ الرفع من درجة المرونة: يمكن من خلال أسلوب إخراج الوظائف الرفع من درجة

مرونة المؤسسة، وجعلها تتأقلم مع التطورات، وذلك باختيار مقدمي الخدمات يعتمدون على التكنولوجيات الحديثة، كما يمكن من خلال هذا الأسلوب تحويل بعض التكاليف الثابتة إلى تكاليف متغيرة.

■ دعم جودة الخدمة المقدمة: إن جودة إنجاز بعض الأنشطة من طرف مختصين في

مجال معين تكون أحسن مقارنة بالإنجاز من طرف المؤسسة، وبالتالي إخراج الوظائف يحول

العلاقة مع مقدم الخدمة إلى علاقة زبون - مورد ينتج عنها تقديم أحسن خدمة من خلال محاولة تحقيق وفورات اقتصادية للطرفين.

خاتمة عامة:

ختاماً للبحث نشير إلى أنه بعد إدراك المنظمات لأهمية أنشطة مفهوم إدارة شبكة التوريد وتأثيرها على نجاحها في الأسواق وما تحققه من وفورات في تكاليف منتجاتها وتعظيم أرباحها، فقد بدأت بتعظيم قيمة منتجاتها ومقدار ما تضيفه من خدمات لجذب عملائها وفق رغباتهم، وذلك بتجميع الأنشطة الخاصة بالإمداد بجميع مستوياته، مع ضرورة إشراك الوسطاء والموردين في سلسلة واحدة تمثل سلسلة التوريد.

ونظراً للتقسيم الدولي للعمل وما فرضه هذا التحول من تفكيك للعملية الإنتاجية التي كانت تتم تحت سقف مصنع واحد وتوزيعها على عدة دول بحيث تنتج كل دولة جزئية من مكونات المنتج النهائي ليتم تجميعها بالقرب من السوق، فقد أصبح المصنع كونيًا، حيث أصبح الإنتاج والتسويق والتمويل كونيًا، هذا الواقع أدى إلى ظهور مفهوم اللوجستيات الكونية والتي تتضمن تفهماً كاملاً لكيفية التعامل مع الفروقات في المسافات والعملات والتعريفات الجمركية والثقافات واللغات والظروف السياسية.

قائمة المراجع المعتمدة

أولاً: الكتب بالعربية

- ثابت عبد الرحمان إدريس، "إدارة الأعمال اللوجستية"، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2002.
- نهال فريد مصطفى، جلال العبد "إدارة الإمداد"، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2002.
- عبد الغفار حنفي، رسمية زكي قرياقص، "الإدارة الحديثة في إدارة الإمداد والمخزون"، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2002.
- إسماعيل محمد السيد وآخرون، محمد توفيق ماضي، محمد أحمد حسان، "إدارة الإمداد والتوزيع"، دار الفكر الجامعي للنشر، مصر، 2006.

ثانياً: الكتب بالأجنبية

- F. E. Clark, "Principal of marketing", Newyork the Marmillan company, 1922.
- F. E. Clark, "Reading in maretng", Newyork the Marmillan company, 1924.
- J, Magec, " the logistics of distribution", Havard Business Review, juillet 1960, trad. Dans Harvard- L'Expansion, n°2, en 1976.

- D.J.Bowersox," physical Distribution Development, Current Status, and potential", journal of Marketing, Vol.33,n°1,1969.
- J.L. Heskett, Logistics;"essential to strategie", Harvard Business Review, nov-déc. 1977. Traduit en 1978 par " La logistique, élément cléde la stratégie ", Harvard-L'expansion, n°8.
- G. Stora, J, Montaigne, "La qualité total dans l'entreprise", édition d'organisation, paris, 1986.
- G.Paché, T. Sauvage, "la logistique: en jeux stratégique ",economica,3éd, paris,2002.
- HARTMUT STADTLER, CHRISTOPH KILGER," Supply chain management and advanced planning,springer-verlag Berlin, germany,2000-2002.
- HARTMUT STADTLER, CHRISTOPH KILGER," Supply chain management and advanced planning,springer-verlag Berlin, germany,2000-2002.
- P.VALLIN, " La logistique, Modèles et méthodes du pilotage des flux ",Economica, 3éd, paris,2003.
- Alexandre K. Samii, "Stratégie Logistique, Supply chain Management", DUNOD, Paris,2004.
- Pierre Médan, Anne Gratacap, "Logistique et Supply Chain Management", DUNOD, Paris, 2008.

ثالثًا: الرسائل الجامعية:

باللغة العربية

- خطيب سيدي محمد بومدين، "إدارة شبكة الإمداد في المؤسسة الصناعية" (رسالة ماجستير، جامعة تلمسان، غير منشورة) ، الجزائر، 2005/2004.

باللغة الأجنبية

- M.R AKBARI JOKAR, " La conception d'une Chain logistique, approche global d'aide à la décision "thèse de doctora en génie industriel, filière organisation industrielle et système de production, 2001.

• M.ABDELKADER et d'autre, "La logistique des produits Alimentaires, étude de cas d'un grand groupe distributeur, DESS Qualimapa, institut d'administration des entreprise de Lille, Paris, 2003-2004.

• Delphine NOGUES, "L'approche globale des relations d'échange de la logistique", Mémoire de fin d'études Université Panthéon-Sorbonne, Non publier),Paris 1,2004.

الهوامش

(1)F. E. Clark, Principal of marketing, Newyork the Marmillan company 1922, P16

(2)F. E. Clark, "Reading in maretng", Newyork the Marmillan company 1924, P 19

Pierre Médan, Anne Gratacap, "Logistique et Supply Chain Management", DUNOD, Paris, 2008, P9.

(3) Ipid, P10.

(4)ثابت عبد الرحمان إدريس، إدارة الأعمال اللوجستية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2002، ص 20.

(5) J, Magee, " the logistics of distribution", Havard Business Review, juillet 1960, trad. Dans Harvard- L'Expansion, n°2, en 1976, P10.

(6)D.J.Bowersox, " physical Distribution Development, Current Status, and potential", journal of Marketing, Vol.33,n°1,1969 ,P P 63-70.

NCPDM :National Concil of Pysical Distribution Management ، تأسس هذا الرکز سنة 1963 من طرف مجموعة أساتذة ومستشارين ومديرين بولاية شيغاغو الأمريكية، اهتم بالتوزيع المادي باعتباره يشمل الوظائف التالية: النقل والتخزين وتسيير المخزونات، ثم تحول اسمه بعد حصول تطور في مفاهيم الإمداد إلى مجلس إدارة الإمداد CLM ، Concil of Logistics Management ، سنة 1986 ، وبعد التطور في المفاهيم الإمداد تم إقرار إسم جديد سنة 2005باسم مجلس إدارة شبكة التوريد المهنية CSCMP ، Concil Of Supply Chain Management Professionnel ، وهي تضم عشرة آلاف عضو ، تعتبر جمعية قوية وديناميكية لها دور في تقديم الدعم في هذا المجال والاستشارات العملية.

(7) Pierre Médan, Anne Gratacap,Opcité, P10.

(8)" terme employer dans l'industrie et le commerce pour décrire le vaste spectre d'activités nécessaires pour obtenir un mouvement efficient de produits finis depuis la sortie des chaines de fabrication jusqu'au consommateur, et qui dans

- quelques cas inclut le mouvement des matières premières depuis leur fournisseur jusqu'au début des chaines de fabrication. Ces activités incluent le transport des marchandises, l'entreposage, la manutention, l'emballage de protection, le control des stocks, le chois des emplacements d'usines et d'entrepots, le traitement des commandes, les prévisions de marché et le services offert aux clients"
- (9) J.L. Heskett, Logistics; "essential to strategie", Harvard Business Review, nov-déc. 1977. Traduit en 1978 par " La logistique, élément cléde la stratégie ", Harvard-L'expansion, n°8.
- (10) Pierre Médan, Anne Gratacap, OP Cité, P11
- (11) CLM: Concil of logistics Management
- (12) " the process of planning, implementing, and controlling the efficient, cost-effective flow and storage of raw materials, in-process inventory, finished goods, and related information flow from point-of-origin to point-of-consumption for the purpose of conforming to customer requirements"
- (13) Alexandre K. Samii, "Stratégie Logistique, Supply chain Management", DUNOD, Paris,2004, P10
Pierre Médan, Anne Gratacap, op cité, P12.
- (14)ASLOG: Association française des Logisticiens d'entreprise, en 2003 devien, Association Française pour la logistique.
- (15)Pierre Médan, Anne Gratacap, OP Cité, P12.
- (16)Ipid, P13.
- (17) "Logistics management is that part of supply chain management that plans, implements, and controls the efficient, effective forward and reverse flow and storage of goods, services and related information between the point of origin and the point of consumption in ordre to meet customers requirements."
- (18) إسماعيل محمد السيد وآخرون، "إدارة الإمداد والتوزيع"، دار الفكر الجامعي للنشر، مصر، 2006، ص34.
- (19)Delphine NOGUES, "L'approche globale des relations d'échange de la logistique", (Mémoire de fin d'études Université Panthéon-Sorbonne, Non publier),Paris 1,2004 , P-P7-8.
- (20)نهال فريد مصطفى، جلال العبد، " إدارة الإمداد"، دار الجمعة الجديدة للنشر، مصر، 2002، ص15.

- (21) خطيب سيدي محمد بومدين، "إدارة شبكة الإمداد في المؤسسة الصناعية" (رسالة ماجستير، جامعة تلمسان، غير منشورة)، الجزائر، 2005/2004، ص23.
- (22) M.R AKBARI JOKAR, «La conception d'une Chain logistique, approche global d'aide à la décision "thèse de doctora en génie industriel, filière organisation industrielle et système de production, 2001,p12.
- (23) إسماعيل محمد السيد وآخرون، مرجع سابق، ص06. كذلك ينظر Médan, Anne Gratacap, OP Cité, P14 .
- (24) عبد الغفار حنفي، رسمية زكي قرياقص، "الإدارة الحديثة في إدارة الإمداد والمخزون" دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2002، ص22.
- (25) M.ABDELKADER et d'autre, "La logistique des produits Alimentaires, étude de cas d'un grand groupe distributeur, DESS Qualimap, institut d'administration des entreprise de Lille, 2003-2004, p06.
- (26) Alexandre K. Samii, Op Cité, P15.
- (27) IPid, P19.
- (28) Alexandre K. Samii, Op Cité, P15.
- (29) " Supply chain Management is a set of approaches utilized to efficiently integrate suppliers, manufactures, warehouses, and stores, so that merchandise is produced and distributed at the right quantities, to the right locations, and at the right time, in order to minimize system wide costs while satisfying service level requirements."
- (30) P.VALLIN, " La logistique, Modèles et méthodes du pilotage des flux ",Economica, 3éd, paris,2003, p76.
- (31) خطيب محمد سيدي بومدين، "إدارة شبكة التوريد" مرجع سابق، ص 77.

العوامل المحددة لنمو القطاع الخاص بالدول النامية دراسة حالة الجزائر

أ. بونوة شعيب

أ. مولاي لخضر عبد الرزاق

الملخص

اتجهت اقتصاديات العالم في الربع الأخير من القرن العشرين نحو المزيد من التحرير الاقتصادي والانفتاح في ظل تغيير دور الدولة في الشأن الاقتصادي وتقليصه وتحفيز دور القطاع الخاص، وإزالة القيود أمام التجارة الخارجية، ودعم المنافسة المحلية والدولية. وفي إطار البحث عن مصادر النمو الاقتصادي والسياسات المعززة له في المدى الطويل بدأت أنشطة تنمية القطاع الخاص تبرز على الساحة في الأعوام الأخيرة كمكون ضروري لتحقيق الأهداف الإنمائية للألفية الجديدة في البلدان النامية. وتكمن أهمية تنمية القطاع الخاص في دعم النمو الاقتصادي وتوفير مناصب شغل وتخفيض أعداد الفقراء ومساعدة الناس على تحسين أحوالهم المعيشية. وبدون القوة الديناميكية للمبادرات الخاصة التي تنظمها الأسواق التنافسية سيظل الناس تحت وطأة الفقر. إن تنمية القطاع الخاص لا تعني الخصخصة العشوائية وإنما إعادة تركيز دور الدولة لإفساح الطريق أمام الأعمال الحرة ودعمها وعندما يكمل القطاعان الخاص والعام بعضهما البعض، ستتحقق التنمية الاقتصادية المنشودة.

ومن هنا نطرح التساؤل التالي: ماهي المحددات الإستراتيجية لتنمية القطاع الخاص بالدول النامية وهل نجحت الجزائر في تهيئة مناخ استثماري مناسب لنمو اقتصادي يقوده القطاع الخاص؟

لمعالجة هذه الإشكالية قسمنا هذه المقالة إلى العناصر التالية :

- 1- القطاع الخاص والتنمية الاقتصادية
- 2- متطلبات تنمية القطاع الخاص
- 3- دور القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية بالجزائر
- 4- المعوقات التي تواجه نمو القطاع الخاص في الجزائر

1. القطاع الخاص والتنمية الاقتصادية:

1- 1- **ماذا نقصد بتنمية القطاع الخاص:** يعرف القطاع الخاص بشكل عام بأنه "ذلك الجزء من الاقتصاد الغير خاضع لسيطرة الحكومة ويدرار وفقا لاعتبارات الربحية المالية"

أما من وجهة نظر المحاسبة القومية فيعرف "على انه يشمل القطاع الخاص وفقا لنظام الحسابات القومية لعام 1993: المشروعات الخاصة، القطاعات العائلية، الهيئات التي لا تهدف للربح وتخدم العائلات وذلك بغض النظر عن ملكية المقيمين (أو غير المقيمين) للشركات الخاصة"⁽¹⁾

يشار إلى تنمية القطاع الخاص على أنه «رفع الحواجزو خلق القدرة لبناء نظام أعمال موجه إلى السوق يعمل بصورة فعالة ويحقق نمواً اقتصادياً». وتشمل تنمية القطاع الخاص النقاط التالية⁽²⁾:

- تسهيل المشاركة المباشرة للقطاع الخاص في قطاعات غير تقليدية، مثلاً على صعيد الخدمات الأساسية مثل المياه والصحة والتعليم والطاقة.
- تعزيز المؤسسات وتطوير أطر تنظيمية تدعم التنمية المحلية للقطاع الخاص
- إصلاح بيئة الأعمال والسياق القانوني الذي تواجهه الشركات بما فيها المنشآت الصغيرة جداً

▪ رفع مستوى القدرات والمهارات المهنية التي تتميز بها الجهات الفاعلة في القطاع الخاص، لا سيما من خلال تعزيز توفير خدمات تطوير الأعمال

▪ تعزيز إمكانية استفادة الشركات من التمويل، وخاصةً المنشآت الصغيرة جداً والمنشآت الصغيرة والمتوسطة الحجم .

▪ تشجيع الشراكة ما بين القطاع الخاصو القطاع العام

1- 2- أهمية تنمية القطاع الخاص: من الواضح للكثيرين في عصرنا هذا، أن نظام السوقو القطاع الخاص لديهما دور كبير في تحقيق التنمية الشاملة للمجتمعات فنظام السوق، للتنمية الاقتصادية يعمل على إحداث الشروط التي يمكن أن تساهم في زيادة إنتاج السلعو الخدماتو مساعدة البيئة المهيأة لأنشطة القطاع الخاصو الإطار الاقتصادي المحقر للأداء المؤسسيو الفردي الجيد، فإن قدرة القطاع الخاص لتوفير فرص العملو توسيع نطاق التشغيل للطاقت البشرية تعتمد على تطوير نظام السوق في المجتمع، مثلما أن تطوير السوق يعتمد على توسيعو تقوية القطاع الخاص من خلال توفير الحوافزو الدعم لإجراء التخصيص للمشاريع المملوكة من قبل الدولة، و تطوير المشاريع الصغيرةو متوسطة الحجم.

يذكر أن الدور المتنامي للقطاع الخاص في النشاط الاقتصادي مند العقدين الماضيين قائم على الافتراضات التالية⁽³⁾:

- تميز القطاع الخاص بكفاءة عالية مقارنة مع القطاع العام مما يؤدي إلى توفير في الموارد المالية وتحسين الأداء في مجال الخدمات التي يوفرها

■ يتفوق القطاع الخاص على القطاع العام فيما يخص تجميع الادخار المحلي الأجنبي وتوجيهه إلى المشاريع الأكثر ربحية الأمر الذي يساهم إلى زيادة معدلات النمو الاقتصادي وبالتالي زيادة دخل الفرد

■ يتصف القطاع الخاص بأرباح إدارية حديثة وكذلك باستعمال تكنولوجيا متطورة مما يساعد على تجديد الأصول الثابتة وزيادة جودتها في الاقتصاد المحلي ورفع نوعية القوى العاملة البشرية مما يؤدي إلى الزيادة الإنتاجية

■ بالإضافة إلى ذلك يؤدي تحويل المؤسسات العامة إلى القطاع الخاص إلى إزالة الأعباء

المالية التي كانت تتحملها موازنة الدولة نتيجة الخسائر التي لحقت بالشركات العامة

■ الاستثمار في القطاع الخاص يساعد على نمو اقتصادي الحد من الفقر إذ أن القطاع الخاص المحلي القوي الفعال يشكل عنصراً أساسياً في نمو الاقتصاد المستدام؛ فعبء توفير فرص العمل وفرص توليد الدخل، يستطيع القطاع الخاص تقديم وسائل للحد من الفقر.

يوصي تقرير مشروع الألفية التابع للأمم المتحدة (2005) بأن تتضمن استراتيجيات الحد من الفقر المستندة إلى الأهداف الإنمائية للألفية، إستراتيجية من شأنها تعزيز القطاع الخاص المحلي وتوليد الدخل للقراء، إن تحفيز وتنمية القطاع الخاص المحلي في الدول النامية، وإشراك القطاع الخاص في عملية تحقيق أهداف اقتصادية واجتماعية أهم، صاراً يشكلاً شيئاً فشيئاً عنصراً أساسياً من جدول الأعمال الإنمائي.

- زيادة التوظيف - نمو اقتصادي
- ارتفاع مستوى الدخل - خدمات أحسن مقدمة
القطاع الخاص => - زيادة الإنتاجية =< للقراء
- ارتفاع مستوى إنفاق - انخفاض معدل الفقر
الأسر على الصحة والإسكانو
التعليم

كما أن مؤسسات القطاع الخاص توفر العوائد الاقتصادية الواسعة للاقتصاد ككل، مثلما تحقق العوائد الواسعة للأفراد المستثمرين، وبشكل خاص المجتمعات التي تتبنى في سياستها الاقتصادية حرية السوق المتسمة بالانفتاح نسبياً على المدخلات والاستقلالية في الاستثمار واتخاذ القرارات العملية، وبتوفير الحوافز المطبقة بعدالة وثبات لكافة المشاركين فالتعدد من الأبحاث العلمية في الدول النامية أيدت أن هناك علاقة إيجابية قوية بين أنشطة القطاع الخاص والنمو الاقتصادي بينت كذلك أن نمو الإنتاجية يرتبط بشكل وثيق مع الاستثمارات الخاصة .

ويتضمن الجدول رقم (1) نتائج دراسة أعدها البنك الدولي شملت 50 دولة نامية و تقارن بين فاعلية الاستثمار العام والاستثمار الخاص.

جدول رقم (1) يوضح: استثمار القطاعين الخاص والعام ومعدل نمو الناتج المحلي الإجمالي (1970 - 1998) %

البيان	عالي	متوسط	منخفض
إجمالي الاستثمار إلى الناتج المحلي الإجمالي	24.6	19.9	18.3
الاستثمار الخاص	15	11.9	9.9
الاستثمار العام	9.5	8	8.4
معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي سنويا	أكبر من 5%	بين 3% و 5%	أقل من 3%

المصدر: د/عدي قسيور، الآثار المالية والاجتماعية لتمويل القطاع الخاص مشروعات

البنية الأساسية والاجتماعية الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي ص101

ويبدو واضحا من الجدول وجود علاقة موجبة بين حجم الاستثمار الخاص ومعدلات نمو الناتج المحلي الإجمالي فعندما كانت نسبة الاستثمار الخاص للناتج المحلي الإجمالي عالية بحدود 15 في المائة سنويا تجاوز معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي معدل 5 في المائة سنويا وعندما انخفضت هذه النسبة إلى حوالي 11.9 في المائة تراوحت معدلات نمو الناتج المحلي الإجمالي بين 3 في المائة و 5 في المائة سنويا وأخيرا فإنه مع انخفاض نسبة الاستثمار الخاص إلى الناتج المحلي الإجمالي إلى 9.9 في المائة انخفضت معدلات نمو الناتج المحلي الإجمالي إلى ما دون 3 في المائة سنويا وذلك على الرغم من نسبة الاستثمار العام كانت عالية نسبيا ومستقرة إذا كانت هذه الإحصائيات تدل على شيء فهي تدل على أن الكفاءة النسبية التي يتميز بها استثمار القطاع الخاص مقارنة مع استثمار القطاع العام هذا على افتراض أن باقي عناصر المعادلة لو تتغير⁴.

انطلاقا مما أسلفنا تؤكد بعض الدراسات وجود علاقة إيجابية قوية بين أنشطة القطاع الخاص والنمو الاقتصادي أن نمو الإنتاجية يرتبط بشكل وثيق بالاستثمارات الخاصة، و مع توجه السياسات الاقتصادية في العقدين الأخيرين من القرن الماضي نحو اقتصاد السوق فإن الاتجاه نحو الاعتماد على القطاع الخاص لتنفيذ برامج الخصخصة أدى إلى زيادة في نسبة استثمارات القطاع الخاص إلى مجمل الاستثمارات من ناحية وإلى زيادة نسبة الاستثمارات الخاصة إلى الناتج المحلي الإجمالي من ناحية أخرى، وقد عزز هذا التوجه زيادة الاستثمارات الخارجية في عدد من الدول المختلفة كما ورد في تقارير البنك الدولي.

كذلك يمكن القول بأن كفاية وإنتاجية استثمارات القطاع الخاص تفوق كفاية وإنتاجية استثمارات القطاع العام، حيث خلص عدد من الدراسات إلى أن هناك تأثيراً إيجابياً واسعاً على النمو مصاحباً للاستثمارات الخاصة مقارنة بتأثير الاستثمارات العامة ليس هذا فحسب، بل أكدت الدراسات أن التأثير الإيجابي لاستثمارات القطاع الخاص على النمو يفوق تأثير استثمارات القطاع العام بأكثر من مرة ونصف، والتي تؤكد ارتباط درجة استثمارات القطاع الخاص بإدامة التنمية والنمو الاقتصادي في المجتمعات التي تهيئ البيئة المناسبة للقطاع الخاص للمساهمة في تنمية.

هذا ويضيف بعد أهمية التنافسية للدول والمجتمعات المختلفة في ظل إطار العولمة وانفتاح التجارة الحرة وفق سياسات منظمة التجارة العالمية (WTO) ووجود المؤسسات التجارية عبر القارات وتأثيراتها المختلفة على حركة التجارة والاستثمارات المتنقلة بين الدول والمجتمعات وفقاً لظروف البيئة المساعدة لاستقطاب تلك الاستثمارات، إلى وجود أهمية التطوير الفكري العملي لدور القطاع الخاص في ظل تغيير دور الحكومات لتحقيق تنافسية الدول للمساهمة بشكل فاعل في ظل الإطار العالمي الجديد وهذا ما حدا بالعديد من الدول، حديثاً إلى العمل على تطوير قدراتها التنافسية والانتقال تدريجياً، من مجرد الاعتماد على الموارد الطبيعية إلى التحول نحو الاقتصاد المعتمد على الاستثمار كخطوة إلى التحول نحو الاقتصاد المعتمد على الابتكار.

يولي هذا التحول الأهمية الكبرى في هذا التطور للقطاع الخاص بشكل أساسي، ويقلصو يغير من دور الحكومات فكما يذكر البروفيسور "مايكل بورتر" في تقرير التنافسية الدولي، بأن تطوير تنافسية الدول ينقسم إلى ثلاث مراحل رئيسية وبأن للحكومة أدواراً إيجابية مختلفة يجب أن تلعبها في كل مرحلة من هذه المراحل كلما تقدمت الدولة في هذه المراحل يقل الدور المباشر للحكومة، تدريجياً يتعاظم بالمقابل دور القطاع الخاص في قيادة عجلة الاقتصاد والتنمية بشكل عام حيث في المرحلة الأولى يتمثل دور الحكومة في الاقتصاد المعتمد على الموارد الطبيعية بتوفير الاستقرار السياسي الاقتصادي على المستوى الكلي، وتفعيل سياسة السوق بهدف الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة.

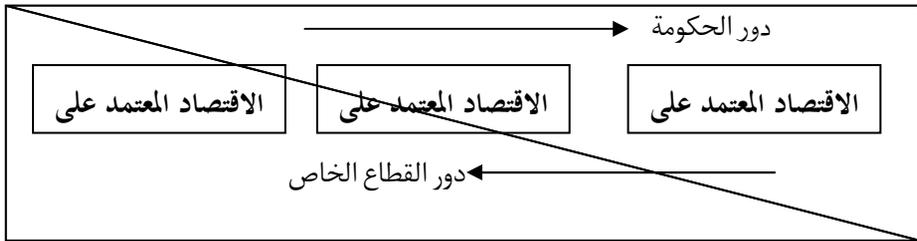
أما في المرحلة التالية وهي مرحلة الاقتصاد المعتمد على الاستثمار فيتمثل دور الحكومة بأن عليها عمل ما بوسعها، إضافة إلى المؤسسات الأفراد للانتقال من الاعتماد على عوامل الإنتاج الأساسية إلى عوامل الإنتاج المتخصصة، وخلق البيئة التحتية المناسبة لهذه المرحلة في هذه المرحلة فغن دور الحكومة يتمثل في أن تركز أولوياتها على البنية التحتية

ونوعيتها الموائى، الاتصالات، الطرق، ووضع التشريعات اللازمة للإنخراط في الاقتصاد العالمي⁽⁵⁾.

أما في المرحلة الثالثة فيتمثل دور الحكومة في التحول من اقتصاد مبني على الاستثمار إلى اقتصاد مبني على الابتكار فيتطلب دورا حكوميا مباشرا في تقوية مستوى عال من الابتكار، من خلال الاستثمارات الحكومية والخاصة في مجالات البحث والتطوير، والتعليم العالي، تحسين أسواق رأس المالو تحسين التشريعات والأنظمة الداعمة لإنشاء المشاريع المعتمدة على التكنولوجيات الحديثة وفي هذه المرحلة نجد أن الشركات الخاصة تتبنى استراتيجيات عملها وفقا للتوجهات العالمية لتوسع من أسواق عملها بشكل يخدم المجتمعات التي تنشأ بها، مثلما تغير من سياساتها في تدريبو تعليم العاملين بها، لتصبح أكثر كفاءة وفعالية ليس على المستوى المحلي بلو العالمي أيضا.

و يمكن أن يبين تطور دور القطاع الخاصو تغير دور الحكومة وفقا لمراحل تطور اقتصاديات الدول، كما يرسمها بورتر، على النحو الوارد في الشكل رقم (1):

الشكل رقم(1): تطور دور القطاع الخاص في التنمية



المصدر: د/زهير عبد الكريم الكايد:الحكمانية قضاياو تطبيقات، المنظمة العربية للتنمية الإدارية 2003 ص70

و يذكر بورتر أن التنمية الاقتصادية الناجحة هي عملية تطوير متعاقبة يتواجد فيها قطاع الأعمالو البيئـة الداعمة له لتقوية طرق الإنتاجو التنافس الحديثةو زيادتها.

2. العوامل المحددة لنمو القطاع الخاص :

يتطلب تنمية القطاع الخاص توافر مجموعة من العوامل الأساسية المرتبطة بمناخ الاستثمار وحسب المؤسسة العربية لضمان الاستثمار ينصرف تعريف مناخ الاستثمار إلى "مجمـل الأوضاع والظروف المكونة للمحيط الذي تتم فيه العملية الاستثمارية، وتأثير تلك الأوضاع والظروف سلباو إيجابا على فرص نجاح المشروعات الاستثمارية، وبالتالي على حركة واتجاهات الاستثمارات، وهي تشمل الأوضاع والظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية، كما تشمل الأوضاع القانونية والتنظيمات الإدارية"⁽⁶⁾

ومن اهو العوامل المحددة لنمو القطاع الخاص في الدول النامية نذكر ما يلي (7):

أ- معدل نمو الناتج: هناك علاقة مزدوجة بين الاستثمار الخاصو معدل نمو الناتج، فزيادة الاستثمار سواء في تنمية الموارد أو في البحوث التطويرو التعليمو التدريبو من خلال تأثيرها الإيجابي على الإنتاجية تسهم في زيادة معدل نمو الناتج الإجمالي، كما أن زيادة معدل نمو الناتج من شأنها أن تعطي المستثمرين مؤشرا تفاؤليا عن مستقبل الطلب الكليو الأداء الاقتصادي مما يحفزهم على تنفيذ مشاريع استثمارية جديدة، و قد قدم "جرتين" و"فيلانوف" (Greene and Villanueva 1991) دلائل على أن هناك علاقة موجبة بين معدل نمو الناتج والاستثمار الخاصو تمتد جذور هذه العلاقة بطبيعة الحال إلى نظرية المعجل المرن باقتراض أن دالة الإنتاج تعكس علاقة ثابتة بين مخزون السلع الرأسمالية في الاقتصادو مستوى الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي (8).

ب- القروض المصرفية: يتركز الإنفاق الاستثماري في السنوات الأولى من عمر المشاريع الجديدة، و لا تبدأ المشاريع في تحقيق العائد عادة إلا في سنوات لاحقة لذا تحتاج المشاريع إلى تمويل بالعملات المحليةو الأجنبية، سواء تم تدبيره من مصادر ذاتية أو خارجية للمنشأةو على عكس الحال في الدول المتقدمة حيث تعتمد المنشآت الكبيرة في تمويل استثماراتها على مواردها الذاتية من الأرباح المحتجزةو بيع الأسهم الجديدة، نجد في الدول النامية أن المنشآت تعتمد في تمويل الجزء الأكبر من الاستثمار في الغالب على القروض المصرفية، لذا فإن وفرة القروض المصرفية من شأنها أن تدعم زيادة الاستثمار الخاص في الدول النامية.

ت- سعر الفائدة: فيما يتعلق بأثر سعر الفائدة على الاستثمار الخاص في الدول النامية فمازالت هناك اختلافات حول هذا الأثر على المستويين النظري والتجريبي، فعلى حين شاع الاعتقاد حتى بداية السبعينيات، وطبقا للنظرية الكنزية والنيوكلاسيكية، أن تخفيض أسعار الفائدة يشجع الإنفاق الاستثماري، فإن الأدب الاقتصادي المعاصر -والذي بدأ مع ظهور نموذج "ماكينون - شو" في أوائل السبعينيات من القرن العشرين وتبنى صندوق النقد والبنك الدوليين لسياسات الإصلاح الاقتصادي - طالب بإزالة التشوهات في سعر الفائدة، ونادى بتحرير القطاع المالي وإتباع سياسة نقدية تعمل على رفع أسعار الفائدة الحقيقية إلى قيم موجبة بهدف زيادة حجم الاستثمار، وذلك على اعتبار أن أسعار الفائدة المرتفعة ستؤدي من ناحية إلى تشجيع المدخرات، ومن ناحية أخرى إلى التوظيف الكفاء لهذه المدخرات على أساس من المنافسة التي تؤدي في النهاية إلى سيادة الاستثمارات الأكثر كفاءة وربحية، أما على المستوى التجريبي، فإن التطبيق العملي لسياسات أسعار الفائدة في الدول النامية قد

أسفر عن وجود اختلاف بين الباحثين حول أثر سعر الفائدة على الاستثمار، بمعنى أنه ليس هناك اتفاق عام لهذا الأثر على الاستثمار، فضلا عن أن الدراسات التجريبية لم تحقق النتائج المرجوة منها⁽⁹⁾.

ث- سعر الصرف: يتأثر الاستثمار بما يطرأ على سعر صرف العملة الوطنية من تقلبات فتخفيض سعر الصرف الحقيقي الذي قد تميله عادة برامج الإصلاح الإقتصادي في الدول النامية يأتي مصحوبا بارتفاع في معدل التضخم نتيجة لزيادة الصادرات و قلة الواردات وارتفاع أسعارها مما يؤدي إلى انخفاض عام في الإنفاق، مع تحول في الإنفاق تجاه المنتجات المحلية البديلة للواردات التي ارتفعت أسعارها بسبب تخفيض سعر العملة الوطنية فإذا سعت الدولة في هذه الحالة إلى معالجة التضخم، عن طريق خفض عرض النقود، فسيؤدي ذلك إلى ارتفاع أسعار الفائدة مما يؤثر سلبا على الاستثمار الخاص قد أوضح "باي" (Buße 1986) في مقالة أن أخفض السعر الحقيقي للعملة الوطنية يؤثر على جانب الطلب بتقليص الإنفاق نتيجة للارتفاع في المتوسط العام للأسعار محليا بسبب زيادة أسعار الواردات بالعملية الوطنية و زيادة الصادرات عليه، فمن المتوقع أن يؤدي خفض سعر العملة الوطنية إلى تراجع في الإنفاق وبالتالي نقص في الاستثمار الخاص استجابة للنقص في الطلب الكلي، أما على جانب العرضو نتيجة للتحول في الإنفاق في اتجاه المنتجات الوطنية. فالارتفاع في الأسعار محليا يكون مركزا على أسعار السلع الداخلية في التجارة الدولية (Traded Goods) بالنسبة لأسعار السلع غير الداخلة في التجارة، وهذا من شأنه أن يرفع أسعار السلع الداخلة في التجارة و يشجع على زيادة الاستثمار الخاص للتوسع في إنتاجهاو ذلك على حساب الاستثمار في قطاع السلعو الخدمات التي لا تدخل في التجارة التي يزيد إنتاجها فلا يسمح لأسعارها بالارتفاع، فالأثر النهائي لخفض سعر العملة على الاستثمار يعد سؤالا تجريبيا.

ج- الضرائب: تؤثر الضرائب المباشرة سلبيا على الاستثمار الخاص من خلال تأثيرها على الدخل المتاحة للقطاع العائلي، مما يؤدي إلى نقص الادخار والحد من الاستثمار، وتفسير ذلك يكمن في أن هناك علاقة طردية بين حجم الدخل ومستوى الادخار، وأن الضرائب على الدخل تفرض أساسا على أصحاب الدخل المرتفعة ذوي الميل الحدي المرتفع للادخار، ومن ثم فإن انخفاض دخولهم -نتيجة زيادة معدلات الضريبة على الدخل - سوف يؤدي إلى انخفاض حجم مدخراتهم ومن ثم الحد من استثماراتهم.

كما أن الضرائب التي تصيب أرباح بعض الأنشطة في المشروعات تحد من الاستثمار بصورة مباشرة، فالضرائب على أرباح المشروعات تؤثر على معدل العائد المتوقع على الاستثمار إلى نفقته، الأمر الذي يؤدي إلى الحد من الاستثمار في حالة توقع المشروعات زيادة سعر

الضرائب، يضاف إلى ذلك أن الضرائب المرتفعة على أرباح المشروعات تدفع أصحابها إلى المبالغة في النفقات عند تقدير المادة الخاضعة للضريبة مما يؤدي إلى انخفاض الحصيلة مع عدم زيادة الادخار الخاص، وكذلك يمكن أن تؤدي ضرائب الاستهلاك، إذا من شأنها رفع المنتجات، - وهو ما يتوقف على مدى مرونة الطلب على هذه المنتجات - إلى تخفيض الطلب على المنتجات. مما قد يؤدي إلى خفض الاستثمار، وفي هذه الحالة يظهر خفض الاستثمار كأثر غير مباشر للضريبة.

ح- الإنفاق الحكومي أو الاستثمار العام ومزاحمته للقطاع الخاص: يؤثر الإنفاق

الحكومي على الاستثمار الخاص من خلال عدة قنوات:

أولاً: يمثل الإنفاق الحكومي نسبة كبيرة من الإنفاق أو الطلب الكلي في الدول النامية، و أي نقص في الإنفاق الحكومي نتيجة لانخفاض إيرادات الدولة أو نقص مخطط في الإنفاق الحكومي بهدف معالجة التضخم أو العجز المتنامي في الموازنة العامة من شأنه أن يؤثر سلباً على الطلب الكلي في الاقتصاد، وبالتالي يؤثر سلباً كذلك على توقعات القطاع الخاص تجاه ربحية الاستثمارات الجديدة.

و الزيادة في الإنفاق الحكومي تؤدي بطريقة مباشرة أو بطريقة غير مباشرة من خلال مضاعف الإنفاق الحكومي إلى زيادة مضاعفة في الطلب الكلي مما يحفز القطاع الخاص على زيادة الاستثمار بغية التوسع في الإنتاج استجابة لزيادة الطلب الكلي فمن المتوقع إذا أن تكون العلاقة موجبة بين الإنفاق الحكومي والاستثمار الخاص.

ثانياً: قد يكون للإنفاق الحكومي على البنية التحتية (الطرق؟، والسدود، و

الكهرباء، و المواصلات، و الإتصالات، و الصرف الزراعي الصناعي، و المدونو المجمعات الصناعية و الأمن...) أثر تكاملي موجب على الاستثمار الخاص، فالكثير من المشاريع يصبح تنفيذها غير مجدو يحجم القطاع الخاص عن الاستثمار فيها إذا كان على المستثمرين تحمل لتكاليف إضافية لإنشاء الطرق أو توليد الطاقة الكهربائية أو بناء الخزاناتو السدود التي يحتاجها تنفيذ مشاريعهم الجديدةو لكن عندما تهتم الدولة بالإنفاق على تلك البنى التحتية يصبح الاستثمار في تلك المشاريع مجدواو يقبل القطاع الخاص على تنفيذها، و هذا ما أكدته دراسة كل من سوفنو سوليمانو (1991 Serven and Solimano) مما يدعم الأثر السابق للإنفاق الحكومي (10).

ثالثاً: يرى آخرون أمثال بلاس (1988 Blass) أن العلاقة بين الإنفاق الحكومي

الاستثمار الخاص قد تكون عكسية باعتبار أن الانفاق الحكومي ربما نافس الاستثمار الخاص على مصادر التمويل عندما يتم تمويل عجز الموازنة العامة بقروض من الأفرادو الهيئات

أو الجهاز المصرفي، فزيادة الإنفاق الحكومي في ظل عجز الموازنة يقلل من الأموال المتاحة لإقراض القطاع الخاص، كما ترفع من معدلات الربا على القروض فتزيد تكلفة رأس المال للمشاريع الاستثمارية مما يؤثر سلبا على الاستثمار الخاص. وهكذا نجد أن للإنفاق الحكومي آثارا تكاملية إيجابية وأخرى تنافسية سلبية على الاستثمار الخاص، والتأثير الصافي للإنفاق الحكومي على الاستثمار الخاص هو محصلة القوى المؤثرة في كل اتجاه، ولا يمكن تجديده إلا بالتحليل القياسي.

خ- الديون الخارجية: برز كذلك العجز في الحساب الجاري كأحد أهم محددات الاستثمار الخاص في الدول النامية، فالديون الخارجية تعتبر مشكلة مزدوجة التأثير على اقتصاديات الدول النامية، فهي تعد المصدر الأساسي لتمويل استثمارات خطط التنمية من العملات الأجنبية اللازمة لاستيراد السلع الرأسمالية من آلاتو معداتو مصانع. فلا ضير من نمو الديون الخارجية على الدولة إذا ما أحسن استغلال القروض في مشاريع استثمارية مجدية وداعمة للنمو الاقتصادي، وهي الحالة الغالبة على الدول النامية الفقيرة في المراحل المبكرة لعملية النمو الإقتصادي لكن عندما يحين موعد سداد أقساط القروض والفوائد عليها فإن ذلك يؤثر سلبا على مناخ الاستثمار ويمثل نزيفا على الموارد الشحيحة من النقد الأجنبي الذي يتوفر للدولة النامية، وبذلك تؤثر سلبا على الاستثمار الخاص من خلال عدة قنوات:

أولا: يعتمد حجم الدفعات السنوية لخدمة الديون الخارجية على أسعار الفائدة السائدة عالميا، وعلى سعر صرف العملة الوطنية، وأيضا على معدلات التبادل التجاري فحلول موعد سداد الديون يكون عادة مصحوبا بحالة من عدم التأكد حول ما يمكن أن تتبناه الدولة من سياسات تهدف إلى توفير الأرصدة الكافية من النقد الأجنبي سواء بفرض الضرائب أو الرسوم الجمركية أو بوضع قيود على تداول النقد الأجنبي مما إلى ذلك من إجراءات مما يجعل لسداد القروض تأثيرا سلبيا على الاستثمار الخاص (sachs 1988).

ثانيا: بعض أرصدة العملات الأجنبية سواء من عائد الصادرات أو من القروض الجديدة قد يتم تخصيصها لسداد القروض القائمة بدلا عن تمويل استثمارات جديدة.

ثالثا: من شأن العجز الكبير من الحساب الجاري من الديون الخارجية أن يفقد الدولة الأهلية للاقتراض في أسواق المال العالمية الأمر الذي يضيق على القطاع الخاص فرص الحصول على التمويل اللازم للاستثمار، ويرفع من تكلفة التمويل الخارجي، فيؤثر ذلك سلبا على حجم الاستثمارات الجديدة الممكنة.

د- الاستقرار الاقتصادي: يقصد بالاستقرار الاقتصادي بلغة التوازن: تحقيق التوازن الاقتصادي الداخلي (التوظيف الكامل بدون تضخم) والتوازن الاقتصادي الخارجي (التوازن في ميزان المدفوعات)⁽¹¹⁾

يعد التغيير في معدل نمو عرض النقود من أهم مؤشرات الاستقرار الاقتصادي الكلي، حيث تنعكس هذه التغيرات على معدل التضخم مستوى الناتجو العمالة و الطلب الكلي في الإقتصاد، و من المتوقع أن يؤدي عدم استقرار معدل نمو عرض النقود إلى زيادة عدم تيقن قطاع الأعمال حول مستقبل الوضع الإقتصادي الأمر الذي يدفعهم إلى تأجيل تنفيذ مشاريعهم الاستثمارية بسبب الطبيعة غير التراجعية للاستثمار، فإن المستثمرين يفضلون الانتظار حتى يتوفر لديهم المزيد من التصورات حول المستقبل، و بذلك تضاف تكلفة الانتظار لترفع من تكلفة الفرصة البديلة للاستثمار، كما جاء في دراسة بنديك كما أوضح "جرتين" و "فلانوف" أن خفض معدل نمو عرض النقود في مواجهة التضخم أو العجز المستمر في الحساب الجاري له تأثير سلبي على الاستثمار الخاص من خلال ثلاث قنوات:

أولاً: تقييد عرض النقود يؤدي إلى زيادة في سعر الفائدة الحقيقي مما يخفض المعدل الأمثل للاستثمار.

ثانياً: تقييد عرض النقود يتسبب في نقص الأرصدة المتاحة للبنوك لتوليد القروض اللازمة لتمويل الاستثمار.

ثالثاً: قد يتسبب خفض معدل نمو عرض النقود إذا استمر لفترة طويلة إلى نقص في الطلب الكليو دنيا في مستوى الأسعار مما يسهم في تقليص أرباح المنشآت فتقل قدرتها على التمويل الذاتي لمشاريعها الاستثمارية و بالتالي يؤثر سلبي على إجمالي الاستثمار الخاص. و المؤشر الأخير و الهام لعدم الاستقرار الاقتصادي هو أرقام العجز في الحساب الجاري لميزان المدفوعات فوجود هذا العجز يعني وجود فجوة تمويلية سالبة (الاستثمار المخطط أكبر من الادخار القومي) لا بد من تمويلها إما بقروض خارجية أو باستثمارات خارجية مباشرة أو بالسحب على الاحتياطات النقدية للدولة، و جميعها تعني زيادة في عرض النقود. و قد برزت أرقام عجز الحساب الجاري كأحد أهم مؤشرات عدم الاستقرار الإقتصادي إبان الأزمة المالية الأخيرة لدول النمرور الآسيوية.

ذ- الاستقرار السياسي: ان توافر الاستقرار السياسي كأحد مقومات البيئة السياسية و كعنصر من عناصر المناخ الاستثماري و هن بكل ما يتعلق بنظام الحكم، و شكل الطبقة الحاكمة، و الأوضاع الحزبية أو الطبقية، و درجة الوعي و النضوج السياسي، و كل ما يترتب على ذلك من مشكلات سياسية و اقتصادية و اجتماعية.

والواقع أن الدول التي تسودها أوضاع سياسية غير ديمقراطية وغير مستقرة لا يمكنها أن توفر المناخ المناسب للاستثمار، خاصة الاستثمار الخاص الوطني والأجنبي، وبالتالي تحد من قدرة الاقتصاد على استيعاب وتوظيف الاستثمار، فعدم الاستقرار يؤخر -من جهة - من خطوات التنمية المرسومة لأنه يفرض بالأمور إلى عدم التأكد وعدم الضمان إزاء المستقبل، ومن جهة أخرى يؤدي عدم الاستقرار هذا برجال الأعمال في الدول النامية إلى توجيه أموالهم إلى مشروعات لا تضيف إلى بناء التنمية في الاقتصاد الوطني أو إلى اكتنازها ووضعها بعيدا عن مجالات الاستثمار.

وفيما يتعلق بشأن العلاقة بين الاستقرار السياسي والاستثمار -على المستوى التجريبي - أولت الدراسات لهذه العلاقة بمختلف أشكالها ونتائجها أهمية خاصة، ففي عينة من 28 دولة نامية لدراسة العلاقة بين الصدمات الخارجية والأمور السياسية والاستثمار الخاص، توصل كل من «Sule. O. and Dani R. 1992» إلى أن المتغيرات السياسية (درجة تحضر السكان، والحقوق السياسية والحريات المدنية) تؤثر على استجابة الاستثمار الخاص للصدمات الخارجية (ظروف التبادل التجاري، أسعار النفط، سعر الفائدة)، وأظهرت نتائج الدراسة أن المستويات العالية للتحضر تؤثر على الاستثمار، وأن أثر الصدمات الخارجية في الاستثمار يكون كبيرا في الدول ذات الأنظمة السياسية الأكثر تقييدا، آخذين في الاعتبار أن الحريات السياسية تنخفض عندما تزيد قيمة الحقوق السياسية، ومن الناحية العكسية، فإن زيادة الحريات السياسية يخفض أثر الصدمات الخارجية السالبة.

وفي دراسة عن عناصر المناخ الاستثماري وأوزانها الترجيحية، أظهر "R. S. Basi" أن الاستقرار السياسي يؤثر في 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 - إلى مجموعات من حيث ترتيب أهميتها في اتخاذ قرار الاستثمار، وقد جاءت المجموعة الأولى للعناصر المحفزة للاستثمار متضمنة تمتع الدولة المضيفة بالاستقرار السياسي والاقتصادي كعنصر أولي محفز للاستثمار⁽¹²⁾.

ر- الاستقرار التشريعي: يعتبر التشريع أداة لترجمة السياسة الاستثمارية للدولة أو للتعبير عنها في كافة نواحيها الاقتصادية والمالية والإدارية وغيرها، وتشريعات الاستثمار إما مباشرة وهي التي تنصب على عملية تنظيم استثمار رأس المال، وإما غير مباشرة وهي التي تتعلق بقوانين النقد الأجنبي، وقوانين التصدير والاستيراد... الخ.

ولما كانت الأوضاع التشريعية أحد أهم العناصر المؤثرة في تكوين المناخ الاقتصادي الذي يعمل فيه المستثمر، فإنه في ظل تعاظم حدة المنافسة الدولية على جذب الاستثمارات

الخاصة يصبح تهيئة البيئة القانونية من خلال وضوح القوانين المنظمة للاستثمار واستقرارها مطلباً جوهرياً لتحسين بيئة الاستثمار، ورفع درجة الثقة في جدارة النظام الاقتصادي ككل، فالحماية القانونية وتسيير المعاملات والإجراءات التي يوفرها الإطار القانوني السليم كلها أمور تشجع على الاستثمار، وتسهم في منح المستثمر الشعور بالاستقرار الحقيقي المطلوب للاستثمار طويل الأجل.

ولذلك، فبقدر نجاح الدول في إصدار التشريعات الملائمة لأوضاعها الداخلية والمتجاوية مع الأوضاع العالمية بقدر ما تتجح في الحصول على المزيد من الاستثمارات، وأشارت الدراسات هنا إلى أن البيئة القانونية الملائمة للاستثمار يجب أن يساندها نظام سياسي وقضائي يعمل في سلاسة وسرعة، وألا يكون هناك تضارب في القوانين والقرارات الخاصة بالاستثمار أو كثرة في تعديلاتها، فضلاً عن أن تكون المرنة هي سمة قوانين وقرارات الاستثمار.

وعلى ذلك، فإن عدم شفافية التشريعات ووضوحها يقلل تحفيز المستثمرين نحو اتخاذ قرارات الاستثمار، فعدم التأكد من استمرار السياسات، وتوقع العدول عن القوانين المطبقة يمثل عاملاً جوهرياً في إعاقة التوسع الاستثماري، كما أن عدم الاستقرار التشريعي يجعل المستثمرين يترددون في الاختيار ما بين القيام باستثمارات جديدة، أو الاتجاه نحو المشروعات ذات العائد الكبير والسريع.

وقد أبرزت إحدى الدراسات أنه من الأمور التي تجعل التشريعات معوقة أحياناً للاستثمار الخاص، عدم توافر العدد الكافي من القضاة المتخصصين في الفروع الحديثة لقانون الأعمال، مثل الفروع التي تنطبق على التجارة والشحن البحري، والأعمال المصرفية والمبانيو شؤون المدنو البيئة... الخ.

ز- **البنية التحتية المادية والاجتماعية:** تشمل البنية التحتية المادية والاجتماعية لدولة ما، الطرقاتو الطاقةو الموانئو الإتصالات، إضافة إلى التعليم الأساسي والصحة، و لتكوينو تعزيز هذه الخدمات الأساسية فائدة مزدوجة، ألا تحسین معيشة الفقراء بصورة مباشرة، و تمكين نمو الشركاتو توسعها.

تؤدي الطرقات ذات النوعية الرديئة إلى منع المنجین الصغار من دخول الأسواق الإقليمية، و إلى إنتقال المنجین الكبار بعبء مشاكل نقص في المداخلات الأساسية أما البنية التحتية التي تتم صيانتها بشكل جيد، فمن شأنها تعزيز التجارة عبر تسريع عملية نقل السلعو المواد الخام، و تأمين استدامة الإنتاج المكثف للطاقة، و تأمين الإتصالات في الوقت المناسبو لذلك صار ضمان الإتصال عبر تقنية المواصلاتو المعلومات أمراً بالغ الأهمية في السنوات الأخيرة، و قد ساعد في تجاوز بعض العوائق التي تسببت بها البنى التحتية المادية غير المناسبة

تشكل إمكانية الوصول الفعالة إلى المعلومات بوضوح جزءاً من المتطلبات الأساسية للبنى التحتية الخاصة بالأنظمة الاقتصادية العصرية⁽¹³⁾.

الحفاظ على بنية تحتية مادية عالية الجودة هو من المسائل الهامة المرتبطة بتوظيف رؤوس الأموال، و من هذه المسائل أيضاً التعاقد الفعال، و العروض المفتوحة.

إن مستويات الإستثمار العالية في رأس المال البشري، و لا سيما على صعيد التعليمو الصحة، ترسي الدعائم لنمو القطاع الخاص، و القوى العاملة السليمة و المتعلمة، هي قوى عاملة منتجة إن الإستثمارات في مجال الصحة و التعليم يجب أن تشمل القطاعين الخاصو العام على السواء، و إن تعزيز البنية التحتية الإجتماعية و ضمان استفادة ذوي الدخل الأدنى من خدمات تعليمية عالية النوعية و بكلفة معقولة، هو أساس مهم لتنمية القطاع الخاص.

س- **حكم القانون:** يعني حكم القانون أن قرارات الحكومة تتم وفقاً لمجموعة من القوانين المكتوبة التي من شأن كل مواطن إتباعها. إن القواعد مطبقة بصورة ثابتة و متماسكة، تديرها هيئة بيروقراطية محترفة، و تخضع لسلطة قضائية عادلة و شفافة تكافئاً على عملها بشكل ملائم.

تشكل القوانين أساساً جوهرياً لبناء قطاع خاص راسخ، فمن دون إطار قانوني شفافو سلطة قضائية عادلة و نظام إداري منصف، تهدم المساعي الأخرى التي تهدف إلى تعزيز تنمية القطاع الخاص، حتى أنها قد تخلف تبعات سلبية، بالتالي يتعين على الحكومات الوطنية وضع "قواعد اللعبة" أي وضع نظام يساهم في تخفيض تكاليف العمليات بجعلها قابلة للتنفيذ فالأنظمة القانونية و الإدارية تؤثر على كيفية إجراء العمليات.

إن الأنظمة القانونية المربكة و المتناقضة تجعل ممارسات الأعمال الرسمية صعبة و تدفع بالشركات إلى أن تصبح أو تظل غير رسمية، ربما يكون الفقيه هو الضحية الأولى في غياب تطبيق القانون، و يظهر في أحد التقديرات أن 80% من المسائل القانونية التي تواجه الفقير تعالج من خلال أنظمة شائعة أو غير رسمية و غالباً ما يلقي اللوم على الفساد بحسب تقدير البنك الدولي، يمكن للفساد أن يخفض معدل نمو الدول بما يقارب 0.5 إلى 1% في السنة¹⁴.

3. دور القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية بالجزائر:

يمثل القطاع الخاص اليوم محور عملية التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في معظم بلدان العالم المتقدم و النامية على حد سواء نظراً لما يتمتع به هذا القطاع من مزايا و إمكانيات كبيرة تؤهله للقيام بدور ريادي في شتى المجالات الاقتصادية و الاجتماعية .

3- 1- **دور القطاع الخاص في تكوين القيمة المضافة:** يعتبر الإنتاج المحلي الخام بمثابة مؤشر اقتصادي ذو دلالة في تقييم النمو الإقتصادي، و منه ستكون القيمة المضافة

بمثابة وسيلة تحليل للحكم على مدى مساهمة كل قطاع أو فرع في هذا النمو المحقق، وبالتالي سنستغل هذا المفهوم في توضيح تطور مكانة القطاع الخاص، هذا ويمكن تعريف القيمة المضافة على أنها إجمالي الإنتاج المحلي الخام مطروحا منه الاستهلاك الوسيط المستخدم في هذا الإنتاج خلال فترة زمنية معينة.

ويبين لنا الجدولين رقم (2 و3) مساهمة القطاع في تكوين القيمة المضافة.

الجدول رقم (2): تطور هيكل القيمة المضافة حسب النظام القانوني للقطاع

1974	1984	1994	2004	
58.6%	69.5%	53.4%	52%	قطاع عمومي
41.4%	40.5%	46.6%	48%	قطاع خاص
100%	100%	100%	100%	المجموع

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات (الحسابات الاقتصادية: 1963-2001 الحسابات الاقتصادية: 1995-2003).

الجدول رقم (3): تطور حجم هيكل مساهمة القطاع الخاص في تكوين القيمة المضافة بالجزائر %

البيان	1967	1971	1981	1986	1990	1997	2001	2006
نسبة مساهمة القطاع الخاص في القيمة المضافة %	65.8	55.9	29.7	39.4	45.8	45.71	47.5	42.26
الصناعة دون المحروقات %	46	44.7	23.9	24.2	27.1	26.41	40.4	49.09
البناء والأشغال العمومية %	71.7	50.2	27.4	26	31.3	61.58	80.54	79.72
النقل والاتصال %	27.8	18.9	20.5	41.6	45.2	66.93	75.9	75.39
التجارة والخدمات %	74.2	73	67.4	75.6	72.7	92.17	90.19	92.93

المصدر: شيبى عبد الرحيمو شكوري محمد: معدل الاستثمار الخاص بالجزائر دراسة تطبيقية، المؤتمر الدولي حول "القطاع الخاص في التنمية: تقييم واستشراف" المعهد العربي للتخطيط بالكويت http://www.arab-api.org/conf_0309/p23.pdf

على الرغم من الزيادة المطلقة للقيمة المضافة للقطاع الخاص بصفة عامة خلال الفترة 1967-1981 أو أيضا ارتفاع نسبة القطاع الخاص من الناتج المحلي الإجمالي من 28.22% سنة 1970 إلى ما يربو

عن 40.08% سنة 1978، إلا أن الأهمية النسبية لمساهمة هذا القطاع في تكوين القيمة المضافة الإجمالية كانت في انخفاض مستمر، إذ انخفضت مساهمة هذا الأخير في تكوين القيمة المضافة خلال هذه الفترة 65.8% سنة 1967 إلى حوالي 29.7% سنة 1981، ويرجع هذا الانخفاض في الأساس إلى الدور الذي لعبه القطاع العام، نظرا لما منح له من إمكانيات في إطار إستراتيجية التنمية المنهجية آنذاك، و تعاضد دور هو كذا تنوع نشاطاته في مختلف فروع النشاط الاقتصادي، بحيث ارتفعت نسبة الاستثمار العام من الناتج المحلي الإجمالي من 8.3% سنة 1970 إلى حوالي 12.02% سنة 1978.

كما يتضح من الجدول هيمنة القطاع الخاص على مجالي التجارة و الخدمات التي بلغت أثناء هذه الفترة حوالي 70% في المتوسط و يعود هذا إلى تحول نشاط القطاع الخاص من القطاع الفلاحي إلى القطاع التجاري و الخدمي بعد تطبيق قانون الثورة الزراعية، أما مساهمة القطاع الخاص في مجال البناء و الأشغال العمومية فكانت في تدني مستمر، نظرا لإنشاء و تطور شركات وطنية تابعة للقطاع العام و دخول شركات أجنبية للميدان مع بداية الثمانينات. مساهمة قطاع النقل و الإتصال في هذه الفترة ظلت ضعيفة، نظرا لإحتكار الدولة النقل الجوي و البحري و السكك الحديدية، و تدعيم النقل بإنشاء أسطول بري تابع للقطاع العام، سواء لنقل المسافرين أو البضائع.

من جهة أخرى ظلت مساهمة القطاع الخاص الصناعي متواضعة، مما يؤكد لنا أن التنمية الصناعية بالجزائر كانت تعتمد نظريا و عمليا على القطاع العام، و أنه رغم المحاولات الجادة لإدراج القطاع الخاص للإستثمار في قطاع الصناعة، إلا أن هذا الأخير ظل يفضل بعض الصناعات الصغيرة كالصناعات أو الإتجاه إلى قطاعات أخرى كالتجارة و الخدمات.

على الرغم من انخفاض نسبة مساهمة القطاع الخاص من الناتج المحلي الإجمالي من 28.06% سنة 1980 إلى ما يقل عن 15.07% سنة 1988، مقابل ارتفاع نسبة الإستثمار العام من الناتج المحلي الإجمالي إلى حدود 18.43% سنة 1983 مثلا، إلا أن الأهمية النسبية للقطاع الخاص في تكوين القيمة المضافة في الفترة 1982 - 1990 قد عرفت زيادة يمكن اعتبارها بالمهمة، و يعود ذلك أساسا إلى: برنامج إعادة الهيكلة العضوية و الإستقلالية المالية للمؤسسات الاقتصادية العمومية، التي عرفت نوعا من التذبذب في تنفيذها، مما أثر سلبا على أداء المؤسسات العمومية و يبدو أيضا أن الأزمة الاقتصادية التي عرفها الإقتصاد الجزائري سنة 1986 لم تؤثر بشكل كبير على القطاع الخاص الذي يلجأ إلى طرق متعددة لتمويل و تموين مؤسساته، و هذا على عكس حجم الإستثمار العام الذي بلغ أدنى مستوياته سنة 1991 عند حدود 6.08%.

إن الإتجاه العام في تكوين القيمة المضافة بالنسبة للقطاع الخاص لم يتغير كثيرا، حيث بقيت سيطرة قطاع التجارة و الخدمات.

أما على مستوى القطاع الخاص، فقد انخفضت نسبياً أهمية قطاع التجارة و الخدمات من 60.7% سنة 1982 إلى 57.7% سنة 1990 لصالح قطاع النقلو الإتصال الذي زادت أهميته النسبية نظراً للانتعاش الذي بدأ يعرفه هذا الأخير بعد صدور قانون تحرير النقل سنة 1988. أما بالنسبة للقطاعات الأخرى (الصناعةو البناءو الأشغال العمومية)، فإنه حتىو إن زادت أهمية القطاع الخاص نسبياً في تكوين القيمة المضافة مقارنة بالقطاع العام، نظراً للأسباب الموضوعية المذكورة أعلاه، إلا أن الأهمية النسبية داخل القطاع الخاص نفسه لم يطرأ عليها تغير كبير نظراً لتوجه القطاع الخاص نحو مجال النقل بشكل كبير.

إن التوجه الجديد بعد سنة 1990 لبناء اقتصاد يعتمد على آليات السوقو الانسحاب التدريجي للدولة من الإنتاج المباشر للمواد و الخدمات، و أيضاً الإطار التشريعي الجديدو ما تضمنه من ضماناتو تشجيعات للقطاع الخاص أعطى حيوية لهذا الأخير يمكن ملاحظتها من خلال ارتفاع مساهمته في تكوين القيمة المضافة الإجمالية التي بلغت حوالي 47.5% سنة 2001، و أيضاً ارتفاع نسبة الإستثمار الخاص من الناتج المحلي الإجمالي إلى حدود 23.78% سنة 1994، ثم إلى 28.84% سنة 2006، و هذا إن دل فإنما يدل على زيادة ديناميكية القطاع الخاص في جميع الأنشطة¹⁵.

فمثلاً حصة القطاع الخاص في تكوين القيمة المضافة في مختلف فروع النشاط الصناعي ارتفعت إلى حدود 49% سنة 2006، إذ أنه بالإضافة إلى الصناعات التي سيطر عليها القطاع الخاص من قبل كالنسيج، اكتسح هذا الأخير مجالات أخرى كالصناعات الغذائيةو صناعة الجلود و الأحذية بنسبة 80% تقريباً.

و هذا ما يوضح الجهود المبذولة من قبل القطاع الخاص لتلبية الطلب المتزايد على المستوى الوطني رغم منافسة المنتجات الأجنبية، كما أن هذا الأخير بدأ يقتحم فروعاً أخرى لم تكن من اختصاصه في السابق مثل فروع الكيمياءو البلاستيك.

بالإضافة إلى هذا فإن القطاع الخاص قد دعم مركزه في الفروعو القطاعات الإقتصادية التي تعتبر تقليدياً من اختصاصه، فنجده يساهم في تكوين القيمة المضافة بنسبة 92% في قطاع الخدمات سنة 2006، و يساهم في نفس السنة بنسبة 79% في قطاع البناءو الأشغال العمومية.

إن إحصائيات الوكالة الوطنية لترقية الاستثمار تشير إلى تحسن في عدد المشاريع المصرح بها سواء بالنسبة للإنشاء أو التوسع، و هذا ما يعني فعالية الإجراءات المتعلقة بتشجيع الإستثمار الخاص، كما تعطي الإحصائيات الأهمية التي أصبح يحتلها القطاع الخاص في مجال الإستثمار، حيث أن أكثر من 97% من المشاريع تابعة للقطاع الخاص⁽¹⁶⁾.

و هكذا تم كذلك فتح المجال أمام الشراكة و الإستثمار الخاص محليا كان أم أجنبيا، و تقديم التشجيع لهماو قد تم جني بواكير ثمارهما، و على سبيل المثال شهدت السنوات الخمس المنصرمة إسهاما يقدر بأكثر من 6 ملايين دولار من الإستثمار الخاص المحليو بما يربو عن 10 ملايين دولار كإستثمارات أجنبية مباشرة، و يمثل القطاع الخاص اليوم أكثر من 50% من حجمو اردات البلادو ما يقارب 3/2 النمو خارج قطاع المحروقات.

3- 2- دور القطاع الخاص في التشغيل: يوضح الجدول رقم (4) مدى مساهمة

القطاع الخاص في التشغيل بالجزائر.

الجدول رقم (4) يوضح مساهمة القطاع الخاص في التشغيل بالجزائر خلال الفترة 2003 - 2005

الوحدة: ألف عامل						2005	2004	2003	البيان
المجموع	قطاع خاص	قطاع عام	المجموع	قطاع خاص	قطاع عام	المجموع	قطاع خاص	قطاع عام	
1380	1352	28	1617	1592	25	1412	1361	51	الزراعة
1059	664	395	1060	715	345	804	500	304	الصناعة
1212	1125	87	968	868	100	800	713	87	الأشغال العمومية والبناء
4393	1939	2454	4153	1945	2208	3668	1452	2216	التجارة والخدمات
8044	5080	2964	7798	5120	2678	6684	4026	2658	المجموع

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات(نشرة 2007)

إن القطاع الخاص يشغل أكثر من 5 ملايين عامل سنة 2005 أي ما بسبته 63% من حجم التشغيل مقارنة بـ 37% للقطاع العام وبالتالي يعتبر أهم قطاع منشأ لمناصب الشغل إن هذه الإحصائيات تعطي صورة عن التحولات الهامة التي تجري داخل الاقتصاد الوطنيو كذا الوزنو المكانة التي تزداد كل سنة بالنسبة للقطاع الخاص في مجال التشغيل.

إن القطاع الخاص الذي بدأ يتهيكلو يتطور في إطار اقتصاد السوق سيكون له في المستقبل أهم قطاع يوفر مناصب الشغل فقد ازداد عدد المستخدمين في القطاع الخاص من 4026 سنة 2003 إلى 5120 سنة 2004 ثم إلى 5080 سنة 2005 في المقابل بقي حجم التشغيل في القطاع العام شبه ثابت خلال نفس الفترة .

كما يعتبر قطاع الخدمات في الجزائر اكبر قطاع منشئ لمناصب الشغل مقارنة بالقطاعات الأخرى ثم يليه القطاع الصناعي وانطلاقا من أن القطاع الخاص هو العنصر الأساسي في عملية التنمية والمحرك الرئيسي للاقتصاد ويمثل الهرم الاقتصادي في جميع الدول، نرى أن دور القطاع الخاص في التشغيل بالجزائر مازال صغيرا مقابل بدول العالم . وربما يرجع ذلك إلى (17):

- قصور في الوعي بأهمية القطاع الخاص في دفع عجلة التقدم والازدهار ومدى تأثير إسهاماته في التنمية والتشغيل.
- قطاع خاص ضعيف لا يحب المخاطرة.
- غياب الحوافز الداعية إلى العمل خارج القطاع العام المهيمن.
- المهارات غير القابلة للتسويق.
- الرأسمال البشري غير المتطور..
- نوعية التعليم المتدنية.
- عدم الموازنة بين العرض والطلب على التشغيل.
- ضعف مناخ الاستثمار وكثرة المعوقات التي تواجه نمو القطاع الخاص فقد أوضحت معظم الدراسات في هذا المجال أن نجاح القطاع الخاص في التشغيل إنما يتطلب توفير المناخ المناسب لذلك وهو ما يعنى أن تكون هناك رؤية واضحة تبني عليها خطة إستراتيجية وبرنامج عمل يعمل على تحقيق التنسيق والتكامل بين ادوار هامه مؤثرة فى هذا المجال وهى الحكومة، القطاع الخاص والمجتمع المدني.

4. تقييم مناخ الاستثمار في الجزائر:

4- 1- التوازنات الداخلية والخارجية للاقتصاد الجزائري: تستند البيئة الاقتصادية المستقرة والمحفزة لنمو الاستثمار الخاص على أنها تلك التي تتميز بانخفاض عجز الميزانية وتدني معدل التضخم (توازن داخلي) و انخفاض العجز في ميزان الحساب الجاري وفي المديونية الخارجية (توازن خارجي) وبالتالي فان المؤشرات الأساسية لتقييم مناخ الاستثمار هي:

- مؤشر النمو الاقتصادي
- مؤشر التضخم
- مؤشر سياسة التوازن الداخلي (العجز أو الفائض في الميزانية)
- مؤشر التوازن الخارجي (العجز أو الفائض في ميزان الحساب الجاري)
- مؤشر المديونية الخارجية

ويوضح لنا الجدول رقم (5) أهم المؤشرات الاقتصادية للاستقرار الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة 2000- 2007.

الجدول رقم (5): تطور مؤشرات التوازن الداخلي والخارجي للاقتصاد الجزائري خلال الفترة (2000 - 2007)

2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	السنوات البيان
131.568	114.831	102.721	85.144	67.802	56.748	54.745	54.749	الناتج الداخلي الخام (مليار PIB بالدولار)
4.6	2	5.1	5.2	6.9	4.7	2.7	2.15	معدل نمو PIB
14.1	15.7	15.3	17.7	23.70	25.00	27.30	29.77	معدل البطالة
11.80	12.91	11.88	7.11	8.36	0.23	4.05	9.8	ف أو ع في الميزانية كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي (%)
3.7	2.5	1.6	3.56	2.58	1.4	4.2	0.3	معدل التضخم
31.5	28.95	21.72	11.12	8.48	4.36	7.06	8.93	رصيد الميزان الجاري (مليار دولار)
23.33	24.86	21.2	13.1	13	7.7	12.8	16.3	الفائض أو العجز في الحساب الجاري كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي %
4.2	5.05	16.5	21.4	23.5	22.6	22.6	25.3	رصيد الدين الخارجي (مليار دولار)
1.68	2.67	4.09	4.44	4.20	4.32	4.47	4.52	خدمة الدين الخارجي (مليار دولار)
2.8	4.67	8.38	12.6	17.7	21.7	22.8	19.8	خدمة الدين الخارجي % الصادرات
69.36	72.64	73.83	72.61	72.61	79.72	77.26	75.25	سعر الصرف (مقابل الدولار)
99.33	-	56.18	43.11	32.92	23.11	17.96	11.9	احتياطي الصرف الأجنبي (مليار دولار)

المصدر: من إعداد الباحث بناء على:

- تقرير وزارة الخارجية (معطيات اقتصادية واجتماعية)
- صندوق النقد العربي: التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2008/2007

يتضح ممّا سبق أنّ الجزائر نجحت إلى حد بعيد في تحقيق التوازنات الكلية للاقتصاد، خاصة بعد تطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي (1998/1994) المدعّم من طرف صندوق النقد الدوليو البنك الدولي، فقد تمّ التّحكم في معدلات التّضخّم البطالة، كما لأنّ ميزان المدفوعاتو الميزانية العامة سجلا فائضا خلال السنوات الأخيرة، وتمّ تقليص المديونية الخارجيةو شهد احتياطي الصرف تحسنا كبيرا.

4- 2- وضع الجزائر في بعض المؤشرات الدولية لمناخ الاستثمار: لأجل معرفة مكانة

الجزائر وتقييم مناخ الاستثمار فيها ندرج أهم المؤشرات المعتمدة من طرف أهم المؤسسات الدولية المهتمة بمناخ الاستثمار، فلقد ازدادت أهمية هذه المؤشرات في الكشف عن مدى سلامة وجاذبية مناخ الاستثمار، حيث أثبتت العديد من الشواهد الواقعية أن هناك دلالة إحصائية قوية بين ترتيب البلد في هذه المؤشرات وبين نمو الاستثمار الخاص المحلي والأجنبي، و توجد العديد من المؤشرات الدولية التي تحاول رصد بيئة الأعمالو مناخ الاستثمار في الدول، وسيتم التطرق لبعض من هذه المؤشرات هي:

■ مؤشر الحرية الاقتصادية

■ مؤشر التنافسية العالمي

■ مؤشر سهولة أداء الأعمال (الصادر عن البنك الدولي).

أ- مؤشر الحرية الاقتصادية: يأتي إصدار التقرير السنوي للحرية الاقتصادية العالمي بهدف قياس مدى التجانس بين السياسات المتبعة لدى الدول ومؤسساتها المختلفة الرامية إلى دعم الحرية الاقتصادية وتعني الحرية الاقتصادية في مفهومها العريض حماية حقوق الملكية الخاصة للأصولو توفير مجالات لحرية الاختيار الاقتصادي للأفرادو تعزيز روح المبادرة والإبداع.

كما تعني غياب الإكراه القسري للحكومة في عمليات الإنتاجو التوزيعو الاستهلاك للسلعو الخدمات، من غير مستلزمات حماية المصلحة العامة.

■ يساهم مؤشر الحرية الاقتصادية في إعطاء صورة عامة حول مناخ الاستثمار في القطر لكونه يأخذ بالاعتبار التطورات المتعلقة بالمعوقات الإداريةو البيروقراطيةو وجود عوائق للتجارةو مدى سيادة القانونو قوانين العمالةو خلافه.

■ ازدادت أهمية مؤشر الحرية الاقتصادية وتتبعه من قبل المستثمرين بالدرجة الأولى كذلك أصحاب القرارو المسؤولين لجهة خلق انطباع إيجابي عن القطر يدعم عمليات الترويج للاستثمار لاستقطاب حصة متزايدة من الإستثمار الأجنبي المباشر.

ويوضح لنا الجدول رقم (6) تطور ترتيب الجزائر مقارنة بتونسو المغرب في مؤشر الحرية الاقتصادية.

جدول رقم (6): ترتيب الجزائر مقارنة بتونسو المغرب في مؤشر الحرية الاقتصادية 2005/2000

الدولة	2000/من	2001/م	2002/م	2003/م	2004/م	2005/م
الجزائر	120	120	120	123	124	114
تونس	75	62	68	69	68	83
المغرب	78	84	85	80	95	85

المصدر: رضا عبد السلام، مكانة مصرو الدول العربية في المؤشرات العالمية، المكتبة الأكاديمية، مصر 2007 ص120

ب- مؤشر التنافسية العالمي: يعتبر تقرير التنافسية العالمي والذي يعد من أهم النشاطات البحثية التي تصدر عن المنتدى الاقتصادي العالمي مؤشراً فاعلاً لقياس القدرة التنافسية للدول، وأداة لتفحص نقاط القوة والضعف في بيئة الأعمال، كما أنه يعتبر أداة لتوجيه السياسات الاقتصادية لبلدانهم على المستويين الكلي والجزئي بغية النهوض بتنافسية اقتصادياتهم، خاصة في ظل التحديات والأزمات المتعددة التي تعصف بالاقتصاد العالمي.

جدول رقم (7): ترتيب الجزائر مقارنة بتونسو المغرب في المؤشر التنافسية العالمي 2007/2003

الدولة	2003/من	2004/من	2005/من	2006/من	2007/من
الجزائر	104دولة	71	82	76	81
تونس	38	42	37	30	32
المغرب	61	56	76	70	64

المصدر: World Economic Forum, The Global Competitiveness. Report 2007-2008, Geneva 2007 p.14-20، د/رضا عبد السلام: نفس المرجع السابق ص53.

يتضح من الجدول رقم (7) أن مناخ الاستثمار في الجزائر بالاعتماد على مؤشر التنافسية العالمي قد شهد تراجع من المرتبة 74 عالمياً إلى المرتبة 82 تم المرتبة 81 في سنة 2007 كما أن الجزائر رتبت بعد تونسو المغرب في جميع سنوات الدراسة وهذا ما يفسر بان مناخ الاستثمار في الجزائر غير مشجع على نمو الاستثمارات الخاصة المحلية والأجنبية .

ت- مؤشر بيئة الأعمال (مؤشر سهولة أداء الأعمال)⁽¹⁸⁾: يقيس المؤشر سهولة أداء الأعمال في قاعدة بيانات بيئة أداء الأعمال التي تصدر سنوياً عن البنك الدولي مؤسسة التمويل الدولية منذ عام 2004 مدى تأثير القوانين والإجراءات الحكومية على الأوضاع الاقتصادية مع التركيز على القطاع الخاص والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم بهدف وضع أسس للتقييسو المقارنة بين أوضاع بيئة الأعمال في الدول المتقدمة وفي الدول النامية،

يغطي المؤشر 178 دولة شملها تقرير بيئة أداء الأعمال 2008، و يتكون المؤشر من متوسط عشرة مؤشرات فرعية تكون بمجملها قاعدة بيانات بيئة أداء الأعمال، ويرصد متوسط النسب المئوية التي تسجلها الدول في العشر مؤشرات الأخرى بحيث كلما انخفضت القيمة المستخلصة دل ذلك على سهولة أداء الأعمال في القطرو العكس صحيح.

و تشمل تلك المؤشرات بدء المشروع، التعامل مع التراخيص، توظيف العاملين، تسجيل الملكية، الحصول على القروض، حماية المستثمرين، دفع الضرائب، التجارة عبر الحدود، تنفيذ العقود، إغلاق المشروع.

و يشير الجدول رقم (9و8) إلى وضعية الجزائر مقارنة بتونسو المغرب في المؤشر المركب لسهولة أداء الأعمال.

جدول رقم (8): ترتيب الجزائر مقارنة بتونسو المغرب في المؤشر المركب لسهولة أداء الأعمال

2007/2006/2005

الدولة	الترتيب عالميا	الترتيب عالميا	الترتيب عالميا
تونس	58	80	88
المغرب	102	115	129
الجزائر	123	116	125

المصدر: البنك الدولي، تقرير أداء الأعمال 2006/2007/2008 www.worldbank.or

جدول رقم (9): وضع الجزائر في المؤشرات الفرعية للمؤشر "سهولة أداء الأعمال" 178/2007

دولة مقارنة بتونسو المغرب

مكونات المؤشر الفرعية	الجزائر	تونس	المغرب
بدء المشروع	131	68	51
التعامل مع التراخيص	108	96	88
توظيف العاملين	118	113	165
تسجيل الملكية	156	66	102
الحصول على القروض	115	97	135
حماية المستثمرين	64	147	158
دفع الضرائب	157	148	132
التجارة عبر الحدود	114	28	67
تنفيذ العقود	117	80	114
إغلاق المشروع	45	30	60

المصدر: البنك الدولي، تقرير أداء الأعمال 2008، www.worldbank.or

يتضح من الجدول السابق أن وضع الجزائر جاء متأخراً في أغلب المؤشرات الفرعية، و تعتبر تونس عموماً من أحسن بلدان المغرب العربي ترتيباً في هذه المؤشرات، وهذا ما جعلها تحتل مرتبة متقدمة في المؤشر المركب "سهولة أداء الأعمال 2007".

و قد أشارت الدراسات النظرية والشواهد العملية إلى أنه كلما تعقدت إجراءات تأسيس الأعمال في القطر، و طالت المدّة وغابت المعلوماتو ضعف كل من إنفاذ العقودو سلطة المحكمةو قوانين العمل كلما ارتفعت تكلفة أداء الأعمالو أدى ذلك إلى تردّي بيئة الأعمالو بروز ظواهر سلبية مثل تعميق البيروقراطيةو الرشوةو تفضي أنشطة السوق غير الرسميةو هذا يعني أضعاف الاستثمار المحليو تراجعاً في جاذبية البلد في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر⁽¹⁹⁾.

5. المعوقات التي تواجه نمو القطاع الخاص في الجزائر:

على الرغم من الجهود التي تقوم بها الهيئات المكلفة بدعمو ترقية الاستثمار في الجزائر من أجل تحسين بيئة الاستثمار، و ذلك من خلال سن القوانينو التنظيماتو اللوائح التي تهدف إلى تنمية الاستثمارات المحليةو الأجنبية، إلا أن الواقع العمليو وضع الجزائر في المؤشرات الدوليةو الإقليمية لقياس جاذبية مناخ الاستثمار، يكشف عن وجود الكثير من العراقيلو المعوقات التي تحاول دون نمو الاستثمار الخاصة المحليةو الأجنبية.

ولقد بدأت الجزائر في معالجة عدد من القيودو المعوقات - حسبما أبرزها مسح استقصائي لمؤسسات الأعمال و تقييم مناخ الاستثمار - باعتبارها عقبات رئيسية أمام تنمية القطاع الخاص، وهي: سيطرة القطاع العام الكبير على النشاط الاقتصادي، و صعوبة الحصول على العقارات الصناعية، و صعوبة تعبئة وإتاحة رأس المال، و الحواجز الإدارية الكبيرة و محدودية القدرة على الحصول على المعلومات، و أوجه القصور في اللوائح التنظيمية الخاصة بسوق العمل و قلة أعداد العاملين من ذوي المهارات، و عدم كفاية البنية الأساسية، و عدم كفاءة الإطار القانوني والقضائي.⁽²⁰⁾

و يمكن إجمالاً تصنيف تلك المعوقات فيما يلي:

أ- مشكل التمويلو مزاحمة القطاع العام للقطاع الخاص: يعتبر مؤشر نصيب القروض الموجهة للقطاع الخاص مقارنة بالقطاع العام احد الدلالات على مدى مزاحمة القطاع العام للقطاع الخاص في الحصول على التمويل الكافي.

يبين لنا الجدول رقم (10) تطور نسبة ما يحصل عليه القطاع الخاص من قروض مقارنة بالقطاع العام.

جدول رقم (10) تطور القروض حسب القطاع القانوني بالنسبة%

البيان	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
القطاع العمومي	80.0	80.0	70.6	68.7	56.5	57.4	56.02	50.39
القطاع الخاص	19.0	19.2	29.4	31.3	43.5	42.6	43.97	49.90
القروض إلى القطاع الخاص / PIB %	6.09	6.08	7.11	7.93	12.14	11.17	11.02	11.73

المصدر: بنك الجزائر إحصائيات 2005/2004/2000

من خلال هذا الجدول يمكن أن نستنتج أن القطاع العام يزاحم القطاع الخاص في مجال التمويل حيث أن نصيب القطاع العام من مجمل القروض الممنوحة خلال الثماني سنوات الأخيرة اكبر من نصيب القطاع الخاص لكنها في تراجع و وصلت هذه النسبة إلى 50% في نهاية 2005 مقابل 80% في سنة 1998، في المقابل سجل ارتفاع لنصيب للقطاع الخاص في القروض فمن 19% خلال سنتي 1998 و1999 قفز إلى حوالي 43% خلال سنوات 2002، 2003 و2004 أما في سنة 2005 فقد وصلت النسبة إلى 50% تقريبا⁽²¹⁾.

أما عند تحليلنا نسبة التغير السنوية للقروض الموجهة للقطاع الخاص بين سنتي 2002 و2005 سنجد أنها عرفت ارتفاعا هاما، حيث تجاوزت 63% في سنة 2003 كما بلغت النسبة 30% في سنة 2005 بينما سجل القطاع العام تراجعا بنسبة 3% في سنة 2003 وبشكل عام نلاحظ تقدما ملموسا للقطاع الخاصو تراجع للقطاع العام .

أما بالنسبة للقروض الموجهة إلى القطاع الخاص كنسبة من الناتج الداخلي الخام قد تضاعفت، إذا انتقلت من 6% في سنة 1998 إلى حوالي 12% في سنة 2005، و تبقى هذه النسبة ضعيفة إذا ما قورنت بالدول الأخرى ذات الدخل المتوسطو التي تصل فيها إلى 40% أو في الدول المجاورة حيث تصل إلى 56% في المغربو 61% في تونس.

ب- المعوقات الإدارية والتنظيمية: يواجه الاستثمار الخاص في الجزائر عدة مشاكل إدارية وتنظيمية أهمها⁽²²⁾:

■ تداخل الصلاحيات بين مختلف الهيئات المكلفة بالاستثمارو عدم الشفافية، و تعدد الجهات الوصية.

■ تعقدو طول الإجراءاتو الوثائق المطلوبة لإنشاء المشروع، حيث أن عملية تأسيس مؤسسة تتطلب المرور بـ14 إجراء، يستغرق 24 يوماو تكلف 21.5% من دخل الفرد مقارنة بتونسو التي لا تتعدى 10 إجراءات تستغرق 11 يوماو لا تكلف سوى 9.3% من دخل الفرد⁽²³⁾

■ ضعف البنية التحتية و عدم توفر الخدمات الأساسية للمستثمرين في مواقع الاستثمار، حيث أشار رؤساء المؤسسات في التحقيق الذي أجرته وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 2001 مع عدد من المؤسسات الاقتصادية في 12 ولاية إلى عدم توفر خدمات الماء، والكهرباء والغاز، و خطوط الهاتف، و قنوات صرف المياه في مواقع الاستثمار.

■ ثقل النظام الضريبي من حيث تعقد الإجراءات الجبائية و عدم الوضوح في التطبيق، و هو ما يترك المجال للتلاعباتو التفسيرات الشخصية التي تؤثر على بيئة الاستثمار، و قد عبر المستجوبون في دراسة أعدها البنك الدولي سنة 2003 حول مناخ الاستثمار في الجزائر أن مشكل معدل الضرائب يحتل المرتبة الرابعة من ضمن 18 عاملا مقيدا أو معيقا للاستثمار⁽²⁴⁾.

■ بطء وبيروقراطية الجهاز القضائي و عدم تخصص القضاة في مجال منازعات الاستثمار، حيث يستغرق فض النزاع التجاري المعروض على القضاء أكثر من 387 يوما مقارنة مع 7 أيام في تونسو قد ذكر 69% من رؤساء المؤسسات في الدراسة التي أعدها البنك الدولي إلى هذه المشكلة و ذكر هؤلاء أن المدة التي يخصصونها لتسوية هذه القضايا تصل إلى 13.6 أسبوع في السنة⁽²⁵⁾.

ت- مشكل العقار الصناعي: يمثل العقار الصناعي أحد أهم العوائق التي يواجهها المستثمر في الجزائر، و قد توقف العديد من المشاريع الاستثمارية المهمة بسبب هذا المشكل، و يتجلى هذا من خلال العناصر التالية:

- صعوبة الحصول على قطعة أرض مهيأة لمزاولة نشاط استثماري.
- تعقدو تعدد الإجراءات الإدارية و القضائية.
- الارتفاع الفاحش في أسعار العقارات القابلة للاستغلال بسبب المضاربة.
- عدم ملائمة بعض المناطق الصناعية و مناطق النشاط للمعايير الأساسية، نظرا لكونها أقيمت لأهداف سياسية و اجتماعية، و ليس لأهداف اقتصادية نظرا لغياب الاستشارات المتخصصة في الميدان.

■ بقاء العديد من الأوعية العقارية التي بحوزة المؤسسات العمومية بدون تسوية (عقود الملكية).

أ- و من جهة أخرى، أظهرت نتائج التحقيقات المنجزة حول مسألة العقار في الجزائر إلى وجود عدد كبير من الأراضي غير المستغلة، حيث يوجد حوالي 30% من المساحة الكلية المتوفرة غير مستغلة، و قد بينت تقديرات وزارة الصناعة إلى أن حجم العقار الصناعي المتاح يقدر ب 180 مليون م² بينما بلغ حجم الطلبات المودعة لدى الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار

80 مليون م 2 ، و لهذا يتبين أن الأزمة ليس في نقص العقار بقدر ما هي مشكلة فسادو ضعف في التسييرو التنظيمو غياب الشفافية في توزيع الأراضي⁽²⁶⁾.

ب- مشكل الفساد: يعتبر الفساد ظاهرة عالمية تحددو تقلص من فعالية الاستثمار الخاص، كما أنها تؤدي إلى تسوية صورة البلدو إبطاء معدل التنمية، و اختلاس المال العام، و عادة ما ينتشر الفساد بسبب تفشي البيروقراطيةو غياب المساءلة لتمتع كبار المسؤولينو رجال السياسة بحصانة تحميهم كما يعتبر الفساد ثالث معوق يعترض نمو الشركات حسب المنتدى الاقتصادي العالمي 2007.⁽²⁷⁾

فقد صنفت الجزائر في المرتبة 99 عالميا ضمن مؤشر مدركات الفساد لسنة 2007 أما تونس فاحتلت المرتبة 63و المغرب المرتبة 76⁽²⁸⁾ و قد أشارت الدراسة التي أجراها البنك الدولي حول مناخ الاستثمار في الجزائر إلى أن 34.3% من رؤساء المؤسسات يدفعون حوالي 7% من رقم أعمالهم في شكل رشايو لتسريع معاملاتهمو الإستفادة من بعض المزايا والخدمات⁽²⁹⁾.

ت- مشكل القطاع الموازي: في الجزائر عدت وزارة التجارة 566 سوق موازية بمساحة إجمالية قدرها 2.7 مليون متر مربع، ينشط فيها أكثر من 100 ألف متدخل، أي 10% من مجموع التجار المسجلين في السجل التجاري، وأكدت الإحصائيات الرسمية أن القطاع الموازي في الجزائر يسيطر لوحده على 40% من الكتلة النقدية المتداولة في السوق الوطنية، - و يبلغ حجم الاقتصاد غير الرسمي 34.1% من الناتج الداخلي الخام خلال الفترة (1999-2000) و ذلك حسب تقديرات البنك الدولي وهي نسبة مرتفعة جدا تؤكد عدم تحكم السلطات الاقتصادية في هذه الظاهرة نتيجة التساهل في معالجة هذا الملف⁽³⁰⁾.

وبالتالي فإن الخسائر التي يسببها القطاع الموازي من خلال المنافسة غير الشرعية معتبرة جدا، وأن المنتجين الخواص الذين يعملون في إطار القانون يعانون فعلا وضعا مزريا غير مشجع على الإطلاق.

الخاتمة

يتطلب تنمية القطاع الخاص توافر مجموعة من العوامل الأساسية المرتبطة بمناخ الاستثمار فمن بين هذه العوامل هناك، والاستقرار الاقتصادي . الاستقرار السياسيو التشريعي... الخ

و يعتبر الاستقرار الاقتصادي شرط أساسي لتنمية القطاع الخاص لكنه غير كاف في ويتحدد أساسا في التوازنات على مستوى الاقتصاد الكلي ، مثل وضع الميزانية العامة للدولة ، وميزان المدفوعات ، ومعدل التضخم ونسبة البطالة واستقرار سعر الصرف ، إضافة الى العوامل السابقة هناك عوامل أخرى مثل توافر سوق للأوراق المالية ، وتطور الجهاز المصرفي،

وتطور القوانين والأجهزة التنظيمية ، والإدارية للبلاد ، إضافة إلى سياسة الدعم والتحفيز التي تقدمه الدولة للمستثمرين ، وخاصة ما يتعلق بمسألة نسبة الضرائب المقررة ، والإعفاءات الممنوحة ، ومسألة رفع الرقابة على النقد الأجنبي ، ورفع القيود الجمركية على استيراد مستلزمات الإنتاج ونظام الأجور وحرية المبادلات التجارية الخارجية..الخ. وهناك شروط مكملة أخرى لا تقل أهمية عن الشروط الأساسية السابقة مثل ، نظام الحكم الرشيد وتوفير العنصر البشري المؤهل ، وتحرير سوق العمل ، ووجود أرضية متطورة لوسائل الاتصالات ، وحجم السوق ، ودرجة نموه في المستقبل على المستوى المحلي أو الإقليمي ، أما فيما يتعلق بحانة الجزائر فيمكن عرض النتائج التالية:

■ مازال القطاع الخاص في الجزائر غير فاعلو نشط في الاقتصاد الوطني حيث أن القطاع الخاص ينتج أكثر من 85% من إجمالي الناتج المحلي في معظم الدول النامية⁽³¹⁾ فني مصر مثلاً يساهم القطاع الخاص بنسبة 67.8% في الناتج المحلي الإجمالي سنة 2000⁽³²⁾، إلا أن مساهمة القطاع الخاص في تكوين القيمة المضافة في الجزائر لم تتجاوز 50% .

■ إن تباطؤ نمو القطاع الخاص في توليد القيمة المضافة وفرص العمل بالجزائر يرجع إلى عدم فاعلية مناخ الاستثمار حيث وضع الجزائر وترتيبها المتأخر في بعض المؤشرات الدولية لتقييم مناخ الاستثمار، يكشف أنه غير مناسب لنمو القطاع الخاص ووجود الكثير من العراقيلو الموقفات التي تحول دون نمو الاستثمار الخاصة المحلية والأجنبية.

■ بالرغم أن الجزائر استعادت تحقيق التوازنات الاقتصادية الكلية التي تعتبر شرطاً أساسياً لتنمية القطاع الخاص، غير أنها لا تكفي وحدها لخلق مناخ يساعد على نمو القطاع الخاص، إن المسائل المتعلقة بالتمويلو البيروقراطيةو المنافسة غير الشرعية تطرح كل مرة في قائمة العوائق التي تعيق نمو القطاع الخاص بالجزائر.

الهوامش

(1) أحمد الكواز: بيئة القطاع الخاص النظرية و الواقع، المؤتمر الدولي حول "القطاع الخاص في التنمية: تقييمو استشراف" المعهد العربي للتخطيط بالكويت

2009 http://www.arab-api.org/conf_0309/p2.pdf

(2) رندة بدير: دور المرأة في نمو القطاع الخاص، المؤتمر الدولي حول "القطاع الخاص في التنمية: تقييمو استشراف" المعهد العربي للتخطيط بالكويت

2009 http://www.arab-api.org/conf_0309/p31.pdf

- (3) د/عدي قصيور ، الآثار المالية والاجتماعية لتمويل القطاع الخاص مشروعات البنية الأساسية والاجتماعية الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي ص101
- (4) د/عدي قصيور ، نفس المرجع السابق ص101
- (5) د/زهير عبد الكريم الكايد: الحكمانية قضايا وتطبيقات، المنظمة العربية للتنمية الإدارية 2003 ص69
- (6) على عبد القادر على ، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر ، سلسلة جسر التنمية ، المعهد العربي للتخطيط بالكويت ، العدد 31 ، يوليو 2004 ، ص 5.
- (7) محمد سعيد بسيوني الجوراني :محددات الاستثمار في مصر في الفترة 1975 - 1997 أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية غير منشورة ، جامعة قناة السويس جمهورية مصر العربية 2002 ص74 - ص163
- مريم احمد محمد فؤاد ، ظاهرة عدم التأكدو تأثيرها على الاستثمار الخاص في مصر خلال الفترة 1974 - 2001 رسالة ماجستير غير منشورة جامعة القاهرة 2004 ص72- 84
- د/فريد بشير طاهر ، محددات الاستثمار الخاص في المملكة العربية السعودية ، مجلة التعاون العدد 51 ، يونيو 2000 ص20- 26
- (8) د/فريد بشير طاهر ، نفس المرجع السابق ص 20
- (9) محمد سعيد بسيوني الجوراني ، نفس المرجع السابق ص142
- (10) فريد بشير طاهر ، محددات الاستثمار الخاص في المملكة العربية السعودية ، نفس المرجع السابق ص21
- (11) محمود علي إبراهيم القصاص ، "فعالية السياسة النقدية المستخدمة في الإصلاح الإقتصادي في مصر وأثرها على نشاط البنوك 82 - 1992" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس ، 1995 ، ص31
- (12) محمد نظير محمد بسيوني ، دور السياسة الاقتصادية تجاه الاستثمارات الأجنبية المباشرة مع دراسة على قطاع الصناعة في مصر في ضوء سياسة الانفتاح الاقتصادي" ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس ، 1986 ، ص317.
- (13) رندة بدير: دور المرأة في نمو القطاع الخاص ، نفس المرجع السابق .
- (14) نفس المرجع السابق http://www.arab-api.org/conf_0309/p31.pdf
- (15) شيببي عبد الرحيمو شكوري محمد : معدل الاستثمار الخاص بالجزائر دراسة تطبيقية ، المؤتمر الدولي حول "القطاع الخاص في التنمية : تقييم واستشراف" المعهد العربي للتخطيط بالكويت 2009 http://www.arab-api.org/conf_0309/p23.pdf

- (16) عيسى مرازقة ، القطاع الخاصو التنمية في الجزائر ، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية ، غير منشورة ، جامعة باتنة 2007 ص 97
- (17) د. الدكتوراة لولوة المطلق ، مساهمة كبرى مؤسسات القطاع الخاص وكبار رجال الأعمال في برامج التنمية والتشغيل ، المنتدى العربي حول الدور الجديد للقطاع الخاص في التنمية والتشغيل ، منظمة العمل العربية 2008 ص 71
- (18) WORLD BANK, doing business- the world Bank Group htm, page consultée le :28/10/2007
- (19) المؤسسة العربية لضمان الاستثمار ، تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية 2003 ، مرجع سابق ، ص 90
- (20) البنك الدولي موجز إعلامي بشأن الجزائر ، التقدم المحرز في عملية التنمية
www.worldbank.org
- (21) صديقي مليكة ، برامج الإصلاح الهيكلي وأزمة التحولات في الاقتصاديات الانتقالية - حالة الجزائر - ، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر 2007 ص
- (22) ساعد بوراوي ، الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر في دول المغرب العربي (الجزائر - تونس - المغرب) رسالة ماجستير غير منشورة جامعة باتنة 2008 ، ص 163
- (23) قاعدة بيانات البنك الدولي حول سهولة أداء الأعمال
2007www.worldbank.org/ doingbusiness
- (24) World Bank, pilot Algeria In vestment Climate Assessment, June 2003 in
http://siteresource.worldbank.org/INT/TPSD/Resources/336195-1092412588748/
Algeria-ICA-3pdf(septembre 2006).
- (25) World Bank ; op cit ; p11
- (26) CNES La configuration du foncier en Algérie : Une contrainte au developpement économique, 24emesession plénière, p.p60-64 ; Mai 2004, in www.cnes, dz
- (27) المنتدى الاقتصادي العالمي ، تقرير التنافسية العربية 2007 ، لأئحة ترتيب الدول العربية ، ص 12
- (28) منظمة الشفافية الدولية مؤشر مدركات الفساد لسنة 2007 ص 5- 8
www.transparency.org/publication/gcr
- (29) World Bank, pilot Algeria In vestment Climate Assessment, op, cit, p24
- (30) www. Worldbank. Org/ documents/ papers links/ Informel Economy pdf(25-12-2006)
- (31) د/بول هولندي ، الإصلاح الحكومي لتخفيض تكلفة المعاملاتو تنمية القطاع الخاص ، مركز المشروعات الدولية الخاصة ص 8
- (32) Economic commission for africa – economic report on africa 2003 .p 192

واقع نظام التأمين الاجتماعي في الجزائر

أ. فرار عياش

الملخص

يهدف التأمين في الواقع إلى تقديم الضمان والأمان للأشخاص ضد المخاطر التي لا يمكن توقعها ولا معرفة درجة خطورتها والأضرار المترتبة على ذلك. وقد كان الإنسان في القديم يعتمد في هذا المجال على إدخاره الخاص والذي تبين له مع مرور الزمن أنه مهما كانت ثروته فإنه في الكثير من الحالات لا يستطيع تغطية نتائج الأخطار بإدخاره الشخصي، والتي قد تصيبه في شخصه وماله أو تنعكس على الغير. وبهذه الصورة يقوم التأمين على فكرة التعاون، حيث يجتمع الأشخاص الذين يتوقعون حدوث نفس الخطر فيتعاونون على دفع التعويض لمن يصيبه منهم ضرر من رصيد المشترك من مساهمة الجميع.

ويتخذ التعاون في هذا المجال شكلان :

الشكل الأول : التأمين التبادلي (التعاوني) حيث يتفق عدد معين من الأشخاص على تأمين مخاطر محددة، بدفع كل واحد منهم الإشتراك أو قسط معين وذلك لتغطية الخسائر التي يتعرض لها أي واحد من هؤلاء طوال مدة التأمين .

أما **الشكل الثاني** فيتمثل في التأمين عن طريق الاكتتاب لدى مؤمن معين (شركة تأمين) ودفع أقساط ثابتة تتحدد في عقد التأمين الذي يتم إبرامه بين المستأمين وشركة التأمين وهنا تبدوا صورة التعاون أقل وضوحا مقارنة مع الشكل الأول، حيث أنه بالرغم من أن شركة التأمين تقوم بدور الوسيط بين المستأمين إلا أنها تعمل من جهة أخرى على تحقيق الربح ولذلك يطلق على هذا النوع من التأمين (التأمين التجاري) الذي يعتبر القسم الأول من أقسام التأمين

أما **القسم الثاني** فهو التأمين الاجتماعي والذي يقوم على مبدأ التضامن الاجتماعي ويصطلح عليه في الكثير من التطبيقات بالضمان الاجتماعي، فهو يخضع إلى مجموعة من القوانين والتتظيمات التي تعمل كلها في اتجاه واحد وهو ترسيخ مبدأ حماية الفرد وأسرته ودخله من الأخطار التي تتعلق بالطبيعة الفزيولوجية والاجتماعية للإنسان (مرض، بطالة، وفاة وغيرها) ومقابل ذلك يدفع الفرد اشتراكا معيناً ومحدداً وفق قواعد مضبوطة يسمح له من الاستفادة المادية في حالة تحقق الأخطار المغطاة .

وقد دفعت الرغبة لمعرفة ودراسة مؤسسات التأمين الاجتماعي في الجزائر والوقوف على واقعها الذي صار صعبا للغاية بسبب ماتعانيه من مشاكل مختلفة سببا لطرح الاشكال التالي :

ماهو واقع التأمين الاجتماعي في الجزائر ؟

وكمحاولة للوقوف على أهم الجوانب والمحطات الأساسية لذلك فإنه سيتم التطرق لمايلي:

- 1- تعريف التأمين والتطرق إلى نظام التأمين في بعض الدول العربية.
- 2- تعريف التأمين الاجتماعي وضرورة الرعاية في ظل اقتصاد متقلب.
- 3- صناديق التأمين الاجتماعي الجزائرية ومجال التغطية الاجتماعية.
- 4- العقوبات المطروحة على مستوى هذه المؤسسات وبعض الوقفات العلاجية.

1- تعريف التأمين ونظام التأمين في بعض الدول العربية :

1- 1 تعريف التأمين:

1- 1- 1 لغة : يقال أمن تأمينا أي جعله في الأمان والأمان هو الحماية، ويقال أمنه على الشيء بمعنى ضمنه ضمانا⁽¹⁾.

وقال تعالى: ﴿فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ ﴿٢﴾ الَّذِي أَطْعَمَهُم مِّن جُوعٍ وَأَمَّنَّهُم مِّنْ خَوْفٍ ﴿٣﴾﴾⁽²⁾

1- 1- 2 أما من الناحية الاصطلاحية فمن الصعب ضبط التأمين في تعريف واحد، وعموما نقدم التعاريف التالية :

■ " الأسلوب الذي ينطوي على اتفاق مسبق بين طرفين يتم من خلاله تمويل الخطر المعرض له الطرف الثاني (المؤمن له)، إلى الطرف الأول (شركة التأمين)، مقابل دفع مبلغ محسوب بالطرق العلمية يمكن من تغطية الخسائر المحتملة والقابلة للقياس المادي (كلي أو جزئي)."⁽³⁾

■ يعرف المشرع الأمريكي التأمين أنه " عقد بمقتضاه يتعهد شخص بتعويض آخر عن خسارة أو مسؤولية تنشأ عن حادث غامض أو غير معروف مقدما، مقابل عطاء مادي محدد"⁽⁴⁾

■ ويعرفه ميلتون فريدمان " أن الفرد الذي يشتري تأمينا ضد الحريق على منزل يمتلكه يفضل تحمل خسارة مالية صغيرة مؤكدة - قسط تأمين - بدلا من أن يبقى متحملا لخريط من احتمال ضعيف لخسارة مالية كبيرة - قيمة المنزل بأكمله - واحتمالا كبيرا بأن لا يخسر شيئا، وذلك لفصل حالة التأكد من عدمه"⁽⁵⁾.

1- 2 نظام التأمين في بعض الدول العربية :

السنوات الماضية لاسيما 2005 و2006 نمووا جعلها تتجاوز وللمرة الأولى في التاريخ عتبة العشرة مليارات دولار أمريكي، وقد لفتت الدراسة التي أجراها خبراء التأمين بمصر، ونشرها مجلس الغرف السعودية على موقعها الإلكتروني، أن أسواق التأمين العربية من الأسواق البكر التي لم تستغل بالشكل الكامل، فطبقا للبيانات بلغ عدد المؤسسات التأمينية في الدول العربية 367 مؤسسة منها 75 أجنبية، ويصل متوسط أقساط الشركة الواحدة إلى 15

مليون دولار وهو حجم متواضع مقارنة بالمقاييس العالمية، ويبدو ذلك مؤثراً على إمكانيات هذه الشركات في توظيف الكفاءات الإدارية وتخصيص التمويل للأنشطة البحوث والتدريب، ففي إسبانيا التي يقل عدد سكانها عن 40 مليون نسمة، والتي لا تملك النفط أو الصناعات الثقيلة وهي ليست عضواً في نادي جي8 تزيد الأقساط المكتتبه عن 50 مليار دولار أمريكي أي 5 أضعاف الرقم المكتتب في 22 دولة عربية والتي يزيد عدد سكانها عن 250 مليون نسمة.

و في إسرائيل التي يقل عدد سكانها عن 7 مليون نسمة والتي تستمد أسباب إستمرارها من المساعدات السخية التي تقدمها لها الدول الغربية دون إنقطاع، تحقق شركات التأمين أقساط تزيد قيمتها عن 20 مليار دولار أمريكي.

و عند تفسيرهم ومحاولة تبريرهم لتدني حجم الأقساط العربية لا يجد المحاضرون سبباً يتذرعون به سوى، ضعف الوعي التأميني لدى الشعوب العربية، ولذا نقرأ بعد كل ندوة أو مؤتمر أو قمة تأمينية تعقد في العالم العربي توصية تدعو إلى نشر الوعي لأهمية التأمين في صفوف الجماهير العربية.

و فيه يرجع التباطؤ الذي تعيشه أقساط التأمين في العالم العربي، ينقص في مجال التشريع ويمكن إختصارها كالآتي⁽⁶⁾:

1- 2- 1 عدم إعتتماد إلزامية التأمين في أي من المجالات الصناعية والتجارية والسكنية لا سيما في حقل المسؤولية المدنية

ففي إسبانيا كما في إسرائيل قوانين تمنع على أصحاب المهن الحرة (المحامون، الأطباء، ...) أن يزاووا مهنتهم ما لم يتزودوا ببوليصة تأمين تضمن مسؤوليتهم القانونية جراء الأخطاء المهنية التي يمكن أن يرتكبونها خلال أدائهم لأعمالهم

كما توجب على أصحاب المصانع والمشاغل والمختبرات وغيرهم من أصحاب العمل أن يحصلوا على عقود تأمين تضمن مسؤوليتهم القانونية حيال الموظفين، وكذلك توجب القوانين النافذة على أصحاب المباني والشقق السكنية والمنازل تأمين ممتلكاتهم ضد الأخطار الطبيعية

و باستثناء التأمين الإلزامي الصحي الذي فرضته السعودية وعدد من دول الخليج العربي على المقيمين على أراضيها من غير مواطنيها، والتأمين الإلزامي على السيارات، لم يجر حتى يومنا هذا إعتتماد تشريعات تجعل التأمين إلزامياً في أي من المجالات التي ذكرناها آنفاً في الكثير من الدول العربية، وهذا الفراغ على المستوى التشريعي هو الذي يجعل الأقساط العربية تراوح مكانها، وتبقى نسبة مساهمة قطاع التأمين في الناتج المحلي العربي جد متواضعة.

1- 2- 2 هجرة الرساميل العربية إلى العالم الصناعي: في تقرير أعدته غرفة التجارة والصناعة في المملكة العربية السعودية قدرت الأموال التي جرى توظيفها في أوروبا والولايات

المتحدة الأمريكية خلال الأشهر التسع الماضية من سنة 2007 ب 1.4 تريليون دولار، وابتعادها عن الأراضي العربية تفوت الأموال المهاجرة على الدول العربية فرص بناء قدراتها الإنتاجية الداخلية، بحيث يستمر في إسترداد حاجاتها كافة من الخارج، أي لا مصانع، ولا مشاغل ولا زراعات محلية.

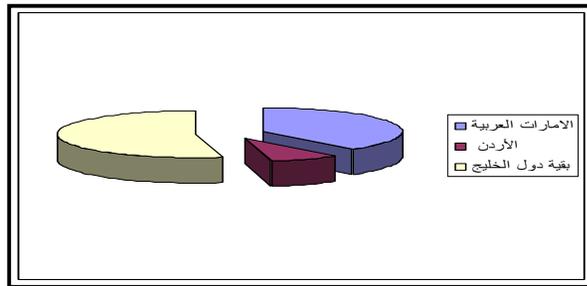
فلو سمح للأموال الجاهزة أن تستثمر في بناء مشاريع في مواطنها الأصلية، لنشأت على الأراضي العربية صناعات وزراعات توفر العمل والغذاء واللباس للمواطن العربي. و قيام الصناعات والزراعات يعني أن تفتح أمام شركات التأمين فرص ليست متوفرة حاليا لتقديم منتجاتها التأمينية لأصحاب تلك المشاريع كما للعاملين فيها.

1- 2- 3 شركات التأمين العربية: تعتمد بصورة كبيرة في تسويق منتجاتها على أسلوب الإتصال المباشر بينها وبين العملاء المرتقبين خاصة في الدول التي يسود فيها نظام الإقتصاد الموجه، بينما يظهر دور تسويق البنوك في تأمينات السيارات ووثائق السفر، كما تعتمد الشركات على ترويج وثائق التأمين على الممتلكات بنسبة 95%. في معظم الأقطار العربية، بينما تصل نسبة التأمين على الحياة في السعودية على سبيل المثال إلى 65 % فقط.

و توضح الأبحاث الميدانية التي أجريت من خلال الدراسة أن نسبة كبيرة من الجمهور لديهم نظرة سلبية عن عملية التأمين برمتها، وأن شركات التأمين تحصل على أموالهم وتتهرب من مسؤوليتها عند وقوع الحوادث إضافة إلى أن بعض المستهلكين مرغمون على التأمين لأنهم مطالبون بذلك من بعض الجهات القارضة مثل البنوك.

و بناء على هذه الانطباعات فإن هذه الشركات تحتاج إلى عمل تقييم شامل لأساليب التسويق القائمة كنقطة بداية نحو وضع إستراتيجية علمية شاملة على أن تشمل عملية التقييم دور العاملين الحالي في مجال الإتصال بالعملاء وتحديد تصوراتهم عن المنتجات التأمينية.

الشكل : حصة الشركات الخليجية من اجمالي الأقساط لسنة 2006 (بمليون دولار).



المرجع (الملحق).

و نشير في الأخير بأنه تم إرفاق هذه الدراسة بملحق يقدم ترتيب أوائل السبعين شركة لشركات التأمين العربية من حيث حجم الأقساط المحقق لسنتين 2005 - 2006 مع توضيح لنسب النمو وقيم الأرباح الصافية المحسوبة (بملايين الدولارات) ، و الذي من خلاله تم إعداد الرسم السابق، ورغم أن أكبر عدد من شركات التأمين في هذا الترتيب عاد للأردن بـ 26 شركة إلا أن اجمالي الاقساط المحققة لم يصل إلى ماحققته الشركة السعودية الوحيدة في هذا الترتيب والتي احتلت الريادة، كما يمكن أن نشير في هذا الصدد إلى عدم ظهور أي شركة تأمين جزائرية في هذا الترتيب رغم هذه الفوائض والنتائج التي حققتها شركات التأمين العربية ولا سيما الخليجية منها، وهذا مايدفعنا إلى طرح الانشغال التالي: وهو مدى قدرة ومساهمة مؤسسات التأمين الجزائرية في تحقيق الفوائض المالية التي من شأنها أن تقدم حركية للاقتصاد الوطني .

2- تعريف التأمين الاجتماعي وضرورة الرعاية في ظل اقتصاد متقلب:

2- 1 تعريف التأمين الاجتماعي: ويعتبر التأمين الاجتماعي نوعا من التأمين الذي

أقر من قبل منظمة العمل الدولية 1919: (7)

" إن الدول الأعضاء تعلن رغبتها في أن تحقق من ضمن أهداف عديدة الأهداف الخاصة بالضمان الاجتماعي: مكافحة البطالة، حماية الأولاد والنساء، تأمين المعاشات وغيرها "

فهو أيضا الضمان الذي يخص العمال الذين يعتمدون على كسب عملهم من بعض الاخطار التي يتعرضون إليها فيضمنهم من اصابات العمل ومن الامراض والعجز والشيخوخة والبطالة ويساهم فيه إلى جانب العمال ارباب العمل والدولة .

كما أن التأمين الاجتماعي يمثل الضمان المعطى لكل فرد يكون قادرا في جميع الأحوال على تأمين وسائل العيش له ولعائلته بصورة لائقة ومحترمة .

و يعرف أيضا بأنه (8) تعبير عن التضامن بين افراد المجتمع من خلال مؤسسة اجتماعية تحكمها مجموعة من التشريعات، يشتركون في رؤسماها ومميزاتها ثم يستفيدون من خدماتها بتعويض التكاليف المحددة من خلال نوع الخطر الاجتماعي .

إن التعاريف السابقة تمكننا من إدراك حقيقة جوهرية تقضي بأن التأمين الاجتماعي مكسب جماعي للعمال وأصحاب المنح والمكفولين اجتماعيا، حيث أنه يضمن ضمن الأطر القانونية التغطية الكاملة عن الأخطار الاجتماعية والمهنية المحتملة ويضمن وقاية صحة العمال ومراقبة أماكن العمل ومساندة العامل عند وقوعه في الأخطار الاجتماعية المختلفة

إذن فالتأمين الاجتماعي هو جزء من السياسة الاجتماعية للدولة وهو يساهم أيضا في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، حيث يمكن النظر إلى ذلك من زاويتين، الزاوية الأولى من ناحية الأهمية الاجتماعية، حيث تجدر الإشارة إلى أن التأمين يوفر للفرد الاستقرار والضمان

الذين يفتقدانها بانعدامه، وهو ما ينعكس بالإيجاب على نشاطه وبالتالي يدفعه للعطاء أكثر وبذلك يساهم في رفع مردودية المؤسسة، كما يعتبر وسيلة لرعاية الفئات الضعيفة في المجتمع، وكذلك ينمي الشعور بالمسؤولية وبالتالي يعمل على التقليل من الحوادث، إضافة إلى كونه يحقق الاستقرار الاجتماعي للفرد والأسرة.

أما الركن الثاني وهو الأهمية الاقتصادية للنظام حيث يعتبر من أهم الوسائل الادخار- الاستثمار كما يساهم مساهمة فعلية في زيادة الانتاج ورفع مستوى الاجور، بالإضافة إلى تسهيل عملية الائتمان وزيادة الثقة التجارية، وهو أيضا مركبة مهمة تحقق التحسن في ميزان المدفوعات.

2- 2 ضرورة الرعاية الاجتماعية في ظل اقتصاد متقلب: يذهب الفكر الاقتصادي

الحديث إلى مفهوم دولة الرعاية الاجتماعية - وهذا بعد الحديث عن الدولة الصناعية الكبرى - وتهدف دولة الرعاية إلى تكوين صمام الأمان الضروري للحد من الآثار السلبية للعولمة على الفقراء في العالم، فيقع على عاتق الدولة تحقيق العدل وتوفير الكفاية للفرد والمجتمع في مجال الحياة الاقتصادية⁽⁹⁾ وهذا باعتبار أن العالم يسير نحو شمولية النظام الرأسمالي الليبرالي الذي يعتمد على الحرية الفردية والمبادرة الخاصة، أي العودة إلى النشاط الاقتصادي الذي يسمح بالثراء الواسع للأفراد ولو على حساب المجتمع، وهذا ما يجعل الطبقات الضعيفة تعيش حد الكفاف لا حد الكفاية.

وعلى المستوى الكلي فإن المجتمعات الفقيرة المتوجهة نحو اقتصاد السوق تحتاج إلى تدعيم دور الدولة الإيجابي في الاقتصاد بما يحمي الطبقات الفقيرة، والتي يجب أن تُرعى حقوقهم كما تُرعى وتضامن ملكية الأغنياء من الاعتداء والسرقة والإتلاف.

إن تباطؤ الاقتصاد العالمي يؤدي إلى إلحاق الضرر بالطبقات الفقيرة، وهذا إما بالتسريح من العمل، بما يرفع معدلات البطالة، أو بتخفيض أجورهم بما يضعف القدرة الشرائية لديهم، الأمر الذي يحتم على الدولة تحسين شبكات الأمان الاجتماعي، أي البرامج التي تمنع الضرر الكلي على الفقراء في الحالات التي تظهر فيها الأزمات الاقتصادية، وأن تكون تلك السياسة السمة الدائمة لاقتصاديات البلدان النامية، التي تعاني الضعف في الأداء وعدم القدرة على المنافسة، هذا ما يساعد البلدان الفقيرة على تخفيض أعداد الفقراء وتحقيق المزيد من منافع العولمة مع تقليل مخاطرها⁽¹⁰⁾.

ويرى البنك الدولي في تقرير له⁽¹¹⁾: أن نسبة سكان العالم المحميين في أي من الأوقات في إطار شبكات أمان حكومية تقل عن ربع عدد سكان العالم. وتقل نسبة من يمكنهم التعويل على مدخراتهم أو أراضيهم أو أصولهم الخاصة الأخرى للتصدي لأزمات كتراجع النشاط الاقتصادي، أو الحرب الأهلية، أو الكوارث الطبيعية. والواقع أنه بين عامي

1990 و1997، شهد ما يزيد عن 80 ٪ من كافة البلدان النامية سنة واحدة على الأقل من معدلات نمو سلبية نتيجة لهذه النكسات.

أي أنه بسبب ضعف دخل الطبقات الفقيرة في الدول النامية، يكون ادخارها سالباً أو معدوماً في أحسن الأحوال، وحسب النظرية الكينزية فإن الاستهلاك والادخار يتبعان الدخل المتاح، وبوجود الاستهلاك التلقائي لدى الطبقات الفقيرة لا يمكن أن يكون لها ادخار، بل تستهلك من مدخرات الآخرين، وبالتالي يستهلك كل الدخل لدى هذه الطبقة، ويتعدى ذلك إلى الاستدانة، فإذا ما حدثت أزمة اقتصادية تؤدي إلى انعدام الدخل أو تراجعها لدى هذه الفئة من المجتمع، لا يمكنها المحافظة على مستوياتها الاستهلاكية السابقة وهذا بسبب عدم وجود مدخرات لديها .

يبين هذا أن الأزمات الاقتصادية تصيب أكثر الطبقات محدودة الدخل، والتي أولى لها الإسلام عناية خاصة استناداً لأصل كرامة الإنسان، وحفاظاً على تماسك المجتمع، وثبات المستوى الاستهلاكي في فترات انكماش الاقتصاد بسبب تراجع الطلب، وتستخدم في ذلك أدوات التكافل الاجتماعي، وكذا التحويلات من الدولة للطبقات المحرومة، وتمثل الزكاة الأصل في ذلك، وقد كان بيت المال في الدولة الإسلامية يحافظ على المستوى المعيشي للفقراء بمنحهم الأموال اللازمة حسب الحاجة، حتى أن عمر بن الخطاب رضي الله عنه قد أعطى مالا لكل مولود جديد .

وفي الجهة المقابلة نلاحظ أن برامج الحماية الاجتماعية في البلدان مرتفعة الدخل ازداد بثبات واستمرار، تقدم منذ ولادة مفهوم دولة الرعاية الاجتماعية، وهي التي تتولى رعاية فقراء المجتمع بوسائل مختلفة خاصة في أوقات الأزمات الاقتصادية ⁽¹²⁾، هذا بالإضافة إلى نشاط الجمعيات الخيرية وتقديمها يد المساعدة للفقراء والمحتاجين .

في حين تمثل الرعاية الاجتماعية في العديد من البلدان النامية، وسيلة لتخفيف المعاناة على الطبقات المحرومة فقط في فترات الكوارث الطبيعية، وقد تكون في كثير من الأحيان مساعدات رمزية، أي لا تعتمد الدولة على تقديم المساعدات الاجتماعية والاقتصادية إلا في حالات الضرورة القصوى، فهي إذن إجراءات تتخذ لضمان حياة الأفراد فقط، ولا تسعى تلك الإجراءات لتحقيق التنمية البشرية، واستخدام آليات الحماية الاجتماعية في أوقات الطوارئ لا يحقق الهدف الذي تسعى لتحقيقه التحويلات الاجتماعية في الدول المتقدمة، إضافة لذلك فإن ما تحققه عناية تلك الدول هو المحافظة على الموارد البشرية في كامل طاقتها، بينما الدول المتخلفة تسعى من خلال عنايتها إلى إبقاء المحرومين على قيد الحياة، وبعد ذلك توضع تلك البرامج التدخلية جانباً عقب انتهاء الأزمة، ويُعتبر ذلك علاجاً مؤقتاً لمشاكل اقتصادية ناتجة عن كوارث طبيعية .

إن المحافظة على مستوى أدنى يدعى حد الكفاف والعفاف، كان الشغل الشاغل عبر العصور للكثير من الحضارات والدول فقد رغب الفلاسفة القدامى في انشاء دولة القانون، كما

عبر أريسطو وأفلاطون وسقراط وغيرهم رغبة في انشاء المدينة الفاضلة التي يسودها العدل والسلام، ويحي فيها المجتمع الذي توفره حكومته كل متطلبات الحياة، إلا أن واقع هذه الحضارات التي بنيت على الرقبة والاستعباد حالت دون تحقق الحياة المثالية المزعومة. لتأتي في مابعد دولة الاسلام التي تحققت فيها أسمى معاني المدينة المثالية من خلال ما حققت وكفلت للمجتمع كل معاني العدل والانصاف والسلام .

أما الرعاية الاجتماعية في الإسلام فإنها تُعتبر ركنا أساسيا من أركانه في كل الأحوال الاقتصادية⁽¹³⁾، وهذا نظرا لكون اختلاف مستويات المعيشة أمر واقعي، ولا يمكن لأي نظام اقتصادي أن يدعي التساوي بين مختلف طبقات المجتمع في المستوى المعيشي، ووجود فريضة الزكاة يؤكد ذلك، " فقد فرض الإسلام على الأغنياء من أهل كل بلد أن يقوموا بفقرائهم، ويجبرهم السلطان على ذلك إن لم تقم الزكاة بهم، فيوفرون لهم ما يأكلون من القوت الذي لا بد منه، ومن اللباس للشتاء والصيف بمثل ذلك، وبمسكن يحميهم من المطر والشمس وعيون المارة.

ويحذر البنك الدولي من أن أزمة شرق آسيا، التي ضربت الأسواق الناشئة، لا تبرز الضرورة الملحة لحماية الفقراء والمعرضين للمعاناة أثناء فترات الاضطراب والتغيير الاقتصادي فحسب، بل تبيّن أيضا ضرورة وجود شبكات الأمان الاجتماعي قبل حدوث الأزمة لتعظيم فرص نجاح هذه الشبكات⁽¹⁴⁾.

وتعتبر وسائل التكافل الإسلامي من صدقات وأوقاف وكفارات وتفتيت الثروة بالميراث، والتزام الدولة بتوفير حد الكفاية للفئات الفقيرة في المجتمع، كلها وسائل دائمة للرعاية الاجتماعية، والمحقة لصمام الأمان الذي ينادي به البنك الدولي، إذ عند وقوع أزمة، قد يكون من الصعب على الحكومات العثور سريعا على التأييد السياسي والأموال والخبرة اللازمة للاستجابة للطوارئ الاجتماعية، وكثيرا ما كانت الأزمات الاقتصادية سببا في حدوث أزمات سياسية عنيفة تؤدي إلى اختلالات هيكلية على كل المستويات .

وعليه يجب أن تصبح شبكات الأمان والحماية الاجتماعية في مختلف الدول السمة البارزة في واجبات الدولة تجاه رعاياها، وتمثل المعيار الأساسي للعمل على تحسين المستويات المعيشية في البلدان النامية، وهذا في ظل ازدياد مشاركة هذه البلدان في الاقتصاد العالمي، خاصة وأن نسبة مشاركتها ضعيفة جدا، بما لا يسمح لها من تحقيق مستويات مرتفعة من الدخل الوطني .

كما ينبغي أن يكون الغرض الإنمائي للحماية الاجتماعية متخطيا لدور الإنقاذ الدوري للفقراء والمعرضين للمعاناة، أي لا يكون مجرد تجاوز أزمة معينة، وإنما يجب أن يركز على إدماج الفقراء في النشاط الاقتصادي باستمرار، بما يضمن تحفيزا للنشاط الاقتصادي في فترات الرخاء، وصمام أمان للاقتصاد من مختلف الأزمات، وتمثل مشكلة

إدماج الفقراء في النشاط الاقتصادي أكبر المشاكل التي تواجه الدول المتخلفة، التي تخسر هؤلاء على مستويين : الأول يتعلق بمساهماتهم في الإنتاج وبالتالي في تكوين الدخل الوطني، والثاني يخص إنفاقهم الاستهلاكي .

يقول إدواردو دوريان، نائب رئيس البنك الدولي لشؤون التنمية البشرية⁽¹⁵⁾، ووزير التربية السابق في كوستا ريكا في الفترة 1994 - 1998 " أوضحت أزمة الديون التي حدثت في أمريكا اللاتينية في الثمانينات، كما أظهرت أزمة جنوب شرق آسيا التي حدثت في نهاية التسعينات (بداية من منتصف سنة 1997)⁽¹⁶⁾، سرعة انقلاب حياة الناس رأسا على عقب نتيجة الانكماش الاقتصادي الحاد

يؤكد ذلك أن الرخاء الاقتصادي في ظل اقتصاد متشابك القطاعات، لم يعد سمة دائمة، وبالتالي فإن انقلاب الأوضاع الاقتصادية من النمو إلى الانكماش ومن الانعاش إلى الركود، من شأنه أن يؤدي إلى أزمات اقتصادية واسعة، يتحمل ثقلها ذوي الدخل المحدود، وما لم يكن هناك برنامجا اجتماعيا دائما يحمي الطبقات الفقيرة من مثل هذه الأوضاع، كما أقره الإسلام من حقوق للفقراء في أموال الأغنياء، فإن الأزمات الاقتصادية من شأنها أن تؤدي إلى انحصار النشاط الاقتصادي بصورة أسرع، ويصبح الأمل في إيجاد حلول سريعة لتلك الأزمات ضعيفا، إضافة إلى توسع الأزمات الاقتصادية داخليا بسبب التشابك القطاعي .

بناءً على ما سبق تصبح الترتيبات العامة لأغراض معالجة المخاطر أكثر إلحاحا، إلا أنها في الدول النامية نادرة ومحدودة نطاق التغطية، وذلك لأسباب اقتصادية وأسباب أخرى . وحين لا تكون هناك ترتيبات غير رسمية أو ترتيبات مستندة إلى السوق لإدارة المخاطر، أو أنها معطلة أو غير عاملة، يجب على الحكومة أن تتيح أو تلزم المعنيين اعتماد برامج تأمين (اجتماعي) ضد المخاطر مثل: البطالة، الشيخوخة، إصابات العمل، العجز، والترمل والمرضى . ولهذا السبب، هناك قدر كبير من الإجراءات التدخلية العامة في تحقيق القدرة من أجل التغلب على المخاطر⁽¹⁷⁾. ولتحقيق ذلك يشترط أن تكون فترة الرواج الاقتصادي قادرة على توفير مناصب للعمل لطالبيه، مع توفير حد أدنى من الأجور يسمح لكل العاملين بتوفير المبالغ المالية اللازمة للتأمين.

3- صناديق التأمين الاجتماعي الجزائري ومجال التغطية الاجتماعية .

3- 1 صناديق التأمين الاجتماعي الجزائري: بدأ سنة 1958، لقد ظهر التأمين الاجتماعي في الجزائر سنة 1945، لكن التطبيق الفعلي⁽¹⁸⁾ ولقد أقر القانون رقم 07 - 1992 التقسيم الهيكلي لصناديق الضمان الاجتماعي الجزائري وفق:

3- 1 - 1 الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال والأجراء: "La caisse

"CNAS" nationale des assurances sociales des travailleurs salariés" par abréviation

والذي يتكفل بتأمين فئة العمال الأجراء كما هو وارد في تسميته.

3- 1- 2 الصندوق الوطني للتقاعد: "CNR" "La caisse nationale des retraités"

والذي يتكفل بصفة المتقاعدين عن العمل ماعدا المتقاعدين التجار

3- 1- 3 الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء: "La caisse

"CASNOS" "nationale de sécurité sociale des non salariés" والذي يكفل فئة التجار، الحرافيين، الصناعيين، الفلاحيين، وأصحاب المهن الحرة (الأطباء، المحامين، خبراء المحاسبة، الصيادلة وغيرهم).

3- 1- 4 الصندوق الوطني للتأمينات على البطالة: "La caisse nationale d'assurance

"CNAC" chômage" ويكفل هذا الأخير فئة العمال الذين يتعرضون للبطالة الاجبارية دون إرادتهم إما بسبب تعديل مستوى العمالة لدى مؤسساتهم، أو بسبب إفلاس هذه الشركات.

3- 1- 5 الصندوق الوطني للعطل المدفوعة الأجر والبطالة الناجمة عن سوء الأحوال

في قطاعات البناء والأشغال العمومية والري.

"La caisse nationale des congés payés et du chômage intempéries des secteurs du

bâtiment, des travaux publics et de l'hydraulique" "CACOBATH"

حيث يكفل هذا الصندوق عمال القطاعات المذكورة في تسميته (البناء، الري،

الأشغال العمومية) وذلك لخصوصية فترات عمل هذه القطاعات التي كثيرا ماتكون معطلة عن العمل لأسباب قد تنتج عن سوء الأحوال الجوية.

3- 2 الأخطار المغطاة من قبل صناديق التأمين الاجتماعي: (الأخطار العامة)

تؤدي هذه الصناديق كما سبقنا الإشارة وظيفة أساسية وهي تغطية الأخطار الاجتماعية والتي يمكن سردها في مايلي: المرض، الأمومة، العجز، الوفاة، التقاعد، حوادث العمل والأمراض المهنية كما أنه سيتم معالجة هذه الحقوق من خلال ما سوف يأتي ذكره.

3- 2- 1 الأخطار المغطاة.

3- 2- 2 الأشخاص المستفيدين.

3- 2- 3 الشروط المخولة لحق الأداء.

3- 2- 4 مستوى الأداء.

3- 2- 5 الأخطار الخاصة بالبطالة.

3- 2- 1 الأخطار المغطاة:

أ- التأمين على المرض: يحق للعمال التعويضات المختلفة المتعلقة بالمرض: هذه

التعويضات تتعلق بالمؤمنين وذويهم (ذوي الحقوق)، ويمكنهم الاستفادة من العلاجات المباشرة دون مقابل وذلك وفقا للإتفاقيات المبرمة بين الضمان الاجتماعي وممثلي الأطباء، الصيدليات، المؤسسات العلاجية وعمال سلك الشبه طبي.

إن الأداءات العينية للتأمين على المرض تتمثل في المصاريف التالية. (19)

- العلاج.
 - الجراحة.
 - الأدوية.
 - الإقامة بالمستشفى.
 - الفحوص البيولوجية والكهروديوغرافية والنظرية.
 - علاج الأسنان واستخلافها الإصطناعي.
 - النظارات الطبية.
 - العلاج بمياه الحمامات المعدنية والمتخصصة.
 - الأجهزة والأعضاء الإصطناعية.
 - الجبارة الفككية والوجهية.
 - إعادة التدريب الوظيفي للأعضاء.
 - إعادة التأهيل المهني.
 - النقل بسيارات الإسعاف وغيرها من وسائل نقل المرض.
 - الأداءات المتعلقة بتحديد النسل.
- ب - **التأمين على الأمومة**⁽²⁰⁾: تشمل الأداءات العينية للتأمين على الأمومة كفالة المصاريف المترتبة على الحمل والوضع وتبعاته حيث يغطي:
- مصاريف الطبية والصيدلانية.
 - مصاريف الإقامة بالمستشفى للأم والطفل المولود.
- ج - **التأمين على العجز**⁽²¹⁾: هذا التأمين يضمن للعامل معاشا للعجز يعطي للمنخرط الذي يتعذر عليه القيام بأي نشاط (سواء جزئيا مثل CNAS أو كليا مثل CASNOS) عند وفاة المستفيد من معاش العجز يحول معاش العجز إلى معاش لفائدة ذوي الحقوق. وفي سن التقاعد يحول معاش العجز إلى معاش التقاعد.
- د - **التأمين على الوفاة**⁽²²⁾: إن التأمين على الوفاة يهدف إلى إفادة ذوي حقوق المؤمن المتوفي من منحة تعرف بمنحة الوفاة.
- هـ - **التأمين على الشيخوخة**⁽²³⁾: يهدف التأمين على الشيخوخة إلى إفادة المؤمن بمنح مباشرة يمكن أن يضاف إليها زيادة الزوج المكفول، وبعد الوفاة تتحول منحة التقاعد إلى منحة التقاعد المنقول لذوي الحقوق.

أ. التأمين ضد حوادث العمل والأمراض المهنية:

■ **المستفيدون:** (24) يستفيد من أحكام هذا القانون كل عامل مؤمن له إجتماعيا

وكذلك:

- التلاميذ الذين يزاولون تعليما تقنيا.
- الأشخاص المزاولين للتدريب في دورة معدة لإعادة تأهيلهم العملي أو إعادة تكييفهم.
- الأشخاص المشاركون بدون مقابل في هيئات الضمان اجتماعي.
- اليتامى التابعون لحماية الشبيبة.
- المساجين أثناء العقوبة الجزائية.
- الطلبة.

■ الحوادث المعوض عنها:

يعتبر كحادث عمل كل حادث إنجرت عنه إصابة بدينة ناتجة عن سبب مفاجئ وخارجي وطارئ في إطار علاقة العمل: (25)

هذا الحادث يتمثل في: (26)

- القيام خارج المؤسسة بمهمة ذات طابع إستثنائي (أمر بمهمة).
- ممارسة عهدة إنتخابية.
- مزاولة الدراسة بانتظام خارج ساعات العمل.

■ شروط الإستفادة من التعويض:

كي يتم التعويض لا بد من توفير بعض الشروط والإجراءات وهي:

○ التصريح بالحوادث ويتم ذلك من قبل المصاب أو نائبه وذلك بعدم تجاوز الأربع وعشرين ساعة - ماعدا الحالات القاهرة والعطل - من وقت الحادث، أو من قبل صاحب العمل هيئة الضمان الإجتماعي لمفتش العمل. (27)

○ النظر في الملف.

○ معاينة الإصابة.

■ الأداءات: وتتم وفقا لعدة إعتبرات:

○ تصريح الطبيب.

○ تقدير مدة العجز.

○ المراقبة الطبية إن إقتضى الأمر لذلك.

وتتقسم هذه الأداءات إلى نوعين:

○ الأداءات عن العجز المؤقت وما يتطلب من شفاء المريض من علاج، أجهزة، إعادة

التأهيل الوظيفي، إدارة التكييف المهني.

- التعويضات اليومية (عن التوقف عن العمل تعويضا للأجر المفقود).
- في حالة العجز الدائم يمنح الضحية صحة العجز المشار إليها في النقاط السابقة وفقا للقواعد والأحكام المنصوص عليها.
- الأديات في حالة الوفاة: تقدم منحة الوفاة لذوي الحقوق المحددين وفقا للتشريع.

■ الأمراض المهنية:

- تصنف الأمراض المهنية إلى ثلاث أنواع: (28)
- ظواهر التسمم المرضية الحادة والمزمنة.
- العدوى الجرثومية.
- الأمراض الناتجة عن وسط أو وضعية خاصة.
- 3- 2 - 2 الأشخاص المستفيدين. (29) يقصد بالأشخاص المستفيدين طرفين إثنين:
- المؤمن عليهم.
- ذوي الحقوق.

حيث يتعلق الأمر بالأشخاص الطبيعيين الممارسين بالفعل نشاط تجاري أو مهني وفقا للشروط المحددة وفقا للتنظيم المعمول به:

أما ذوي الحقوق فهم الأشخاص الآتي ذكرهم:

أ - الزوج: حيث لا بد أن يكون عاطلا عن العمل ولا يتمتع بأي مدخول من نشاط مهني مأجورا أو غير مأجور.

ب - الأولاد المكفلون:

ج - الأصول: وهم والدي المؤمن وأصوله مهما صعدا، لما لا تتجاوز مواردهم الشخصية المبلغ الأدنى لمعاش التقاعد.

3- 3 - 3 الشروط المخولة في الحق للأداءات: للاستفادة من الأداءات المذكورة سابق لا بد من توفر بعض الشروط في المستفيد وهما نوعان:

- 1 - الشروط العامة بكافة الأخطار.
- 2 - الشروط الخاصة بكل خطر.

أ - الشروط العامة: وتتمحور حول نقطتين أساسيتين هما: (30)

- الإنتساب.
- التكليف.

أي أنه لاستفادة من كل الأداءات يجب على العامل أن يقوم بعملية الإنتساب والتسجيل في صناديق الضمان الاجتماعي للأجراء وغير الأجراء (حسب الحالة) المتمثلة إقليميا على كل التراب الوطني بواسطة الوكالات والفروع.

■ ثم دفع الإشتراكات وما يترتب عنها (من العقوبات والزيادات على التأخير)⁽³¹⁾
ب. الشروط الخاصة:

فاستثناء التأمين على المرض والأمومة التي تحتفظ بنفس الشروط، فالأخطار الأخرى لها شروط خاصة بها حيث يعطى الحق في الأداءات والتعويضات العينية شريطة أن يكون طلب التسجيل قد تم قبل خمس عشرة يوما على الأقل من تاريخ تلقي العلاج.⁽³²⁾

■ **التأمين على العجز:** للاستفادة من معاش العجز يجب على المنخرط الإستجابة إلى الشروط التالية:⁽³³⁾

○ أن يكون مصابا بعجز كلي ونهائي يجعله غير قادر مطلقا على الاستثمار في ممارسة أي مهنة.

○ تنطلق عملية الإستفادة من التأمين على العجز بعد إنقضاء أجل ستة أشهر من التاريخ الذي يلحق أو يلي المعاينة الطبية للمرض أو الحادث أو أي إصابة أخرى نتج عنها العجز.
 ○ يستمر العاجز الإستفادة من هذه المنحة حتى بلوغ السن القانونية للمعاش.
 ○ أن يكون مسجلا على الأقل منذ سنة قبل تايخ المعاينة الطبية للمرض أو الحادث أو الإصابة المتسببة في حالة العجز.

■ **التأمين على الوفاة:** يشترط إضافة إلى الشروط العامة المذكورة سالفا وجوب ممارسة النشاط من قبل المنخرط عند الوفاة.

■ **التأمين على الشيخوخة(التقاعد):** وتنتظر في هذا المجال إلى نوعين من التأمين:
معاش التقاعد:

وحتى يستفيد المتقاعد من المعاش يجب عليه أن تتوفر فيه الشروط التالية:⁽³⁴⁾
 ○ توفر السن القانونية للتقاعد (60 رجال - 55 نساء) بالنسبة للعمال الأجراء و(65 رجال، 60 نساء) بالنسبة للعمال غير الأجراء.
 ○ القيام بعمل فعلي ودفع الإشتراكات خلال فترة تقدر على الأقل بـ 15 سنة.
 ○ كما يستفيد المتقاعدين الذين يمتلكون صفة المجاهدين في صفوف جبهة التحرير الوطني إبان الثورة أو أبناء المجاهدين من مزايا أخرى هي:⁽³⁵⁾
 ○ السن المطلوب لإفادة من معاش التقاعد مخفض بـ 05 سنوات.
 ○ نسبة 10 % إضافية لكل سنة عن العجز الناجم عن الثورة.
 حيث تحسب سنوات المشاركة الفعلية في حرب التحرير الوطني بضعف مدتها وذلك لإنشاء الحق في معاش التقاعد.

منحة التقاعد:

يستفيد العامل الأجير أو غير الأجير على حد سواء ببلوغ السن الشرعية للتقاعد والذي لم يستوفى شروط مدة العمل الفعلي من منحة التقاعد. وللحصول عليها لا بد من بلوغ السن القانوني السابق الذكر، كما يشترط التصديق على 05 سنوات على العقل (العمل لمدة لا تقل عن 05 سنوات).

3- 3- 4 مستوى الأداءات: عموماً هناك صيغتان للتكفل بمصاريف العلاج الطبي للمؤمن أو لذويه وهما:

■ أن يسدد المعني بمصاريف العلاج ثم يطلب التعويض لدى الصندوق المؤهل إقليمياً.
 ■ أن يقصد المؤمن أو ذوي الحقوق المصالح الطبية والصيدلية الخاصة أو العمومية التي تربطها إتفاقيات مع الصندوق للاستفادة المجانية من العلاج ومتطلباته حيث لا يدفع المعنيون أي تكلفة.

ويختلف مستوى الأداء بحسب الخطر المغطى وطبيعة العلاج:

أ - التأمين على المرض:

■ تختلف نسبة التعويضات حسب القانون الساري من 80 % إلى 100 %.⁽³⁶⁾
 تطبيق نسبة 80 % بالنسبة للعمال والعمال الغير أجراء لمختلف التعويضات على المرض والدواء، إضافة للمعالجة بالحمامات المعدنية والمعالجة المتخصصة على المنتجات الصيدلانية.
 ■ كما تطبق نسبة 100 % بالنسبة للعمال الأجراء الذين يثبتون إنتمائهم للتعاقدية العامة للعمال (METUEL) الي تتكفل باكمال 20 % المتبقية.

ب - التأمين على الأمومة: تعوض بنسبة 100 % كل المصاريف المتعلقة على أساس ما يحدده القانون وذلك في ما يتعلق بـ:

■ المصاريف الطبية والصيدلانية.
 ■ مصاريف إقامة الأم والمولود في المستشفى لمدة أقصاها ثمانية أيام، وتخفيض هذه النسبة إلى 80 % في الحالات التالية:

■ الإعلام بحالة الحمل والمعاينة الطبية للضمان الإجتماعي المعنية قبل ستة أشهر على الأقل من تاريخ الوضع.⁽³⁷⁾

■ يجب على الحامل إجراء بعض الفحوص الطبية التي تسبق الولادة أو التي تلجأ لها:
 ■ فحص طبي كامل قبل إنتهاء الشهر الثالث من الحمل (تقديم الوثائق اللازمة).
 ■ فحص قبالي خلال الشهر السادس من الحمل (تقديم الوثائق اللازمة).
 ■ فحصان مختصان بأمراض النساء أحدهما قبل أربعة أسابيع من الوضع والثاني بعد ثمانية أسابيع من الوضع.

ج. التأمين على العجز: (38) يحدد المبلغ السنوي لمعاش العجز 80 % من الدخل السنوي الخاضع للإشتراك ويساوي حوالي ثلثي مرات من الدخل السنوي للأجر الوطني الأدنى المضمون (S.N.M.G).

في حالة عدم التمكن من تحديد الدخل الخالي للضريبة يتم اللجوء وطبقا للتشريع الخاص بالضمان الاجتماعي إلى رقم الأعمال الجبائي.

ولا يقل حاليا المبلغ السنوي لمعاش العجز عن 75 % من المبلغ السنوي للأجر الوطني الأدنى المضمون.

د. التأمين على الوفاة: (39) يقدر مبلغ منحة الوفاة الدخل السنوي الخاضع للإشتراك كما هو مبين أعلاه، أو الدخل الشهري اثنا عشر مرة بالنسبة للأجير.

وفي كل الحالات لا يمكن أن يقل عن الحد الأدنى (حسب وظيفية المنخرط).

■ المنخرط النشط اثنا عشر مرة من (S.N.M.G).

■ المنخرط غير النشط: 75 % من المبلغ السنوي للأجر الوطني الأدنى المضمون (S.N.M.G).

هـ. التأمين على الشيخوخة: يحسب معاش التقاعد على أساس ثلاث نقاط:

○ عدد سنوات الإشتراك.

○ النسبة لكل سنة قابلة للتصفية.

○ أساس حساب المعاش.

■ **عدد سنوات الإشتراك:** للإستفادة من معاش التقاعد يمكن للعامل الإعتماد على جميع الفترات التي قضاه في النشاط المأجور أو غير المأجور على شرط تسديد كل إشتراكاته.

وحساب معاش التقاعد يقوم كل من الصندوق الوطني للتقاعد CNR والصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء CASNOS، كل واحد فيما يخصه الإعتماد وتصفية حقوق المستفيد وذلك حسب عدد سنوات الإشتراكات المسددة بموجب كل من النظامين.

■ **نسبة الإستحقاق السنوي القابل للتصفية:** (40) لكل سنة إشتراك معتمدة تساوي السنة المحددة بـ 2,5 % من الدخل السنوي الخاضع للإشتراك الذي يأخذ كأساس لحساب المعاش.

ولا بد أن يدرج ضمن هذا الحساب مختلف القوانين والتشريعات الخاصة بالحالات كالمجاهدين، أبناء الشهداء ومعطوبي الحرب.

■ **أساس حساب المعاش:** يتكون الأساس الذي يعتمد كقاعدة لحساب معاش التقاعد من المعدل المحسوب من جميع السنوات العشر (10) التي تلقى فيها أفضل المداخل السنوية الخاضعة للإشتراك.

ويحتسب وفقا لما أشير له سابقا، كما أن العامل الأجير عليه أن يثبت دفع إشتراكات إثنا وثلاثون (32) سنة (41) من النشاط من بينها 10 سنوات أحتسبت على أساس الحد الأقصى من الإشتراك.

أما بالنسبة للتاجر فعليه أن يثبت خمسة عشر سنة من الإشتراك على الأقل. يحدد القانون نسبة 75 % من الأجر السنوي الوطني الأدنى المضمون كأقل تقدير، ويصل إلى 80 % من SNMG بتحقيق الشروط السابقة. كما تحدد معاشات التقاعد للمجاهدين التي تساوي مرتين ونصف (2,5) مبلغ الأجر الوطني الأدنى المضمون. (42)

ونشير أخيرا إلى أن المزايا والأداءات المستحقة التي تدفعها صناديق الضمان الإجتماعي المعنية معرضة للتقادم إذا لم يتم صاحبها بطلبها.

○ مدة التقادم بالنسبة للأداءات العينية ومنحة الوفاة هي أربع سنوات.

○ مدة التقادم بالنسبة للمعاشات والعجز هي خمس سنوات.

○ كما يمكن الاعتراض على قرارات الصندوق من خلال وسائل الطعن المحددة قانونيا.

○ المنازعات العامة من خلال لجنة الطعن المسبق CRP.

○ المنازعات الطبية والمتعلقة بالحالات الطبية للمستفيدين وذوي حقوقه.

3- 3- 5 الأخطار الخاصة المغطاة من طرف "CNAC": يقصد بالأخطار الخاصة في

هذا المجال ما إستحوذت به "CNAC" من تغطية الأخطار عن غيرها من الصناديق الأخرى ونعني بذلك:

أ . منحة البطالة: هذه المنحة موجهة للأجراء الذين يفقدون عملهم بصفة لا إرادية لأسباب إقتصادية ويدخل ضمن ذلك: (43)

■ القواعد والإجراءات التي تحكم اللجوء إلى إعادة ضبط مستويات الشغل لأسباب إقتصادية.

■ طبيعة المساعدة ومستوياتها وأشكالها التي يمكن أن تمنحها السلطات العمومية

للمحافظة على الشغل وترقيته.

ب . التقاعد المسبق: يشترط في التقاعد المسبق الذي قد يكون حتى لمدة عشر

سنوات (44) مجموعة من الشروط أهمها:

■ عدم الإنقطاع المؤقت بسبب البطالة التقنية أو التقلبات المناخية أو العجز الدائم أو المؤقت. (45)

■ ان لا يكون العامل ذو عقد عمل محدود. (46)

■ أن يبلغ سن الخمسين أو الخمس وأربعين للرجال والنساء على الترتيب. (47)

■ جمع عشرين سنة على الأقل.

■ أن يورد إسمه في قائمة العمال المراد تسريحهم.

■ عدم إستفادته من أي دخل أو ممارسة نشاطا مهنيا آخر.

■ إستفيد العامل بعد إنقضاء مدة البطالة إن لم يدمج في الحياة العملية من التقاعد المسبق.

كما يحتفظ الأجراء المحالون على التقاعد المسبق وذوو حقوقهم زيادة عن المعاش الممنوح الإستفادة⁴⁸ من الأداءات العينية على المرض، الأداءات العائلية، ورئسماال الوفاة (منحة الوفاة). في محصلة ماتم التطرق إليه سابقا نقول أن شركات التأمين الاجتماعي مؤسسات مالية ذات طابع اجتماعي، تتلقى اشتراكات من قبل المنخرطين حسب الفئات وتقوم بتمويل فروع التأمين ونفقاتها الخاصة من جهة، ومن جهة أخرى فهي توظف الفوائض لدى البنوك أو في مشاريع استثمارية مختلفة

وبذلك تكون هذه المؤسسات سببا في:

- امتصاص البطالة عن طريق الاستثمار وزيادة الادخارات .
- الزيادة في مستويات الانتاجية لما يتحقق من أمن اقتصادي للأفراد والمشروعات .
- اعادة توزيع الدخل من خلال تقليص الفوارق المتباينة في هذه المستويات.
- حماية العمال من تبعات البطالة الاجبارية .
- تقديم خدمات تأمينية متعددة من خلال المزيج التسويقي التأميني المقدم.

4. العقبات المطروحة على مستوى هذه المؤسسات مع بعض الوقفات العلاجية

في الحقيقة إن هذه الصناديق تعاني مجتمعة- وخصوصا الهيكلة الحالية - من مجموعة من العقبات والمشاكل التي أثقلت كاهلها وحالت دون رقي خدماتها إلى المستوى المنشود في تحقيق الأمن الاجتماعي وبالتالي الأمن القومي ومن جملتها نذكر:

- القوانين الأساسية التي لازالت تسيير هذه الأنظمة لحد الساعة والممتدة أساسا من فترة الرخاء الاقتصادي والاتجاه الاشتراكي وأقصد بذلك القوانين 83- 11 والمتعلق بالتأمينات الاجتماعية:

83 - 12 والمتعلق بالتقاعد

83 - 13 والمتعلق بحوادث العمل والأمراض المهنية.

83 - 14 والمتعلق بالتزامات المكلفين .

83 - 15 والمتعلق بالمنازعات في الضمان الاجتماعي.

- مشاكل خاصة بالهيكل والعقارات، باعتبار أن النظام مر بإنقسامات متعددة ومختلفة والتي مازال عرضة لها لحد الساعة من خلال اعادة تقسيم صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الاجراء إلى صندوقين أحدهما للتحصيلات والثاني للتعويضات، هذه التقسيمات تطرح إشكال حول إعادة تقسيم الهياكل بين هذه المؤسسات المتولدة .

- ضعف المؤهلات العلمية لعمال القطاع، حيث تشير احصائيات سنة 2003 الخاصة بالصندوق الضمان الاجتماعي للعمال الاجراء أن المؤهل العلمي لعمال القطاع موزعة كمايلي:

0من عمال القطاع حاصلين على دراسات جامعية. 05%

○ من عمال القطاع دون المستوى الجامعي 95%

- بالإضافة إلى ماسبق ذكره عدم تمظيم دورات تدريبية و تكوينية للعمال واضحة المعالم، حيث أن هذه الدورات تكون في الغالب غير منظمة، ولا تتناسب مع متطلبات العمل. ❖
- ضعف أنظمة التحفيز والعلاوات والترقية مما لا يشجع العمال على التفاني في أداء وظائفهم.
- وقد يلاحظ الكثير من المشتركين ضمن هذه المؤسسات سوء الاستقبال والتوجيه من قبل بعض العمال والاطارات، حيث أن معظم الموظفين الذين يستقبلون المنخرطين هم مادون مستوى التعليم المتوسط.
- البيروقراطية بمعناها السلبي، وسوء الخدمات المقدمة خصوصا فيما يتعلق بالتقاعد المنقول ورئسما الوفاة.
- كثرة الفساد والاختلاسات وذلك بسبب التداخل في المهام والوظائف.
- عدم التحكم في نظام المتابعة والرقابة وهو مفسر لنسبة التحصيلات التي لا تتجاوز (35) من اجمالي الاشتراكات الحقيقية.
- غياب ثقافة التأمين لدى المجتمع الجزائري والمجتمعات الأخرى بصفة عامة وذلك إما بسبب عدم التعريف بدور هذا النظام وتحسيس الأفراد بضرورته وأهميته من جهة، ومن جهة أخرى عدم لمس الاستفادة الفعلية من مزاياه، وطول مدة الانتظار لتحقيق الاستفادة الفعلية، وقد تكون في الكثير من الاحيان غير متناسبة مع حجم الضرر المتحقق، أو لثقافة المجتمع خصوصا الاسلامي منه الذي يعتقد بعدم مشروعية وجواز النظام أساسا.
- التزايد اللامتكافئ بين الإيرادات المتباطئة والنفقات المتزايدة والمتسارعة.
- في الواقع إن الطابع لهذه الشركات هو تضامني اجتماعي، لكن الملاحظ أن هذه المؤسسات قد أصبحت تهتم فقط بالمداهيل التي صارت الشغل الشاغل لأذهان مسيبرها.
- عدم التنسيق الجيد بين هذه الصناديق لتقديم الخدمات خصوصا فيما يتعلق بالخدمات المشتركة.
- عدم وجود هيكل تنظيمي واضح وصريح لهذه المؤسسات وعدم وضوح المسؤوليات.
- الاستخدام النسبي وغير المنظم لنظم المعلومات والاعلام الآلي.
- عدم تقديم احصائيات فعلية وعاكسة للواقع بسبب ضعف الأجهزة والمصالح المعدة لهطه التقارير.

ورغم الجهود المبذولة من قبل المسيبرين الكفاء في محاولة للقضاء ولو نسبيا على كل هذه العراقيل تبقى هذه المؤسسات تتخبط داخل أزمة حقيقية، حيث أن نمو وإستمرارية وبقاء هذه المؤسسات مرهون بقاعدة جوهريه وهي: الاشتراك مقابل الخدمات، وأمام الإزدياد في العزوف عن

دفع الاشتراكات من سنة لأخرى فإنه لابد من العمل بجدية ليجاد سبل كفيلة من شأنها دفع عجلة هذه المؤسسات مجددا حتى تؤدي الأدوار المنوطة بها على أكمل حال .
و على ضوء ماسبق ذكره نسرد في الأخير جملة من الاقتراحات التي نراها ضرورية للنهوض بالقطاع قدما إلى الأمام والتي نلخصها في ثلاثة محاور أساسية :

1- فيما يتعلق بتحصيل الاشتراكات:

- إعادة النظر في مختلف مستويات الاشتراك وتخفيفها إلى أقصى قدر ممكن.
- تقديم تسهيلات أكبر في كفيات التسديد (الآجال القانونية، الأقساط، إعفاء المتقاعدين النشطين من دفع الاشتراكات).
- الاعفاء من زيادات وغرامات التأخير الفترات القديمة .
- التخفيف من الاجراءات البيروقراطية والسرعة في معالجة الملفات وبالتالي القيام بالتعويضات في أحسن الآجال.

2- فيما يتعلق بنظام التعويضات:

- وجوب تدخل الدولة لدعم منح التقاعد.
- السرعة والدقة في معالجة الملفات.
- تدعيم أوسع للدفع عن طريق الغير (بطاقات الشفاء).
- مراجعة سن التقاعد ورفع المنح.
- تطوير النشاط الصحي الاجتماعي.

3- فيما يخص الاجراءات المختلفة :

- تطوير منظومة الاتصال.
- مراجعة بعض القوانين ومحاولة إثرائها.
- إعادة فتح مراكز الدفع النقدي، بشرط المراقبة الصارمة .
- تطوير شبكة الاعلام الآلي.
- تنظيم دورات تدريبية للعمال بما يتناسب وإهتمامات المؤسسة وكذلك متطلبات التسيير العصري للمنظمات.

المراجع المعتمدة في البحث

1 - باللغة العربية

- 1- ابن حزم المحلى، « تحقيق لجنة إحياء التراث العربي»، دار الآفاق الجديدة، بيروت لبنان، (بدون تاريخ)، جزء 6.
- 2- أحمد يوسف الشحات، "الأزمات المالية في الأسواق الناشئة"، مع إشارة خاصة لأزمة جنوب شرق آسيا، دار النيل للطباعة والنشر، المنصورة، جمهورية مصر العربية، 2001.

- 3- رفيق سلامة، "شرح قانون الضمان الاجتماعي"، بيروت - لبنان، 1996.
- 4- رفيق يونس المصري، "أصول الاقتصاد الإسلامي"، دار القلم، دمشق، الدار الشامية، بيروت 1999.
- 5- زياد رمضان، "مبادئ التأمين - دراسة عن واقع التأمين"، دار الصفاء للنشر، عمان - الأردن، 1998.
- 6- سامي عفيفي حاتم، "التأمين الدولي"، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة - مصر، 1986.
- 7- ضياء مجيد الموسوي، "العولمة واقتصاد السوق الحرة"، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، الطبعة الثانية 2005.
- 8- عادل عبد الحميد عز: تأمينات الحياة - المبادئ النظرية والأسس الرياضية - دار النهضة العربية - بيروت - لبنان 1967.
- 9- عادل عبد الحميد عز: التأمينات الاجتماعية - المبادئ النظرية والعلمية، دار النهضة العربية - بيروت - لبنان 1969.
- 10- عامر سلمان عبد الملك: الضمان الاجتماعي في ضوء المعايير الدولية والتطبيقات العملية، منشورات الحلبي الحقوقية - بيروت - لبنان المجلدين الأول والثاني 1998.
- 11- عبد الحي حجازي: التأمين - دار النهضة العربية - بيروت - لبنان 1958.
- عبد الودود يحي "أصول التأمين البري الخاص" دار النهضة العربية، بيروت - لبنان، 1976،
- 12- محمد المبارك، "نظام الإسلام، الحكم والدولة"، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان 1974
- 13- مختار الهانس، ابراهيم عبد النبي حمودة، "مقدمة في مبادئ التأمين بين النظرية والتطبيق"، الدار الجامعة، الإسكندرية - مصر، 2000.
- 14- منير إبراهيم هندي، "أزمة البورصات العالمية في أكتوبر 1997، الأسباب والنتائج، تحليل اقتصادي وشرعي"، سلسلة المنتدى الاقتصادي، المنتدى رقم 3، مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي، جامعة الأزهر، القاهرة 22 نوفمبر 1997.
- 15- البنك الدولي، تحسين شبكات الأمان لتحقيق منافع العولمة للقراء في العالم، تقرير للبنك الدولي جانفي 2001، media.worldbank.org
- 16- الانترنت www.Elbayane.info.com
- 17- مجلة الاقتصاد والأعمال - العدد 331 لجويلية 2007.
- 18- قانون الضمان الاجتماعي (يضم كل النظم والتشريعات القانونية المنظمة لنظام الضمان الاجتماعي الجزائري)، طباعة الرهان الرياضي الجزائري، 2007.

2- المراجع باللغة الفرنسية

19-LARBI Lamri, « le système de la sécurité sociale en algerie » OPE, 2004

20-Chafia Saadi – Badreine Slaim: le système tiers payant – PGS – ecole superieur de securite sociale, Alger ,2001.

21-Djamel Bouraoui: l'assurance maladie des professions indépendantes, PGS , ESSS , Alger 2001

22-Nouredine Mezenner: étude du contrôle employeur et les cotisations – PGS. ESSS. Alger , 1999, P 15.

الملحق: جدول ترتيبى لأوائل شركات التأمين العربية من حيث أقساط التأمين المحصلة لسنتى 2005 - 2006
الوحدة مليون دولار

الأرباح الصافية 2006	نسبة النمو %	أقساط سنة 2006	أقساط سنة 2005	البلد	اسم الشركة	الرتبة لسنة 2005	الرتبة لسنة 2006
124.86	16.36	466.64	401.03	السعودية	شركة التعاونية للتأمين	1	1
106.66	62.59	327.63	201.50	قطر	شركة قطر للتأمين	4	2
55.20	30.61	284.64	217.94	الامارات	شركة عمان للتأمين	3	3
81.71	18.22	267.15	225.97	الامارات	شركة أبو ضبي الوطنية	2	4
29.00	63.09	243.94	149.57	الكويت	شركة الخليج للتأمين	6	5
49.59	27.67	178.54	139.84	الامارات	الشركة الاسلامية العربية للتأمين(اياك).	7	6
16.57	71.93	165.58	96.31	قطر	القطرية العامة للتأمينات واعادة التأمين	11	7
11.88	2.47	160.32	156.45	تونس	الشركة التونسية للتأمين اعادة التأمين ستار	5	8
25.88	42.63	151.92	106.52	الامارات	شركة المشرق العربي للتأمين	10	9
49.86	15.05	149.30	132.07	الامارات	شركة العين الأهلية للتأمين	8	10
11.87	22.45	107.60	87.87	عمان	ظفار للتأمين	14	11
32.68	22.16	104.64	85.66	الامارات	شركة البحيرة الوطنية للتأمين	16	12
16.78	4.71	98.57	94.14	الكويت	شركة الكويت للتأمين	13	13

28.54	18.64	93.95	97.19	الكويت	شركة وربة للتأمين	17	14
22.62	8.82	93.27	85.72	الامارات	شركة الامارات للتأمين	15	15
48.90	-11.70	84.90	96.15	الكويت	الشركة الأهلية للتأمين	12	16
3.19	51.65	82.21	54.21	الامارات	شركة الصقر الوطنية للتأمين	22	17
12.54	19.09	74.14	62.26	البحرين	شركة البحرين الوطنية للتأمين	18	18
9.27	20.00	71.43	59.53	البحرين	الشركة البحرينية الكويتية للتأمين	19	19
6.35	28.12	58.14	45.38	الامارات	شركة رأس الخيمة الوطنية للتأمين	24	20
9.77	33.60	57.46	43.01	قطر	شركة الخليج للتأمين واعداد التأمين	26	21
0.06	54.85	56.91	36.75	الامارات	الشركة الوطنية للتأمينات العامة	28	22
7.93	54.15	55.46	35.98	قطر	شركة الدوحة للتأمين	29	23
4.14	7.86	51.34	47.60	عمان	الشركة العمانية المتحدة للتأمين	23	24
11.43	24.31	51.16	41.16	الامارات	شركة الظفرة للتأمين	27	25
5.82	18.28	51.04	43.15	تونس	استري للتأمين	25	26
-3.74	74.14	45.00	25.84	الامارات	شركة دبي الاسلامية للتأمين (أمان)	36	27
10.07	37.90	42.19	30.60	قطر	الشركة الاسلامية القطرية للتأمين	32	28
-10.30	29.39	34.31	26.52	الامارات	شركة الوثبة القطرية للتأمين	34	29
3.28	4.88	32.42	30.91	مصر	قناة السويس للتأمين	31	30
1.86	21.44	31.25	25.74	الأردن	شركة الشرق العربي للتأمين	27	31
9.14	33.41	29.04	21.77	الامارات	شركة اللينس للتأمين	40	32

6.89	-8.26	28.04	30.56	الكويت	الشركة الأولى للتأمين التكافلي	33	33
2.07	23.93	27.86	22.48	الأردن	التأمين الأردنية	39	34
5.68	6.91	24.67	23.07	الأردن	شركة الشرق الأوسط للتأمين	38	35
5.05	29.60	24.41	18.84	الأردن	الشركة الأردنية الدولية للتأمين	44	36
3.49	29.14	24.39	18.89	مصر	دلتا للتأمين	42	37
6.78	27.07	23.97	18.86	البحرين	شركة التأمين الأهلية	43	38
2.20	62.31	23.70	14.60	الامارات	شركة أبو ضبي الوطنية للتكافل	51	39
0.53	65.23	22.62	13.69	الأردن	المجموعة الألمانية العربية للتأمين	54	40
22.09	23.57	21.59	17.47	الامارات	شركة الخزانة للتأمين	47	41
-19.49	14.37	21.19	18.53	الامارات	شركة الشارقة للتأمين	45	42
4.59	00.00	20.91	20.91	مصر	المهندس للتأمين	41	43
1.93	28.04	20.76	16.21	الامارات	شركة التأمين المتحدة	49	44
-5.73	13.18	20.35	17.98	الأردن	الشركة الأردنية الفرنسية للتأمين	46	45
0.05	19.17	20.15	16.91	الأردن	العرب للتأمين على الحياة والحوادث	48	46
0.64	-29.48	18.56	26.32	الكويت	شركة وثاق للتأمين التكافلي	35	47
8.22	-42.89	18.23	31.91	الامارات	دبي الوطنية للتأمين واعادة التأمين	30	48
0.09	-2.50	15.66	16.06	الأردن	الشركة المتحدة للتأمين	50	49
-2.23	163.97	15.50	5.87	الأردن	شركة الواحة للتأمين	66	50
-0.62	10.79	15.25	13.76	البحرين	شركة التكافل الدولية	52	51
1.89	8.36	14.86	13.72	الأردن	شركة القدس للتأمين	53	52

1.91	23.76	14.13	11.42	الامارات	الشركة العربية الاسكندنافية للتأمين	56	53
2.70	9.46	13.64	12.46	الأردن	النسر العربي للتأمين	55	54
-0.83	19.90	12.63	10.54	الأردن	المجموعة الأردنية العربية للتأمين	58	55
1.00	17.31	11.37	9.70	الأردن	شركة التأمين الاسلامية	61	56
-1.71	2.27	11.19	10.94	الأردن	التأمين الوطنية الأهلية	57	57
-1.52	37.80	11.03	8.10	الأردن	المجموعة العربية الأوروبية للتأمين	62	58
0.58	6.08	11.01	10.37	الأردن	الضامنون العرب	59	59
0.59	5.49	10.80	10.24	الأردن	التأمين العامة العربية	60	60
-11.37	31.85	10.34	7.84	الامارات	شركة الاتحاد للتأمين	63	61
-0.57	-4.00	7.25	7.55	الأردن	جراسا للتأمين	64	62
-6.35	25.92	6.67	5.30	الامارات	شركة دبي للتأمين	68	63
1.79	27.42	6.42	5.04	الأردن	شركة اليرموك للتأمين واعادة التأمين	70	64
-2.54	-2.62	5.87	60.3	الأردن	الاتحاد العربي الدولي للتأمين	65	65
0.55	4.05	5.41	5.20	الأردن	شركة دلتا للتأمين	69	66
0.01	-9.09	5.08	5.59	الأردن	فيلاذيلفيا للتأمين	67	67
-1.41	0.96	4.60	4.55	الأردن	الأراضي المقدسة للتأمين	72	68
-1.52	-4.35	4.56	4.77	الأردن	العربية الأمريكية للتأمين التماثلي	71	69
-1.56	69.09	3.18	1.88	الأردن	شركة البحار العربية للتأمين	74	70

المصدر : مجلة الاقتصاد والأعمال - العدد 331 لجويلية 2007

الهوامش

- (1) عبد الودود يحيى " أصول التأمين البري الخاص " دار النهضة العربية، بيروت - لبنان، 1976، ص 05.
- (2) الآيتين 3 و4 من سورة قريش.
- (3) مختار الهانس، ابراهيم عبد النبي حمودة، " مقدمة في مبادئ التأمين بين النظرية والتطبيق "، الدار الجامعة، الإسكندرية - مصر، 2000، ص 57 .
- (4) سامي عفيفي حاتم، "التأمين الدولي «، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة - مصر، 1986، ص 52
- (5) نفس المرجع السابق، ص 54.
- (6) تاريخ النشر 2006/07/08. www.Elbayane.info.com
- (7) رفيق سلامة، " شرح قانون الضمان الاجتماعي "، بيروت - لبنان، 1996، ص 24.
- (8) زياد رمضان، " مبادئ التأمين - دراسة عن واقع التأمين "، دار الصفاء للنشر، عمان - الأردن، 1998، ص 115.
- (9) محمد المبارك، " نظام الإسلام، الحكم والدولة "، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان 1974، ص 88.
- (10) الشحات أحمد يوسف، "الأزمات المالية في الأسواق الناشئة، مع إشارة خاصة لأزمة جنوب شرق آسيا"، دار النيل للطباعة والنشر، جمهورية مصر العربية، 2001، ص 2
- (11) البنك الدولي، " تحسين شبكات الأمان لتحقيق منافع العولمة للفقراء في العالم " تقرير ص 24 تقرير جانفي 2001، media.worldbank.org.
- (12) ضياء مجيد الموسوي، "العولمة واقتصاد السوق الحرة"، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، الطبعة الثانية 2005، ص 11 .
- (13) رفيق يونس المصري، " أصول الاقتصاد الإسلامي "، دار القلم، دمشق، الدار الشامية، بيروت 1999، ص 236 .
- (14) ابن حزم المحلى، " تحقيق لجنة إحياء التراث العربي "، دار الآفاق الجديدة، بيروت لبنان، (بدون تاريخ)، جزء 6، ص 156
- (15) البنك الدولي، المرجع السابق، ص 2 .
- (16) أحمد يوسف الشحات، "الأزمات المالية في الأسواق الناشئة"، مع إشارة خاصة لأزمة جنوب شرق آسيا، دار النيل للطباعة والنشر، المنصورة، جمهورية مصر العربية، 2001، ص 46

- (17) منير إبراهيم هندي، " أزمة البورصات العالمية في أكتوبر 1997، الأسباب والنتائج، تحليل اقتصادي وشرعي"، سلسلة المنتدى الاقتصادي، المنتدى رقم 3، مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي، جامعة الأزهر، القاهرة 22 نوفمبر 1997، ص 35.
- (18) LARBI Lamri, « le système de la sécurité sociale en algerie » OPE, 2004,p 19.
- (19) المادة الثامنة (المعدلة بالمادة 04) من القانون رقم 83 - 11 المؤرخ في 1983/07/02 المتعلق بالتأمينات.
- (20) المادة 23 من نس القانون السابق.
- (21) المادة 31 من القانون رقم 83 - 11 المؤرخ في 1983/07/02 المتعلق بالتأمينات.
- (22) المادة 47 من نفس القانون السابق.
- (23) وفقا للمواد 36 إلى 43 من نفس القانون السابق.
- (24) المادة 3 - 4 من القانون رقم 13 - 83 المؤرخ في 1983/07/02 المتعلق بحوادث العمل.
- (25) المادة السادسة من القانون رقم 13 - 83 المؤرخ في 1983/07/02 المتعلق بحوادث العمل.
- (26) المادة السابعة من نفس القانون السابق.
- (27) المادة الثالث عشر من القانون السابق.
- (28) المادة الخامسة من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 1996/05/05 المحدد لقائمة الأمراض التي يحتمل أن يكون مصدرها مهنيا.
- (29) المادة 67 من نفس القانون السابق
- (30) Chafia Saadi – Badreine Slaim: le système tiers payant – PGS – ecole superieur de ss Alger, 1999 – 2001 P 51.
- (31) Nouredine Mezenner: étude de contrôle employeur et les cotisations PGS. ESSS. Alger 1999 P 15.
- (32) وفقا للمادة 14 من القانون رقم 83 - 11 المؤرخ في 1983/07/02 المتعلق بالتأمينات.
- (33) Djamel Bouraoui: l'assurance maladie des professions indépendantes. PGS – ESSS – Alger 2001 – P 42.
- (34) القانون 83/12 المؤرخ في 02 جويلية 1983 والمتعلق بالتقاعد، المعدل والمتمم للمادة السادسة.
- (35) المرسوم التنفيذي رقم 92 - 457 المؤرخ في 12 / 12 / 1992 المتضمن تطبيق أحكام المادة.
- (34) من القانون 91 / 16 المؤرخ في 1991/09/14 المتعلق بالمجاهد والشهيد.

- (36) القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 1987/07/04 المتضمن تحديد القيمة النقدية لحروف الرمزية المتعلقة بالأعمال المهنية التي يمارسها الأطباء وجراحو الأسنان والصيدالدة والمساعدون والقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 1988/10/22 المتضمن التحديد الجزائي لتكلفة اليوم في المستشفى والتعويض في الضمان الاجتماعي.
- (37) المواد 32 . 34 من المرسوم رقم 84/87 المؤرخ في 1984/02/11.
- (38) القانون رقم 13/83 المؤرخ في 1983/07/02 المتعلق بحوادث العمل والأمراض المهنية المعدل والمتمم.
- (39) القانون رقم 13/83 المؤرخ في 1983/07/02 المتعلق بحوادث العمل والأمراض المهنية المعدل والمتمم.
- (40) المادة 12 من القانون رقم 83 . 12 المؤرخ في 1983/07/02 المتعلق بالتقاعد المعدل والمتمم.
- (41) المادة 06 من نفس القانون السابق.
- (42) المادة 25 من نفس القانون السابق.
- (43) المادة الأولى من المرسوم التشريعي رقم 09 - 94 المؤرخ في 1994/05/26 والمتضمن الحفاظ على الشغل وحماية الأجراء الذين يفقدون عملهم بصفة لا إرادية.
- (44) المادة الأولى من المرسوم التشريعي رقم 10 - 94 المؤرخ في 1994/05/26 والمتعلق بالتقاعد المسبق.
- (45) المادة الثانية من نفس القانون السابق.
- (46) المادة الرابعة من نفس القانون السابق.
- (47) المادة السابعة من نفس القانون السابق.
- (48) المادة التاسعة من نفس القانون السابق.

السوق الجزائري وإشكالية أسعار المواد الأساسية

د. عبد الرحمن تومي

الحلقة الأولى

الإشكالية:

تعد دراسة السوق، من الدراسات الأساسية في الاقتصاد الكلي والجزئي على حد سواء، وقد بدأ هذا التخصص يأخذ مكانته منذ فترة طويلة لما له من نتائج إيجابية على مستوى الفرد والمؤسسة، بل على مستوى الدولة والعالم ككل .

وكثيرنا يعرف، كم هي الدول التي تعتمد على آلية السوق في تنمية شعوبها، وتطوير اقتصادياتها. ولا غرابة إذا عرفت معي أيها القارئ الكريم بأن ثمانون (80) بالمائة من التجارة العالمية مصدرها عشرون (20) دولة، وأن نفس النسبة ذاتها هي ناتج داخلي خام لهذه الدول. وكما أن السوق هو أحد وأهم مؤشرات التطور الاقتصادي لأي بلد من عدمه، فهو أيضا يمكن أن يتحول إلى كابوس يهدد التماسك الاجتماعي من جهة، واستقرار النظام القائم من جهة أخرى، وذلك كلما طال أمد الخلل الذي يصيب العرض أو الطلب على حد سواء .

و بمعنى آخر، يمكن أن يتحول السوق إلى مصدر أزمة تلتهم القدرة الشرائية للمواطنين وتتسبب في انهيار السياسة النقدية والمالية للبلد المعني. ولذلك كان وليزال السهر على ضبط التوازن الداخلي والخارجي للسوق من أولويات الدولة .

ونظرا للتدبدب الذي يصيب السوق الجزائري من حين إلى آخر في مختلف القطاعات، وخاصة في أسعار بعض المواد الأساسية منها، والجهود التي تقدمها الدولة بصفتها المنظم الأساسي لآليات السوق، في ظل حركية تتسم بالانتقالية من نظام اقتصادي مخطط ومركز، إلى نظام اقتصادي آخر يتصف بحرية الأسعار والتجارة . نريد الوقوف على واقع السوق الداخلي الوطني، والآفاق المنتظرة من خلال الآليات التي وضعتها الدولة حيز التنفيذ، أو تلك التي تتوي وضعها من خلال البرنامج الخماسي (2010 - 2014) .

أولا : تطور السوق الداخلي .

للتذكير، فإن الدولة هي التي كانت تقوم بوظيفة التاجر خلال مرحلة تطبيق النظام الاشتراكي، وهذا يعني أن كل الآليات التي تحكم تموين المواطن، من مؤسسات عمومية تهتم بالإنتاج والتوزيع، هي بيد الدولة.

لقد كانت كل شعب النشاط تتكفل بها شركات وطنية، محتكرة للإنتاج والتخزين والتوزيع، حيث نجد (onaco) تختص بكل منتجات البقالة ومؤسسة (snsempac) بمشتقات الحبوب، oaic للحبوب والبقول الجافة، enafla تهتم بالخضر والفواكه، engc بالمواد الدسمة، onalait خاصة بالحليب، snmc بالأسمت، enab بالخشب، وأخيرا شركة المواد الحديدية (sns) .

هذا كان على المستوى الوطني، أما على المستوى المحلي، فإننا نجد شبكة مماثلة من المؤسسات الوطنية مثل : (edipal) المختصة في منتجات البقالة، و(edimco)المشرفة على مواد البناء، edied للتجهيزات المنزلية وcofel للخضر والفواكه الطازجة...الخ. لقد كان للدولة على مستوى التوزيع شبكة واسعة من المساحات الكبرى تتكون بالخصوص من الأروقة الجزائرية، وأسواق الفلاح .

بالموازاة مع هذا التنظيم، كانت الجماعات المحلية تستفيد من موارد مالية معتبرة، خصيصا لبناء أسواق مغطاة تستعمل للبيع بالتجزئة، بالإضافة إلى هياكل تجارية أخرى، كلها تدخل في إطار المخططات البلدية للتنمية (أسواق الجملة، المذابح، السمكات ... الخ)

01 - آلية استقرار الأسعار: إن استقرار الأسعار، يعني ضمنا المحافظة على القدرة الشرائية للمواطنين، وهو السبب الذي جعل الدولة لأن تضع آلية تتمثل في الصندوق الوطني للتدخل الاقتصادي (caie)، ثم الصندوق الخاص لدعم أسعار المنتجات ذات الاستهلاك الواسع المتمثلة في : السميد، الفرينة، العجائن الغذائية، الكسكسي، السكر، الزيوت الغذائية، مركز الطماطم، الخميرة الجافة، حليب الأكياس، حليب الغبرة، الفاصوليا، العدس، الحمص، الجلبانة، الأرز، الكرايس المدرسية.

نتيجة

مع بداية الانفتاح على اقتصاد السوق، كل هذا الهيكل المؤسساتي والتنظيمي تلاشى تدريجيا، وتحولت الدولة من صفة التاجر، إلى مهمة ضبط السوق، في إطار مبدأ حرية أسعار السلع والخدمات

02 - آلية ضبط السوق: إن أهم نقطة ضعف تعتري الوضعية الجديدة للسوق، وهو في مرحلة الانتقال، تتمثل في كون آلية ضبط السوق لم تكن مدعومة بإجراءات متابعة، تمكن من المساعدة على التأطير الجيد للسوق، وبالتالي تضمن تموينه قصد تلبية حاجات المواطنين من جهة، ومراقبة الممارسات التجارية من جهة أخرى . وهذا يفهم من أن قطاع التجارة لم يرقم، أو لم يستفد من استثمارات كافية تمكنه من أن يلعب دوره الطبيعي في مجال ضبط السوق، وتثبيت الأسعار، وكذا تنظيم النشاطات التجارية .

نتيجة

لم يساير هذا القطاع التطور الذي شهدته القطاعات الأخرى، والتي استفادت من إمكانيات مالية هائلة، بالرغم من أهميته الاقتصادية والاجتماعية.!

03 - هياكل السوق الوطني: يتكون السوق الوطني حاليا من اثنان وأربعون (42) سوقا للجملة تتعلق بالخضر والفواكه، بالإضافة إلى ثمان مائة وسبعة وثلاثون (837) سوقا مغطاة

خاصة بالتجزئة، وحسب تقديرات وزارة التجارة، فإن هذا الهيكل لا يغطي سوى ربع (1/4) من احتياجات السوق.

ولعل السبب في زيادة الاحتياجات هو، تطور الأحياء السكنية وكثرتها من حيث الكثافة السكانية، وهو سبب قوي لظهور الباعة الطفيليين، والأسواق الموازية، مما يترتب عنها دون شك إفرزات سلبية على المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

إن عدد الأعوان المكلفين بالمراقبة لا يتعدى 4300 عون، منهم 1500 عون تم توظيفهم خلال الفترة (2006 - 2008)، في حين يفوق عدد التجار المقيدون في السجل التجاري: مليون وثلاثة مائة ألف (1.300.000)، بمعنى عون واحد لكل ثلاث مائة وخمسة وخمسون (355) تاجر على المستوى الوطني، مقابل عون واحد لكل ثمان مائة (800) تاجر بالنسبة لولاية الجزائر.

وبمقارنة بسيطة، نجد في تونس 6700 وبالمغرب 12000 عون مراقبة. إن ظاهرة الضعف لا تتوقف عند هذا الحد، بل تتعداه إلى الوسائل، حيث لا يتوفر السوق الوطني إلا على تسعة عشر (19) مخبرا لمراقبة النوعية وقمع الغش.

هذا الضعف في الوسائل يعقد من مهمة الأعوان، ويجعل تغطية التراب الوطني في الزمان والمكان مهمة مستحيلة، خاصة مع انتقال النشاط التجاري إلى القطاع الخاص بصفة كلية.

04 - التجارة الموازية: بالرغم من وجود إطار تشريعي وتنظيمي مناسب، مع هذا فقد شهدت السموات الأخيرة انتشار سريع وكثيف للأسواق والتجارة الغير منظمة، مما أنجر عنها اختلالات عديدة، حيث ألحقت أضرارا كبيرة بالتجار النظاميين، وبصحة وأمن المواطن.

والملاحظ أن هذه التجارة يسيرها متدخلين طفيليين، تجدهم في محيط وداخل السوق، كما تجدهم على قارعة الطريق، والشوارع والأزقة، والفضاءات والمساحات العمومية، وعلى أطراف المساجد والمؤسسات التربوية والتكوينية. كما تعرف الأحياء الجديدة التي لم تخصص لها أسواق تجزئة بعد، نفس الظواهر السالفة الذكر.

إن مثل هذا الانفلات الفوضوي للسوق له انعكاسات سلبية تعود على الاقتصاد، كما تعود على البيئة والمجتمع على حد سواء.

- التأثير على آليات ضبط السوق، وبالتالي على الأسعار.
- تنامي الممارسات التجارية غير القانونية.
- التهرب والغش الضريبي.
- الصعوبة في تأطير ومراقبة مسارات التسويق مثل: مسار تتبع المنتج، المسؤولية المدنية والجزائية في حالة ضبط منتج ينس بأمن وسلامة المواطن.
- الإخلال المتكرر بالنظام العام (ضجيج، مناوشات، سرقات، اعتداءات، عرقلة حركة المرور)، وهذا يعني ببساطة، عدم احترام حق المواطن في الراحة والسكنية والأمن.
- إلحاق الضرر بالإنسان والمحيط (أكواخ ووسائل عرض مهترقة).
- غياب تام للنظافة والنظافة الصحية والتطهير.
- صحة وسلامة المواطن عرضة للأخطار، من جراء عرض مواد غذائية حساسة لأشعة الشمس والغبار والحشرات في غياب تام لوسائل التبريد والتغليظ الصحية.

• استتالة مراقبة السلع المعروضة للبيع في ظروف غير نظامية .
05 - أهم إنجازات القطاع: يمكن حصر أهم الإنجازات التي قامت بها وزارة التجارة خلال سنة في النقاط التالية:

- تنظيم النشاطات التجارية.
- تموين السوق.
- المحافظة على القدرة الشرائية للأسر .
- الدور الرقابي.

وفي هذا الإطار فقد تم إيلاء أهمية خاصة تتعلق بتعميق النشاطات الرامية إلى ملائمة وعصرنة الإطار التشريعي والتنظيمي الخاص بالنشاطات التجارية (المنافسة ، إنشاء وتسيير الأسواق ، ممارسة نشاط استيراد المنتوجات الموجهة للبيع على حالتها ، التمنج " franchise ") ، كما بقي العمل بالإجراءات المتعلقة بتعويض الأسعار نتيجة الاختلالات التي مست أسعار المواد الأولية ، والمنتجات النهائية في السوق العالمية ، بحيث خصصت الوزارة سنة 2008 مبلغ مالي قيمته 158 مليار دج لدعم القمح والحليب ، بالإضافة إلى ذلك تمت مواصلة العمل بآلية تعويض أعباء النقل لولايات الجنوب العشرة (10) ، ورفع الدعم من 1.5 دج إلى 3 دج للطن الكيلو متري . إن القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي صدر أخيرا يدخل في إطار الإصلاحات الرامية إلى تحسين وتفعيل إجراءات حماية صحة وأمن المستهلكين ، كتشديد العقوبات على المخالفين ، وتمكين المستهلكين من حماية أنفسهم من خلال الوسائل القانونية ، وكذا تمكين جمعيات حماية المستهلك من القيام بدورها في ظروف عادية ، كما تم تسجيل عدة عمليات لإعادة تأهيل أسواق الجملة والتجزئة على المستوى الوطني بغلاف مالي يفوق ستة (06) ملايين دينار جزائري .

إلى جانب هذا فقد أعطيت أهمية خاصة للدور الرقابي ، حيث أنتقل عدد التدخلات من 722.000 سنة 2007 إلى 897.000 في سنة 2008 ، كما قفز عدد المخالفات التي تم الكشف عنها من 115.900 إلى 179.000 خلال نفس الفترة .⁽¹⁾

كما سمحت تدخلات أعوان الرقابة من الكشف على 3.800 مستورد لايمارسون نشاطهم التجاري في العناوين المصرح بها على سجلاتهم التجارية ، حيث حولت ملفاتهم إلى المتابعة القضائية ، بالإضافة إلى منعهم من ممارسة التجارة الخارجية .

أما ما تعلق بمراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة على الحدود فقد تم تكثيفها من خلال وضع نظام فعال لمحاربة المنتوجات غير المطابقة للمواصفات القانونية ، لاسيما المقلدة منها (80 ٪ من الاستيراد يقوم بها الخواص) .

06 - إجراءات استعجالية: قصد القضاء على مثل هذه المظاهر ، سطرت وزارة التجارة

لنفسها عدة إجراءات استعجالية نذكرها على النحو التالي :

- إحصاء كل الأماكن التي تمارس فيها التجارة الغير منظمة وفق القانون.
- تقدير مساحة كل فضاء غير منظم .

(1) وثيقة لوزارة التجارة .

- التعرف على كل نشاط تجاري غير منظم، بما فيه المنتجات المسوقة.
- إحصاء وتحديد - إن أمكن - هوية المتدخلين اللذين يمارسون نشاطات تجارية غير قانونية، قصد إدماجهم داخل الفضاءات النظامية .
- وعليه، يتطلب من المجالس الشعبية البلدية، عند الانتهاء من هذه العمليات، القيام بإجراءات جريئة وملموسة قصد :
- تفريغ كل الفضاءات المشغولة بطريقة غير شرعية، وذلك بمساعدة كل من مصالح الأمن الوطني والدرك الوطني .
- إدماج - حسب الإمكانيات المتاحة - الممارسين للنشاط التجاري غير النظامي في فضاءات تجارية شرعية بعد قيدهم في السجل التجاري .
- استرجاع المحلات غير المستغلة من طرف أصحابها بداخل الأسواق المغطاة .
- كما يجب على المكلفين بتسيير الأسواق مواجهة الطفيليين اللذين ينشطون داخل الأسواق المنظمة وعلى أبواها بدعم من مصالح الأمن والرقابة الاقتصادية، كما يجب إشراك الجمعيات المهنية، وجمعيات حماية المستهلك لضمان نجاح هذه العملية.

ثانياً: الآفاق المستقبلية .

- لقد تمت المصادقة على برنامج جديد يدخل ضمن المخطط الخماسي القادم (2010 - 2014) بغلاف مالي قدره سبعة وأربعون (47) مليار دج، حيث يتضمن تحقيق الأهداف التالية :
- خمسون (50) سوقاً للجملة، تخصص للخضر والفواكه، منها أربعة أسواق وطنية، وخمس وعشرون (25) سوقاً جهوياً، بالإضافة إلى واحد وعشرون (21) سوقاً محلياً .
 - 1.838 سوق للجزئة، منها 838 سوق مغطاة مع 1000 سوق جوارية .
 - اثني عشر (12) سوقاً أسبوعياً .
 - خمسة (05) أسواق للمواشي.
 - عشرون (20) مذبحة ومسلخاً .
 - اثني عشر (12) سوقاً للسمك والمسمكات .
 - المساحات التجارية الكبرى، حيث يكون لنموها متابعة خاصة، قصد تشجيع إنشاء نسيج تجاري عصري، من خلال إنجاز أسواق ومراكز تجارية مطابقة لمقاييس التوزيع العالمية.
 - إن إنجاز مثل هذه المساحات التجارية الكبرى، يعد برنامج هام في توفير مناصب الشغل المباشرة والغير المباشرة، كما يكون مصدراً هاماً لخلق الثروة، خاصة وهو يتميز بالانفتاح على الاستثمار الخاص، وبالتالي ينتظر منه المساهمة في هيكلة وعصرنة كل من مسارات وشبكات التسويق، مع المحافظة في نفس الوقت على تجارة التجزئة الجوارية التي تكتسي أهمية اجتماعية بالغة .

01 - الأسعار وهوامش الربح: منذ الاستقلال وإلى غاية سنة 1995، كانت كل من الأسعار وهوامش الربح لكل المنتجات النهائية الموجهة للاستهلاك المباشر محددة بقوة القانون. لكن منذ مجيء الأمر رقم 95 / 06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 الذي يحدد شروط المنافسة، والذي يدخل في إطار الإصلاحات المعتمدة آنذاك تم تكريس ما يسمى بمبدأ حرية الأسعار.

وبالرغم من مراجعة أحكام هذا الأمر في سنتي 2003 و2008، لكن بقي مبدأ حرية الأسعار هو السائد .

نتيجة

مادام الإطار التشريعي كرس هذا المبدأ، تبقى أسعار وهوامش ربح المنتجات المعروضة في السوق حرة، حيث لا يحق لأعوان الرقابة إلزام التجار على البيع بأسعار محددة

لكن من المفيد أن نذكر، بأنه تطبيقاً لأحكام المادة 05 من الأمر المتعلق بالمنافسة، يمكن للسلطات العمومية تحديد سلة من الأسعار وهوامش الأرباح في حالة الارتفاع الفاحش في أسعار السوق عن طريق مرسوم تنفيذي لمدة ستة (06) أشهر، وذلك بعد أخذ رأي مجلس المنافسة والأسعار، وهذا لتفادي حدوث اضطرابات أو انزلاقات غير متوقعة وغير محبذة. كما أنه يحق للسلطات العمومية التدخل بنفس الطريقة في حالة حدوث كوارث، أو وجود صعوبات مزمنة في التموين أو وضعيات الهيمنة الطبيعية .

أما في الظرف الراهن، فإن أسعار وتعريفات المنتجات والخدمات التي قنتت تكمن في مادة الخبز (العادي والمحسن)، السميد، حليب الأكياس، مياه الشرب، المنتجات البترولية، الكهرباء والغاز، النقل بالسكة الحديدية (للمسافرين والسلع)، نقل المسافرين عبر الطريق، كراء السكنات الاجتماعية، هوامش الربح بالنسبة للأدوية والإسمنت البورتلاندي الموضب.

وعليه، فإن باقي المنتجات والخدمات المعروضة في السوق هي حرة السعر والهوامش، غير أن مصالح الرقابة تقوم بمهامها في إطار التحريات حول الحيازة على السجل التجاري، التغيير غير الشرعي لكل من النشاط وعنوانه، عدم إشهار سعر الشراء وسعر البيع، البيع والشراء بدون فاتورة، احتباس المخزون قصد المضاربة ... الخ

نتيجة

ليس من صلاحية السلطات العمومية تحديد الأسعار المطبقة عند البيع مهما ارتفعت، في غياب نص قانوني يلزم بذلك.

السؤال : مادامت الإشكالية المرتبطة بالقدرة الشرائية للمواطن قائمة ، خاصة في ظل ارتفاع أسعار المنتجات ذات الاستهلاك الواسع، ماهي الحلول البديلة ؟

يتبع ...

المراجع:

01 - قوانين المالية للسنوات: 2000 - 2009 ، المجلس الشعبي الوطني.

02 - وثيقة لوزارة التجارة: أكتوبر 2009.

مؤشرات ودلالات

تقرير جديد للبنك الدولي مع تباطؤ تعافي الاقتصاد العالمي، البلدان النامية تعاني من شح التمويل

بلدان العالم النامية تواجه ارتفاع تكلفة الاقتراض، وانخفاض مستويات الائتمان، وتقلص تدفقات رؤوس الأموال الدولية

بانكوك، 21 يناير/كانون الثاني 2010 - يقول تقرير جديد صادر عن البنك الدولي إن التعافي الاقتصادي الذي يشهده العالم حالياً سيتباطأ في وقت لاحق من هذا العام مع انحسار تأثير برامج التحفيز الاقتصادي. وأضاف التقرير أن الأسواق المالية مازالت تشعر بالقلق، وأن الطلب من القطاع الخاص مازال دون التوقعات وسط ارتفاع معدلات البطالة .

ويحذر تقرير "الأفاق الاقتصادية العالمية 2010" الذي صدر اليوم أنه رغم أن أسوأ آثار الأزمة قد وقعت بالفعل، فإن تعافي الاقتصاد العالمي مازال هشاً. ويتوقع التقرير أن تؤدي آثار الأزمة إلى تغيير المشهد العام بالنسبة للتمويل والنمو على مدى السنوات العشر المقبلة.

ووفقاً لهذا التقرير، من المتوقع أن ينمو إجمالي الناتج المحلي العالمي، الذي تقلص بواقع 2.2 في المائة في عام 2009، بنسبة 2.7 في المائة هذا العام، و3.2 في المائة في عام 2011. وتشير التوقعات الخاصة بالبلدان النامية إلى تحقق تعافي قوي نسبياً، حيث ستنمو بنسبة 5.2 في المائة هذا العام، و5.8 في المائة في عام 2011. وذلك مقابل 1.2 في المائة في عام 2009. أما إجمالي الناتج المحلي في البلدان الغنية، الذي تقلص بنسبة 3.3 في المائة في عام 2009، فمن المتوقع أن يرتفع بوتيرة أقل سرعة. بواقع 1.8 في المائة و2.3 في المائة في عامي 2010 و2011 على التوالي. ومن المتوقع كذلك أن ينمو حجم التجارة العالمية، الذي تراجع بدرجة كبيرة بلغت 14.4 في المائة في عام 2009، بنسبة 4.3 في المائة هذا العام و6.2 في المائة في عام 2011.

ورغم أن هذا السيناريو هو الأرجح، فإن الغيوم الكثيفة المصاحبة لحالة عدم اليقين مازالت تحجب الآفاق. فمعدلات النمو في عام 2011 يمكن أن تتراوح بين 2.5 و3.4 في المائة وذلك تبعاً لمستوى ثقة المستهلكين ومؤسسات الأعمال في الفترات الربع سنوية القليلة المقبلة، وتوقيت انحسار أثر برامج التحفيز الاقتصادي والنقدي.

وفي معرض حديثه عن هذا التقرير، قال **جستن لين، النائب الأول لرئيس البنك الدولي لشؤون اقتصاديات التنمية ورئيس الخبراء الاقتصاديين**، "لأسف، لا يمكننا توقع حدوث تعافٍ من هذه الأزمة العميقة والمضنية بين عشية وضحاها، فالأمر سيستغرق عدة سنوات حتى يمكن إعادة بناء اقتصادات البلدان وخلق المزيد من فرص العمل. وستترك هذه الأزمة أثراً بالغاً على الفقراء. وقد تحتاج البلدان الأكثر فقراً في العالم - التي تعتمد على المنح أو الإقراض المدعوم - إلى ما يتراوح بين 30 و50 مليار دولار من التمويل الإضافي حتى تتمكن فقط من الحفاظ على برامجها الاجتماعية التي كانت قائمة قبل الأزمة".

وفي هذه البيئة التي مازالت ضعيفة، من المتوقع أن تبقى أسعار النفط ثابتة بصفة عامة عند متوسط يبلغ 76 دولاراً؛ وسترتفع أسعار السلع الأولية الأخرى في المتوسط بواقع 3 في المائة سنوياً فقط خلال عامي 2010 و 2011.

ويعرض التقرير في التحذير من أن الأمر سيستغرق عدة سنوات، بالرغم من عودة النمو إلى معدلات إيجابية، قبل أن تعوض الاقتصادات الخسائر التي لحقت بها بالفعل. ويقدر التقرير أن عدد الذين يعيشون في براثن الفقر المدقع (على أقل من 1.25 دولار للفرد في اليوم) سيرتفع بواقع 64 مليون شخص آخر في عام 2010 مقارنة بما سيكون عليه الحال لو لم تقع الأزمة.

علاوة على ذلك، من المتوقع خلال الأعوام الخمسة إلى العشرة المقبلة أن تؤدي زيادة تضادي تحمل المخاطر، وتطبيق تدابير تنظيمية أكثر تحوطاً، والحاجة لكبح بعض ممارسات الإقراض الأكثر خطورة التي سادت خلال فترة الانتعاش قبل اندلاع الأزمة إلى شح رؤوس الأموال وارتفاع تكلفتها بالنسبة للبلدان النامية.

من جانبه، قال أندرو بيرنز، المؤلف الرئيسي لهذا التقرير، "مع زيادة تشدد الأوضاع المالية الدولية، ستعاني الشركات التي تعمل في البلدان النامية من ارتفاع تكاليف الاقتراض، وانخفاض مستويات الائتمان، وتقلص تدفقات رؤوس الأموال الدولية. ونتيجة لذلك، فإن اتجاهات معدلات النمو في البلدان النامية قد تقل بواقع 0.2 - 0.7 في المائة خلال الأعوام الخمسة إلى السبعة المقبلة عما كانت ستصل إليه لو ظل التمويل متوفراً وبأسعار معقولة كما كان الحال خلال فترة الانتعاش الاقتصادي.

وبينما يُرجح أن يتأثر التمويل بكافة أشكاله بفعل هذه الأزمة، فإن الاستثمارات الأجنبية المباشرة ستواجه قدراً أقل من القيود مقارنة بتدفقات الديون. لكن الشركات الأم ستعاني من ارتفاع تكاليف رأس المال، الأمر الذي سيحد من قدرتها على تمويل بعض المشروعات. ونتيجة لذلك، فإنه من المتوقع أن تهبط تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر من مستويات الذروة البالغة 3.9 في المائة من إجمالي الناتج المحلي للبلدان النامية التي بلغت في عام 2007 إلى نحو 2.8 - 3.0 في المائة في الأمد المتوسط. وقد تكون العواقب الناشئة عن هبوط كهذا خطيرة لأن الاستثمارات الأجنبية المباشرة تمثل ما يصل إلى 20 في المائة من مجموع الاستثمارات في مناطق أفريقيا جنوب الصحراء وأوروبا وآسيا الوسطى وأمريكا اللاتينية.

وفي هذا الصدد، قال هانز تيمر، مدير مجموعة آفاق التنمية في البنك الدولي، "في حين لا تستطيع البلدان النامية تضادي الأوضاع المالية الدولية الأكثر تشدداً، فإن بوسعها، بل ينبغي عليها، أن تعمل على الحد من تكلفة أسعار الاقتراض المحلية، وتشجيع أسواق رؤوس الأموال المحلية عن طريق توسيع نطاق المراكز المالية الإقليمية وتحسين المنافسة واللوائح التنظيمية في القطاعات المصرفية المحلية. ورغم أن من المرجح أن تستغرق هذه الخطوات وقتاً طويلاً حتى تؤتي ثمارها، فمن الممكن أن تؤدي إلى توسيع نطاق القدرة على الحصول على رؤوس الأموال، والمساعدة في وضع البلدان النامية ثانية على مسار معدلات النمو الأعلى الذي أدت الأزمة إلى انحرافها عنه."

ويخلص هذا التقرير إلى أن الأوضاع المالية الدولية المتساهلة خلال السنوات 2003 - 2007 أسهمت في زيادة توافر التمويل وارتفاع معدلات النمو في البلدان النامية. فالانخفاض الكبير في

تكلفة أسعار الاقتراض شجع على زيادة تدفقات رؤوس الأموال الدولية والقروض التي تقدمها البنوك المحلية، وهو ما أسهم في زيادة معدلات الاستثمار في البلدان النامية بواقع 30 في المائة. كما أسهم التوسع السريع الناشئ في مجموع رؤوس الأموال في تحقيق أكثر من نصف الزيادة البالغة 1.5 نقطة مئوية في معدل نمو الإنتاج المحتمل بين البلدان النامية.

ورغم أن معدلات النمو القوية للغاية التي شهدتها البلدان النامية خلال فترة الانتعاش الاقتصادي قد تعكس إمكانات النمو الأساسية، فإن الأوضاع المالية التي عززتها لم تكن قابلة للاستمرار بشكل واضح.

صحيفة حقائق - الآفاق الاقتصادية العالمية 2010: التوقعات الإقليمية

قادت منطقة شرق آسيا والمحيط الهادئ التعافي في الاقتصاد العالمي العام الماضي، مما يعكس الخطوات القوية التي تم اتخاذها على صعيد المالية العامة، وقوة الطلب المحلي. وكانت الصين، التي حققت معدل نمو بلغ 8.4 في المائة العام الماضي، قاطرة النمو في المنطقة، وهو اتجاه يُتوقع أن يستمر هذا العام في ضوء توقع نمو إجمالي الناتج المحلي في الصين بواقع 9 في المائة. ومن المقدر أن يرتفع إجمالي الناتج المحلي في المنطقة بواقع 6.8 في المائة في عام 2009، وأن يزداد تدريجياً هذا العام ليصل إلى 8.1 في المائة. وتعود تدفقات رؤوس الأموال إلى المنطقة حالياً، كما أتاحت التطورات التي شهدتها الأسواق المالية المحلية المزيد من الزخم لتحقيق التعافي. وسيؤدي استمرار وجود طاقات إنتاجية فائضة في قطاع الصناعات التحويلية، بالإضافة إلى التحسن المحدود في التجارة العالمية إلى تقييد نمو إجمالي الناتج المحلي بحيث لا تزيد سرعته على 8.2 في المائة في عام 2011.

وتجسيدا لجوانب الضعف القائمة قبل اندلاع الأزمة في العديد من البلدان (وخاصة العجز في حساب المعاملات الجارية الناشئ عن الاختلالات الكبيرة في مدخرات القطاع الخاص واستثماراته)، كانت البلدان النامية في منطقة أوروبا وآسيا الوسطى هي الأكثر تضررا من هذه الأزمة، حيث انخفض إجمالي الناتج المحلي بنحو 6.2 في المائة في عام 2009. وبالرغم من توقع ارتفاع إجمالي الناتج المحلي بواقع 2.7 في المائة في عام 2010، و 3.6 في المائة في عام 2011، فإن معدلات النمو في معظم بلدان المنطقة ستظل أقل من إمكاناتها، ولن يكون بالإمكان معالجة مشكلة البطالة وإعادة هيكلة البنوك خلال تلك الفترة. وسيظل الارتفاع الكبير في نسب القروض المتعثرة، وزيادة أسعار الفائدة، وضعف تدفقات رؤوس الأموال الدولية يشكل تحديات أساسية في المدى القريب. ومقارنة بالفترة السابقة لاندلاع الأزمة، من المرجح أن يؤدي ارتفاع القروض المتعثرة، وضعف التمويل الحكومي، وضعف تدفقات رؤوس الأموال الدولية إلى الحد من نمو الاستثمارات في العديد من البلدان. علاوة على ذلك، مازالت هناك مخاطر كبيرة لحدوث هبوط في التوقعات، بما في ذلك حدوث كساد مزدوج أو زيادة المصاعب المالية بالنسبة للبنوك في المنطقة. وبالرغم من تحسن أوضاع التمويل الدولي وإجراءات التصحيح والتكيف الداخلية، من المتوقع أن تزيد الاحتياجات المتعلقة بالتمويل الخارجي في المنطقة على التدفقات الداخلة بما يصل إلى 54 مليار دولار في عام 2010.

وفي منطقة أمريكا اللاتينية والبحر الكاريبي، ساعدت السياسات الاقتصادية الأكثر قوة على الصمود أمام هذه الأزمة على نحو أفضل بكثير من السابق. ومن المتوقع أن يزداد الإنتاج في المنطقة، في أعقاب انخفاض بنسبة 2.6 في المائة في إجمالي الناتج المحلي العام الماضي، بنسبة 3.1 في

المائة في عام 2010، ثم 3.6 في المائة في عام 2011، لكن ضعف الاستثمارات سيحول دون وصول معدلات النمو إلى مستوياتها السابقة خلال سنوات الانتعاش الاقتصادي. ومن المتوقع أن تتعش تحويلات المغتربين والمهاجرين، وكذلك قطاع السياحة إلى حد ما (وكلاهما مصدران مهمان للتمويل الخارجي بالنسبة لبلدان البحر الكاريبي) بصورة متواضعة فقط في عامي 2010 - 2011، وذلك نتيجة لضعف أوضاع أسواق العمل في الولايات المتحدة والبلدان الأخرى المرتفعة الدخل. وتشمل التحديات الرئيسية انحسار تدابير برامج التحفيز الاقتصادي؛ وتقديم الإعانات للعاطلين عن العمل على نحو قابل للاستمرار؛ والحفاظ على الانفتاح نحو التجارة والاستثمار الدوليين.

منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا كانت أقل المناطق تأثراً بحدة الأزمة مقارنة بالمناطق الأخرى، حيث تباطأ إجمالي الناتج المحلي بصفة عامة إلى 2.9 في المائة في عام 2009. وأشارت التقديرات إلى أن معدل النمو بين البلدان النامية المستوردة للنفط كان في حدود 4.7 في المائة في عام 2009. أما البلدان المصدرة للنفط، فقد هبط معدل النمو ليصل إلى 1.6 في المائة، مما يعكس قيود الإنتاج، وتراجع الإيرادات النفطية. وبالنسبة للمنطقة ككل، من المتوقع أن ينمو إجمالي الناتج المحلي بواقع 3.7 في المائة في عام 2010، و4.4 في المائة في عام 2011. وترتكز هذه التوقعات الخاصة بالتعافي على تحسّن الطلب العالمي على النفط، مما سيؤدي بدوره إلى استقرار أسعاره، ونشاط أسواق الصادرات الرئيسية. وعلى الرغم من الانحسار التدريجي لتدابير برامج التحفيز الاقتصادي، فإن التحسن المعتدل في جوانب الإنفاق الاستهلاكي والرأسمالي سيشكل ركيزة أكثر ثباتاً للنمو.

يبدو أن **منطقة جنوب آسيا** قد أقلت من براثن أسوأ الآثار الناجمة عن هذه الأزمة. لكن نمو إجمالي ناتجها المحلي الذي يُقدر بنحو 5.7 في المائة في عام 2009 (نفس معدل النمو كما في عام 2008) يمثل تباطؤاً ملحوظاً عن فترة الانتعاش، ويرجع ذلك بدرجة كبيرة إلى الانخفاض الملموس في نمو الاستثمارات. وتُعتبر تدفقات رؤوس الأموال الخاصة الداخلة - وهي إحدى القنوات الأساسية لانقثال الأزمة - أقل تأثيراً وأهمية كنسبة من إجمالي الناتج المحلي في جنوب آسيا (خاصة الاستثمار الأجنبي المباشر) مقارنة بمعظم المناطق الأخرى. كما اتصف الطلب المحلي في المنطقة بالمرونة النسبية، نتيجة للسياسات التي اتخذتها بلدان المنطقة على صعيد الاقتصاد الكلي لمواجهة التقلبات الدورية. ومن المتوقع أن ينتعش معدل النمو ليلبغ 6.9 في المائة في عام 2010، و7.4 في المائة في عام 2011.

أما **منطقة أفريقيا جنوب الصحراء** تفقد تضررت هي أيضاً تضرراً شديداً، حيث انتقلت آثار هذه الأزمة إليها بادئ الأمر من خلال قنوات التجارة، والاستثمار الأجنبي المباشر، والسياحة، والتحويلات، والمساعدات الرسمية. وتشير التقديرات إلى أن إجمالي الناتج المحلي في المنطقة لم يزد سوى بواقع 1.1 في المائة العام الماضي. وتضررت البلدان المصدرة للنفط والمتوسطة الدخل تضرراً بالغاً بدرجة أكبر من البلدان المنخفضة الدخل والضعيفة والأقل اندماجاً في الاقتصاد العالمي. في البداية على الأقل. وفي عام 2010، من المتوقع أن ينمو إجمالي الناتج المحلي بواقع 4.8 في المائة في بلدان المنطقة، باستثناء جنوب أفريقيا، مع تحقيق معدل نمو يبلغ 4.2 في المائة في البلدان الضعيفة، و4.8 في المائة في البلدان المنخفضة الدخل. ومن المتوقع أن تنمو جنوب أفريقيا بنسبة 2 في المائة هذا العام بعد انكماشه بواقع 1.8 في المائة في عام 2009، في حين ستسارع وتيرة النمو في البلدان المتوسطة الدخل إلى 3.5 في المائة. ومازالت غيوم عدم اليقين تحيط بالأفاق العامة للمنطقة، وستتوقف قوة التعافي بدرجة كبيرة على الطلب من أسواق الصادرات الرئيسية.